

Aleksandra Kuźmińska

WSPIERANIE FINANSOWE I PROMOCJA BEZPOŚREDNICH INWESTYCJI ZAGRANICZNYCH W MALEZJI

1. Wstęp

Podejście do bezpośrednich inwestycji zagranicznych (BIZ) ewoluowało przez lata. Początkowa niechęć poszczególnych krajów wobec zagranicznych firm zaczęła się zmieniać w przychylność i wręcz rywalizację o napływ inwestorów. Współcześnie BIZ stały się elementem krajobrazu prawie każdego kraju na świecie i są przedmiotem zainteresowania naukowców oraz praktyków życia gospodarczego.

Bezpośrednie inwestycje zagraniczne definiowane są w różny sposób, ale różnice te wynikają z zakresu pojmowania tego zjawiska, nie zaś z jego istoty. W praktyce gromadzenia danych dotyczących napływu inwestycji do różnych krajów najczęściej stosowana jest tzw. definicja wzorcowa (*benchmark definition*) opracowana przez Organizację Współpracy Gospodarczej i Rozwoju (OECD). Definicja wzorcowa odpowiada koncepcjom i definicjom zawartym w International Monetary Fund's Balance of Payment and International Investment Position Manual opracowanym przez Międzynarodowy Fundusz Walutowy, a także odpowiada standardom wyznaczonym przez System of National Accounts. W związku ze zmianami w gospodarce światowej definicja okresowo jest poddawana rewizji, z uwzględnieniem różnych uwag krajów członkowskich.

Według definicji OECD, bezpośrednie inwestycje zagraniczne oznaczają uzyskanie przez rezydenta z jednego kraju (inwestora bezpośredniego) trwałej korzyści z przedsiębiorstwa (przedsiębiorstwa bezpośredniego inwestowania) będącego rezydentem w kraju innym niż kraj inwestora. Trwała korzyść implikuje występowanie długoterminowych powiązań pomiędzy inwestorem zagranicznym a przedsiębiorstwem, na które inwestor ma wpływ oraz w którym odgrywa znaczącą rolę w zarządzaniu¹. To długotrwałe powiązanie jest wyrażone w posiadaniu przez inwestora zagranicznego przynajmniej 10% głosów w przedsiębiorstwie bezpośredniego inwe-

¹ OECD *Benchmark Definition of Foreign Direct Investment, Third Edition*, OECD, Paris 1999, s. 7-8.

stawiania. Wyznaczona granica 10% może budzić wątpliwości, ponieważ w niektórych przypadkach może to być zdecydowanie za mało i nie dawać inwestorowi możliwości aktywnego wpływania na działania przedsiębiorstwa. Z drugiej strony w niektórych przypadkach udział nawet mniejszy niż 10% może pozwalać na efektywny wpływ na zarządzanie przedsiębiorstwem. OECD jednakże nie zaleca odchylenia od ustalonego progu, gdyż mogłoby to spowodować brak jednoznaczności w porównywaniu statystyk pomiędzy krajami. Bezpośrednia inwestycja oznacza zarówno początkową transakcję zawartą między inwestorem a przedsiębiorstwem bezpośredniego inwestowania, jak i wszystkie kolejne realizowane między nimi².

2. Bezpośrednie inwestycje zagraniczne w Malezji

Region Azji od wielu lat cieszy się dużą popularnością wśród inwestorów zagranicznych. Niekwestionowanym liderem w przyciąganiu BIZ w regionie są Chiny, do których trafia główna część inwestycji realizowanych w Azji. Państwo Środka odnotowuje względnie trwałe trend wzrostowy w tym zakresie, pozyskując w rekordowym roku 2005 inwestycje o wartości ponad 72 mld USD. Mniej więcej połowę tej wartości pozyskał w analogicznym okresie Hongkong, znacznie mniej – Singapur. Malezja pozostaje zdecydowanie w tyle za trzema liderami (tab. 1).

W 1997 r. napływ inwestycji do Malezji był na średnim poziomie w stosunku do krajów regionu, jednak już w kolejnym roku kraj, podobnie jak inne państwa regionu, odczuł skutki kryzysu gospodarczego, co wyraziło się m.in. w istotnym osłabieniu napływu inwestycji. Najgorszy był rok 2001, kiedy poziom napływu BIZ spadł poniżej 600 mln USD. W kolejnych latach wartość napływu inwestycji wahała się, należy jednak zwrócić uwagę na to, że rząd malezyjski nie każdy rodzaj inwestycji akceptował, często odrzucając projekty oparte na wykorzystaniu taniej siły roboczej, co prowadziło do lokalizacji tego typu przedsięwzięć w krajach sąsiednich oraz do spadku napływu BIZ do Malezji (m.in. w roku 2005)³.

