

Joanna Kuźmiak

ATRAKCYJNOŚĆ INWESTYCYJNA POLSKI DLA INWESTORÓW JAPOŃSKICH

Gospodarka światowa odnotowuje ciągle zmiany. Zmieniają się, ulegają zmodyfikowaniu kierunki handlu światowego, charakter wymiany, liczba, typ i wielkość uczestniczących w niej podmiotów oraz powiązania – zarówno między nimi, jak i wewnątrz struktur wytwarzania, często rozmieszczonych w wielu krajach, a nawet na kilku kontynentach. Zmieniają się przy tym prawne, polityczne i społeczne uwarunkowania prowadzenia działalności¹. Kołami zamachowymi tego postępu są: zniesienie ograniczeń międzynarodowej wymiany towarowej, możliwości przepływu kapitałów ponad granicami i ściśle związane z tym inwestycje zagraniczne. W proces ten, szczególnie w jego zainicjowanie, zaangażowane są władze państwowe dokonujące zmian przepisów prawnych umożliwiających liberalizację przepływu towarów i kapitałów między państwami oraz lokowanie inwestycji zagranicznych², ich napływ jest bowiem efektem stworzenia dogodnych warunków dla inwestorów. Czynniki takie jak polityka danego kraju, warunki ekonomiczne, społeczno-kulturowe – są obserwowane i oceniane przez inwestorów zagranicznych. Ich całokształt składa się na wizerunek potencjalnego kraju inwestycji, a co za tym idzie – odgrywa kluczową rolę przy podejmowaniu decyzji o lokalizacji inwestycji zagranicznych³.

W obecnej dobie wyraźnie wyróżniają się kraje, które są w stanie przyciągnąć i, co ważniejsze, odpowiednio wykorzystać kapitał zagraniczny. Państwa te mają szansę rozwijać się szybciej niż inne, a więc ograniczyć ubóstwo i powiększyć dobrobyt. O sukcesie gospodarczym tych krajów decyduje po pierwsze – odpowiedni potencjał

¹ J. Brach, *Podstawowe tendencje charakteryzujące produkcję pojazdów użytkowych*, [w:] J. Rymarczyk, W. Michalczyk (red.), *Internacjonalizacja i globalizacja przedsiębiorstwa i gospodarki*, t.1, Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu nr 930, AE, Wrocław 2002, s. 67.

² P. Krzak, *Potencjał regionu świętokrzyskiego wobec przejawów globalizacji gospodarki*, [w:] J. Rymarczyk, W. Michalczyk (red.), *Internacjonalizacja i globalizacja przedsiębiorstwa i gospodarki*, t.1, Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu nr 930, AE, Wrocław 2002, s. 353.

³ I. Turek, *Uwarunkowania i rozwój bezpośrednich inwestycji zagranicznych w Polsce w latach 1991-2002*, [w:] H. Henzel (red.), *Diagnoza i perspektywy procesów inwestycyjnych w krajach Europy Środkowej*, AE, Katowice 2003, s. 144.

atrakcyjności inwestycyjnej, a po drugie – właściwa polityka wobec inwestorów zagranicznych⁴.

Odbiorcy kapitału zagranicznego starają się zatem stworzyć inwestorom dogodne warunki. Ich działania znajdują odzwierciedlenie w polityce gospodarczej i w zmianach przepisów prawnych dotyczących inwestowania. Podobne zabiegi w stosunku do napływającego kapitału prowadzone były oczywiście także w Polsce. Zarówno forma, jak i wielkość inwestycji zagranicznych jest bowiem bezpośrednio związana z ewolucją polskich przepisów prawnych warunkujących lokowanie kapitału obcego⁵.

