

X kadencja



KANCELARIA SEJMU

Biuro Komisji Sejmowych

PEŁNY ZAPIS PRZEBIEGU POSIEDZENIA

■ KOMISJI GOSPODARKI

I ROZWOJU

(NR 126)

z dnia 28 kwietnia 2026 r.

Pełny zapis przebiegu posiedzenia Komisji Gospodarki i Rozwoju (nr 126)

28 kwietnia 2026 r.

Komisja Gospodarki i Rozwoju, obradująca pod przewodnictwem posła **Rafała Komarewicza (Centrum)**, przewodniczącego Komisji, rozpatrzyła:

– **informację o ekspansji polskich firm na rynkach zagranicznych poza Europejskim Obszarem Gospodarczym.**

W posiedzeniu udział wzięli: **Tomasz Salomon** zastępca dyrektora Departamentu Handlu i Współpracy Międzynarodowej Ministerstwa Rozwoju i Technologii, **Maciej Srebro** dyrektor Departamentu Wsparcia Eksportu Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu oraz **Patryk Brózda** asystent przewodniczącego Komisji.

W posiedzeniu udział wzięli pracownicy Kancelarii Sejmu: **Katarzyna Gadecka** i **Cezary Gradowski** – z sekretariatu Komisji w Biurze Komisji Sejmowych.

Przewodniczący poseł Rafał Komarewicz (Centrum):

Dzień dobry państwu.

Otwieram posiedzenie Komisji Gospodarki i Rozwoju.

Stwierdzam kworum i przyjęcie protokołu poprzedniego posiedzenia Komisji wobec niewniesienia do niego zastrzeżeń.

Witam członków Komisji oraz przybyłych na dzisiejsze posiedzenie Komisji gości. Witam pana Tomasza Salomona, zastępcę dyrektora Departamentu Handlu i Współpracy MRiT. Witam panią Magdalenę Pszczółkowską. Czy jest z nami? Nie widzę pani Magdaleny. Witam pana Michała Polańskiego, dyrektora Departamentu Wsparcia Przedsiębiorczości w Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości. Pana Macieja Srebro nie widzę, więc witam dwóch panów: pana Salomona i pana Polańskiego. Witam wszystkich przybyłych gości.

Porządek dzienny posiedzenia przewiduje rozpatrzenie informacji o ekspansji polskich firm na rynkach zagranicznych poza Europejskim Obszarem Gospodarczym. Przedstawia ją panowie, którzy są, czyli pan Tomasz Salomon, ewentualnie pan Michał Polański.

Przystępujemy do realizacji porządku dziennego. Bardzo proszę pana dyrektora Tomasza Salomona o przedstawienie raportu.

Zastępca dyrektora Departamentu Handlu i Współpracy Międzynarodowej Ministerstwa Rozwoju i Technologii Tomasz Salomon:

Dziękuję bardzo, panie przewodniczący.

Postaram się krótko, panie przewodniczący, również dlatego, że wydaje nam się, że ta informacja, którą wcześniej minister przekazał Wysokiej Komisji, dosyć wnikliwie traktowała temat, więc nie chcę dublować treści, z którymi państwo mieli okazję się zapoznać. Oczywiście w przypadku pytań możemy potem ten zakres pogłębić.

Zacznę może od tego, co też dla nikogo nie będzie niespodzianką, że faktycznie widzimy, iż polskie firmy w aktualnych warunkach międzynarodowych poruszają się w świecie pełnym zmian dotyczących handlu. Proces globalizacji, który przez dekady sprzyjał liberalizacji wymiany handlowej i integracji gospodarek, ustępuje w niektórych krajach – mamy nadzieję, że przejściowo – coraz wyraźniejszym tendencjom protekcyjnym. To też nie jest fenomen ostatniego roku.

Od jakiegoś czasu te tendencje bardzo wyraźnie widać. Polscy przedsiębiorcy oczywiście bardzo mocno odczuwają wzrost napięć geopolitycznych, powrót do barier celnych czy zakłócenia w łańcuchach dostaw. To jest szczególnie widoczne w przypadku krajów spoza Europejskiego Obszaru Gospodarczego. Dalej będę mówił EOG – krócej, szybciej i pewnie więcej czasu zostanie na ewentualne pytania. Ta zmniejszona przewidywalność w relacjach międzynarodowych, zmiany w polityce wymagają modyfikacji postępowania polskich przedsiębiorców, ale co za tym idzie – również administracji rządowej, bo działamy po to, żeby firmy wspierać. Jeżeli więc zmienia się ich model funkcjonowania w wyniku tych okoliczności, o których mówię, to siłą rzeczy działania administracji też muszą się zmieniać.

