Czwartek 30 czerwca 2016

www.pb.pl

Puls Biznesu

cena 5,99 zł (w tym 8% VAT)
NR 123 (4637) INDEKS 349 127 WYD. A+B

CZAS NA PATRIOTYZM GOSPODARCZY

Patent na silną Polskę

Jak zwiększyć innowacyjność gospodarki, przyciągnąć dobrych inwestorów zagranicznych, pobudzić skłonność do oszczędzania i zbudować e-administrację — zastanawiali się uczestnicy 7. edycji „Czas na patriotyzm gospodarczy"

9 771427 685644

Czas na patriotyzm gospodarczy

KOMENTARZ

Przetarte ścieżki zostały odnowione

TOMASZ SIEMIENIEC
redaktor naczelny „PB”

Tym 28-stronicowym dodatkiem podsumowujemy siódmą już edycję redakcyjnego programu „Czas na patriotyzm gospodarczy”. Zainaugurowaliśmy ją 11 maja 2016 r. w klubie biznesowym PGE Narodowego debatą główną z udziałem gości z najwyższej półki politycznej, biznesu oraz gospodarczych mediów. Pierwszy raz w historii naszego projektu gościliśmy premiera rządu – Beatę Szydło, w asyście aż dwóch wicepremierów – Mateusza Morawieckiego i Jarosława Gowina. Przedsiębiorców reprezentowali trzej przedsiębiorcy prywatni oraz siedmiu menedżerów wielkich podmiotów.

Później w siedzibie Giełdy Papierów Wartościowych odbyły się cztery już bardziej kameralne debaty tematyczne. Obok zamieszczamy hasłowo konkluzje ze wszystkich spotkań, a na dalszych stronach dodatku przypominamy obszerne relacje. Poniżej zaś zebrana została w porządku alfabetycznym lista wszystkich uczestników naszych paneli.

Projekt „Czas na patriotyzm gospodarczy” wystartował na Stadionie Narodowym 22 maja 2013 r. Wtedy biznes i polityczni sternicy państwa pierwszy raz wymienili się doświadczeniami, omówili problemy, zaproponowali rozwiązania i uznali, że warto rozmawiać. „PB” przecierał patriotyczne ścieżki gospodarcze w okresie, gdy poruszanie tego wątku nie było zbyt popularne. Nasza inicjatywa okazała się jednak ponadczasowa. Komplet relacji z wszystkich siedmiu edycji programu, łącznie z nagraniami dyskusji, polecamy na stronie: **patriotyzm.pb.pl.** © ℗

W siódmej edycji udział wzięli:

- **Henryk Baranowski** Polska Grupa Energetyczna
- **Radosław Borkowski** Grupa Somfy
- **Bartosz Ciołkowski** MasterCard Europe
- **Jacek Czerniak** Citi Handlowy
- **Piotr Dytko** KGHM Cuprum
- **Jarosław Gowin** wicepremier, minister nauki i szkolnictwa wyższego
- **Adam Góral** Asseco Poland
- **Zbigniew Jagiełło** PKO Bank Polski
- **Wojciech Jasiński** PKN Orlen
- **Jakub Karnowski** Luma Investment
- **Agnieszka Kłos** Provident Polska
- **Tadeusz Kościński** wiceminister rozwoju
- **Andrzej Kozłowski** PKN Orlen
- **Michał Krupiński** PZU
- **Alfred Kubczak** Jeronimo Martins Polska
- **Sebastian Kulczyk** Kulczyk Investments
- **Grzegorz Kurdziel** Poczta Polska
- **Łukasz Kwiecień** TFI PZU
- **Daniel Maksym** Narodowe Centrum Badań i Rozwoju
- **Bartosz Marczuk** wiceminister rodziny, pracy i polityki społecznej
- **Mateusz Morawiecki** wicepremier, minister rozwoju
- **Piotr Muszyński** Orange Polska
- **Piotr Osiecki** Altus TFI
- **Krzysztof Pawiński** Maspex Wadowice
- **Bartłomiej Pawlak** Polska Agencja Informacji i Inwestycji Zagranicznych
- **Marcin Piasecki** Polski Fundusz Rozwoju
- **Sławomir S. Sikora** Citi Handlowy
- **Leszek Skiba** wiceminister finansów
- **Krzysztof Skóra** KGHM
- **Witold Sugalski** Polska Grupa Energetyczna
- **Michał Szaniawski** Agencja Rozwoju Przemysłu
- **Krzysztof Szubert** Ministerstwo Cyfryzacji
- **Beata Szydło** prezes Rady Ministrów
- **Wojciech Trusz** Ministerstwo Rozwoju
- **Małgorzata Zaleska** Giełda Papierów Wartościowych

DEBATA GŁÓWNA — 11.05.2016, RELACJA NA STR. IV-IX

Polityka gospodarcza powinna wspomagać ambicje biznesu

Wnioski i rekomendacje

Patriotyzm gospodarczy to chwytliwe hasło, które jeszcze kilka lat temu niemal nie występowało w debacie publicznej, a obecnie wszyscy się pod nim podpisują. To kategoria pozytywna, jednak dość cienka jest granica między prorozwojowym patriotyzmem a szkodliwym dla wolnego rynku protekcjonizmem. Na początku transformacji nastąpiło w Polsce naturalne zachłyśnięcie się Zachodem, ale po ćwierć wieku możemy już wybierać z porównywalnej jakościowo oferty i wspierać produkty polskie. Gospodarka potrzebuje liderów, stąd tak ważna jest rola narodowych czempionów. Prozaicznym miernikiem patriotyzmu gospodarczego staje się płacenie podatków, czego przeciwieństwem jest tzw. optymalizacja podatkowa.

Najbardziej rozwinięte państwa Unii Europejskiej od lat realizują bardziej czy mniej zawoalowane programy wspierania swoich gospodarek. Potwierdza to, że sama niewidzialna ręka rynku bez podania dłoni przez państwo to iluzja. Wspomagane i dotowane są przede wszystkim gałęzie uważane za strategiczne. Odwieczny problem „ile państwa w gospodarce” staje się kwestią wyboru politycznego. Niestety, istnieje obiektywna sprzeczność — w polityce najważniejsza jest popularność, przekładająca się na głosy wyborców, natomiast w biznesie liczy się przede wszystkim efektywność. W Polsce rynek potwierdza możliwości branż, które w ogóle nie są wspierane przez państwo, a nawet rozwijają się wbrew jego polityce.

Podstawą polskiej gospodarki są firmy małe i średnie, które nie mają pieniędzy na badania naukowe. Odpowiednimi zasobami dysponują natomiast przedsiębiorstwa wielkie, w tym spółki skarbu państwa. W najbardziej zaawansowanych technologicznie gospodarkach wiele innowacyjnych rozwiązań powstaje dzięki subsydiom państwowym. Z drugiej jednak strony — nowatorstwo prywatnego biznesu jest zdecydowanie wyższe. Zadaniem państwa staje się zorientowana na postęp edukacja oraz stworzenie systemu zachęcającego naukę i biznes do współpracy. Dotychczas działania obu stron są niespójne. Tylko mechanizm wzajemnych korzyści finansowych uruchomi patriotyczne wykorzystywanie polskich wynalazków przez polskie firmy.

Obszarem szczególnego wsparcia państwa dla ambitnych i patriotycznych polskich przedsiębiorców jest ich ekspansja zagraniczna. Na rynkach rozwiniętych główne znaczenie ma jakość towarów i usług. Chociaż politycy również z UE wykorzystują każdą okazję do popierania postulatów inwestorów z ich państw. Dla polskich przedsiębiorców rozpinanie parasola politycznego ma jednak największe znaczenie przy inwestowaniu na rynkach wschodzących i biedniejszych. W takich państwach potrzebna jest skuteczna polska dyplomacja ekonomiczna, wyrównująca szanse naszych firm. Istotne znaczenie dla rozwoju biznesu mają również kontakty polityczne na najwyższych szczeblach, czego przykładem są relacje polsko-chińskie.

DEBATA NR 1 — 1.06.2016, RELACJA NA STR. XII-XIII

Prorozwojowe oszczędzanie

Wnioski i rekomendacje

W realiach polskich firm rodzinnych to oszczędności, a nie kredyty są głównym źródłem inwestowania. Dlatego od umiejętności oszczędzania zależy poziom inwestycji, który okazuje się najbardziej wiarygodnym wskaźnikiem koniunktury. A bez odblokowania inwestycji nie da się utrzymać tempa wzrostu, zakładanego w trudnym budżecie 2017.

Nawet dysponujący zasobami finansowymi Polacy generalnie nie mają nawyków świadomego, planowego oszczędzania. W pierwszej kolejności zdecydowanie stawiają na doraźną konsumpcję w krótkim horyzoncie czasowym. Dlatego konieczne jest stworzenie przez państwo spójnej koncepcji budowania oszczędności długoterminowych.

Szczególnym obszarem gromadzenia oszczędności są instrumenty związane z trzecim filarem emerytalnym, programy, takie jak IKE, IKZE i PPE mają zbyt mało zachęt podatkowych. Poza tym po przejęciu przez budżet państwa pieniędzy gromadzonych w otwartych funduszach emerytalnych radykalnie spadło zaufanie społeczne do takich instytucji.

Nie można wylać dziecka z kąpielą, czym byłoby ostateczne rozebranie pieniędzy z otwartych funduszy emerytalnych. Ważnym instrumentem budowania wieloletnich oszczędności Polaków pozostaje warszawska Giełda Papierów Wartościowych. Należy wzmacniać zaufanie do niej, ale jest to związane z konieczną jej transparentnością.

CZAS NA PATRIOTYZM GOSPODARCZY

DEBATA NR 2 — 17.06.2016, RELACJA NA STR. XVIII-XIX

Cyfryzacja potrzebuje zmiany mentalności

Wnioski i rekomendacje

Patriotyzm nowoczesny, a nie archaiczny musi dostosowywać się do wielkich procesów globalnych. Nadchodzi czwarta rewolucja przemysłowa, która dla polskiej gospodarki staje się wielką szansą, ale jeszcze większym wyzwaniem. Obecnie jest zbyt naśladowcza, dlatego musi przestawić się z fazy imitacyjnej na innowacyjną. A klucz to powszechna cyfryzacja.

Cyfryzacja w Polsce postępuje bardzo nierówno. W bankowości realnie jesteśmy w technologicznej czołówce, ale w obszarze szeroko rozumianej komunikacji urzędów z obywatelami wciąż dominuje obieg dokumentów papierowych, obdarzanych większym zaufaniem. Dlatego podniesienie wskaźnika ucyfrowienia społeczeństwa wymaga przede wszystkim zmiany mentalnej.

Warunkiem przyspieszenia e-gospodarki jest koordynacja wysiłków administracji publicznej i sektora prywatnego. A w pierwszym kroku — ujednolicenie systemów w samej administracji, które często nie są kompatybilne. Poszczególne resorty i instytucje centralne, a także jednostki samorządu terytorialnego, cyfryzując się, myślą głównie o własnych potrzebach.

DEBATA NR 3 — 17.06.2016, RELACJA NA STR. XXII-XXIII

Innowacyjność nie może być tylko ideą

Wnioski i rekomendacje

Kategoria przywołana w tytule musi wiązać się z konkretnymi produktami i prowadzić do czegoś więcej niż tylko do zaksięgowania lepszego czy gorszego wydania pieniędzy przeznaczonych na rozwój. W Polsce nakłady na badania znajdują się znacznie poniżej średniej unijnej, ale nawet takie ograniczone pieniądze powinny być wydawane znacznie mądrzej.

W centrach cywilizacyjnego rozwoju klimat dla innowacyjności tworzą wielkie firmy prywatne, realizujące projekty dzięki wsparciu państwa. W Polsce podmioty zdolne do takiego liderowania kontroluje skarb państwa, kierujący się innymi priorytetami. Głównym impulsem rozwojowym wciąż jest tańsza niż na Zachodzie siła robocza, a nie nowe technologie.

Sposobem bardziej efektywnego wydawania pieniędzy na nowatorstwo jest szybkie ocenianie realizowanych projektów i kończenie nierokujących powodzenia. Często nawet wartościowe osiągnięcia naukowe nie nadają się do wykorzystania komercyjnego. Innowatorzy także powinni uczestniczyć w grze rynkowej, a administracja musi przełamywać bezpieczną zachowawczość.

DEBATA NR 4 — 27.06.2016
RELACJA NA STR. XXVI-XXVII

Atrakcyjność ulega zmianom

Wnioski i rekomendacje

Inwestorzy zagraniczni doceniają atuty Polski — położenie w Europie Środkowej oraz poprawiającą się infrastrukturę. Za szczególny atut uważają dostęp do zasobów ludzkich, kreatywnych i wykształconych specjalistów i ekspertów. Dlatego międzynarodowe firmy lokują u nas centra kompetencyjne, a Polacy szybko obejmują funkcje menedżerskie w oddziałach globalnych korporacji. Problemem jest natomiast brak stabilności przepisów i tak potrzebnej biznesowi przewidywalności. Jaskrawo występuje to obecnie po zmianie władzy, która np. branżę handlową przez wiele miesięcy trzyma w ogromnej niepewności.

Polska może już sobie pozwolić na selekcję ofert inwestorów zagranicznych i popieranie najbardziej innowacyjnych. Pozwoli to na uwolnienie się z pułapki średniego rozwoju. Ważne jest terytorialne równoważenie inwestycji, aby nie koncentrowały się one tylko na zachód od Wisły. Konieczne jest również określenie gospodarczej tożsamości kraju i wybranie branż, w których Polska może się specjalizować. Obecnie inwestorzy i konsumenci za granicą nie mają jasnych skojarzeń brandu Polska. Narodowy marketing powinien koncentrować się na jakości produktów, a nie stawiać głównie na sprzedawaną masę.

REKLAMA 33100

Rok TV za darmo obejmuje rabat na abonament pakietu FunPack (Supernova TV i Telefonia internetowa) z umową na 24 miesiące i przyznawany jest na pierwsze 12 miesięcy obowiązywania umowy. Opłata aktywacyjna przy wyborze e-faktury wynosi 0 zł, a dla Klientów niekorzystających z e-faktury wynosi 199 zł. Internet światłowodowy Supernova dostępny w wybranych lokalizacjach, których lista znajduje się na orange.pl. Szczegóły promocji „Rok TV za darmo z Supernovą w FunPacku", ważnej od 4.04.2016 r. do 31.01.2017 r., w regulaminach u sprzedawcy, na orange.pl lub pod numerem infolinii 801 234 567. Koszt połączenia zgodny z cennikiem Twojego operatora.

Czas na patriotyzm gospodarczy

Idziemy razem w tym

Patriotyzm gospodarczy — nośne hasło, ale różnie rozumiane, o czym świadczą cytaty na kolejnych stronach — jest dziś często wyciągane na sztandary, choć jeszcze nie tak dawno w debacie publicznej nie występowało. „Puls Biznesu", nieskromnie, przypisuje sobie zasługi na polu tej dobrej zmiany. Jako pierwsi poważnie zajęliśmy się kwestią gospodarczego patriotyzmu. W 2013 r. zorganizowaliśmy pierwszą debatę z udziałem najważniejszych przedstawicieli świata polityki i biznesu, by porozmawiać o tym, czym powinien być patriotyzm gospodarczy, oraz poszukać recept na rozwój gospodarki.

Jesteśmy dumni, że czwarty rok z rzędu udało nam się zorganizować spotkanie na szczycie – w tym roku z udziałem premiera, dwóch wicepremierów, trzech przedsiębiorców i siedmiu menedżerów największych firm.

Byliśmy i jesteśmy bowiem przekonani, że dialog w takim gronie, wymiana doświadczeń i wzajemne zrozumienie to warunki konieczne dla rozwoju kraju. Tym bardziej że wyzwań — choćby związanych z wielkim gospodarczym projektem nowego rządu — jest bardzo dużo.

WYSTĄPIENIE BEATY SZYDŁO, PREZES RADY MINISTRÓW, OTWIERAJĄCE DEBATĘ

To już siódma edycja tego projektu, ale po raz pierwszy w dyskusji o patriotyźmie gospodarczym uczestniczy polski premier i tak wielu ministrów. Chcemy w ten sposób podkreślić i zamanifestować, że dla rządu RP wszystko, co dotyczy szybkiego rozwoju polskiej gospodarki, przekładającego się na poprawę warunków życia naszych obywateli – jest priorytetem. (...)

Wielka idea, która jest kanwą rozwojowego programu rządu, to właśnie idea patriotyzmu gospodarczego. Na różne sposoby rozumianego, zapewne nie ma jednej jego definicji. Gdybym miała najkrócej określić, czym jest dla mnie patriotyzm gospodarczy, to powiedziałabym: promować wszystko, co polskie, budować polską markę, kupować polskie produkty, wspierać polskie firmy. Ale oczywiście jesteśmy w Unii Europejskiej i jako rząd nie możemy przyjąć rozporządzeń, które nakazują produkowanie w polskich firmach czy kupowanie polskich produktów. Ale właśnie jako rząd możemy tak prowadzić polskie sprawy i tworzyć taki klimat dla budowania potencjału gospodarczego, by polskie firmy stawały się coraz silniejsze, aby wspierane przez państwo mogły wychodzić na zewnątrz, szukać nowych rynków, zatrudniać młodych ludzi, korzystać z najnowocześniejszych technologii. Oczywiście zapraszamy także inwestorów zagranicznych. (...)

W ramach patriotyzmu gospodarczego istnieje też słowo służba. I my politycy zostaliśmy wysłani na służbę przez polskich obywateli. Przedsiębiorcy są przede wszystkim strażnikami własnych firm, które muszą rozwijać, chronić przed obcymi przejęciami i zawirowaniami, a politycy są zobowiązani do tworzenia dobrych rozwiązań prawnych, które przedsiębiorcom pozwolą funkcjonować. Idziemy razem w tym samym kierunku – i biznes, i polityka. Na mecie powinien widnieć napis „patriotyzm gospodarczy", przekładający się na dobrobyt obywateli i bogactwo ojczyzny – taki jest cel naszego rządu. Dlatego powstał plan odpowiedzialnego rozwoju, którego twórcą i koordynatorem jest wicepremier Mateusz Morawiecki. W rządzie jest odpowiedzialny za to, byśmy umieli przejść przez kolejne etapy i budować szybszy rozwój Polski przy wykorzystaniu wszystkich narzędzi i zasobów, byśmy razem tworzyli drużynę patriotyzmu gospodarczego. (...)

