



Instytut  
Boyma

## Azja - integracja

Raport po spotkaniu o wyzwaniach polskiej polityki  
wobec krajów Azji



**23 października 2020**

**Instytut Studiów Azjatyckich i Globalnych im. Michała Boyma**

**Organizatorzy:** Krzysztof M. Zalewski, Tomasz Augustyniak, Jakub Kamiński, Patrycja Pendrakowska;

### **Najważniejsze wnioski:**

- **Polityka polska wobec państw Azji powinna w większym stopniu uwzględniać doświadczenie Polek i Polaków mieszkających i działających na tym kontynencie. Dotyczy to zarówno planowania, realizacji projektów, jak i ich ewaluacji;**



- **W prezentowanej w Azji narracji o Polsce nacisk na współczesne problemy i wyzwania przyszłości oraz innowacyjność powinien być znacznie większy niż ten kładziony na politykę historyczną;**
- **Strategie promocyjne powinny opierać się na istniejącym obrazie Polski jako kraju członkowskiego Unii Europejskiej, a także w większym stopniu uwzględniać potrzeby kraju przyjmującego;**
- **Stworzenie trwałych platform networkingowych i sieci komunikacyjnych dla polskich ekspatów i ekspatek jest pilną potrzebą. Pomoże im dotrzeć do większej ilości ważnych informacji, podwyższając prawdopodobieństwo sukcesu;**
- **Wskazane jest tworzenie nowych polskich instytucji w krajach Azji, w tym rad biznesu i izb handlowych, szkół i ośrodków kultury. Ułatwi to integrację i dzielenie się kompetencjami;**
- **Potrzeba kolejnych, tematycznych spotkań w celu pogłębienia analiz związanych z szansami biznesowymi i skuteczną pomocą przedsiębiorcom, budową polskiej marki, efektywnym stosowaniem soft power, poprawianiem jakości debaty publicznej, polityką migracyjną, budowaniem kompetencji z pomocą polskiego środowiska ekspackiego i diaspory oraz zarysowania głównych założeń przyszłego programu azjatyckiego.**

### **Cel okrągłego stołu dla Polek i Polaków mieszkających w Azji**

Polskę z krajami największego z kontynentów łączą stare więzi, które w zmieniającym się świecie i zmieniającej się Polsce są coraz bardziej istotne. Dlatego analitycy i analityczki Instytutu Boyma wspólnie z przedstawicielkami i przedstawicielami polskiej diaspory i społeczności ekspackiej w Azji poszukiwali wspólnie odpowiedzi na wyzwania stojące przed Polską na tym kontynencie. W spotkaniu wzięli udział ludzie mediów, nauki, biznesu i organizacji pozarządowych oraz osoby związane m.in. z dyplomacją, sektorem bankowym, nauką, branżą turystyczną i rozrywkową mieszkające lub działające w Azji.

Debata była efektem pozytywnych reakcji na [list otwarty](#), który Instytut Boyma opublikował latem 2020 roku. Wielu jego czytelników wskazywało na potrzebę szerokich konsultacji założeń nowej, wielowymiarowej polityki, by uwzględnić wielość perspektyw, interesów i uwarunkowań. Okrągły stół z udziałem Polek i Polaków w Azji był kolejnym z serii spotkań konsultacyjnych, które Instytut Boyma prowadzi z polskimi środowiskami zaangażowanymi we współpracę z krajami Azji.

Poszukiwaliśmy odpowiedzi na następujące pytania:



- jakie powinny być cele i środki polskiej polityki wobec Azji z punktu widzenia mieszkających tam Polek i Polaków?
- jak Polska może działać na korzyść większej integracji polskiej społeczności na kontynencie i dbać o ich interesy?
- jak skuteczniej pomagać przedsiębiorcom w rozwijaniu azjatyckiej części ich biznesów?