Na takim poziomie makro to też nic zaskakującego. Polska cały czas konsekwentnie akcentuje rolę modelu otwartego, opartego na zasadach handlu międzynarodowego jako narzędzia wzmacniającego odporność gospodarki. Sami widzimy na podstawie tego, co już wcześniej powiedziałem, że te zasady w handlu międzynarodowym okazują się – pewnie dla niektórych to zaskakujące, dla innych nie – nie czymś wrytym w kamieniu raz na zawsze. Podejście do zasad handlu międzynarodowego niestety ewoluuje. W tym kontekście jeszcze większego znaczenia nabierają działania na rzecz zwiększenia internacjonalizacji polskiej gospodarki. One są realizowane zarówno przez rząd, jak i samorząd. Bardzo dużo takich działań prowadzimy we współpracy z samorządem, nie tylko gospodarczym, ale też terytorialnym.

Dlaczego to wszystko jest ważne? Jest to istotne dlatego, że eksport jest cały czas jednym z kół zamachowych polskiej gospodarki. Suma eksportu towarów i usług w tej chwili stanowi ponad 52% polskiego PKB. To wskazuje na znaczne otwarcie naszej gospodarki i dużą aktywność naszych eksporterów. Zanim przejdę do danych – nie będę państwa bardzo zanudzać danymi statystycznymi – przedstawię temat tak obrazowo, żebyśmy mieli kraje EOG umiejscowione w całości polskiego eksportu i w tym, jak zmieniał się ten eksport na przestrzeni lat.

Od akcesji Polski do UE polski eksport towarowy wzrósł o ponad 480% – z poziomu 60 mld euro do ponad 350 mld euro. Czyli mamy średnioroczny przyrost o prawie 10%. Mówiłem o eksporcie towarowym, natomiast w przypadku eksportu usług wzrósł on w tym okresie o 720% – z 12 mld euro do ponad 100 mld euro, średniorocznie o ponad 12%. Czyli na przestrzeni tych lat od przystąpienia Polski do UE mamy szybszy średnioroczny przyrost eksportu usług niż towarów. Te wzrosty w przypadku gospodarek unijnych bardzo nas cieszą, natomiast oczywiście, dbając o bliskie relacje z krajami, z gospodarkami krajów EOG, podejmujemy równoległe działania na rzecz dywersyfikacji eksportu na rzecz krajów poza tym obszarem. To też jest jeden z obszarów polityki rządów – w zasadzie od lat bardzo precyzyjnie określony.

W przypadku krajów poza EOG bardzo cieszą nas duże wzrosty eksportu do najważniejszych partnerów, takich jak Wielka Brytania i Ukraina, ale zważywszy na asertywną politykę celną USA – także utrzymanie poziomu eksportu do tego partnera. Z dużą satysfakcją obserwujemy też dwucyfrowe wzrosty eksportu na takie rynki jak Kanada, Maroko czy Korea Południowa. Działania, które rząd podejmuje, wpisują się w dokument strategiczny przyjęty w ubiegłym roku przez Radę Ministrów pod nazwą „Polityka promocji gospodarczej Polski” i w projekt strategiczny rządu pod nazwą „Nowoczesna dyplomacja gospodarcza – inwestycje oraz wsparcie dla polskich firm na rynkach zagranicznych”.

Odnosząc się do całokształtu polskiego eksportu, teraz może parę zdań o samym obszarze, o którym dzisiaj myślimy, czyli krajach EOG. W latach 2016–2025 mamy wzrost eksportu do rynków wschodzących z tego obszaru gospodarczego o 87% – z poziomu nieco ponad 47 mld euro do 88 mld euro. Czyli mamy średnioroczny wzrost o 7%. Dla przypomnienia – to nieco wolniej niż do krajów EOG. Tam mieliśmy 8% wzrostu. Różnice w tempie wzrostu eksportu do obu grup krajów można tłumaczyć m.in. tym, że w ramach EOG funkcjonuje strefa wolnego handlu, a w przeważającej części, bo w ramach UE, jednolity rynek. Natomiast tylko część krajów poza EOG jest objęta preferencyjnymi umowami handlowymi. Ponadto w przypadku krajów spoza EOG częściej mamy do czynienia z różnego rodzaju ograniczeniami w dostępie do rynku, z barierami pozataryfowymi. To są takie podstawowe przyczyny, dlaczego średnioroczne tempo wzrostu eksportu na te dwie grupy krajów jest zróżnicowane. Ta różnica nie jest duża, natomiast nominalnie faktycznie jest widoczna w danych eksportowych.

