



BIULETYN

Nr 67 (1304), 8 lipca 2015 © PISM

Redakcja: Marcin Zaborowski (redaktor naczelny) • Katarzyna Staniewska (sekretarz redakcji)
Jarosław Ćwiek-Karpowicz • Aleksandra Gawlikowska-Fyk • Dariusz Kałan
Piotr Kościński • Sebastian Płociennik • Patrycja Sasnal • Marcin Terlikowski

Polski zwrot ku Azji: iluzja czy konieczność?

Patryk Kugiel

W miarę jak środek ciężkości systemu międzynarodowego przesuwają się z Zachodu na Wschód, rośnie znaczenie gospodarcze i polityczne Azji. Polska, która w ostatnich latach zwiększa zaangażowanie w tym regionie, powinna przyspieszyć ten proces, aby dywersyfikować eksport i wzmocnić swoją pozycję. Kontynuacja dialogu politycznego na wysokim szczeblu z głównymi partnerami, rozszerzenie obecności dyplomatycznej, przesunięcie części WPHI i Instytutów Polskich oraz przeznaczenie dodatkowych nakładów na promocję w Azji są konieczne, aby skutecznie wykorzystać nowe szanse.

Polska nie jest potęgą o interesach i zasobach pozwalających na aktywność we wszystkich regionach. Niemniej jednak kraj aspirujący do większej roli niż tylko lidera w Europie Centralnej musi odpowiednio reagować na zmiany globalne. W najbliższych latach zwrot ku Azji stanie się koniecznością.

Powrót Azji. Obecnie w Azji jest 48 państw zamieszkałych przez ponad 4 miliardy ludzi, tworzących niemal 40% światowego PKB. W 2014 r. był to najszybciej rozwijający się region osiągający wzrost PKB wielkości 5,6% i, według danych MFW, takie tempo utrzyma się w najbliższych latach. Wówczas, według prognoz Azjatyckiego Banku Rozwoju, do 2050 r. Azja będzie odpowiedzialna za ponad połowę światowej gospodarki, odzyskując dominującą pozycję, jaką miała do początku XIX wieku. Już obecnie gospodarki Chin, Japonii, Korei Południowej czy Indii należą do największych na świecie. Rosnąca zamożność i standard życia mieszkańców sprawiają, że Azja jest także ogromnym rynkiem zbytu dóbr konsumpcyjnych i inwestycyjnych. Miasta takie jak Szanghaj, Singapur czy Tokio są ważnymi centrami finansowymi, niektóre kraje oferują także doskonałe warunki prowadzenia biznesu. Osiem państw azjatyckich jest sklasyfikowanych wyżej od Polski (zajmującej 32. miejsce) w rankingu Doing Business prowadzonym przez Bank Światowy: Singapur (1.), Hong Kong (3.), Korea Południowa (5.), Malezja (18.), Tajwan (19.), Zjednoczone Emiraty Arabskie (22.), Tajlandia (26.) i Japonia (29.). Kiedy wzrost gospodarczy na Zachodzie jest ciągle niewielki, a Afryka jest nadzieją raczej na przyszłość, Azja przedstawia największe możliwości i w najbliższych latach będzie napędzała światową gospodarkę.

Dobre perspektywy nie oznaczają, że brakuje zagrożeń mogących zahamować rozwój Azji, takich jak rywalizacja regionalna, pułapka średniego wzrostu czy zniszczenie środowiska naturalnego. Kraje Azji, inaczej niż europejskie, nie opierają się na wspólnych wartościach i podobnych systemach politycznych, i nie stworzyły jednej organizacji ponadregionalnej, która łagodziłaby spory i zapewniała stabilność. Wzrost potęgi Chin wywołuje obawy u wielu sąsiadów, terroryzm jest realnym zagrożeniem a korupcja i złe rządy mogą prowadzić do marnotrawienia zasobów. Co więcej, rosnące nierówności między bogatymi a biednymi, miastem a wsią, a także różnymi regionami, mogą podsycać niepokoje społeczne i destabilizować kraje lub prowokować konflikty między nimi. Coraz większa globalna rola Chin, tworzących nowe instytucje finansowe (np. Azjatycki Bank Inwestycji Infrastrukturalnych) i ambitne inicjatywy (jak Jedwabny Szlak), także stanowi wyzwanie dla Zachodu. Z powodów politycznych i ekonomicznych, różnorodnie ocenianych, Azja skupia na sobie coraz większą uwagę i zaangażowanie państw zachodnich, czego najlepszym przykładem jest słynny amerykański „zwrot ku Azji” prezydenta Baracka Obamy.