Bardzo nam zależy, by w nowoczesnym patriotyzmie dostrzegać rolę i znaczenie nauki oraz nowatorskich technologii. Nie możemy się poszczycić, że jesteśmy w czołówce państw innowacyjnych – a przecież mamy ku temu wszystkie warunki: doskonale przygotowani młodzi ludzie, doskonale przygotowane laboratoria. Dlaczego więc tak się dzieje, że ciągle nie jesteśmy w czołówce? To również państwo powinno tworzyć systemowe wsparcie dla rozwoju innowacyjności i myśli technicznej. Chcemy, by dokonania nauki przekładały się na konkret gospodarczy. To wszystko mieści się w planie odpowiedzialnego rozwoju, który ma dać wszystkim obywatelom szanse, by powodzenie i lepsza przyszłość państwa stały się realne. Jesteśmy do tego zdeterminowani, przygotowani, jesteśmy optymistami. Jeśli współpraca pomiędzy polityką a biznesem będzie przebiegała na zdrowych zasadach rynkowych – my tworzymy prawo, klimat, programy, a przedsiębiorcy przekładają to na rozwój, zaangażowanie w przemysł, budowę silnych firm – to będziemy mogli sobie wspólnie pogratulować, że zrobiliśmy, co do nas należało, i dobrze wykorzystaliśmy czas, który powierzyli nam polscy obywatele.

JUŻ PISALIŚMY

„PB" z 23.05.2013 r.

BEZPRECEDENSOWE SPOTKANIE: Po raz pierwszy ramię w ramię zasiedli ministrowie, przedsiębiorcy i menedżerowie, by dyskutować o tym, co ważne dla polskiej gospodarki. Spotkanie dobitnie dowiodło, że styk biznesu i polityki nie jest czymś złym, wręcz przeciwnie – jest warunkiem lepszego rozwoju. Jedną z konkluzji była potrzeba doceniania i cieszenia się z biznesowych sukcesów.

„PB" z 22.05.2014 r.

SUKCES I WYZWANIA: Motywem przewodnim drugiego spotkania było podsumowanie 25 lat wolności gospodarczej. Ocena była jednoznaczna: Polska odniosła gigantyczny sukces, ale nie może spocząć na laurach, bo wciąż musimy gonić, wyzwań nie zabraknie. Główny wniosek: trzeba postawić na gospodarkę opartą na wiedzy.

„PB" z 29.09.2015 r.

WSPÓLNA MĄDROŚĆ: Kilkanaście miesięcy później politycy i ludzie biznesu szukali recepty na wprowadzenie polskiej gospodarki na ścieżkę nowoczesności. I znaleźli: trzeba przyspieszyć międzynarodową ekspansję polskich firm, postawić na młodych i wykorzystać atuty.

CZAS NA PATRIOTYZM GOSPODARCZY

samym kierunku...

Nie ma jednej definicji patriotyzmu gospodarczego — zgodzili się wszyscy uczestnicy debaty, a każdy z nich dołożył do niego inny element. Widzą jego przejawy w codziennej trosce o pracowników i społeczność lokalną. W tworzeniu miejsc pracy, usprawnianiu codziennego działania i niespoczywaniu na laurach, lecz ciągłym podnoszeniu sobie poprzeczki. Patriotyzm to też... wyznanie miłości — do gospodarki i stworzenie przedsiębiorcom takich warunków, by chcieli ją kochać. Miłości w tym wymiarze należy uczyć już najmłodszych, by nie zachłysnęli się zachodnimi produktami, bezkrytycznie uznając je za lepsze. Trzeba jednak pamiętać, że patriotyzm ma też granice, po których przekroczeniu uderzyłby w inne narody.

Mamy wiele definicji patriotyzmu, które wspólnie budują to złożone pojęcie. Jako firma prowadząca biznes z miasta powiatowego Wadowice patrzymy dodatkowo na perspektywę lokalną. Patriotyzm to na pewno postawa szlachetna i piękna, ale transferując to pojęcie na obszar życia gospodarczego, trzeba wykazywać się dużą delikatnością i umiejętnościami poruszania się.
Nie chodzi tu bowiem o oflagowanie wszystkich produktów na sklepowych półkach na biało-czerwono. Trzeba być wyczulonym na patriotyzm gospodarczy innych, mniejszych, krajów, które mogą czuć się zagrożone rozwojem naszych biznesów. Patriotyzm od protekcjonizmu dzieli cienka linia, którą łatwo jest przekroczyć.

Krzysztof Pawiński
prezes Grupy Maspex Wadowice

Parę dni temu przeczytałem wypowiedź przedsiębiorcy, który zadeklarował, że jako polski przedsiębiorca ma polskie obowiązki. Bardzo mi się to spodobało. Ja jestem polskim menedżerem i mam polskie obowiązki, tj. robienia tego, co jest dobre dla polskiej gospodarki i dla PKO BP. Jesteśmy w 100 proc. związani z polską gospodarką i Polakami. Jako polski bank nie możemy przyjąć takiej strategii prowadzenia firmy, że bank oferuje parasol, kiedy jest słońce, a zabiera go, gdy jest deszcz.

Zbigniew Jagiełło
prezes PKO Banku Polskiego

Jeden z aspektów patriotyzmu gospodarczego widać w miejscu pracy, a polega na właściwym wykonywaniu swoich obowiązków, rozumieniu ich wagi i istoty dla rozwoju gospodarczego i społecznego kraju. To dążenie do poprawy i usprawnienia wszystkich procesów gospodarczych — poczynając od absolutnie najdrobniejszych i najprostszych, a kończąc na tych, do których powołani są menedżerowie, w tym menedżerowie skarbu państwa — oraz aktywnego uczestniczenia w życiu społecznym i gospodarczym kraju.

Henryk Baranowski
prezes PGE
Polskiej Grupy Energetycznej

Mój patriotyzm gospodarczy to spełnienie osobistego marzenia, a jest nim stworzenie pierwszej, globalnej, technologicznej, polskiej marki, która będzie rozpoznawalna na całym świecie. Będzie to taka marka, z której Polacy będą dumni i o której będą mogli z dumą powiedzieć: to jest polska marka technologiczna. Mam też nadzieję, że Ciech stanie się globalnym graczem przemysłowym.

Sebastian Kulczyk
prezes Kulczyk Investments

Czas na patriotyzm gospodarczy

...kochając gospodarkę,

Patriotyzm to dbanie o rozwój gospodarki. Kojarzy się też ze słowem „kochać", ale to również polska gospodarka musi dać się kochać, m.in. polskim przedsiębiorcom. I po to jesteśmy my, to obowiązek ciążący na naszych barkach i działanie, któremu będziemy poświęcać bardzo dużo uwagi, co będzie się przekładać na konkretne kwestie uproszczeń dla przedsiębiorców. Tak, żeby państwo też dało się kochać.

Mateusz Morawiecki
wicepremier, minister rozwoju

Patriotyzm gospodarczy ma wymiar jednoznacznie pozytywny i nie należy kojarzyć go z zaściankowością czy naruszeniem zasad wolnego rynku, bo nie nakazują one działać przeciw interesom kraju macierzystego. Patriotyzmu powinniśmy się uczyć od najmłodszych lat. Potrzebne są specjalne programy edukacyjne i informacyjne, pokazujące, że to, co polskie, jest równie dobre albo lepsze niż zagraniczne. Na początku transformacji zachłysnęliśmy się Zachodem, ale dzisiaj, dokonując wyboru spośród porównywalnych pod względem jakości produktów, powinniśmy sięgnąć po polski.

Małgorzata Zaleska
prezes GPW

Patriotyzm gospodarczy to przede wszystkim kwestia ambicji. Jesteśmy częścią globalnej gospodarki i nie wystarczy kupować własnych produktów, ale stale podnosić poziom własnych ambicji. PZU jest największą i najbardziej dochodową firmą ubezpieczeniową w tej części Europy, ale to nie wystarczy. Chcemy być najbardziej innowacyjną i najlepszą firmą. Polakom tej ambicji nie brakuje, m.in. w zdobywaniu nowych rynków. Pozytywnym przykładem patriotyzmu gospodarczego są przedsiębiorstwa szwajcarskie, które zatrudniają za granicą więcej osób niż u siebie.

Michał Krupiński
prezes PZU

Założyciel banku, którym kieruję, już w 1870 r. mówił o polskim patriotyzmie gospodarczym i o tym, jak bank może przyczynić się do wzrostu gospodarczego i zwiększenia dobrobytu obywateli. Widzę trzy praktyczne wymiary patriotyzmu, które realizuję jako menedżer. Pierwszy to tworzenie miejsc pracy. Drugi to płacenie podatków w kraju, w którym tworzymy wartość dodaną. Trzeci wymiar to edukacja młodych Polaków, bo to od niej zależy dobrobyt i rozwój Polski. Dlatego stworzyliśmy program edukacji finansowej, który tylko w zeszłym roku objął 150 tys. uczniów.

Sławomir S. Sikora
prezes Citi Handlowego

Patriotyzm gospodarczy sprowadza się do tego, jak zostać przyzwoitym Polakiem. Płacimy podatki w miejscu powstania przychodów, tzn. że uznajemy, że Polak ma być dobrym Polakiem, ale też Słowak dobrym Słowakiem, a Czech dobrym Czechem. To nietypowe podejście, bo wiele korporacji poszukuje optymalizacji podatkowej. Staram się wybierać polskie produkty i usługi, kiedy to możliwe, ale to samo prawo daję Czechowi i Słowakowi. Nie możemy nikomu nakazać wybierania „naszego". Ważne jest też uczenie się od tych, którzy są lepsi — ich narodowość nie ma znaczenia.

Adam Góral
prezes Asseco Poland

CZAS NA PATRIOTYZM GOSPODARCZY

która da się kochać

Znajomy kiper opowiadał, jak zobaczył na targach stoisko z duńskim winem. Zaskoczony podszedł i usłyszał: produkujemy od niedawna, są bardzo kwaśne i bardzo drogie, ale są duńskie, więc w Danii świetnie się sprzedają. To jedna strona patriotyzmu gospodarczego. Druga to taka: zgłosił się do mnie kiedyś amerykański generał. Zadeklarowałem wcześniej, że kołem zamachowym polskiej gospodarki mogą być zamówienia w przemyśle obronnym, który powinien opierać się na osiągnięciach polskich naukowców. On zwrócił mi natomiast uwagę: polscy naukowcy wiedzą, że kolejne rządy zmuszą armię do kupowania polskiego sprzętu, więc nie będą się starać.

Jarosław Gowin
wicepremier, minister nauki i szkolnictwa wyższego

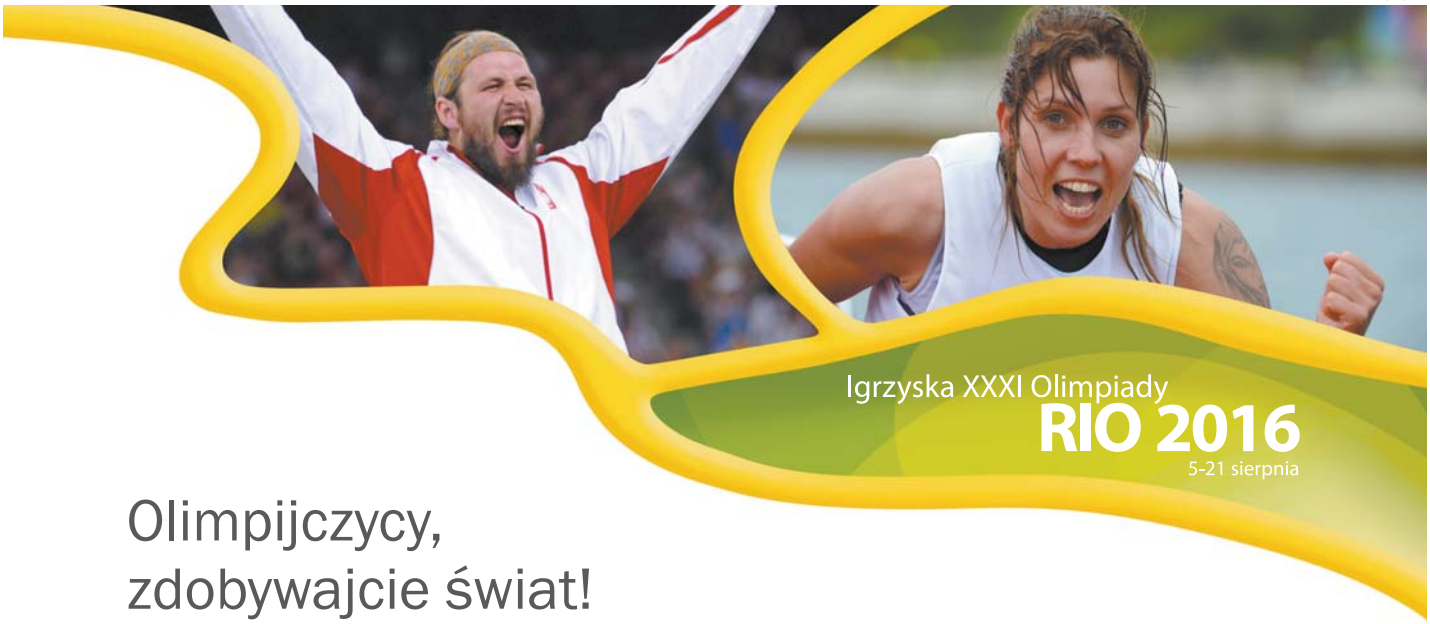
Patriotyzm gospodarczy to dbanie o gospodarcze interesy firmy i interesy narodowe. To nie tylko bycie dobrym płatnikiem podatków, zasilającym budżet, ale też dbanie o pracowników. Powinni czuć, że firma, w której pracują, to ich firma, i partycypować w zyskach przez nią wypracowywanych. Kolejne pole do działań to wsparcie społeczności lokalnej.

Krzysztof Skóra
prezes KGHM

Patriotyzm gospodarczy potrzebuje liderów – ogromnych firm, które inwestują w rozwój, w nowoczesną gospodarkę. Mówi się, że gospodarka opiera się na małych i średnich firmach, ale bez dużych nie będzie w stanie się rozwijać. Takie firmy silne mogą być jednak tylko w silnej gospodarce i służyć jej swoimi możliwościami. Jeśli prześledzi się historię gospodarczą, to nie sposób znaleźć państwa, które by się rozwijało bez nastawionej na rozwój gospodarczej polityki rządu. Wymaga to m.in. rozważnego działania urzędników, żeby nie nadużywali swoich możliwości.

Wojciech Jasiński
prezes PKN Orlen

REKLAMA 32976



Olimpijczycy,
zdobywajcie świat!
Dla siebie, dla nas, dla Polski.

KULCZYK INVESTMENTS

Sponsor Strategiczny
Polskiej Reprezentacji
Olimpijskiej

Czas na patriotyzm gospodarczy

Państwowa dłoń ściska

Patriotyzm gospodarczy z kontrowersyjnego hasła przeistoczył się w oficjalną ideologię. Pora, by zaczął przynosić korzyści

Marcel Zatoński

m.zatonski@pb.pl ☎ 22-333-98-15

Małgorzata Grzegorczyk

m.grzegorczyk@pb.pl ☎ 22-333-98-56

Czy mocno zużytą wiarę w niewidzialną rękę rynku powinna zastąpić wiara w silne i wyznaczające kierunki rozwoju państwo? Gdzie leży granica między patriotyzmem a protekcjonizmem? Co robić, by dogonić bogatsze państwa i sprawić, by polskie marki stały się globalne? O tym na Stadionie Narodowym dyskutował tuzin czołowych postaci świata polityki i biznesu podczas zorganizowanej przez „Puls Biznesu" debaty, otwierającej już siódmą edycję cyklu „Czas na patriotyzm gospodarczy".

Renesans patriotyzmu

Mateusz Morawiecki, wicepremier i minister rozwoju, którego plan ma uwolnić Polskę z pułapki średniego wzrostu, cieszył się, że hasło „patriotyzmu gospodarczego", które jeszcze 2-3 lata temu prawie nie istniało w debacie publicznej, teraz stało się dla wszystkich oczywiste i wszyscy się pod nim podpisują. Oburzał się jednocześnie na „propagandę, którą karmiono nas przez ponad 25 lat".

– Przedsiębiorcy lubią mówić, że podatki są złe, a państwo niepotrzebne, i że trzeba tylko większej swobody. Jednak prawdziwa odpowiedź na współczesne problemy nie jest ani liberalna, ani socjalistyczna – jest dokładnie pośrodku, choć oczywiście państwa zachodnie stosują inną retorykę, bo silnym gospodarkom opłaca się wmawianie tego innym – powiedział Mateusz Morawiecki.

Wicepremier zwracał uwagę na to, jak działały kraje, do których chcemy teraz równać, choćby Niemcy i Francja.

– Tam przez lata państwo aktywnie angażowało się w proces budowy silnej gospodarki, było bardzo aktywnym graczem. My tych mechanizmów, które tam stosowano przed czterdziestu laty, nie możemy teraz przełożyć wprost, bo realia są już inne – jako członek Unii Europejskiej i Światowej Organizacji Handlu zwyczajnie nie możemy wprowadzać mechanizmów protekcjonistycznych. Nie ma co jednak wierzyć bezrefleksyjnie w niewidzialną rękę rynku, tej ręce musi pomagać ręka państwowa – powiedział Mateusz Morawiecki.

Rola ręki

Wicepremierowi w krytyce wiary w niewidzialną rękę rynku wtórował Henryk Baranowski, prezes PGE.

– Wtłaczano nam przez lata, że wolny rynek rozwiąże wszystkie problemy, że upada to, co powinno upaść, a to, co ma się rozwijać, samo się rozwinie. Tymczasem na całym świecie w każdym rozwiniętym kraju funkcjonują mniej lub bardziej zawoalowane programy wsparcia rodzimej gospodarki, co widać choćby na przykładzie Niemiec, i wykreowania przez nie branży odnawialnych źródeł energii. Wszyscy mniej lub bardziej otwarcie dotują te gałęzie przemysłu, które uważają za istotne, i to samo powinniśmy robić my poprzez wsparcie i zwiększenie aktywności krajowych czempionów – powiedział Henryk Baranowski.

Wojciech Jasiński, prezes Orlenu, rolę państwa widzi przede wszystkim w tworzeniu odpowiedniego otoczenia dla małych i w pozwoleniu dużym na robienie dużych rzeczy.

– To w dużej mierze działalność wychowawcza – trzeba odpowiednio kształcić kadry i przekonywać Polaków, że to, co polskie, jest dobre. Nie można też zaniedbywać największych firm – oczywiście promocja małych i średnich przedsiębiorstw jest potrzebna, ale to duże firmy mogą najwięcej inwestować w innowacyjność i to one dysponują funduszami, pozwalającymi na rozwój w dziedzinach innych niż gospodarka, choćby poprzez sponsoring sportu – powiedział Wojciech Jasiński.