Kilka przykładów rynków szczególnie istotnych i zwracających uwagę. W ujęciu nominalnym największe wzrosty eksportu w tym okresie, czyli od 2016 r., nastąpiły przede wszystkim do USA – to jest o 10 mld euro, jak również do Ukrainy – o ponad 7 mld euro. W dalszej kolejności są Szwajcaria, Chiny, Kanada oraz Meksyk. To są rynki, na które na przestrzeni tych 10 lat mieliśmy nominalnie największe wzrosty polskiego eksportu poza EOG. Natomiast pod względem tempa wzrostu najdynamiczniej eksport rósł do Demokratycznej Republiki Konga, Kirgistanu, Filipin, Angoli i Gwinei – we wszystkich tych przypadkach o ponad 20% rocznie. Inne istotne wzrosty, z przedziału 15–20%, to takie rynki jak Ukraina, Albania, Libia, Malezja, Senegal, Ghana, Uzbekistan, Macedonia Północna i Kosowo.

Kończąc jeden wątek, który nie dotyczy handlu zagranicznego, ale jest z nim powiązany – polskie inwestycje za granicą. Tutaj też widzimy bardzo dużą rolę krajów spoza EOG. Faktycznie widać dużą aktywność inwestycyjną polskich przedsiębiorców na tych rynkach. Oczywiście kraje wchodzące w skład EOG to są najczęściej pierwsze doświadczenia polskiego biznesu,

jeśli chodzi o inwestycje zagraniczne. Natomiast mamy też bardzo ciekawe rynki spoza EOG, gdzie polskie firmy są aktywne. Stany Zjednoczone są takim przykładem – mamy tam także inwestycje polskich firm ze wsparciem instrumentarium publicznego. Mam na myśli Fundusz Ekspansji Zagranicznej, dzięki któremu udał się szereg najczęściej przejęć, bo rzadko są to inwestycje od początku dokonywane – przejęcia są takim klasycznym modelem inwestycji. Zresztą nie dotyczy to tylko krajów spoza EOG. Tak samo jest w większości przypadków inwestycji polskich na rynkach wchodzących w skład EOG.

Na tym myślę, że zakończę. Jeżeli za długo, to przepraszam. Staralem się maksymalnie krótko i zwięźle.

Przewodniczący poseł Rafał Komarewicz (Centrum):

Tak, zwięźle i wystarczająco. Witam pana Macieja Srebro, dyrektora Departamentu Wsparcia Eksportu w PAIH. Panie dyrektorze, proszę teraz o przedstawienie informacji z pana strony.

Dyrektor Departamentu Wsparcia Eksportu Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu Maciej Srebro:

Dzień dobry państwu. Przepraszam za chwilkę spóźnienia, ale niestety zostałem źle pokierowany przy wejściu do Sejmu, dlatego musiałem trochę pobłądzić, mimo że sala jest bardzo blisko i bardzo łatwo tutaj trafić.

Proszę państwa, PAIH, a dokładnie Departament Wsparcia Eksportu, to mniej więcej połowa zaangażowania naszej instytucji. Posiadamy 58 biur na całym świecie – to są tzw. zagraniczne biura handlowe, w centrali pracuje około 47–48 osób, które zajmują się promocją eksportu na całym świecie. Nasze biura są usytuowane na wszystkich kontynentach i w większości istotnych miejsc z punktu widzenia polityki eksportowej państwa.

Nie chcę wchodzić w dane makroekonomiczne związane ze wzrostem eksportu. Rzeczywiście potwierdzam, że to, co daje się zauważyć, jeśli chodzi o tendencje na rynkach poza UE, to niewątpliwie wzrost eksportu usług. Zresztą to jest tendencja ogólna. Eksport usługi rok do roku rośnie o mniej więcej 10%. Zaczynają też rosnać inwestycje, szczególnie na rynkach ceremonialnych typu Japonia czy niektóre kraje afrykańskie. Inwestycje są kluczem do w ogóle zafunkcjonowania polskiego przedsiębiorstwa na danym rynku, zresztą nie tylko polskiego. Taką też tendencję zauważamy, jeżeli chodzi o rynki dalekowschodnie. To jest jakby pierwszy element, czyli wzrost eksportu usług.