Kontekstem spotkania jest ogromna dynamika zmian globalnych, które swoje najistotniejsze źródło mają obecnie w Azji. Ten kontynent zamieszkuje 60 proc. ludzi. Azja to dom trzech wielkich religii, buddyzmu, islamu i hinduizmu. Azja to około jedna trzecia światowego PKB. Azja to wreszcie 53 proc. globalnej emisji gazów cieplarnianych. Azja to Chiny, czyli jedna z głównych potęg politycznych i – według parytetu siły nabywczej - pierwsza gospodarka globu. Azja to także Indie, przechodzące historyczne zmiany, na których rozwój stawiają największe koncerny cyfrowe świata. W 2019 roku Indie stały się piątą największą gospodarką, wyprzedzając w rankingu Francję i Wielką Brytanię, zaś według parytetu siły nabywczej zajmują trzecie miejsce. Japonia zajmuje odpowiednio trzecią i czwartą pozycję. Według Banku Światowego między 2008 a 2018 rokiem Indonezja podwoiła swój nominalny PKB, a jego wartość przekroczyła bilion dolarów. W tym samym czasie gospodarka Wietnamu urosła dwuipółkrotnie.

Dynamiczny rozwój wielu państw Azji i wzrost asertywności Chin powoduje rosnące nierównowagi w porządku kontynentalnym i światowym. Narastają konflikty na Morzu Południowochińskim, na granicy Indii i Chin czy wokół Półwyspu Koreańskiego. W rankingu *Global Firepower 2020*, przedstawiającym potencjał militarny państw, Chiny, Indie, Japonia i Korea Południowa zajęły odpowiednio od trzeciego do szóstego miejsca. Wśród państw i regionów, w których najłatwiej prowadzić biznes (*Doing Business 2020*) Singapur zajmuje drugie miejsce, trzecie zaś Hongkong. One też stanowią kluczowe centra finansowe.

Ekspansja tych gospodarek oraz rozwój Polski i jej aktywność w ramach międzynarodowych bloków – w tym Unii Europejskiej i Inicjatywy Trójmorza w jej ramach – mogą szerzej otworzyć drzwi na przyszłą współpracę. Trwająca pandemia Covid-19 odcisnęła piętno na całej globalnej gospodarce, ale może doprowadzić również do pojawienia się szans w takich dziedzinach, jak inwestycje i handel, migracje pracownicze oraz ściślejsza współpraca naukowa i edukacyjna.

Cały powyższy kontekst powoduje, że Polska stoi przed bezprecedensową szansą kreowania nowych form współpracy i poszerzania swoich wpływów na największym z kontynentów. Potrzebuje jednak spójnej i klarownej polityki w Azji oraz politycznej woli jej realizowania.



## DZIAŁ I

### Priorytety polskiej polityki wobec krajów Azji.

#### Perspektywa Polonii oraz Polek i Polaków za granicą

*W prezentacji wniosków z dyskusji zachowano logikę i przebieg spotkania 23 października 2020 r.*

##### 1. Tworzyć polską markę

**Wyzwanie A:** Niedopasowanie, czyli brak wystarczającego powiązania strategii promocyjnych z realiami państw przyjmujących. Strategie zbyt często powstają wyłącznie w oparciu o doświadczenie decydentów z centrali w Polsce. Zbyt duży nacisk kładziony jest na problemy i treści istotne z punktu widzenia Warszawy, zbyt mało jest wrażliwości na potrzeby społeczeństw przyjmujących.

**Propozycja rozwiązania:** Strategie promocyjne Polski i polskiej marki narodowej należy oprzeć o rozpoznanie potrzeb państw. Potrzebne jest przeprowadzenie gruntownej ewaluacji poprzednich projektów prowadzonych przez polskie agencje, które nie przełożyły się na sukces, w tym na przykład analizę promocji polskich jabłek w Chinach. Wskazane zostało również zwrócenie większej uwagi na Filipiny. Ze względu na swoje katolickie dziedzictwo kulturowe tamtejsze społeczeństwo może być bardziej od innych zainteresowane duchowymi aspektami kultury Polski.