Uwarunkowania ekonomiczne pozwalają inwestorom zagranicznym ocenić potencjalną efektywność inwestowania. Głównie zwraca się uwagę na stan gospodarki i perspektywy jej rozwoju oraz na infrastrukturę. Badania empiryczne przeprowadzone w ostatnich dwóch dekadach XX w. w krajach rozwijających się potwierdziły wpływ klimatu ekonomicznego państwa przyjmującego kapitał na podjęcie decyzji o rozpoczęciu inwestycji. Inwestorzy zagraniczni przy wyborze kraju inwestycji zwracają uwagę na wskaźniki, które charakteryzują zarówno bieżącą sytuację gospodarczą, jak też możliwe do przewidzenia zmiany w dłuższym okresie⁶. Lista czynników ocenianych przez inwestorów zagranicznych obejmuje ponadto⁷: funkcjonowanie instytucji finansowych i marketingowych, infrastrukturę techniczną i ekonomiczną, lokalne kanały dystrybucji, media, agencje reklamowe, hurtowników, detalistów, agentów, organizację zakupów przez instytucje publiczne oraz instytucje związane z promocją sprzedaży, poziom infrastruktury transportowej, łączność, sieć przepływu towarów i informacji, dostęp do terenów budowlanych oraz nieruchomości niezbędnych do prowadzenia działalności.

Inwestorzy zagraniczni, oceniając klimat inwestycyjny danego kraju, mogą niektóre czynniki ustalić w sposób wymierny na podstawie ogólnodostępnych informacji. Warto zatem zadbać o jakość prezentowanych danych. Przegląd najważniejszych wskaźników ekonomicznych pozwala inwestorom zagranicznym na porównanie krajów i określenie ich miejsca na własnej mapie preferencji inwestycyjnych.

Gospodarkę Polski charakteryzują w ostatnim czasie coraz lepsze wskaźniki makroekonomiczne, do czego przyczynił się duży wzrost eksportu, inwestycji oraz produkcji przemysłowej. Pozytywnym sygnałem jest również znaczne obniżenie się wskaźnika bezrobocia obserwowane w ciągu ostatnich miesięcy. Według ostatnich danych, Polska pozostaje w Unii Europejskiej jednym z liderów pod względem wzrostu PKB.

⁴ D. Rosołek, *Uwarunkowania prawne inwestowania zagranicznego w Polsce*, [w:] I. Michalków (red.), *Bezpośrednie inwestycje zagraniczne w Polsce w dobie globalizacji*, Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Warszawa 2003, s. 57.

⁵ Tamże, s. 57.

⁶ M. Furmańska-Oćwieja, *Uwarunkowania napływu i działalności kapitału zagranicznego w Polsce*, [w:] *Bezpośrednie inwestycje zagraniczne w Polsce*, Wydawnictwo Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń 2003, s. 110.

⁷ I. Turek, wyd. cyt., s. 149.

Organizacje międzynarodowe i inne ośrodki badawcze analizujące przepływy bezpośrednich inwestycji zagranicznych w skali globalnej lokują Polskę coraz wyżej w rankingach atrakcyjności inwestycyjnej poszczególnych krajów. Te raporty, tworzone przez instytucje cieszące się autorytetem i renomą w międzynarodowych kręgach biznesowych, potwierdzają dotychczasowy dorobek naszego kraju i, co ważniejsze, wskazują na Polskę jako na jeden z najbardziej perspektywicznych rynków, mający olbrzymi potencjał przyciągania inwestycji.

Odzwierciedleniem tego są wzmacniające się z każdym rokiem relacje gospodarcze między Japonią i Polską. Dotyczy to przede wszystkim obszaru inwestycji japońskich w Polsce. Rekordowym pod tym względem okazał się rok 2006, kiedy to japońskie firmy zadeklarowały zainwestowanie w Polsce około miliarda dolarów, co stanowi więcej niż suma inwestycji z okresu ostatnich piętnastu lat. Według danych zebranych przez Japan External Trade Organization (Jetro), uwzględniających oddziały lokalne oraz przedstawicielstwa, w Polsce jest około 160 firm z kapitałem japońskim (stan z października 2007 r.), z czego 63 firmy, wraz z zakładami, które jeszcze nie rozpoczęły produkcji, należą do branży wytwórczej. Dominuje wśród nich produkcja części samochodowych oraz łożysk. Do firm produkujących części samochodowe, mających swoje zakłady na terenie Polski, należą m.in. Toyota Motor (silniki Diesla, silniki spalinowe, skrzynie biegów), Isuzu Motors (silniki Diesla), Sumitomo Electric (zespoły przewodów), Sanden (plastikowe kompresory do klimatyzatorów samochodowych oraz części do nich), Bridgeston (opony). Produkty wytwarzane w tych zakładach są przeznaczone głównie na eksport do Europy Zachodniej, dlatego też ich sprzedaż w dużej mierze przyczynia się do wzrostu polskiego eksportu.