Krzysztof Skóra, prezes KGHM, uważa, że w kontekście rozwoju i innowacji dla dużych firm najważniejsza jest stabilność przepisów, dająca warunki do inwestowania, i zdrowy rozsądek menedżerów.

– W KGHM przy wsparciu funduszy unijnych wydano wielkie pieniądze na projekty, które niekoniecznie przekładały się na realne zwiększenie wartości firmy, zachłyśnięto się marzeniem o globalnej mocarstwowości. Musimy inwestować w innowacje, ale trzeba to robić rozsądnie i z myślą o konkretnych korzyściach – stwierdził Krzysztof Skóra.

Cienka linia

Tyle o rękach rynku i państwa ministrowie i szefowie skarbowych spółek. A co na to biznes prywatny? Krzysztof Pawiński, współtwórca i prezes spożywczego Maspeksu, nieco studził państwowe zapędy w sferze gospodarczej. Zwrócił uwagę na to, że linia między patriotyzmem a protekcjonizmem jest bardzo cienka.

– Odpowiedź na pytanie, czy państwa w gospodarce ma być więcej, czy mniej, to odpowiedź polityczna. Niestety, w polityce wygrywa się dzięki popularności, a w biznesie bardziej liczy się efektywność. Te dwa zwierzęta rzadko kiedy się krzyżują. Dlatego sądzę, że wydana przez państwo komenda „cała naprzód!" to najgłupsza rzecz, jaką można zrobić – powiedział Krzysztof Pawiński.

Jego zdaniem, niewidzialna ręka rynku wcale nie uschła, trzeba tylko uważnie obserwować realia gospodarcze i nie myśleć życzeniowo.

– Rynek daje fantastyczne odpowiedzi na to, w których obszarach gospodarki polskie firmy potrafią sobie poradzić najlepiej. Jasno widać, które branże przez lata rozwinęły się w Polsce bez żadnego wsparcia ze strony władz. Nie można więc teraz odgórnie decydować, że wesprzemy tych albo tych, bo rozwoju w akurat tych dziedzinach byśmy chcieli, tylko trzeba obserwować rynek i brać pod uwagę efektywność – stwierdził prezes Maspeksu.

Innowacyjne państwo

Wicepremier Jarosław Gowin, minister nauki i szkolnictwa wyższego, pomstował na funkcjonujący od lat model polskiego państwa jako hamujący rozwój gospodarczy.

– Zbudowaliśmy karykaturę zachodnioeuropejskiego państwa opiekuńczego, rozrośniętego biurokratycznego molocha, który na każdym kroku ogranicza naszą wolność, ale nie potrafi pomóc w rozwiązaniu podstawowych problemów. Tymczasem ideałem jest silne państwo ograniczone, czyli takie, które daje swobodę działania w większości obszarów, ale tam, gdzie jest to strategicznie pożądane, choćby w energetyce i obronności, jest bardzo aktywne – powiedział Jarosław Gowin.

Minister nauki podkreślał, że podstawowym zadaniem rządu jest tworzenie jak najlepszych warunków do zwiększania konkurencyjności i innowacyjności gospodarki. A tego nie da się zrobić bez silnego, także finansowego wsparcia państwa.

– W USA od lat 70. do połowy poprzedniej dekady 88 proc. kluczowych innowacji powstało dzięki subsydiom państwowym – albo w postaci bezpośrednich dotacji, albo ulg podatkowych. Elon Musk

CZAS NA PATRIOTYZM GOSPODARCZY

niewidzialną rękę rynku

CZAS PATRIOTÓW: Wicepremierzy postulowali większą aktywność państwa w gospodarce, wtórowali im prezesi spółek skarbu państwa, a prywatni przedsiębiorcy trochę chcieli, a trochę się bali. Tak w Biznes Klubie Stadionu Narodowego wykluwała się wspólna wizja patriotyzmu gospodarczego. [FOT. GK]

nie zbudowałby Tesli, gdyby nie miliardy z budżetu – przypomniał Jarosław Gowin.

Marzenie o Musku

Na przykład Elona Muska powoływał się też miliarder Sebastian Kulczyk.

– Jego projekt SpaceX dowiódł, że przy wprowadzaniu innowacji efektywność prywatnego biznesu jest dużo wyższa niż efektywność instytucji państwowych – NASA może się wiele od niego nauczyć – zauważył Sebastian Kulczyk.

Wtórował mu Zbigniew Jagiełło, prezes PKO BP.

– Państwo dało Muskowi 5 mld USD, bo rozwój jego biznesu przysłuży się całemu krajowi. I o to właśnie chodzi w państwowych inwestycjach w innowacje – by pomagały przedsiębiorcom, którzy mają pomysł na nowy biznes, dający wartościowe miejsca pracy, w osiąganiu masy krytycznej, pozwalającej na działalność w skali międzynarodowej – mówił Zbigniew Jagiełło.

Sebastian Kulczyk, który za ponad 5 mld zł sprzedał ostatnio duży pakiet akcji browaru SABMiller i chce inwestować w nowe projekty, podkreślił, że w świetle błyskawicznego rozwoju nowych technologii trzeba wybiegać myślą w przód. Bo XXI wiek to w gospodarce już nie wiek siły roboczej, tylko mózgu.

– Mamy dziś gospodarkę imitacyjną, a nie innowacyjną. Dlatego konieczne są bardzo duże inwestycje w edukację i stworzenie jasnych, konkretnych zasad współpracy między uczelniami a biznesem. Kształcimy dużo bardzo dobrych inżynierów, świetnych informatyków, ale musimy zacząć komercjalizować polskie pomysły i póki się da, korzystać z zagranicznych grantów i funduszy. Nie śnijmy o polskiej Dolinie Krzemowej, bo jej powstania nie można zadekretować. Prawdziwa Dolina Krzemowa narodziła się w specyficznym miejscu i czasie, a w dodatku w otoczeniu uczelni przyciągających specyficznych ludzi. Możemy jednak zrobić coś swojego – powiedział Sebastian Kulczyk.

Polacy, chcący być gospodarczymi patriotami, w żadnym razie nie powinni się jednak zamykać na to, co przychodzi z zagranicy.

– Polscy inżynierowie pracują nad silnikami rakietowymi czy autonomicznymi systemami sterowania w motoryzacji. Robią to w ramach wielkich, globalnych firm, dlatego nie można lekceważyć kapitału zagranicznego, który daje nam możliwość wykonania skoku w dziedzinie technologii czy choćby organizacji pracy. Sektor bankowy i rozwój branży fintechowej w Polsce, w dużej mierze dzięki kapitałowi zagranicznemu, pokazuje, jakie korzyści może z tego czerpać gospodarka i wszyscy obywatele. Teraz przydałaby się jeszcze digitalizacja kontaktów z administracją na modłę estońską – stwierdził Sławomir S. Sikora, prezes Citi Handlowego.

Dyplomatyczne wyjście

Gdy już mamy coś swojego, możemy iść z tym za granicę. Adam Góral, twórca i prezes Asseco, wskazywał na to, że przy ekspansji w krajach biedniejszych rola państwa jest nie do przecenienia.

– W bogatszych krajach, jak Hiszpania czy Izrael, przy ekspansji mieliśmy taki problem, że Polakom po prostu nie ufano, i musieliśmy sami ich przekonywać, że jesteśmy poważnym graczem. W biedniejszych jest inaczej – tam o inwestycjach często decydują politycy, a w ich oczach uwiarygodnić nas mogą tylko inni politycy. Warto docenić i rozwinąć działalność naszych placówek dyplomatycznych – sądzę, że nasz projekt w Etiopii nie udałby się, gdyby w jego realizację nie włączyła się aktywnie polska placówka – mówił Adam Góral.

Na znaczenie dyplomacji gospodarczej zwracał też uwagę wicepremier Morawiecki.

– Ministrowie z innych państw przyjeżdżają do Polski z długimi listami pretensji i życzeń, dotyczących działalności i potrzeb firm z ich krajów, które u nas działają. My tymczasem przez lata byliśmy nieśmiali i nie domagaliśmy się niczego, co musi się zmienić – powiedział Mateusz Morawiecki.

Zdaniem Zbigniewa Jagiełły, w sprawie dyplomacji ekonomicznej nie ma co dywagować, trzeba działać.

– Mechanizm wspierania firm w ten sposób jest po prostu skuteczny i państwo musi się w to angażować, by wyrównać szanse polskich przedsiębiorstw za granicą – stwierdził prezes PKO BP.

Szukanie pieniędzy

Rozwój, o którym marzą politycy i przedsiębiorcy, słono jednak kosztuje, nie ma nic za darmo.

– Dlatego kluczowa jest rola giełdy jako miejsca pozyskiwania kapitału, ale także lokowania oszczędności przez Polaków, którzy mogliby je potem przekazywać z pokolenia na pokolenie, jak jest w krajach rozwiniętych. Do tego potrzeba edukacji finansowej i zachęt – program 500+ jest świetną okazją, by przekonywać do długoterminowych inwestycji – powiedziała Małgorzata Zaleska, prezes GPW.

Na kluczowe znaczenie budowania kultury oszczędzania wśród Polaków zwracał też uwagę Michał Krupiński, prezes PZU. Podkreślał, że chęć do inwestowania na giełdzie globalnie spada, a w Polsce nakłada się na to dodatkowo niskie zaufanie do instytucji finansowych. Państwo i branża finansowa powinny spróbować to zmienić.

– Bez wzrostu poziomu oszczędności nie zrównamy się z państwami Europy Zachodniej – co gorsza, mamy najniższą stopę oszczędności wśród nowych krajów UE. Branża musi ostatecznie rozwiązać problemy kredytów frankowych czy polisolokat, by zaufanie do niej wróciło, a państwo powinno zastanowić się nad tym, czy trzeci filar nie powinien stać się obligatoryjny. Bez zwiększania oszczędności Polaków trudno będzie zrealizować politykę rozwojową – podsumował Michał Krupiński.

Czas na patriotyzm gospodarczy

KOMENTARZ PARTNERA

Prosimy o proste prawo

ADAM GÓRAL
prezes Asseco Poland

Cieszę się, że hasło patriotyzmu gospodarczego w coraz większym stopniu integruje polskich przedsiębiorców i przedstawicieli sektora publicznego. Uczestniczę w debatach z cyklu „Czas na patriotyzm gospodarczy" od ich pierwszej edycji i obserwuję, że to piękne hasło z roku na rok się umacnia. Najlepszym dowodem był udział w ostatnim spotkaniu na Stadionie Narodowym pani premier Beaty Szydło i panów wicepremierów Jarosława Gowina i Mateusza Morawieckiego.

Nasza definicja patriotyzmu gospodarczego wpisuje się w pełni w plan wicepremiera Mateusza Morawieckiego. My, przedsiębiorcy, czujemy się odpowiedzialni za budowę naszego kraju. Płacimy podatki w miejscu powstania przychodu, jeżeli tylko możemy, to wspieramy zakup polskich produktów i wspieramy polskie innowacje. Pamiętając o naszym polskim interesie, szanujemy w pełni przedsiębiorców zagranicznych, tworzących w Polsce dobre miejsca pracy. Zachęcamy również jeszcze nieobecnych do inwestycji w Polsce, bo wierzymy, że nasz kraj ma dobre perspektywy. Uczymy się dzięki temu, często od lepszych od siebie, aby im w przyszłości dorównać.

Każdy polski rząd prosimy o proste, jednoznaczne prawo. Prosimy również, aby w sytuacjach niejednoznacznej interpretacji prawa racja pozostawała po stronie przedsiębiorców, a prawo to było traktowane restrykcyjnie po doprowadzeniu go do jednoznaczności. Prosimy o inicjatywy, które sprawią, że słabiej rozwinięte regiony zaczną być widoczne na mapie polskiej gospodarki. Prosimy również o troskę o tych Polaków, którzy pomimo ciężkiej pracy i ambicji nie potrafią sobie znaleźć miejsca w konkurencyjnym świecie. Jednym zdaniem: prosimy o konsekwentną realizację planu zrównoważonego rozwoju.

REKLAMA 32983

ORLEN
Napędzamy przyszłość

FUTURE
FUELLED
BY KNOWLEDGE

Zobacz więcej na
www.napedzamyprzyszlosc.pl

KOMENTARZ PARTNERA

Wyzwania się zmieniają, wsparcie banku pozostaje

PIOTR KOSNO
dyrektor zarządzający w Departamencie Klientów Strategicznych Citi Handlowego

Ostatni okres obfituje w wydarzenia, które fundamentalnie zmieniają scenę makro- i mikroekonomiczną – jak wynik referendum w Wielkiej Brytanii w sprawie wyjścia z Unii Europejskiej. To bezprecedensowe zdarzenie i jego konsekwencje w pełni ocenimy po latach.

Myśląc dzisiaj o patriotyzmie gospodarczym, warto pamiętać, że Polska wyszła obronną ręką z kryzysu 2008 r., a nasza gospodarka nie poniosła znaczących strat z tytułu konfliktu rosyjsko-ukraińskiego mimo największej ekspozycji na jego oddziaływanie spośród wszystkich krajów UE. Ta stabilność w zmiennym otoczeniu wraz z dużą transzą funduszy unijnych – w perspektywie budżetowej 2014-20 Polska ma otrzymać około 85,5 mld EUR – składa się na obraz bezpiecznego i solidnego miejsca dla biznesu. Na pozycję Polski pracuje też jej ludność i położenie geograficzne – 38,5 mln mieszkańców przekłada się na wysoki popyt wewnętrzny, a usytuowanie oferuje bliskość atrakcyjnych rynków konsumenckich UE, Rosji, Ukrainy, Turcji i Bliskiego Wschodu. W zasięgu tysiąca kilometrów od naszych granic mieszka niemal 200 mln obywateli UE, co daje możliwości dostarczania przetworzonych towarów na wiele rynków o dużej sile nabywczej.

Polski biznes bardzo dobrze wykorzystuje te atuty – w ubiegłorocznych badaniach Emerging Market Champions aż 41 proc. ankietowanych przez nas firm myślało o poszerzaniu skali swojego działania poprzez wejście na kolejne rynki. Szczególnie cieszy, że jako główną przewagę konkurencyjną respondenci podawali jakość. Budowanie pozycji na solidnych podstawach świadczy o dojrzałości lokalnych przedsiębiorców i daje szansę na trwałą obecność za granicą. Polska przedsiębiorczość ma za sobą dwie dekady wolnego rynku, ale wciąż ewoluuje – mocnym impulsem jest dynamiczny rozwój internetu i możliwości, jakie niesie cyfrowa rewolucja. Dziś można myśleć o rozwoju przedsiębiorczości ponad granicami geograficznymi czy kulturowymi – często od międzynarodowych klientów firmę dzieli tylko e-mail. Gdy weźmiemy pod uwagę kwalifikacje polskich pracowników – około 22 proc. Polaków ma wykształcenie wyższe, a według raportu Education First, Polska zajmuje szóste miejsce na świecie pod względem znajomości języka angielskiego – widać potencjał. Wszystkie te informacje warto przypominać i podkreślać jako dowód stabilności Polski, aby wzmacniać wizerunek lokalnych przedsiębiorstw i zachęcać inwestorów zagranicznych do prowadzenia u nas biznesu.

Polska i jej marki są w stanie zaoferować konkurencyjną ofertę międzynarodowym klientom, co potwierdzają nasze doświadczenia, a także badania realizowane przez Fundację Kronenberga przy Citi Handlowym w ramach programu Emerging Market Champions. Mamy potwierdzenie, że polska gospodarka jest bardzo dobrym miejscem dla rozwoju biznesu prowadzonego przez zagranicznych inwestorów. Naszą rolę w tym procesie zawsze postrzegaliśmy wieloaspektowo – jako aktywnego partnera biznesowego, który zapewnia wsparcie w postaci rozwiązań finansowych, w tym rzetelną ekspertyzę i wyższą wiarygodność wejścia na nowy rynek dzięki współpracy z rozpoznawalną na całym świecie marką.

Współpracując od lat z głównymi polskimi firmami z ramienia globalnego banku, jakim jest Citi Handlowy, obserwujemy ich ewolucję w związku ze zmianami w otoczeniu. Jako solidny partner uczestniczymy w prestiżowych projektach i jesteśmy zapraszani do rozmów o strategiach przedsiębiorców. Wyzwania, jakie stoją przed firmami w dobie globalizacji, pomysły na konkurowanie na międzynarodowej arenie biznesowej, w końcu pytania, na ile rosnąca innowacyjność polskich firm jest szansą w ich rywalizacji z globalnymi gigantami i w jakich aspektach uwarunkowania lokalne determinują sukces przedsiębiorcy zainteresowanego międzynarodową ekspansją – to wszystko razem składa się na obraz współpracy z bankiem. Takie wsparcie merytoryczne wraz z dostępem do globalnej ekspertyzy świetnie się sprawdza. Kluczowy dla polskich przedsiębiorstw wobec zachodzących zmian wciąż jednak pozostaje wybór optymalnego finansowania inwestycji. I w tym mogą liczyć na nas.

REKLAMA 33095

Jesteś inteligentny,
a jaki jest Twój dom?

Inteligentny dom
to komfort, oszczędność czasu i gwarancja bezpieczeństwa.
My już to wiemy!

Google play Available on the App Store

Zarządzaj wyposażeniem domu i instalacjami za pomocą smartfona lub tabletu.

Monitoruj bramy, drzwi, okna, żaluzje, oświetlenie, ogrzewanie, alarmy czy kamery. Nawet gdy jesteś daleko masz to wszystko w zasięgu ręki.

Więcej dowiesz się na **somfy.pl**

somfy

Building happiness

Czas na patriotyzm gospodarczy

Oszczędności to sprawa życia i śmierci

W imię przyszłości warto przyhamować z konsumpcją. Państwo musi zbudować system zasysający chętnych do odkładania na emeryturę

Karol Jedliński

k.jedlinski@pb.pl ☎ 22-333-99-21

Tło ostatniej debaty z cyklu „Czas na patriotyzm gospodarczy" było w przewadze czerwone. Odbywała się w sali notowań GPW, a giełda dołowała w związku z pogłoskami, że politycy mogą ostatecznie zdemontować OFE. Dziewiątka uczestników rozmowy również – nieraz bardzo otwarcie – zapalała czerwone alarmowe światło. Spotkanie dotyczyło bowiem kwestii lokalnego rynku kapitałowego, masowego oszczędzania oraz budowy spójnego programu gromadzenia kapitału przez Polaków. Takiego, w którym istotną rolę odgrywałyby duże firmy, państwo, ale także giełda oraz instrumenty związane z III filarem emerytalnym. Tu mamy wiele do nadrobienia, a czasu mało.