**Wyzwanie B:** Strategie promocyjne i polityka kulturalna w zbyt dużym stopniu opiera się na historii oraz historii kultury, w zbyt małym stopniu na bieżących osiągnięciach atrakcyjnych w kraju przyjmującym. Doświadczenie ekspertów pracujących w Azji pokazuje, że przeładowanie strategii promocyjnych narracją historyczną jest nieskuteczne; nie posiadając szczegółowej znajomości historii Europy tamtejsze społeczeństwa nie są zainteresowane nieaktualnymi już realiami geopolitycznymi XX wieku.

**Propozycja rozwiązania:** Przy wyborze przedsięwzięć kulturalnych w Azji ważną rolę odgrywa i odgrywać powinna kwestia pamięci o Polkach, Polakach, kulturze polskiej i polskich śladach w Azji, zgodnie z Art. 6 Konstytucji RP. Z doświadczenia dyplomatów i osób propagujących polską kulturę wynika bowiem, że są to jedyne elementy historyczne budzące żywe zainteresowanie w krajach przyjmujących. Jednak w warstwie narracyjnej i technicznej powinny te aspekty być lepiej połączone z wyobrażeniami kraju przyjmującego oraz silnymi, innowacyjnymi



stronami polskiego przemysłu i kultury (np. wykorzystanie sektora gamingowego do tworzenia produktów promocyjnych w postaci gier wideo lub wykorzystanie popularnych w danym kraju gier z Polski do promocji naszego państwa). Zaleca się zdecydowaną zmianę proporcji pomiędzy realizowaniem polityki historycznej, a ujęciem współczesnym na korzyść tego ostatniego.

**Wyzwanie C:** Aktywność działań promocyjnych, bez wystarczającego wprzęgnięcia ich w ramy wieloletnie. Przykład: w czasie ostatniej wizyty na wysokim szczeblu w Chinach przewodniczący ChRL spróbował polskich jabłek. Jednak strona polska nie potrafiła szybko odpowiedzieć na popyt na ten towar, który pojawił się po spotkaniu.

**Propozycja rozwiązania:** Działania promocyjne powinny być elementem strategii wieloletniej. Zaleca się, aby wizyty zagraniczne zwięźczyły ten proces, a strona polska w porozumieniu z biznesem była przygotowana na zwiększony popyt na towar będący elementem promocji. Strategie promocyjne powinny być na bieżąco ewaluowane, także za pomocą ankiet wśród Polek i Polaków mieszkających za granicą.

## 2. Działać na rzecz odblokowania komunikacji i transportu

**Wyzwanie A:** W czasie pandemii komunikacja fizyczna jest mocno utrudniona, co jest powodem osobistych perturbacji oraz negatywnie wpływa na prowadzone interesy.

**Propozycja rozwiązania:** Dla mieszkających w Azji Polaków i Polek oraz osób prowadzących tam biznesy konieczne jest wzmocnienie nacisku dyplomatycznego oraz podniesienie kompetencji techniczno-organizacyjnych w Polsce w celu przywrócenia bezpiecznej i sprawnej komunikacji lotniczej.

**Wyzwanie B:** Niewiele bezpośrednich połączeń transportowych i logistycznych

**Propozycja rozwiązania:** Należy zwiększyć nacisk na żeglugę i handel poprzez wykorzystanie transportowych dróg morskich. Zważywszy na fakt, iż żegluga obsługuje nawet 90% całego handlu, przywrócenie stałych i bezpiecznych połączeń morskich bezpośrednio z Polski pozwoliłoby na uniezależnienie się polskich przedsiębiorców od portów holenderskich czy niemieckich. Umocnieniu znaczenia polskich portów służyć będzie konsekwentna realizacja długookresowego programu rozwoju żeglugi śródlądowej w Europie Środkowo-Wschodniej.

