

PROMOTORY BEZPIECZEŃSTWA: ROZWÓJ I PANOWANIE NAD TECHNOLOGIAMI KLUCZOWE DLA EKSPORTU [RELACJA]

Dysponowanie własnymi technologiami i ich rozwój, wsparcie państwa oraz sprawnie funkcjonujący system zamówień obronnych to kluczowe czynniki, które mogą wpłynąć na zwiększenie atrakcyjności polskiego przemysłu obronnego - podkreślali eksperci podczas debaty "Promotory Bezpieczeństwa", zorganizowanej przez Defence24.pl na MSPO 2019.

Debata Defence24.pl „Promotory Bezpieczeństwa” odbyła się przy okazji prezentacji raportu „Promotory bezpieczeństwa - wiodące produkty polskiego przemysłu obronnego”. W dokumencie eksperci i dziennikarze Defence24.pl zaprezentowali zestawienie wybranych produktów o największych szansach eksportowych. Raport, przygotowany w językach polskim i angielskim, ma na celu zwiększenie świadomości co do możliwości polskiego przemysłu obronnego oraz promocję kluczowych produktów.

Czytaj też: [MSPO 2019: Promotory bezpieczeństwa. Wiodące produkty polskiego przemysłu obronnego \[KONFERENCJA DEFENCE24.PL\]](#)

Słowo wstępne wygłosił szef MON Mariusz Błaszczak.

Licniejsze wojsko, wyposażone w nowoczesny sprzęt i silnie osadzone w NATO, a szczególnie w relacjach z USA, które są gwarantem systemu bezpieczeństwa na świecie - podkreślał minister obrony narodowej, który podczas rozpoczęcia debaty Defence24.pl „Promotory Bezpieczeństwa” mówił o trzech celach, realizowanych przez resort obrony narodowej.

Jeden z tych celów, jak podkreślił szef MON, zbieżny był z tematem debaty Defence24.pl organizowanej podczas 27. edycji Międzynarodowego Salonu Przemysłu Obronnego w Kielcach. Chodzi mianowicie o wzmocnienie polskiego przemysłu zbrojeniowego poprzez wykorzystanie jego produktów w Wojsku Polskim. Natomiast wykorzystywanie przez wojsko polskiego sprzętu przekłada się na to, że stanowi on atrakcyjniejszy produkt eksportowy. „Ważne jest, aby eksport istniał, aby stanowił istotną część produkcji, gdyż to jest konsekwencja silniejszej pozycji Polski na arenie międzynarodowej” - zaznaczył szef resortu, i dodał, że wykorzystanie sprzętu, produkowanego w Polsce, wzmacnia zdolności obronne kraju.

Moim celem jest doprowadzenie do stanu, gdy agresorowi nie będzie

się opłacało zaatakować Polski.

Mariusz Błaszczak, minister obrony narodowej

Mariusz Błaszczak podkreślił również, że wyższa jest obecnie liczba zamówień, które Ministerstwo Obrony Narodowej kieruje do polskiego przemysłu zbrojeniowego. Minister deklarował również, że resort mógł pozwolić sobie na zamówienie szerszej gamy produktów, gdyż udało się przygotować program modernizacji do 2026 roku.

Silne Wojsko Polskie musi mieć silne zaplecze w przemyśle zbrojeniowym.

Mariusz Błaszczak, minister obrony narodowej

W debacie eksperckiej, odbywającej się w ramach prezentacji raportu uczestniczyli: Marek Łapiński - sekretarz stanu w Ministerstwie Obrony Narodowej, Piotr Wawrzyk - podsekretarz stanu Ministerstwo Spraw Zagranicznych, Michał Jach - przewodniczący sejmowej Komisji Obrony Narodowej, Witold Słowik - prezes zarządu Polskiej Grupy Zbrojeniowej, Piotr Wojciechowski - prezes zarządu WB Group i Janusz Noga - prezes zarządu Telesystem-Mesko. Rozmowę poprowadził redaktor naczelny Grupy Defence24 Jędrzej Graf.

Jak podkreślił podczas rozmowy minister Marek Łapiński, patrząc na polski rynek, to resort obrony narodowej jest praktycznie jedynym odbiorcą. Skupiając się na Polskiej Grupie Zbrojeniowej podkreślił, że ministerstwo chce, by każda ze spółek wchodzących w jej skład posiadała choć jeden produkt, który będzie eksportowany - specjalizacja może być wąska, ale produkt ma być rozpoznawalny i kupowany. Jak zaznaczył, resort nie może zapewnić bezpośredniego wsparcia, ale wspiera i promuje "przy okazji spotkań" ofertę polskiej zbrojeniówki.

Czytaj też: [MSPO 2019: Promotory bezpieczeństwa. Wiodące produkty polskiego przemysłu obronnego \[KONFERENCJA DEFENCE24.PL\]](#)

Podkreślił również, że jest wiele programów i projektów w których zmieniają się wymagania, gdyż "niektóre z nich mają tyle lat, że mogłyby wstąpić do wojska na ochotnika", a postęp wyprzedza myśl technologiczną, opisaną w nim na początku.

Natomiast Piotr Wawrzyk, podsekretarz stanu w Ministerstwie Spraw Zagranicznych, podkreślił, że resort bierze udział w promocji zbrojeniówki na dwóch poziomach - centralnym i placówek. W ramach wspomnianych placówek, wykorzystywane są kontakty polskich przedstawicieli - gdyż to przede wszystkim rządy są odbiorcą. Jak zaznaczył, nie ma lepszego miejsca na lobbowanie, niż polskie placówki. Wsparcia udzielają również sieci attachatów wojskowych. Piotr Wawrzyk podkreślił, że pełniący tam służbę przedstawiciele kraju zapewniają rozpoznanie rynku.

Jak dodał Michał Jach, produkty przemysłu zbrojeniowego to szczególna kategoria, gdyż klientem są rządy, a więc naturalną konsekwencją jest fakt, że rząd danego państwa jest zaangażowany w ich

promocję. Podkreślił również, że powinna ona być koordynowana przez jedną rządową instytucję - tak jak rozwiązały to kraje sojusznicze Polski.

Zauważył również, że "ekscytujemy się" produktami na najwyższym światowym poziomie, ale jest wiele państw, których nie stać na nowoczesny sprzęt lub go nie potrzebują. Ich rządy gotowe są kupić sprzęt, nie najnowocześniejszy, ale na wystarczającym poziomie technologicznym, co również może być szansą, m.in. dla spółek PGZ. Należy również, w opinii Michała Jacha, stworzyć portfolia pod konkretnych klientów - tych ofert powinno być bardzo dużo, a producenci muszą być elastyczni, tak by być gotowymi na przedstawienie oferty pod konkretne zamówienie.

Ewolucja zbrojeniówki

Biorący udział w debacie prezes zarządu Polskiej Grupy Zbrojeniowej, Witold Słowik, poinformował, że z 13 inwestycji, o których grupa mówi od jakiegoś czasu, dwie są już w trakcie realizacji (budowa centrum serwisowego rakiet NSM na terenie WZE w Zielonce oraz remont zakładu Dezamet, który jest unowocześniany pod kątem produkcji amunicji). Kolejne planowane inwestycje dotyczą: przywrócenia kompetencji produkcji prochów wielobazowych w Pionkach, modernizacji Nitro-Chemu, HSW, zakładów w Tarnowie oraz PIT-Radwaru.

Jak zaznaczył, wszystkie te inwestycje mają na celu realizację i stworzenie konkretnych produktów i rozbudowę konkretnych zakładów, by zwiększyć ich możliwości produkcyjne na potrzeby polskiej armii i poszerzyć ich ofertę eksportową.

Prezes zarządu WB Group, Piotr Wojciechowski, zaznaczył natomiast, że firma od 10 lat realizuje konsekwentnie opracowaną strategię eksportową. WB postawiła na kilka podstawowych kierunków eksportowych, w takich kategoriach jak systemy łączności (główny przychód z eksportu grupy), systemy bezzałogowe i zintegrowane systemy.

Jak dodał Wojciechowski, kluczowe jest dysponowanie własnymi technologiami. Tylko dysponując własnymi technologiami firma jest bowiem w stanie sprostać wymaganiom klientów, takich jak dostosowanie do wymagań i współpraca przemysłowa. Pokreślił również, że współpraca z MON czy MSZ jest dobra, ale eksporter musi liczyć na siebie - jeśli ma dobry produkt w dobrej cenie, to znajdzie się w zainteresowaniu potencjalnego odbiorcy. Dopiero w drugiej fazie istotne staje się wsparcie państwa i - jak to ujął - dawanie "dobrego świadectwa produktowi" przez władze.

Janusz Noga, prezes zarządu Telesystem-Mesko, potwierdził, że "pełna władza" na technologiami daje pełne możliwości eksportowe. Jak dodał, celem zawsze jest opracowanie wszystkich kluczowych technologii polskimi siłami, korzystanie z polskich rozwiązań - pozwala to bowiem na "panowanie nad procesem produkcji".

Prezes Janusz Noga podał jako przykład rozwój rodziny systemów rakietowych, wywodzących się z przeciwlotniczych zestawów Grom. To właśnie posiadanie w Polsce technologii pozwoliło na integrację Gromów na zestawach Poprad, Biała i Jodek, a także eksport Gromów i zestawów w nie wyposażonych (Kobra, Jodek), między innymi do Indonezji. Z kolei program pocisku Piorun pokazał, że polski przemysł stać na opracowanie rakiety "o najwyższych parametrach". Wszystkie technologie tego pocisku są w polskich rękach, dzięki czemu może on być integrowany na dowolnych platformach lądowych, morskich i powietrznych. Technologie pocisków Grom i Piorun umożliwiły też opracowanie pocisków przeciwpancernych Pirat kierowanych na odbity promień lasera. Z kolei dzięki wykorzystaniu technologii głowicy pocisku Piorun możliwe jest opracowanie pocisku przeciwlotniczego o większym zasięgu.

Wydarzenie odbyło się pod patronatem honorowym Ministra Obrony Narodowej Mariusza Błaszczaka,

Ministerstwa Przedsiębiorczości i Technologii, Ministerstwa Spraw Zagranicznych oraz Przewodniczącego Sejmowej Komisji Obrony Narodowej Michała Jacha.

Promotory bezpieczeństwa

Zwiększenie eksportu to jedno z największych wyzwań, stojących obecnie przed polskim przemysłem zbrojeniowym. Dziś krajowa zbrojeniówka ma szanse na rozwój kompetencji dzięki zwiększaniu wydatków na modernizację Sił Zbrojnych i związanymi z tym zamówieniami. Aby jednak przemysł obronny mógł funkcjonować w sposób zrównoważony i rozwijać się długofalowo, niezbędne jest także zwiększenie sprzedaży do partnerów zagranicznych.

Polski przemysł już dziś posiada szerokie kompetencje, między innymi w obszarach systemów artyleryjskich, autonomicznych oraz bezzałogowych, radiolokacyjnych, łączności i dowodzenia, amunicji precyzyjnej i broni strzeleckiej. Szersze otwarcie na rynki eksportowe wymaga skupienia wysiłków rozwojowych na najważniejszych obszarach, a także intensywnej promocji kluczowych produktów, stanowiących – jako kompletne oraz nowoczesne rozwiązania – atrakcyjną ofertę dla klientów zagranicznych.

W raporcie zaprezentowano następujące produkty:

1. **Moździerz samobieżny Rak**
2. **Bezzałogowe Systemy Powietrzne FlyEye i Warmate**
3. **Przenośne Przeciwlotnicze Zestawy Rakietowe GROM i PIORUN**
4. **Roboty Mobilne PIAP**
5. **Wielozakresowe Pokrycia Maskujące i Kamuflaże Mobilne Lubawa**
6. **Stacje radiolokacyjne wczesnego wykrywania celów powietrznych P-18PL i SPL**
7. **Niszczyciel min Kormoran II**
8. **System zarządzania walką TOPAZ i zestaw łączności wewnętrznej FONET**
9. **Modułowy System Broni Strzeleckiej GROT**
10. **Amunicja precyzyjnego rażenia APR 120 i APR 155**

MR/JP