W maju 2006 r. japońska firma Bridgestone Corporation podjęła decyzję o budowie kolejnej fabryki opon do autobusów i ciągników w Stargardzie Szczecińskim. Wartość inwestycji wyniesie 200 mln euro i da zatrudnienie 750 pracownikom. Budowa fabryki rozpoczęła się w 2007 r., a produkcja zostanie uruchomiona w roku 2009. Będzie to już trzecia fabryka Bridgestone w Polsce. W styczniu 2007 r. Toyota Motor Manufacturing Poland otrzymała zgodę na budowę fabryki sześciobiegowych skrzyń biegów. Będą w niej także powstawać części do silników i inne komponenty do aut. Dzięki tej inwestycji powstanie około 250 miejsc pracy. W kwietniu 2006 r. firma Sharp Corporation podjęła decyzję o budowie w Polsce fabryki modułów ekranów LCD do telewizorów. Jest to do tej pory największa inwestycja japońska w Polsce z zakresu elektroniki. W najbliższych latach łączna wartość inwestycji firmy Sharp, wraz z inwestycjami jej poddostawców, osiągnie ponad 1 mld euro i da zatrudnienie prawie 10 tys. ludzi. Optymistyczne są ostatnie doniesienia o zgodzie Komisji Europejskiej, by polski rząd udzielił wsparcia publicznego w wysokości 48,3 mln euro właśnie firmie Sharp na budowę fabryki telewizorów LCD w Polsce (decyzja z 25 czerwca 2008 r.). Inwestycja spółki Sharp Poland stanowi część parku technologicznego „Crystal Park”, obejmującego Sharp Poland i osiem innych przed-

Tabela 1. Inwestycje japońskie w Polsce

Inwestor	Rodzaj działalności	Nazwa firmy, lokalizacja
Amatsuji Kogyo Seisakusho	produkcja maszyn i urządzeń do wytwarzania i wykorzystywania energii mechanicznej, z wyłączeniem silników lotniczych, samochodowych i motocyklowych	AKS Precision Ball Polska Sp. z o.o., Żarów
Bridgestone Corporation	produkcja wyrobów z gumy i tworzyw sztucznych	Bridgestone Poland Sp. z o.o., Poznań
Daicel Chemical Industry Ltd	produkcja części i akcesoriów do pojazdów samochodowych i ich silników	Daicel Safety Systems Europe Sp. z o.o., Wałbrzych
Denso	produkcja części i akcesoriów do pojazdów samochodowych i ich silników	20% udziałów w TBMECA Poland Sp. z o.o., biuro w Legnicy
Itochu Corp.	handel hurtowy i detaliczny, naprawa pojazdów samochodowych, motocykli oraz artykułów użytku osobistego i domowego	Ascot Auto, Warszawa, I.C. Automobile Poland Sp. z o.o., Warszawa, Itochu Polska Sp. z o.o., Warszawa
Marubeni Co.	handel hurtowy i detaliczny, naprawa pojazdów samochodowych, motocykli oraz artykułów użytku osobistego i domowego	Nissan Polska Sp. z o.o., Warszawa, Marubeni Budownictwo, Machinery Poland Sp. z o.o., Warszawa
Mitsubishi Corp.	transport, gospodarka magazynowa i łączność	MCTI Polska Sp. z o.o., Błonie
NGK Insulators	produkcja ceramiki szlachetnej, materiałów i wyrobów ogniotrwałych	NGK Ceramics Polska Sp. z o.o., Gliwice
Orix Corporation	pośrednictwo finansowe	Orix Polska SA, Warszawa
Sanden Corporation	produkcja części i akcesoriów do pojazdów samochodowych i ich silników	Danden Manufacturing Poland Sp. z o.o., Polkowice
Taho Industrial Co. Ltd.	produkcja maszyn i urządzeń do wytwarzania i wykorzystywania energii mechanicznej, z wyłączeniem silników lotniczych, samochodowych i motocyklowych	Taho Poland Sp. z o.o., Radom, SSE Tarnobrzeg
Tokai Rubber Industries Ltd. (TRI)	produkcja wyrobów z gumy i tworzyw sztucznych	67,42% udziałów w TRI Poland Sp. z o.o., Wolbrom
Toyo Seal Industries Co. Ltd.	produkcja wyrobów z gumy i tworzyw sztucznych	Toyo Seal Poland, Tychy
Toyota Boshoku	produkcja części i akcesoriów do pojazdów samochodowych i ich silników	30% udziałów w TBMECA Poland Sp. z o.o., biuro w Legnicy
Yagi Industries Co. Ltd.	produkcja maszyn i urządzeń do wytwarzania i wykorzystywania energii mechanicznej, z wyłączeniem silników lotniczych, samochodowych i motocyklowych	Yagi Poland Factory Sp. z o.o., Żarów
YKK Holding Europe	produkcja tkanin i wyrobów włókienniczych	YKK Poland Sp. z o.o., Pogorzalki