– Jak i czy mobilizować do oszczędzania? Czy państwu na rękę jest schładzanie konsumpcji Polaków? Dlaczego tak mało osób oszczędza w zorganizowany sposób? – pytał prowadzący debatę Grzegorz Nawacki, zastępca redaktora naczelnego „Pulsu Biznesu", kierując wzrok w stronę Leszka Skiby, podsekretarza stanu w Ministerstwie Finansów.

Przedstawiciel rządu starał się wydać salomonowy wyrok w pojedynku między wydawaniem a oszczędzaniem. W końcu jest strażnikiem budżetu.

– Kluczowa kwestia dotyczy salda, w sytuacji gdy ograniczymy wydatki. W dłuższym okresie wzrost gospodarczy jest warunkiem dobrej polityki fiskalnej. Oszczędności są istotne, potrzebne, żeby mieć wysoką stopę inwestycji, a ich poziom jest największym problemem polskiej gospodarki. Bez wzrostu inwestycji nie jesteśmy w stanie utrzymać tempa rozwoju gospodarczego i polityka fiskalna musi to uwzględniać – wyłożył rację stanu Leszek Skiba.

Prof. Małgorzata Zaleska, prezes GPW, współgospodarza debaty, deklarowała jednoznacznie:

– Potrzebujemy oszczędności długoterminowych. Bez nich w dłuższej perspektywie będą tylko problemy, m.in. ze stabilnością sektora finansowego. Może to też rodzić niepokoje społeczne wobec niezabezpieczenia przyszłości na emeryturze. Trzeba podjąć zdecydowane kroki – zdiagnozowała menedżerka.

Próg bólu

Oszczędzaniem po polsku od lat para się nie kto inny, jak Zbigniew Jagiełło, prezes PKO BP. I przez ten czas zbierał obserwacje na temat mitu pt. „czy Polaków nie stać na oszczędzanie". Stać nas, ale w określonych sytuacjach.

858,7 tys. ▸ Tyle osób ma IKE...

597,6 tys. ▸ ...tyle IKZE...

374,9 tys. ▸ ...a tyle należy do PPE.

– Polacy niekoniecznie mają świadomość, że po przejściu na emeryturę ich stopa życiowa będzie wyraźnie niższa. Polacy oszczędzają wówczas, kiedy zacznie ich to boleć. Równowaga konsumpcji z myśleniem o przyszłości jest do wypracowania. To jest dobry czas na całościowy międzyresortowy plan. Do stworzenia jeszcze w tym roku. Taki plan oszczędnościowy na rzecz zrównoważonego rozwoju – nawoływał Zbigniew Jagiełło.

Bartosz Marczuk, wiceminister resortu rodziny, pracy i polityki społecznej, precyzował, że emerytury wypłacane według nowych procedur są niższe, dla wielu osób poniżej progu bólu.

– W skali makro mamy ambitny cel: wyraźnie zwiększyć inwestycje, ale spójrzmy w perspektywie mikro, dlaczego nie oszczędzamy. Z istniejących programów wspieranych przez państwo nie ma żadnego, który niejako sam zasysałby ludzi do oszczędzania. Takiego, że jeśli ktoś zostanie obok niego, to poczuje stratę. Mamy także dość marny serwis usług publicznych przy wysokich podatkach. Niby jest 500+, ale musimy kupować dzieciom korepetycje, płacić za przedszkola, usługi zdrowotne. Pamiętajmy też, że nadrabiamy zaległości konsumpcyjne po komunizmie – analizował Bartosz Marczuk.

Żadnych numerów

Jak na spostrzeżenia z ław rządowych zareagowali prywatni przedsiębiorcy? Piotr Osiecki z Altus TFI im przyklasnął, dodając, żeby przy programie oszczędzania aktywizować rynek kapitałowy.

– Obecne programy takie jak IKE, IKZE i PPE mają mało zachęt podatkowych. Warto znaleźć system obowiązkowy z punktu widzenia pracodawców, taki, żeby pracownika bolało, jeśli do niego nie wejdzie – apelował Piotr Osiecki.

> Stwórzmy taki system, który przyspieszy bogacenie się Polaków. Wówczas niech rządzący zadbają także o prosty, efektywny system motywacyjny na rzecz oszczędzania.

Adam Góral
prezes Asseco Poland

> Konieczna jest spójna koncepcja budowania oszczędności długoterminowych. W jej realizacji pomocne byłyby m.in. ulgi podatkowe dla długoletnich posiadaczy papierów wartościowych oraz edukacja finansowa.

Małgorzata Zaleska
prezes GPW

> Właśnie pojawia się szansa na trójstronny new deal na styku biznesu, obywateli i państwa w kwestii zrównoważonego rozwoju. W tle stoją zagrożenia takie jak dalszy demontaż OFE.

Piotr Osiecki
prezes Altus TFI

CZAS NA PATRIOTYZM GOSPODARCZY

FOT. MAREK WIŚNIEWSKI

Program można napisać i ogłosić, co jednak z zaufaniem Polaków do oszczędzania wespół z państwowymi rozwiązaniami? Łukasz Kwiecień, wiceprezes TFI PZU, podkreślał, że poprzednie ekipy mają tu niemało niechlubnych osiągnięć.

– Brakuje pewności, że nie będzie takich numerów jak z OFE oraz tej absurdalnej retoryki przy ich reformie. Ponadto istniejące rozwiązania są pełne bubli prawnych, przepisów nieprzystających do rzeczywistości. Zachętą mogłaby być nie ulga podatkowa, lecz np. premia od fiskusa dla oszczędzających – jeśli oszczędzisz 1 zł, drugi ci dołożymy. Socjotechnicznie to może zadziałać – dywagował Łukasz Kwiecień.

Tu małą kontrę dał jeden z wielkich polskich kapitalistów – Adam Góral. Właściciel Assecco przyznawał szczerze, że zarówno on, jak i jego współpracownicy najpierw koncentrowali się na zarabianiu, zaspokajaniu potrzeb, a dopiero potem na oszczędzaniu.

– Jestem sympatykiem oszczędzania, ale przed nim stawiam bogacenie się i edukację, czym jest rynek kapitałowy – mówił Adam Góral.

Ulga w kąpieli

Szczegółowe recepty na oszczędzanie po polsku 2.0? Najgłośniejszym echem w mediach odbiły się słowa prezes GPW. Małgorzata Zaleska wyszła z pomysłem, by choć część pieniędzy wypłacanych w ramach programu 500+ trafiała w ręce Polaków w formie obligacji. Dla tych, którzy będą się trzymać obligacji czy akcji, można przygotować dodatkowe ulgi.

– Marzy mi się, żeby papiery wartościowe były przekazywane z pokolenia na pokolenie, jak to jest w krajach z dłuższą tradycją rynków kapitałowych – stwierdziła Małgorzata Zaleska.

HARMONIA W TEMPERATURZE: Co do jednego uczestnicy debaty „Czas na patriotyzm gospodarczy" byli wyjątkowo zgodni: schładzanie konsumpcji w imię narodowego programu oszczędzania może być okazją do dostarczenia gorącego paliwa na warszawską giełdę. [FOT. WM]

Czy słowo „ulga" zrobiło wrażenie na Leszku Skibie? Wiceminister finansów nie dał się namówić na jednoznaczne deklaracje.

– Myślimy, żeby taki komponent związany z ulgami podatkowymi był rozważony w ramach programu zrównoważonego rozwoju – powiedział Leszek Skiba.

Bartosz Marczuk zastrzegł, że jeśli państwo zechce zmuszać masy do oszczędzania, to polegnie.

– Państwo też musi podjąć wysiłek finansowy w nowym programie, a także zaproponować proste produkty – podkreślił wiceminister.

– Nie można też wylać dziecka z kąpielą i ostatecznie rozebrać OFE. Trzeba wspierać rodzimą giełdę – dorzucił Piotr Osiecki.

Adam Góral podkreślał, że skoro oszczędzać mamy ze wsparciem rynku kapitałowego, to trzeba popracować nad zaufaniem do giełdy i jej transparentnością. Prezes PKO BP dodał, że warto poprawiać regulacje w segmencie oszczędzania, tak jak przedsiębiorcy nieustannie poprawiają swoje produkty.

– To nie jest powód do wstydu, lecz przejaw pragmatyzmu – zaznaczył Zbigniew Jagiełło, namawiając do oszczędnościowej symbiozy na linii człowiek – firma – państwo.

Łukasz Kwiecień natomiast wyciągnął z rękawa swoje hasło: zrównoważony rozwój.

– Oszczędności to sprawa życia i śmierci. Do tego jako gospodarka nie pojedziemy na jednym silniku do końca świata. Trzeba, aby ta sala żyła notowaniami, a nie tylko konferencjami – apelował wiceprezes TFI PZU.

Optymistyczny scenariusz dla sali notowań? Jeśli powstanie masowy program oszczędzania, to część tego kapitału trafi na giełdę i będzie dla niej doskonałym paliwem. © ℗

> Politycy, decydenci niech codziennie zdają sobie sprawę, że giełda to niezbędny element w gospodarce. To ważny element budowania wieloletnich oszczędności, bez których wkrótce nie będzie rozwoju konsumpcji i inwestycji.

Łukasz Kwiecień
wiceprezes TFI PZU

> Spójrzmy na motywacje ludzi i ich preferencje. Mało inwestują, mało oszczędzają w bankach, ale składają kapitał na kupno mieszkania. Warto stworzyć alternatywę do oszczędzania poza rynkiem nieruchomości.

Leszek Skiba
podsekretarz stanu w Ministerstwie Finansów

> Do klimatu wokół oszczędzania wpisała się również pseudodebata społeczna wokół OFE, w której zohydzono nam ten kapitał. To nie buduje zaufania do państwa.

Bartosz Marczuk
podsekretarz stanu w Ministerstwie Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej

> Jest czas i miejsce na nowy, klarowny pracowniczy program emerytalny dla firm o odpowiedniej wielkości. Bez papierologii i biurokracji, ale z silnym wkładem cyfrowym. Amen.

Zbigniew Jagiełło
prezes PKO Banku Polskiego

Czas na patriotyzm gospodarczy

KOMENTARZ PARTNERA

Innowacje zaczęły się w Polsce

BARTOSZ CIOŁKOWSKI
dyrektor generalny polskiego oddziału MasterCard Europe

Od 20 lat MasterCard we współpracy ze swoimi partnerami biznesowymi buduje bezgotówkową Polskę i angażuje się w innowacyjne projekty, aby wykorzystać ogromny potencjał, który drzemie w Polakach. Patrząc z tej dwudziestoletniej perspektywy, widzimy ogromny postęp, jaki uczyniła Polska w korzystaniu z usług i produktów finansowych. Jesteśmy w światowej czołówce, jeśli chodzi o wykorzystanie i popularność kart płatniczych z funkcją zbliżeniową, a dzięki temu Polska ma świetny punkt startowy do adaptacji płatności mobilnych.

Teraz przed Polakami stoi kolejne wyzwanie: budowa Polski cyfrowej. Nie da się osiągnąć tego celu w pojedynkę. Potrzebne jest partnerstwo publiczno-prywatne, pozwalające wykorzystać istniejące już zasoby i połączyć je z wizją cyfrowego państwa, udostępniającego otwartym na nowoczesne rozwiązania obywatelom przyjazne i łatwe w obsłudze narzędzia, umożliwiające oszczędzić czas i pieniądze. Jesteśmy przekonani, że wiedza, zasoby i infrastruktura, które już w kraju mamy, i te, które powstaną w tym celu, umożliwią osiągnięcie tej wizji.

W MasterCard od lat stawiamy na innowacyjność. To właśnie w Polsce zaczęły się inwestycje firmy w start-upy – od zakupu garażowego start-upu o nazwie Trevica, który dziś jest częścią MasterCard i świadczy zaawansowane usługi technologiczne w wielu krajach Europy Zachodniej. Wierzymy, że Polska może stać się regionalnym centrum rozwoju start-upów. By tak się jednak stało, musimy zacząć myśleć globalnie, nie ograniczać się wyłącznie do myślenia o potrzebach Polaków czy Europejczyków. Na świecie są miliardy osób, które wciąż jeszcze czekają na produkty i rozwiązania umożliwiające zrównanie szans i ułatwiające życie w odmiennych niż nasze warunkach. Między innymi w tym właśnie celu zainwestowaliśmy w centrum rozwoju start-upów „The Heart Warsaw", łączącego innowacyjne firmy technologiczne z największymi polskimi, regionalnymi i globalnymi korporacjami. Mamy nadzieję, że powstaną w nim projekty, które zmienią życie milionów ludzi na świecie.

KOMENTARZ PARTNERA

Potrzebuje innowacyj

WOJCIECH JASIŃSKI
prezes zarządu PKN Orlen

P
o
fi
na
Eu
kwestionow
gospodarcz
jako postaw
prowadzon
na życie ka
dyskutowa
zorganizow
Biznesu". W
ne: aktywn
biznes kier
odpowiedz
dokonując

Co oznacza
PKN Orlen?
ny zasięg n
na nas szcz
priorytetów
szych stand
o otoczenie
zrównowa
darki. War
ści jest mąc

REKLAMA 33094

KORZYSTNE KONTO DLA FIRM

PKO Konto Firmowe stworzyliśmy, żebyś mógł rozwijać swoją firmę łatwiej, mniejszym kosztem i na własnych warunkach. Kontroluj finanse i oszczędzaj czas dzięki innowacyjnej bankowości elektronicznej.

Otwórz PKO Konto Firmowe:
- 0 zł za prowadzenie rachunku bieżącego przy spełnieniu warunków aktywności*
- 0 zł za wszystkie karty debetowe (w PLN, EUR, USD)**
- 0 zł za 30 przelewów internetowych w miesiącu
- 0 zł za wpłaty we wpłatomatach (do 50 000 zł miesięcznie)

Bank Polski
dzień dobry

www.pkobp.pl, infolinia: 800 302 302 numer bezpłatny na terenie kraju +48 81 535 66 60 opłata zgodna z taryfą operatora
Szczegółowe informacje o produkcie oraz Taryfa prowizji i opłat bankowych są dostępne w oddziałach PKO Banku Polskiego oraz na stronie www.pkobp.pl.
*Warunek aktywności – realizacja przelewu do ZUS i dokonanie transakcji bezgotówkowych kartą debetową na kwotę min. 500 zł, w przeciwnym razie opłata za prowadzenie konta 25 zł.
**Za wydanie pierwszej i każdej kolejnej karty bez względu na walutę.

emy mądrej jności

doświadczeniach kryzysu nansowego i wobec dy- amicznych zmian w Unii ropejskiej nikt już nie może wać tego, że patriotyzm zy, rozumiany zarówno wy społeczne, jak i polityka na przez państwo, ma wpływ żdego z nas. O tym właśnie liśmy w ramach cyklu debat wanych przez redakcję „Pulsu Wszystko jest ze sobą powiąza- na polityka gospodarcza rządu, rujący się zasadami społecznej zialności oraz konsumenci, y świadomych wyborów.

a patriotyzm gospodarczy dla ? Ze względu na skalę i global- naszego działania spoczywają zególne obowiązki. Do naszych w należy wyznaczanie najwyż- dardów rynkowych, troska e, w którym działamy, oraz żony rozwój polskiej gospo- unkiem dla jej konkurencyjno- drze projektowana i wdrażana innowacyjność. Dlatego zależy nam, aby nasza działalność biznesowa umożliwiała także polskim przedsiębiorcom rozwój innowacyjnych przedsięwzięć. Nie chodzi tylko o wspieranie kapitałem. Widzimy przede wszystkim potrzebę dzielenia się wiedzą, rozwoju zasobów intelektualnych, a także właściwego wykorzystania naszych aktywów, takich jak laboratoria, zaawansowane technologie, sieć nowoczesnych stacji paliw. Stanowią one doskonałe pole do testowania nowych rozwiązań.

Aby cieszyć się z sukcesów gospodarczych, konieczne jest jednak spełnienie podstawowego warunku. Innowacje nie mogą być kreowane jedynie na użytek krajowy. Musimy je wdrażać w polskich firmach i eksportować, a ich efektem powinny być doskonałe i poszukiwane przez odbiorców zewnętrznych polskie produkty i usługi. W taki sposób możemy przyczynić się do budowania patriotyzmu gospodarczego, czego efektem będzie utrwalenie pozytywnego wizerunku Polski na świecie.

KOMENTARZ PARTNERA

Kultura innowacyjności i przedsiębiorczości

MICHAŁ SZANIAWSKI
wiceprezes ARP

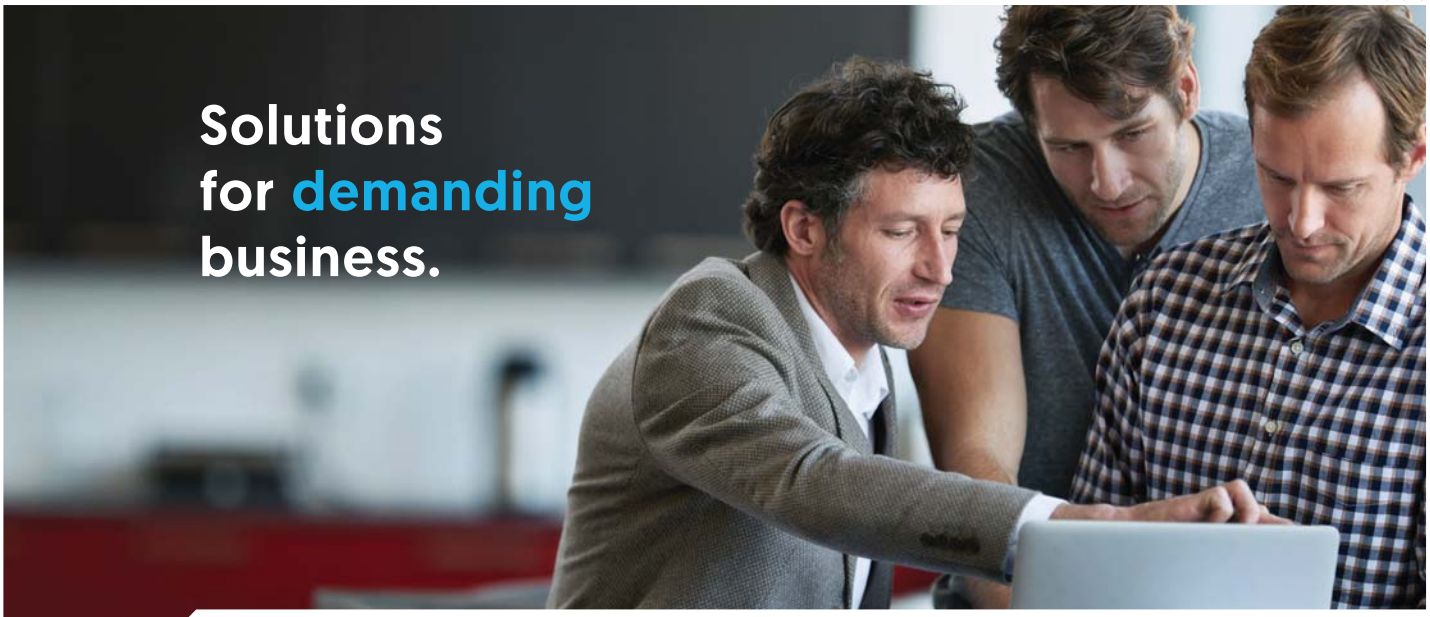
Innowacje i rozwój technologii są konieczne dla zapewnienia zrównoważonego rozwoju polskiej gospodarki. Dlatego ważne jest aktywne ich wsparcie ze strony państwowych instytucji. ARP włącza się w ten proces. Naszym wspólnym celem jest wypracowanie dobrych praktyk współpracy między dostawcami innowacyjnych rozwiązań i przedsiębiorcami poszukującymi przewag konkurencyjnych na rynku.