## 3. Usprawnić instytucje

**Wyzwanie A:** Polskie instytucje w krajach azjatyckich nie są wystarczająco ze sobą zintegrowane. Obecnie niekiedy dublują swoją działalność lub działają bez koordynacji i porozumienia. Zdarza się, że mają niewłaściwie określony status prawny, co utrudnia



im funkcjonowanie, a braki kadrowe powodują trudności z jednoczesnym prowadzeniem biur i właściwej działalności.

**Propozycja rozwiązania:** Wszystkie instytucje polskie w danym kraju powinny być zintegrowane i podlegać jednemu zwierzchnictwu znajdującemu się w tym kraju. Ono także powinno odpowiadać za sumaryczne efekty pracy. W szczególności chodzi tu o koordynację między placówkami PAiH, ambasadami, konsulatami, instytutami kultury polskiej.

**Wyzwanie B:** Istniejące środki i kadry są niewystarczające i nieadekwatnie alokowane. Przykładem są konsulatory, które mają zbyt małą ilość pracowników i zbyt dużo zadań, przez co skupiają się głównie na wydawaniu wiz obcokrajowcom i bieżącej obsłudze obywateli w ich sprawach życiowych. Nie wystarcza im czasu na akcje integracyjne wśród Polek i Polaków za granicą i działania o znaczeniu strategicznym.

**Propozycja rozwiązania:** Wzorem państw zachodniej Europy należy przesunąć kadre i zasoby z państw członkowskich UE do coraz istotniejszych w kontekście globalnym państw Azji, uwzględniając przy tym w sposób proaktywny długookresowe perspektywy państw regionu i kładąc odpowiednio większy nacisk na wzmocnienie placówek w państwach wschodzących (np. z grupy Next 11), np. Wietnamie, Indonezji. Kwestie wizowe można wzorem innych krajów efektywnie zautomatyzować (elektroniczny system rejestracji wniosków i wydawania wiz) lub przekazać do firm zewnętrznych. Alternatywnie zaleca się znaczne zwiększenie liczby pracowników konsularnych zajmujących się procedurami wizowymi w krajach o dużym zapotrzebowaniu na wizy pracownicze lub studenckie, takich jak Indie (gdzie polskie służby obsługują także aż sześć ościennych krajów), Filipiny i Indonezja. Do czasowego zwiększania liczby urzędników można wykorzystać instrument czasowej delegacji pracowników MSZ z Warszawy.

Do pewnego stopnia odpowiedzią na niedobory kadrowe i finansowe mogłaby być integracja niektórych zadań przez państwa V4/3SI/państwa członkowskie UE o wspólnych interesach w danym państwie-gospodarzu, na wzór wspólnych misji dyplomatycznych państw skandynawskich (projekt wspólnych ambasad/konsulatów państw V4).

**Wyzwanie C:** Nieefektywny i niezwykle podatny na ataki hakerskie globalny system informatyczny MSZ e-Konsulat znacząco utrudnia, a czasem uniemożliwia azjatyckim i międzynarodowym przedsiębiorcom sprowadzanie swoich pracowników i zarządów do Polski. Zdarzały się przypadki, kiedy Polskę ominęły z tego powodu znaczące inwestycje.

**Propozycja rozwiązania:** Pilną potrzebą jest zastąpienie lub unowocześnienie systemu e-Konsulat.





### **Wyzwanie D:** Niewystarczający poziom współpracy akademickiej

**Propozycja rozwiązania:** Wykorzystując doświadczenia Polek i Polaków pracujących na azjatyckich uczelniach, wskazane jest dążenie do powstania i utrwalenia współpracy akademickiej. Powinna się ona realizować zarówno poprzez wymianę studentów, kadry, jak i wspólne projekty badawcze. Szczególną szansą są środki Unii Europejskiej, która w nowej perspektywie budżetowej będzie je alokowała w celu zwiększenia współpracy państw członkowskich z krajami azjatyckimi w dziedzinach innowacyjnych, w szczególności związanych z przeciwdziałaniem zmianom klimatycznym i niskoemisyjnymi technologiami energetycznymi. Charakter współpracy musi być praktyczny. Wskazane jest również wyjście polskich instytucji z większą inicjatywą organizowania wykładów i konferencji w języku angielskim. Obiecująca wydaje się szersza współpraca polskich szkół filmowych z azjatyckimi partnerami ze względu na ich renomę i rozpoznawalność.

