

Materiał informacyjny
na posiedzenie Komisji Gospodarki Narodowej Senatu RP
w sprawie efektywności promowania polskiej gospodarki w świecie

*Informacja o działaniach MSZ na rzecz wzmocnienia
wizerunku gospodarczego kraju za granicą*

I. Dyplomatyczne wsparcie polskich przedsiębiorstw za granicą

Promocja gospodarcza¹, jako część działu *współpraca gospodarcza z zagranicą*, pozostaje we właściwości Ministra Gospodarki – zgodnie z ustawą o działach administracji rządowej. **W ramach działań uzupełniających promocję gospodarczą zadania z obszaru dyplomatycznego wsparcia polskich przedsiębiorstw za granicą realizuje utworzona w MSZ w 2006 r. (w efekcie szerszego procesu tzw. ekonomizacji polityki zagranicznej) dyplomacja ekonomiczna².** W szczególności dotyczy to sfery identyfikacji i usuwania barier administracyjnych i systemowych, wspomagania firm w rozwiązywaniu problemów na linii przedsiębiorstwo – administracja oraz udzielania wsparcia dyplomatycznego przedsiębiorstwom o znaczeniu strategicznym w kontaktach z krajami, gdzie taka pomoc jest niezbędna. W tym obszarze MSZ podejmuje następujące działania:

- a) wspieranie inicjatyw promocyjnych (seminaria, konferencje, udział w imprezach targowo, wystawienniczych, działalność *public relations* itp.),
- b) interwencje dyplomatyczne,
- c) doradztwo i informacja.

W 2009 r. ogółem udzielono wsparcia ponad 70 przedsiębiorstwom działającym w blisko 30 krajach. Niejednokrotnie pomoc dla poszczególnych firm dotyczyła ich aktywności na więcej niż jednym rynku. Przeważały przedsiębiorstwa z sektora energetycznego (22%) i

¹ W ustawie z dn. 27 sierpnia 2009 r. o Komitecie Spraw Europejskich termin ten został doprecyzowany jako promocja gospodarki polskiej w kraju i zagranicą.

² Porozumienie między Ministrem Gospodarki a Ministrem Spraw Zagranicznych z dn. 7 lutego 2006 r. w sprawie utworzenia dyplomacji ekonomicznej.

transportowego (15%). Wyróżniającą się grupę stanowiły także firmy z branży górniczej, finansowej i budownictwa.

Jednym z głównych zadań dyplomacji ekonomicznej jest zwiększenie rangi spraw gospodarczych w kontaktach politycznych oraz uwypuklenie roli placówek w obszarze wspierania interesów przedsiębiorstw o znaczeniu strategicznym dla gospodarki, działających na rynkach zagranicznych. Zadanie to realizowane jest poprzez :

- uwzględnianie problematyki gospodarczej w rozmowach i spotkaniach z partnerami zagranicznymi (dotyczy to również konferencji i innych międzynarodowych wydarzeń wysokiej rangi),
- zapewnianie udziału polskich przedsiębiorstw w programie wizyt politycznych, konsultacjach dwustronnych i posiedzeniach Komisji Międzyrządowych ds. Współpracy Gospodarczej,
- przygotowywanie i prezentacja ofert współpracy gospodarczej polskich przedsiębiorstw.

Ponad 80% wszystkich inicjatyw było ukierunkowanych na wspieranie przedsięwzięć promocyjnych. Przeważały zadania w obszarze wsparcia polskiego eksportu i zainteresowania zagranicznych partnerów polskimi spółkami dysponującymi potencjałem w zakresie działalności na rynkach zagranicznych.

W roku ubiegłym polskie placówki zagraniczne na mocy *Porozumienia z dnia 14 września 2006 r. między Ministrem Spraw Zagranicznych a Ministrem Gospodarki w sprawie współpracy w realizacji zadań Ministra Gospodarki z zakresu promocji handlu i inwestycji zagranicznych przez polskie placówki zagraniczne, w których nie funkcjonują Wydziały Promocji Handlu i Inwestycji (WPHI)* skierowały do Ministra Gospodarki 23 wnioski o przydzielenie środków finansowych na realizację Programów Promocji, z czego 20 placówek zrealizowało działalność promocyjną. Otrzymały one środki finansowe w kwocie ponad 135 tys. EUR oraz około 50 tys. USD, a ich wykorzystanie wyniosło blisko 85%. W zakresie wiodących kategorii zadań zaplanowanych tj. „*organizacja stoisk informacyjnych placówek na targach*” zrealizowano 35 imprez, natomiast w kategorii „*organizacja seminariów*” miało miejsce 31 spotkań promocyjnych.

Ministerstwo Gospodarki wysoko oceniło dotychczasową współpracę z placówkami i ich wkład w realizację zadań z zakresu promocji handlu i inwestycji.

Interwencje dyplomatyczne podejmowane są wobec przedstawicieli administracji rządowej za granicą w odniesieniu do przypadków nieprzestrzegania zobowiązań wynikających z umów i porozumień regulujących sferę międzynarodowego handlu i obrotu kapitałowego.

Działania tego typu realizowane są w głównej mierze w odniesieniu do tzw. rynków trudnych (znaczną odległość geograficzną, niestabilne warunki podejmowania i prowadzenia działalności gospodarczej, brak aktualnej informacji handlowo-inwestycyjnej) oraz takich, gdzie rola administracji rządowej w sferze nawiązywania kontaktów gospodarczych pozostaje w dalszym ciągu czynnikiem kluczowym. Z dotychczasowej praktyki wynika, że najpoważniejsze wyzwanie dla polskich przedsiębiorców stanowią w dalszym ciągu rynki krajów WNP, w tym przede wszystkim Rosji, Ukrainy, Białorusi i Turkmenistanu. Jest to również obszar o znaczeniu strategicznym z punktu widzenia bezpieczeństwa energetycznego Polski. W konsekwencji, w 2009 r. ponad 70% działań wspierających i interwencyjnych podjęto w stosunku do tych krajów.

Kategoria **wsparcia informacyjnego** obejmuje wszelkie przedsięwzięcia informacyjne, które przyczyniają się do podjęcia przez przedsiębiorców decyzji co do zaangażowania na danym rynku zagranicznym. Działania te realizowane są przede wszystkim bezpośrednio w kraju akredytacji i polegają na organizacji spotkań, seminariów i konferencji oraz udzielaniu informacji pisemnych i ustnych co do warunków podejmowania i prowadzenia działalności gospodarczej. W niektórych przypadkach (tam gdzie nie funkcjonują Wydziały Promocji Handlu i Inwestycji) obejmują także pomoc w nawiązywaniu kontaktów handlowych.

Dodatkowo, mając na uwadze wzrastające zapotrzebowanie na informację ekonomiczną oraz rolę Internetu w jej przekazywaniu, MSZ podjęło inicjatywę przygotowania ***Informatora Ekonomicznego o Krajach Świata*** – dostępnego na stronach internetowych MSZ i podlegającego stałej aktualizacji. Został on opracowany przy udziale polskich placówek dyplomatycznych za granicą i zawiera kompendium wiedzy na temat sytuacji makroekonomicznej oraz systemowych i prawno-instytucjonalnych uwarunkowań współpracy z partnerami gospodarczymi w poszczególnych krajach (aktualnie ok. 130), a także praktyczne wskazówki w tym zakresie.

Ponadto, w MSZ opracowano *Średniookresową strategię rozwoju współpracy gospodarczej z wybranymi krajami rozwijającymi się* (Wenezuela, Irakiem, Turkmenistanem, Azerbejdżanem, Kazachstanem, Wietnamem, Libią, ZEA, Angolą i Indonezją). Została ona zatwierdzona przez Ministra Spraw Zagranicznych w lutym 2008 r. We współpracy z

instytutami naukowymi przygotowane zostały raporty zawierające diagnozę sytuacji gospodarczej w tych krajach, opis aktualnego stanu kontaktów gospodarczych z Polską, obszarów perspektywicznej współpracy oraz propozycje kompleksowych działań ukierunkowanych na usuwanie istniejących barier i ograniczeń w działalności handlowo-inwestycyjnej. W toku konsultacji sporządzono plany działań dla poszczególnych państw uwzględniające instrumenty mające bezpośredni wpływ na poprawę warunków funkcjonowania przedsiębiorstw oraz zawierające skonkretyzowane zadania dla szeregu instytucji i resortów m.in. w zakresie: bazy prawno-traktatowej, instrumentów finansowego wsparcia eksportu oraz współpracy rozwojowej.

W ramach procesu ekonomizacji polityki zagranicznej i polskiej służby dyplomatycznej przygotowane zostały również specjalne zalecenia zobowiązujące placówki dyplomatyczne do wspierania działań handlowych i inwestycyjnych polskich przedsiębiorców na rynkach zagranicznych. Definiują one zasadnicze formy wsparcia i precyzują zasady, jakich należy przestrzegać w kontaktach z przedstawicielami środowisk gospodarczych. Nakładają również na pracowników placówek dyplomatycznych zaangażowanych w te działania szereg wymogów związanych z ochroną tajemnicy przedsiębiorstwa, zapobieganiem konfliktowi interesów i procedurami antykorupcyjnymi.

II. Wyzwania dla dyplomacji ekonomicznej w 2010 r.

Ministerstwo Spraw Zagranicznych przewiduje koncentrację działań dyplomacji ekonomicznej w następujących obszarach:

- a) wspieranie polskich przedsiębiorstw o strategicznym znaczeniu dla gospodarki przy realizacji zarówno już rozpoczętych projektów, jak i w odniesieniu do nowych przedsięwzięć planowanych na rynkach zagranicznych,
- b) wsparcie dla działań i inicjatyw Ministerstwa Gospodarki w sferze promocji gospodarczej – w głównej mierze w krajach, gdzie nie utworzono Wydziałów Promocji Handlu i Inwestycji, a które stanowią przedmiot zainteresowania polskich przedsiębiorców,
- c) działanie na rzecz postrzegania Ministerstwa Spraw Zagranicznych oraz placówek dyplomatycznych za granicą, jako godnych zaufania i skutecznych partnerów w procesie udzielania niezbędnego wsparcia dla polskich przedsiębiorstw,
- d) poprawa efektywności kanałów bezpośredniej komunikacji placówek dyplomatycznych z organizacjami samorządu gospodarczego,

- e) dokonanie – we współpracy z MF, BGK i KUKI S.A. - przeglądu oferowanych finansowych instrumentów finansowego wspierania eksportu i inwestycji,
- f) utworzenie sieci stanowisk ds. naukowo-technologicznych w wybranych placówkach dyplomatycznych – w celu zwiększenia udziału polskich przedsiębiorstw w międzynarodowej wymianie myśli technologicznej zainicjowano prace nad stworzeniem systemu wsparcia przedsiębiorstw innowacyjnych i pomocy w nawiązywaniu kontaktów z podmiotami zagranicznymi.

III. Możliwości zwiększenia efektywności promocji gospodarczej – propozycje MSZ

Od połowy lat 90-tych trwają prace nad ustawą o promocji gospodarczej Polski, jednak kompleksowy system promocji gospodarczej jak dotychczas nie powstał. Taka sytuacja w istotny sposób wpływa negatywnie na możliwości wspierania i umacniania pozycji międzynarodowej polskich przedsiębiorstw. **Brak właściwych rozwiązań instytucjonalno-prawnych w zakresie promocji gospodarczej skutkuje osłabieniem pozycji Polski w światowym obrocie gospodarczym.**

Funkcjonujące za granicą rozwiązania w tym obszarze jednoznacznie wskazują, że **warunkiem zapewnienia efektywności promocji gospodarczej jest stworzenie (w oparciu o akt rangi ustawowej) skoordynowanego systemu promocji z wyspecjalizowaną agencją odpowiedzialną za promocję eksportu i BIZ.** Pozwoli to na skoordynowanie rozproszonych środków i kompetencji w tym obszarze. Agencja taka powinna spełniać następujące warunki:

- posiadać charakter rządowy, a jednocześnie w sposób maksymalny zapewniać wpływ przedsiębiorców na jej bieżącą działalność proeksportową i proinwestycyjną;
- podlegać Ministerstwu Gospodarki, ale uwzględniać rolę Ministra SZ w obszarze promocji Polski za granicą,
- priorytetowo traktować wsparcie małych i średnich przedsiębiorstw;
- zostać utworzona głównie na bazie istniejącej infrastruktury (etaty, budżet) znajdującej się w gestii MG (WPHI) oraz PAiIZ, przy możliwym do roboczego wynegocjowania wsparciu logistycznym i organizacyjnym placówek MSZ na świecie,

- działać w otoczeniu rynkowym, w sposób charakterystyczny dla firm consultingowych pobierając opłaty za niektóre usługi.

W tym kontekście warto odnotować, że **wśród rekomendacji ekspertów OECD, zawartych w ramach *Przeglądu Gospodarczego – Polska 2010*, proponuje się wzmocnienie pozycji agencji inwestycji zagranicznych (PAIiZ) oraz rozważenie utworzenia oddzielnej agencji zajmującej się promocją eksportu.**

Sprostanie wyzwaniu istotnego zwiększenia udziału gospodarki polskiej w międzynarodowej wymianie gospodarczej wymaga korelacji szeregu instrumentów zagranicznej polityki ekonomicznej (działalność dyplomacji ekonomicznej, wspieranie i promocja eksportu, ochrona rynku przed nieuczciwą konkurencją, zapewnienie podmiotom gospodarczym aktualnej i rzetelnej informacji ekonomiczno-handlowej, promocja inwestycji zagranicznych, traktatowe zagwarantowanie możliwie najlepszych warunków dostępu do rynków zagranicznych dla polskich przedsiębiorstw) oraz zapewnienia spójnego działania w tych obszarach. Jest to możliwe jedynie pod warunkiem współdziałania szeregu resortów, instytucji i agencji rządowych, jak również samorządu gospodarczego.

Status	Uczestnik procesu	Podpis
Akceptował:	Paweł Wojciechowski Podsekretarz w MSZ tel. 9756	
Zatwierdził:	Grzegorz Gawin Zastępca Dyrektora Departamentu Dyplomacji Ekonomicznej tel. 92 03 tel. kom. +48 728850272	
Zatwierdził:	Cezariusz Kwaterski Naczelnik Wydziału instrumentów współpracy ekonomicznej tel. 80 78	

	tel. kom. +48 728850292	
Sporządził:	Joanna Wróblewska tel. 91 51	