Źródło: opracowanie własne na podstawie materiałów PAIiIZ.

siębiorstw, z których wszystkie będą zlokalizowane w Pomorskiej Specjalnej Strefie Ekonomicznej.

Tabela 1 prezentuje listę pochodzących z Japonii inwestorów, którzy podjęli decyzje o lokalizacji swojej działalności w Polsce.

Potrzeby rozwojowe wymagają ciągłego prowadzenia polityki sprzyjającej napływowi inwestycji zagranicznych, a Polska, mimo teoretycznie dużych szans, często przegrywała konkurencję o inwestycje zagraniczne z innymi krajami regionu. Jesteśmy tylko jednym z rynków, które walczą o inwestycje zagraniczne. Musimy umieć zachęcić potencjalnego inwestora, by w swoich wyborach skierował się do nas, a nie gdzieś w inne części globu. Skala inwestycji zagranicznych w Polsce wskazuje, że potrafimy tak działać. Dzisiaj jednak trzeba wykazać zdolność do pozyskania zaufania: że będziemy nie tylko sprzyjać takim inwestycjom, ale także w sposób szczególny honorować tych wszystkich, którzy chcą i potrafią budować kapitał społeczny dla swoich inwestycji oraz wnoszą kulturę korporacyjną, tak ważną na lokalnych rynkach w czasach gospodarki globalnej.

Promocja to profesjonalna sprzedaż lokalnych zasobów gospodarczych przyszłym inwestorom. Działania promocyjne nie mogą być ogólnikowe. Muszą zostać skierowane do określonego adresata. Priorytetem działań promocyjnych powinno być osiągnięcie celu, jakim jest zapewnienie inwestycji⁸. Znamiennej rolę w tym zakresie odgrywa Polsko-Japoński Komitet Gospodarczy, powołany na początku 2000 r. z inicjatywy polskich środowisk biznesowych we współpracy z Państwową Agencją Inwestycji Zagranicznych (poprzedniczka PAIiIZ). Celem Komitetu jest działanie na rzecz rozwoju polsko-japońskiej współpracy gospodarczej poprzez wspieranie kontaktów pomiędzy przedsiębiorcami polskimi i japońskimi. Komitet dąży do osiągnięcia swoich celów poprzez uczestnictwo w spotkaniach i konferencjach krajowych oraz międzynarodowych poświęconych polsko-japońskiej współpracy gospodarczej. Organizuje, prowadzi i wspiera studia nad problematyką związaną z celami statutowymi oraz prowadzi działalność wydawniczą. Pozwala to inwestorom japońskim lepiej poznać zalety i atrakcyjność inwestycyjną Polski, a także przyczynia się do podnoszenia znaczenia kraju na arenie międzynarodowej.