Włączamy się w ogólnopolskie programy wspierające rozwój innowacji, takie jak Start in Poland, i łączymy nowatorskie start-upy z dużymi firmami. Szukamy projektów, które odpowiadają na potrzeby spółek skarbu państwa. Podejmujemy współpracę w ramach Polskiego Funduszu Rozwoju, gdzie mamy szanse wspólnie ze znaczącymi partnerami działać na rzecz podniesienia konkurencyjności gospodarki.

Rolą ARP jako instytucji jest budowanie kultury innowacyjności powiązanej z kulturą przedsiębiorczości. Staramy się przekonać przedsiębiorców, że warto zbierać nowe doświadczenia i być gotowym do ponoszenia ryzyka. Trzeba też nauczyć się akceptować ewentualne porażki. Te ostatnie są czymś naturalnym z uwagi na duży poziom niepewności towarzyszący procesom innowacyjnym. Jak się okazuje, mogą być także czynnikiem stymulującym i początkiem wielkiego sukcesu.

Nie zapominajmy, że ARP działa jednak na zasadach prawa handlowego i na projekty musimy patrzeć od strony biznesowej. Dla nas innowacja to coś, co się sprawdzi na rynku, dlatego preferujemy takie narzędzia, które mobilizują przedsiębiorców do myślenia biznesowego, a nie roszczeniowego. Aby wspierać rozwój innowacji w polskich przedsiębiorstwach, ARP wykorzystuje swoje zasoby infrastrukturalne, technologiczne i osobowe. Oferujemy analizę projektów innowacyjnych, ocenę kierunków ewolucji, poziomu innowacyjności i dojrzałości technologii oraz możliwości ich komercyjnego zastosowania. Dla innowacyjnych firm mamy również ofertę finansową. Dla ARP ważne jest wsparcie branż przyszłości. Dlatego m.in. stawiamy na robotykę, przemysł kosmiczny i branżę gier video.

REKLAMA 32979



Zmieniamy
świat wokół Ciebie.

asseco.pl

asseco 25 LAT

Czas na patriotyzm gospodarczy

KOMENTARZ PARTNERA

Nasza strategia cyfryzacji

PIOTR MUSZYŃSKI
wiceprezes Orange Polska ds. operacyjnych

Sprawną e-gospodarkę i e-administrację można zbudować tylko na bazie powszechnego dostępu do internetu. Tylko szybka i niezawodna sieć będzie podnosiła atrakcyjność kraju, regionów, miast. Będzie decydowała o rozwoju gospodarczym, inwestycjach i pracy dla mieszkańców. Instytucje publiczne, samorządy, firmy i klienci potrzebują łączy, które zapewnią im komfort pracy.

Do realizacji jednolitej i skoordynowanej strategii cyfryzacji niezbędna jest współpraca i zaangażowanie administracji państwowej, samorządów i biznesu. Państwo powinno tworzyć warunki do zwiększania inwestycji sektora prywatnego w rozwój infrastruktury cyfrowej oraz cyfrowych narzędzi i produktów. Rozwój innowacyjnych rozwiązań ICT to element budowy konkurencyjności polskiej gospodarki.

Orange Polska realizuje właśnie największy w historii firmy program inwestycyjny, budując największą w kraju sieć światłowodową. W jej zasięgu w ciągu najbliższych kilku lat znajdzie się ponad jedna czwarta gospodarstw domowych. To realny wkład w cyfryzację kraju. Skala projektu światłowodowego sprawia, że nie tylko zapewni on klientom najlepszy możliwy dostęp do sieci, ale też pozytywnie wpłynie na polską gospodarkę. W krótkim okresie będzie przyczyniał się do wzrostu produkcji, konsumpcji, zatrudnienia i wpływów do budżetu, a w długim – do zwiększenia potencjału rozwojowego kraju.

KOMENTARZ PARTNERA

Polski potencjał

RADOSŁAW BORKOWSKI
dyrektor zarządzający polskiego oddziału firmy Somfy

Od kilku lat Polska jest w czołówce krajów atrakcyjnych dla inwestorów zagranicznych i ta tendencja stale się utrzymuje. Somfy na inwestycję nad Wisłą zdecydowało się już 20 lat temu. Dlaczego? Kluczowe było dla nas nie tylko doskonałe położenie Polski, wielkość rynku, ale przede wszystkim ogromny potencjał rozwoju.

Nie pomyliliśmy się — w ciągu dwóch dekad znaczny wzrost gospodarczy naszego kraju przełożył się na widoczny postęp w wielu branżach, w tym w naszej — automatyki i napędów do bram, rolet, żaluzji, markiz oraz rozwiązań do domów inteligentnych. Dzięki rosnącym przychodom ze sprzedaży możemy dalej inwestować w Polsce, a na tym zyskują wszyscy – powstają nowe miejsca pracy, co korzystnie wpływa na polskie PKB. Atrakcyjność inwestycyjna wynika także z fantastycznych zasobów kadrowych. Polscy pracownicy są naprawdę dobrze wykształceni, doświadczeni i co najważniejsze – cały czas chcą się rozwijać. To wyróżnia nas na tle wielu państw członkowskich Wspólnoty.

Zachętą do inwestowania w Polsce jest również możliwość prowadzenia działalności w specjalnych strefach ekonomicznych. Dwa lata temu uruchomiliśmy fabrykę w Niepołomickiej Strefie Ekonomicznej – jedną z sześciu, które posiadamy na całym świecie. Docelowo będzie w niej pracować około 800 osób. Przy fabryce ulokowaliśmy również Wschodnioeuropejską Platformę Dystrybucyjną, z której dystrybuowane są towary do wszystkich krajów Europy Środkowo-Wschodniej.

Przy formułowaniu obiektywnej oceny nie można jednak zapomnieć o kilku problemach, które mogą zniechęcać potencjalnych inwestorów. Przede wszystkim nadal nadmierna jest biurokracja oraz skomplikowane i niezrozumiałe przepisy prawa, które od wielu lat uprzykrzają życie przedsiębiorcom działającym w Polsce.

REKLAMA 32982

PRĄD JAK PRĄD, ALE W STAŁEJ, NIŻSZEJ CENIE.

WYBIERZ GWARANCJĘ STAŁEJ CENY I NIŻSZĄ STAWKĘ ZA kWh NAWET DO 2019 ROKU*

Prąd jak prąd, ale lepiej, gdy jest tańszy na dłużej.
Skorzystaj z naszej oferty, a Twój prąd będzie płynąć w niższej, niezmiennej cenie nawet do 2019 roku!

*Szczegóły oferty, w tym dotyczące gwarancji ceny, zawarte są w regulaminie oferty, dostępnym na www.zapewniamyenergie.pl, www.gkpge.pl lub pod numerem telefonu 422 222 222 (koszt połączenia według taryfy operatora).

PGE
Zapewniamy energię

KOMENTARZ PARTNERA

Rewolucja cyfrowa napędza gospodarkę i pocztę

PRZEMYSŁAW SYPNIEWSKI
prezes Poczty Polskiej

Dla biznesu coraz ważniejsza staje się obecność w sieci internetowej. Ponad 60 proc. przedsiębiorstw posiada stronę www i przenosi do sieci handel, komunikację z klientami czy zarządzanie płynnością dostaw. Cyfryzacja na pewno jest już bardzo istotnym paliwem dla szybkiego rozwoju kraju. Poczta Polska chce w tym procesie wesprzeć państwo i ułatwić komunikację z e-obywatelami.

Żeby wykorzystać cyfrową szansę rozwoju, musimy pokonać jeszcze kilka barier, które stoją nam na przeszkodzie. Po pierwsze zadbać o to, by wszyscy obywatele mieli dostęp do szybkiego internetu – dziś do sieci nie jest podłączonych ponad 20 proc. gospodarstw domowych. Po drugie zapewnić obywatelom możliwość korzystania drogą cyfrową z usług administracji. Główny ciężar tego zadania może i chce wziąć na siebie Poczta Polska.

Wiele osób myśli, że proces cyfryzacji jest niebezpieczny dla Poczty bo przecież wypiera papierowe listy i uszczupla przychody. Nic bardziej mylnego. W dłuższej perspektywie na mariażu z internetem Poczta może tylko zyskać. Nasza firma już od dawna jest obecna w sieci. Dzięki technologiom informatycznym klienci mogą sprawdzić status przesyłki, otrzymać Elektroniczne Potwierdzenie Odbioru, wysłać do najbliższych e-kartkę ze swoim zdjęciem czy samemu zaprojektować e-znaczek.

Cyfrowe usługi to jedno, ale ambicje Poczty Polskiej sięgają znacznie dalej. Chcemy dostarczać cyfrowe rozwiązania firmom prywatnym i administracji państwowej. Posiadamy już gotowe narzędzie – platformę Envelo, która obsługuje kilkadziesiąt tysięcy klientów, głównie biznesowych. Platforma może rozwijać się w wybranym przez naszych klientów kierunku, a zarazem być idealnym narzędziem dla państwa w zakresie e-government.

W ten sposób z Narodowego Operatora Pocztowego zmieniamy się w Narodowego Operatora Cyfrowego. Dotąd łączyliśmy obywateli, biznes i państwo dzięki tradycyjnym przesyłkom, teraz chcemy kontynuować to zadanie w sieci, zmieniając stempel pocztowy na jego elektroniczną wersję.

Czy uda się przenieść wszystkich Polaków do świata cyfrowego? Zapewne nie. Część osób woli tradycyjną formę komunikacji. Poczta Polska może zapewnić rządowi sprawną obsługę także w tym zakresie. Wystarczy wyposażyć placówki w dostęp do baz i systemów państwa tak, aby obywatele po wyciąg z KRS czy po złożenie wniosku o dowód nie musieli jechać do odległej miejscowości, a wszelkie tego typu sprawy mogli załatwić na najbliższej poczcie.

Poczta Polska od 458 lat jest blisko Polaków, łączy ich i pośredniczy w kontaktach z państwem. Dziś piszemy nowy rozdział wspólnej historii firmy i naszego kraju.

KOMENTARZ PARTNERA

Trzeba wzmocnić firmy z rodzimym kapitałem

ZBIGNIEW JAGIEŁŁO
prezes PKO Banku Polskiego

Patriotyzm gospodarczy ma wiele wymiarów. Jest to zarówno praca na rozwojem rodzimych firm i całych branż, umacnianie pozycji polskich towarów i przedsiębiorstw na zagranicznych rynkach, uczciwe płacenie podatków w kraju, jak i zwracanie uwagi na pochodzenie kupowanych codziennie dóbr. Cel jest jednak jeden: rozwój Polski poprzez umacnianie jej gospodarki.

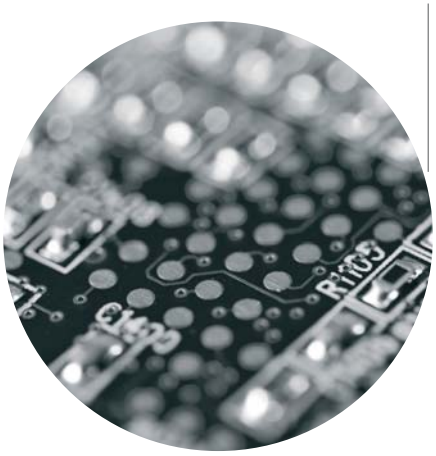
Niedawno przeczytałem wypowiedź pewnego biznesmena, który zadeklarował, że jako polski przedsiębiorca ma polskie obowiązki. Bardzo mi się to spodobało. Jestem polskim menedżerem i w związku z tym także mam polskie obowiązki. Jako polski bank jesteśmy bardzo mocno związani z krajową gospodarką i zależymy od dobrobytu Polaków. To, co jest dobre dla polskiej gospodarki, jest wiec także dobre dla PKO Banku Polskiego. W praktyce oznacza to, na przykład, konsekwentne wspieranie inicjatyw prorozwojowych zapisanych w Programie na Rzecz Odpowiedzialnego Rozwoju.

Jednym z wyzwań, przed jakim stoi dziś polska gospodarka, jest wzmocnienie przedsiębiorstw z rodzimym kapitałem, aby były w stanie na równych warunkach rywalizować z konkurentami z innych krajów. Znak „Made in Poland" powinien w coraz większym stopniu kojarzyć się z zaawansowanymi technologicznie produktami sprzedawanymi przez polskie firmy pod własnymi markami.

Z punktu widzenia banku patriotyzm oznacza wspieranie rodzimego biznesu w dobrych i złych czasach, także poprzez finansowanie jego ekspansji w kraju i za granicą. Nie oferujemy parasola tylko wtedy, kiedy świeci słońce, i nie zabieramy go, gdy pada deszcz, lecz stale wspieramy działania inwestycyjne polskich przedsiębiorstw. Towarzyszymy im także na rynkach zagranicznych, m.in. poprzez działający w Niemczech oddział nakierowany na obsługę klientów

firmowych prowadzących działalność za naszą zachodnią granicą. W przyszłym roku podobny oddział zostanie otwarty w Czechach.

REKLAMA 33099



arp Agencja Rozwoju Przemysłu S.A.

WSPARCIE NA INNOWACJE, ROZWÓJ, RESTRUKTURYZACJĘ DLA DUŻYCH PRZEDSIĘBIORSTW

www.arp.pl

Innowacje się opłacają

Oferta ARP S.A. obejmuje propozycję finansowania i pozafinansowego wsparcia inwestycji w ramach tzw. dużych innowacji, gdzie partnerem ARP S.A. są duże przedsiębiorstwa, zatrudniające powyżej 250 osób. Istotny jest potencjał rozwojowy i dobra kondycja finansowa firmy. Projekt musi stanowić **polską myśl technologiczną**. Możliwe jest również wsparcie podmiotów nowo zawiązanych i celowych.

Okres inwestycji wynosi nie więcej niż 10 lat w przypadku finansowania dłużnego, a w przypadku zaangażowania kapitałowego – od 5 do 7 lat.

Formy finansowania:
- pożyczka, zakup obligacji, poręczenie
- zakup akcji/udziałów nowej emisji
- finansowanie hybrydowe

Pożyczki na rozwój i restrukturyzację
Agencja Rozwoju Przemysłu S.A. oferuje atrakcyjne pożyczki dla dużych, w tym również prywatnych, przedsiębiorstw z przeznaczeniem na finansowanie inwestycji, procesów restrukturyzacyjnych oraz kapitału obrotowego.

Pożyczki ARP S.A. to:
- karencja w spłacie kapitału dopasowana do harmonogramu realizacji projektu,
- elastyczne warunki finansowania – raty stałe lub zmienne, dopasowane do specyfiki realizowanego projektu,
- przejrzyste procedury i bezpłatne rozpatrzenie wniosku,
- możliwość łączenia pożyczki z finansowaniem bankowym,
- maksymalnie 1% jednorazowej prowizji,
- marża od 0,8 do 3,3%.

Czas na patriotyzm gospodarczy

Innowacje zamiast imitacji

Jarosław Gowin, wicepremier i minister nauki i szkolnictwa wyższego*

Problem patriotyzmu gospodarczego i innowacyjności polskiej gospodarki trzeba rozpatrywać w kontekście wielkich procesów globalnych, które przeobrażają współczesną gospodarkę. Czwarta rewolucja przemysłowa jest dla kraju, a przede wszystkim dla społeczeństwa takiego jak polskie dużą szansą, a jednocześnie wyzwaniem.
W czwartej rewolucji przemysłowej liczy się idea, pomysł, koncepcja. Pod względem determinacji i gotowości podejmowania ryzyka, wiary w wielkie projekty Polacy, młodzi naukowcy i przedsiębiorcy, wpisują się do światowej czołówki. Rewolucja jest też jednak wielkim zagrożeniem — polska gospodarka jest nadmiernie naśladowcza.
Istotą odpowiedzialnego rozwoju zapisanego w planie Morawieckiego jest wprowadzenie gospodarki z fazy imitacyjnej w fazę innowacyjną. Do tego potrzebna jest przedsiębiorczość i inwencja polskich firm i naukowców. Działania na styku nauki i biznesu muszą być przebudowane, by te sfery wreszcie zaczęły ze sobą współpracować, ale potrzebna jest też czasowa przemyślana interwencja i pomoc państwa.
Podczas kongresu [Impact'16: 4.0 Economy — przyp. red.] w Krakowie premier Morawiecki miał przyjemność prezentować dwa ważne projekty rządowe, które mają na celu zwiększenie innowacyjności polskiej gospodarki. Dwa fundusze dają szansę na to, by dzięki połączeniu prywatnej inicjatywy, prywatnych pieniędzy i wsparcia publicznego pchnąć polską gospodarkę szybko do przodu.