Drugi element to jest niewątpliwie wzrost eksportu żywności na tych rynkach. To znaczy rzeczywiście zauważamy coraz większe zainteresowanie na tych rynkach polską żywnością, jak również całym otoczeniem rynku żywnościowego, szczególnie jeśli chodzi o różnego rodzaju urządzenia do przechowywania mleka czy do schładzania, urządzenia do prac rolnych. To wygląda na jeden z istotniejszych produktów eksportowych Polski. W ogóle maszyny i urządzenia to jest wiodący produkt eksportowy, natomiast jeśli chodzi o te rynki, to rzeczywiście maszyny i urządzenia do produkcji rolnej wybijają się na pierwszą linię produktu eksportowego Polski.

Proszę państwa, pozwoliliśmy sobie przesłać państwu parę przykładów funkcjonowania polskich firm na rynkach zagranicznych. Siłą rzeczy jesteśmy instytucją, która zajmuje się promocją eksportu od strony mikroekonomicznej. To znaczy naszym głównym zadaniem jest prowadzenie eksportera na rynku zagranicznym, szczególnie właśnie na takich rynkach poza UE, dlatego że wsparcie państwa wydaje się kluczowe. To znaczy rzeczywiście te rynki wręcz oczekują, zresztą vice versa, tego, że państwo będzie zaangażowane w promocję polskiego eksportera. To jest mniej widoczne na rynkach UE, natomiast w Afryce, na Dalekim Wschodzie, w Ameryce Południowej rzeczywiście wsparcie państwa jest kluczowe i my to robimy.

Jeśli chodzi o liczby ogólne, to dzięki wsparciu agencji podpisano w zeszłym roku 688 kontraktów eksportowych, przeprowadzono 25 projektów w ramach bezpośrednich inwestycji zagranicznych, zrealizowano ponad 30 tys. usług wsparcia na rzecz polskich przedsiębiorców i zorganizowano około tysiąca wydarzeń w Polsce i za granicą. Działamy też w oparciu o tzw. plan promocji, który w tym roku zakłada odbycie ponad 200 różnego rodzaju imprez wystawienniczo-targowych, można więc powiedzieć, że niemal każdego roboczego dnia gdzieś na świecie odbywa się jakaś impreza, w której uczestniczy PAIH.

Chcę powiedzieć jeszcze o jednej rzeczy, a mianowicie promocja eksportu to jest konkretyzowanie projektów handlowych i projektów inwestycyjnych. Co to znaczy? To znaczy, że naszym głównym zadaniem jest wsparcie eksportera nie tylko poprzez promocję. Ten paradygmat się zmienia dzisiaj. My jesteśmy bardzo nastawieni na doprowadzanie do kontraktów, czy to będą

kontrakty handlowe, czy kontrakty inwestycyjne. To jest, myślę, zasadnicza zmiana. Zresztą ona wynika też z pewnej polityki rządowej, która kładzie na to duży nacisk – kładą na to nacisk i pan premier, i minister Domański – żeby wszelkiego rodzaju misje handlowe czy imprezy wystawieni-
nicze kończyły się konkretnymi umowami, najlepiej już w formule wykonawczej, a jeżeli nie, to w formule memorandum czy podpisanych listów intencyjnych. I tak też staramy się działać.

Biorąc pod uwagę to, co powiedziałem na samym początku, czyli wzrost aktywności w obszarze produkcji rolnej, podpisaliśmy umowę z KOWR. Na wybranych destynacjach – jest ich obecnie bodajże dziewięć – będziemy zatrudniać ekspertów w porozumieniu z KOWR, którzy będą zajmowali się tylko i wyłącznie promocją polskiej żywności. Mamy procesy rekrutacyjne już przeprowadzone na większości rynków, tak że niebawem ci eksperci w naszych biurach się pojawią.

To może na początek tyle. Jestem do dyspozycji, jeśli chodzi o pytania i ewentualne dalsze wyjaśnienia. Dziękuję bardzo.

Przewodniczący poseł Rafał Komarewicz (Centrum):

Dziękuję bardzo panu dyrektorowi.

Otwieram dyskusję.

Kto z państwa posłów chciałby zabrać głos? Ewentualnie też z zaproszonych gości. Bardzo proszę.

Posel Andrzej Gawron (PiS):

Wysoka Komisjo, mam pytanie do pana dyrektora PAIH. Pan mówił, że tych zagranicznych biur handlowych jest bodajże 58, tak? Jak dobrze zasłyszałem, to około 58. Mam takie pytanie, bo pan powiedział, że nastawiacie się na to, żeby były konkrety, czyli podpisywanie kontraktów, umów wykonawczych, listów intencyjnych: Jaki jest system wynagradzania pracowników w tych zagranicznych biurach handlowych? Czy jest system motywacyjny, że na przykład, jeżeli taki kontrakt dochodzi do skutku, to można liczyć na wyższe wynagrodzenie? Czy to jest system motywacyjny? Dziękuję.

Przewodniczący poseł Rafał Komarewicz (Centrum):

Dziękuję bardzo. Może proszę od razu o odpowiedź.

Dyrektor departamentu PAIH Maciej Srebro:

Proszę państwa, systemy motywacyjne mają charakter uznaniowy. Nie ma dzisiaj wprowadzonego strukturalnego rozwiązania, które sprowadza się do zobiektywizowania tzw. benchmarku czy pewnego punktu odniesienia. To znaczy, że jeżeli dany pracownik doprowadzi do jakiegoś kontraktu, to z racji podpisanej umowy ma określone wynagrodzenie, które może mieć charakter prowizyjny i tak dalej.

Zdajemy sobie sprawę, że rzeczywiście jest to pewien mankament, mówiąc ogólnie. Ale z drugiej strony, ponieważ jesteśmy instytucją budżetową... Co prawda PAIH działa jako spółka akcyjna, czyli można powiedzieć, że podlega pod rygory Kodeksu spółek handlowych i w tym sensie jest instytucją komercyjną, ale jednak działa w oparciu o dotację budżetową, podmiotową i przedmiotową. W związku z tym obszar działalności komercyjnej, który byłby konieczny, żeby wprowadzić ewentualne wynagrodzenia prowizyjne, jest problematyczny. Natomiast, biorąc pod uwagę dzisiejsze światowe tendencje, które pokazują, jak działają tego typu instytucje wsparcia eksportowego i inwestycyjnego na rynkach zagranicznych, my dzisiaj prowadzimy intensywne prace związane z wprowadzeniem elementów komercyjnych do naszej aktywności. PAIH nie pobiera żadnych wynagrodzeń za działalność, nie obciąża eksportera żadnymi opłatami. Można powiedzieć, że każda aktywność na rynku zagranicznym jest darmowa.

Natomiast my dzisiaj prowadzimy intensywne prace analityczne. Właśnie teraz jest ten moment, kiedy wszystkie zagraniczne biura handlowe zbierają informacje z ich rynków na temat tego, jak funkcjonują podobne instytucje wsparcia na tych rynkach. Niewątpliwie element komercjalizacyjny będzie bardzo szczegółowo dyskutowany, bo jest warunkiem *sine qua non*, żeby rzeczywiście wprowadzić elementy takiego zobiektywizowanego systemu nagradzania osób za ich pracę, za efektywność pracy. Ta sprawa nie jest nam obca i niewątpliwie będziemy się starali taki system, w takiej czy innej formie, wprowadzić, bo on jest bardzo motywujący, chociaż zawiera w sobie wiele elementów regulacyjnych, które musimy pokonać. Mam nadzieję, że nam się to uda.

Przewodniczący poseł Rafał Komarewicz (Centrum):

Dziękuję bardzo.

Pan poseł Piechowiak, bardzo proszę.

Posel Grzegorz Piechowiak (PiS):

Bardzo dziękuję, panie przewodniczący.

Wysoka Komisjo, rozumiem, że już jest taki zwyczaj, że panowie ministrowie nie przychodzą na posiedzenia Komisji – z całym szacunkiem dla panów dyrektorów, którzy mają na pewno bardzo dużą wiedzę merytoryczną. To samo, jeśli chodzi o PAIH – tam jest bodajże pięciu prezesów, więc chyba jeden mógłby znaleźć czas, żeby się pofatygować na posiedzenie naszej Komisji.

Ja chciałbym zadać trzy konkretne pytania. Strefa ekonomiczna Kanału Sueskiego – jest podpisana umowa z Katowicką Specjalną Strefą Ekonomiczną. Czy tam są już jakieś polskie inwestycje, czy też ich nie ma? Jeśli są, to chciałbym wiedzieć – jakie.

Druga rzecz – w materiałach PAIH nie ma nic na temat Rwandy, a powinno być, bo była podpisana bardzo duża umowa z rządem rwandyjskim. Chciałbym wiedzieć, czy państwo coś na ten temat możecie powiedzieć.

I kwestia trzecia – jak się ma rynek drobiu w państwach azjatyckich? Czy lody zostały przełamane, czy też dalej jest tam stagnacja? Dziękuję.

Przewodniczący poseł Rafał Komarewicz (Centrum):

Dziękuję.

Bardzo proszę o odpowiedź.

Dyrektor departamentu PAIH Maciej Srebro:

Tak, dziękuję za tę uwagę. Rzeczywiście czułbym się wzmocniony, gdyby ktoś z członków zarządu mógł mi towarzyszyć, ale zostałem poproszony o to, żeby być, tak że mam nadzieję, że spełnię państwa oczekiwania na tyle, na ile będzie to możliwe, w miarę w pełnym wymiarze.

Jeśli chodzi o podpisaną umowę i inwestycje w strefie Kanału Sueskiego, nic mi nie wiadomo, żeby polskie inwestycje miały tam miejsce. To jest obszar, który jest rzeczywiście w zakresie aktywności zagranicznego biura handlowego w Kairze. Ale sprawdzę to, bo być może wynika to z tego, że nie mam bieżących informacji, chociaż nie ukrywam, że jeżeli chodzi o Afrykę, to mamy bardzo dobry zespół osób i gdyby coś tam się wydarzyło, to na pewno bym wiedział. Więc na dzień dzisiejszy myślę, że z pełną odpowiedzialnością mógłbym powiedzieć, że na razie polskich inwestycji w obszarze Kanału Sueskiego nie ma, chyba że są jakieś przyczynkowe, zupełnie nieistotne z punktu widzenia analizy strategicznej.

Jeśli chodzi o Rwandę, to bardzo dziękuję za to pytanie, dlatego że to jest mój – można powiedzieć – ulubiony kraj afrykański. Rzeczywiście prawda jest taka, że jeżeli ktoś z państwa chciałby rozpocząć swoją przygodę z Afryką, to zachęcam przede wszystkim do wyjazdu do Rwandy, bo to jest – można powiedzieć – Szwajcaria Afryki. Cokolwiek by się nie mówiło o jej historii, bardzo krwawej, stosunkowo niedawnej, ten kraj rzeczywiście się niezwykle rozwija. Jest to jeden z dwóch krajów, w którym będziemy się starali otworzyć polskie biuro, zagraniczne biuro handlowe, będziemy próbowali przekonać do tego interesariuszy politycznych czy nadzorców, jeżeli chodzi o Afrykę. Rzeczywiście tam jest bardzo duża inwestycja, nie tylko deweloperska. W centrum Kigali z udziałem kapitału polskiego, polskich architektów powstaje największe założenie deweloperskie.

To też pewna – bym powiedział – specyfika rwandyjska, która rzeczywiście bardzo stabilizuje sytuację w tym kraju, a mianowicie jest podpisana umowa z Kościołem katolickim, który jest właścicielem ziemi, polska firma to robi. Jest też huta cyny realizowana przez polską firmę i pojawiają się różnego rodzaju inne pomysły inwestycyjne. Rwanda pod tym względem jest bardzo ważnym krajem.

Drugim krajem jest Angola, ponieważ to jest miejsce, w którym zafunkcjonowały już polskie inwestycje, polska strefa inwestycji, bez udziału państwa polskiego i bez udziału PAIH. Tak się akurat składa, że 3 maja razem z prezesem lecimy do Angoli na spotkanie ze środowiskiem biznesowym polskich inwestorów i polskich przedsiębiorców w tym kraju. Mimo że informacji nie ma, bo zostałem poproszony o informację z tego, co się dzieje, co się wydarzyło... Być może jest to pewne przeoczenie, jeżeli chodzi o Rwandę, ale ponieważ nie ma tam naszego biura, w związku z tym tej informacji nie przekazałem. Natomiast przekazuję państwu – tak, Rwanda i Angola to są dwie destynacje w Afryce, co do których uważamy, że perspektywa dla rozwoju polskiego biznesu jest bardzo duża.

Nie chcę mówić o Rwandzie i tematach związanych z tzw. obszarem dual-use i defence, dlatego że to są sprawy, które też są obecne, ale one w przeszłości budziły różnego rodzaju problemy, więc nie chcę o tym mówić za bardzo. Natomiast tam pod tym względem również

polska obecność jest zauważalna. Dość powiedzieć, że prezydent tego kraju ma dwa helikoptery pochodzące z Polski.

A, jeszcze jedna sprawa – rynek drobiu w Azji. To jest kwestia regulacyjna. Nie mam specjalnych danych, ale być może poprosiłbym pana dyrektora Salomona, bo na pewno ma bieżące informacje w tym zakresie. Będę zobowiązany, jeżeli zabierze głos, bo na pewno ma większą wiedzę ode mnie.

Zastępca dyrektora departamentu MRiT Tomasz Salomon:

Panie pośle, proponuję, że przygotujemy informację pisemną na temat barier na rynkach. I pytanie tylko doprecyzowujące – czy wszystkie azjatyckie, czy Azję Południowo-Wschodnią?

Posel Grzegorz Piechowiak (PiS):

Ja myślę, że całą Azję.

Zastępca dyrektora departamentu MRiT Tomasz Salomon:

Przygotujemy informację na temat barier i prześlemy.

Przewodniczący poseł Rafał Komarewicz (Centrum):

Bardzo dziękuję.

Ja też tu chciałbym powiedzieć, że pan wiceminister Baranowski miał przyjść na spotkanie, ale ze względu na to, że wyjechał razem z panem prezydentem chyba do Chorwacji, poprosił mnie o to, żeby mógł przyjść pan dyrektor, w związku z tym jest pan dyrektor. Więc tutaj akurat pan minister Baranowski jest usprawiedliwiony. Jeżeli chodzi o szefów PAIH – nie wiem, nie mamy takiej informacji. Zapraszamy prezesów, zapytamy, dlaczego też nie przyszli.

Pani poseł Lisowska, bardzo proszę.

Posel Bożena Lisowska (KO):

Bardzo dziękuję.

Ja chciałabym jeszcze dopytać o sektor rolno-spożywczy, o którym pan wspomniał, że ta dynamika wzrostu jest zauważalna. Wspomniał pan o umowie i wspólnej z KOWR strategii promocji tego sektora. O to bym chciała dopytać, o kilka konkretnych, może na liczbach, może na ekspansji do nowych krajów. I w tym kontekście chciałabym dopytać o eksport i wsparcie polskich przedsiębiorców, nie tylko rolno-spożywczych, właśnie do Korei Południowej i do Indonezji. Jak pan ocenia ten rynek? Jakie są szanse? Czy jest tam potencjał nie tylko dla sektora rolno-spożywczego, ale może dla innych firm? Jak pan ocenia te dwa potencjalne, ogromne rynki?

Przewodniczący poseł Rafał Komarewicz (Centrum):

Bardzo proszę.

Dyrektor departamentu PAIH Maciej Srebro:

Tak, bardzo dziękuję też za to pytanie, bo ono rzeczywiście dotyczy istoty problemu. Może najpierw podam pewną uwagę strategiczną, bo być może to też umyka w tych analizach, takich – bym powiedział – mikro, ale warto na to spojrzeć też z perspektywy trochę makro.

A mianowicie, jeśli się spojrzy na eksport w obszarze rolno-spożywczym, to mniej więcej, jeżeli chodzi o cały eksport, jest to 17% polskiego eksportu i to wzrasta z roku na rok, ale ten eksport jest realizowany przez mniej więcej 70% polskich firm. To jest prawie dokładnie odwrotnie niż w przypadku eksportu generowanego nie przez obszar rolno-spożywczy. Czyli mamy sytuację taką, że z punktu widzenia strategii państwa i w ogóle budowania marzy eksportowej ten eksport jest niezwykle cenny z punktu widzenia całej gospodarki.

Dlaczego? Dlatego, że jest realizowany w większości przez polskie przedsiębiorstwa. Jak się spojrzy na strukturę polskiego eksportu, to mamy sytuację taką, że ponad 60% polskiego eksportu jest realizowane przez przedsiębiorstwa zagraniczne, które zainwestowały w Polsce. To jest sytuacja oczywiście też bardzo dobra z punktu widzenia Polski, bo jednak marża jest też budowana tutaj, ale rynek rolno-spożywczy jest o tyle interesujący i ciekawy, że jest dokładnie odwrotna sytuacja. To znaczy, że prawie 70% polskiego eksportu jest realizowane przez polskie przedsiębiorstwa i to w tym sensie jest warte wspierania.

