



PREZES  
NAJWYŻSZEJ IZBY KONTROLI  
MARIAN BANAŚ

KGP.410.004.02.2021

Pan  
Zbigniew Rau  
Minister Spraw Zagranicznych  
Ministerstwo Spraw Zagranicznych  
Aleja Jana Ch. Szucha 23  
00-580 Warszawa

# WYSTĄPIENIE POKONTROLNE

zmienione zgodnie z treścią uchwały nr 18/2022 Kolegium Najwyższej Izby Kontroli  
z dnia 27 kwietnia 2022 r. w sprawie zastrzeżeń do wystąpienia pokontrolnego

P/21/016 – Promocja gospodarcza Polski

NAJWYŻSZA IZBA KONTROLI  
ul. Filtrowa 57, 02-056 Warszawa  
T +48 22 444 50 00, F +48 22 444 57 93  
[nik@nik.gov.pl](mailto:nik@nik.gov.pl)

Adres korespondencyjny: Skr. poczt. P-14, 00-950 Warszawa

# I. Dane identyfikacyjne

Jednostka kontrolowana	Ministerstwo Spraw Zagranicznych <sup>1</sup> , Aleja Jana Ch. Szucha 23, 00-580 Warszawa
Kierownik jednostki kontrolowanej	Zbigniew Rau – Minister Spraw Zagranicznych od 26 sierpnia 2020 r., wcześniej: Jacek Czaputowicz – od 9 stycznia 2018 r. do 26 sierpnia 2020 r., Witold Waszczykowski – od 16 listopada 2015 r. do 9 stycznia 2018 r. <sup>2</sup>
Zakres przedmiotowy kontroli	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Organizacja systemu promocji polskiej gospodarki.</li><li>2. Realizacja działań z zakresu promocji polskiej gospodarki.</li></ol>
Okres objęty kontrolą	Od 1 stycznia 2018 r. do 30 czerwca 2021 r. z wykorzystaniem dowodów wykraczających poza ten okres, mających istotne znaczenie dla kontrolowanej działalności
Podstawa prawna podjęcia kontroli	Art. 2 ust. 1 ustawy z dnia 23 grudnia 1994 r. o <i>Najwyższej Izbie Kontroli</i> <sup>3</sup>
Jednostka przeprowadzająca kontrolę	Najwyższa Izba Kontroli Departament Gospodarki, Skarbu Państwa i Prywatyzacji
Kontrolerzy	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Anna Pruszkowska, specjalista kp., upoważnienie do kontroli nr KGP/37/2021 z dnia 21 maja 2021 r. oraz nr KGP/104/2021 z dnia 21 grudnia 2021 r.</li><li>2. Adam Zaborski, główny specjalista kp., upoważnienie do kontroli nr KGP/39/2021 z dnia 24 maja 2021 r.</li></ol> <p style="text-align: right;">(akta kontroli, str. 1-2, 876)</p>

## II. Ocena ogólna<sup>4</sup> kontrolowanej działalności

<b>OCENA OGÓLNA</b>	Najwyższa Izba Kontroli pozytywnie ocenia realizowane przez Ministra Spraw Zagranicznych zadania wspierające promocję polskiej gospodarki.
Uzasadnienie oceny ogólnej	<p>Minister zrealizował zaplanowane działania w ramach wsparcia dyplomatycznego promocji polskiej gospodarki (tzw. dyplomacji ekonomicznej), wynikające z jego zakresu kompetencji, z wyjątkiem tych, których realizację odwołano z powodu pandemii COVID-19. Wyznaczał podległym placówkom zagranicznym zadania o charakterze ogólnym oraz określał kierunki priorytetowe dyplomacji ekonomicznej, które wpisywały się w założenia <i>Strategii Polskiej Polityki Zagranicznej 2017-2021</i> oraz coroczne zadania polskiej polityki zagranicznej. W okresie objętym kontrolą wszystkie placówki zagraniczne podległe MSZ w 83 krajach zrealizowały łącznie 928 przedsięwzięcia o charakterze promującym polską gospodarkę, spośród 1065 zaplanowanych.</p> <p>Minister zapewnił uczestnictwo przedstawicieli MSZ w organach pomocniczych Rady Ministrów (np. w międzyresortowych zespołach) powołanych do koordynacji działań promocyjnych polskiej gospodarki za granicą w ramach administracji rządowej. Jednak współpraca MSZ z kluczowymi podmiotami odpowiedzialnymi za promocję polskiej gospodarki została formalnie uregulowana dopiero po ponad trzech latach od wprowadzenia zmian instytucjonalnych w systemie promocji. Zawarto porozumienia z Polską Agencją Inwestycji i Handlu SA o współpracy w realizacji zadań z zakresu promocji polskiej gospodarki za granicą (w dniu 8 października 2020 r.) oraz z ministrem właściwym do spraw gospodarki o współpracy polskich placówek</p>

<sup>1</sup> Dalej: MSZ lub Ministerstwo.

<sup>2</sup> Postanowienia Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej o zmianie w składzie Rady Ministrów: nr 1131.20.2020 oraz nr 1131.19.2020 z dnia 26 sierpnia 2020 r. (M.P. poz. 765 oraz 764), nr 1131.24.2019 z dnia 15 listopada 2019 r. (M.P. poz. 1092), nr 1131.2.2018 oraz 1131.1.2018 z dnia 9 stycznia 2018 r. (M.P. poz. 29 oraz 28), z dnia 16 listopada 2015 r. (M.P. poz. 1091).

<sup>3</sup> Dz. U. z 2020 r. poz. 1200 ze zm., dalej: ustawa o NIK.

<sup>4</sup> Najwyższa Izba Kontroli formułuje ocenę ogólną jako ocenę pozytywną, ocenę negatywną albo ocenę w formie opisowej.

zagranicznych przy realizacji zadań ministra właściwego do spraw gospodarki w obszarze promocji polskiej gospodarki za granicą (w dniu 9 grudnia 2020 r.).

Minister, mimo że nie miał wyznaczonej roli w procesie reorganizacji systemu promocji gospodarki, w tym przekształcaniu WPHI w ZBH, to w ramach swych kompetencji i uprawnień zapewnił, poprzez placówki zagraniczne, wsparcie dla utrzymania ciągłości realizacji zadań promocyjnych, w tym obsługi polskich przedsiębiorców za granicą oraz wsparcie w procesie organizacji nowo tworzonych ZBH. Monitorował także proces likwidacji WPHI, dokonując stosownych notyfikacji w krajach akredytacji. Współpracował z kluczowymi podmiotami zaangażowanymi w promocję polskiej gospodarki, tj. ministrem właściwym do spraw gospodarki oraz Polską Agencją Inwestycji i Handlu SA wraz z nowoutworzoną siecią jej Zagranicznych Biur Handlowych.

### III. Opis ustalonego stanu faktycznego oraz oceny częściowej<sup>5</sup> kontrolowanej działalności

OBSZAR

#### 1. Organizacja systemu promocji polskiej gospodarki

Opis stanu faktycznego

W systemie promocji polskiej gospodarki MSZ było instytucją wspierającą. Dział administracji rządowej *sprawy zagraniczne*, zgodnie z art. 32 ust. 1 pkt 7 ustawy z dnia 4 września 1997 r. o *działach administracji rządowej*<sup>6</sup>, obejmuje sprawy dyplomacji publicznej i kulturalnej, a także wspierania działań promujących polską gospodarkę, kulturę, język, turystykę, technikę i naukę realizowanych w ramach innych działów.

MSZ prowadziło tzw. dyplomację ekonomiczną, która obejmowała wspieranie promocji polskiej gospodarki i interesów gospodarczych polskich przedsiębiorstw za granicą. Zadania w tym zakresie były wykonywane w ramach statutowych zadań Ministerstwa oraz placówek zagranicznych<sup>7</sup> i obejmowały:

- ogólną promocję polskiej gospodarki i klimatu inwestycyjnego w kraju (zmierzącą do budowy wizerunku Polski jako kraju o stabilnej, wolnorynkowej gospodarce, atrakcyjnego dla inwestorów),
- zapewnienie udziału Polski w międzynarodowej dyskusji nad wyzwaniem o charakterze globalnym (poprzez kształtowanie pozycji Polski jako ważnego i zaangażowanego partnera),
- wsparcie działań polskich przedsiębiorców za granicą i ochronę ich interesów gospodarczych (zmierzące do wzmocnienia rozpoznawalności i pozycji polskich marek i produktów na rynkach międzynarodowych).

(akta kontroli str. 21, 26-29, 41-42)

W 2018 r. Polska utrzymywała stosunki dyplomatyczne na szczeblu ambasad z 92 krajami, w 2019 r. z 93 krajami, a na dzień 26 maja 2021 r. z 94 krajami. W badanym okresie utworzono trzy ambasady: w Manili w Republice Filipin (2018 r.), w Valletcie w Republice Malty (2019 r.) i w Ułan Bator w Mongolii (2021 r.). Utworzenie nowych ambasad wynikało z nawiązania stosunków dyplomatycznych na tym szczeblu.

(akta kontroli str. 391-404)

Do zadań<sup>8</sup> Departamentu Współpracy Ekonomicznej<sup>9</sup> należało prowadzenie spraw związanych z organizacją kontaktów Ministerstwa oraz placówek zagranicznych z przedsiębiorstwami o charakterze strategicznym. W szczególności dotyczyło to m.in. udzielania wsparcia dyplomatycznego, koordynacji z urzędem obsługującym ministra właściwego do spraw gospodarki oraz

<sup>5</sup> Oceny częściowe to oceny działalności w poszczególnych obszarach badań kontrolnych. Ocena częściowa może być sformułowana, jako ocena pozytywna, ocena negatywna albo ocena w formie opisowej.