Zaangażowanie Polski. Podczas gdy wiele krajów europejskich od dawna zwiększało obecność w Azji, Polska odkrywa ten region nieco spóźniona. Po zakończeniu zimnej wojny, skupiona na integracji z UE i NATO, poluzowała wcześniejsze związki z krajami azjatyckimi, które zajęły dalsze miejsca na liście celów polityki zagranicznej.

Dopiero od kilku lat widać zwiększone zainteresowanie tym kontynentem, dużą liczbę wizyt wysokiego szczebla i nowe inicjatywy (m.in. chęć dołączenia do Azjatyckiego Banku Inwestycji Infrastrukturalnych). Po raz pierwszy w tegorocznym exposé ministra spraw zagranicznych w Sejmie, 23 kwietnia, tematyka azjatycka zajęła dużo miejsca, co może wskazywać na nowe otwarcie.

Jednak dla kraju średniej wielkości i o ograniczonych zasobach, zwrot ku Azji jest sporym wyzwaniem. Polska ma ambasadę w ponad połowie państw azjatyckich, nowe modele reprezentacji dyplomatycznej wprowadza w Mongolii (ambasador wizytujący), a także planuje kolejne placówki, m.in. na Filipinach. W Azji znajdują się jedynie cztery z 24 Polskich Instytutów za granicą (w Tel Awiwie, New Delhi, Pekinie i Tokio) i 12 z 49 wydziałów handlu i promocji (WPHI). O ile początkowo polityka wobec Azji koncentrowała się na Chinach, ostatnio podejście jest bardziej zrównoważone. Partnerstwo strategiczne z Chinami (utworzone w 2011 r.) zostało uzupełnione przez podobne partnerstwa z Koreą Południową (2013) i Japonią (2015), a także dialog strategiczny z Tajlandią (2013). Program promocji eksportu GoChina, uruchomiony w 2012 r., doczekał się w tym roku odpowiednika w postaci programu GoIndia. Niemniej nie istnieje jeden regionalny mechanizm podobny do GoAfrica, a całościowa strategia wobec Azji jest bezskutecznie tworzona od wielu lat.

Trudność dotyczy m.in. tego, czy Polska ma interesy strategiczne na kontynencie wykraczające poza promocję biznesu, i czy warto przeznaczać na ten cel więcej środków. Dotychczas polscy żołnierze brali udział w misjach stabilizacyjnych w Afganistanie i Iraku, a niewielka pomoc rozwojowa trafiała m.in. do Afganistanu, Palestyny czy Mjanmy. Koncepcja wspierania demokracji nie znajduje dużego zrozumienia poza rozwiniętymi demokracjami (takimi jak Japonia i Korea Płd.) i wiele krajów azjatyckich nie przyłączyło się do otwartej krytyki Rosji za działania na Ukrainie. Chociaż zaangażowanie w Azji koncentruje się na dyplomacji ekonomicznej, poprawa współpracy gospodarczej jest powolna. Z krajów azjatyckich pochodzi 18,7% polskiego importu, ale trafia tam tylko 6,3% eksportu. Dla UE Azja jest głównym kierunkiem eksportu poza wspólnotę (14,1% całości eksportu i 35% dóbr trafiających poza UE), co obrazuje niezrealizowany potencjał eksportowy Polski.

Współpracę z krajami Azji utrudnia dystans geograficzny i kulturowy, ograniczona wiedza i słabe relacje między społeczeństwami. W Polsce niewielka jest świadomość zmian w Azji, także dlatego, że informacje na ten temat pojawiają się rzadko, a medialna obecność krajów tego kontynentu koncentruje się na katastrofach i konfliktach. Warszawa miała tylko jedno bezpośrednie połączenie lotnicze z Azją obsługiwane przez LOT (do Pekinu), dopiero w tym roku otworzone zostaną nowe kierunki – Tokio, Seul i Bangkok, w przyszłym – New Delhi. Silny polityczny sygnał od rządu podkreślający znaczenie Azji jest niezbędny dla zwiększenia zainteresowania regionem, zachęcenia przedsiębiorców do większej aktywności na nowych rynkach i promocji Polski.