#### **4. *Poland Town, Polish Network, czyli instytucje wspierające przepływ informacji do diaspory i między jej członkami***

**Wyzwanie A:** Polki i Polacy poza granicami kraju nie mają łatwego dostępu do narodowych sieci.

**Propozycja rozwiązania:** Priorytetem jest stworzenie kanałów komunikacji, które przyspieszają przepływ informacji. W zależności od kraju należy wybrać łatwą i bezpieczną platformę komunikacji, np. newsletter mailowy, media społecznościowe (np. Facebook) czy komunikatory internetowe (WhatsApp, WeChat). W pierwszym rzędzie warto wspierać kanały już istniejące, rozbudowywać sieci, usprawniać przepływ informacji i propagować, a nie tworzyć nowe obok już istniejących.

Na stronach polskich instytucji powinny się znaleźć jasne wskazówki, jak do takich grup dołączyć oraz kto za nie odpowiada. Należy określić zasady komunikacji w nich panujące, tak by służyły one integracji Polek i Polaków za granicą, bez przenoszenia krajowych sporów, mało relewantnych w kontekście azjatyckim. Należy też jasno poinformować jakiego rodzaju komunikacja może spowodować trudności w kraju przyjmującym (np. tajaska wrażliwość i regulacje prawne w kwestiach obrazy królewskiego majestatu).

Odpowiedzialnymi za administrowanie takimi grupami powinny być służby konsularne razem z wybranymi członkiniami i członkami polskich społeczności.

Istotna wydaje się pomoc ze strony przedstawicielstw dyplomatycznych w celu stworzenia polskich rad biznesu oraz izb przemysłowo-handlowych, które mogą być zrzeszone w europejskich izbach handlowych w danym państwie. Za przykład dobrej praktyki może posłużyć Polska Izba Przedsiębiorców w Szanghaju.



**Wyzwanie B:** Informacje dla biznesu. Mimo istnienia informacji rynkowych na stronach PAiH, Polacy i Polki mieszkający w Azji nie są ich świadomi lub niejednoznacznie oceniają ich jakość, aktualność i użyteczność.

**Propozycja rozwiązania:** Wydzielenie tematycznych platform komunikacji dla poszczególnych grup, np. biznesu. Należy stworzyć platformę informacyjną dotyczącą uwarunkowań prawnych w różnych krajach azjatyckich lub polepszyć jakość i rozpoznawalność dostępnych informacji.





## DZIAŁ II

### **Integracja Polek i Polaków w Azji. Jak ją usprawnić i jak czerpać z niej korzyści?**

*W prezentacji wniosków z dyskusji zachowano logikę i przebieg spotkania 23 października 2020 r.*

#### **1. Wypracować nowy model integracji**

**Wyzwanie A:** Brak idei, wokół której Polacy mogliby się integrować za granicą oraz niska świadomość mocnych stron kraju pochodzenia, a także atutów polskich firm, marek i instytucji.

**Propozycja rozwiązania:** Zaleca się skupienie wokół osi pragmatycznych celów, takich jak biznes i rozwój polskiej marki narodowej, w tym na promocji współczesnych osiągnięć, np. na polu naukowym, kulturalnym i gospodarczym. W tym kontekście ważne jest zdefiniowanie mocnych stron Polski i komunikowanie ich w pierwszej kolejności wśród diaspory i grup ekspackich, a następnie na zewnątrz. Cele integracji mogą być jednak różne w zależności od specyfiki społeczności polskiej w poszczególnych krajach przyjmujących.