<sup>6</sup> Dz.U z 2021, poz. 1893.

<sup>7</sup> Placówką zagraniczną, w rozumieniu art. 7 ust. 1 pkt 7 ustawy z dnia 21 stycznia 2021 r. o *szuście zagranicznej* (Dz. U. z 2021 r. poz. 464 ze zm.), jest przedstawicielstwo dyplomatyczne, stałe przedstawicielstwo przy organizacji międzynarodowej, konsulat generalny, konsulat, wicekonsulat, agencja konsularna, instytut polski lub inna placówka podległa ministrowi właściwemu do spraw zagranicznych mającą siedzibę poza granicami Rzeczypospolitej Polskiej.

<sup>8</sup> W brzmieniu Regulaminu Organizacyjnego z dnia 6 maja 2016 r.

<sup>9</sup> Dalej: DWE.

innymi urzędami i jednostkami im podległymi, a także prowadzenia i koordynacji w Ministerstwie kwestii dotyczących dyplomacji ekonomicznej i promocji polskich interesów gospodarczych za granicą.

Zadania DWE określone w Regulaminie Organizacyjnym w brzmieniu z dnia 12 kwietnia 2019 r. to m.in.: koordynacja zadań dla placówek zagranicznych w odniesieniu do kwestii polityk ekonomicznych oraz współpraca z nimi w zakresie konkretnych projektów realizowanych na zlecenie lub za zgodą Departamentu, prowadzenie spraw związanych z organizacją kontaktów Ministerstwa oraz placówek zagranicznych z przedsiębiorstwami o znaczeniu strategicznym dla gospodarki RP, wspieranie działań promujących wizerunek państwa jako gospodarki opartej na wiedzy oraz nowoczesnych technologiach, w tym promocję start-upów oraz firm technologicznych..

Jednym z zadań Departamentu Dyplomacji Publicznej i Kulturalnej<sup>10</sup> było analizowanie i określanie strategicznych kierunków rozwoju dyplomacji publicznej i kulturalnej, wyznaczanie obszarów priorytetowych w działaniach placówek zagranicznych w tej sferze oraz zapewnianie instrumentów służących ich realizacji, w oparciu o priorytety polskiej polityki zagranicznej.

DDPK nadzorował działalność Instytutów Polskich, częściowo zaangażowanych również w działania wspierające promocję gospodarczą Polski i monitorował osiąganie przez nie zamierzonych celów informacyjno-promocyjnych. Podstawowym narzędziem ewaluacji były coroczne oceny pracy Instytutów Polskich. Przy ocenie uwzględniane były między innymi stopień realizacji zadań stałych, szczegółowych i priorytetowych oraz aktywność placówki w danym roku w zakresie dyplomacji publicznej i kulturalnej w ujęciu jakościowym (partnerzy, miejsce realizacji projektu, zaangażowani kontrahenci i twórcy, odbiorcy, jakość relacji medialnych, kontakty placówki), a także ilościowym (liczba projektów i wydarzeń, zasięg dotarcia, grupy i liczba odbiorców).

(akta kontroli str. 480-481)

W ramach procesu zmiany organizacji systemu promocji polskiej gospodarki, na mocy ustawy z dnia 7 lipca 2017 r. o wykonywaniu zadań z zakresu promocji polskiej gospodarki przez Polską Agencję Inwestycji i Handlu Spółka Akcyjna<sup>11</sup> powołano Polską Agencję Inwestycji i Handlu SA (PAIH) jako spółkę prawa handlowego, która stała się kluczową jednostką w tym zakresie. Zadania PAIH mogły być wykonywane także przez Zagraniczne Biura Handlowe (ZBH), które zostały powołane w miejsce zlikwidowanych Wydziałów Promocji Handlu i Inwestycji (WPHI).

Dyrektor Generalny Służby Zagranicznej<sup>12</sup> wyjaśnił, że MSZ nie uczestniczyło w procesie reorganizacji instytucjonalnej systemu promocji polskiej gospodarki za granicą z uwagi na to, że obszar ten pozostawał w gestii ministra właściwego do spraw gospodarki. MSZ nie uczestniczyło w procesie tworzenia zagranicznych biur handlowych PAIH, nie konsultowało ich lokalizacji geograficznej ani kompetencji terytorialnych. Niemniej jednak, mając na uwadze rolę MSZ w obszarze wspierania promocji polskiej gospodarki, Ministerstwo obserwowało, we współpracy z placówkami dyplomatycznymi, przebieg tego procesu. Placówki zagraniczne wspierały PAIH w kwestiach formalno-prawnych z tym związanych. Ponadto wyjaśnił, że decyzje dotyczące likwidacji WPHI (podejmowane przez ministra właściwego do spraw gospodarki) nie były skorelowane w czasie z tworzeniem zagranicznych biur przez PAIH. W rezultacie, jak podkreślił Dyrektor Generalny SZ, mieliśmy do czynienia praktycznie z dwoma równoległymi procesami, które realizowane były niezależnie od siebie przez dwie różne instytucje.

We wrześniu 2019 r. DWE sporządził dla Ministra Spraw Zagranicznych notatkę informacyjną na temat procesu tworzenia nowego systemu promocji gospodarki Polski za granicą<sup>13</sup>. Zaznaczono w niej, że kluczowym wyzwaniem przy tworzeniu struktur nowego systemu stało się zapewnienie ciągłości wsparcia ekspansji zagranicznej przedsiębiorstw, zwłaszcza w okresie przejściowym oraz wzmocnienie placówek dyplomatyczno-konsularnych. Wskazano także, że w uzasadnieniu do ustawy o PAIH, na wniosek MSZ zawarto fragment dotyczący podziału

<sup>10</sup> Dalej: DDPK.

<sup>11</sup> Dz. U. 2017, poz. 1491. Dalej: ustawa o PAIH.

<sup>12</sup> Dalej: Dyrektor Generalny SZ.

<sup>13</sup> Notatka uwzględniała wnioski z Narady Ambasadorów (wrzesień 2017 r.), podczas której z inicjatywy DWE zorganizowano sesję panelową na temat założeń nowego systemu promocji polskiej gospodarki w kontekście *Strategii na rzecz Odpowiedzialnego Rozwoju*. Do udziału w sesji zaproszono ministra do spraw gospodarki, jednak ostatecznie resort nie oddelegował swojego przedstawiciela, a jego stanowisko przedstawił upoważniony Prezes PAIH.

zadań między PAIH a jej ZBH z jednej strony, a placówkami zagranicznymi z drugiej. W tym względzie placówki dyplomatyczne i konsularne, realizując zadania z obszaru dyplomacji ekonomicznej, w tym w ramach prowadzonej korespondencji i wymiany informacji z instytucjami i organami administracji publicznej w kraju, powinny brać pod uwagę status ZBH.

Odnosząc się do kwestii formalnych związanych z likwidacją WPHI, Dyrektor Generalny SZ wyjaśnił, że stosowne zarządzenia ówczesnego ministra rozwoju i finansów w tej sprawie stanowiły każdorazowo podstawę prawną do zainicjowania przez placówkę dyplomatyczną procesu notyfikacji tego faktu władzom państwa przyjmującego, bowiem WPHI dysponowały statusem dyplomatycznym i funkcjonowały w ramach struktury organizacyjnej ambasad/konsulatów RP.

Zdaniem Dyrektora Generalnego SZ, w okresie przejściowym (między zakończeniem procesu likwidacji WPHI, a utworzeniem sieci ZBH), istniało ryzyko swoistej próżni systemowej<sup>14</sup>. Na ten aspekt zwracali uwagę przedstawiciele organizacji przedsiębiorców podczas posiedzenia *Rady Konsultacyjnej do spraw Zagranicznej Polityki Ekonomicznej przy Ministrze Spraw Zagranicznych* w dniu 23 marca 2017 r. Ponadto na spotkaniu tym wskazano, że zasadne byłoby podjęcie działań mających na celu określenie zasad współpracy między MSZ a MR/PAIH i jednoznaczne zdefiniowanie zadań ZBH oraz dyplomacji ekonomicznej (podlegającej MSZ) w formie porozumienia. W celu zapewnienia ciągłości obsługi przedsiębiorców na rynkach zagranicznych, w okresie przejściowym (do czasu powołania poszczególnych ZBH) MSZ zleciło placówkom zagranicznym udzielanie informacji zainteresowanym przedsiębiorstwom i kierowanie ich zapytań bezpośrednio do PAIH oraz zamieszczenie stosownej informacji na stronach internetowych ambasad.

Jak wyjaśnił Dyrektor Generalny SZ, z uwagi na nadrzędną rolę przedstawicielstw dyplomatycznych w kontaktach z instytucjami administracji rządowej i lokalnej w kraju przyjmującym oraz to, że kierownik placówki zagranicznej jest najwyższym rangą przedstawicielem RP za granicą, ZBH – w ramach realizacji swoich zadań – powinny współpracować z przedstawicielstwami dyplomatycznymi, w szczególności w zakresie informowania o planowanych i podejmowanych działaniach i inicjatywach promocyjnych wymagających wsparcia politycznego.

Porozumienie w sprawie współpracy w realizacji zadań z zakresu promocji polskiej gospodarki za granicą<sup>15</sup> pomiędzy Ministerstwem Spraw Zagranicznych a Polską Agencją Inwestycji i Handlu SA zostało zawarte w dniu 8 października 2020 r.