Czynników decydujących o napływie inwestycji do konkretnych krajów jest wiele. Wśród nich można wyróżnić te, które zależą od polityki państwa. Bez wątpienia jednym z nich jest stabilność polityczna, warunkująca bezpieczeństwo zainwestowanego kapitału. Malezja teoretycznie jest krajem demokratycznym, jednakże rządzona była przez ponad 20 lat w sposób raczej autokratyczny ręką premiera Mahathira Mohamada, który ustąpił w 2003 r., przekazując rządy Abdullahowi Ahmadowi Badawiemu. Poprzedni, charyzmatyczny premier zdołał utrzymać stabilność polityczną, wprowadził Malezję na arenę międzynarodową, ponadto w znacznej mierze uchronił kraj przed klęską ekonomiczną podczas azjatyckiego kryzysu finansowego pod koniec lat dziewięćdziesiątych XX wieku. Zmiana na stanowisku pre-

² *OECD Benchmark Definition of Foreign Direct Investment, Fourth Edition*, OECD, Paris 2008, s. 10, 40-41.

³ *Luring FDI Flows into Malaysia*, The Malaysian Institute of Economic Research, www.mier.org.my (data dostępu 1.06.2008).

Tabela 1. Napływ bezpośrednich inwestycji zagranicznych do wybranych krajów Azji w latach 1997-2006 (w mln USD)

| Kraj | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 |
|-----------------|---------|---------|-----------|-----------|---------|---------|---------|---------|---------|-----------|
| Chiny | 44 236 | 45 460 | 40 319 | 40 772 | 46 846 | 52 700 | 53 505 | 60 630 | 72 406 | 69 468 |
| Filipiny | 1 222 | 1 713 | 1 725 | 1 345 | 982 | 1 111 | 491 | 688 | 1 132 | 2 345 |
| Hongkong | 6 000 | 1 600 | 24 580 | 61 939 | 23 775 | 13 718 | 13 624 | 34 032 | 35 897 | 42 892 |
| Indie | 3 351 | 2 258 | 2 168 | 2 319 | 3 403 | 3 449 | 4 585 | 5 474 | 6 598 | 16 881 |
| Indonezja | 4 673 | -356 | -2 745 | -4 550 | -3 279 | -1 523 | -597 | 1 896 | 5 260 | 5 556 |
| Japonia | 3 224 | 3 192 | 12 742 | 8 323 | 6 243 | 9 326 | 6 324 | 7 816 | 2 775 | -6 506 |
| Malezja | 5 106 | 3 727 | 3 895 | 3 788 | 554 | 3 203 | 2 473 | 4 624 | 3 967 | 6 060 |
| Republika Korei | 2 844 | 5 143 | 9 333 | 9 283 | 3 528 | 1 972 | 3 892 | 7 727 | 7 198 | 4 950 |
| Singapur | 9 710 | 7 218 | 13 245 | 12 464 | 10 949 | 7 655 | 10 376 | 14 820 | 20 083 | 24 207 |
| Tajlandia | 3 733 | 6 969 | 6 091 | 3 350 | 3 813 | 1 068 | 1 952 | 1 414 | 3 687 | 9 751 |
| Tajwan | 2 248 | 222 | 2 926 | 4 928 | 4 109 | 1 445 | 453 | 1 898 | 1 625 | 7 424 |
| Wietnam | 2 950 | 1 900 | 1 484 | 1 289 | 1 300 | 1 200 | 1 450 | 1 610 | 2 020 | 2 315 |
| Świat | 484 341 | 843 879 | 1 079 083 | 1 392 957 | 823 825 | 651 188 | 557 869 | 710 755 | 916 277 | 1 305 852 |

Źródło: S. Bobowski, A. Kuźmińska, *Wybrane czynniki atrakcyjności inwestycyjnej krajów regionu Azji-Pacyfiku*, [w:] J. Rymarczyk, B. Drelich-Skulska (red.), *Regionalizacja globalizacji*, AE, Wrocław 2008, s. 89.

mięra wzbudziła wiele obaw, zastanawiano się, czy nowy premier będzie w stanie zachować stabilność kraju podczas swoich rządów.

Od odzyskania niepodległości w 1957 r. Malezja przechodziła przez różne fazy polityki handlowej i inwestycyjnej, otwierając się w znacznym zakresie na wymianę międzynarodową w latach osiemdziesiątych XX wieku. Pokryzysowy spadek w napływie inwestycji zmusił Malezję do podjęcia działań w celu głębszej liberalizacji polityki wobec inwestorów zagranicznych, m.in. umożliwiono firmom zagranicznym posiadanie 100% udziałów w przedsiębiorstwach produkcyjnych bez konieczności spełnienia warunku prowadzenia działalności eksportowej we wszelkich projektach złożonych przed końcem 2003 roku (z wyjątkiem 7 rodzajów działalności zarezerwowanych dla lokalnych firm). W połowie tego właśnie roku zdecydowano, że takie ułatwienie zostanie zachowane na stałe⁴. Obecnie istnieje możliwość posiadania 100% własności w przedsiębiorstwach zarówno produkcyjnych, jak i usługowych.

Państwo intensywnie popiera inwestycje z zakresu wysokich technologii oraz tworzenia wysokiej wartości dodanej. Inwestorzy zagraniczni są stroną tzw. porozumień o gwarancjach inwestycyjnych, ograniczających ryzyko nacjonalizacji czy wywłaszczenia i jednocześnie umożliwiających swobodny transfer kapitału. W Malezji ponadto nie obowiązują restrykcje dotyczące wymienialności walut, a także funkcjonują przepisy chroniące własność intelektualną. W prawie malezyjskim wszelkie kwestie dotyczące ochrony konkurencji zawarte są w szeregu ustaw, jednakże trwają prace nad stworzeniem ustawy jednej – jednoznacznie regulującej kwestie uczciwego handlu⁵. Pewne restrykcje odnoszą się do zatrudniania obcokrajowców, szczególnie na stanowiskach kierowniczych – menedżer z zagranicy może być zatrudniony na maksymalnie 10 lat, ponadto liczba stanowisk kierowniczych obsadzonych przez obcokrajowców zależy od wielkości kapitału zakładowego.

W sytuacji otwarcia na zagranicę oraz liberalizacji polityki wobec BIZ przez większość krajów na świecie rządy państw, w tym rząd Malezji, sięgają po różnego rodzaju zachęty inwestycyjne w postaci grantów czy zwolnień z obciążeń, a ponadto intensywnie promują swój kraj, kreując pozytywny wizerunek oraz dbając o odpowiednią obsługę inwestorów.

3. Finansowe wspieranie inwestycji w Malezji

Przez finansowe wspieranie inwestycji rozumie się stosowanie zachęt inwestycyjnych. Ich wykorzystanie jest dość powszechną metodą przyciągania inwestorów zagranicznych, również Malezja od nich nie stroni. Za zachęty (bodźce) inwestycyjne uważane są środki, które dostarczają wymiernej ekonomicznej korzyści konkretnemu przedsiębiorstwu lub określonej kategorii przedsiębiorstw. Przyznawane są

⁴ *Investment Regime: Malaysia*, 28/5/04, International Institute for Sustainable Development, www.iisd.org (data dostępu 1.06.2008).

⁵ *Guide to the Investment Regimes of APEC Member Economies*, APEC Investment Experts Group, Sixth Edition, 2007.

przez państwo w celu zachęcenia firm do postępowania w określony sposób⁶. Zawierają środki skierowane albo na wzrost stopy zwrotu z podjętej inwestycji, albo na redukcję poniesionych kosztów lub ryzyka⁷. W większości krajów mogą z nich korzystać inwestorzy zarówno zagraniczni, jak i krajowi, chociaż czasami są skierowane do jednej z tych grup. Podstawowy podział zachęt wyróżnia dwie ich grupy: zachęty fiskalne i finansowe, jednakże można wyodrębnić także trzecią grupę, obejmującą zachęty niedające się zakwalifikować do żadnego z dwóch wymienionych rodzajów. Zachęty fiskalne mają na celu zniesienie części obciążeń podatkowych. Zwolnienia z podatków mogą mieć różną podstawę i dotyczyć różnych elementów działalności przedsiębiorstwa. Bodźce o charakterze finansowym sprowadzają się do udzielania bezpośredniego wsparcia finansowego firmom przez rządy państw. Wsparcie finansowe może przybierać różne formy: grantów inwestycyjnych, kredytów i pożyczek rządowych na preferencyjnych warunkach, ubezpieczeń rządowych opartych na preferencyjnych stawkach i inne⁸. Zadaniem ostatniej grupy bodźców, tzw. innych, jest zwiększenie rentowności zagranicznych oddziałów bez wsparcia finansowego. Do tej grupy bodźców zaliczane są m.in.: obniżenie wymogów dotyczących środowiska naturalnego, zdrowia, bezpieczeństwa czy siły roboczej; dostarczenie po cenach niższych niż komercyjne określonych elementów infrastruktury; pomoc przy realizacji niektórych usług, np. pomoc w znalezieniu źródeł finansowania, wdrażanie i zarządzanie projektami, dostarczanie informacji o rynku; uprzywilejowany dostęp do kontraktów rządowych⁹ oraz szereg innych.

Polityka stosowania bodźców inwestycyjnych wobec przedsiębiorców inwestujących w Malezji zmieniała się w czasie. Do połowy lat osiemdziesiątych XX w. przyznanie zachęty lub nie zależało od indywidualnego projektu inwestycyjnego. Od 1986 r. do połowy lat dziewięćdziesiątych – zależało od rodzaju działalności inwestycyjnej i wiązało się z kierowaniem strumienia inwestycji na 12 branż promowanych w ramach Pierwszego Malezyjskiego Planu Przemysłowego. Po tym okresie przyznawanie zachęt stało się zdecydowanie bardziej wybiórcze i zostało uzależnione od priorytetowych sektorów gospodarki wyszczególnionych w kolejnych planach przemysłowych. Nacisk położono zwłaszcza na projekty z sektorów wysokich technologii, badań i rozwoju, rozwoju zasobów ludzkich, rozwoju przemysłu maszynowego oraz sprzętu¹⁰. W chwili obecnej do uzyskania pomocy w postaci bodźców są upoważnione projekty realizowane w sektorach: produkcyjnym, rolniczym i turystycznym, oraz działania powiązane z produkcją (np. usługi logistyczne czy obsługa rynku) i działania z innych sektorów, w tym m.in. związane z b+r oraz oparte na

⁶ S.J. Dreyhaupt, *Locational Tournaments in the Context of the EU Competitive Environment*, Deutscher Universitäts –Verlag, Wiesbaden 2006, s. 112.

⁷ *Incentives and Foreign Direct Investment*, Current Studies, Series A, No. 30, United Nations, New York, Geneva 1996, s. 3.

⁸ *Incentives*, UNCTAD Series on Issues in International Investment Agreements, United Nations, New York, Geneva 2004, s. 6.

⁹ Tamże, s. 7.

¹⁰ *Investment Regime: Malaysia*, wyd. cyt.

wykorzystaniu wiedzy, działania związane z transportem, szkoleniami, regionalnymi centrami dystrybucji, zarządzaniem środowiskiem i inne¹¹. W każdym z wymienionych sektorów wyróżnione są te rodzaje działalności, którym przyznawane są mniejsze lub większe ulgi.

Malezyjskie władze promują także wybrane regiony kraju, wiążąc z nimi szczególne przywileje. Do promowanych regionów należą stany Perlis, Sabah i Sarawak oraz stany zwane Wschodnim Korytarzem: Kelantan, Terengganu i Pahang, a także dystrykt Mersing w stanie Johor. Na przykład te firmy realizujące inwestycje w sektorze produkcyjnym, które otrzymały tzw. *pioneer status* i zlokalizowały swoją działalność w wymienionych regionach, mogą liczyć na zwolnienia z podatku dochodowego w wysokości 100% przez pierwszych 5 lat, podczas gdy inwestorzy podejmujący inwestycje w tym samym sektorze, ale w innym regionie kraju mogą liczyć na zwolnienie w wysokości 30%. Szczególne warunki funkcjonowania stworzone zostały także w specjalnych strefach. Wyróżniono wolne strefy przemysłowe (Free Industrial Zones – FIZs) oraz wolne strefy handlowe (Free Commercial Zones – FCZs). FIZs są obszarami przeznaczonymi dla firm zorientowanych proeksportowo, które w strefie są zwolnione z ceł importowych na materiały, komponenty oraz sprzęt potrzebny w procesie wytwarzania, ponadto mogą liczyć na minimum formalności przy imporcie oraz eksporcie gotowych towarów. FCZs są obszarami, w których podejmuje się działalność związaną z handlem, przepakowywaniem, etykietowaniem czy tranzytem. Tutaj również ułatwieniem są zwolnienia z opłat celnych pod warunkiem późniejszego eksportu przetworzonych towarów¹².

Jeżeli chodzi o rodzaje oferowanych zachęt, to główny nacisk położony został na zachęty fiskalne, w mniejszym zakresie na zachęty z kategorii inne. Wśród zachęt fiskalnych stosowane są zwolnienia z podatku dochodowego od firm przez określony czas lub stawki preferencyjne realizowane w ramach tzw. *pioneer status* lub *investment tax allowance* (vide wspomniany przykład); przyspieszone odpisy kapitałowe (np. firmy, które reinwestują swoje zyski w sektorze produkcyjnym produktów promowanych, mają możliwość odliczenia wydatków kapitałowych przez okres 3 lat), zwolnienia z podatku dla firm przenoszących działalność do promowanych regionów, zwolnienia z podatku dla firm podejmujących eksport, zwolnienia lub obniżenie ceł importowych na materiały oraz sprzęty potrzebne do produkcji, odpisy związane z darowiznami dla organizacji zajmujących się ochroną środowiska, odpisy związane z opieką nad dziećmi oraz inne. Jeśli chodzi o zachęty inne, to można wymienić np. pomoc w szkoleniu pracowników, pomoc w znalezieniu źródeł finansowania, dostarczanie elektryczności oraz wody po preferencyjnych cenach¹³. Jak już wskazano wcześniej, zachęty nie są przyznawane automatycznie, inwestor musi spełnić określone warunki, aby otrzymać konkretne ułatwienie.

¹¹ *Incentives for Investment*, Malaysian Industrial Development Authority, www.mida.gov.my (data dostępu 1.06.2008).

¹² Tamże.

¹³ Kompletną listę wszelkich zachęt oferowanych w Malezji można znaleźć na stronie internetowej malezyjskiej agencji promocji inwestycji MIDA: www.mida.gov.my (data dostępu 1.06.2008).

Na koniec warto wskazać, że polityka przyznawania zachęt inwestycyjnych, jak i cała polityka inwestycyjna w Malezji, są zaprojektowane, aby spełniać założenia polityki rozwojowej oraz promocji przemysłu¹⁴.

4. Promocja bezpośrednich inwestycji zagranicznych realizowana przez Malaysian Industrial Development Authority

W dzisiejszym świecie nawet kraj atrakcyjny dla inwestorów może nie wzbudzić ich zainteresowania, gdy nie będzie aktywnie się promował, docierał do inwestorów ze swoją ofertą oraz zapewniał odpowiedniej obsługi potencjalnym i obecnym inwestorom. W związku z tym większość krajów na świecie zajmuje się promocją bezpośrednich inwestycji zagranicznych. Promocja BIZ jest definiowana jako działania koncentrujące się na rozpowszechnianiu informacji i budowaniu pozytywnego wizerunku lokalizacji, a także na obsłudze zainteresowanych inwestorów¹⁵. Zadania z tej dziedziny są realizowane przez agencje promocji inwestycji¹⁶, w tym przez Malaysian Industrial Development Authority (MIDA).

Malaysian Industrial Development Authority jest agencją rządową powołaną do promocji inwestycji w sektorze przemysłowym oraz usługowym w Malezji. Agencja pomaga inwestorom w wyborze lokalizacji swojej działalności, a także asystuje przedsiębiorstwom w realizacji projektu, jeżeli decyzja o inwestycji zostanie podjęta. Istotne jest, że agencja pomaga nie tylko inwestorom pochodzącym z innych krajów, ale świadczy usługi również dla inwestorów krajowych.

W strukturze organizacyjnej MIDA wyróżnić można cztery główne działy zajmujące się promocją, opieką nad inwestorami oraz promocją konkretnych sektorów gospodarki (Investment, Non-Resource Industry, Services, Resource Industry). Dział Inwestycji (Investment) zajmuje się promocją Malezji jako atrakcyjnego miejsca do lokalizacji inwestycji, a także promocją inwestycji krajowych, pomaga także inwestorom we wszelkich sprawach związanych z realizacją inwestycji. W pozostałych działach koordynowane jest przyznawanie zachęt inwestycyjnych, monitorowanie realizowanych projektów czy promocja przedsięwzięć mogących się przyczynić do rozwoju ekonomicznego Malezji. Ponadto w głównej siedzibie agencji zlokalizowani są przedstawiciele różnych instytucji i agencji rządowych (np. Ministerstwa Finansów, Ministerstwa Zasobów Ludzkich, Departamentu Imigracji, Departamentu Środowiska) zaangażowanych w jakiś sposób w proces inwestycyjny, aby przyspieszyć i jak najbardziej ułatwić inwestorom realizację projektu.

¹⁴ *Investment Regime: Malaysia*, wyd. cyt.

¹⁵ L.T. Wells, A.G. Wint, *Marketing a Country. Promotion as a Tool for Attracting Foreign Investment. Revised Edition*, FIAS, World Bank, Washington 2000, s. 8.

¹⁶ Promocja kraju jako miejsca lokalizacji inwestycji podejmowana jest także przez inne podmioty, jednak promocja inwestycji w wyżej określonym znaczeniu jest realizowana przez agencje promocji inwestycji, dlatego w artykule omówione zostaną działania podejmowane przez agencję malezyjską – MIDA.

Agencja posiada rozwiniętą sieć biur regionalnych, działających pod nadzorem biura centralnego. Ich zadaniem jest udzielenie informacji oraz pomoc inwestorom na miejscu, w konkretnym regionie. Biura zlokalizowane są w dwunastu miejscach: Johor, Terengganu, Kedah i Perlis, Pahang, Kelantan, Perak, Melaka, Penang, Selangor, Negeri Sembilan, Sabah, Sarawak. W celu lepszego dotarcia do inwestorów agencja zdecydowała się na powołanie biur zagranicznych w tych miejscach świata, z których inwestycje są najbardziej pożądane: pięć biur w USA, trzy w Chinach, po dwa biura w Japonii i Indiach, po jednym w Niemczech, Wielkiej Brytanii, Francji, Szwecji, we Włoszech, w Korei Południowej i w Australii. Prowadzenie biur zagranicznych jest dość kosztowne, ale dzięki nim inwestorzy mają możliwość szybkiego kontaktu z przedstawicielami malezyjskiej agencji.

Jak bardzo ogólnie wspomniano wyżej, zadania agencji promocji inwestycji koncentrują się na budowaniu wizerunku kraju jako miejsca lokalizacji inwestycji, na bezpośrednim docieraniu do inwestorów (*investor targeting*), obsłudze przed- i poinwestycyjnej oraz na lobbingu na rzecz polityki proinwestycyjnej (*policy advocacy*). Jeśli chodzi o to pierwsze zadanie, malezyjska agencja w chwili obecnej nie musi wkładać wiele pracy w kreowanie wizerunku swojego kraju, gdyż takie działania są szczególnie istotne w tych państwach, których obraz w oczach inwestorów z różnych względów (np. wcześniejsze negatywne nastawienie do inwestorów, niestabilny system polityczny, bariery w przepływie kapitału) nie jest najlepszy. Niemniej jednak MIDA od czasu do czasu przeprowadza kampanie przypominające skierowane do konkretnych sektorów w celu utrwalenia swego wizerunku.

Inną funkcją realizowaną przez agencję, bardzo istotną z punktu widzenia aktywnej promocji inwestycji, jest bezpośrednie docieranie do inwestorów. Najogólniej biorąc, polega ono na skupieniu wysiłków promocyjnych na przyciąganiu konkretnych inwestycji, a nie na przyciąganiu inwestycji w ogóle¹⁷. Strategie agencji promocji inwestycji wyznaczają najbardziej pożądane z punktu widzenia interesów gospodarki rodzaje inwestycji, branże czy regiony, do których inwestorzy będą przyciągani. W Malezji, jak już wspomniano wyżej, bezpośrednio dociera się do inwestorów z USA, Europy i Azji Południowej, w sektorach wytwórczym (produkcja wyrobów potrzebnych do dalszej produkcji: maszyn, sprzętu, komponentów oraz form i barwników; produkcja oparta na surowcach: przetwarzanie żywności oraz wytwarzanie produktów z oleju palmowego), usługowym (b+r, projektowanie, logistyka, marketing, sprzedaż, dystrybucja) oraz wysokich technologii, a także dociera się do firm zainteresowanych realizacją przedsięwzięć opartych na wykorzystaniu wiedzy (np. biotechnologia, optyka czy technologia komunikacyjna)¹⁸.

MIDA świadczy szereg usług dla inwestorów decydujących się na prowadzenie działalności w Malezji, działa jako tzw. *one-stop-shop*, czyli biuro kompleksowej

¹⁷ *World Investment Report 2002. Transnational Corporations and Export Competitiveness*, United Nations Conference on Trade and Development, New York, Geneva 2002, s. 221.

¹⁸ *Malaysia's investment gets the MIDA touch*, „fDi Magazine”, 3.10.2005.

obsługi inwestora. Jego idea jest umożliwienie inwestorom współpracy tylko z jednym, a nie z kilkoma, czasami z kilkunastoma podmiotami. W ramach obsługi inwestorów agencja dostarcza informacji o lokalizacji, ocenia wnioski o przyznanie zachęt inwestycyjnych, pomaga firmom we wdrażaniu projektów, oferuje konsultację oraz asystę we współpracy z różnymi podmiotami zaangażowanymi w proces inwestycyjny na różnych szczeblach. Warto nadmienić, że MIDA na początku swojej działalności bardzo słabo realizowała te zadania, miała ograniczone kompetencje i była tylko kolejnym przystankiem na drodze do akceptacji projektu inwestycyjnego. W późniejszych latach działalności MIDA, dzięki silnemu poparciu premiera Mahathira Mohamada, zdołała wypracować system pozwalający na bezproblemowe załatwianie akceptacji i pozwoleń niezbędnych do rozpoczęcia inwestycji¹⁹. Agencja ponadto rozszerzyła spektrum swoich działań o usługi poinwestycyjne dla firm już zlokalizowanych w Malezji. Istnieją dwa główne powody, dla których agencje decydują się na takie działania: zadowoleni inwestorzy mogą reinwestować swoje zyski w kraju goszczącym, a także są najlepszą reklamą dla kraju goszczącego i mogą świadczyć o dobrym klimacie inwestycyjnym i możliwościach prowadzenia działalności. MIDA wykorzystuje zadowolonych inwestorów do reklamy lokalizacji, m.in. na swojej stronie internetowej cytuje wypowiedzi usatysfakcjonowanych inwestorów.

Wśród działań agencji znajduje się także lobbing na rzecz poprawy klimatu inwestycyjnego: przedstawiciele MIDA rekomendują Ministrowi Handlu Międzynarodowego i Przemysłu zmiany w polityce oraz przedstawiają propozycje strategii rozwoju i promocji przemysłu, tym samym wpływają na politykę inwestycyjną. Oprócz działań na rzecz inwestorów zagranicznych, jak już wcześniej zaznaczono, malezyjska agencja zajmuje się także promocją inwestycji w kraju realizowanych przez firmy rodzime, a także promocją inwestycji malezyjskich za granicą oraz planowaniem strategii rozwoju przemysłowego²⁰.

Malezyjska agencja promocji inwestycji przez lata swojego funkcjonowania przeszła wiele zmian, zdecydowanie pozytywnych, które sprawiły, że w chwili obecnej jest uważana za jedną z lepszych agencji na świecie i służy jako przykład dla innych podmiotów. Jednym z najważniejszych ulepszeń wydaje się być nadanie jej szerokich kompetencji umożliwiających kompleksową obsługę inwestorów. Nie bez znaczenia dla sprawnego funkcjonowania jest także wyraźne określenie tego, jakie inwestycje są pożądane, a także możliwość bezpośredniego docierania do inwestorów właśnie z tych regionów i sektorów oraz rozległa sieć przedstawicielstw zagranicznych, umożliwiająca kontakt z inwestorami „w ich miejscu”.

¹⁹ F. Sader, *Do One-Stop Shops Work?*, Foreign Investment Advisory Service, Washington 2003.

²⁰ *About MIDA*, Malaysian Industrial Development Authority, www.mida.gov.my (data dostępu 1.06.2008).

5. Podsumowanie

Region Azji od lat cieszy się dużym zainteresowaniem wśród inwestorów zagranicznych. Największymi biorcami kapitału zagranicznego są Chiny, Singapur, Hongkong. Malezja stara się do nich dołączyć i dotrzymać kroku przynajmniej Tajlandii lub przegonić ją pod względem przyciągniętego kapitału.

Jednym z ważniejszych czynników determinujących decyzje inwestorów zagranicznych jest stabilność polityczna kraju, dająca pewność bezpiecznego prowadzenia działalności. Ponaddwudziestoletnie dość autokratyczne rządy premiera Mahathira Mohamada zapewniły te warunki, ale wraz z pojawieniem się nowego premiera powstały obawy o to, czy będzie on w stanie utrzymać podobną stabilność. Duże znaczenie dla przedsiębiorstw zagranicznych ma także polityka wobec inwestorów. Malezja jest krajem otwartym na przyływ kapitału zagranicznego i stara się zapewnić przejrzystość polityki wobec BIZ, swobodę prowadzenia działalności, chronić interesy inwestorów, zachęcać ich do podjęcia inwestycji, oferując liczne ułatwienia i zachęty, oraz zapewnić odpowiednią obsługę.

Rząd malezyjski intensywnie promuje rozwój przemysłowy kraju, aktywnie przyciągając inwestorów zagranicznych, którzy wnoszą wiele do realizacji założeń polityki przemysłowej. Rząd m.in. przyznaje zachęty inwestycyjne w sektorach istotnych z punktu widzenia gospodarki: produkcyjnym oraz usług. Bodźce inwestycyjne z pewnością zachęcają do podjęcia inwestycji w konkretnym regionie czy rodzaju działalności i mogą przesądzić o wyborze Malezji jako lokalizacji, jeśli w innych krajach takich ułatwień brak lub są mniej konkurencyjne. Jednak nie można zakładać, że są główną przesłanką umiejscowienia tam działalności. Wydaje się, że zachęty inwestycyjne stanowią rodzaj uzupełnienia takich podstawowych warunków, jak stabilność polityczna kraju oraz liberalna i przejrzysta polityka inwestycyjna. Podobnie sytuacja wygląda w przypadku promocji BIZ – nigdy nie była i zapewne nie będzie główną determinantą decyzji inwestorów, jednak patrząc na intensywną konkurencję w regionie, i nie tylko, sprawna agencja malezyjska może pomóc niezdecydowanym inwestorom w podjęciu decyzji o zlokalizowaniu inwestycji właśnie w Malezji. Przykłady zadowolonych inwestorów wskazują, że dobra obsługa może być jednym z kluczy do sukcesu. Sprawna i kompetentna agencja promocji inwestycji może się okazać silną przewagą konkurencyjną kraju, a Malezja taką właśnie agencję posiada.

Podsumowując, należy stwierdzić, że chociaż ani zachęty inwestycyjne, ani promocja inwestycji nie są głównymi czynnikami decydującymi o lokalizacji inwestycji w danym kraju, są nieodzownym elementem zabiegania o inwestorów, a istotna ich rola pozwala przypuszczać, że Malezja będzie przykładac dużą wagę do doskonalenia strategii promocji, działalności agencji promocji inwestycji oraz konkurencyjnych zachęt inwestycyjnych.

Literatura

- About MIDA*, Malaysian Industrial Development Authority, www.mida.gov.my.
- Bobowski S., Kuźmińska A., *Wybrane czynniki atrakcyjności inwestycyjnej krajów regionu Azji-Pacyfiku*, [w:] J. Rymarczyk, B. Drelich-Skulska, *Regionalizacja globalizacji*, AE, Wrocław 2008.
- Dreyhaupt S.J., *Locational Tournaments in the Context of the EU Competitive Environment*, Deutscher Universitäts – Verlag, Wiesbaden 2006.
- Guide to the Investment Regimes of APEC Member Economies*, APEC Investment Experts Group, Sixth Edition, 2007.
- Incentives and Foreign Direct Investment*, Current Studies, Series A, no. 30, United Nations, New York, Geneva 1996.
- Incentives for investment*, Malaysian Industrial Development Agency, www.mida.gov.my.
- Incentives*, UNCTAD Series on Issues in International Investment Agreements, United Nations, New York, Geneva 2004.
- Investment Regime: Malaysia*, 28/05/04, International Institute for Sustainable Development, www.iisd.org.
- Luring FDI Flows into Malaysia*, The Malaysian Institute of Economic Research, www.mier.org.my.
- Malaysia's investment gets the MIDA touch*, „fDi Magazine” 3.10.2005.
- OECD Benchmark Definition of Foreign Direct Investment, Fourth Edition*, OECD, Paris 2008.
- OECD Benchmark Definition of Foreign Direct Investment, Third Edition*, OECD, Paris 1999.
- Sader F., *Do One-Stop Shops Work?*, Foreign Investment Advisory Service, Washington 2003.
- Wells L.T., Wint A.G., *Marketing a Country. Promotion as a Tool for Attracting Foreign Investment. Revised Edition*, FIAS, World Bank, Washington 2000.
- World Investment Report 2002. Transnational Corporations and Export Competitiveness*, United Nations Conference on Trade and Development, New York, Geneva 2002.

FINANCIAL INCENTIVES AND PROMOTION OF FOREIGN DIRECT INVESTMENT IN MALAYSIA

Summary

The Asian region is a very attractive place to locate foreign direct investment (FDI). The leaders in attracting FDI in the region are China, Hong Kong, Singapore, and India. Malaysia does not absorb as much FDI as those countries. Malaysian government tries to change this situation by creating an investment-friendly environment.

This article presents two factors that might influence investors' decisions in Malaysia: investment incentives and investment promotion. Malaysia puts lots of effort to offer competitive incentives and efficient FDI promotion programme but it must remember that those factors can be just an addendum to political stability and transparent investment environment.