Warto też wspomnieć o uczestnictwie PAIiIZ w Światowej Wystawie EXPO 2005 w Aichi w Japonii (PAIiIZ prowadzi Sekretariat Polsko-Japońskiego Komitetu Gospodarczego). PAIiIZ odpowiadała za promocję polskiej gospodarki oraz inwestycji japońskich w Polsce. Był to jeden z trzech głównych celów polskiej ekspozycji w Aichi. PAIiIZ założyła przedstawienie Polski na wystawie jako lokalizacji najbardziej atrakcyjnej dla inwestycji w Europie Środkowo-Wschodniej. W polskim pawilonie znajdował się punkt informacyjny PAIiIZ wyposażony w stanowiska interaktywne prezentujące m.in. warunki inwestycyjne w Polsce, zalety regionów oraz oferty inwestycyjne. Agencja przedstawiła szereg publikacji na temat warunków

⁸ *Formy utrzymania kontaktów z inwestorami po zakończeniu inwestycji – inwestycje ustawiczne*, „Promocja Inwestycji Zagranicznych w Polsce” PAIZ, Wydawnictwo INFOR, Warszawa, grudzień 1997.

prowadzenia działalności biznesowej w naszym kraju. Wydana została specjalna broszura w języku japońskim, skierowana do tamtejszych przedsiębiorców, przedstawiono filmy promujące nasz kraj oraz prezentacje multimedialne na temat polskiej gospodarki.

Jak się okazuje, intensywność przepływu bezpośrednich inwestycji zagranicznych zależy od wielu czynników, w tym od stabilności i przewidywalności polityki ekonomicznej państwa⁹. Należy przy tym podkreślić, iż kraje importujące kapitał muszą się liczyć z tym, że w erze globalizacji prowadzenie polityki makroekonomicznej jest znacznie trudniejsze, procesy globalizacji w coraz większym stopniu ograniczają bowiem zakres swobody i możliwości wyboru. Za popełnione błędy czy brak odpowiednich zabezpieczeń kraje płacą bardzo wysoką cenę. Dotyczy to zwłaszcza polityki kursu walutowego, kształtowania się stóp procentowych, deficytu budżetowego i deficytu na rachunku obrotów bieżących. Międzynarodowe instytucje rankingowe oceniają pod tym względem poszczególne gospodarki, a inwestorzy biorą pod uwagę ich oceny. Negatywne oceny mogą mieć wpływ na decyzje o wycofaniu kapitału¹⁰. Niskie podatki, wydłużony okres zwolnień podatkowych, współuczestnictwo władz centralnych i lokalnych w finansowaniu inwestycji – to tylko niektóre instrumenty pozwalające najpierw pozyskać zagraniczny kapitał, a później zatrzymać go w kraju. Jego obecności na stałe nie można jednak zadekretować. Decydują o tym twarde prawa rynku. Wielu inwestorów postępuje zgodnie z zasadą „produkować należy tam, gdzie jest rynek”, więc poszukiwanie nowych lokalizacji i przenoszenie fabryk jest zjawiskiem naturalnym¹¹. Potwierdzeniem tego są niewątpliwie decyzje takich japońskich gigantów, jak JVC czy Kimball Electronics. Jak podaje „Gazeta Wyborcza” (6.05.2008), JVC zainwestuje 100 mln zł i zatrudni około pół tysiąca pracowników – najprawdopodobniej w Bolesławcu. Przedstawiciele firmy przeniesienie produkcji z Wysp Brytyjskich do Polski tłumaczą koniecznością cięcia kosztów. Według Eurostatu, średni godzinny koszt pracy w Polsce to zaledwie jedna piąta średniej obowiązującej w Wielkiej Brytanii i Irlandii. Takimi samymi względami była podyktowana decyzja koncernu Kimball Electronics, produkującego urządzenia elektryczne oraz opakowania dla sektora medycznego. Spółka uznała, że utrzymanie jej fabryki w Bridgend, gdzie zatrudniała 160 osób, jest zbyt drogie. Nowym, tańszym miejscem produkcji ma być Poznań.