**Wyzwanie B:** Nieadekwatne wsparcie instytucjonalne ze strony państwa dla działań integracyjnych i promujących Polskę w krajach przyjmujących. Brak wystarczających kadr i środków w placówkach dyplomatycznych wpływa na przeciążenie ambasad i konsulatów, które w efekcie nie są w stanie prowadzić integracji na szeroką skalę. Jest to jedną z przyczyn niedostatecznej liczby i różnorodności polonijnych spotkań. Istotnym aspektem polonijnych spotkań powinien być ich inkluzywny i otwarty charakter, a także transparentna dystrybucja informacji na ich temat. Dla przykładu utworzenie zamkniętej liczby gości na spotkanie zorganizowane przez konsulat z okazji dnia niepodległości w jednym z miast w Azji wywołało dość liczne kontrowersje oraz spowodowało zbędne domysły na temat kto i dlaczego został na to spotkanie zaproszony. Siłą polskiej wspólnoty za granicą powinna być jej jedność a rolą instytucji państwowych powinno być jej jednoczenie.

**Propozycja rozwiązania:** Kluczowe jest lepsze zagospodarowanie środków finansowych oraz kadr poprzez przesuwanie ich z krajów Unii Europejskiej do działalności w Azji.

Budowanie polskiej wspólnoty zagranicą wymaga także jeszcze bardziej proaktywnej postawy polskich służb dyplomatycznych i konsularnych w animowaniu działań społeczności oraz zaangażowanie instytucji takich jak Polska Agencja Inwestycji i Handlu, Instytuty Polskie oraz wszystkich instytucji, które mogą zostać utworzone w przyszłości.



**Wyzwanie C:** Niewystarczająca różnorodność kanałów i sposobów integracji.

**Propozycja rozwiązania:** Utrzymując już istniejące formaty spotkań i dbając o ich regularność należy tworzyć nowe rodzaje i kanały integracji, które byłyby atrakcyjne dla członków i członkiń polskiej diaspory w różnym wieku i o różnych potrzebach. Mogą to być prelekcje, wykłady, okrągłe stoły, warsztaty, konferencje i festiwale, które oprócz służenia jako platformy spotkań pomogłyby Polkom i Polakom w wymianie specjalistycznej wiedzy i kompetencji.

Komunikację między mieszkającą w poszczególnych krajach społecznością a instytucjami może ułatwić powołanie w każdym kraju jednej osoby, która reprezentowałaby Polonię oraz jednej reprezentującej ekspatów.

Integrację może ułatwić efektywne wykorzystywanie mediów społecznościowych i komunikatorów (np. WeChat, WhatsApp, Facebook, Twitter) oraz newsletterów.

## **2. Tworzyć instytucje**

**Wyzwanie A:** Daleko niewystarczająca liczba miejsc spotkań Polaków takich jak Instytuty Polskie, świetlice oraz wydarzenia na terenie ambasad. Potrzebna jest bardziej efektywna stymulacja wymiany i debaty wewnątrz społeczności.

**Propozycja rozwiązania:** Tworzenie polskich instytucji biznesowych, kulturalnych i edukacyjnych w kolejnych krajach. Mogą to być szkoły społeczne – przykładem jest polska szkoła w Szanghaju. Zalecane jest także powołanie w Azji kolejnych Instytutów Polskich, które obecnie funkcjonują jedynie w Indiach, Chinach oraz Japonii. Ich utworzenie należy rozważyć w pierwszej kolejności w Wietnamie, Singapurze, Indonezji, Korei Południowej oraz na Filipinach.

Równocześnie należy zachęcać i wspierać członków diaspory do tworzenia prywatnych inicjatyw na rzecz społeczności a także przedsięwzięć biznesowych, takich jak polskie restauracje. Takie miejsca mogą nie tylko promować kuchnię i kulturę, ale również być miejscem spotkań. Warto angażować w działalność istniejące przedsiębiorstwa z polskimi korzeniami.