*przemówienie otwierające debatę

Wchodzimy w erę

E-Polska, e-gospodarka, e-urząd... Ile jeszcze czasu potrzebujemy, by osiągnąć ideał? Na razie klocki tej układanki wciąż są rozsypane

Anna Bełcik
a.belcik@pb.pl ☎ 22-333-98-51

Czy branża cyfrowa w Polsce ma szansę stać się motorem wzrostu gospodarczego i czy w ślad za tym pójdzie również poprawa standardów cyfryzacji urzędów publicznych? Jak powinna funkcjonować e-Polska? Głos w tej sprawie zabrali przedstawiciele sektora publicznego i przedsiębiorcy. Spotkali się podczas kolejnej debaty z cyklu „Czas na patriotyzm gospodarczy", organizowanej przez redakcję „Pulsu Biznesu". Zgodzili się co do jednego: potrzebujemy zmian.

CYFROWA GOSPODARKA: Polska innowacyjna, bez papieru i bezgotówkowa — czy wcielenie w życie takiego hasła jest możliwe? Podczas debaty z cyklu „Czas na patriotyzm gospodarczy" rozmawiali o tym przedstawiciele sektora publicznego i przedsiębiorcy. [FOT. WM]

Dalej od tradycyjnego biznesu

Jak wygląda obecna sytuacja i z czym musimy się mierzyć? Zdaniem Krzysztofa Szuberta, doradcy strategicznego ministra cyfryzacji i pełnomocnika ds. współpracy międzynarodowej, który wcześniej przez około 20 lat związany był również z biznesem, Polska dysponuje olbrzymim potencjałem intelektualnym. Pod tym względem plasujemy się w światowej czołówce. Ale gorzej jest już, gdy pod uwagę weźmiemy wskaźnik ucyfrowienia społeczeństwa. Nie potrafimy wykorzystać zaplecza, jakim dysponujemy.

– Patrząc na bankowość i na płatności bezgotówkowe, sytuacja jest bardzo dobra, a kraj jest postrzegany jako jeden z najbardziej innowacyjnych na świecie. Przykład: płatności zbliżeniowe mamy w Polsce od ośmiu lat, a 60 proc. transakcji bezgotówkowych realizowanych jest zbliżeniowo – zaznaczył Bartosz Ciołkowski, dyrektor generalny polskiego oddziału MasterCard Europe.

W powszechnej opinii mniej innowacyjna może się natomiast wydawać Poczta Polska.

– Reprezentuję branżę, w której przechodzenie od tego, co materialne, do tego, co wirtualne, jest bardzo widoczne. Poczta na całym świecie ma do czynienia z procesem substytucji – informacje, które były do tej pory przesyłane papierowymi listami, zamieniają się w informacje elektroniczne. Można by powiedzieć, że jest to zagrożenie dla takich firm jak Poczta Polska. Z drugiej strony jednak e-gospodarka powoduje wzrost handlu elektronicznego, na czym korzystamy. To się równoważy. Szkopuł w tym, żeby firmy zdołały się przestawić – wyjaśniał Grzegorz Kurdziel, członek zarządu ds. sprzedaży Poczty Polskiej.

Tym bardziej że liczba użytkowników technologii cyfrowych rośnie bardzo szybko.

– Dzisiaj technologia nie jest barierą. Warunkiem cyfryzacji jest dostęp do in-

CZAS NA PATRIOTYZM GOSPODARCZY

cyfryzacji

ternetu, a niemal każdy Polak, który chce, może mieć dostęp do sieci – stwierdził Piotr Muszyński, wiceprezes zarządu ds. operacyjnych Orange Polska.

Portfel z kartą

Nadal jednak panuje przekonanie, że transakcje elektroniczne są mniej bezpieczne niż tradycyjne. Zgodził się z tym Wojciech Trusz, naczelnik Wydziału Rynku Cyfrowego i Nowych Technologii Ministerstwa Rozwoju. Czy zatem strategia obrotu bezgotówkowego jest słuszna?

– Mamy płatności bezstykowe, różnego rodzaju aplikacje, którymi możemy płacić. Moglibyśmy też dostawać elektroniczne potwierdzenie, paragon. W ten sposób moglibyśmy pomóc przede wszystkim obywatelowi, np. z przechowywaniem paragonów i późniejszą egzekucją reklamacji. Oczywiście można powiedzieć, że gotówka elektroniczna jest podatna na ataki hakerskie, ale nie możemy się bać, bo powstrzymamy rozwój – zaznaczył Wojciech Trusz.

– O ile co do rozwoju technologii płatniczych jestem olbrzymim optymistą, o tyle martwić może procent transakcji bezgotówkowych w obrocie konsumenckim, jesteśmy daleko za średnią europejską – dodał Bartosz Ciołkowski.

Jego zdaniem, zmienić to może jedynie większe zaangażowanie sektora w edukację rynku i konsumentów.

Walka z przyzwyczajeniami

Przykładem instytucji, w której informatyzacja stale postępuje, może być Poczta Polska, która w tym kontekście – jak zauważył również jej przedstawiciel – wciąż jednak bywa określana mianem dinozaura.

– Sama informatyka i technologia nic nam nie dadzą, trzeba zmienić przyzwyczajenia ludzi. A wciąż jest wielu, którzy nie mają potrzeby korzystania z internetu – powiedział Grzegorz Kurdziel.

Jego zdaniem, dużą rolę w takiej edukacji mogłaby odgrywać również e-administracja, która powinna jednak przemodelować formułę obsługi ludności. Nie chodzi bowiem wyłącznie o przesyłanie dokumentów w formacie PDF, ale także o dostęp do usług realizowanych za pośrednictwem odpowiednich aplikacji.

– Mówimy o kompleksowych rozwiązaniach, zarówno dla osób, które świetnie sobie radzą w świecie cyfrowym, jak i tych, które pozostają poza nim. W tym roku wszyscy nasi listonosze będą wyposażeni w systemy mobilne, które już teraz wykorzystujemy przy obsługiwaniu Ministerstwa Sprawiedliwości – zapowiedział Grzegorz Kurdziel.

Na styku sektorów

Rozwój e-gospodarki można przyspieszyć, jeśli administracja publiczna będzie stale współpracowała z sektorem prywatnym. Czy włączenie banków w obsługę programu 500+ można traktować jako przełom?

– Przy 500+ podejście było zupełnie inne niż dotychczasowe. Okazało się, że da się coś zrobić prościej, szybciej, bez ogromnych przetargów. Wcześniej w administracji nie mieliśmy konkretnych strategii dotyczących cyfryzacji i innowacyjności. Instytucje centralne korzystały z systemów, które uważały za potrzebne. To samo działo się w administracji samorządowej. A później się okazywało, że tych systemów nie da się spiąć w całość – opowiadał Krzysztof Szubert.

Jego zdaniem, na straży tej integracji powinien stać główny informatyk kraju, który miałby wgląd w działanie najważniejszych cyfrowych systemów. Jak jednak zauważył wiceprezes zarządu ds. operacyjnych Orange Polska, „akcja 500+" okazała się sukcesem również dlatego, że rodzice należą głównie do młodszych pokoleń, czyli są to osoby, dla których internet stał się już elementem codziennego życia.

– Dowodzi to słuszności tezy, że jako społeczeństwo jesteśmy przygotowani do wejścia w nową rzeczywistość cyfrową, gospodarczą czy administracyjną. Ale każdy taki proces długo trwa – zaznaczył Piotr Muszyński. © ℗

> Potrzebna jest edukacja rynku, ale ten proces trwa i nie da się go bardzo przyspieszyć.

Bartosz Ciołkowski
dyrektor generalny polskiego oddziału MasterCard Europe

> Musimy się zastanowić, co zrobić, aby e-gospodarkę w jak największym stopniu budowały firmy polskie. Niemcy, Francja, Stany Zjednoczone, wszystkie wielkie potęgi gospodarcze, opierają się na swoich korporacjach, które są ich narodowymi czempionami.

Grzegorz Kurdziel
członek zarządu ds. sprzedaży Poczty Polskiej

> Ściągajmy kapitał, przekonujmy, że warto w Polsce inwestować w miejsca pracy. Dla mnie lista spółek z GPW to lista patriotów gospodarczych.

Piotr Muszyński
wiceprezes ds. operacyjnych Orange Polska

> Podstawowym problemem jest zatrzymanie talentów i pomysłów w Polsce, żeby start-upy chciały rozwijać biznes tutaj.

Krzysztof Szubert
doradca strategiczny ministra cyfryzacji, pełnomocnik ministra ds. współpracy międzynarodowej

> W Polsce firma musi podawać te same dane w różnych instytucjach, a to utrudnia pracę. Można to zrobić za pomocą jednego formularza wysyłanego przez internet do centralnej bazy.

Wojciech Trusz
naczelnik Wydziału Rynku Cyfrowego i Nowych Technologii Ministerstwa Rozwoju

Czas na patriotyzm gospodarczy

KOMENTARZ PARTNERA

Służyć rozwojowi państwa

MICHAŁ KRUPIŃSKI
prezes PZU

Patriotyzm gospodarczy to wzięcie odpowiedzialności przez ludzi biznesu za dobrobyt kraju, z którego pochodzą i w którym rozwijają swoje firmy. Ta odpowiedzialność przejawia się w konkretnych wyborach, których ci ludzie dokonują, kierując swoimi przedsiębiorstwami, a także w zrozumieniu konsekwencji, jakie wybory te powodują.

Kiedy kilka miesięcy temu dostąpiłem zaszczytu pracy w PZU, poza gratulacjami dostałem od ludzi wiele cennych rad. Jedna wydała mi się szczególnie ważna. To myśl profesora Klausa Schwaba, twórcy Forum Davos, który powiedział kiedyś, że wszyscy interesariusze są ważni. Nie tylko akcjonariusze, ale również klienci, pracownicy, podwykonawcy, partnerzy biznesowi. A także – państwo.

Nie do podważenia jest to, że spółki skarbu państwa muszą zapewniać dobre wyniki ekonomiczne swoim akcjonariuszom, zarówno indywidualnym, jak i instytucjonalnym. Ale muszą jednocześnie – a tak rozumiem sens utrzymywania kapitału państwowego w tego rodzaju firmach – służyć rozwojowi państwa.

Dziś już bowiem nikt nie ma wątpliwości, że kapitał ma narodowość. Przekonaliśmy się o tym podczas kryzysu finansowego. Sam obserwowałem to, będąc wtedy w oku cyklonu – w Banku Światowym. Widziałem, jak kapitał wpływał na wydarzenia polityczne i gospodarcze w różnych częściach świata.

W Polsce było to też świetnie widoczne, gdy akcję kredytową najszybciej uruchamiały banki z polskim kapitałem. To doświadczenie nauczyło nas, jak bardzo polskie banki są dziś potrzebne.

To jednak nie wszystko. Polska gospodarka potrzebuje modernizacji, innowacji, smart Money – jakkolwiek to nazwiemy. Mówi się o tym bardzo dużo od dawna, ale wreszcie na linii rząd – biznes słowa te przekuwane są w czyny. Takie inicjatywy jak Start in Poland czy Witelo Fund to szansa na rewolucyjny skok dla młodych, nowoczesnych i wysokotechnologicznych biznesów.

Oczywiście, angażując się w projekty służące naszej gospodarce, należy to robić w sposób mądry i inteligentny, w najmniejszym stopniu nie narażając na niepotrzebne ryzyko.

Jedną z rzeczy, której Polska obecnie potrzebuje, a do której niezbędne jest zaangażowanie rodzimych spółek, jest rozwój oszczędności. Jeśli nic się nie zmieni w tej sprawie, trudno będzie nam konkurować z najbardziej rozwiniętymi gospodarkami świata. Rozwoju tego można dokonać w sposób skokowy, np. przez wprowadzenie obligatoryjnego oszczędzania w III filarze, który praktycznie przestał w naszym kraju istnieć.

Takich wyzwań jest jeszcze w naszym kraju wiele. Czas na patriotyzm gospodarczy nie mógł przyjść w lepszym momencie i liczę, że nie jest to tylko krótkotrwała moda.

KOMENTARZ PARTNERA

Kapitał ma

KRZYSZTOF SKÓRA
prezes KGHM Polska Miedź

Po niemal trzech dekadach od wprowadzenia w Polsce wolnego rynku patriotyzm gospodarczy stał się wreszcie istotnym elementem debaty publicznej. Ważne, że potrafimy jasno artykułować nasze narodowe interesy, a kiedy trzeba – stawać w ich obronie. Patriotyzm gospodarczy, przez wiele lat mylony z protekcjonizmem, jest normą we wszystkich wysokorozwiniętych krajach. Szczególnie jest istotny wobec otwartych granic, braku ceł i swobodnej konkurencji.

W ostatnich latach polskie firmy niejednokrotnie były ofiarą naiwnej polityki gospodarczej. W jej efekcie narodowe czempiony traciły przewagi konkurencyjne nad zagranicznymi gigantami, hojnie wspieranymi przez swoje rządy. Negatywne przykłady takiej polityki gospodarczej można mnożyć – od fatalnie skonstruowanego podatku od wydobycia niektórych kopalin po przejmowane za bezcen spółki o strategicznym znaczeniu dla wielu lokalnych ekosystemów gospodarczych.

Ten okres mamy już za sobą. Działamy w ramach stale integrujących się systemów gospodarczych, ale jednoznacznie stawiamy na rozwój polskiego kapitału, który – wbrew

KOMENTARZ PARTNERA

Budujmy markę Made in Polska

PROF. MAŁGORZATA ZALESKA
prezes Giełdy Papierów Wartościowych

Gdybym miała krótko podsumować ostatnie debaty „Pulsu Biznesu", posłużyłabym się ich hasłem przewodnim: „Czas na patriotyzm gospodarczy". W pełni się z nim utożsamiam i od razu dodaję: nareszcie! Uważam, że już najwyższy czas, abyśmy zaczęli doceniać, wspierać i umiejętnie reklamować za granicą to, co polskie. Na przykład tak, jak czyni to „Puls Biznesu". Wystarczyło zobaczyć prezydenta Rzeczypospolitej zajadającego jabłka z przewodniczącym ChRL, aby przypomnieć sobie, że to redakcji „PB" zawdzięczamy najlepszą promocję tych owoców za granicą, a także ogromny wzrost ich konsumpcji w Polsce.
Ten sukces moglibyśmy powtórzyć. Gdybyśmy na przykład przekonali samych tylko mieszkańców Szanghaju, aby wypijali co dzień bardzo lubiany w Państwie Środka świeży sok z marchewki, musielibyśmy zbudować w Polsce kilkadziesiąt fabryk i utworzyć wiele nowych miejsc pracy. Wystarczy więc zacząć umiejętnie „sprzedawać się" za granicą, bo tam niewiele albo zgoła nic nie wiadomo o współczesnej Polsce.

Polskie produkty i usługi, tak bardzo już cenione na świecie, musimy jednak reklamować także w Polsce. Rolą państwa i jego instytucji powinno być więc stworzenie koncepcji nowego patriotyzmu właśnie w odniesieniu do gospodarki. Musimy tłumaczyć naszym rodakom, że patriotyzm gospodarczy nie narusza zasad wolnego rynku, a tym samym nie ma nic wspólnego z protekcjonizmem czy zaściankowością. Naszą powinnością jest przypominanie o tym, że polskie produkty i usługi są tak samo dobre, a pod pewnymi względami nawet lepsze niż zagraniczne. I nie jest to żaden PR – tak po prostu jest. Posłużę się kolejnym przykładem. Upadek Lehman Brothers i światowy kryzys zmusiły sektor finansowy do drastycznego cięcia kosztów. Oszczędności znalazły się w polskich centrach usług, gdzie za dwukrotnie wyższą jakość trzeba było zapłacić o połowę mniej. To dla Polski najlepszy PR.

Równolegle musimy wspierać rodzimą przedsiębiorczość, przy czym jako wsparcie rozumiem nie dotowanie firm z budżetu państwa, lecz tworzenie dobrego klimatu dla rozwoju krajowego biznesu. Mam na myśli ułatwienie prowadzenia działalności gospodarczej przez wprowadzanie przewidywalnego prawa oraz jasnego i sprawiedliwego systemu podatkowego. Doskonałymi rozwiązaniami są powstająca tzw. konstytucja dla biznesu oraz pakiet zmian dla małych i średnich przedsiębiorstw. Już są wprowadzane pierwsze przyjazne przedsiębiorcom rozwiązania, takie jak przyjęty przed kilkoma dniami przez rząd projekt ustawy obniżającej CIT dla małych firm.

Naszym zadaniem jest wspieranie małych i średnich przedsiębiorstw, aby mogły się rozwijać, zdobywać nowe rynki i zwiększać eksport. Powinniśmy budować markę „Made in Polska", bo to się przełoży na lepsze jutro polskich przedsiębiorców i pracowników. Wciąż jednak nie zadbaliśmy o poprawienie naszego wizerunku w świecie, co od lat przynosi nam wymierne straty ekonomiczne, chociażby w postaci niskiego jak na nasze możliwości napływu inwestycji zagranicznych czy eksportu towarów i usług. A mamy przecież dużo do zaoferowania, zwłaszcza w wysoko specjalistycznych sektorach gospodarki.
Jednak nasz największy potencjał to ludzie: młodzi wykształceni Polacy wchodzący na rynek pracy są dużo lepsi niż ich rówieśnicy ze świata. I nie mówię tego jako wykładowca SGH, uczelni, która wykształciła rzesze zdolnych Polaków. Wystarczy przypomnieć chociażby takie sukcesy, jak drugie miejsce w konkursie modelowania matematycznego w Singapurze zdobyte przez uczniów warszawskiego „Batorego", wysokie noty polskich studentów w Google Online Marketing Challenge czy liczne zwycięstwa młodych polskich informatyków, którzy okazują się lepsi w tej dziedzinie niż cieszący się sławą Chińczycy i Rosjanie.

Ktoś może postawić pytanie, jak możliwy jest patriotyzm gospodarczy w dobie globalizacji i co miałby oznaczać. Przede wszystkim w przypadku gospodarki otwartej, jaką jest Polska, nie byłoby możliwe odcięcie się od globalnych procesów gospodarczych. Poza tym dopływ obcego kapitału jest nam potrzebny, tyle że trzeba go kierować tak, aby pracował również na korzyść naszego kraju. Powinniśmy więc wzmacniać krajowe firmy, korzystając z możliwości oferowanych przez inwestorów zagranicznych. To dzięki nim przecież staliśmy się konkurencyjni i nauczyliśmy się zarządzania w praktyce. Ale jednocześnie musimy skończyć z opieraniem polskiej gospodarki na zadłużeniu zagranicznym, zagranicznym kredytowaniu i zagranicznych dotacjach. Tego rodzaju strategię zastosowały niegdyś największe gospodarki zachodnie, a także tzw. azjatyckie tygrysy. Wierzymy w to, że już niedługo będziemy uczestniczyli w międzynarodowej wymianie gospodarczej nie tylko z sukcesem, ale też na równych prawach.