Dotychczas inwestorzy japońscy skupiali się na przemyśle samochodowym, dzięki czemu m.in. wzrosła wielkość polskiego eksportu, jednak wraz z inwestycjami firm Sharp i Toshiba dywersyfikacja inwestycji japońskich wzrosła o przemysł

⁹ E. Pluciński, *Wyzwania dla Polski w obliczu globalizacji regionalnej i światowej – teoria i praktyka*, [w:] J. Rymarczyk (red.), *Regionalizacja i globalizacja w gospodarce światowej*, t. 2, Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej nr 976, AE, Wrocław 2003, s. 140.

¹⁰ B. Liberska, *Polska w procesie globalizacji gospodarki światowej*, [w:] J. Lipiński, W.M. Orłowski (red.), *Wzrost gospodarczy w Polsce – perspektywa średniookresowa*, Polskie Towarzystwo Ekonomiczne, Dom Wydawniczy Bellona, Warszawa 2001, s. 136.

¹¹ K. Gołata, A. Szoszkiewicz, *Drogi biznesu*, „Wprost” 25.06.2000.

elektroniczny. Polskę już dzisiaj określa się czasem „krajem LCD”, mającym, według inwestorów, w przyszłości produkować większość ekranów LCD dla odbiorców europejskich. Wraz z ogłoszeniem przez firmę JPOWER budowy elektrowni wiatrowej w rejonie Słupska oraz ze zdobyciem kontraktu na budowę instalacji w Elektrowni Kozienice przez Energomontaż Północ we współpracy z japońskim koncernem Hitachi w tym roku wachlarz inwestycji japońskich powiększył się o energetykę. Dzięki temu wzrosnie udział energii elektrycznej ze źródeł odnawialnych w wewnętrznym rynku energii elektrycznej, co jest celem zarówno Polski, jak i Unii Europejskiej. Oznacza to, że dla japońskich inwestorów liczą się nie tylko stosunkowo niskie koszty robocizny, ale istotne są także wysokie kwalifikacje oraz strategiczne gałęzie gospodarki. Oznacza to również wzrost poziomu zaawansowanych technologii, rozwój personelu oraz nowe praktyki finansowe, marketingowe i zarządzania w różnych sektorach, a co za tym idzie – dalszy wzrost konkurencyjności polskiej gospodarki.

„Polską specjalnością” staje się sektor usług zaawansowanych technologicznie. Na podstawie badań A. T. Kearney Inc. (uznana firma konsultingowa) można stwierdzić, że Polska staje się atrakcyjnym miejscem lokalizacji zdalnych centrów obsługi klienta (na przykład centrów finansowo-księgowych). Coraz częściej również inwestorzy pochodzący z Japonii postrzegają Polskę jako atrakcyjną lokalizację dla tego typu inwestycji. Potwierdzeniem mogą być chociażby decyzje takich firm, jak Hitachi Data Systems czy Fujitsu Services. Hitachi Data Systems – należąca do japońskiego koncernu Hitachi Ltd., jednego z największych na świecie producentów w branży elektronicznej, dostawcy systemów pamięci masowej i platformy archiwizacji – otworzyła w Krakowie swoje centrum finansowe Newton Finance Centre, obsługujące operacje finansowe firmy w regionie Europy, Bliskiego Wschodu i Afryki. Lokalizacja w Krakowie została wybrana przez firmę Hitachi Data Systems spośród kilku miast europejskich, wśród których były Ryga i Bratysława. O otwarciu centrum finansowego w Polsce zdecydowały głównie wysokie kwalifikacje i poziom edukacji pracowników, w tym bardzo dobra znajomość języków obcych. Podobnie firma Fujitsu Services, działająca w branży Business Process Offshoring (BPO), czyli tzw. zaplecza biznesowego, ulokuje się w Łodzi.

