



Redakcja: Jarosław Cwiek-Karpowicz • Anna Maria Dyner • Aleksandra Gawlikowska-Fyk
Dariusz Kałan • Patryk Kugiel • Sebastian Płóciennik • Patrycja Sasnal • Marcin Terlikowski
Katarzyna Staniewska (sekretarz redakcji)

Indonezja: nieodkryty partner Polski w Azji

Damian Wnukowski

W tym roku Polska obchodzi 60. rocznicę nawiązania stosunków dyplomatycznych z Indonezją – jedną ze wschodzących potęg azjatyckich, stabilną demokracją notującą szybki wzrost gospodarczy. Choć w ostatnich latach rośnie dwustronna wymiana handlowa, możliwości współpracy gospodarczej i politycznej pozostają niewykorzystane. Sposobem na poprawę tej sytuacji może być rozwój kontaktów na szczeblu regionalnym. Ponadto wizyta przedstawicieli najwyższych władz Polski w Indonezji mogłaby ułatwić polskiemu biznesowi wejście na ten perspektywiczny, choć trudny rynek.

W polskiej polityce wobec Azji Indonezja pozostaje w cieniu innych wschodzących potęg, głównie Chin i Indii. Jednak potencjał ludnościowy, wielkość terytorium, strategiczne położenie w pobliżu morskich szlaków handlowych oraz zasoby naturalne (węgiel, ropa naftowa, gaz ziemny) czynią Indonezję liderem w regionie Azji Południowo-Wschodniej. To także najludniejsze na świecie państwo muzułmańskie (ok. 220 mln wyznawców islamu), trzecia największa demokracja (za Indiami i USA) i członek grupy G20. Po obaleniu gen. Suharto w 1998 r. i demokratycznych przemianach sytuacja polityczna w kraju jest stabilna, czego dowiodło pokojowe przekazanie władzy Joko Widodo przez prezydenta Susilo Bambang Yudhoyono po wyborach w 2014 r. Podobieństwa systemowe i mniejsze dysproporcje potencjałów w porównaniu z relacjami polsko-chińskimi czy polsko-indyjskimi czynią Indonezję obiecującym partnerem strategicznym Polski w Azji. Warto to podkreślić przy okazji obchodzonej w tym roku 60. rocznicy nawiązania przez oba kraje stosunków dyplomatycznych.

Zapomniany gigant. Indonezja jest obecnie ósmą gospodarką świata (biorąc pod uwagę parytet siły nabywczej – PPP) i do 2050 r. może przesunąć się na czwartą pozycję. Jej potencjał ekonomiczny wynika m.in. z posiadania ponad 250-milionowej populacji, co czyni ją najludniejszym państwem Stowarzyszenia Narodów Azji Południowo-Wschodniej (ASEAN) i czwartym w skali globu (tylko za Chinami, Indiami i USA). W latach 2012–2014 Indonezja notowała wysoki średni wzrost gospodarczy rzędu 5,5% PKB rocznie. Jak przewiduje MFW, w 2015 r. spadnie on do 4,6%, aby ponownie przekroczyć próg 5% w latach 2016–2018. Poprawia się także sytuacja materialna indonezyjskiego społeczeństwa – w 2014 r. PKB *per capita* (PPP) wyniósł 10 700 dol., czyli o 1/5 mniej niż w Chinach, za to niemal dwukrotnie więcej niż w Indiach. Dzięki temu zwiększa się liczebność klasy średniej (obecnie 70 mln, czyli więcej niż ludność Francji), która do 2030 r. według szacunków się podwoi (wzrośnie do ok. 140 mln, czyli do wielkości dzisiejszej populacji Rosji).