GPW doskonale wpisuje się w ten trend jako instytucja od 25 lat stojąca ramię w ramię z polskimi przedsiębiorcami, otwarta na ich potrzeby, niezawodna, ufna i wierząca w powodzenie nawet ryzykownych inwestycji. Od ćwierć wieku pomagamy polskim przedsiębiorcom w rozwoju ich firm, niezależnie od uwarunkowań ekonomicznych. Rozbudowujemy rynek akcji, ale także rynek papierów dłużnych, zwłaszcza obligacji korporacyjnych, które mogą być dobrym źródłem finansowania działalności przedsiębiorstw. Ale przede wszystkim chcemy budować zaufanie do rynku kapitałowego, promować giełdę na szczeblu regionalnym, aby warszawski parkiet był giełdą pierwszego wyboru nie tylko dla przedsiębiorstw polskich, lecz również z Europy Środkowo-Wschodniej.

CZAS NA PATRIOTYZM GOSPODARCZY

narodowość

wielu mitom – ma narodowość. Nie zamykając się na świat, jesteśmy firmą obecną na rynku międzynarodowym, chcemy inwestować głównie w Polsce, a zamiast importować technologie, wolimy sami je rozwijać dzięki współpracy na linii biznes – nauka.

Praktyka pokazuje, że jest większa szansa, że pieniądze wypracowane w Polsce wrócą do naszych kieszeni. Płacimy w kraju podatki, dajemy możliwość utrzymania wielotysięcznej społeczności, dbamy o rozwój regionu i prowadzimy odpowiedzialny społecznie biznes. Stawiamy na partnerskie relacje z samorządami, wspieramy lokalne społeczności, chronimy regionalne dziedzictwo kulturowe i zapewniamy finansowanie ważnych inicjatyw kulturalnych, sportowych, naukowych i edukacyjnych. Mamy również wpływ na strategiczne branże i zasoby, które determinują bezpieczeństwo gospodarcze Polski.

W ostatnich dniach resort skarbu zgodnie z zapowiedziami wskazał portfolio produktowe KGHM Polskiej Miedzi. Firma dostarcza metale ważne dla rozwoju gospodarczego Polski: miedź (jako 8. producent na świecie), srebro i ren (2. miejsce na świecie), nikiel, złoto, ołów, pallad, molibden, platynę. KGHM zapewnia dostęp do najważniejszych surowców (w Polsce i w Europie). Znalazł się w wykazie firm chronionych przed wrogim przejęciem.

Działając na globalnych rynkach, nie zapominamy o naszych korzeniach. Centrum naszych interesów pozostanie w Polsce.

KOMENTARZ PARTNERA

Nowe standardy dla całego sektora

AGNIESZKA KŁOS
członkini zarządu Provident Polska

Słowo „Polska" w nazwie firmy to zobowiązanie – wobec pracowników, klientów i partnerów biznesowych. Dla Providenta, stabilnej firmy obecnej na polskim rynku finansowym od prawie 20 lat, naturalnym zobowiązaniem jest także prowadzenie biznesu w sposób odpowiedzialny, z korzyścią dla gospodarki i społeczeństwa. Tylko w ubiegłym roku Provident Polska odprowadził ponad 270 mln zł podatków i opłat, co jest najwyższą kwotą w sektorze pozabankowym. Z tego około 120 mln zł stanowił podatek CIT.

Będąc liderem rynku pożyczek gotówkowych, chcemy wskazywać najlepsze standardy całemu sektorowi. Jednym z nich jest przejrzystość biznesu. Dlatego nasza firma w ramach notowań równoległych jest obecna na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie. Obowiązki firmy publicznej do regularnego raportowania wyników to możliwość swobodnego dostępu wszystkich zainteresowanych do informacji na temat kondycji spółki, a także większe bezpieczeństwo dla klientów.

Dynamiczny rozwój firmy nie byłby możliwy bez pracowników. Każdego dnia współpracuje z nami ponad 10 tys. osób. Poprzez ogólnopolskie kampanie rekrutacyjne staramy się docierać do nowych pracowników, chcących budować swoją karierę w firmie, w której idee patriotyzmu gospodarczego są na stałe wpisane w biznesową codzienność.

REKLAMA 32984

www.poczta-polska.pl

Poczta Polska

PACZKI Poczty Polskiej

Nowoczesne, sprawdzone i wygodne

NAJWIĘKSZA SIEĆ PUNKTÓW ODBIORU

POWIADOMIENIA SMS

ŚLEDZENIE ONLINE

Szczegółowe informacje o usługach realizowanych przez Pocztę Polską S.A. znajdują się w regulaminach usług dostępnych na stronie internetowej www.poczta-polska.pl

Czas na patriotyzm gospodarczy

Państwo z patentem

Unijne dotacje muszą podsycać ogień rozwoju. Pora też, by większe ryzyko podjęli administracja, naukowcy i państwowi giganci

Karol Jedliński
k.jedlinski@pb.pl ☎ 22-333-99-21

Patent na innowacje – niemalże świętego Graala każdego ambitnego społeczeństwa w XXI w.? Zebrani w sali notowań Giełdy Papierów Wartościowych (GPW) goście podczas debaty z cyklu „Czas na patriotyzm gospodarczy" wykuwali plan na Polskę 2.0. Przedstawiciele biznesu i instytucji państwowych dyskutowali nad tym, co zrobić, by polska gospodarka była bardziej innowacyjna. Uznali, że najpierw trzeba zdiagnozować poziom, z którego startujemy. Na to prowadzący debatę Grzegorz Nawacki, zastępca redaktora naczelnego „Pulsu Biznesu", od razu przytoczył niezbyt budujące statystyki.

– Nakłady na badania i rozwój w Polsce są poniżej unijnej średniej. Zmiana tego ma mocne miejsce w planie Morawieckiego, pozostaje jednak pytanie, jak mądrze wydać na to zwiększone fundusze – sformułował problem Grzegorz Nawacki.

Coś ponad cyfry

Jako pierwszy receptę na rozwój za pomocą technologii zgłosił Piotr Dytko, prezes KGHM Cuprum, technologicznej odnogi państwowego miedziowego giganta.

– Innowacyjność musi się ściśle wiązać z pragmatyzmem, nowymi produktami, a nie tylko z ideą samą w sobie. Dotykamy tu sprawy komercjalizacji pracy naukowców i podejścia do dotacji unijnych. Dla mnie sukces w wykorzystaniu funduszy nieuchronnie równa się z ich sumiennym rozliczeniem i poradzeniem sobie z barierami administracyjnymi. Sukces jest wtedy, gdy projekt daje wymierny efekt w gospodarce, prowadzi do czegoś więcej niż pozycji w księgach. Stąd nadzieje wokół np. planu Morawieckiego – stwierdził Piotr Dytko.

Impuls do tego „czegoś więcej" jest – zdaniem Jakuba Karnowskiego, do niedawna prezesa grupy PKP, a teraz prezesa Luma Investment – powinno dać przede wszystkim państwo, ale plan Morawieckiego to tylko wisienka na torcie. Jakub Karnowski, który jest także wykładowcą w Kolegium Analiz Ekonomicznych SGH, przypomniał ostatnie zestawienie Global Innovation Index, w którym Polska do lidera – Szwajcarii – traci 45 pozycji.

– Warto podpatrywać tych, którym już udało się wejść na tory innowacyjności. Autorzy raportu zwracają uwagę, że specjalne programy wspierające tego typu procesy są potrzebne, jednak podstawą jest zbudowanie otoczenia do funkcjonowania takich inicjatyw. A to między innymi rządy prawa, konkurencyjny rynek, efektywny rynek pracy, klarowne prawo podatkowe, rozwinięta infrastruktura – wyliczał prezes Lumy.

Odcienie taniości

Podstaw innowacyjności jest więcej, stwierdził natomiast Daniel Maksym, dyrektor działu rozwoju i innowacji Narodowego Centrum Badań i Rozwoju (NCBR). W czasach olbrzymiej popularności określenia „start-up" olbrzymią rolę do odegrania ma właśnie NCBR, które dysponuje potężnymi pieniędzmi z Unii Europejskiej.

– Start-up to jest coś nowego, ale mającego wypracowany skuteczny model biznesowy – definiował Daniel Maksym.

I natychmiast podniósł temperaturę dyskusji, stwierdzając, że krytykowane przez biznes podniesienie płacy minimalnej może mieć dobroczynne skutki.

– Wciąż w Polsce tańsza praca jest silniejszym impulsem rozwojowym niż nowe technologie. Gdy płace wzrosną, kapitał prywatny będzie musiał bardziej zwrócić się ku technologiom jako przewadze konkurencyjnej – stwierdził przedstawiciel NCBR.

Marcin Piasecki, wiceprezes Polskiego Funduszu Rozwoju, promował natomiast tezę, że nie tylko pomysł, ale również rozmiar ma znaczenie. Oczywiście rozmiar firm, które stać na inwestycje w innowacje z prawdziwego zdarzenia.

– W Dolinie Krzemowej to właśnie wielkie firmy tworzą klimat dla innowacji, zajmując się projektami wyhodowanymi dzięki państwowemu wsparciu i przejętymi potem przez fundusze typu venture capital. W Polsce grubych ryb absorbujących nowe technologie jest co najmniej kilkakrotnie mniej niż w Europie Zachodniej, a w dodatku największe kontroluje skarb państwa. Tu trzeba udrożnić system – wskazywał Marcin Piasecki.

Sukces przez porażkę

Michał Szaniawski, wiceprezes Agencji Rozwoju Przemysłu (ARP), podchwycił ideę udrażniania i do listy dodał administrację publiczną.

– To powinna być nowa rola administracji jako zamawiającego innowacyjne rozwiązania, będącego motorem ich powstawania. Śmiejemy się czasem np. z technologii kosmicznych, że jest to palenie milionów na rakiety. Tymczasem to bardzo chłonna sfera – można wiele sprzedać i wymyślić w sferze komunikacji satelitarnej – tłumaczył wiceprezes ARP.

Dołożył też obserwację socjologiczną: w Polsce przedsiębiorca, który poległ na start-upie, okrywa się hańbą. Tymczasem w Stanach jest to ktoś z nowym doświadczeniem.

– Za oceanem dobrze się rozumie, czym jest droga przez ryzykowne pomysły, i akceptuje się pozytywne aspekty porażki – twierdził Michał Szaniawski.

Także Witold Sugalski, dyrektor departamentu rozwoju i projektów strategicznych w PGE, zachęcał do akceptowania ryzyka.

– Ilość znaczy jakość – to jest dobry slogan. W innowacyjnych spółkach trzeba się przekopywać, fedrować, by znaleźć ten jeden rodzynek. To musi być stały element pracy, bo innowacja to nie jest ścisła liczba. To jest wiara i szacowanie ryzyka. Gdy już się określi jego akceptowalny próg, należy inwestować pełną parą, ze świadomością, że większość pomysłów i tak będzie porażką – uważa Witold Sugalski.

Proch już jest

Uczestnicy debaty zgadzali się co do tego, że dla wielu polskich przedsiębiorców innowacja pozostaje głównie podkładką pod dość tanie i efektywne kosztowo finansowanie z UE. Różne były jednak recepty na marchewki dla tych, którzy szukają czegoś więcej niż porządku w papierach i pieniędzy na koncie.

– W zachętach nie ma co wymyślać prochu. Zatem ulgi podatkowe w CIT, preferencyjne warunki zatrudniania młodych naukowców – proponował Piotr Dytko.

Witold Sugalski zwracał zaś uwagę na defensywne nastawienie środowisk naukowych. – Panuje przekonanie, że pół roku wystarczy, żeby ocenić, czy jakiś koncept działa, czy nie. Tymczasem uczelnie potrafią jednocześnie realizować kilka trzyletnich przedsięwzięć, minimalizując swoje ryzyko. Problem w tym, że potem nikt tych pomysłów nie komercjalizuje, nawet jeśli któryś ma jakieś pozytywne efekty naukowe – uważa dyrektor z PGE.

Według Michała Szaniawskiego, przedsiębiorcy powinni pamiętać, że unijne dotacje się kiedyś skończą. Dlatego rekomendował model pożyczek i kredytów stosowany przez ARP.

– Gdy jest pożyczka, przedsiębiorca myśli, jak ją oddać, jak może na nią zarobić. Nasi innowatorzy muszą się uczyć walczyć o twardy kapitał na rynku – ocenił wiceprezes ARP.

Lekcja z doświadczeń Zachodu jest oczywista: święty Graal innowacji najlepiej hartuje się w ogniu wolnego rynku, tylko trochę podsycanym publicznymi (unijnymi, podatkowymi) zachętami. © ℗

COŚ ZA COŚ: Mniej strachu, regulacji i łatwych pieniędzy a więcej ryzyka, indywidualnego podejścia i naukowego wsparcia. Takie recepty na polską innowacyjność stawiali uczestnicy debaty. [FOT. WM]

„Mamy status centrum badawczo-rozwojowego, na co dzień więc jesteśmy na styku nauki i biznesu. To, co musimy wciąż podkreślać, to jedna zasada: dawajmy odpowiedź na realne zapotrzebowanie biznesu, odpowiadajmy na pytania stamtąd płynące.

Piotr Dytko
prezes KGHM Cuprum

„Jako m.in. wykładowca akademicki mogę powiedzieć, że nasz system edukacji wyższej jest słaby na tle świata. Nie potrafimy żenić nauki z gospodarką, uczelnie nie zachęcają swoich naukowców do angażowania się w biznes.

Jakub Karnowski
prezes Luma Investment

CZAS NA PATRIOTYZM GOSPODARCZY

na innowacyjność

„Pracujemy nad wprowadzeniem szybkiej ścieżki oceny trwających projektów i kończenia nierokujących. Z drugiej strony — czas, by administracja wyszła z bezpiecznej sfery projektów nieniosących ze sobą innowacyjności poprzez nadmierne ograniczanie ryzyka.

Daniel Maksym, dyrektor działu rozwoju i innowacji Narodowego Centrum Badań i Rozwoju

„W funduszu mamy 2,8 mld zł do rozdysponowania. To pieniądze unijne, którymi zarządzać będą, w ramach wyspecjalizowanych jednostek, zespoły pozyskane z rynku, co daje nadzieję na nieprzeciętne efekty inwestycji.

Marcin Piasecki
wiceprezes Polskiego Funduszu Rozwoju

„Wraz ze spółką zależną PGNiG przeprowadziliśmy program, w którym zdefiniowała ona dziedziny popytu na innowacje. Znaleźliśmy 100 przedsiębiorstw, z których ostatecznie trzy podpisały umowy na budowę technologii dla PGNiG Termika. Zatem można.

Michał Szaniawski
wiceprezes ARP

„Jeśli biznes szuka innowacji, to chodzi mu o coś nowego, wyjątkowego, niedostępnego nigdzie indziej. Tymczasem polskie przepisy sugerują, by raczej szukać wśród takich samych pomysłów i najlepiej o wyborze niech decyduje cena.

Witold Sugalski, dyrektor departamentu rozwoju i projektów strategicznych w PGE

Czas na patriotyzm gospodarczy

CZAS NA PATRIOTYZM GOSPODARCZY

KOMENTARZ PARTNERA

Bez czempionów nie będzie silnej gospodarki

HENRYK BARANOWSKI
prezes PGE Polskiej Grupy Energetycznej

Przejawem patriotyzmu gospodarczego jest przede wszystkim sumiennie wykonywana codzienna praca. Ale także preferowanie polskich towarów i usług, co w przypadku energetyki nabiera szczególnego wymiaru.

Ta strategiczna gałąź gospodarki nie mogłaby istnieć bez dostępu do surowców. Polska ma tę przewagę nad innymi krajami europejskimi, że jest bogata w paliwa kopalne, przede wszystkim węgiel kamienny i brunatny. Pozwalają nam one budować niezależność energetyczną na niespotykaną w tej części Europy skalę.

Doskonałym przykładem synergii między branżą wydobywczą i wytwarzającą energię w elektrowniach konwencjonalnych jest powołanie Polskiej Grupy Górniczej przy udziale firm energetycznych. To także przykład, że kluczową rolę w animowaniu patriotyzmu gospodarczego odgrywa państwo. To ono jest motorem budowy silnej gospodarki opartej na lokalnych zasobach.

Nie sprawdziła się bowiem wpajana nam przez lata teza o niewidzialnej ręce rynku, która w magiczny sposób go wyreguluje. Wolny rynek w czystej postaci nie istnieje już w żadnym państwie i właśnie dzięki temu gospodarki krajowe mogą się rozwijać. Każdy kraj, w mniej lub bardziej zawoalowany sposób, wspiera kluczowe dla siebie sektory. Ma to miejsce nie tylko w Niemczech, gdzie w ramach Energiewende zainwestowano w budowę sektora odnawialnych źródeł energii i tym samym stworzono niemal 400 tys. miejsc pracy, ale także w postrzeganych jako skrajnie liberalne Stanach Zjednoczonych, gdzie opierając się na programie wyborczym Baracka Obamy „The New Economic Patriotism", zwiększa się produkcję przemysłową i ogranicza uzależnienie od dostaw energii spoza USA.

Polska również powinna wyznaczyć priorytetowe cele rozwoju gospodarczego i społecznego, a następnie konsekwentnie dążyć do ich realizacji. Narzędziem do osiągnięcia tych celów powinny być silne narodowe czempiony, takie jak PGE. Bez ich aktywnej roli i współpracy z administracją rządową nie da się budować konkurencyjnej gospodarki.

Wyrazem patriotycznego podejścia do rozwoju gospodarczego są także inwestycje w innowacje. Grupa PGE umieściła innowacyjność w centrum swojej strategii biznesowej i jest ona elementem łączącym wszystkie pozostałe cele, do których dążymy. Innowacyjne rozwiązania oparte na polskich surowcach i wypracowane przez polskie ośrodki badawcze pozwolą oferować gospodarstwom domowym i przedsiębiorstwom coraz atrakcyjniejsze produkty, a to bez wątpienia przełoży się na wzrost wskaźników gospodarczych i tym samym umocnienie pozycji Polski na arenie międzynarodowej.

REKLAMA 32985

dużo

...więcej dla biznesu

Szukając nowych inwestycji, postaw na pewnych partnerów.
Wybierz PZU – lidera w branży ubezpieczeniowej
w Polsce i Europie Środkowo-Wschodniej.

801 102 102 pzu.pl

PZU

Altus

Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych S.A.