Przykładami dobrej integracji, choć wymagającej dalszych usprawnień, są trwające od lat spotkania Polek i Polaków w Delhi, comiesięczne spotkania członków i członkiń polskiej diaspory w Szanghaju, inicjatywy Polskiej Izby Przedsiębiorców w Szanghaju oraz Stowarzyszenia Polaków w Singapurze.

Okazją do spotkań mogłyby być szkolenia dla zainteresowanych liderów i liderek szeroko rozumianej Polonii z zakresu prowadzenia działalności pozarządowej, sieciowania, rozwoju kompetencji i wrażliwości kulturowej.



Równoległe do integracji Polonii, należy zabiegać o jej zorganizowaną aktywność w formatach funkcjonujących pod auspicjami UE. Szczególnie istotnym aspektem jest obecność i aktywność polskich - lub szerzej, środkowoeuropejskich - środowisk biznesowych w izbach handlowych UE w państwach Azji.

**Wyzwanie B:** Zbyt duża centralizacja działań promocyjnych i integracyjnych utrudnia skuteczne zaangażowanie Polek i Polaków w życie społeczności w krajach zamieszkania. Działania te często odbywają się według ścisłych wytycznych z Warszawy i w efekcie nie są wystarczająco dostosowane do specyfiki tych krajów.

**Propozycja rozwiązania:** Konieczna jest decentralizacja i przyznanie większych kompetencji instytucjom działającym na miejscu. Znają one lokalne uwarunkowania, potrzeby polskiej społeczności oraz szerokiej publiczności.

### 3. Zachować kompetencje

**Wyzwanie A:** Brakuje platformy ułatwiającej specjalistom, w tym naukowcom, przedsiębiorcom i inwestorom, dzielenie się wiedzą i kompetencjami w swoich dziedzinach.

**Propozycja rozwiązania:** Mocnymi stronami polskiej diaspory i społeczności ekspatów w Azji są różnorodność doświadczeń i wielość kompetencji oraz doskonała praktyczna znajomość azjatyckich krajów i regionów. Należy działać w kierunku wykorzystania tego kapitału poprzez organizowanie ukierunkowanych na to spotkań – zarówno w nieformalny jak i sformalizowany sposób. Pierwszym krokiem może być wykorzystanie istniejących pól integracji, jak np. uroczystości z okazji świąt narodowych do prowadzenia nowych inicjatyw biznesowych. Kolejnym – organizacja osobnych wydarzeń dla wyspecjalizowanych grup.

**Wyzwanie B:** Niewystarczająca współpraca międzynarodowa na poziomie akademickim i niedostateczne korzystanie z doświadczenia i umiejętności ludzi akademii.

**Propozycja rozwiązania:** Zalecane jest zwiększenie nacisku na edukację oraz praktyczną współpracę polskich instytucji badawczych i naukowych z instytucjami azjatyckimi. Warto zawierać porozumienia pomiędzy uniwersytetami w kontekście badań, technologii i innowacji, aby móc tworzyć wspólne projekty badawcze. Warto utworzyć instytucję tym się zajmującą. W tym pozyskać środki na możliwości stałej obecności tej instytucji w krajach Azji. Być może powinna być to komórka reprezentacji KRASP, o charakterze praktycznym, nastawionym na uruchamianie projektów badawczych, wdrożeniowych. Warto dążyć do tego, by polsko-azjatycka współpraca naukowa w jak największym stopniu wpisywała się w ramy współpracy naukowej UE z państwami azjatyckimi.



#### 4. Budować bazę praktycznej wiedzy

**Wyzwanie A:** Brak rzetelnych i wiarygodnych kanałów informacji dla takich grup jak przedsiębiorcy, nowi ekspaci, analitycy i turyści. Rozproszenie informacji utrudnia rozpoczęcie pracy i obecności na azjatyckich rynkach oraz funkcjonowania w społeczeństwach.