Na istotną, jakościową poprawę podejścia do inwestorów wpływ mają: rząd, silna agencja inwestycyjna, władze lokalne i wreszcie polskie firmy. Właśnie rola władz lokalnych w realizacji tego zadania jest znamienna. Inwestycje zagraniczne stanowią bowiem ogromną szansę dla regionu, miasta albo gminy, przyczyniając się do ich rozwoju. Dlatego władze lokalne powinny opracować własne strategie, „przygotować grunt” pod inwestycje na swoim terenie. Spełnienie wszystkich warunków nadal może nie wystarczyć, by wygrać wyścig o inwestorów i miejsca pracy, jest bowiem jeszcze jeden szczególnie aspekt, na który zwraca uwagę prezes SAP Polska – ludzie i ich osobiste zaangażowanie¹². Chodzi o pozytywny lobbying na rzecz inwe-

¹² G. Kozłowski, *Jakiego otoczenia i preferencji potrzebuje kapitał tworzący nowoczesne miejsca pracy?*, PAIILZ, Warszawa 2004.

stycji czy oferty prowadzony przez najwyższe kierownictwo instytucji, organizacji i firm. Zadaniem tzw. *top executives* jest przekonanie kontrahenta, że ma do czynienia nie tylko z profesjonalną organizacją biznesową czy publiczną, ale z konkretnymi, znanymi z imienia i nazwiska ludźmi, którzy są zaangażowani w projekt, zdolni podejmować decyzje i gotowi służyć radą i pomocą w sytuacjach kryzysowych. I te właśnie kwestie są ważne dla inwestorów pochodzących z Japonii. Rozwój gospodarczy, wykształcone kadry oraz idealna baza strategiczna na Europę Wschodnią i Zachodnią – to podstawowe argumenty, które decydują o lokalizacji. Jednak zdaniem Katsuyuki Kambari, dyrektora przedstawicielstwa w firmie NSK Europe, nic tak nie przekonuje japońskich inwestorów, jak pozytywne rekomendacje od rodzimych firm, które odniosły w Polsce sukces.

Znana anegdota mówi, że na drzwiach biur niektórych japońskich menedżerów widzi się napis: „Proszę przeszkadzać”. Kładzie się nacisk na ciągłe i wszechstronne komunikowanie się w obu kierunkach. Podstawą skutecznego partnerstwa jest swobodny dialog. Oznacza to, że liderzy samorządów, administracji państwowej, rządu muszą nie tylko tworzyć warunki do inwestowania, ale osobiście angażować się w przekonywanie inwestorów. Oczekiwania dużych inwestorów w tym względzie dotyczą prowadzenia rozmów na odpowiednim szczeblu i spotkań z osobami, które są władne podjąć decyzję i udzielić w pełni kompetentnych odpowiedzi. Kiedy państwa lub regiony oferują podobne warunki do inwestowania, to ostatecznym wyborem często decyduje jakość kontaktów z ludźmi, z którymi na swojej drodze zetknął się inwestor. I tej jakości nie można pozostawić przypadkowi. A nade wszystko nie można pozwolić, by ponownie miało miejsce następujące zdarzenie: „Pewien japoński *project manager*, wizytując miejsce ewentualnej inwestycji swego koncernu w Polsce, zapytał o najbliższą restaurację, w której podawane jest sushi, oraz o najbliższy szpital wyposażony w inkubator. Aby zjeść sushi, musiałby przejechać ponad 300 km, szpital z inkubatorem znajdował się w odległości 100 km. Wysłannik korporacji odwrócił się na pięcie i wyjechał”¹³.

Globalizacja wyznacza nowe zadania i nową rolę państwa. Do tych zadań należy właśnie zapewnienie przestrzegania prawa, sprawności rynków i instytucji oraz tworzenie właściwych impulsów w kierunku mobilizowania i rozwijania wydajności i kreatywności społeczeństwa. Polityka państwa powinna wspierać procesy dostosowawcze do wyzwań związanych z globalizacją. Aktywna polityka państwa w kontekście procesów globalizacji jest konieczna, dzięki niej bowiem w dużej mierze mogą zostać wyeliminowane koszty, które łączą się z BIZ. Możliwe jest nie tylko przyciągnięcie kapitału zagranicznego, ale i wykorzystanie go w sposób zapewniający maksymalizację korzyści w skali gospodarki, np. przez działania stymulujące napływ kapitału zagranicznego do najbardziej pożądaných dziedzin gospodarki, stwarzające szansę na jej unowocześnienie i podniesienie konkurencyjności, oraz

¹³ K. Trębski, *Polowanie na kapitał*, „Wprost” 29.07.2001.

stałe monitorowanie jego funkcjonowania pod kątem identyfikacji nieprawidłowości w celu przeciwdziałania im lub ich łagodzenia.