Absolutnie dobry wybór

Altus Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych S.A.
ul.Pankiewicza 3 • 00-696 Warszawa • tel. +48 22 380 32 85 • fax. +48 22 380 32 86 • biuro@altustfi.pl • www.altustfi.pl

KGHM
POLSKA MIEDŹ

Pokłady możliwości

Dzięki wiedzy i doświadczeniu naszych pracowników wydobywamy i przetwarzamy cenne zasoby ziemi, umożliwiając rozwój nowoczesnego świata.

Czas na patriotyzm gospodarczy

Mądry pracownik za

Polska przyciąga inwestorów zagranicznych, ale teraz chce, by inwestowali tu tacy, którzy stawiają na innowacje

Marcel Zatoński

m.zatonski@pb.pl ☎ 22-333-98-15

Nie jest źle, ale zawsze mogłoby być lepiej. Według raportu EY, Polska jest dla inwestorów zagranicznych najbardziej atrakcyjnym krajem w Europie Środkowej i Wschodniej, a na całym kontynencie plasuje się na szóstej pozycji. Pod względem wartości inwestycji w skali świata nie mamy jednak powodów do entuzjazmu – rok temu znaleźliśmy się w czołowej dwudziestce globalnego rankingu UNCTAD, ale w najnowszym rankingu byliśmy już daleko. Pod względem wartości inwestycji wypadliśmy dwa razy słabiej od 20. w zestawieniu Chile.

Czy sytuacja może się odwrócić i czy Polska, m.in. dzięki realizacji „Planu na rzecz odpowiedzialnego rozwoju", może zacząć inteligentnie przyciągać coraz większe i coraz bardziej wartościowe dla kraju i jego mieszkańców inwestycje? O tym rozmawiano podczas kolejnej debaty z cyklu „Czas na patriotyzm gospodarczy", zorganizowanej przez „Puls Biznesu".

Dobry start

Radosław Borkowski, dyrektor zarządzający produkującego m.in. systemów automatyki domowej Somfy, które w 2014 r. zainwestowało 120 mln EUR w fabrykę w podkrakowskich Niepołomicach, ocenia atrakcyjność Polski dla inwestorów dobrze, czyli w skali szkolnej na cztery. A może nawet na cztery i pół.

– Główny atut to położenie geograficzne w środku Europy, wraz z infrastrukturą transportową – nasza firma ma centralę we Francji i połączenie z Polską jest bardzo dobre. Kolejny atut to dostęp do zasobów ludzkich. Na pewno trzeba jeszcze popracować nad poprawą przepisów prawa – mówił Radosław Borkowski.

Z taką oceną zgadza się Jacek Czerniak, dyrektor departamentu klientów globalnych w Citi Banku Handlowym.

– Zainwestowaliśmy tu dużo pieniędzy, choćby w centrum usług, i jedno jest pewne – warto inwestować w Polsce. Największą wartością są ludzie, infrastruktura się poprawia. To, czego jeszcze oczekują inwestorzy, to stabilizacja i przewidywalność sytuacji. Na pewno też cały czas trzeba pracować nad ich przyciąganiem, bo to nie jest tak, że proces tworzenia dla nich odpowiednich warunków kiedyś się kończy – mówił Jacek Czerniak.

Czwórkę z plusem wystawiała Polsce również inna przedstawicielka branży finansowej – Agnieszka Kłos, członek zarządu w Providencie.

– Sytuacja jest coraz lepsza. Polska to duży kraj z dużym rynkiem wewnętrznym, a z naszego punktu widzenia jej bardzo mocną stroną jest atrakcyjna baza ekspertów i specjalistów. To Polacy obsługują dużo funkcji całej grupy, stąd jest szef działu zakupów czy dyrektor do spraw korporacyjnych. Firmy z całej branży finansowej chętnie otwierają tu centra kompetencyjne. To, czego brakuje, to stabilność regulacji – mówiła Agnieszka Kłos.

Zgodził się z nią Alfred Kubczak, dyrektor ds. korporacyjnych w wywodzącym się z Portugalii Jeronimo Martins Polska, właścicielu Biedronki.

– Stabilność regulacji jest bardzo ważna i z nią jest problem. Już nawet nie pytam, jak ma wyglądać podatek od obrotów w handlu, ale chciałbym wiedzieć, jaka jest długoterminowa wizja opodatkowania naszego sektora. Ważne jest też ustalenie tożsamości Polski – tego, w czym właściwie chce się specjalizować. Dlatego oceniam tutejszą atrakcyjność inwestorów między cztery a pięć, ale podkreślam, że na taką szkolną ocenę trzeba brać poprawkę, bo w warunkach globalnej konkurencji musimy porównywać się z innymi krajami. Jak nie będziemy się rozwijać, inni nas wyprzedzą – mówił Alfred Kubczak.

PATRIOTYZM Z IMPORTU: Zagraniczni inwestorzy od ponad ćwierć wieku byli witani w Polsce z otwartymi ramionami i w tej sprawie nic się nie zmienia. Najwięksi co roku wpłacają setki milionów złotych do budżetu z samego CIT. W pierwszej dziesiątce w tej kategorii, według danych Bisnode Polska za 2014 r., jest siedem banków, dwie sieci detaliczne i jeden telekom. [FOT. WM]

Najwięksi zagraniczni płatnicy CIT

Podatek dochodowy za 2014 r. (w mln zł)

Bank Pekao	607,8	Bank Handlowy w Warszawie	216,3
Bank Zachodni WBK	483,8	Bank Millennium	171,3
mBank	304,5	Rossmann Supermarkety	
ING Bank Śląski	268,0	Drogeryjne Polska	138,1
Jeronimo Martins Polska	256,7	Santander Consumer Bank	131,6
T Mobile Polska	229,5		

Źródło: Bisnode Polska

Polski optymizm

Lepiej atrakcyjność inwestycyjną Polski oceniają ci, którzy nie mają nad sobą szefów w zagranicznych centralach.

– Ja bym postawił mocną piątkę, bo mamy bardzo silny kapitał ludzki, nie wspominając już o dużym rynku wewnętrznym i położeniu geograficznym. Żeby lepiej pokazać nasze atuty, musimy popracować nad konkretną strategią rozwoju. Tak jak korporacja – spozycjonować się strategicznie, by do inwestorów trafiał jasny przekaz. Dlatego dobrze, że powstał „plan Morawieckiego" – mówił Andrzej Kozłowski, dyrektor wykonawczy do spraw strategii i zarządzania projektami w Orlenie.

Bartłomiej Pawlak, pełniący obowiązki prezesa zajmującej się ściąganiem inwestorów Polskiej Agencji Informacji i Inwestycji Zagranicznych (PAIIZ), podkreślał, że w globalnych i europejskich rankingach wypadamy świetnie.

– Jesteśmy zdecydowanie powyżej średniej. Ważna jest np. ocena niemieckich firm, które zainwestowały w Polsce – aż 95 proc. z nich zrobiłoby to jeszcze raz. Oceniam nas na piątkę, a nad szóstką pracujemy. Nie chodzi chyba jednak o to, czy chcemy wzmacniać pozycję w ogólnych rankingach, ale o to, by przyciągnąć konkretnych inwestorów z branż, które są dla nas interesujące. Temu ma właśnie służyć „Plan na rzecz odpowiedzialnego rozwoju". Jesteśmy ciekawym, atrakcyjnym rynkiem i widać to na przykład po rozwoju centrów usług, które kiedyś obsługiwały najprostsze czynności, a teraz mają znacznie szerszą skalę – mówił Bartłomiej Pawlak.

Tadeusz Kościński, wiceminister rozwoju, ocenił atrakcyjność inwestycyjną Polski krótko i konkretnie.

– Nasz główny atut jest taki, że w Polsce mieszkają Polacy – mówił Tadeusz Kościński.

Czas na innowacje

Ministerstwo Rozwoju pod wodzą wicepremiera Mateusza Morawieckiego przedstawiło plan, który ma zdynamizować polską gospodarkę. Wiceminister Kościński w kontekście inwestorów zagranicznych zwraca uwagę na to, że należy zmienić paradygmat.

– Przez dwie dekady opieraliśmy się na imitacji, teraz trzeba nam innowacji. Stąd choćby te zachęty – podatkowe i inne – które mają ułatwić rozwój start-upów i wspomagać firmy, które mogą wychodzić na rynki zagraniczne. Ważne jest zrównoważenie inwestycji – chcemy zachęcać inwestorów zagranicznych, żeby wchodzili nie tylko do tych regionów, w których już jest ich dużo – do Polski zachodniej, centralnej i południowej – i żeby mocniej współpracowali z lokalnym środowiskiem, choćby ze szkołami zawodowymi i uniwersytetami – mówił Tadeusz Kościński.

Bartłomiej Pawlak wskazywał na to, że przejście inwestycji z imitacyjnych na innowacyjne już się toczy.

– Odwiedzałem niedawno centrum usług GlaxoSmithKline, gdzie dekadę temu 30 osób wykonywało proste czynności. Teraz jest ich 200 i dbają m.in. o bezpieczeństwo całej globalnej firmy. Nasze kadry są coraz bardziej doświadczone, pracują dużo i ciężko, co przyciąga inwestorów zagranicznych. My ze swojej strony będziemy prowadzić bardziej selektywną politykę poszukiwania inwestorów dysponujących bardziej zaawansowanymi technologiami i sugerować im optymalne do inwestycji miejsca w kraju – mówił Bartłomiej Pawlak.

Kompetentni pracownicy sprawiają, że przy bardziej zaawansowanych inwestycjach Polska potrafi wygrać z tańszymi konkurentami z Rumunii i Turcji, ale według Radosława Borkowskiego wiele pozostało do zrobienia.

CZAS NA PATRIOTYZM GOSPODARCZY

miast taniego

– Planujemy na ten rok zatrudnienie 20 inżynierów w centrum badań i rozwoju. Szczerze mówiąc, borykamy się z problemem, bo tych specjalistów po prostu brakuje. Istniejące na politechnikach wydziały automatyki nie spełniają wymogów rynku pracy. Uczelnie powinny z nami ściślej współpracować, słuchać nas i wiedzieć, czego potrzebujemy. Korzyści są oczywiste – we Francji w podobnym centrum zatrudniamy 160 inżynierów, co roku zgłaszających dziesiątki patentów. To jest kierunek, w którym powinna zmierzać Polska – mówił dyrektor zarządzający Somfy.

Przyciąganie inwestorów z zaawansowanymi technologiami nie będzie łatwe, ale Jacek Czerniak zwrócił uwagę, że w niektórych sektorach już się to udaje, właśnie dzięki powiązaniom biznesu z edukacją.

– Spójrzmy choćby na branżę lotniczą, w której pracuje ponad 20 tys. osób – to jeden z najlepszych przykładów współpracy biznesu z uczelniami, co wyraźnie widać choćby w Rzeszowie. Świetnie rozwija się w Polsce również produkcja oprogramowania do smartfonów czy elementów samochodów autonomicznych. Są to nowe obszary i mało kto wie, że Polacy są tu bardzo aktywni. Polsce brakuje jednak wyraźnej, konkretnej marki, brandu „Polska", który jasno kojarzyłby się inwestorom. Trzeba konsolidować działania marketingowe wokół Ministerstwa Rozwoju. To jest jak ze sprzedażą produktów w branży FMCG – mogą być świetne i popularne, ale bez nieustannej promocji ich sprzedaż spadnie – mówił Jacek Czerniak.

Andrzej Kozłowski sugerował, że Polska powinna dążyć do tego, by być drugą Kanadą.

– Gdy Orlen decydował się zainwestować tam w złoża, było jasne, że patrząc tylko po kosztach wydobycia i pracy, to jeden z najdroższych możliwych celów. My jednak patrzyliśmy na coś innego – pod względem stabilności, pewności i atrakcyjności inwestycji Kanada była zdecydowanym numerem jeden, bo tam po prostu wszystko działa tak, jak należy, na co pracowano od wielu lat. Życzyłbym sobie, żeby Polska miała taką stabilność podatkową, tak niskie ryzyko regulacyjne i tak sprawne instytucje – żeby po prostu miała tak silną markę, żeby jej wybór był dla inwestora oczywisty – mówił Andrzej Kozłowski.

Koniec imitacji

Przez lata głównym atutem Polski w oczach inwestorów zagranicznych i tym, co przyciągało ich do kraju, była tania siła robocza. To paliwo jest już jednak na wyczerpaniu.

– Obecnie skojarzenie Polski z tanimi pracownikami działa na naszą niekorzyść. Polacy są ambitni i oczekują wyższych wynagrodzeń. Dlatego właśnie chcemy zrównoważyć inwestycje w całym kraju, zapoczątkować proces reindustrializacji i zainwestować w nowe technologie z potencjałem eksportowym – mówił Tadeusz Kościński.

Droga do tego celu jest jednak daleka.

– Mamy stawiać na innowacyjność, ale gdy patrzę na polski biznes – i choćby na swoją branżę – widzę, że rodzimi producenci, nawet ci z silną pozycją na rynkach europejskich, nadal stawiają na masę, koncentrują się na ilości sprzedanych produktów, a nie na ich jakości. Nawet nie myślą o tym, że mogliby skorzystać na wspieraniu innowacyjnych start-upów, co dostrzegają inwestorzy zagraniczni – mówił Radosław Borkowski.

Alfred Kubczak zauważył, że Polska znalazła się w pułapce średniego rozwoju, ale nie sądzi, by nasze największe przewagi konkurencyjne w przyciąganiu zagranicznych inwestorów miały się rychło zmienić.

– W Polsce nadal inwestuje się ze względu na pracowników, może już nie tych najtańszych jak wcześniej, tylko takich, którzy mają większą wiedzę i doświadczenie. Dlatego tych pracowników musi być więcej – absolwenci uczelni muszą płynnie wchodzić na rynek pracy, a do tego jest potrzebne przygotowanie w czasie studiów, a nawet wcześniej – tak by uczniowie wiedzieli, że choćby kształcenie się na chemika daje atrakcyjne perspektywy życiowe. Ważne jest też zrównoważenie mapy inwestycyjnej, bo często inwestorzy pojawiają się w miejscach, gdzie już jest wielu innych, i rynek pracy jest dla nich dużo trudniejszy – mówił Alfred Kubczak.

Paneliści nie mieli wątpliwości – niskimi kosztami pracy nie damy już rady zdobywać atrakcyjnych inwestycji.

– Nie przy Rumunii i Bułgarii w Unii. Dlatego tak ważne jest odpowiednie kształcenie, bo niedługo w wielu branżach możemy zmierzyć się z problemem zmiany pokoleniowej – starsi specjaliści odejdą na emeryturę, a młodych nikt nie wykształcił, bo po prostu nie poszli na odpowiednie kierunki. To jest problem, który mamy na przykład w naszych czeskich rafineriach – mówił Andrzej Kozłowski.

Na to, że w tworzeniu sprzyjającego środowiska dla inwestorów zagranicznych oprócz władz i systemu edukacji wpływ ma rodzima przedsiębiorczość, uwagę zwracał Bartłomiej Pawlak.

– Sukces dużych inwestycji zależy w dużej mierze od tego, jak sprawni są podwykonawcy. Dlatego musimy wspierać lokalne firmy tak samo jak duże spółki skarbu państwa i zagranicznych inwestorów – tak by były atrakcyjnym partnerem i były gotowe do tego, żeby się rozwijać – mówił szef PAIIZ.

Przedstawiciel Biedronki apelował, by marzenie o innowacyjnych inwestorach nie przerodziło się w stygmatyzację innych, którzy są w Polsce od lat.

– Uważam ten podział za zły, za tworzenie wrażenia, że Polska nie chce nikogo bez etykietki „innowacyjny". Nie można upraszczać roli inwestorów i prowadzonego przez nich biznesu. Dużo mówiło się tu o centrach usług, które przeszły na bardziej zaawansowany poziom. Mogę dodać, że dzięki Biedronce wielu polskich producentów dosłownie z poziomu garażowego przeszło do pozycji silnych eksporterów, dostarczających swoje produkty do kilkunastu krajów – mówił Alfred Kubczak. © ℗

Obecnie kojarzenie Polski z tanimi pracownikami działa na naszą niekorzyść. Polacy są ambitni i oczekują wyższych wynagrodzeń.

Tadeusz Kościński
podsekretarz stanu w Ministerstwie Rozwoju

Będziemy prowadzić bardziej selektywną politykę poszukiwania inwestorów dysponujących bardziej zaawansowanymi technologiami.

Bartłomiej Pawlak
pełniący obowiązki prezesa Polskiej Agencji Informacji i Inwestycji Zagranicznych

Polsce brakuje jednak wyraźnej, konkretnej marki, brandu „Polska", który jasno kojarzyłby się inwestorom. Trzeba konsolidować działania marketingowe wokół Ministerstwa Rozwoju.

Jacek Czerniak, dyrektor departamentu klientów globalnych w Citi Banku Handlowym

Bardzo mocną stroną Polski jest atrakcyjna baza ekspertów i specjalistów. To, czego brakuje, to stabilność regulacji.

Agnieszka Kłos
członek zarządu, dyrektor ds. rozwoju biznesu w Provident Polska

W wielu branżach możemy zmierzyć się z problemem zmiany pokoleniowej — starsi specjaliści odejdą na emeryturę, a młodych nikt nie wykształcił, bo nie poszli na odpowiednie kierunki.

Andrzej Kozłowski
dyrektor wykonawczy ds. strategii i zarządzania projektami w PKN Orlen

Istniejące na politechnikach wydziały nie spełniają wymogów rynku pracy. Uczelnie powinny z nami ściślej współpracować, słuchać nas i wiedzieć, czego potrzebujemy.

Radosław Borkowski
dyrektor zarządzający Somfy

Absolwenci uczelni muszą płynnie wchodzić na rynek pracy, a do tego jest potrzebne przygotowanie w czasie studiów, a nawet wcześniej.

Alfred Kubczak
dyrektor ds. korporacyjnych w Jeronimo Martins Polska

Puls Biznesu dziękuje za udział w projekcie

CZAS NA PATRIOTYZM GOSPODARCZY

Partnerom:

KULCZYK INVESTMENTS, ORLEN, Bank Polski, 25 LAT GPW, citi handlowy, PZU, asseco, Poczta Polska, KGHM POLSKA MIEDŹ, PGE

Partnerom debat tematycznych:

Altus Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych S.A., Provident, somfy Building happiness, MasterCard, arp Agencja Rozwoju Przemysłu S.A., orange, Biedronka Codziennie niskie ceny

Patronom honorowym:

Ministerstwo Rozwoju, Ministerstwo Skarbu Państwa, Ministerstwo Cyfryzacji, Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego

Oglądaj debaty na stronie **patriotyzm.pb.pl**

ISSN 1427-6852