NIK zwraca uwagę, że pomimo deklaracji uregulowania współdziałania pomiędzy MSZ a ministrem właściwym do spraw gospodarki oraz PAIH w marcu 2017 r., czyli w momencie rozpoczęcia procesu zmiany systemu promocji gospodarki, prace nad zawarciem porozumienia zostały podjęte w 2018 r. kiedy to MSZ przekazało MR jego projekt oraz sfinalizowane w październiku 2020 r. poprzez zawarcie dwustronnego porozumienia pomiędzy MSZ a PAIH. W konsekwencji MSZ oraz podległe mu placówki zagraniczne były jedynymi instytucjami wypełniającymi lukę w zakresie promocji gospodarki oraz wsparcia polskich przedsiębiorców w okresie przejściowym (od likwidacji WPHI do powołania ZBH). Od momentu rozpoczęcia działalności przez ZBH, MSZ wraz z podległymi placówkami zagranicznymi działały w oparciu o robocze kontakty i ustalenia z nowo powoływanymi ZBH, a zatem bez systemowo ustalonego podziału zadań w okresie przejściowym pomiędzy zaprzestaniem działalności przez WPHI a rozpoczęciem działalności i osiągnięciem pełni zdolności operacyjnej przez kolejne ZBH.

Porozumienie odwoływało się do ogólnych założeń *Strategii na rzecz Odpowiedzialnego Rozwoju do roku 2020 (z perspektywą do 2030 r.)*<sup>16</sup>, dotyczących stworzenia zintegrowanego, wewnętrznie spójnego systemu promocji polskiej gospodarki, koordynowanego na poziomie centralnym i regionalnym i ukierunkowanego na rozwój polskiego eksportu, wspierania napływu inwestycji zagranicznych do Polski, zwiększania polskich inwestycji za granicą, umacniania międzynarodowego wizerunku Polski oraz poprawy rozpoznawalności polskich produktów i usług za granicą. Zawierało odniesienie do zadań PAIH określonych w ustawie o PAIH oraz przywołało zadania MSZ w obszarze dyplomacji ekonomicznej (tj. wspieranie i ochrona interesów gospodarczych polskich przedsiębiorstw za granicą). Porozumienie regulowało również

<sup>14</sup> Pismo Dyrektora Generalnego SZ z dnia 8 czerwca 2021 r. znak BKA.081.3.2021/4.

<sup>15</sup> Dalej: Porozumienie MSZ i PAIH.

<sup>16</sup> Przyjęta uchwałą nr 8 Rady Ministrów z dnia 14 lutego 2017 r.

kwestie odnoszące się do ochrony tajemnicy przedsiębiorstwa, zapobiegania konfliktowi interesów i procedur antykorupcyjnych.

Dodatkowo, również z inicjatywy MSZ, począwszy od października 2020 r., tj. od podpisania *Porozumienia MSZ i PAIH*, zorganizowano serię spotkań (ok. 60 – w formule on-line) z udziałem przedstawicieli PAIH, ZBH, DWE oraz kierowników/pracowników placówek dyplomatycznych, podczas których omawiano plany współpracy operacyjnej między placówkami a ZBH.

(akta kontroli str. 217-223, 878-879)

Zarządzeniem nr 6 Ministra Spraw Zagranicznych z dnia 12 października 2004 r. powołano *Radę Konsultacyjną do spraw Zagranicznej Polityki Ekonomicznej przy Ministrze Spraw Zagranicznych*. Zadaniem Rady Konsultacyjnej, zgodnie z §1 ust. 2 zarządzenia, było formułowanie opinii w kwestiach zagranicznej polityki ekonomicznej RP, w tym w kwestiach wymiany handlowej z zagranicą, inwestycji bezpośrednich, a także wspierania interesów gospodarki polskiej i przedsiębiorców przez służbę zagraniczną. Rada Konsultacyjna działała na rzecz poprawy wizerunku polskiej gospodarki za granicą oraz zwiększenia konkurencyjności polskich przedsiębiorców (§1 ust. 3). W skład Rady Konsultacyjnej wchodził: Przewodniczący Rady – Minister Spraw Zagranicznych, Zastępca Przewodniczącego – podsekretarz stanu do spraw dyplomacji ekonomicznej w MSZ oraz członkowie (zaproszeni do udziału w pracach Rady przez Ministra Spraw Zagranicznych): Prezes Krajowej Izby Gospodarczej, Prezydent Konfederacji Lewiatan, Prezes Zarządu Business Centre Club, Prezes Zarządu Stowarzyszenia Eksporterów Polskich, Prezydent Pracodawców Rzeczypospolitej Polskiej, Prezes Związku Banków Polskich, Prezes Zarządu Polskiego Funduszu Rozwoju SA, Prezes Zarządu PAIH, Prezes Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, Prezes Zarządu Banku Gospodarstwa Krajowego, Prezes Zarządu Korporacji Ubezpieczeń Kredytów Eksportowych SA, Prezes Zarządu Instytutu Badań nad Gospodarką Rynkową, Rektor Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, Rektor Akademii Leona Koźmińskiego, Dyrektor Narodowego Centrum Badań i Rozwoju, Dyrektor Instytutu Badań Rynku, Konsumpcji i Koniunktur.

W okresie objętym kontrolą odbyło się pięć<sup>17</sup> posiedzeń Rady Konsultacyjnej, w trakcie których omawiano działania MSZ w obszarze dyplomacji ekonomicznej zrealizowane w poprzednim roku, założenia w tym obszarze na dany rok, omawiano priorytetowe kierunki działań Ministerstwa na forum organizacji gospodarczych i inicjatyw międzynarodowych oraz bieżące sprawy, także związane z promocją polskiej gospodarki. W 2018 r. zauważono, że niezbędnym warunkiem sukcesu jest efektywne współdziałanie i koordynacja wysiłków na wielu płaszczyznach i w ramach zróżnicowanych zadań poszczególnych instytucji zaangażowanych w system promocji. Wypracowanie efektywnego pakietu działań uznano za szczególnie ważne w obliczu trwającego wówczas procesu reorganizacji instytucjonalnej i redefiniowania zakresu kompetencji nowoutworzonych resortów gospodarczych.

W okresie objętym kontrolą funkcjonowały dwa zespoły międzyresortowe, do zadań których należała między innymi koordynacja promocji gospodarki Polski.

W okresie od marca 2016 r. do grudnia 2018 r.<sup>18</sup> funkcjonował organ doradczy Rady Ministrów Międzyresortowy Zespół do spraw Promocji Polski za granicą<sup>19</sup>. MZPP zastąpił Radę Promocji Polski pod przewodnictwem Ministra Spraw Zagranicznych. Celem działalności MZPP była koordynacja działań wszystkich resortów oraz podlegających im jednostek w dziedzinie promocji zagranicznej RP.

Funkcję przewodniczącego MZPP pełnił Sekretarz Stanu w KPRM Adam Lipiński, funkcję wiceprzewodniczącego pełnił sekretarz stanu w MSZ. W skład MZPP wchodził przedstawiciele Kancelarii Prezydenta RP oraz ministrów właściwych do spraw 11 działów administracji. Sekretariat MZPP obsługiwany był przez DDPK.

Do zadań MZPP należały:

- koordynacja działań instytucji rządowych w dziedzinie promocji RP za granicą,

<sup>17</sup> W dniach: 23 lutego i 19 czerwca 2018 r., 19 lutego 2019 r., 11 lutego 2020 r. oraz 28 czerwca 2021 r.

<sup>18</sup> Utworzony zarządzeniem nr 43 Prezesa Rady Ministrów z 31 marca 2016 r. w sprawie *Międzyresortowego Zespołu ds. Promocji Polski za granicą* (niepublikowane) oraz zniesiony zarządzeniem nr 199 Prezesa Rady Ministrów z dnia 14 listopada 2018 r. w sprawie *zniesienia niektórych organów pomocniczych Rady Ministrów i Prezesa Rady Ministrów* (M. P. poz. 1191).

<sup>19</sup> Dalej: MZPP.

- podejmowanie działań na rzecz obrony dobrego imienia RP za granicą,
- podejmowanie działań na rzecz budowy wizerunku RP za granicą,
- opracowywanie rekomendacji dla RM w zakresie promocji RP za granicą,
- opracowywanie projektów wytycznych oraz średnich i długofalowych strategii promocji RP za granicą,
- proponowanie mechanizmów współpracy organów administracji rządowej z organizacjami pozarządowymi, przedsiębiorcami, środowiskami twórczymi na rzecz promocji RP za granicą,
- opiniowanie, na wniosek Prezesa RM lub właściwego ministra, projektów aktów prawnych lub innych dokumentów rządowych, w przedmiocie promocji RP za granicą lub mogących wywołać skutki w tym obszarze, podejmowanie innych działań związanych z promocją RP za granicą,
- podejmowanie innych działań związanych z promocją RP za granicą.

W ramach MZPP funkcjonowało<sup>20</sup> dziewięć zespołów zadaniowych wspierających jego prace w działaniach na rzecz zwiększenia skuteczności działań promocyjnych prowadzonych przez poszczególne ministerstwa w różnych obszarach promocji Polski, w tym *Zespół zadaniowy ds. marki POLSKA i zarządzania informacją o Polsce* (z wiodącą rolą MSZ).

MZPP obradował siedem razy, z czego dwa w okresie objętym kontrolą<sup>21</sup>.

W 2016 r. na posiedzeniach zespołu zadaniowego m.in. opracowano definicję dyplomacji ekonomicznej<sup>22</sup> oraz przyjęto Kartę zadań Nr 2, w której założono opracowanie wkładu do *Kierunków Promocji Polski na lata 2017-2027*.

W roku 2017 r. omawiano m.in.:

- projekt ustawy o wykonywaniu zadań z zakresu promocji polskiej gospodarki przez PAIH, w tym założenia systemu promocji polskiej gospodarki oraz harmonogram prac nad projektem ustawy,
- informację PAIH o zaawansowaniu prac dotyczących tworzenia ZBH,
- informację o udziale Polski w wydarzeniach: Astana EXPO 2017 i Hannover Messe 2017 oraz możliwości zorganizowania EXPO 2022 w Łodzi,
- reformę dyplomacji ekonomicznej (likwidacja WPHI i zastąpienie ich ZBH).

W roku 2018 r. omawiano m.in.:

- informację o postępach prac dotyczących udziału Polski w EXPO 2020 Dubaj w ZEA (zaprezentowano Komisarza Generalnego Sekcji Polskiej oraz koncepcję programową),
- informacje o uzgodnieniach i konsultacjach społecznych projektu uchwały RM w sprawie programu wieloletniego,
- założenia współpracy partnerskiej dla firm,
- informacje resortów/instytucji dotyczące przygotowań do udziału Polski w EXPO 2020.

Efektom prac MZPP było opracowanie następujących dokumentów:

- *15 zasad komunikacji marki Polska i ujednolicone zasady marki Polska* (Uchwała MZPP nr 5 z dnia 15 grudnia 2016 r.),
- *Kierunki promocji Polski na lata 2017-2027* (Uchwała MZPP nr 7 z dnia 20 grudnia 2017 r.),
- *Marka Polska - koncepcja* (Uchwała MZPP nr 8 z dnia 27 lutego 2018 r.).

Jak poinformował Dyrektor Generalny SZ, zgodnie § 6 uchwały nr 7 MZPP, odpowiedzialność za sprawdzanie efektów działań promocyjnych Polski za granicą oraz zlecenie ewaluacji przypisane zostały MZPP. Do momentu zniesienia MZPP (14 grudnia 2018 r.) nie powstały raporty

<sup>20</sup> Uchwała Nr 2 MZPP z dnia 10 maja 2016 r.

<sup>21</sup> W 2016 r. odbyły się dwa posiedzenia Zespołu, w dniach 1 września 2016 r. i 28 listopada 2016 r., w 2017 r. trzy posiedzenia w dniach 16 marca, 19 lipca i 18 października 2017 r. oraz w 2018 r. dwa posiedzenia w dniach 16 marca oraz 24 maja 2018 r.

<sup>22</sup> Dyplomacja ekonomiczna jest instrumentem polityki zagranicznej państwa mającym na celu wpieranie gospodarki Polski oraz jej interesów gospodarczych zarówno w kontaktach dwustronnych, jak i wielostronnych z partnerami zagranicznymi, służącym rozwijaniu współpracy gospodarczej, m.in. poprzez rozbudowę bazy traktatowej i tworzenie przyjaznego otoczenia prawnego, ochronę praw i interesów polskich podmiotów gospodarczych za granicą oraz promowanie Polski jako wiarygodnego partnera w kontaktach handlowych i inwestycyjnych. Promowanie Polski następuje w oparciu o analizę sytuacji geopolitycznej państwa/regionów, regulacji prawa międzynarodowego, możliwości wynikających z członkostwa Polski w organizacjach i instytucjach międzynarodowych, a także aktualnego stanu relacji bilateralnych.

za rok 2018, gdyż ministerstwa wskazane przez MZPP zobowiązane były do przedstawienia raportu po zakończeniu roku kalendarzowego.

W sprawozdaniu rocznym z działalności MZPP w 2017 r. wskazano między innymi, że w ramach koordynacji działań instytucji rządowych w dziedzinie promocji Rzeczypospolitej Polskiej za granicą, MZPP – na zlecenie MSZ - opracował i przyjął uchwałą *Kierunki promocji Polski na lata 2017-2027*<sup>23</sup>. Dokument powstał w uzgodnieniu ze wszystkimi ministerstwami, wyznaczał kierunki działań administracji rządowej i jednostek im podległych w zakresie promocji Polski za granicą. Miał on stanowić podstawę do opracowania we własnym zakresie przez poszczególne ministerstwa i instytucje szczegółowych strategii działań dla odrębnych obszarów, zgodnie z założeniami określonymi w dokumencie. W dokumencie zaprezentowany został strategiczny przekaz promocji Polski (marki „Polska”), proponowane w promocji atrybuty marki Polska, a także cele, grupy docelowe, przykładowe taktyki, narzędzia i mierniki dla każdego z obszarów strategicznych promocji. Obszarami strategicznymi zostały uznane: bezpieczeństwo i polityka, gospodarka, nauka i innowacyjność, turystyka oraz kultura. Ponadto określono warunki, które powinny zostać spełnione, żeby promocja Polski za granicą była skuteczna, przedstawiono zalecenia w zakresie koordynacji planów, raportowania, ewaluacji działań oraz weryfikacji dokumentu. W obszarze gospodarka sformułowano sześć ogólnych celów (np. „ulotwienie ekspansji gospodarczej na wybrane nowe, obiecujące kierunki geograficzne”, str. 8). Realizacja wszystkich celów miała być mierzona za pomocą dwóch mierników: liczba przedsiębiorstw posiadających w portfolio rozpoznawalne globalne marki i kojarzone z Polską jak krajem pochodzenia oraz liczba przedsiębiorców wykorzystujących w komunikacji markę Polska jako czynnik zwiększający przewagę konkurencyjną. Przykładowymi narzędziami realizacji miały być: wspieranie polskich start-upów w ramach projektu Global Inno-Stars (z którego realizacji zrezygnowano), organizowanie przez ambasady i ZBH imprez służących nawiązywaniu kontaktów oraz działania informacyjno-edukacyjne skierowane do polskich przedsiębiorców mające na celu zwiększenie świadomości istnienia projektów wspierających eksport.

Jak wyjaśnił Dyrektor Generalny Służby Zagranicznej<sup>24</sup>, MSZ nie posiadało informacji o przyczynach niepodjęcia przez Radę Ministrów decyzji w sprawie obowiązywania dokumentu *Kierunki promocji Polski na lata 2017-2027*.

Zarządzeniem nr 16 Prezesa Rady Ministrów z 19 lutego 2020 r. został powołany *Międzyresortowy Zespół do spraw Promocji Rzeczypospolitej Polskiej*<sup>25</sup>, jako organ pomocniczy i opiniodawczo-doradczy Rady Ministrów. Inicjatorem jego utworzenia był Minister Spraw Zagranicznych, który w dniu 26 lipca 2019 r. przesłał do uzgodnień międzyresortowych projekt zarządzenia Prezesa Rady Ministrów w tej sprawie. MZPRP miał pełnić rolę platformy do wymiany doświadczeń i informacji między ministerstwami wchodzącymi w jego skład w obszarze promocji Polski. Do zadań MZPRP należało m.in. opracowanie rekomendacji dla Rady Ministrów w zakresie promocji Polski, określenie celów komunikacyjnych oraz kierunków geograficznych w perspektywie średnio i długoterminowej, opracowanie mechanizmów współpracy pomiędzy organami administracji rządowej, samorządowej oraz innymi instytucjami i organizacjami, opiniodawanie na wniosek Prezesa Rady Ministrów lub właściwego ministra projektów aktów prawnych lub innych dokumentów rządowych, analiza działań, projektów i kierunków promocji. Prace sekretariatu realizowane były przez DDPK.

Jak wyjaśnił Dyrektor Generalny SZ, powołanie MZPRP wynikało z braku organu odpowiedzialnego za opracowywanie rekomendacji i przedstawianie opinii w zakresie inicjatyw dotyczących promocji Polski za granicą (MZPP został zniesiony z dniem 14 grudnia 2018 r.). W związku z tym zaistniała potrzeba przywrócenia zespołu, który umożliwi międzyministerialną współpracę i będzie pełnił rolę platformy dla wymiany doświadczeń i informacji w zakresie promocji Polski, co ułatwi podejmowanie spójnych decyzji i działań na rzecz budowania pozytywnego wizerunku Polski za granicą. Doświadczenie związane z funkcjonowaniem MZPP pokazało, że istnieje potrzeba utworzenia i funkcjonowania zmniejszonego liczebnie zespołu, aby zapewnić efektywne działania.

<sup>23</sup> Uchwała nr 7 Międzyresortowego Zespołu do spraw Promocji Polski za granicą z dnia 20 grudnia 2017 r. dotycząca dokumentu „Kierunki promocji Polski na lata 2017-2027”.

<sup>24</sup> Pismo z dnia 16 lipca 2021 r.

<sup>25</sup> M.P. poz.209, dalej: MZPRP.



W skład MZPRP wchodził przedstawiciele ministrów, kierujących działami administracji rządowej, które uznano za wiodące w obszarze promocji Polski za granicą. Z uwagi na zakres zadań MZPRP, przedstawicielami poszczególnych ministrów mogły być osoby w randze dyrektora lub zastępcy dyrektora, w celu ułatwienia współpracy na poziomie roboczym.

W skład MZPRP wchodził:

- przewodniczący MZPRP – dyrektor komórki organizacyjnej właściwej do spraw dyplomacji publicznej i kulturalnej w urzędzie obsługującym ministra właściwego do spraw zagranicznych;
- pierwszy zastępca przewodniczącego MZPRP – przedstawiciel urzędu obsługującego ministra właściwego do spraw kultury i ochrony dziedzictwa narodowego;
- drugi zastępca przewodniczącego MZPRP – przedstawiciel urzędu obsługującego ministra właściwego do spraw gospodarki;
- po jednym przedstawicielu resortów: administracji publicznej, energii, gospodarki morskiej, informatyzacji, kultury fizycznej, oświaty i wychowania, rolnictwa, rozwoju wsi, rozwoju regionalnego, szkolnictwa wyższego i nauki, transportu, turystyki, środowiska, spraw wewnętrznych, obrony narodowej oraz Kancelarii Prezesa Rady Ministrów.

W okresie objętym kontrolą MZPRP obradował trzykrotnie<sup>26</sup>.

W zakresie realizacji zadań MZPRP (wymiana doświadczeń i informacji oraz analiza działań, projektów i kierunków promocji) były omawiane następujące tematy: priorytety i strategie dyplomacji publicznej i kulturalnej MSZ, wpływ pandemii COVID-19 na wizerunek Polski za granicą oraz aktywność wizerunkową instytucji państwowych, działania komunikacyjne Polski za granicą dotyczące pandemii COVID-19, przewodnictwo Polski w Grupie Wyszehradzkiej, działalność Grupy Roboczej do spraw Informacji Rady UE. Przekazano resortom wytyczne dotyczące spójnej komunikacji o polskiej prezydencji w Grupie Wyszehradzkiej oraz przesłanie polskimi placówkom dyplomatycznym clarisu z prośbą o aktywne włączenie się w akcję informacyjną dotyczącą przeciwdziałania rozprzestrzenianiu się wirusa COVID-19 w Polsce.

Ponadto na posiedzeniu MZPRP w dniu 22 czerwca 2021 r. Komisarz EXPO przedstawił stan przygotowań do udziału Polski w EXPO 2020 w Dubaju. Przedstawiono m.in. koncepcję zaprezentowania Polski na wystawie oraz skierowano prośbę o włączenie się placówek w promocję EXPO, współpracę i promowanie EXPO w działaniach resortów, udostępnianie treści i wykorzystanie przygotowanych materiałów.

(akta kontroli str. 20-26, 217-226)

W celu poprawy koordynacji działań i współpracy MSZ z ministrem właściwym do spraw gospodarki, szczególnie przy podejmowaniu wspólnie przedsięwzięć promocyjnych i organizacji zagranicznych wizyt oficjalnych, spotkań i konsultacji z delegacjami zagranicznymi w kraju, zawarto Porozumienie z dnia 9 grudnia 2020 r. w sprawie współpracy polskich placówek zagranicznych przy realizacji zadań ministra właściwego do spraw gospodarki w obszarze promocji polskiej gospodarki za granicą. Regulowało ono – tak jak analogiczne Porozumienie zawarte w dniu 14 września 2006 r. – kwestie dotyczące zasad i trybu finansowania działalności placówek zagranicznych w zakresie promocji polskiej gospodarki za granicą ze środków pozostających w dyspozycji ministra właściwego do spraw gospodarki, zasad opracowywania programów promocji oraz wymogów formalnych odnoszących się do planowania działań i sprawozdawczości. Planowane działania dotyczyły między innymi: zakupu materiałów na cele promocyjne, organizacji stoisk informacyjnych na imprezach targowo-wystawienniczych, działalności public relations oraz organizacji seminariów i spotkań promocyjnych.

Działania MSZ w obszarze dyplomacji publicznej i kulturalnej realizowane były na podstawie kierunków wyznaczonych w *Strategii Polskiej Polityki Zagranicznej 2017–2021*<sup>27</sup>, które corocznie uszczegóławiano w informacji o zadaniach polskiej polityki zagranicznej, a także na podstawie *Priorytetów MSZ w zakresie dyplomacji publicznej i kulturalnej. Priorytety* przygotowywane były w ujęciu ogólnym oraz według wytycznych regionalnych i tematycznych uwzględniających

<sup>26</sup> W dniach 30 czerwca i 15 grudnia 2020 r. oraz 22 czerwca 2021 r. W dwóch pierwszych posiedzeniach uczestniczył przedstawiciel ministra właściwego do spraw turystyki, a od 14 stycznia 2021 r. ministra właściwego do spraw gospodarki.

<sup>27</sup> Dalej: *Strategia PPZ*. Rada Ministrów przyjęła dokument w dniu 11 lipca 2017 r. w trybie obiegowym.

specyfikę danych regionów geograficznych, uwarunkowań tematycznych i bieżących wyzwań<sup>28</sup>.

*Strategia PPZ* sformułowała trzy powiązane ze sobą priorytety polskiej polityki zagranicznej:

- bezpieczeństwo rozumiane jako zespół działań służących rozbudowie własnych zdolności obronnych, wzmocnieniu potencjału relacji sojuszniczych Polski w ramach NATO i UE oraz aktywnej polityce regionalnej,
- rozwój wynikający z aktywności międzynarodowej służącej rozwojowi gospodarczemu i społecznemu,
- autorytet międzynarodowy jako czynnik umożliwiający kształtowanie pozytywnego wizerunku Polski i umacniania jej wiarygodności w skali europejskiej i globalnej.

Ponadto *Strategia PPZ* definiowała potrzebę ekspansji gospodarczej. W celu pełnego wykorzystania możliwości stworzonych przez globalizację i liberalizację handlu, Polska miała podjąć wysiłki na rzecz poszerzenia kręgu partnerów gospodarczych oraz struktury eksportu, który powinien opierać się na towarach wysoko przetworzonych o dużej wartości dodanej, jak również wykorzystywać potencjał bazy surowcowej Polski, ze szczególnym uwzględnieniem węgla kamiennego.

*Strategia PPZ* wskazywała, że nie rezygnując z silnej pozycji w Unii Europejskiej i Europie Wschodniej, Polska powinna wzmacniać relacje gospodarcze z krajami z innych regionów świata: Azji Południowej, Ameryki Północnej i Południowej, Afryki, Bliskiego Wschodu i Australii. Kontynuowane miały być programy *Go Africa* i *Go China*. Ich uzupełnieniem powinny być bliźniacze inicjatywy adresowane do krajów ASEAN<sup>29</sup>, Iranu i Indii.

NIK zauważa, że *Strategia PPZ*, będąca dokumentem kierunkowym polskiej dyplomacji, nie zawiera operacyjnych celów i mierników do osiągnięcia poprzez działania dyplomacji ekonomicznej.

(akta kontroli str. 304-306, 792-795)

DDPK przekazywał wszystkim placówkom dyplomatycznym *Priorytety MSZ w zakresie dyplomacji publicznej i kulturalnej* na poszczególne lata objęte kontrolą<sup>30</sup>. W 2018 r. w ramach priorytetu stałego *Dbanie o dobre imię Polski i jej nieskazitelny wizerunek*, określono m.in. następujące zadania:

- promowanie wiedzy na temat Polski, w tym jej historii, kultury, nauki, gospodarki i społeczeństwa,
- umacnianie pozycji Polski w gospodarce światowej i skali jej umiędzynarodowienia, w tym wzrostu eksportu i poprawy poziomu jego innowacyjności, promowanie Polski jako wiarygodnego partnera w kontaktach handlowych i inwestycyjnych – w ramach wspierania działań podejmowanych w tym zakresie przez Ministerstwo Rozwoju,
- wspieranie polskich przedsiębiorców i ochrona ich interesów gospodarczych m.in. poprzez pomoc organizacyjną, aktywność informacyjną i interwencje w przypadkach dyskryminacji lub naruszania praw i obowiązujących porozumień.

Jednym z priorytetów szczegółowych było promowanie innowacyjności i kreatywności polskiej gospodarki w ramach realizacji *Strategii na rzecz Odpowiedzialnego Rozwoju do roku 2020 (z perspektywą do 2030 r.)*.

(akta kontroli str. 188-196, 315-328, 655-772)

Przedstawiciel MSZ uczestniczył w posiedzeniach Międzyresortowego Zespołu ds. Inwestycji o Istotnym Znaczeniu dla Gospodarki Polskiej<sup>31</sup>. Do jego zadań należała w szczególności koordynacja spraw związanych z realizacją *Programu wspierania inwestycji o istotnym znaczeniu*

<sup>28</sup> Podczas opracowywania *Priorytetów* wykorzystywane były dostępne publicznie źródła informacji, takie jak badania, rankingi, dane z monitoringu mediów zagranicznych.

<sup>29</sup> Organizacja polityczno-gospodarcza z siedzibą w Dżakarcie, skupiająca aktualnie 10 krajów: Filipiny, Indonezję, Malezję, Singapur, Tajlandię, Brunei, Wietnam, Laos, Mjanmę oraz Kambodżę; ang. *ASEAN Association of South-East Asian Nations*.

<sup>30</sup> Na 2018 r. – w dniu 26 września 2017 r., na 2019 r. – w dniu 7 listopada 2018 r., na 2020 r. – w dniu 10 grudnia 2019 r. oraz na 2021 r. – w dniu 17 listopada 2020 r.

<sup>31</sup> Powołany Zarządzeniem Nr 38 Prezesa Rady Ministrów z dnia 1 czerwca 2015 r. (M.P. z 2015 r., poz. 520).

dla gospodarki polskiej na lata 2011-2023<sup>32</sup> oraz ocena projektów inwestycyjnych i udzielanie rekomendacji ministrowi właściwemu do spraw gospodarki odnośnie skali i formy wsparcia. W skład Zespołu wchodził przedstawiciele ministerstw<sup>33</sup> oraz KPRM i Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Rolę wiodącą pełniło Ministerstwo Rozwoju i Technologii.

Stwierdzone  
nieprawidłowości

W działalności kontrolowanej jednostki w przedstawionym wyżej zakresie nie stwierdzono nieprawidłowości.

OCENA CZĄSTKOWA

NIK pozytywnie ocenia zaangażowanie Ministra Spraw Zagranicznych w monitorowanie procesu zmiany instytucjonalnej w systemie promocji polskiej gospodarki za granicą. Mimo że Minister formalnie nie uczestniczył w tym procesie, to zapewnił, poprzez placówki zagraniczne, wsparcie dla ciągłości realizacji zadań promocyjnych, w tym obsługi polskich przedsiębiorców za granicą oraz pomoc w procesie organizacji nowo tworzonych ZBH. Monitorował także proces likwidacji WPHI, dokonując stosownych notyfikacji w krajach ich akredytacji.

NIK pozytywnie ocenia zaangażowanie przedstawicieli MSZ w pracach organów doradczych, w tym zlecenie *Międzyresortowemu Zespołowi do spraw Promocji Polski za granicą* opracowania dokumentu w zakresie kierunków działań promocyjnych Polski w perspektywie wieloletniej, uwzględniającego obszar gospodarki.

OBSZAR

## 2. Realizacja działań z zakresu promocji gospodarczej Polski

Opis stanu  
faktycznego

Departamenty MSZ nadzorujące placówki zagraniczne corocznie przekazywały im zadania na dany rok. Zadania te miały charakter ogólny i dotyczyły różnych obszarów ich działania, między innymi dyplomacji ekonomicznej. Zadania dla placówek zagranicznych obejmowały: zadania priorytetowe, stałe oraz jednorazowe, bez określenia celów ani mierników oceny ich skuteczności. W ramach działalności w zakresie dyplomacji ekonomicznej, DWE planował corocznie projekty i wydarzenia mające na celu promowanie polskiej gospodarki z uwzględnieniem roli placówek zagranicznych. Proces ten rozpoczynał się w październiku lub listopadzie każdego roku, gdy placówki zagraniczne przygotowywały wnioski projektowe i przesyłały je do MSZ. DWE dokonywał selekcji i uzupełnień wniosków biorąc pod uwagę bieżące interesy zagranicznej polityki ekonomicznej (m.in. sektorowe i geograficzne), interesy polityczne (w konsultacji z właściwymi departamentami geograficznymi) oraz dysponowanie środkami finansowymi (budżet DWE lub budżet ministra właściwego do spraw gospodarki). Po uzgodnieniach DWE przygotowywał projekt planu budżetu na następny rok. Ponadto DDPK corocznie przekazywał placówkom priorytety MSZ w zakresie dyplomacji publicznej i kulturalnej na dany rok, które nie zawierały konkretnych zadań do realizacji. Placówki zagraniczne przygotowywały roczne sprawozdania (w terminie do 15 stycznia następnego roku): z realizacji zadań oraz finansowe.

(akta kontroli str. 227-231, 553-558, 789-875)

W okresie 2018-2021 (do maja) MSZ zaplanowało i uczestniczyło w 164 akcjach promocyjnych z zakresu dyplomacji ekonomicznej, najwięcej w: Niemczech – 18, na Ukrainie i Włoszech po 10, w Szwecji – dziewięć, na Węgrzech – osiem, w Bułgarii i Francji po siedem.

Rolą MSZ było sfinansowanie (poprzez budżety będące w dyspozycji DWE i DDPK) udziału w wydarzeniu oraz zapewnienie koordynacji akcji promocyjnych pomiędzy polskimi uczestnikami a partnerami w kraju organizatora. Ponadto MSZ rozpatrywało sugestie uczestników tych akcji, przeprowadzało na bieżąco konsultacje służące podsumowaniu zrealizowanych działań promocyjnych.

MSZ nie sformułowało dla zaplanowanych wydarzeń celów do osiągnięcia. W MSZ przyjęto, że właściwymi miernikami rezultatów akcji promocyjnych będą mierniki produktu takie jak: liczba uczestników imprezy, liczba firm polskich i zagranicznych uczestniczących w spotkaniach, szczebel prowadzonych rozmów, informacje prasowe: ich liczba, pozycja i nakłady na rynku publikatora, nakład prasowy, a także liczba odsłon strony internetowej informującej o danej akcji promocyjnej.

<sup>32</sup> Przyjętego uchwałą Rady Ministrów nr 122/2011 z dnia 5 lipca 2011 r. (ze zm.). Celem Programu jest wzrost innowacyjności oraz konkurencyjności polskiej gospodarki poprzez wspieranie nowych inwestycji realizowanych przez polskie i zagraniczne firmy spełniające kryteria określone w Programie.

<sup>33</sup> Ministerstwa Rolnictwa, Ministerstwa Finansów i Aktywów Państwowych, Ministerstwa Klimatu i Środowiska, Ministerstwa Rodziny i Pracy.

W 2018 r. przeprowadzono 50 przedsięwzięć promocyjnych w 18 krajach<sup>34</sup>. Były to głównie udział w wykładach, seminariach, spotkaniach warsztatowych, targach i konferencjach. Priorytetami akcji promocyjnych były tematy, w trakcie których pojawiały się także kwestie związane z promocją polskiej gospodarki:

- Polska wiarygodnym sojusznikiem i partnerem,
- Tradycja obywatelska i wolnościowa w kontekście 100 Rocznicy odzyskania niepodległości,
- Polska liderem wspólnych projektów regionalnych,
- Dbanie o dobre imię Polski i jej nieskazitelny wizerunek (stały priorytet).

Organizatorami przedsięwzięć promocyjnych były głównie ambasady RP, które organizowały spotkania z partnerami zagranicznymi (27) oraz Instytuty Polskie za granicą (siedem), Stałe Przedstawicielstwo RP przy Unii Europejskiej (siedem) i konsulaty generalne RP (sześć).

W 2019 r. odbyły się 62 przedsięwzięcia promocyjne w 17 krajach<sup>35</sup>. W ramach dyplomacji ekonomicznej organizowano głównie wykłady, seminaria, fora ekonomiczne, konferencje, stoiska branżowe na targach. Priorytetami akcji promocyjnych były tematy, w trakcie których pojawiały się także kwestie związane z promocją polskiej gospodarki:

- Polska kreatywna i innowacyjna,
- Polska zaangażowana,
- Polska obywatelska i solidarna,
- Dziedzictwo buduje przyszłość,
- Polska inspirująca.

Organizatorami przedsięwzięć promocyjnych były głównie ambasady RP, które organizowały spotkania z partnerami zagranicznymi (33) oraz konsulaty generalne RP (15) i Instytuty Polskie za granicą (14).

W 2020 r. przeprowadzono 46 przedsięwzięć promocyjnych w 15 krajach<sup>36</sup>. W ramach dyplomacji ekonomicznej organizowano głównie wykłady, seminaria, serię artykułów o Polsce oraz wywiad z Premierem RP, spotkania prasowe, udział polskich firm w targach handlowych w różnych branżach, konferencje gospodarcze. Priorytetami akcji promocyjnych były tematy, w trakcie których pojawiały się także kwestie związane z promocją polskiej gospodarki:

- Polska kreatywna i innowacyjna – gospodarka i technologie,
- Polska zaangażowana – międzynarodowa pozycja Polski.

Organizatorami przedsięwzięć promocyjnych były ambasady RP i konsulaty, które organizowały przedsięwzięcia promocyjne, w tym gospodarcze spotkania z partnerami zagranicznymi (33 razy) oraz Instytuty Polskie za granicą (13).

W 2021 r. (do 30 czerwca) zaplanowano przeprowadzenie sześciu przedsięwzięć promocyjnych w czterech krajach<sup>37</sup>. W ramach dyplomacji ekonomicznej zorganizowano głównie wykłady i seminaria w formie wideokonferencji. Priorytetami akcji promocyjnych były tematy, w trakcie których pojawiały się także kwestie związane z promocją polskiej gospodarki:

- Polska kreatywna i innowacyjna – gospodarka i technologie,
- Polska zaangażowana – międzynarodowa pozycja Polski.

Organizatorami wszystkich przedsięwzięć promocyjnych były ambasady RP i konsulaty.

(akta kontroli str. 301-318)

<sup>34</sup> W Belgii (Bruksela) – 11 akcji promocyjnych, w Niemczech – sześć, w Szwecji, we Włoszech, Francji i w Słowacji po cztery, na Ukrainie, w Gruzji, w Danii, w Rumunii i Hiszpanii po dwie, w Wielkiej Brytanii, na Litwie, w Austrii, Luxemburgu, Rosji, Serbii i Czechach po jednej akcji.

<sup>35</sup> W Niemczech – 16, na Ukrainie – osiem, w Szwecji – sześć, we Francji – pięć, w Holandii – cztery, w Belgii i Słowacji – po trzy, na Cyprze, w Rosji, we Włoszech, Wielkiej Brytanii i Mołdowie – po dwie oraz w Bułgarii, Turcji, na Węgrzech, w Finlandii, Danii, na Litwie, w Czechach – po jednej akcji.

<sup>36</sup> W Niemczech – 12, we Włoszech – osiem, na Węgrzech – siedem, w Bułgarii – sześć, na Ukrainie i w Rosji po dwie, w Wielkiej Brytanii, Belgii, Czechach, Danii, Słowacji, Mołdowie, Szwecji, Francji i na Cyprze po jednej.

<sup>37</sup> Do dnia 1 czerwca 2021 r. zrealizowano sześć akcji promocyjnych: w Danii i Szwecji po dwie, w Hiszpanii i Francji po jednej.

Według wyjaśnień<sup>38</sup> Dyrektora Generalnego SZ mniejsza liczba akcji promocyjnych zrealizowanych w latach 2020-2021 wynikała z sytuacji epidemicznej na świecie i wynikających z niej ograniczeń w kontaktach zagranicznych. Pandemia COVID-19 w 2020 r. w zasadniczy sposób wpłynęła zarówno na pracę DDPK, jak i na działania placówek zagranicznych w obszarze dyplomacji ekonomicznej, zmuszając Ministerstwo do przeformułowania projektów w kierunku realizacji wydarzeń promocyjnych on-line. W rezultacie tych działań część zaplanowanych spotkań, debat, pokazów, koncertów czy wystaw przeniesiono do przestrzeni wirtualnej. Wiązało się to z większym wykorzystaniem zmodernizowanych stron internetowych, które stały się ważną platformą do komunikacji z przedstawicielami biznesu, zainteresowanymi nawiązaniem współpracy gospodarczej z Polską.

Zmiany te spowodowały wzrost liczby wydarzeń wirtualnych, przy jednoczesnym spadku liczby tradycyjnych wydarzeń kulturalnych i informacyjno-promocyjnych. Szczególnie niekorzystne dla polskiej dyplomacji było istotne zmniejszenie liczby zagranicznych spotkań, zarówno z powodu ograniczenia wydarzeń w poszczególnych krajach, jak również restrykcji związanych z podróżami międzynarodowymi. W związku z pandemią pojawiły się nowe formy aktywności w obszarze promocji, przy czym wiele placówek zagranicznych zostało zaangażowanych w pomoc humanitarną dla krajów jej potrzebujących.

Uwarunkowania związane z COVID-19 uwzględnione zostały w *Priorytetach dyplomacji publicznej i kulturalnej na rok 2021*.

W związku z pandemią COVID-19 i skoncentrowaniem działań w Internecie MSZ zrealizował kampanię promującą Polską Myśl Informatyczną. Kampania została zrealizowana w grudniu 2020 r., a rozpoczęła się w dniu światowej premiery gry *Cyberpunk 2077* (10 grudnia 2020 r.), co umożliwiło dotarcie do większej rzeszy odbiorców. Działania promocyjne były prowadzone w mediach społecznościowych MSZ oraz placówek zagranicznych (Twitter i Facebook). Treść merytoryczna kampanii opracowana była we współpracy z Polskim Towarzystwem Informatycznym. Jej celem była prezentacja zagranicznym odbiorcom dokonań polskich informatyków w takich obszarach jak: gry komputerowe, innowacja, matematyka, gospodarka, nauka, kryptologia oraz IT.

(akta kontroli str. 188-189)

Ze względu na pandemię COVID-19 odwołane zostały cztery wydarzenia:

- wizyta członka zarządu NBP Pawła Szalamachy i jego wykład w Wyższej Szkole Ekonomii nt. polskiej transformacji, organizowane przez Instytut Polski w Moskwie, zaplanowana na kwiecień 2020 r.,
- seminarium eksperckie „Przyszłość transportu – nowoczesne rozwiązania i perspektywy współpracy w ramach nowych korytarzy transportowych” organizowane przez Ambasadę RP w Baku, zaplanowane na jesień 2020 r.,
- wizyta studyjna dziennikarzy azerbejdzańskich do Polski poświęcona przygotowaniu serii reportaży o polskiej gospodarce i innowacyjności, zaplanowana na czerwiec 2021 r.,
- udział Instytutu Polskiego w Bratysławie na Międzynarodowych Targach Turystycznych SlovakiaTour (23-26.01.2020)

oraz jedno wydarzenie przełożono na późniejszy termin:

- wystawa ceramiki użytkowej i artystycznej Marka Cecuły (Ćmielów) organizowana przez Konsulat Generalny RP w Kaliningradzie, w ramach promocji polskiego wzornictwa artystycznego, zaplanowana na 2020 r. i przełożona na 2021 r.

(akta kontroli str. 480)

Przy realizacji programów i przedsięwzięć promocyjnych MSZ współpracowało z innymi podmiotami. Zakres tej współpracy miał charakter merytoryczny, organizacyjny i logistyczny.

Jak wyjaśnił Dyrektor Generalny SZ, MSZ współpracowało z coraz liczniejszą grupą polskich przedsiębiorstw zainteresowanych rynkami zagranicznymi. Oferowano pomoc przy projektach wymagających kontaktów z administracją rządową na szczeblach politycznych, udzielano wsparcia przedsiębiorcom w przypadku wybranych sektorów gospodarki oraz na różnym etapie ekspansji na rynki zagraniczne. Oczekiwania przedsiębiorców wobec wsparcia dyplomatycznego miały zróżnicowany charakter:

<sup>38</sup> Pismo z dnia 8 czerwca 2021 r. znak: BKA.081.3.2021/4.

- przedsiębiorstwa aktywne na rynkach zagranicznych potrzebowały pomocy w przypadkach konkretnych transakcji handlowych, czy przy realizacji projektów inwestycyjnych, w sytuacji, gdy pojawiały się bariery w działalności na danym rynku,
- przedsiębiorstwa, które zaczynały interesować się poszukiwaniem partnerów do współpracy za granicą - w stosunku do nich formy pomocy miały odmienny zakres. Przedsiębiorstwa te zainteresowane były podstawowymi informacjami o rynku, najważniejszymi imprezami targowo-wystawienniczymi, warunkami działania, ramami instytucjonalno-prawnymi, zwyczajami.

Podstawowe znaczenie dla aktywności polskiej dyplomacji ekonomicznej miało utrzymywanie stałych kontaktów z przedsiębiorstwami i organizacjami samorządu gospodarczego. Służyły one lepszemu poznaniu istniejących utrudnień i barier w wymianie międzynarodowej oraz w konsekwencji - zaproponowaniu adekwatnego wsparcia ze strony MSZ i podległej mu dyplomacji ekonomicznej. Podejmowane były interwencje u przedstawicieli administracji rządowej za granicą, w tym w odniesieniu do przypadków nieprzestrzegania zobowiązań wynikających z umów i porozumień regulujących sferę międzynarodowego handlu i obrotu kapitałowego.

W latach 2018 i 2019 wsparciem dyplomatycznym objęto w każdym roku ponad 4 tys. polskich przedsiębiorstw aktywnych na rynkach zagranicznych. W 2020 r. liczba ta uległa zmniejszeniu z powodu pandemii, a MSZ udzieliło wsparcia ponad 2,5 tys. polskich firm aktywnych na rynkach zagranicznych, z czego na Europę przypadało statystycznie ok. 50% działań w tym obszarze. W 2020 r. 470 firm skorzystało z pomocy placówek w regionie Azji i Pacyfiku, ponad 220 na obszarze państw byłego ZSRR, blisko 350 w regionie Afryki i Bliskiego Wschodu, 260 w obu Amerykach.

W MSZ został utworzony portal internetowy *Dyplomacja dla biznesu*<sup>39</sup>, który zawierał informacje o projektach i przetargach organizacji międzynarodowych, w tym zakładkę o wydarzeniach organizowanych bądź współorganizowanych przez MSZ z obszaru dyplomacji ekonomicznej. Administratorem portalu było Biuro Rzecznika Prasowego MSZ, natomiast DWE odpowiadał za zarządzanie i zasilanie danymi.

W kwietniu 2020 r. na stronie internetowej MSZ uruchomiono zakładkę *Anti-COVID Offer by Polish Business*, za której administrowanie odpowiadało Biuro Prasowe MSZ. Służyła ona do zamieszczania ofert produktów i rozwiązań polskich przedsiębiorców i naukowców, które były przydatne w przeciwdziałaniu pandemii i jej skutkom. Informacja o zakładce i zamieszczonych w niej ofertach została przekazana placówkom dyplomatycznym i konsularnym, które promowały te oferty na swoich stronach internetowych, w mediach społecznościowych oraz przede wszystkim w bezpośrednich kontaktach z partnerami instytucjonalnymi i korporacyjnymi w państwach swojej akredytacji.

Z inicjatywy MSZ znowelizowano rozporządzenie Ministra Spraw Wewnętrznych i Administracji z dnia 13 marca 2020 r. w sprawie *czasowego zawieszenia lub ograniczenia ruchu granicznego na określonych przejściach granicznych*<sup>40</sup>, w wyniku czego umożliwiono wjazd do Polski przedsiębiorcom zagranicznym oraz przedstawicielom zagranicznych podmiotów gospodarczych przekraczającym granicę Rzeczypospolitej Polskiej w celach gospodarczych, którzy ze względu na uzasadniony zamiar oraz cel przyjazdu zostali notyfikowani przez akredytowaną w Rzeczypospolitej Polskiej placówkę dyplomatyczną danego państwa i uzyskali pisemną zgodę ministra właściwego do spraw zagranicznych na taki przyjazd. Nowelizacja ta miała na celu umożliwienie przyjazdu do Polski obywateli innych krajów, których przyjazd był wskazany ze względu na interesy gospodarcze Polski oraz kraju pochodzenia danej osoby, a którzy dotychczas nie mogli wjechać do Polski z uwagi na ograniczenia w przekraczaniu granicy, wprowadzone w związku z pandemią COVID-19.

(akta kontroli str. 387-394)

Zestawienie wydarzeń promocyjnych zorganizowanych<sup>41</sup> przez ambasady RP w latach 2018-2021 (do 30 czerwca) wykazuje, że zaplanowano przeprowadzenie 901 aktywności o charakterze promocyjnym na całym świecie. Z powodu pandemii oraz innych przyczyn odwołano bądź przeniesiono na inny termin 137 z nich. Łączna liczba zrealizowanych działań promocyjnych

<sup>39</sup> <https://www.gov.pl/web/dyplomacja/dyplomacja-dla-biznesu>

<sup>40</sup> Nowelizacja weszła w życie 3 grudnia 2020r.

<sup>41</sup> Z wyłączeniem przedsięwzięć zorganizowanych na zlecenie MSZ.

wyniosła 764, najwięcej w Singapurze – 126, Wielkiej Brytanii – 95, Norwegii – 38, Francji – 37, Rosji, Izraelu i Słowacji po 27.

Dla 64% przedsięwzięć określono mierniki. Były to przede wszystkim mierniki ilościowe: np. liczba uczestników, liczba spotkań. Monitorowanie osiągania wskaźników dla poszczególnych działań realizowano głównie poprzez roczne oceny działalności placówek zagranicznych dokonywane przez MSZ na podstawie składanych sprawozdań z realizacji zadań.

Przy organizacji przedsięwzięć promocyjnych ambasady RP współpracowały między innymi z ZBH oraz urzędem obsługującym ministra właściwego do spraw gospodarki, w zakresie szczególnych kwestii organizacyjnych i logistycznych.

Wskaźniki wykonania zaplanowanych działań i przedsięwzięć promocyjnych w latach 2018-2019 kształtowały się na poziomie 80%. Uwzględniając specyfikę funkcjonowania ambasad RP w tym obszarze, niekiedy niesprzyjające uwarunkowania lokalne (np. odwoływanie wizyt m.in. z uwagi na niestabilną sytuację polityczną) oraz fakt, że niejednokrotnie szereg inicjatyw podejmowanych jest w państwach akredytacji z udziałem (również finansowym) i we współpracy z lokalnymi partnerami zewnętrznymi, odstąpienia od realizacji konkretnych i wcześniej zaplanowanych przedsięwzięć promocyjnych nie leżały wyłącznie po stronie ambasad RP.

Wysokość wydatków poniesionych na promocję odpowiadała poziomowi planowanych wydatków. Ambasady RP, przy realizacji inicjatyw o charakterze promocyjnym, ponosiły koszty organizacyjne, w tym związane m.in. z wynajmem pomieszczeń konferencyjnych, opracowaniem materiałów na potrzeby konferencji, udziałem prelegentów, tłumaczeniem. Na te działania otrzymywały dofinansowanie z budżetu Ministra Spraw Zagranicznych (będące w dyspozycji DWE oraz DDPK) oraz ze środków finansowych pozostających w dyspozycji ministra właściwego do spraw gospodarki na podstawie porozumień w tej sprawie.

### **Działania promocyjne sfinansowane z budżetu ministra właściwego do spraw gospodarki**

Na podstawie porozumień z 2006 r. i 2020 r. minister właściwy do spraw gospodarki akceptował i finansował roczne plany działalności promocyjnej placówek zagranicznych ubiegających się o finansowanie.

W 2018 r. 18 placówek zagranicznych<sup>42</sup> otrzymało środki w łącznej wysokości 316,0 tys. zł (wraz z kosztami bankowymi w kwocie 1,0 tys. zł), z których wydatkowały 297,6 tys. zł (83,8% planu) oraz zwróciły niewykorzystane środki w wysokości 19,3 tys. zł. Placówki zagraniczne zrealizowały wszystkie zaplanowane działania, za wyjątkiem jednego, odwołanego z przyczyn niezależnych od placówki. Niewykorzystane środki wynikały z niższych niż planowane kosztów realizacji przedsięwzięć (w tym z powodu zmian kursowych).

W 2019 r. 29 placówek zagranicznych<sup>43</sup> otrzymało środki w łącznej wysokości 624,6 tys. zł (wraz z kosztami bankowymi w kwocie 2,1 tys. zł), z których wydatkowały 597,4 tys. zł (85,3% planu) oraz zwróciły niewykorzystane środki w wysokości 29,3 tys. zł. Placówki zagraniczne zrealizowały wszystkie zaplanowane działania, za wyjątkiem jednego, którego realizację, za zgodą ministra właściwego do spraw gospodarki, przełożono na 2020 r. Niewykorzystane środki wynikały z niższych niż planowane kosztów realizacji przedsięwzięć (w tym z powodu zmian kursowych, zwrotu podatku VAT). Część zaoszczędzonych środków wykorzystano, za zgodą ministra właściwego do spraw gospodarki, na realizację dodatkowych działań. W 2020 r., ze względu na ograniczenia wynikające z pandemii COVID-19, w wyniku których odwoływano lub przekładano wiele działań promocyjnych, znaczna część środków została przeniesiona na realizację innych zadań lub zakwalifikowana jako środki niewygasające w 2020 r. (200,0 tys. zł). Ostatecznie trzy placówki zagraniczne<sup>44</sup> wykorzystywały łącznie 50,0 tys. zł. W

<sup>42</sup> W Algierii (Algier), Meksyku (Mexico City), Chile (Santiago), Łotwie (Ryga), Egipcie (Kair), Słowieni (Lublana), Panamie (Panama), Albanii (Tirana), Słowacji (Bratysława), Gruzji (Tbilisi), na Węgrzech (Budapeszt), Litwie (Wilno), Chinach (Kanton), Wenezueli (Caracas), Francji (Paryż), Holandii (Haga), Peru (Lima), Katarze (Doha).

<sup>43</sup> W Algierii (Algier), Angoli (Luanda), Chile (Santiago), Czechach (Ostrawa), Grecji (Ateny), Hiszpanii (Madryt), Indiach (New Delhi), Iraku (Irbil), Izraelu (Tel Awiw), Katarze (Doha), Kenii (Nairobi), Litwie (Wilno), Łotwie (Ryga), Meksyku (Mexico City), Mołdawii (Kiszyniów), Niderlandach (Haga), Nowej Zelandii (Wellington), Panamie (Panama), RPA (Pretoria), Senegalu (Dakar), Serbii (Belgrad), Singapurze, Słowacji (Bratysława), Słowieni (Lublana), Tanzanii (Dar es Salaam), Tunezji (Tunis), na Węgrzech (Budapeszt) oraz w Wielkiej Brytanii (Londyn).

<sup>44</sup> W Meksyku (Mexico City), Łotwie (Ryga) i Chinach (Kanton).

2021 r. (do 30 czerwca 2021 r.) osiem<sup>45</sup> placówek zagranicznych otrzymało środki finansowe (w łącznej kwocie 84,4 tys. zł). Sześć placówek zagranicznych zrealizowało zaplanowane działania, natomiast dwie (w Wilnie i Dosze) przełożyły realizację zadań z uwagi na ograniczenia pandemiczne.

Wszystkie placówki zagraniczne terminowo złożyły sprawozdania, o których mowa w Porozumieniach, a minister właściwy do spraw gospodarki nie wniósł do nich zastrzeżeń. Wszystkie zaakceptowane przez ministra właściwego do spraw gospodarki plany promocji placówek zagranicznych oraz sprawozdania z ich realizacji, określały cele i spodziewane efekty dofinansowanych wydarzeń w sposób uniemożliwiający dokonanie oceny ich faktycznej skuteczności. Cele wszystkich zaplanowanych wydarzeń dotyczyły organizacji wydarzenia (np. *głównym celem seminarium było dotarcie do szerokiego grona przedsiębiorców, instytucji otoczenia biznesu oraz mediów branżowych z informacją o potencjale polskiej gospodarki i ofercie eksportowej polskich firm*<sup>46</sup>), jako spodziewane efekty wydarzeń określano zaplanowane do zrealizowania czynności, bez ich precyzyjnego określenia ani wymiarowania (np. *element kampanii promocyjnej, organizacja stoisk*<sup>47</sup>). W sprawozdaniach jako uzyskane efekty wykazywano wykonane czynności (*ogólna promocja Polski i dotarcie do grona przedsiębiorców i konsumentów z informacjami o potencjale polskiej gospodarki; podkreślenie roli Polski jako kraju o bardzo atrakcyjnej ofercie eksportowej; nawiązanie kontaktów z firmami potencjalnie zainteresowanymi nawiązaniem współpracy handlowej z przedsiębiorstwami z Polski*).

(akta kontroli str. 361-386)

Stwierdzone  
nieprawidłowości

W działalności kontrolowanej jednostki w przedstawionym powyżej zakresie nie stwierdzono nieprawidłowości.

**OCENA CZĄSTKOWA**

Minister zrealizował zaplanowane działania z zakresu promocji polskiej gospodarki zgodnie z ich założeniami (z uwzględnieniem zmian wynikających z pandemii COVID-19). Wyznaczał podległym placówkom zagranicznym zadania oraz określał kierunki priorytetowe dotyczące dyplomacji ekonomicznej, które wpisywały się w założenia *Strategii Polskiej Polityki Zagranicznej 2017–2021* oraz coroczne zadania polskiej polityki zagranicznej.

## IV. Wnioski

Wnioski

Najwyższa Izba Kontroli nie formułuje wniosków pokontrolnych na podstawie art. 53 ust. 1 pkt 5 ustawy o NIK.

## V. Pozostałe informacje i pouczenia

Wystąpienie pokontrolne zostało sporządzone w dwóch egzemplarzach; jeden dla kierownika jednostki kontrolowanej, drugi do akt kontroli.

Prawo zgłoszenia  
zastrzeżeń

Zgodnie z art. 54 *ustawy o NIK* kierownikowi jednostki kontrolowanej przysługuje prawo zgłoszenia na piśmie umotywowanych zastrzeżeń do wystąpienia pokontrolnego, w terminie 21 dni od dnia jego przekazania. Zastrzeżenia zgłasza się do Prezesa NIK. Prawo zgłaszania zastrzeżeń, zgodnie z art. 61b ust. 2 *ustawy o NIK*, nie przysługuje do wystąpienia pokontrolnego zmienionego zgodnie z treścią uchwały w sprawie zastrzeżeń.

Warszawa, dnia 8 lutego 2022 r.

Prezes  
Najwyższej Izby Kontroli  
Marian Banaś

/-/

<sup>45</sup> W: Słowieni (Lublana), Litwie (Wilno), Singapurze, Senegal (Dakar), Katarze (Doha), Egipcie (Kair), Chinach (Kanton) oraz Stanach Zjednoczonych (Chicago).

<sup>46</sup> Korekta programu promocji Konsulatu Generalnego RP w Kantonie na 2021 r. z dnia 27 kwietnia 2021 r.

<sup>47</sup> Korekta programu promocji Konsulatu Generalnego RP w Kantonie na 2021 r.



Zmian w wystąpieniu pokontrolnym dokonał:

Najwyższa Izba Kontroli  
Departament Gospodarki,  
Skarbu Państwa i Prywatyzacji

p.o. Dyrektora  
Maciej Maciejewski  
z up. p.o. wicedyrektora  
Michał Wilkowicz

/-/