

© Jerzy Samborski

**Jak organizacje rządowe  
wspierają rodzime firmy w ich działalności  
na rynkach krajowym i zagranicznych**

*Opracowanie wykonane na zlecenie  
Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości  
prezentuje formy wspierania przedsiębiorstw w wybranych krajach:  
w Australii, Austrii, Danii, Korei, Niemczech,  
Stanach Zjednoczonych, Wielkiej Brytanii i Włoszech*



Europejska Unia Małych i Średnich Przedsiębiorstw  
oraz Klasy Średniej UNICORN  
Warszawa 2011

Jerzy Samborski

Warszawa, 31 stycznia 2011

Prezes Europejskiej Unii Małych i Średnich Przedsiębiorstw oraz Klasy Średniej UNICORN

Członek Zarządu SME UNION

## **Jak organizacje rządowe wspierają rodzime firmy w ich działalności na rynkach krajowym i zagranicznych**

### **Wstęp**

Inicjatywa wykonania tego raportu zrodziła się w efekcie wielu rozmów, jakie miałem okazję przeprowadzić z Panią Prezes PARP, Bożeną Lublińską-Kasprzak czy to w czasie obrad Rady Konsultacyjnej, czy w trakcie rozmów indywidualnych. Niniejszy dokument nie ma charakteru przewodnika lub vademecum dla szerokiej publiczności; jest on opracowaniem wyrażającym osobistą wiedzę autora - międzynarodowego eksperta biznesowego - wykonanym na użytek Prezesa Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości i mającym służyć jako narzędzie w staraniach o zmianę istniejącego stanu rzeczy w Polsce na lepszy.

Temat potrzeby bardziej intensywnego i systemowego wspierania polskich przedsiębiorców, lub raczej braku tegoż, nie jest zresztą żadnym odkryciem – przeciwnie, podnoszony jest w środowisku przedsiębiorców prawie od początku zmian ustrojowych.

Osobiście podnosiłem go wielokrotnie w swych rozmowach z kolejnymi ministrami gospodarki i z ich współpracownikami, poruszali go przedstawiciele wielu organizacji przedsiębiorców, zawsze z tym samym – mizernym – skutkiem.

Ten brak poczucia odpowiedzialności polskich elit politycznych za pozostawienie przedsiębiorców samych sobie, zwłaszcza w sytuacji rosnącej konkurencyjności zglobalizowanego już rynku światowego, osobiście odczuwam szczególnie dotkliwie z racji swego aktywnego uczestnictwa w pracach gremiów reprezentujących przedsiębiorców państw Unii Europejskiej i wielu innych krajów świata, takich jak SME UNION, EuroChambres, European Enterprise Institute czy Europejskiej Unii Małych i Średnich Przedsiębiorstw oraz Klasy Średniej UNICORN. Biorąc udział w różnych komisjach, grupach roboczych, prowadząc lub uczestnicząc w wielu projektach międzynarodowych mam okazję obserwować, jak wielkie starania – systemowego wsparcia rodzimej przedsiębiorczości – podejmowane są przez administracje krajów nie tylko o doskonale rozwiniętej, przodującej od dawna gospodarce, ale też nowicjuszy, stawiających dopiero od niedawna pierwsze kroki w gospodarce wolnorynkowej i w systemie demokratycznym.

Założeniem wyjściowym niniejszego opracowania jest przedstawienie form wspierania sektora MSP, zwłaszcza na rynkach zagranicznych, przez rządy wybranych krajów po to, by można było porównać je z sytuacją w Polsce i wyciągnąć odpowiednie, praktyczne wnioski.

**Jednym z praktycznych rezultatów wynikających z tego raportu mógłby stać się pilotażowy projekt polegający na podjęciu współpracy pomiędzy PARPem i tą organizacją rządową wybranego kraju / wybranych krajów, którą PARP (Ministerstwo Gospodarki) uznałoby za najciekawszego partnera.**

**Autor nie ma wątpliwości, że w świetle przedstawionych w niniejszym opracowaniu danych, projekt taki powinien dotyczyć USA i Wielkiej Brytanii, czyli krajów, w których przedsiębiorcy (identycznie, jak w Polsce) nie mają ustawowego obowiązku przynależenia do izb gospodarczych, jak to ma miejsce w krajach najbliższych Polsce geograficznie i kulturowo tzn. np. w Niemczech, Francji czy we Włoszech.**

Ale właśnie w celu sprawdzenia, czy i jakie korzyści mogłyby odnieść przedsiębiorczość i gospodarka polska, gdyby obowiązywał u nas system przynależności do izb z mocy prawa, **trzecim partnerem PARP powinna zostać Austria.**

W Austrii potężne, zasobne finansowo, o rozbudowanych strukturach i bogatym historycznym doświadczeniu izby gospodarcze sprawują – na ogół bardzo dobrze – opiekę nad firmami, swoimi członkami. Polscy przedsiębiorcy podjęli w 1990 roku - niekoniecznie słusznie – model anglosaski, w którym przynależność do izb gospodarczych jest dobrowolna i w związku z tym, systemowe wsparcie ich działalności, zwłaszcza poza rynkiem wewnętrznym spada bezpośrednio na państwo.

## **I. Rola organizacji wspierających biznes, zwłaszcza MSP, w świetle polityk USA, Unii Europejskiej i Polski**

W strategicznych założeniach polityk gospodarczych i rozwojowych Unii Europejskiej i Stanów Zjednoczonych przyjmuje się, iż małe średnie firmy są „kręgosłupem i siłą napędową” i głównym kreatorem miejsc pracy, i w związku z tym należy się im szczególnie szacunek ze strony społeczeństwa oraz wsparcie ze strony instytucji państwa. Jeden z celów Strategii Lizbońskiej, zakładającej dogonienie do 2010 roku Stanów Zjednoczonych m. in. na polu gospodarki, miał zostać osiągnięty dzięki wzmożonej pomocy dla sektora MSP. Już w połowie trasy, około roku 2005, widoczne się stało, że dystans między Unią a USA powiększa się, a nie zmniejsza; dzisiaj wiadomo, że jednym z głównych powodów tej kompromitującej porażki był (i nadal jest) brak właściwego wsparcia dla europejskich małych i średnich firm.

Autor opracowania miał możliwość, z racji swych funkcji w unijnych organizacjach reprezentujących przedsiębiorców w Brukseli, obserwować działania na rzecz realizacji Strategii Lizbońskiej podejmowane zarówno przez państwa-członków UE, jak i przez same instytucje unijne, takie jak Komisja Europejska, Parlament Europejski, Europejski Komitet Ekonomiczno-Społeczny, Komitet Regionów, kolejne Prezydencje itp. Wytłumaczenie przegranego (przegrywanego ciągle) wyścigu jest w gruncie rzeczy banalne: potężna gospodarka USA funkcjonuje jako jeden, spójny organizm od setek lat, natomiast

gospodarkę unijną tworzy 27 państw, konkurujących zawzięcie ze sobą na wszystkich polach i posługujących się często krańcowo odmiennymi strategiami. Stan permanentnych zmian i w związku z tym brak jednolitej strategii i jednolitego, unijnego frontu walki konkurencyjnej na rynku światowym będzie trwał jeszcze długo i termin zakończenia tego procesu jest nieznany.

Ta odmienność dotyczy rzecz jasna także podejścia tych 27 państw do rozmiaru i form wsparcia rodzimego biznesu, szczególnie małego i średniego. O wspólnej polityce UE, jako jednej organizacji, wobec MSP można mówić właściwie tylko w ujęciu teoretycznym, a nie praktycznym. Nie jest też ona przedmiotem niniejszego opracowania.

### **Obligatoryjność przynależności do izb ważnym determinantem wielkości i form wsparcia rządowego dla biznesu**

Jednym z zasadniczych determinantów określających formę i wielkość pomocy państwowej dla przedsiębiorstw, zwłaszcza małych i średnich, i zwłaszcza dla prowadzonej przez nie działalności poza granicami kraju, jest **ustawowy obowiązek lub jego brak, przynależności do organizacji samorządu gospodarczego** (izb gospodarczych i innych) w danym kraju.

We wszystkich krajach na świecie państwo udziela wsparcia swoim małym i średnim firmom, ale realizatorem tej pomocy jest:

- rząd – w krajach, gdzie nie ma obowiązku przynależności do izb gospodarczych, w ramach tzw. prawa anglosaskiego. Pomoc udzielana jest za pośrednictwem ministerstw i agencji rządowych (m.in. Australia, Bułgaria, Dania, Kanada, Korea Płd., Rumunia, Słowacja, Słowenia, Wielka Brytania, USA);  
albo
- zrzeczenie izb gospodarczych (funkcjonujące jako instytucje prawa publicznego) – w krajach, w których przynależność do izb jest obligatoryjna wg tzw. prawa kontynentalnego albo francuskiego (m. in. Austria, Chorwacja, Czechy, Francja, Grecja, Holandia, Łotwa, Niemcy, Norwegia, Szwecja, Węgry, Włochy).

Różnice, dotyczące rodzaju i struktury wsparcia ze strony państwa są w obu tych przypadkach tak zasadnicze; w niniejszym opracowaniu omówiono dokładniej te państwa, w których ustrój samorządu gospodarczego jest podobny do polskiego, tzn. w których nie istnieje ustawowy obowiązek przynależności do izb.

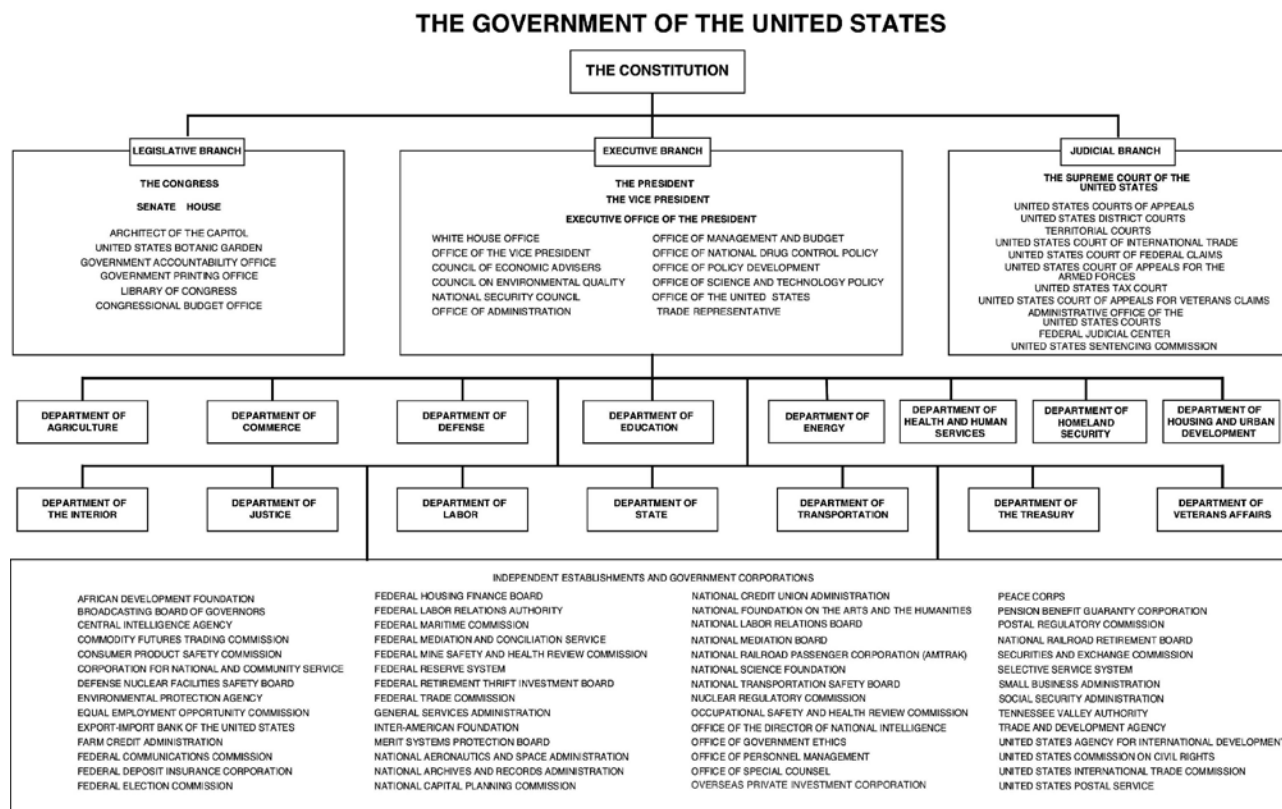
## **II. Przegląd i charakterystyka wiodących organizacji i inicjatyw rządowych, wspierających rodzimą przedsiębiorczość w wybranych krajach**

# USA

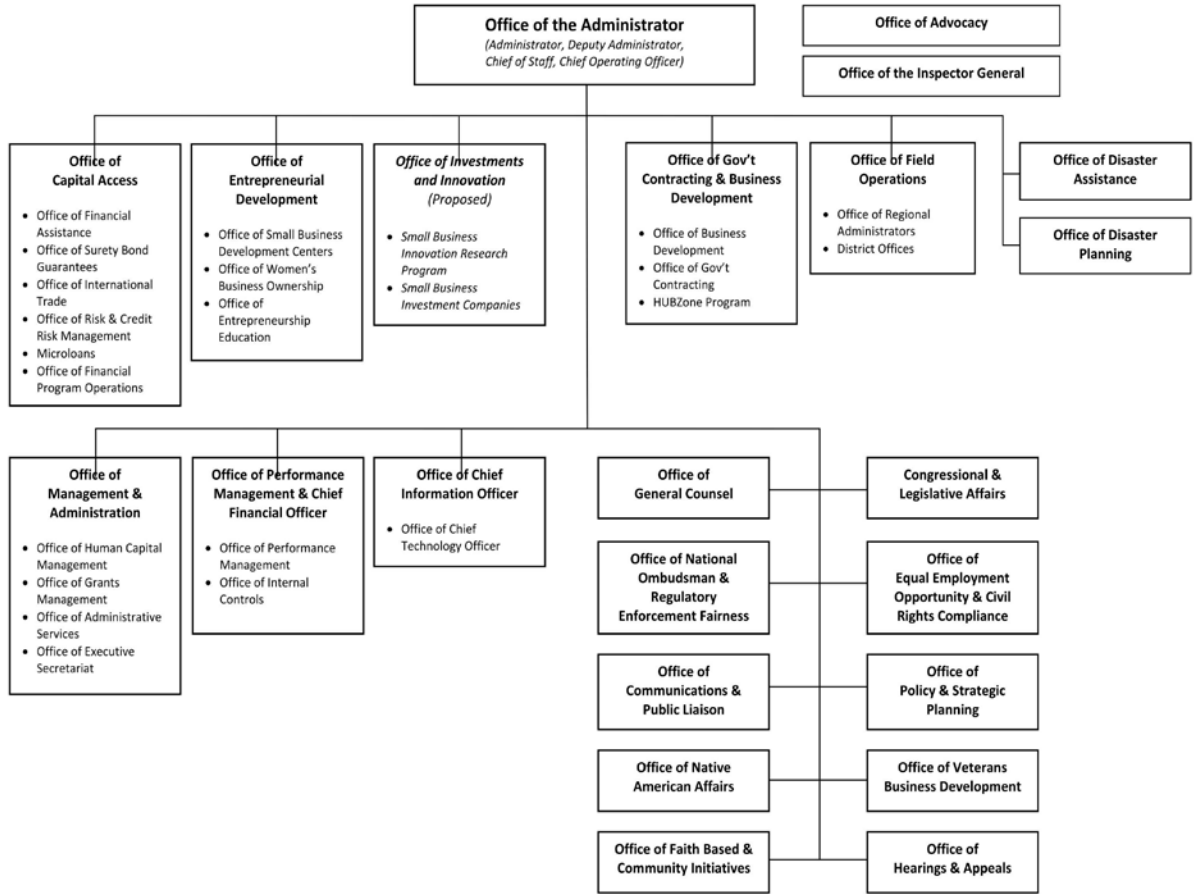
Najbardziej charakterystycznym determinantem decydującym o wielkości i tempie rozwoju gospodarczego USA jest autentyczny szacunek, uznanie i wręcz miłość okazywana przedsiębiorcom, zarówno przez pospolitych obywateli, jak i przez instytucje państwa. To ta różnica – kulturowa - stanowi największą przewagę gospodarki USA nad UE.

Z tego respektu i podziwu dla biznesmena, zwłaszcza tego małego, bo to on - na oczach całego społeczeństwa (dzięki mediom, które lansują bohaterów biznesu na równi z celebrytami kina, sportu czy rozrywki) – przeobraża się w kolejnego milionera, wynika cała polityka Stanów Zjednoczonych wobec sektora MSP.

Tą polityką jest frontalne wsparcie państwa dla przedsiębiorcy, na każdym etapie i na każdym poziomie działania; poczynając od edukacji gospodarczej młodzieży (i emerytów) poprzez pomoc finansową, organizacyjną i strukturalną (i infrastrukturalną) do katalizowania dalszego rozwoju firmy lub podpierania ich w kolejnej próbie, podejmowanej po doznaniu bankructwa (zazwyczaj 10% nowopowstałych firm bankrutuje). Wsparcie rządu federalnego dotyczy na równi rynku wewnętrznego, jak i działań podejmowanych poza krajem.



# U.S. Small Business Administration



Realizowane jest ono głównie przez jedną, potężną instytucję, o budżecie US \$ 994 miliony, znajdującą się w tej samej grupie najważniejszych agencji, co CIA czy NASA, czyli:

## **SBA – Small Business Administration**

Agencja ma na terenie USA 68 biur, 900 Small Business Development Centres, 100 Women's Business Centres, 14000 afiliowanych konsultantów, obsługują ponad 1 milion klientów rocznie.

SBA odpowiada za:

- \* zapewnienie MSP kapitału - od mikropożyczek do dużych kwot kredytów obrotowych i inwestycyjnych,

- \* dostęp MSP do państwowych zamówień publicznych, zagwarantowany w Ustawie "Small Business Act", który obliguje wszystkie ministerstwa i agencje rządowe do udzielenia małym firmom w sumie 23% całkowitych federalnych zamówień publicznych rocznie. SBA ułatwia też MSP dostęp do zamówień publicznych na podwykonawstwo i prowadzi szkolenia w zakresie korzystania z zamówień publicznych,

- \* edukację dla przedsiębiorców i na rzecz przedsiębiorczości, poprzez systemy edukacyjne i informacyjne, pomoc techniczną i szkolenia. Stosowane są takie formy, jak: bezpłatne indywidualne (face-to-face) i internetowe konsultacje, niskopłatne treningi i kursy szkoleniowe zarówno dla początkujących, jak i doświadczonych właścicieli małych firm. Te i wiele innych usług świadczonych jest w ponad 1800 ośrodkach wsparcia MSP na terenie całego kraju..

- \* pomoc dla przedsiębiorców i właścicieli domów poszkodowanych przez klęski żywiołowe.

- \* dbałość o interes całego sektora MSP (Rzecznik sektora MSP). SBA zobowiązana jest do ustawicznego monitoringu ustaw i inicjowania zmian legislacyjnych na rzecz MSP. Ocenia wpływ obciążeń administracyjnych na mały i średni biznes oraz prowadzi rozległy zakres badań nad samymi przedsiębiorstwami, jak i otoczeniem biznesu. Szefa tego biura Agencji mianuje sam Prezydent USA.

Program rządowy, w którym MSP poświęcono aż 4 rozdziały, przyjęty przez Kongres 1 lutego 2010 roku, ustanawiając SBA głównym patronem sektora MSP, zobowiązuje do należytej współpracy z Agencją, Ministerstwo Handlu i inne właściwe ministerstwa i agencje krajowe i stanowe.

## **US Trade & Development Agency (USTDA) [www.ustda.gov](http://www.ustda.gov)**

Jedną z nich jest US Trade & Development Agency (USTDA), która sponsoruje projekty inwestycyjne w krajach średnio i słabo rozwiniętych, czyli w zasadzie wszędzie poza Unią, Ameryką Północną, Australią i Japonią, których właściciele zlecą ich realizację firmom amerykańskim. Pomoc USTDA dla MSP polega na zleceniu np. małym firmom

konsultingowym i technicznym przeprowadzanie ekspertyz, analiz inwestycyjnych, studiów wykonalności, szkoleń i wsparcia technicznego. Sektor MSP uzyskuje w ten sposób około 40% tego rodzaju kontraktów, z grupy projektów inwestycyjnych oscylujących pomiędzy \$100,000 do \$1 miliona. Dodatkową korzyścią dla firm sektora MSP poprzez udział w projektach USTDA, jest dostęp do międzynarodowych rynków, które – gdyby miały one występować samodzielnie – byłyby dla nich za trudne i zbyt ryzykowne.

**Agencja Rozwoju Biznesu Mniejszości Narodowych** (Minority Business Development Agency – (MBDA) [www.mbda.gov](http://www.mbda.gov))

Inną ważną agencją, podlegającą Ministerstwu Handlu i Gospodarki (Department of Commerce), jest Agencja Rozwoju Biznesu Mniejszości Narodowych, której misją jest działanie na rzecz wzrostu i konkurencyjności przedsiębiorstw należących do przedstawicieli mniejszości narodowych, bez względu na wielkość tych firm.

MBDA aktywnie koordynuje i uruchamia publiczne i prywatne źródła w celu tworzenia strategii umożliwiającej jej realizację tej misji: a jest nią służyć przedsiębiorcom w sposób przedsiębiorczy. Agencja prowadzi 40 Centrów Rozwoju Biznesu, w których przedsiębiorcy lub kandydaci na przedsiębiorców mogą, przy pomocy przydzielonego im indywidualnie doradcy napisać Biznes Plan i Plan Marketingowy, uzyskać poradę w zarządzaniu lub wsparcie techniczne, skrojone dokładnie do ich potrzeb. Standardowe usługi informacyjne są bezpłatne, ale doradcze już nie.

Agencja wspiera przedsiębiorców poprzez doradztwo w następujących obszarach:

- Dostęp do kapitału i zarządzanie finansowe;
- Dostęp do federalnych, stanowych i lokalnych zamówień publicznych i przetargów prywatnych;
- Dostęp do rynków;
- Strategia biznesowa.



## Wielka Brytania

Zasada, jaką kierują się kolejne rządy Wielkiej Brytanii, zwłaszcza obecny, konserwatywny, to jak najmniej udziału państwa tam, gdzie ludzie dają sobie radę bez niego. System wsparcia rządowego dla przedsiębiorczości w UK jest bardzo rozbudowany i różnorodny, poprzez wsparcie udzielane bezpośrednio resorty i agencje rządowe, jak i poprzez dotacje dla organizacji przedsiębiorców, z British Chambers of Commerce. Dofinansowanie drogą pośrednią ma np. formę udzielania zamówień rządowych tylko członkom izb. Można powiedzieć, że jest to forma nacisku na przedsiębiorców by wstępować do izb gospodarczych, choć przynależność do izb jest w Wielkiej Brytanii dobrowolna.

W Wielkiej Brytanii pomoc dla firm, jak i wiele innych działań realizowanych jest lokalnie, a we wszystkich regionach funkcjonują Agencje Rozwoju Regionalnego, utworzone z udziałem władz lokalnych, wielkich korporacji i banków, konsorcjów mniejszych firm, uczelni wyższych, a nawet parafii. Niektóre z tych agencji, jak np. London Development Agency (LDA) [www.lda.gov.uk](http://www.lda.gov.uk), z racji rozmiarów biznesu, jaki obsługuje, może być porównywalna np. z PARP-em (nota bene, w ub. roku, z upoważnienia Pani Prezes Lublińskiej-Kasprzak, autor niniejszego opracowania nawiązał kontakt z kierownictwem LDA, które wyraziło gotowość do podjęcia rozmów o ewentualnej współpracy).

Nowy rząd Partii Konserwatywnej, kierowany przez Davida Camerona wprowadza szereg zmian zarówno co do sposobu funkcjonowania RDA, jak i całego systemu wspierania biznesu, zwłaszcza MSP. Nacisk położony zostanie na konsolidację sił i środków i na wspieranie biznesu przede wszystkim poprzez dostarczanie informacji i usług doradczych oraz dostępu do finansowania, nakierowanych na poprawę ich efektywności i wzrostu firm.

**Ministerstwo Biznesu, Innowacji i Kwalifikacji Zawodowych** (Department for Business, Innovation & Skills - BIS) [www.bis.gov.uk](http://www.bis.gov.uk)

Bezpośrednie wsparcie przekazywane jest do firm poprzez regionalne Biura Rządowe; za całość programu pomocy odpowiada Ministerstwo Biznesu, Innowacji i Kwalifikacji Zawodowych (BIS - Department for Business Innovation & Skills) i dotyczy ona takich obszarów, jak:

- Promocja biznesu i innowacyjności;
- Kreowanie wykwalifikowanej siły roboczej;
- Promocja wolnego i dostępnego dla wszystkich rynków.

Główny nacisk w polityce rządu położono na pomoc w zakładaniu nowych firm i wsparcie rozwoju małych, bo to one generują nowe miejsca pracy. Zdecydowanie wzrosła rola Internetu jako narzędzie bezpośredniego wsparcia przedsiębiorczości; za jego pośrednictwem przekazywana jest nie tylko informacja o charakterze masowym, ale również doradztwo indywidualne, jak też bezpośrednia komunikacja interaktywna z doradcami za pomocą Skypa, Twittera itp. Cały szereg usług i procedur dotyczących lub obowiązujących przedsiębiorców można obecnie załatwić on-line

Pakiet wsparcia obejmuje zasadniczą przebudowę istniejącego portalu [www.businesslink.gov.uk](http://www.businesslink.gov.uk), który przejmie zawartość 170 obecnie działających publicznych stron internetowych obsługujących przedsiębiorców i będzie jedynym centrum zawierającym

wszystkie potrzebne informacje i narzędzia dostosowane do potrzeb przedsiębiorców . Wśród nich m. in.:

- Business Startup Hub, umożliwiający rejestrację firmy on-line
- Tablica i wyszukiwarka zamówień publicznych (25% zamówień rządowych dla MSP)
- Okienko podatkowe z możliwością płacenia podatku I uzyskania informacji o aktualnym statusie wobec fiskusa
- Klarowny spis przepisów prawnych
- Usługi i narzędzia szkoleniowe on-line dostępne na mobilnych komputerach jak laptopy czy iphony.
- Ogólnokrajowe Call Centre dla przedsiębiorców, którzy nie znaleźli pomocy w internecie lub nie mają do niego dostępu
- Sieć co najmniej 40,000 doświadczonych mentorów biznesowych dla osób prowadzących już firmę i tych, co chcą założyć
- Trenerów biznesowych (Business Coaching) wspomagających rozwój firmy.

## **Agencja Handel & Inwestycje UK (UK Trade & Investment - UKTI)**

[www.ukti.gov.uk](http://www.ukti.gov.uk)

Firmy o wysokim stopniu innowacyjności oraz produkujące na eksport lub inwestujące poza granicami mogą liczyć na wsparcie rządowe poprzez wyspecjalizowaną agencję UKTI (uznaną w 2010 roku przez światową sieć państwowych organizacji promocyjnych za najlepszą na świecie), której zadania obejmują jeszcze sprowadzanie (jedynie!) wysoko opłacalnych inwestycji do Wielkiej Brytanii.

Administracja UK Trade & Investment zasilana jest kadrowo i finansowo przez Ministerstwo Spraw Zagranicznych (Foreign & Commonwealth Office) i Ministerstwo Innowacji i Kwalifikacji (BIS - Department for Business Innovation & Skills), ale fundusze na działalność programową pozyskuje i rozlicza się z nich samodzielnie.

System wsparcia dla firm już eksportujących lub mających taki zamiar, ma na celu wyposażenie tych firm w maksymalny potencjał biznesowy, zapewniający im zdobycie silnej pozycji na docelowym rynku, a nie tylko znalezienie się na nim. Tworzy go komplementarna kombinacja składająca się z ekspertyzy lokalnego Doradcy Handlu Międzynarodowego wzmocniona krajowymi zasobami z Ministerstwa Biznesu, Innowacji I Kwalifikacji (BIS) i ostatecznie sfinalizowana pomocą Oficera Rozwoju Handlu już na konkretnym rynku zagranicznym.

Program o identycznej nazwie, jak ten w ofercie PARPu – „Paszport do Eksportu”, różni się od polskiego przede wszystkim tym, że agencja prowadzi swego klienta-przedsiębiorcę na wszystkich jego poczynaniach.

Pakiet „Passport to Export” służy zindywidualizowaną pomocą zarówno doświadczonym eksporterom, jak i początkującym oferując wszystkie narzędzia niezbędne do opracowania strategii eksportowej i pomoc szkoleniową dotyczącą administracji, dokumentacji i świadomości kulturowej. „Paszport” pomaga przed wyjazdem do zagranicznego rynku, a po powrocie pomaga przeprowadzić ewaluację przywiezionych danych.

Następnie, już w wybranym kraju, Specjalista Handlowy agencji przeprowadza precyzyjne badanie potencjalnych rynków pod kątem potrzeb eksportera towarów czy usług. Klient

pozostaje w ciągłym kontakcie ze współpracującymi z nim doradcami agencji za pomocą Internetu i wspólnie opracowują plan wejścia na rynek. Agencja może zorganizować spotkania z potencjalnymi klientami, agentami i dystrybutorami, zaaranżować tłumacza i przybliżyć lokalną kulturę i zwyczaje biznesowe.

Dzięki współpracy z UK Trade & Investment klient ma dostęp do sieci kontaktów rynkowych operujących przy ambasadach Zjednoczonego Królestwa, Wysokich Komisjach (w krajach Wspólnoty Brytyjskiej) i konsulatach, może uczestniczyć w ważnych międzynarodowych wystawach i targach, brać udział w Brytyjskich Misjach Handlowych, których znaczącą liczbę organizuje się co roku. Agencja towarzyszy klientowi – krok po kroku - we wszystkich jego poczynaniach.

Usługi są dofinansowywane przez rząd, w związku z tym nie są drogie, a wiele z nich jest bezpłatnych.

Każdy pakiet „Paszportu do eksportu” jest skrojony na konkretnego klienta, ale najczęściej składa się z:

- Doradztwa i przewodnictwa – we wdrażaniu planu klienta przez doświadczonego Międzynarodowego Doradcę Handlowego przez okres 12 - 18 miesięcy
- Planu Wdrożenia Eksportu – określającego podstawowe działania, takie jak: wybór odpowiednich rynków, rozwój produkcji towarów lub usług, zapewnienie zgodności z przepisami prawnymi, znalezienie kontaktów, egzekucja płatności,
- Badania rynku – poprzez dostarczanie bieżących informacji rynkowych i kontaktów zapewnionych przez sieć UKTI przy ambasadach i konsulatach,
- Misji handlowych – aranżowanych do rozpoznanych wcześniej celów, na drodze wstępnych badań rynkowych,
- Treningu – obejmującego program warsztatów i imprez istotnych dla osiągnięcia sukcesu w eksporcie, takich jak zarządzanie agentami i dystrybutorami, aspekt różnic kulturowych i dokumentacja,
- Pomoc finansowa – w postaci grantu do wysokości £1,500 dla zapewnienia implementacji planu ustalonego wspólnie Międzynarodowym Doradcą Handlowym,
- Wsparcie mentora – pod koniec okresu 12 - 18 miesięcznego, z rekomendacji Międzynarodowego Doradcy Handlowego może zostać zaoferowana pomoc doświadczonego mentora dla zapewnienia wsparcia na kolejne 12-18 miesięcy, w celu osiągnięcia dalszego rozwoju działalności eksportowej firmy.

## Australia

Wiodącą agencją rządową, mającą za zadanie wspieranie rodzimych przedsiębiorstw, (bez względu na ich wielkość) w międzynarodowym handlu i w inwestycjach zagranicznych, jest Austrade. Jest też ona odpowiedzialna za rozwój inwestycji zagranicznych na terenie kraju.

**Austrade – Australijska Komisja do spraw Handlu** (Australian Trade Commission) <http://www.austrade.gov.au>

Austrade realizuje swój program poprzez ponad 100 biur funkcjonujących w międzynarodowej sieci obejmującej 55 krajów i oferuje swym klientom praktyczne doradztwo, dostarczanie informacji o rynkach i wsparcie w bieżącej działalności. Świadczy tę pomoc na trzech poziomach: krajowym, sektorowym i skierowanym bezpośrednio do indywidualnych firm realizując politykę rządu, skierowaną w czasach kryzysu przede wszystkim na te obszary, w których wzmożone wysiłki mogą przynieść największe efekty. Takie podejście oznacza wybór rynków, na których australijskie firmy i konkretne sektory przemysłowe mają największy potencjał wzrostu lub największe szanse wejście na nie.

Konkretne zadania Austrade obejmują:

- Pomoc dla australijskich firm w wykorzystywaniu okazji do wzrostu eksportu i inwestycji na rynkach zagranicznych;
- Sprowadzanie zagranicznych inwestycji do Australii;
- Znoszenie barier w handlu, zarówno na rynku wewnętrznym, jak i poza nim;
- Administrować Grantowy Program Rozwoju Eksportu, zawierającego finansowe wsparcie dla potencjalnych, nowych i starych australijskich eksporterów;
- Doradztwo dla rządu w zakresie polityki handlowej i inwestycyjnej;
- Obsługę konsularną, paszportową i inną zleconą przez rząd w placówkach wybranych krajów.

**Grantowy Program Rozwoju Eksportu** (Export Market Development Grants - EMDG) [www.government-grant.com.au](http://www.government-grant.com.au)

EMDG to główny program rządowy oferujący finansowe wsparcie dla australijskich przedsiębiorców realizujących eksport bądź chcących taką działalność podjąć. Obejmuje swym zasięgiem szeroki zakres branż i produktów, łącznie turystyka do Australii i eksportem własności intelektualnej i know-how. W jego ramach mieszczą się następujące usługi:

- Promocja podejmowania i rozwoju działalności eksportowej wśród małych i średnich firm;
- Zwrot do 50% wydatków związanych z eksportem, przy kwotach wyższych niż \$20,000 (jeden przedsiębiorca może uzyskać do 7 grantów).
- O grant mogą występować przedsiębiorcy, którzy wydali na marketing eksportu co najmniej 20,000 w ciągu 2 lat.

## **Kategorie kosztów podlegających refundacji**

### 1. Własny Przedstawiciel Zagraniczny

- Wszelkie rozsądne koszty związane z utrzymaniem własnego, stałego zagranicznego przedstawiciela handlowego
- Część wynagrodzenia wypłaconemu własnemu przedstawicielowi za promowanie przez niego produktów przedsiębiorcy wyprodukowanych w Australii. Jako niekwalifikowane traktuje się wydatki, za usługi które nie mają charakteru promocyjnego, takie jak: usługi posprzedażowe, szkolenia przeprowadzane po wygaśnięciu kontraktu, wyszukiwanie produktów, usługi celne, magazynowanie lub odbiór towarów, import lub promocja produktów nie pochodzących z Australii
- Maksymalna kwota zwrotu w tej kategorii wynosi \$200,000.

### 2. Konsultanci marketingowi

- Koszt wynajęcia konsultanta w celu przeprowadzenia badania rynku i działalności marketingowej
- Maksymalna kwota zwrotu wynosi \$50,000.

### 3. Podróże handlowe

- Koszty podróży handlowych takie jak bilety lotnicze (Business Class tylko 65%), taxi itp.
- Koszty zakwaterowania, rozrywek I wyżywienia do \$300 dziennie.

### 4. Komunikacja

- Koszty komunikacyjne takie jak faks, email, telefon

### 5. Free samples

- Koszty materiałów promocyjnych reklamujących produkty będące przedmiotem eksportu

### 6. Targi, seminaria, imprezy promocyjne

- Koszt uczestnictwa w międzynarodowych targach, seminariach, imprezach promocyjnych, wystawach itp., takie jak bilety wstępu, opłata za wynajęcie stoiska, koszt transportu materiałów promocyjnych na targi itp.

### 7. Wydawnictwa promocyjne i reklama

- Koszty związane z publikacją materiałów promocyjnych takich, jak broszury, video, płyty DVD, ogłoszenia i prowadzenie stron internetowych

### 8. Wizyty zagranicznych klientów

- Koszt związany z zaproszeniem I opłaceniem pobytu zagranicznego klienta, nie będącego mieszkańcem Australii w związku z działalnością eksportową aplikującego o grant przedsiębiorcy

- Maksymalna kwota grantu w tej kategorii to \$7,500 na klienta, na jedną wizytę
- Łączna maksymalna kwota na jeden wniosek \$45,000.

#### 9. Rejestracja i/lub ubezpieczenie własności intelektualnej

- Maksymalna kwota na jeden wniosek to \$50,000.
- Opłaty za usługi związane z rejestracją patentu lub znaku handlowego; gwarancję, rejestrację lub przedłużenie rejestracji własności intelektualnej na kraje inne niż Australia i Nowa Zelandia
- Koszty ubezpieczenia za ochronę na wypadek naruszenia tych wartości własności intelektualnej poza granicami Australii.

Ciekawą inicjatywą podjętą przez Austrade w 2009 roku jest projekt "Globalne Okazje" (Global Opportunities - GO). Ma on za zadanie zapewnić wsparcie w obszarze eksportu i inwestowania, w postaci usług i finansowania, przez okres 3 lat dla 8 klastrów przemysłowych, w celu szybkiego wzrostu ich biznesu międzynarodowego.

Dwa z nich to klastry przemysłu samochodowego : Australian Automotive Aftermarket Export Network (znany jako High Performance Brands) i Automotive Interior Systems Australia (znany jako Autolink).

Przekonanie, że skoordynowane podejście klastrowe - pod jedną, szeroko rozpoznawalną brand name - musi przynieść lepsze efekty niż przy występowaniu w pojedynkę, okazało się słuszne. W tym konkretnym przypadku nastąpiło zwiększenie rozpoznawalności marki i szersza jej ekspozycja, podniesienie poziomu wiedzy o rynku i relacji biznesowych, dzielenie się informacją i motywacją. Pomysł przyniósł wymierne korzyści finansowe i okazał się bardzo dobrą lekcją zarówno dla sektora rządowego, jak i prywatnego.

## Canada

**Canada Business** [www.canadabusiness.ca](http://www.canadabusiness.ca)

W Kanadzie pomoc dla przedsiębiorstw udzielana jest w ramach rządowej, międzyresortowej sieci „Canada Business”, w której prowincjonalne centrale koordynują pracę usługowych punktów kontaktowych, prowadzonych z różnymi partnerami. Usługi udzielane są poprzez kontakt indywidualny, stronę internetową, bezpłatny telefon i e-mail.

**Przemysł Kanadyjski** (Industry Canada) [www.ic.gc.ca](http://www.ic.gc.ca)

Inna forma pomocy rządowej to program Ministerstwa Przemysłu „Industry Canada”, który zarządza pomocą finansową dla firm, zwłaszcza małym i średnim w ramach systemu „Canada Small Business Financing Program”. Jego zasadnicze cele to:

- Pomoc w zakładaniu nowych firm i rozwijaniu działalności firm już istniejących
- Ułatwić dostęp do takich kredytów, które bez pomocy rządu byłyby dla MSP nieosiągalne
- Stymulowanie rozwoju gospodarczego i tworzenie miejsc pracy.

Aplikować o kredyt mogą firmy działające dla zysku ( a nie np. NGOs), funkcjonujące na terytorium Kanady, których dochód nie przekracza \$5 milionów.

Maksymalna dostępna kwota pożyczki to \$500,000 na każde przedsięwzięcie, z czego na kupno lub dzierżawę nieruchomości oraz zakup urządzeń można wydać nie więcej niż \$350,000. Pożyczki nie można przeznaczyć na badania i rozwój lub na zwiększenie kapitału firmy.

Kredyt przyznawany jest (lub nie) przez banki uczestniczące w programie, bez żadnej ingerencji ze strony rządu. Dopiero kiedy kredyt zostaje przyznany, wprowadzany jest do rejestru Industry Canada. Wysokość oprocentowania nie może być wyższa niż 3% ponad wysokość podstawową, obowiązującą instytucje finansowe w Kanadzie.

Przedsiębiorca może uzyskać od rządu zwrot kosztów rejestracyjnych pożyczki i część oprocentowania, obowiązuje go ubezpieczenie całej pożyczonej kwoty.

**Kanadyjskie Biuro do spraw Własności Intelektualnej** (Canadian Intellectual Property Office - CIPO) [www.cipo.ic.gc.ca](http://www.cipo.ic.gc.ca)

Za całość spraw związanych z administracją i procesowaniem własnością intelektualną odpowiada – związana z Ministerstwem Przemysłu - Specjalna Operacyjna Agencja Kanadyjskiego Biura Własności Intelektualnej (Canadian Intellectual Property Office (CIPO)).

W zakres agencji wchodzi patenty, Znaki Handlowe, Copyrights, Wzornictwo Przemysłowe i Topografie Obwodów Scalonych.

**Inicjatywa Ograniczania Obciążeń Biurokratycznych** (Paperwork Burden Reduction Initiative - PBRI) [www.reducingpaperburden.gc.ca](http://www.reducingpaperburden.gc.ca)

Inicjatywa Zmniejszania Obciążeń Biurokratycznych powstała w Ministerstwie Przemysłu w 2004 roku; tworzy ją kilka komponentów, z których najistotniejsze to:

\* Komisja Doradcza do spraw MSP i przedsiębiorczości [Advisory Committee on Small Business and Entrepreneurship \(ACSBE\)](#), której zadaniem jest doradzanie rządowi w sprawach ułatwianie dostępu MSP do rządowych programów i informacji,

\* Przegląd Kosztów Obowiązkowego Raportowania ([Survey of Regulatory Compliance Costs](#)), który ma za zadanie informować rząd, jak firmy sektora MSP wywiązują się z obowiązku przekazywania danych statystycznych oraz jakie ponoszą z tego powodu koszty i jak się te koszty zmieniają,

\* Badanie Małego Biznesu ([Small Business Research and Policy](#)) to strona internetowa zawierające wyniki badań nad MSP oraz dane statystyczne dotyczące tego sektora.



## Korea

**Korporacja Promocji Handlu Koreańskiego** (Korea Trade Promotion Corporation – KOTRA) [www.kotra.or.kr](http://www.kotra.or.kr)

KOTRA jest wiodącą koreańską agencją rządową odpowiedzialną za promocję i wspieranie rodzimego biznesu, głównie poprzez stymulowanie warunków ułatwiających eksport, nawiązywanie współpracy z zagranicznymi partnerami oraz inwestycje. Działa już ponad 50 lat.

- W ramach agencji funkcjonują inne, specjalistyczne podmioty rządowe, takie jak np. Invest Korea, [www.investkorea.org/](http://www.investkorea.org/), której jedynym zadaniem jest przyciąganie i wspomaganie zagranicznych inwestorów do rozwijania działalności w Korei. Uwagę zwraca wielość i różnorodność narzędzi IT i Internetu, jakimi posługują się organizacje w KOTRA, włącznie z Twitterem i YouTube ([Invest KOREA on Twitter](#), [Invest KOREA on YouTube](#), [WAIPA Web site](#),
- [UNCTAD Web site](#))
- KOTRA prowadzi International Learning Centre

KOTRA i Ministerstwo Gospodarki Wiedzy – bo taka jest nazwa ichniejszego resortu gospodarki – swa strategię promocyjną budują na sloganie „Korea biznesowym i gospodarczym hubem Wschodniej Azji”

Przedstawiciele KOTRA mają prawie 100 Koreańskich Biznes Centers w 70 krajach , w tym w Polsce.

Istotną rolę w realizacji strategii KOTRA odgrywa system zarządzania klientem CRM (Customer Relationship Management); umożliwia on kierowanie indywidualnych, specyficznych żądań klienta do wyspecjalizowanych elementów systemu IT, który generuje i precyzyjne odpowiedzi. Klienci mogą kierować zapytania bezpośrednio do i z zagranicznych biur przedstawicielskich KOTRY, a system zapamiętuje wszystkie zapytania i odpowiedzi oraz inne informacje, zadane kiedykolwiek i następnie wykorzystuje ten ogromny materiał generując z niego odpowiedzi na zadawane pytania.

System zapamiętuje również status danej sprawy, dzięki czemu można szybko orientować się w jakim stopniu jest ona na bieżąca załatwiona bez konieczności wchodzenia w fizyczny (telefoniczny, wirtualny etc\ ) kontakt z konsultantem.

Wprowadzenie tak wysokiej jakości CRM pozwoliło oczywiście na poważne ograniczenie zatrudnienia.

Wysoka jakość dotyczy również personelu, którego sprawność monitorowana jest poprzez Kartę wyników pracy każdego konsultanta w biurach na całym świecie, którego oceniają jego klienci, wpisując odpowiednie oceny bezpośrednio do systemu. Takie rozwiązanie pomaga podnieść poziom obsługi klienta (czyli, de facto efektywności biznesowej realizowanych przez niego – przy wsparciu konsultanta KOTRA – interesów), a także pomaga kierownictwu agencji w ocenie pracowników, a tym samym wspiera proces sprawiedliwego, zależnego od osiągnięć, wynagradzania ich. Powstały w oparciu o CRM system premiowy stwarza możliwość przyznania najlepszym pracownikom nagrody sięgającej 250% miesięcznej pensji.

Dzięki możliwościom indywidualnej oceny pracy i związanych z tym bardziej sprawiedliwych zarobków, zmieniło się też podejście samych pracowników do miejsca jej wykonywania; obecnie jest więcej chętnych do wyjazdu do mniej atrakcyjnych krajów jak Wietnam czy Chiny, niż do placówek zlokalizowanych w Zachodniej Europie.

## Austria

Austria, podobnie jak Niemcy i Włochy, to państwa w których obowiązuje tzw. kontynentalny, albo francuski, system samorządu gospodarczego, gdzie przedsiębiorcy mają ustawowy obowiązek rejestracji swoich firm w izbach i gdzie płacą składkę członkowską, najczęściej jako część podatku odprowadzanego do skarbu państwa, stanowiącego następnie główną część budżetu tych organizacji czyli izb. W krajach tych wiodącą rolę w praktycznym wspieraniu przedsiębiorczości, odgrywają zrzeszenia izb gospodarczych, a rządy działalność izb uzupełniają, koncentrując się na dbałości o tworzenie klimatu prawnego, edukacyjnego i społecznego przyjaznego przedsiębiorczości, a także odpowiadają za strategię współpracy i inwestycji zagranicznych.

### **Ministerstwo Gospodarki, Rodziny i Młodzieży (BMWfJ)**

[www.bmwfj.gv.at/Seiten/default.aspx](http://www.bmwfj.gv.at/Seiten/default.aspx)

Jednym z głównych zadań Ministerstwa Gospodarki, Rodziny i Młodzieży (!) jest tworzenie ram dla ciągłego doskonalenia struktur gospodarczych poprzez promocję innowacyjności i nowych technologii, upraszczanie procesów rozpoczynania działalności i zagwarantowanie otwartego dostępu do rynku.

Ministerstwo dąży do tworzenia klimatu przyjaznego przedsiębiorczości, umożliwiającego poprawę konkurencyjności firm zagranicznych decydujących się na wejście na rynek austriacki. BMWfJ świadczy szeroki zakres informacji na swojej stronie internetowej. [www.bmwfj.gv.at/UNTERNEHMEN/Seiten/default.aspx](http://www.bmwfj.gv.at/UNTERNEHMEN/Seiten/default.aspx)

### **Austriackie Usługi Gospodarcze (Austria Wirtschaftsservice) [www.awsg.at](http://www.awsg.at)**

Wiodącą organizacją państwową zapewniającą promocję i finansowanie przedsiębiorstw jest **Austria Wirtschaftsservice GmbH (AWS)**, spółka rządowa, która wspiera firmy we wszystkich fazach ich działalności.

AWS zwraca szczególną uwagę na przedsiębiorstwa: małe i średnie, start-upy, firmy innowacyjne i technologiczne, świadczące usługi pro-produkcyjne, przemysłowe, a także na inwestorów i dostawców kapitału. Udzielana pomoc obejmuje przyznawanie nisko-procentowanych kredytów.

### **Austriackie Usługi Zatrudnienia Publicznego (Arbeitsmarktservice - AMS)**

[www.ams.at/index.html](http://www.ams.at/index.html)

Ta agencja rządowa świadczy bezpłatną pomoc w poszukiwaniu pracowników dla firm oraz doradza ich właścicielom odnośnie możliwości uzyskania wsparcia finansowego w związku z zatrudnianiem.

## **Ministerstwo Pracy, Spraw Społecznych i Ochrony Konsumenta (BMASK)**

[www.bmsk.gv.at](http://www.bmsk.gv.at)

Udziela wsparcia dla przedsiębiorców w zakresie ochrony konsumenta i świadczeń społecznych; czyni głównie poprzez rozbudowany i sprawnie funkcjonujący portal <http://www.3i-expert.bmsg.ext.apa.at>

Bardzo dziękujemy za odwiedzenie strony internetowej Wydziału Handlowego Ambasady Austrii i Biura Marketingowego Austriackiej Izby Gospodarczej. Głównym zadaniem naszego Biura jest wspieranie działalności firm austriackich na terenie Polski. Pomagamy nawiązywać kontakty handlowe oraz wspieramy inwestycje austriackie w Polsce, udzielamy również informacji firmom polskim zainteresowanym kontaktami biznesowymi z Austrią.

## **Portal dla Przedsiębiorców (USP) [www.usp.gv.at](http://www.usp.gv.at)**

Od 1 stycznia 2010 przedsiębiorcy austriaccy otrzymali od rządu prezent w postaci Portalu dla Przedsiębiorców (Unternehmensserviceportal), który ma na celu stworzenie punktu jednego okienka (One-Stop-Shop), gdzie przedsiębiorca lub kandydat na biznesmena może uzyskać wszelkie informacje włącznie z przepisami i poradami dotyczącymi zakładania firmy, zarejestrować firmę, uzyskać informację o podatkach itp.

## **System Informacji Prawnej (RIS) [www.ris.bka.gv.at](http://www.ris.bka.gv.at)**

To elektroniczna baza danych, administrowana przez Kancelarię Federalną; zawiera wyłącznie dokumenty prawne wydane przez instytucje państwowe Austrii.

## **Austriacka Federalna Izba Gospodarcza (Wirtschaftskammer Österreich - WKÖ)**

<http://portal.wko.at/wk/startseite.wk>

Austriacka Izba Gospodarcza (WKÖ) koordynuje i reprezentuje interesy austriackich przedsiębiorców na poziomie krajowym i międzynarodowym. Tworzy ją 9 izb regionalnych (w każdym z regionie jedna izba) i 110 izb branżowych i zrzeszeń.. W każdym regionie funkcjonują biura świadczące usługi lokalnym przedsiębiorcom. WKÖ jest członkiem EuroChambres i SME UNION.

**Prezydentem WKÖ, od 2000 roku, jest dr Christopher Leidl, który sprawował też funkcje Prezydenta EuroChambres (2000-2005) i Prezydenta SME UNION (2005-2009).**

Do głównych zadań WKÖ należy:

- Reprezentowanie interesów swych członków wobec wszystkich szczebli administracji rządowej. Rząd jest prawnie zobligowany do konsultowania z WKO projektów ustaw I ważniejszych rozporządzeń; w wielu przypadkach Izba bierze udział w podejmowaniu decyzji i ustalaniu administracyjnych procedur.
- Usługi informacyjne I doradcze dla przedsiębiorców; najczęściej dotyczą one: podatku, prawa pracy, szkolenia zawodowego, Information and advisory service to members: Typical issues include taxation, labour law, vocational training, ustawodawstwa przemysłowego, reklamy I badań rynku;
- Rozwiązywanie sporów zbiorowych ze związkami zawodowymi;
- Usługi promocyjne i rozwoju biznesu, szkolenie i doradztwo organizowane są przez wyspecjalizowane wydziały w każdym regionie (WIFI, Wirtschaftsfoerderungsinstitut);
- Wsparcie biznesowe I promocyjne dla firm angażujących się w handel międzynarodowy realizowane jest przez specjalistyczny wydział funkcjonujący na poziomie centralnym - AussenWirtschaft Österreich (AWO), w ramach którego funkcjonuje 70 biur na świecie i sieć specjalistów-doradców w biurach regionalnych;
- Prawne ramy dla działalności wszystkich Austriackich Federalnych Izb Gospodarczych, stanowi prawo publiczne; określa ono m. in. zasady współpracy i ustalania obowiązkowych składek członkowskich.

Austriacka Federalna Izba Gospodarcza, choć jest instytucją prawa publicznego, działalność swą opiera wyłącznie na zasadach biznesowych.

Co 5 lat przedsiębiorcy wybierają spośród swoich szeregów urzędników oraz przedstawicieli (w sumie prawie 10.000 osób) i kandydatów do władz centralnych i lokalnych. Niektóre z branżowych stowarzyszeń, należących do WKO, afiliowane są do partii politycznych, na zasadzie pełnej dobrowolności, inne pozostają natomiast całkowicie niezależne.

### **Handel Austriacki (AussenWirtschaft Österreich -AWO)**

[www.portal.wko.at/wk/startseite\\_ch.wk?dstid=0&chid=5](http://www.portal.wko.at/wk/startseite_ch.wk?dstid=0&chid=5)

W odniesieniu do działalności międzynarodowej, agencja AWO, z mocy prawa, odpowiada za:

- Niesienie pomocy w tworzeniu i rozwijaniu sprzedaży i promocji austriackich towarów i usług na rynkach międzynarodowych;
- Świadczenie dodatkowych usług związanych m. in. z członkowstwem Austrii w Unii Europejskiej;
- Organizowanie misji handlowych wyjazdowych i przyjazdowych;
- Oficjalnego udziału Austrii w międzynarodowych targach;
- Pomoc w znajdowaniu nowych kontaktów i rozwijaniu istniejących biznesów;
- Organizowanie spotkań z potencjalnymi agentami, importerami i kooperantami;
- Uzyskiwanie ratingów kredytowych;

- Pomoc w rejestracji znaków towarowych i patentów.

## **Junge Wirtschaft**

W ramach Wirtschaftskammer Österreich, funkcjonuje organizacja [www.jungewirtschaft.at/startseite.wk](http://www.jungewirtschaft.at/startseite.wk), reprezentująca interesy młodych przedsiębiorców, pomagając im w stawianiu pierwszych kroków i w nawiązywaniu kontaktów biznesowych.

## **Gruenderservice** [www.gruenderservice.at/startseite.wk](http://www.gruenderservice.at/startseite.wk)

Profesjonalne wsparcie dla rozpoczynających działalność biznesową, a także pomoc w pokoleniowym przekazywaniu firm i we franszyzie, WKO udziela poprzez organizację Gruender-Service.

**Advantage Austria** [www.advantageaustria.org](http://www.advantageaustria.org) jest oficjalną organizacją handlu zagranicznego Austrii i największym dostawcą usług w obszarze handlu zagranicznego. Po wybraniu adresu internetowego agencji klient zostaje przekierowany do najbliższego biura, gdzie otrzymuje wszystkie niezbędne informacje o Austrii, jako potencjalnym partnerze biznesowym, takie jak np. listy firm austriackich chcących wejść na dany rynek jako eksporterzy lub inwestorzy, obszerne dane na temat rynku austriackiego i ofertę usług agencji dla danego kraju.

## Dania

**Duńska Agencja do spraw Handlu i Przedsiębiorstw** (Danish Commerce and Companies Agency - DCCA) [www.dcca.dk](http://www.dcca.dk)

Podlega Ministerstwu Gospodarki i Biznesu [www.oem.dk](http://www.oem.dk). Zatrudnia 275 osób.

DCCA prowadzi większość spraw, które decydują o sprawności funkcjonowania duńskiego systemu wsparcia przedsiębiorstw, zwłaszcza małych i średnich:

- Rejestrację firm
- Administrację aktów legislacyjnych dotyczących spraw biznesowych, w tym Ustawę o Przedsiębiorstwach i Ustawę o Księgowości Przedsiębiorstw,
- Kontrolę i monitoring przestrzegania prawa bez nadmiernego przeszkadzania kontrolowanym w ich operacyjnym funkcjonowaniu
- Dygitalizację w tym m. in. odpowiedzialność za to, że:
  - - organy administracji państwowej kontaktują się z firmą tylko jeden raz w jednej sprawie,
  - - składanie raportów odbywa się za pomocą przyjaznych dla użytkownika i łatwych w obsłudze aplikacji,
  - - załatwianie spraw odbywa się na wysokim poziomie kompetencji i szybko,
  - - przechowywanie i publikowanie wiarygodnych danych.
- Redukcję obciążeń administracyjnych,
- Przestrzeganie odpowiedzialności społecznej biznesu (Corporate Social Responsibility)
- Stosowanie najlepszych praktyk zarządzania.

**Rada Handlowa** (Trade Council) <http://eksportraadet.dk/>

Jest jednostką organizacyjną Ministerstwa Spraw Zagranicznych, w ramach której funkcjonują wszystkie instrumenty odpowiedzialne za promocję duńskiego eksportu i zagranicznych inwestycji w Danii. Zatrudnia około 400 osób, w tym 250 doradców usytuowanych przy ambasadach, Biurach Handlowych, Konsulatach Generalnych o Centrach Innowacji w 90 krajach

**Startvækst** [www.startvaekst.dk](http://www.startvaekst.dk)

Startvækst to portal dla przedsiębiorców prowadzony przez agencję rządową Danish Enterprise and Construction Authority; funkcjonuje ona na poziomie regionalnym w ten sposób, że każdy region ma swoją własną podstronę administrowaną przez Regionalne Centrum Biznesowe, tworzoną na zasadzie interaktywnej współpracy z partnerami publicznymi i prywatnymi, takimi jak: lokalne władze samorządowe, regionalne fora wzrostu i inne podmioty.

Na portalu można znaleźć porady i informacje dla 3 typów klienta:

- Entrepreneur – dla osób, które zamierzają podjąć działalność gospodarczą,
- Business – dla przedsiębiorców prowadzących już działalność,
- Growth business – dla przedsiębiorców poszukujących konkretnej pomocy w celu rozwinięcia swej firmy.

Wśród wielu pożytecznych narzędzi dostępnych na Startvækst znajduje się np. wzór budżetu lub umowy biznesowej.



## Niemcy

W Niemczech przynależność do izb jest obowiązkowa. Spełniają one wiodącą rolę w obronie interesów przedsiębiorców oraz skutecznie realizują wspólnie z rządem opracowywane polityki gospodarcze. W ramach współpracy z władzami państwowymi, izby zagraniczne (AHS) korzystają np. z danych i informacji gromadzonych i opracowywanych przez agencję rządową Germany Trade & Invest, zaś agencja ta korzysta z biur AHKs rozlokowanych na całym świecie. Wspólne wykorzystywanie powierzchni i wyposażenia biurowego to nie tylko ewidentne oszczędności materialne, ale też dzielenie się kompetencjami i informacjami.

### **Niemcy – Handluj i Inwestuj** (Germany Trade and Invest) [www.gtai.de](http://www.gtai.de)

Agencja ta jest najważniejszą rządową organizacją promującą Niemcy jako miejsce prowadzenia działalności gospodarczej, inwestycyjnej i technologicznej, starającą się pozyskać inwestorów z zagranicy. Germany Trade and Invest doradza przedsiębiorstwom zagranicznym, które pragną rozszerzyć swoją działalność na rynek niemiecki, i pomaga przedsiębiorstwom niemieckim, które chcą wejść na rynki zagraniczne, udzielając im informacji z zakresu gospodarki zagranicznej.

Oferta Germany Trade and Invest obejmuje sporządzane pod kątem potrzeb klienta analizy ekonomiczne i branżowe, informacje na temat przetargów za granicą, przedsięwzięć inwestycyjnych i rozwojowych oraz z zakresu prawa i cła.

Germany Trade and Invest administruje też następujące portale:

\* iXPOS, ([www.ixpos.de](http://www.ixpos.de)) na którym prezentowane są oferty promocyjne i inne usługi dla małych i średnich przedsiębiorstw,

\* e-trade-center ([www.e-trade-center.com](http://www.e-trade-center.com)) - centralną giełdę internetową promującą gospodarkę niemiecką za granicą pomagającą nawiązywać międzynarodowe kontakty gospodarcze,

\* German Business ([www.german-business-portal.info](http://www.german-business-portal.info)) - który jest dla przedsiębiorstw zagranicznych głównym punktem kontaktów z rynkiem niemieckim.

### **Izby Przemysłowo-Handlowe** (Industrie- und Handelskammern) [www.ihk.de](http://www.ihk.de)

Germany Trade & Invest ściśle współpracuje z siecią Niemieckich Izby Przemysłowo-Handlowych IHK, która koordynuje i reprezentuje interesy niemieckich przedsiębiorców wobec władz lokalnych, krajowych i federalnych.

**DIHK** (Deutsche Industrie- und Handelskammertag – DIHK) [www.dihk.de](http://www.dihk.de)

Do IHK należy 80 izb tworzących Zrzeszenie **Niemieckich Izb Przemysłowo-Handlowych** (Deutsche Industrie- und Handelskammertag DIHK). DIHK prowadzi sprawy dotyczące instytucji rządowych i europejskich za pośrednictwem agencji [DIHK Service GmbH](#).

**AHK** (Deutschen Auslandshandelskammern - AHK) [www.ahk.de](http://www.ahk.de)

Promocją i wspieraniem firm niemieckich w 80 krajach poprzez własne

120 biur przedstawicielskich, zajmują się – należące do IHK – Niemieckie Izby Handlu Zagranicznego (Deutschen Auslandshandelskammern - [AHK](#)).

Partnerstwo instytucji rządowych i prywatnych nie jest ograniczone do współpracy agencji z Niemieckimi Izbami Gospodarczymi; Germany Trade & Invest funkcjonuje bowiem jako hub, utrzymując bliskie, robocze relacje z innymi ważnymi aktorami sceny gospodarczej Niemiec, takimi jak: Federalne Ministerstwo Gospodarki i Technologii, Federalny Komisarz Rządowy do spraw Krajów Nowych (landów wschodnich), Ministerstwo Spraw Zagranicznych z ambasadami, Federalne Ministerstwo Edukacji i Badań, agencje rozwoju gospodarczego w 16 landach, branżowe nieobowiązkowe izby gospodarcze i stowarzyszenia przedsiębiorców, klastry przemysłowe i badawczo-rozwojowe oraz banki, federalne i krajowe.

## Włochy

Włochy, podobnie jak większość "starych" krajów członkowskich UE, bardzo sprytnie wykorzystuje fundusze unijne do finansowania swej administracji, zarówno na szczeblu centralnym, jak i regionalnym i lokalnym. Z funduszy europejskich zasilane są także budżety agencji wspierających rozwój przedsiębiorczości, inwestycji zagranicznych i regionów.

### **Invitalia** [www.invitalia.it](http://www.invitalia.it)

Najważniejszą agencją rządową, odpowiedzialną za promocję i rozwój zarówno inwestycji zagranicznych we Włoszech, jak i rodzimego biznesu, szczególnie na południu kraju, jest Invitalia. Dla inwestorów zagranicznych wiele usług oferowanych przez agencję jest bezpłatnych.

Ważną rolę we wspieraniu przedsiębiorców odgrywają izby gospodarcze, przynależność do których jest obowiązkowa. Izby, zrzeszone w Union Camere [www.camcom.gov.it](http://www.camcom.gov.it), prowadzą kursy i szkolenia dla przedstawicieli wolnych zawodów, rzemieślników i przedsiębiorców, a także dla osób zamierzających podjąć działalność gospodarczą. Często są one dofinansowywane (do 80%) z Europejskiego Funduszu Społecznego (ESF) lub budżetów władz administracyjnych, regionalnych lub powiatowych (a te finansowane są z budżetu centralnego).

### **Instytut Promocji Przemysłu** (Institute for Industrial Promotion -IPI) [www.ipi.it](http://www.ipi.it)

Planowaniem, definiowaniem strategii i celów polityki ekonomicznej, monitorowaniem ich wdrażania i podejmowaniem działań państwa ukierunkowanych na doskonalenie systemu włoskiej przedsiębiorczości, zwłaszcza pod kątem podnoszenia konkurencyjności i innowacyjności firm, zajmuje się think tank Ministerstwa Rozwoju Gospodarczego czyli Institute for Industrial Promotion (IPI). Instytut zatrudnia około 300 osób, w biurach zlokalizowanych w Rzymie i w Neapolu.

W ramach IPI (!) funkcjonuje świetnie zorganizowane, ciesząca się doskonałymi relacjami z OECD i z narodowymi stowarzyszeniami MSP, Międzynarodowe Stowarzyszenie Małych i Średnich Przedsiębiorstw INSME <http://www.insme.org/>), które służy jako doskonała, subtelna platforma promocji włoskiego biznesu na świecie.

### **Jedno Okienko Aktywności Przemysłowej** (Sportello Unico Attivita' Produttive - SUAP) [www.sportelloimpresa.it](http://www.sportelloimpresa.it)

Departament Aktywności Produkcyjnej Ministerstwa Rozwoju Gospodarczego kieruje bezpośrednio systemem SUAP, który zapewnia włoskim przedsiębiorcom załatwienie wszystkich potrzebnych dokumentów i pozwoleń w jednym okienku lokalnego urzędu gminnego. Wiele z tych biur (okienek) prowadzi działalność promocyjno-usługową, np. udziela porad i informacji, pomaga w wyszukiwaniu miejsca na nowe inwestycje i w uzyskaniu atrakcyjnego wsparcia lub ulg finansowych.

### **III. Wnioski**

Niewesołą – niestety – konstatacją jest ta, że w dwadzieścia lat po transformacji ustrojowej – wiedza w Polsce o tym, że małe i średnie firmy są podstawą każdej, w tym także polskiej, gospodarki, ciągle jest wiedzą ograniczoną do wąskiego kręgu specjalistów-teoretyków, a i tak jej postrzeganie przez nich nie ma większego wymiaru praktycznego.

Przed rokiem 1989 nie istniał problem braku wsparcia systemowego dla małych i średnich przedsiębiorstw, bo system (polityczny) polegał właśnie na ich zwalczaniu, i realizowany był w miarę skutecznie. Prywatni przedsiębiorcy, w tym rzemieślnicy, mogli liczyć tylko na siebie i nieliczne, również gnębione, a nie wspierane przez rząd, organizacje. Działalność tego szczątkowego sektora MSP dotyczyła – rzecz jasna - tylko kraju; poza granicami Polski dla prywaciarzy nie było miejsca.

Funkcjonujące przy ambasadach, w niektórych tylko krajach – WIHy czyli Wydziały Informacyjno-Handlowe, zajmowały się – jeśli cokolwiek – to tylko wielkimi firmami państwowymi. Ich rola często miała charakter symboliczny z tego również względu, iż wielkie firmy państwowe czy zjednoczenia, posiadały własne, czasem dość sprawne, przedstawicielstwa handlowe lub agencje.

#### **Swoboda przynależności do izby gospodarczej – świetna czy fatalna decyzja?**

Jedną z pierwszych politycznych decyzji gospodarczych, podjętych w Polsce po roku 1989, było przyjęcie zasady zrzeszania się przedsiębiorców w izbach gospodarczych wyłącznie na warunkach dobrowolności.

Czy była to słuszna decyzja? Zadaję sobie to pytanie coraz częściej, wraz z upływem czasu i z rosnącą świadomością znikomego tylko wykorzystania ogromnego potencjału przedsiębiorczości i innowacyjności, jaki buzował w sercach i umysłach, zrodzonych z popiołów i z kurzu chodników miast i miasteczek, dwóch milionów polskich przedsiębiorców.

Kiedy obserwuję niezwykle efektywne, obejmujące poza samym biznesem takie sfery, jak edukacja zawodowa, ochrona prawna, promocja zagraniczna, fundusze inwestycyjne itp., funkcjonowanie takich izb gospodarczych jak np. austriacka, do której przynależność jest obowiązkowa, odpowiedź nasuwa się sama.

Polscy przedsiębiorcy, w większości niedoświadczeni, wychowani na socjalistycznym gruncie zwykli zjadacze chleba – urzędnicy, studenci, emeryci, robotnicy i chłopci - nigdy nie potrzebowali tak bardzo silnego, organizacyjnego wsparcia, jak wtedy, kiedy nagle – z dnia na dzień – znaleźli się w zupełnie nowym, nieznanym wcześniej, często nieprzyjaznym i niebezpiecznym – dla ich firm, ich pracowników i ich rodzin - świecie. W tamtym momencie, inaczej niż dzisiaj – sam rząd i publiczne instytucje nie mogły zaoferować im wiele, bo nie

było środków, ludzi, kompetencji, systemów, struktur – wszystko to przecież, i to w wielkim zamieszaniu, dopiero powstawało.

I właśnie wtedy, wspólne organizowanie się w izbach, w samorządach gospodarczych, samopomoc i współpraca z zagranicznymi izbami – z finansową (!) pomocą rządu - mogły zdecydowanie przyspieszyć dojrzewanie i stawanie na mocnych nogach, pewniejsze wchodzenie na obce rynki i bardziej profesjonalne działania polskich biznesmenów. To był też właściwy moment na budowanie mocnej, krajowej reprezentacji przedsiębiorców i zajmowanie pozycji współdecydującego partnera wobec instytucji administracji w kraju i za granicą.

**Do tego potrzebna była w Polsce wspomagana finansowo i organizacyjnie przez państwo, wielka, ogólnokrajowa, niepolityczna i obligatoryjna organizacja przedsiębiorców.**

Fatalna sytuacja, w jakiej znaleźli się mikro, mali i średni przedsiębiorcy, bo to ich mamy na myśli używając terminu „przedsiębiorcy” jako, że reprezentują 98% wszystkich firm, dostarczają ponad 70% miejsc pracy i prawie tyle samo dochodu narodowego, widoczna jest dziś też w ich niedoreprezentacji w strukturach państwa. **Największa organizacja przedsiębiorców czyli Krajowa Izba Gospodarcza nie jest nawet obecna w Komisji Trójstronnej, w której oprócz Związku Rzemiosła zasiadają wyłącznie przedstawiciele wielkiego biznesu** czyli BCC i PKPP Lewiatan, konfederacja reprezentująca rzekomo mały biznes, ale „przypadkowo” zarządzana przez szefów Boeinga, Della, Tesco, Philip Morrisa, PZU, ITI, Banku Handlowego, Fiata i Telekomunikacji Polskiej.

O wyjątkowo słabej pozycji sektora MSP i braku dlań szacunku ze strony elit politycznych może też świadczyć często budzący wiele wątpliwości - zwłaszcza w pierwszych latach po przystąpieniu naszego kraju do Unii - sposób dystrybucji funduszy unijnych. Zmasowane zabiegów biurokratycznych utrudniających lub uniemożliwiających uzyskanie dotacji przez często najlepsze, najbardziej innowacyjne małe firmy doprowadziło nie tylko do zniechęcenia przedsiębiorców do ubiegania się o nie, ale przyniosło określone straty gospodarce, których nikt jeszcze nie zdążył policzyć.

Kolejne rządy najczęściej zrzucają winę na podległe im podmioty dystrybuujące fundusze, starając się ukryć fakt, że prawdziwa przyczyna leży w braku strategii, rozwiązań systemowych lub / i w braku kompetencji i odpowiedzialności państwa.

Osobiście pamiętam dokładnie jedną ze swych rozmów w roku 2004, ze śp. Grażyną Gęsicką, ówczesną wiceprezes PARP, w której skarżyła się na przedłużające się już w miesiące oczekiwanie na zgodę rozpoczęcia naboru i szkolenia pracowników do obsługi funduszy unijnych. Obawiała się (jak się okazało – słusznie), że PARP uzyska odpowiednią decyzję dopiero kilkanaście dni przed datą ogłoszenia odpowiednich konkursów i że skutkować to będzie dramatycznymi konsekwencjami dla beneficjentów.

Pamiętam też nadzieje polskich przedsiębiorców na obietnicę „jednego okienka” złożone przez obejmującego swój urząd Premiera Waldemara Pawlaka i fiasko misji Wiceministra Adama Szejnfelda, której przyczyną był nie tyle „bunt urzędników”, co brak mocnego poparcia ze strony organizacji samorządu gospodarczego; słaby brak poparcia nie wyniknął z

niechęci przedsiębiorców do postulowanych zmian, lecz po prostu ze słabości „lobby” małych i średnich.

Z oczywistych powodów, polscy przedsiębiorcy, mimo wszystkich trudności, jakie przychodzi im pokonywać w swoim własnym kraju, jakoś sobie jeszcze w nim radzą.

Wykorzystują własną znajomość lokalnego i krajowego rynku, opierają się na rozwijających się i podnoszących poziom i różnorodność instrumentów wsparcia oferowanych przez rodzime środowisko otoczenia około biznesowego: banki, gwarancje, dotacje, ubezpieczenia, doradztwo prawne, dostęp do zamówień publicznych, zrzeczenia, lokalne izby etc.

### **Wsparcie polskiego rządu dla przedsiębiorców zagranicznych w Polsce**

Wyzwania i problemy przed jakimi stają polscy biznesmeni, coraz intensywniej związane są z globalizacją i – co za tym idzie – rosnącą konkurencją ze strony firm zagranicznych. O to, aby polskim przedsiębiorcom było w ich własnym kraju coraz ciaśniej, dba kilka resortów, oczywiście z Ministerstwem Gospodarki na czele.

Działania na rzecz pozyskiwania i ułatwiania prowadzenia biznesu przez przedsiębiorców zagranicznych w Polsce są coraz skuteczniejsze, bo oparte na prostej i przejrzystej strategii.

1. Wiodącą i coraz sprawniejszą instytucją, powołaną do wzniecania zainteresowania Polską jako rajem dla zagranicznych przedsiębiorców i pomagania im w prowadzeniu biznesu w naszym kraju jest Polska Agencja Informacji i Inwestycji Zagranicznych (PAIIZ).
2. Drugim, coraz bardziej skutecznym, rządowym instrumentem są WPHII, funkcjonujące przy polskich ambasadach.
3. Znaczącą, instrumentalną - z punktu widzenia Ministra Gospodarki - rolę odgrywały też i wciąż odgrywają Międzynarodowe Targi Poznańskie (MTP), które dopiero od 1989 roku mają status spółki prywatnej (z o.o.) i które były jedyną jednostką organizacyjną Polskiej Izby Handlu Zagranicznego, której nie przejęła Krajowa Izba Gospodarcza, jak widać – z dobrym skutkiem.
4. Coraz atrakcyjniejszy klimat dla biznesu w Polsce wyrażający się zasobami pracy, chłonnością rynku, infrastrukturą bankową, aktywnością i samodzielnością samorządów regionalnych i lokalnych; bilateralne izby handlowe i wiele innych czynników uzupełniają i komplementują zestaw instrumentów stosowanych w celu wsparcia przedsiębiorców zagranicznych w Polsce.

### **Brak wsparcia Państwa dla przedsiębiorców polskich za granicą**

Na stronie internetowej Ministerstwa Gospodarki wisi baner o treści: *Naszą misją jest stworzenie najlepszych w Europie warunków prowadzenia działalności gospodarczej.*

Interpretacja tego przekazu co do miejsca, w którym mają powstać te najlepsze warunki uprawiania biznesu, jest oczywista: obszarem tym ma być nasz kraj, Polska; chodzi o to, by każdy, a zwłaszcza zagraniczny przedsiębiorca / inwestor, chciał zakładać i prowadzić swój biznes.

W treści i w przekazie intencjonalnym tego manifestu brakuje gotowości do **stworzenia polskim biznesmenom takich warunków, aby chcieli i mogli skutecznie zakładać i prowadzić swoje interesy także poza Polską.**

Ta ułomność w postrzeganiu powinności administracji państwowej wobec rodzimych przedsiębiorców w ich – tak trudnych i ryzykownych, a tak potrzebnych Polsce - inicjatywach zagranicznych, nie jest specjalnością jedynie obecnego rządu, ani też słabością samego aktualnego Ministerstwa Gospodarki.

Koalicyjne przepychanki w sprawach strategicznych dla polskiej gospodarki, w tym w odniesieniu do potrzeby stworzenia nowych, instytucjonalnych, zagranicznych ośrodków pełniących funkcję autentycznych instrumentów wsparcia polskich przedsiębiorców za granicą stanowią tajemnicę poliszynela.

W dobie globalizacji kluczowe dla rozwoju gospodarczego państwa jest zapewnienie warunków do umiędzynarodowienia działalności przedsiębiorców. Dla przedsiębiorcy natomiast kluczowa jest odpowiednia, biznesowa informacja

W tym celu zapewne, w ostatnim czasie, Ministerstwo Gospodarki, opublikowało (w językach polskim i angielskim!) „Informator”, który w sposób przejrzysty, dzięki odpowiedniemu podziałowi merytorycznemu oraz graficznemu, prezentuje kolejne instrumenty wsparcia.

W liczącej kilkadziesiąt pozycji liście oferowanych przez Ministerstwo Gospodarki rzekomych instrumentów wsparcia polskich przedsiębiorców za granicą, zaledwie kilka konkretnych, nowych rozwiązań ginie w gąszczu ogólników i staroci.

Wśród nowości na uwagę zasługują: „Paszport do eksportu”, Centra Obsługi Inwestorów i Eksporterów (COIE), które jednak dopiero zostaną utworzone (w 16 województwach), bony na innowacje, pożyczki na zakup i wdrażanie wyników prac badawczych, kredyt technologiczny. Bez żenady podawana jest informacja o nieudanym programie wspierania zarządzania własnością intelektualną.

Do Informatora wrzucono, jako nowe instrumenty wsparcia, wszystko, co leżało od długiego już czasu na biurkach najślabszego niewątpliwie ogniwa resortu gospodarki, jakim jest Departament Instrumentów Wsparcia, oraz innych komórek MG: akademickie inkubatory przedsiębiorczości, inkubatory i parki technologiczne, parki przemysłowe, klastry, fundusze kapitału zaangażowanego, fundusze pożyczkowe, poręczeniowe, anioły biznesu, Krajowy System Usług dla MSP, Krajową Sieć Innowacji, a nawet Enterprise Europe Network. A także: AIP; wspieranie funduszy kapitału podwyższonego ryzyka; finansowanie działalności krajowych punktów kontaktowych do Programu CIP oraz wsparcie finansowe działalności polskich konsorcjów wchodzących w skład europejskiej sieci Enterprise Europe Network; wsparcie działań studyjno-koncepcyjnych w ramach przygotowywania terenów pod inwestycje; wspieranie instytucji otoczenia biznesu świadczących usługi proinnowacyjne oraz ich sieci o znaczeniu ponadregionalnym; wspieranie rozwoju powiązań kooperacyjnych o znaczeniu ponadregionalnym.

Publikacja i zawartość Informatora mieści się w serii działań pozornych podejmowanych przez rząd w kwestii stworzenia strategicznych struktur wsparcia działalności polskich przedsiębiorców za granicą. Za ten grzech zaniechania Polska płaci coraz dotkliwiej odczuwaną nieobecnością na rynkach światowych, w istniejących i powstających związkach biznesowych. Brak autentycznych rozwiązań systemowych, szczególnie w odniesieniu do coraz szybciej rozwijających się nowych centrów gospodarczych na rynku globalnym, stanowi zagrożenie dla pozycji Polski w świecie.

## **Brak właściciela projektu (instytucji odpowiedzialnej)**

W każdym kraju istnieją mechanizmy (systemowe) wspierające międzynarodową współpracę gospodarczą, która obejmuje :

1. Import towarów i usług oraz pozyskiwanie inwestorów na rynek własny,
2. A z drugiej strony eksport i czerpanie korzyści z inwestowania i prowadzenia działalności gospodarczej przez rodzimych przedsiębiorców poza granicami kraju.

Ministerstwo Gospodarki z powodzeniem realizuje punkt pierwszy, bo ma do dyspozycji Polską Agencję Informacji i Inwestycji Zagranicznych, na takie same zadania ukierunkowane Wydziały Promocji, Handlu i Informacji przy ambasadach w 48 krajach i cały szereg innych, całkiem skutecznych instrumentów.

Ministerstwo Gospodarki (rząd polski) **nie realizuje punktu drugiego - nie ma do dyspozycji Polskiej Agencji Informacji i Wspierania Polskich Inwestycji za Granicą, a Wydziały Promocji, Handlu i Informacji przy ambasadach w 48 krajach NIE SĄ UKIERUNKOWANE NA WSPIERANIE POLSKICH PRZEDSIĘBIORCÓW ZA GRANICĄ. Nie ma też prawie w ogóle skutecznych innych instrumentów wsparcia lub te które są, znajdują się w powijkach lub są pozorne.**

Nawet pobieżny przegląd stron internetowych Wydziałów Promocji, Handlu i Inwestycji przy polskich ambasadach pokazuje, jakie naprawdę zadania realizują te placówki; informacji przydatnych dla polskich przedsiębiorców w ogóle nie ma np. WPHI w Austrii lub stanowią śladową obecność na tle informacji przeznaczonych dla inwestorów zagranicznych w Polsce.

Podstawowymi zadaniami dawnych placówek (Wydziałów Ekonomiczno-Handlowych) było:

- współdziałanie w procesie decyzyjnym polskiej administracji rządowej w ramach UE, we współpracy z zaangażowanymi w ten proces resortami i instytucjami w Polsce,
- ułatwianie dostępu do rynku urzędowania dla polskich towarów i usług,
- promocja polskiego eksportu i inwestycji zagranicznych w Polsce,
- ochrona interesów polskich przedsiębiorców w kontaktach z administracją i podmiotami gospodarczymi z kraju urzędowania,
- działalność analityczno-informacyjna.

Obecne Wydziały Promocji Handlu i Inwestycji również mają udzielać wsparcia małym i średnim przedsiębiorstwom w kontaktach gospodarczych w świecie, ale misję swą realizują „ściśle współpracując z Polską Agencją Informacji i Inwestycji Zagranicznych S.A., Polską Organizacją Turystyczną oraz organizacjami samorządu gospodarczego”.

Jak widać, nie przewiduje się np. współpracy z PARP, która jest główną agencją rządową wspierającą rozwój rodzimej przedsiębiorczości.



Powstała już w lutym 1990 roku, **Krajowa Izba Gospodarcza, reprezentująca 150 organizacji biznesowych**, czołowa organizacja samorządu gospodarczego państwa mającego ambicje przynależności do Grupy G20, utrzymuje się dzięki pozyskiwanym od czasu do czasu dotacjom unijnym, ale w sumie **jest tak biedna, że nie stać jej nawet na otwarcie przedstawicielstwa w stolicy Unii Europejskiej**. Swoje – potężne – biura w Brukseli mają nie tylko takie kraje jak Niemcy, Austria, Francja czy Włochy, ale też nowi członkowie Unii jak Rumunia, Malta czy jeszcze nie członek – Turcja.

Przedstawicielstw w Brukseli nie mają też zresztą inne polskie organizacje samorządu gospodarczego, z wyjątkiem Lewiatana, wynajmującego mały pokój od Business Europe i utrzymującego jedną lub dwie osoby o kwalifikacjach równoważnych wynagrodzeniu otrzymywanemu od Lewiatana w wysokości kilku tysięcy złotych.

## IV. Rekomendacje

- Nie od Prezesa PARP zależy, jaki będzie jej skutek, ale za obowiązek spoczywający na autorze niniejszego opracowania, poczytuję przedstawienie – i to jako pierwszej - rekomendacji podjęcia szczegółowych badań dotyczących korzyści i strat, wynikających z ustawy o wolności, a nie o obowiązku zrzeszania się przedsiębiorców polskich w izbach. Wiele wskazuje na to, że Polska i polscy przedsiębiorcy odnieśliby znacznie większe korzyści pozostając (jak było przed II wojną światową i wcześniej) w grupie krajów tzw. reguły kontynentalnej (w niej m. in. nasi najbliżsi geograficznie i kulturowo partnerzy handlowi: Austria, Czechy, Francja, Grecja, Holandia, Łotwa, Niemcy, Szwecja, Węgry, Włochy).
- Jeśli miałyby się przyjąć, że **PAIIZ – współpracując z WPIH - wspomaga zagraniczne firmy** w Polsce, sprowadzając je na nasz rynek i pomagając w założeniu i prowadzeniu biznesu, i w ten sposób jest instytucją wiodącą w tym obszarze, a **PARP wspomaga polskie firmy**, coraz częściej nie tylko w odniesieniu do działalności w kraju, ale **także w prowadzeniu działalności zagranicznej, to należałoby wyposażyć PARP w podobne kompetencje jak ma PAIIZ i spowodować jednocześnie zdecydowaną zmianę profilu, struktury i obsady personalnej WPIHów i ustawić je na autentyczną współpracę z PARPem.**
- Alternatywą – niezbyt przekonującą - jest utworzenie odrębnej agencji i odebranie PARP dotychczasowych funkcji i zadań dotyczących zakresu i głębokości wsparcia przedsiębiorców polskich w odniesieniu do ich działalności zagranicznej.

Jak pokazuje analiza struktur gospodarczych wysoko rozwiniętych państw, w większości z nich rodzimi przedsiębiorcy, zwłaszcza sektora MSP, otrzymują systemowe wsparcie, bezpośrednio (przez potężne rządowe agencje) lub pośrednio (poprzez ustawową pomoc dla agencji prywatnych lub krajowych izb gospodarczych) oparte na mechanizmach funkcjonujących na terenie kraju i (zwłaszcza) poza jego granicami.

Jakie rozwiązanie należy wybrać dla Polski jest pytaniem, na które należy odpowiedzieć, i podjętą decyzję zrealizować, w jak najkrótszym czasie. **Pozostawianie sprawy samej sobie, tak jak się to dzieje już przez ponad 20 lat, byłoby przejawem niedopuszczalnego braku odpowiedzialności.**

- Niezwykłe doświadczenie, jakim była dla PARP organizacja udziału Polski w EXPO w Szanghaju wymaga przeprowadzenia ewaluacji pod kątem korzyści dla polskich MSP na tle korzyści odniesionych przez wybrane inne kraje;
- **Należy zrealizować pilotażowy projekt, polegający na podjęciu współpracy PARP z podobnymi agencjami rządowymi USA, Wielkiej Brytanii i Austrii, a także dokładniejsze zapoznanie się (misje wyjazdowe) z systemami wsparcia w Danii, Australii i Kanadzie.** Autor niniejszego raportu, mając otwarte kontakty z takimi organizacjami, chętnie podejmie się dalszej współpracy z PARP na tym polu,

