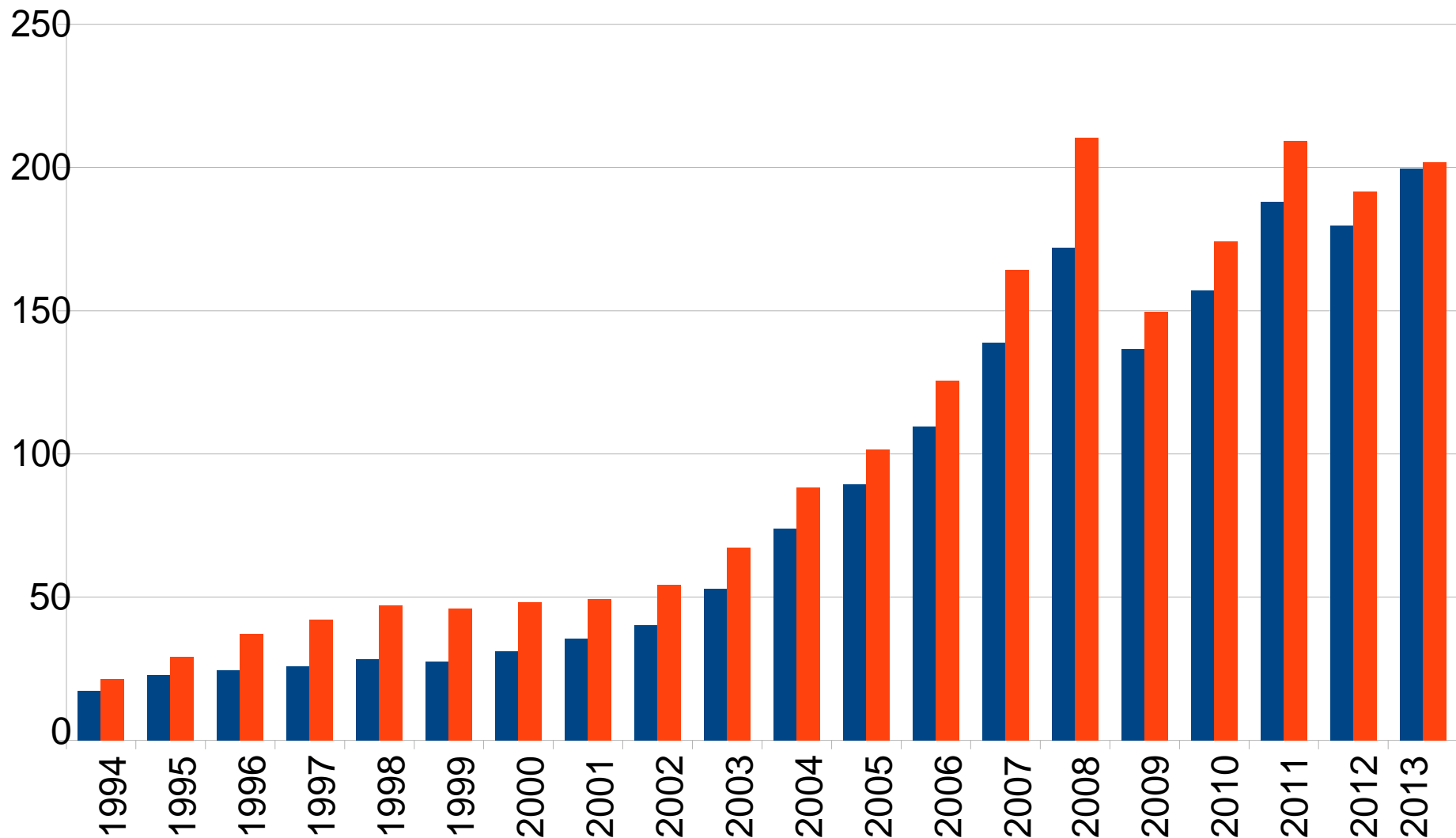


# **Досвід Польщі в розвитку торговельного та експортного потенціалу**

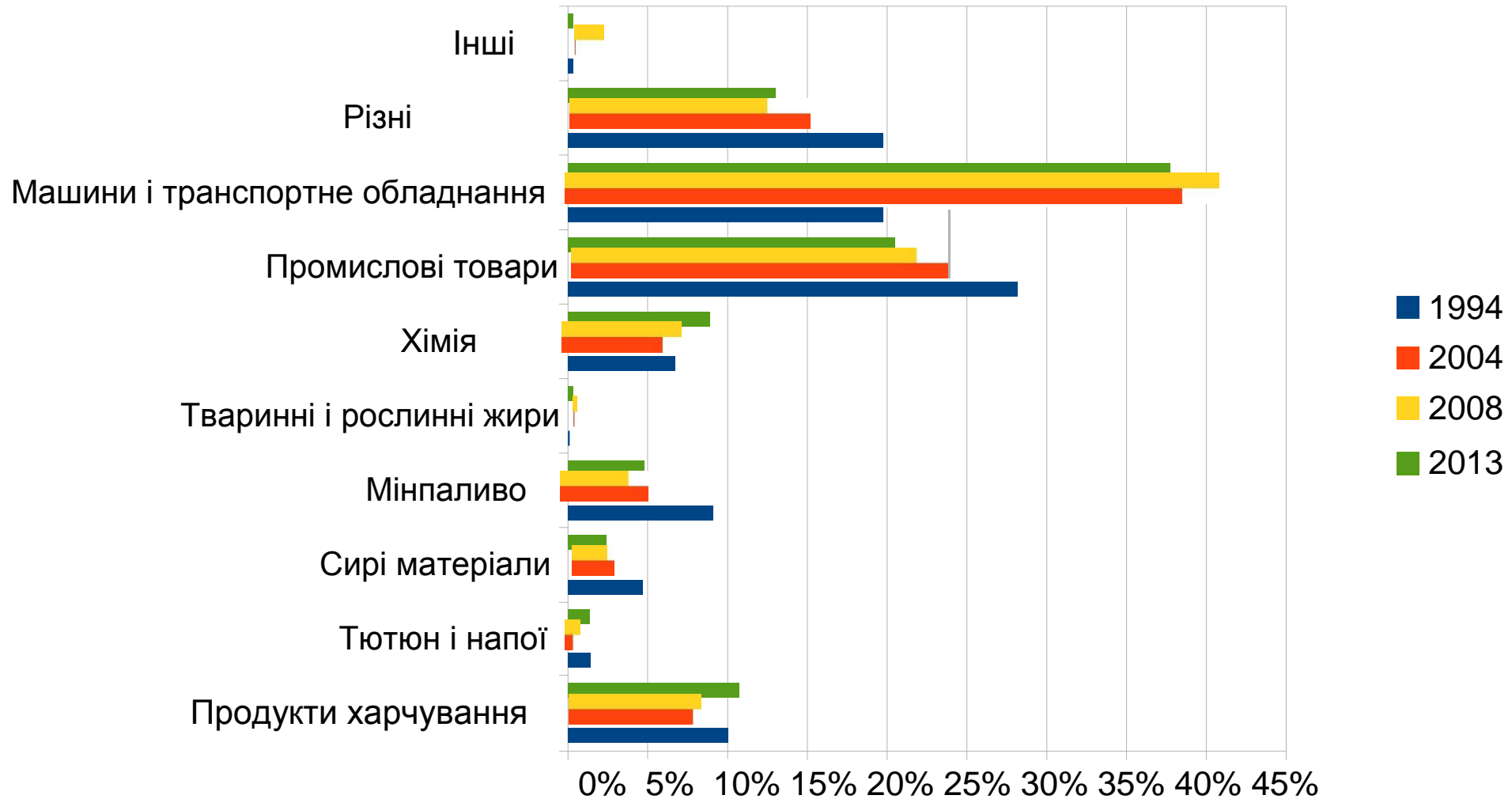
Патрик Топоровські,  
ПІМВ, Київ 2014

# Обсяг торгівлі Польщі за останні 20 років

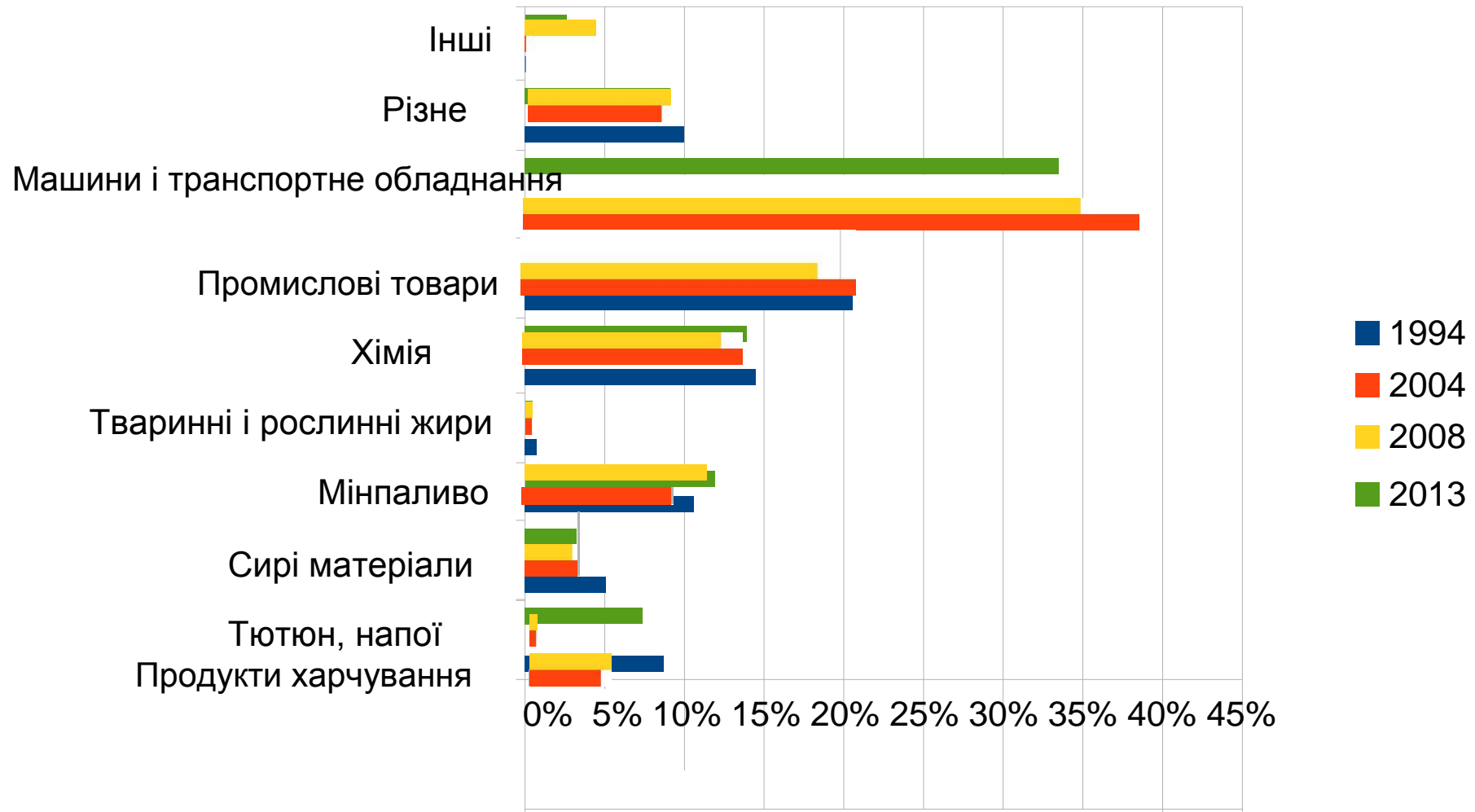
■ Вартість експорту (мільярд \$) ■ Власність імпорту (мільярд \$)



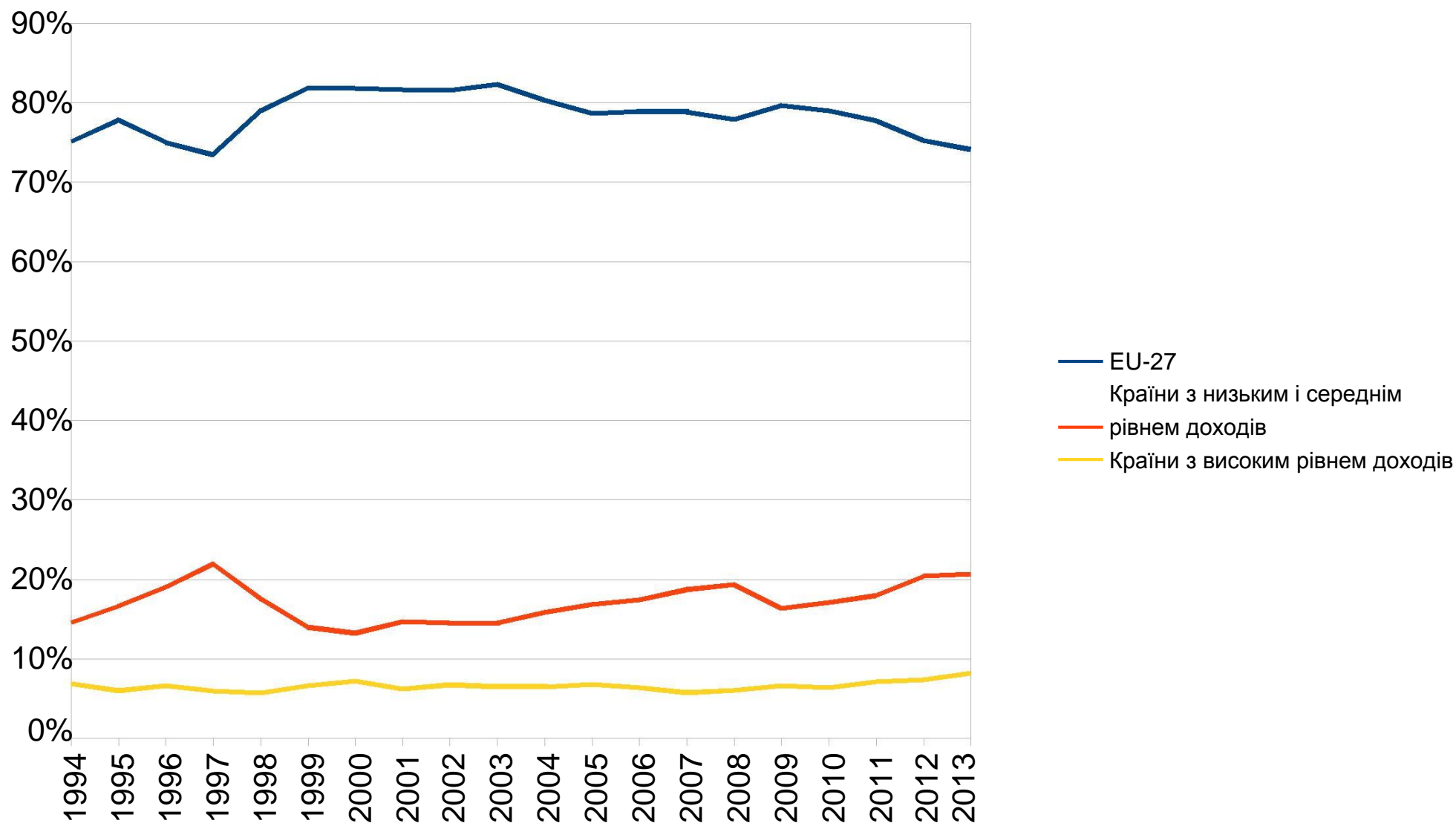
# Зміни в структурі польського експорту



# Зміни в структурі польського імпорту



# Основні напрямки - зміни протягом двох десятиріч



# Основні торгові партнери (2013)

## Імпорт

	Країна	(млн EUR)
1	Німеччина	34005,7
2	Росія	19047,3
3	Китай	14623,3
4	Італія	8356,4
5	Голландія	6080,0
6	Франція	5990,6
7	Чехія	5755,3
8	США	4172,3
9	Великобританія	4109,1
10	Бельгія	3621,4

## Експорт

	Країна	(млн EUR)
1	Німеччина	38887,5
2	Великобританія	10078,9
3	Чехія	9596,3
4	Франція	8702,8
5	Росія	8146,8
6	Італія	6691,3
7	Голландія	6150,5
8	Україна	4307,3
9	Швеція	4207,2
10	Словакія	4090,6

# Важливість східних ринків

До країн Східної Європи (Росія, Україна, Білорусь) в 2013 році Польща експортувала товарів на 14 млрд євро, це 10% від загального обсягу польського експорту

У 2013 році Росія у списку найбільших партнерів Польщі була п'ятою (8,1 млрд євро; 6,1% зміни), Україна – восьмою (4,3 млрд євро; 5,1% рік до року), Білорусь- двадцять першою (1,6 млрд євро; 16, 5% рік до року)

У 2013 році експорт продукції рослинного походження на східні ринки складав 24%, тваринницької продукції - 13%. Але в 2014 році відбулося значне зниження обсягів експорту продукції тваринного походження.

# Виклики польської торгівлі

- Високий рівень залежності від ринків ЄС
- Економічні проблеми ЄС - наслідки фінансової та боргової кризи
- Обмеження попиту на польському ринку
- Диверсифікація експорту - більше уваги приділяється швидкозростаючим неєвропейським ринкам, зокрема Азії, Африки, Південної Америки
- Поліпшення "економічної дипломатії"
- Просування польської економіки у світі - одна з пріоритетних задач Міністерства закордонних справ (МЗС) на 2012-2016 роки



# Основні напрямки просування

## «Polska» бренд

- Політичні візити економічних місій та на високому рівні
- Професійна підтримка бізнесу за кордоном
- Надання інформації про зарубіжні ринки
- Фінансова підтримка

# "POLSKA" Бренд

Поліпшення іміджу Польщі та польських компаній в світі  
Жовтень 2013 - Загальні рекомендації

- Людський капітал як основний актив Польщі в 2014 році – просування з прив'язкою до знакових дат:

- 10 років в ЄС,
- 15 років в НАТО,
- 25 років політичної та економічної трансформації

**Polska**

Займається кілька установ, зокрема, МЗС, Міністерство економіки (МЕ), Міністерство спорту і туризму, Міністерства культури і національної спадщини, Міністерство фінансів і т.д.

Зусилля координуються Радою з просування польських товарів  
(міжвідомчий орган)



# "POLSKA" Бренд

Приклади діяльності:

- Культурні заходи та фестивалі (Інститут Адама Міцкевича)
- бізнес-конференції
- виставки
- Національні стенди на міжнародних виставках (наприклад Ехро)
- просування в зарубіжних ЗМІ
- Загальні економічні проекти
- Програми: GreenEvo (охорона навколишнього середовища)

# Політичні візити на високому рівні і візити економічних місій

Відсутність політичної підтримки - найбільша  
перешкода для експорту

Економічні місії

Особливо важливо в контексті високої доданої  
вартості контрактів

# Професійна підтримка бізнесу за кордоном

Польські посольства:

- Майже 90 посольств по всьому світу
- Просування загальних інтересів
- Макроекономічний і політичний аналіз

Секції сприяння торгівлі та інвестиціям

- 48 секцій в 43 країнах
- Практична підтримка польських підприємців: наприклад, зв'язок з місцевим бізнесом, організація економічних місій, участь у ярмарках тощо

Робота посольства оцінюється відповідно до рівня підтримки бізнесу

Нечіткий розподіл – дублювання функцій

# Надання інформації про зарубіжні ринки

- Повна інформація про можливості та перешкоди у веденні бізнесу на зарубіжних ринках
- Реалізовані різними установами, в тому числі, МНС, Польським агентством інформації та іноземних інвестицій або за допомогою мережі обслуговуючих центрів інвесторів і експортерів
- 2 спеціальні програми консультацій з бізнесом - GoChina і GoAfrica
- Інформація доступна на декількох веб-сторінках, зокрема, [www.polska.trade.gov.pl](http://www.polska.trade.gov.pl), [www.eksporter.gov.pl](http://www.eksporter.gov.pl)
- Поширення інформації

# Фінансова підтримка

- Пряма фінансова підтримка держави - конкретні заходи (ярмарки, сертифікати, тощо)
- Програми ЄС, у тому числі на:
  - 7 перспективних експортних ринків (Алжир, Бразилія, Канада, Казахстан, Туреччина, Мексика, Об'єднані Арабські Емірати)
  - 15 перспективних галузей ( меблі, ювелірні вироби і бурштин, ІТ / ІТС, фармацевтика, медичне обладнання)
- Інші фінансові інструменти, підтримувані державою, наприклад, експортні кредити і страхування цих кредитів

# Виклики

- МЗС і МоЕ - нечіткий розподіл обов'язків
- Польські посольства і Секції сприяння торгівлі та інвестиціям - географічне поширення і нестача кадрів
- Фінансова підтримка - недостатня гнучкість
- Інформація про зарубіжні ринки - розпорошення
- Зусилля, що докладаються до координації цієї роботи



# Розглянуті рішення

Поліпшення існуючої системи

Провідна роль МЗС

Створення нової спеціалізованої установи (на основі існуючих структур) - аналогічно до Комітету по торгівлі та інвестиціям Великобританія (УКТІ) або España Exportación e Inversiones (ICEX)

# Можливі зміни – приклади

- Зміна розташування посольств і секцій сприяння торгівлі та інвестиціям (для неєвропейських країн)
- Аутсорсинг (місцеві співробітники)
- Платні послуги (спеціалізований аналіз, перекази тощо)
- "Польські дома" (фінансуються спільно з бізнесом)
- Розширення відносин з польською діаспорою та випускниками польських університетів
- Співпраця в цілях розвитку
- Навчання в зарубіжних філіях польських компаній

# Нові альтернативні напрямки – куди б Польща могла продавати свої товари

Погіршення перспектив бізнесу на Сході

ЕС – ринок відносно освоєний

Ринок за межами ЕС – величезний потенціал

Це є стимулом для диверсифікації  
напрямків експорту

# Сільськогосподарська продукція

Східна і Південно-Східна Азія - швидко зростаючий добробут розвивається середній клас,

Близький Схід - висока купівельна спроможність, стратегія "продовольчої безпеки"

Північна Америка - споживачі з високим рівнем доходу, попит на високоякісні с/г товари

# Сільськогосподарська продукція

Товар	Перспективні ринки
Яблука	Китай, Єгипет, Саудівська Аравія, Мексика, Таїланд, Індонезія, Індія
Молочні продукти	Японія, Південна Корея, Єгипет, Саудівська Аравія, Алжир, США, Канада, Мексика
Свинина	Китай, Японія, Південна Корея, США, Сингапур, Мексика, САР
Овочі	Японія, Сингапур, Малайзія
Заморожені овочі	Японія, США, Канада
Соки	Японія, Саудівська Аравія, США, САР
Тютюн	Китай, Туреччина, Індонезія, Малайзія

# Машини та обладнання

Східна і Південно-Східна Азія - промисловість та інфраструктуру, що динамічно розвиваються, наприклад ринок автомобілів

Близький Схід і Північна Африка - зростає попит на машини

Америка - високий попит на транспортне обладнання та устаткування для виробництва (в основному США, Канада, Мексика і Бразилія)

Африка - амбіційні інфраструктурні проекти, розвиток промисловості, наприклад, автомобільної

# Машини та обладнання

Продукти	Потенційні ринки
Телекомунікаційні пристрої та частини	Китай, Японія, Південна Корея, Туреччина, Єгипет, США, Мексика, Бразилія, Аргентина, Таїланд, Малайзія, Індонезія, САР
Запчастини для автомобілів	Китай, Японія, Південна Корея, Саудівська Аравія, Туреччина, Єгипет, США, Мексика, Бразилія, Аргентина, Таїланд, Малайзія, Індонезія, САР
Папір	Ізраїль, САР
Транспортні засоби	Туреччина, Саудівська Аравія, Алжир, США, Канада, Мексика, Бразилія, Малайзія, Індонезія, САР, Гана, Замбія
Машини для виробництва	Китай, Туреччина, Мексика, Бразилія, Таїланд, В'єтнам, Малайзія, Індонезія, Індія, САР
Трактори та навантажувачі	Туреччина, Саудівська Аравія, Єгипет, Алжир, Таїланд, Індонезія, САР, Замбія
Меблі	Китай, Монголія, Саудівська Аравія, США, Мексика

Дякую!