Problemy nękające przekształcające się gospodarki powoli przestają dotyczyć Polski. Oznacza to wchodzenie w obszar zagadnień, z którymi borykają się gospodarki dojrzałe. Ciągłe zmiany są stanem naturalnym, a jedyną receptą – gotowość do reagowania na nie, podejmowanie wyzwań zanim przekształcą się w problemy. Kilkanaście ostatnich lat pokazało, jak ważna jest stabilność makroekonomiczna. Dziś trzeba myśleć, w jaki sposób zapewnić jej trwałość, gdyż dla Japończyków równowaga i długofalowość są ogromnie ważne.

Literatura

- Brach J., *Podstawowe tendencje charakteryzujące produkcję pojazdów użytkowych*, [w:] J. Rymarczyk, W. Michalczyk (red.), *Internacjonalizacja i globalizacja przedsiębiorstwa i gospodarki*, t. 1, Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu nr 930, AE, Wrocław 2002.
- Formy utrzymywania kontaktów z inwestorami po zakończeniu inwestycji – inwestycje ustawiczne*, „Promocja Inwestycji Zagranicznych w Polsce” PAIZ, Wydawnictwo INFOR, Warszawa, grudzień 1997.
- Furmańska-Oćwieja M., *Uwarunkowania napływu i działalności kapitału zagranicznego w Polsce*, [w:] W. Karaszewski (red.), *Bezpośrednie inwestycje zagraniczne w Polsce*, Wydawnictwo Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń 2003.
- Gołata K., Szoszkiewicz A., *Drogi biznesu*, „Wprost” 25.06.2000.
- Kozłowski G., *Jakiego otoczenia i preferencji potrzebuje kapitał tworzący nowoczesne miejsca pracy?*, PAIIZ, Warszawa 2004.
- Krzak P., *Potencjał regionu świętokrzyskiego wobec przejawów globalizacji gospodarki*, [w:] J. Rymarczyk, W. Michalczyk (red.), *Internacjonalizacja i globalizacja przedsiębiorstwa i gospodarki*, t.1, Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu nr 930, AE, Wrocław 2002.
- Liberska B., *Polska w procesie globalizacji gospodarki światowej*, [w:] J. Lipiński, W.M. Orłowski (red.), *Wzrost gospodarczy w Polsce – perspektywa średniookresowa*, Polskie Towarzystwo Ekonomiczne, Dom Wydawniczy Bellona, Warszawa 2001.
- Pluciński E., *Wyzwania dla Polski w obliczu globalizacji regionalnej i światowej – teoria i praktyka*, [w:] J. Rymarczyk (red.), *Regionalizacja i globalizacja w gospodarce światowej*, t. 2, Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej nr 976, AE, Wrocław 2003.
- Rosolek D., *Uwarunkowania prawne inwestowania zagranicznego w Polsce*, [w:] I. Michałków (red.), *Bezpośrednie inwestycje zagraniczne w Polsce w dobie globalizacji*, Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Warszawa 2003.
- Trębski K., *Polowanie na kapitał*, „Wprost” 29.07.2001.
- Turek I., *Uwarunkowania i rozwój bezpośrednich inwestycji zagranicznych w Polsce w latach 1991-2002*, [w:] H. Henzel (red.), *Diagnoza i perspektywy procesów inwestycyjnych w krajach Europy Środkowej*, AE, Katowice 2003.

THE INVESTMENT ATTRACTIVITY OF POLAND FOR JAPANESE INVESTORS

Summary

In this article, the author attempts to rate the investment attractiveness of Poland for Japanese investors. Coming to a conclusion one may state that the main objective remains the further creation of a positive image of our country and its economy. According to recent studies and the reports of international organisations, the investment attractiveness of Poland is systematically increasing. Japanese entrepreneurs invest in Poland more frequently.

Joanna Kuźmiak, mgr, doktorant w Katedrze Międzynarodowych Stosunków Gospodarczych Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu.