

# Handlować można wszystkim i z każdym

**Nabliżej nam do Unii i Rosji, ale ostatnio droga z Polski do Chin zaczyna się niepokojąco skracać.**

Od lat głównym partnerem Polski w zakresie importu pozostają Niemcy. W ciągu pierwszego ośmiu miesięcy bieżącego roku zakupiliśmy w tym kraju towary wartości ponad 12,5 mld EUR. W pierwszej dziesiątce listy największych partnerów importowych naszego kraju znajdują się jeszcze Włochy, Francja, Czechy, Holandia, Wielka Brytania i Belgia. Widać więc, że handel z krajami Unii kwitnie.

## Od palm po Ural

Nic zatem dziwnego, że Polska notuje w kontaktach z UE ponadmiliardową nadwyżkę liczoną w euro. Warto jednak zauważyć, że w kilku przypadkach mamy do czynienia ze zjawiskiem polegającym na spadku wartości eksportowanych towarów. Dotyczy to przede wszystkim Niemiec. Jeszcze rok temu eksportowaliśmy tam 30,9 proc. towarów.

Znacznie wzrosła wartość zakupów robionych przez polskie firmy w Rosji. Przez pierwszych osiem miesięcy roku import wynosił 4,2

## IMPORT DO POLSKI I-VIII 2005 R.

► w mln EUR

|                           |        | Zmiana do I-VIII 2004 r. | Saldo   |
|---------------------------|--------|--------------------------|---------|
| Kraje rozwinięte          | 37 619 | ↓ 107,5                  | -86,9   |
| (w tym UE)                | 33 463 | ↓ 105,1                  | 1036,7  |
| Europa Środkowo Wschodnia | 5611   | ↓ 129,7                  | 1295,8  |
| Kraje rozwijające się     | 7337   | ↓ 116,4                  | -4542,2 |

Źródło: ????????????

mld EUR i był o blisko 30 proc. wyższy od notowanego w analogicznym okresie ubiegłego roku. Trzeba jednak pamiętać, że na taką sytuację znacząco wpłynął fakt, że wzrosły ceny ropy naftowej.

Osobnym tematem są Chiny. Handel z tym krajem to z jednej strony możliwość sprowadzenia nieprzebranego wręcz asortymentu takich towarów, produktów i surowców, z drugiej zaś — rosnący niepokój, czy to, co opatrzone jest napisem Made in China, nie zaleje i nie zatopi europejskiego rynku, który broni się jak może, chociażby za pomocą cel zaporowych czy

postępowań antydumpingowych. Najlepszym tego dowodem jest sprawa tekstyliów.

Ale fantazja polskich importerów nie zna granic. Eksploracja rynku chińskiego przynosi niewiarygodne, choć jak się okazuje, zgodne z rachunkiem ekonomicznym, efekty. Przykład? Od pewnego czasu z Chin sprowadzamy... płyty granitowe, które są na tyle tanie, że warto je tam kupować, choć rodzime są niemal pod ręką. Cóż z tego, że podobnej jakości, skoro droższe, nawet gdy dodać koszty transportu. I to sporo — o 30-40 proc.! W efekcie nowy terminal lotniska

na warszawskim Okęciu zostanie wyłożony 40 tysiącami metrów kwadratowych granitu sprowadzonego z Państwa Środka.

## Lekcja chińskiego

Z danych resortu gospodarki wynika, że były okresy, w których polski import z Chin rósł dwukrotnie szybciej niż import w ogóle. W pierwszym kwartale 2005 r. kupiliśmy o 40 proc. więcej chińskich towarów niż w tym samym okresie zeszłego roku. Import wyniósł 1,16 mld USD, podczas gdy eksport — zaledwie 133 mln USD. Deficyt w handlu towarowym z Chinami przekroczył miliard USD, czyli połowę całego polskiego deficytu w handlu towarami. Konsumenci cieszą się z taniej odzieży, butów i komputerów. Producenci załamują ręce. A z Chin do Polski przyjeżdżają coraz to nowe rodzaje towarów. Niewykluczone, że już wkrótce na naszych drogach pojawią się produkowane tam samochody.

Cena ceną, ale wcale nie ma się co cieszyć z tej chińskiej ekspansji. Wiele polskich firm z najrozmaitszych branż zaczyna mieć poważne problemy, bo nie jest w stanie rywalizować cenowo. Przykład?

— Chińszczyzna króluje i w hipermarketach budowlanych, w ma-

łych i średnich sklepach lokalnie handlujących tego rodzaju towarami. Właściwie tylko stal i cement pozostają relatywnie mało na azjatycką konkurencję — niepokoi się dyrektor ds. handlowych w Grupie Polskie Składy Budowlane Bogdan Panhirsz

Jego zdaniem, najbardziej zauważalna jest ekspansja chińskiej ceramiki i armatury łazienkowej, a także płytek ceramicznych oraz akcesoriów meblarskich i narzędzi. Ceny chińskich wyrobów są dużo niższe od produkowanych w kraju.

Jak sobie z tym radzić? To bardzo trudne, ale możliwe. Nie można zamknąć granic przed produktami z danego kraju, ale trzeba stale sprawdzać, czy nie mamy do czynienia ze stosowaniem cen dumpingowych, jak to bywa często w przypadku odzieży czy butów. I walczyć jakością. Klient musi zrozumieć, że bardziej mu się opłaca kupić dany towar raz i mieć spokój na długi czas niż biegać do sklepu co kilka tygodni.

— Firmy z zagrożonych sektorów muszą się po prostu zrestrukturizować, jeżeli chcą przetrwać — ostrzega komisarz UE ds. handlu Peter Mandelson.

Jarosław Machowiak