**Propozycja rozwiązania:** Istnieje potrzeba tworzenia łatwo dostępnych dokumentów integrujących wiedzę o poszczególnych krajach azjatyckich. Dokumenty takie, na przykład w formie poradników, mogłyby wspólnie przygotować służby dyplomatyczne, organizacje biznesowe, naukowe i polskie stowarzyszenia. Poradniki powinny zawierać wprowadzenie do lokalnych uwarunkowań dla biznesu, praktyczne informacje na temat sytuacji politycznej i prawnej w danym kraju przydatne w codziennym życiu oraz analizy rynku, wraz z kontekstem kulturowym. Warto, by były one dostępne na jednej, zunifikowanej platformie. Dokumenty takie powinny również zawierać przekierowania do relewantnych zasobów wiedzowych instytucji europejskich oraz instytucji innych państw członkowskich UE.

Taka zunifikowana platforma mogłaby zawierać także bazę popularnych oraz naukowych publikacji dotyczących różnych aspektów krajów przyjmujących, w tym raporty, opracowania i analizy tworzone w języku polskim przez uczelnie, instytucje badawcze, think tanki oraz administrację. W bazie wiedzy mogłaby się znaleźć również lista rzetelnych tekstów prasowych, filmów dokumentalnych oraz książek naukowych i reporterskich.

Polska dyplomacja powinna zabiegać na płaszczyźnie wspólnotowej o integrację lub ujednoczenie zasobów wiedzowych udostępnianych przez instytucje unijne oraz instytucje państw członkowskich, w szczególności te z nich, które zajmują się wspieraniem biznesu.



## Dział III

### Propozycje tematów przyszłych dyskusji

Współpraca ze społecznością ekspacką i diasporą, w szczególności z ekspertami i ekspertkami powinno być jednym z fundamentów tworzenia polityki wobec Azji. Chcąc korzystać z praktycznej wiedzy oraz kompetencji Polaków i Polek na największym kontynencie, planujemy zorganizowanie w najbliższych miesiącach kolejnych dyskusji.

#### Proponowane tematy:

1. Gdzie w Azji są rynkowe szanse dla Polski? Identyfikacja nowych możliwości w poszczególnych krajach i wynikających stąd założeń strategicznych polityki azjatyckiej (grupa docelowa: przedsiębiorcy, obecni i byli pracownicy Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu, wydziałów gospodarki i handlu placówek dyplomatycznych);
2. Budowa polskiej marki w Azji (grupa docelowa: PAIH, Polska Organizacja Turystyczna, Polska Fundacja Narodowa, przedsiębiorcy, dyplomaci);
3. Jak skuteczniej pomagać biznesowi w Azji? (grupa docelowa PAIH, przedsiębiorcy i ich organizacje);
4. Polska soft power: narzędzia i cele (Polska Fundacja Narodowa, Instytut Adama Mickiewicza, Instytuty Polskie, specjaliści od promocji w ambasadach, organizacje pomocowe, np. PAH);
5. Debata publiczna i budowanie rzetelnych kanałów informacji (grupa docelowa: ludzie mediów, analitycy i akademicy, sektor turystyczny, przedsiębiorcy, dyplomaci);
6. Pracownicy napływowi z Azji a polityka migracyjna (grupa docelowa: dyplomaci i konsulowie, analitycy rynku pracy, specjaliści ds. integracji cudzoziemców);
7. Korzyści z integracji diaspory: jak budować kompetencje? (grupa docelowa: przedstawiciele różnych grup diaspory, dyplomaci i akademia);
8. W jaki sposób społeczność Polek i Polaków w Azji, w szczególności środowiska biznesowe oraz instytucje publiczne ją wspierające, mogą korzystać z instytucji i instrumentów wspólnotowych oraz multilateralnych (V4, 17+1, 3SI etc.)
9. Jak zmieniać polską politykę wobec krajów Azji? Założenia, cele i środki (grupa docelowa: ambasadorowie, pracownicy MSZ, autorzy polskiej polityki wschodniej, eksperci i ekspertki z akademii i administracji z ekspertyzą w dziedzinie polityki bezpieczeństwa i energetycznej, specjaliści od rynku pracy, transportu etc.)