GoAsia. W miarę jak zwiększanie eksportu w ramach UE staje się trudne, a wzrost gospodarczy w Europie jest ciągle niepewny, największe szanse dywersyfikacji handlu i inwestycji oferują kraje Zatoki Perskiej, ASEANu, Chiny i Indie. Kilka państw azjatyckich (np. Indie, Malezja) stanowiło tradycyjny rynek zbytu dla polskiego przemysłu zbrojeniowego a gigantyczne programy modernizacji ich armii mogą otwierać nowe perspektywy współpracy. Sektory wydobywczy, poszukiwawczy czy energetyczny to kolejne obszary, w których Polska ma w regionie duże doświadczenie. Ogromne procesy urbanizacyjne i planowane inwestycje infrastrukturalne powinny przyciągnąć także polskie firmy zainteresowane dostawami maszyn, sprzętu transportowego, materiałów budowlanych, oczyszczalni ścieków. Zielone technologie, przetwórstwo żywności, sprzęt medyczny czy produkty luksusowe (np. jachty) mają ogromny potencjał w wielu krajach w związku z rosnącą klasą średnią. Polskie produkty, często dobrej jakości i po niższych cenach, mogą efektywnie konkurować z produktami z Zachodu. Co ważne, warto zabiegać, aby kraje azjatyckie szukające dostępu do rynku UE wybierały Polskę na miejsce swoich inwestycji.

Znaczenie Azji nie ogranicza się jednak tylko do możliwości gospodarczych. Uzyskanie poparcia państw kontynentu będzie ważne dla powrodozenia starań Polski o niestałe miejsce w Radzie Bezpieczeństwa ONZ w latach 2018–2019. Silniejsze relacje dwustronne wzmocniłyby także pozycję Polski w UE i dałyby jej większy wpływ na kształtowanie polityki azjatyckiej. Jako najdalej na wschód wysunięty kraj Unii, Polska ma szczególny interes w rozwijaniu połączeń transportowych i infrastrukturalnych z Azją (np. w ramach nowego Jedwabnego Szlaku) i wykorzystaniu swej pozycji jako mostu łączącego Wschód i Zachód. Terroryzm, migracje, czy handel ludźmi i narkotykami, biorące początek w Azji, stanowią rosnące zagrożenie także dla Polski i powinny być silnie obecne w dialogu politycznym. Warto pamiętać również, że dobre relacje są nadal warunkiem zawierania dużych kontraktów w wielu krajach azjatyckich.

Chociaż priorytetem dla Polski pozostanie UE i NATO oraz sytuacja w najbliższym sąsiedztwie, coraz ważniejszy staje się globalny wymiar polityki zagranicznej. Aby wykorzystać potencjał Azji, rząd powinien kontynuować dialog na najwyższym szczeblu i zwiększać obecność dyplomatyczną. Ważne dla ułatwienia współpracy gospodarczej może być przeniesienie większej ilości WPHI i Instytutów Polskich do Azji. Kolejne kraje regionu powinny być obejmowane programami promocji eksportu, zaś polskie firmy wspierane za pomocą nowych narzędzi (jak Polskie Domy Biznesu w centrach regionalnych). Chociaż polityka musi być dopasowana do specyfiki poszczególnych krajów, ogólna strategia wobec Azji mogłaby być pomocna w kompleksowym i efektywnym wykorzystaniu różnych instrumentów i mechanizmów. Ważną rolę dla budowania zrozumienia i identyfikacji możliwości pełniłby rządowy program wsparcia badań dotyczących Azji, wymiany naukowców i wysyłania korespondentów polskich mediów oraz ułatwianie współpracy na poziomie miast i regionów. Umocnienie pozycji Polski w Europie daje dziś realne możliwości zwiększenia zaangażowania w Azji.