Teraz tak, konkretnie: mamy podpisaną umowę, która rzeczywiście jest już, jak wspomniałem wcześniej, po części realizowana i mamy następujące miejsca, gdzie eksperci rolno-spożywczy mają być zainstalowani. To jest Rijad w Arabii Saudyjskiej, São Paulo w Brazylii, Londyn w Wielkiej Brytanii, Seul w Korei Południowej, Tokio w Japonii, w Stanach Zjednoczonych

w trzech biurach – Houston, Chicago i w Dolinie Krzemowej. Poza tym jeszcze Lagos w Nigerii. Oczywiście to jest pewna projekcja opierająca się na wskazaniach KOWR, który akurat wskazał te destynacje jako najbardziej perspektywiczne, co nie znaczy, że to nie będzie zmieniane, dlatego że tendencje eksportowe fluktuują. Nagle się okazuje, że jest jakiś rynek bardzo interesujący, który z punktu widzenia eksportowego jest też ciekawy.

To, co pani powiedziała à propos Korei Południowej i w ogóle Dalekiego Wschodu, jest o tyle też ciekawe, że to jest rynek najbardziej – można powiedzieć – restrykcyjny. To znaczy Japonia i Korea Południowa to są po prostu rynki tak doregulowane, że żeby tam zafunkcjonować, rzeczywiście trzeba pokonać ogromną liczbę barier regulacyjnych, a przede wszystkim trzeba tam zainwestować. W przypadku Japonii takie sukcesy osiągnęły niektóre firmy, na przykład polski Maspex, który kupił jedną ze spółek przetwórczych, bodajże przetwórstwo soków. Sprzedaje tam, używając lokalnego brandu, swoje wyroby jako polska spółka.

W Korei Południowej jest o tyle problem, że tam są jeszcze większe bariery, chociaż niewątpliwie sytuacja jest o tyle sprzyjająca, że Polska dzisiaj jest dużym importerem różnego rodzaju produktów z tego rynku. Staramy się, przynajmniej na tyle, na ile jest to możliwe, powiązać pewną relację handlową, jeśli chodzi o zakupy z Korei Południowej, z możliwością eksportu dóbr, różnego rodzaju dóbr, również spożywczych, na ten rynek. To troszeczkę się udaje, chociaż niewątpliwie jest to o tyle trudne, że – jak mówię – rynek jest bardzo, bardzo przeregulowany.

Indonezja jest łatwiejszym rynkiem. Indonezja czy cały ten obszar, można powiedzieć, Indonezja, Filipiny, Malezja – to są miejsca, gdzie jest duży potencjał eksportowy Polski. Akurat, jeżeli chodzi o obszar rolno-spożywczy, nie zostały one wskazane przez KOWR, ale na ostatnim spotkaniu, bo mamy takie cykliczne spotkania z udziałem pana dyrektora generalnego MRiRW, stanął na przykład temat Filipin. Z analiz rynku rolno-spożywczego wygląda bowiem na to, że jest tam miejsce dla polskich produktów.

Tak że, proszę państwa, gospodarka polska jest w takim momencie czasu eksportu – o tym też mówił pan dyrektor Salomon. To znaczy prawda jest też taka, że dzisiaj opowieść o polskim sukcesie gospodarczym, który wynika z analiz statystycznych, PKB i tak dalej... To jest jeden z najlepiej sprzedających się produktów eksportowych, ale za tym muszą iść pewne konkrety. Czyli po prostu umowy, handel, projekty inwestycyjne i tak dalej. Mamy tego świadomość.

Poza tym jest jeszcze jeden aspekt. Jeżeli chcemy budować polskie globalne marki, to tego się nie da zrobić bez eksportu. Żyjemy trochę w kraju przekleństwa średniego rynku. To znaczy, że polski przedsiębiorca bardzo dobrze daje sobie radę bez eksportu, bo rynek jest na tyle duży, że jest w stanie tutaj zafunkcjonować. Jeżeli przedsiębiorca w Estonii zakłada piekarnię, to on musi od razu myśleć, jak ten chleb czy ten wypiek, który robi, sprzeda za granicą, bo rynek lokalny mu nie wystarczy. Polski przedsiębiorca nie ma takiego dylematu, ale z drugiej strony, żeby budować polskie globalne marki, musimy postawić na eksport i mamy tego świadomość. Ten paradygmat, ten sposób myślenia staramy się wprowadzać w życie. Dziękuję.

Przewodniczący poseł Rafał Komarewicz (Centrum):

Bardzo dziękuję.

Czy ktoś z państwa chciałby zabrać głos w dyskusji? Nie widzę. W związku z tym zamykam dyskusję.

Na tym wyczerpaliśmy porządek dzienny.

Protokół dzisiejszego posiedzenia będzie wyłożony do przejrzenia w sekretariacie Komisji w Kancelarii Sejmu.

Zamykam posiedzenie Komisji. Bardzo dziękuję.