Jednak dostęp do rynku indonezyjskiego nie jest łatwy. Liczne cła i bariery pozataryfowe nakładane na dobra zagraniczne w celu ochrony lokalnych producentów utrudniają działalność i zwiększają jej koszty. Słaba jakość infrastruktury oraz niesprzyjające środowisko biznesowe również mogą odstraszyć zagraniczne podmioty. W raporcie Banku Światowego „Doing Business 2016” oceniającym warunki do prowadzenia biznesu w 189 krajach Indonezja została sklasyfikowana na 109. miejscu. Największym problemem jest rozbudowana biurokracja – z przewlekłymi procedurami zakładania firmy, rejestracji własności czy uzyskiwania zezwolenia na budowę. Stwarza to pole do korupcji – w rankingu Transparency International Indonezja zajmuje 107. miejsce na 174 państwa. Problemy, m.in. związane z egzekwowaniem umów, stwarza też nieefektywny system sądownictwa.

Perspektywiczny rynek dla Polski. Potencjał gospodarczy Indonezji powinien zwrócić większą uwagę polskich firm. Pozytywne trendy są już widoczne w statystykach handlu – o ile w 2010 r. polsko-indonezyjska wymiana handlowa miała wartość 656,9 mln dol., o tyle do 2014 r. wzrosła niemal o połowę, osiągając poziom 938,6 mln dol. Co istotne, rośnie eksport z Polski, na który składają się głównie maszyny, chemikalia i tworzywa sztuczne. W 2010 r. jego wartość wyniosła 66 mln dol., a w 2014 r. już 149 mln dol. Z tym wynikiem Indonezja zajmuje dopiero 65. miejsce

wśród kierunków polskiego eksportu, co ukazuje znaczny niewykorzystany potencjał rozwoju sprzedaży. Ponadto Polska notuje duży deficyt w handlu z Indonezją (w 2014 r. – 640 mln dol.), spowodowany w dużym stopniu sprowadzaniem przez międzynarodowe podmioty do polskich zakładów podzespołów i surowców (np. kauczuku dla przemysłu oponiarskiego). Import obejmuje też maszyny, tworzywa sztuczne czy produkty rolne (np. olej palmowy).

Szanse na poprawę bilansu handlowego przez Polskę pojawiają się w różnych dziedzinach: w górnictwie (Famur i Kopex są już obecne w Indonezji), wyposażeniu służb publicznych (policji, straży pożarnej, ekip ratunkowych), technologiach środowiskowych (m.in. wodno-kanalizacyjnych, odnawialnych źródeł energii), sprzęcie medycznym czy ICT. Rośnie również popyt na dobra konsumpcyjne – żywność (produkty mleczne, słodkie, owoce) czy kosmetyki (np. firmy Inglot), które muszą jednak uzyskiwać certyfikaty halal. Jak wskazuje Wydział Promocji Handlu i Inwestycji (WPHI) Ambasady RP w Dżakarcie, polskie wyroby są postrzegane w Indonezji jako dobre jakościowo, a przy tym tańsze niż odpowiedniki np. z Europy Zachodniej.

Polskie firmy mogą również próbować skorzystać z rozwoju infrastruktury w Indonezji. Jak wskazują PwC i Oxford Economics, wydatki w tym zakresie – na budowę dróg, portów, lotnisk czy elektrowni – mogą wynieść do 2025 r. 165 mld dol. W miarę postępującej urbanizacji rozwijać się będzie infrastruktura miejska, także systemy kanalizacyjne czy transportowe. Ponadto polityka prezydenta Joko Widodo, zmierzająca do stworzenia z kraju potęgi morskiej, daje szanse współpracy z przemysłem stoczniowym. Aby dokładniej przyjrzeć się możliwościom pojawiającym się na rynku indonezyjskim, polskie firmy mogą kontaktować się z Polskim Klubem Biznesu w Dżakarcie.

W zakresie inwestycji liczba polskich projektów jest niewielka – największym jest budowa zakładu przetwórstwa żywności firmy Konspol. Polskie podmioty powinny jednak brać pod uwagę większe zaangażowanie inwestycyjne w Indonezji, gdyż mogą w ten sposób nie tylko ominąć bariery handlowe dla produktów sprowadzanych z zagranicy, lecz także uzyskać dostęp do ok. 600-milionowego rynku ASEAN oraz krajów (jak Chiny czy Japonia), które mają ze Stowarzyszeniem podpisane umowy handlowe.

Nie tylko gospodarka. Współpraca gospodarczej służą różne narzędzia, jak dialog polityczny. We wrześniu 2013 r. złożył w Polsce wizytę prezydent Yudhoyono, a w 2015 r. przyjechali m.in. indonezyjski minister handlu Rahmat Gobel oraz minister przemysłu Saleh Husin. Również polscy przedstawiciele władz wyjeżdżali do Indonezji, np. podsekretarz stanu w Ministerstwie Gospodarki Grażyna Henclewska, która wzięła w tym roku udział w Forum Biznesowym w Dżakarcie. Jednak ostatnie polskie delegacje na najwyższym szczeblu odwiedziły Indonezję w 2004 r., z prezydentem Aleksandrem Kwaśniewskim na czele, oraz w 2005 r., z premierem Markiem Belką. Warto wspomnieć o utrzymywaniu bilateralnych kontaktów na szczeblu parlamentarnym oraz wspólnych konsultacjach ministerialnych prowadzonych od 2013 r. Indonezja jest również uwzględniona w programie polskiego rządu mającym na celu pobudzenie eksportu – tylko w 2015 r. udały się tam trzy misje gospodarcze. Wszystkie te działania przyczyniają się do tworzenia atmosfery sprzyjającej kontaktom gospodarczym, a także budują zaufanie między potencjalnymi polskimi i indonezyjskimi partnerami biznesowymi.

Rozpędu nabiera polsko-indonezyjska współpraca w edukacji. W finansowanym przez polskie MSZ Programie Stypendialnym im. Ignacego Łukasiewicza, skierowanym do studentów kierunków technicznych, Indonezyjczycy są najliczniej reprezentowanym narodem (stanowią ponad połowę wszystkich stypendystów). Polacy natomiast tworzą trzecią największą grupę studentów w programie „Darmasiswa”, mającym promować język i kulturę Indonezji. Od listopada br. na Uniwersytecie Indonezyjskim i Uniwersytecie Atma Jaya w Dżakarcie są prowadzone kursy języka polskiego. Dostrzegalne jest zainteresowanie Polaków podróżami do Indonezji (gł. na Bali), które może jeszcze zwiększyć zniesienie w tym roku obowiązku wizowego dla obywateli Polski i 44 innych państw. Oba kraje promują również wspólne wartości. Wyrazem tego są organizacja Polsko-Indonezyjskiego Dialogu Międzykulturowego i Międzywyznaniowego czy udział Polski w Balijskim Forum Demokracji wspierającym międzynarodową współpracę w utrzymaniu pokoju i propagowaniu demokracji.

Wartościowe podejście regionalne. Pomimo pewnych trudności – odległości geograficznej, małego doświadczenia polskich firm na tym rynku i ograniczeń w dostępie do niego – Indonezja pozostaje perspektywnym partnerem politycznym i gospodarczym Polski. Silnym bodźcem do wzmocnienia współpracy byłaby wizyta prezydenta RP w Indonezji po ponad dziesięciu latach przerwy. Warto również rozważyć utworzenie Instytutu Polskiego w Dżakarcie w celu promocji polskiej kultury i kontaktów międzyludzkich. Powinien zostać rozszerzony zakres użycia innych narzędzi *soft power*, np. pomocy rozwojowej w zakresie infrastruktury sanitarnej.

Ze względu na zdecentralizowany charakter struktury administracyjnej Indonezji wiele decyzji gospodarczych podejmowanych jest na szczeblu prowincji. Dlatego większa uwaga powinna zostać poświęcona kontaktom z władzami poszczególnych regionów kraju, co może dać wymierne efekty we współpracy z lokalnymi firmami, w lokowaniu inwestycji czy uczestnictwie w przetargach publicznych. Przydatne może być wsparcie znających lokalne realia konsulów honorowych RP (obecnie jest ich czterech w różnych częściach kraju).