



## **WIZJA**

Umacnianie pozycji lidera i kreatora rozwoju samorządu gospodarczego w Polsce.

## **MISJA**

Reprezentowanie interesów polskich przedsiębiorców zarówno na arenie krajowej, jak i międzynarodowej, świadczenie im niezbędnych usług, inspirowanie do bycia konkurencyjnym oraz społecznie odpowiedzialnym. Integracja i wzmacnianie roli samorządu gospodarczego.

### ***Strategia KIG na lata 2021-2025***

Ponad 30 lat działalności wyposażyło KIG w wiedzę i doświadczenie, jakie trudno znaleźć wśród innych organizacji przedsiębiorców. KIG jest organizacją wyjątkową – powołaną na podstawie ustawy, zrzeszającą stale ponad setkę organizacji o różnorodnym charakterze (regionalne, branżowe, bilateralne i inne), charakteryzującą się szerokim spektrum działań promocyjnych, proeksportowych i merytorycznych, z powodzeniem realizującą zadania zlecone przez administrację publiczną. Instytucją, która oferuje unikatowe produkty i usługi, mentoring i wsparcie dla wszystkich przedsiębiorców. Przy KIG funkcjonuje największy i jeden z najstarszych Sądów Arbitrażowych w Polsce. KIG rozumie problemy przedsiębiorców i dba o ich interesy w kraju i za granicą.

W nadchodzących latach najważniejsze będzie skuteczne rozpoznawanie i definiowanie potrzeb polskich przedsiębiorców i umiejętne reprezentowanie ich interesów (za pośrednictwem organizacji członkowskich i bezpośrednio). Wymagające czasy znajdą odzwierciedlenie w funkcjonowaniu i ofercie KIG, która skupi się przede wszystkim na poszerzeniu naszych kanałów komunikacyjnych, usprawnieniu dotarcia do stale zwiększających się grup docelowych i reprezentacji interesów organizacji członkowskich.

Działania KIG będą skupiać się zwłaszcza na następujących obszarach:

#### **1. Współpraca z organizacjami członkowskimi oraz samorządem gospodarczym we wspieraniu przedsiębiorców, szczególnie MŚP oraz zwiększanie ich odporności na globalne zagrożenia.**

W nadchodzącym czasie niezwykle istotne będzie tworzenie nowych modeli biznesowych odpowiadających zmianom, przez które przechodzą światowe gospodarki. Wśród kluczowych aspektów rozwoju polskich przedsiębiorstw znajdują się wzrost ich konkurencyjności oraz umiejętność skorzystania na europejskiej tendencji do dywersyfikacji i skracania łańcuchów dostaw. Poprzez realizację programów unijnych KIG będzie wskazywać obszary, które pomogą zwiększyć polską odporność na przyszłe kryzysy.

#### **Krajowa Izba Gospodarcza**

ul. Trębacka 4, 00-074 Warszawa, tel.: +48 (22) 630 96 00, e-mail: [kig@kig.pl](mailto:kig@kig.pl), [www.kig.pl](http://www.kig.pl)

## **2. Budowanie jedności w dialogu z administracją publiczną.**

KIG będzie nadal reprezentować i wzmacniać swoją pozycję stanowiska organizacji członkowskich w sprawach kluczowych dla przedsiębiorców – niezależnie od ich branży lub wielkości. Niezbędne będzie wspólne działanie i dzielenie się wiedzą oraz ekspertyzami w sposób efektywny, co umocni pozycję negocjacyjną organizacji samorządu gospodarczego wobec gremiów decyzyjnych. KIG będzie współpracować z administracją państwową, ministerstwami, instytucjami oraz agencjami rządowymi w celu budowania jak najlepszych warunków funkcjonowania przedsiębiorców na rynku polskim.

## **3. Działanie na rzecz wzrostu konkurencyjności polskiej gospodarki poprzez wiedzę, edukację, nowe technologie i transformację cyfrową.**

Poprzez organizację forów gospodarczych oraz platform wymiany wiedzy i doświadczeń, KIG będzie informować i edukować przedsiębiorców w obszarach związanych z dostosowaniem ich działalności do światowych trendów i wynikających z nich regulacji unijnych. KIG będzie przede wszystkim efektywniej wykorzystywać potencjał Komitetów, zwłaszcza w zakresie nowoczesnych technologii, wsparcia rynku Venture i Startupów oraz zielonej energii.

## **4. Wspieranie przedsiębiorców w działalności zagranicznej, we współpracy z organizacjami członkowskimi, samorządem gospodarczym i administracją publiczną.**

Usługi promocyjne i proeksportowe są filarem działalności KIG. Na nich opierają się relacje z dyplomacją, konsulami honorowymi, izbami innych krajów i Eurochambres. Jednocześnie, żadna organizacja biznesowa nie ma doświadczenia ani wiedzy wystarczającej aby być konkurencyjną dla KIG.

Przedsiębiorcy, którzy planują ekspansję zagraniczną potrzebują wiedzy, ekspertyz, informacji i danych na temat rynków zagranicznych. Odpowiednio dostosowana i wsparta dobrymi narzędziami wywiadownia gospodarcza jest bezcennym wsparciem. Posiadając dużą grupę ekspertów i ponad 30 lat doświadczenia w promocji zagranicznej polskich przedsiębiorców, KIG musi wzmocnić świadomość swojej marki w tym zakresie.

Ponadto, pełna obsługa przedsiębiorców w obszarze wsparcia eksportu zbiega się z każdym aspektem działalności KIG – wydawaniem karnetów ATA i świadectw pochodzenia, tworzeniem raportów gospodarczych czy promocji Sądu Arbitrażowego.

## **5. Budowa wartości dla organizacji członkowskich KIG.**

KIG dostarcza rzetelną i sprawdzoną wiedzę w obszarach makroekonomii, kondycji branż, prognoz gospodarczych, prawa podatkowego i finansów, które są dla przedsiębiorców niezbędne w kontekście planowania inwestycji. KIG wzmocni komunikację zewnętrzną w tych dziedzinach oraz będzie stale poszerzać zasoby informacji, w zależności od bieżącej sytuacji ekonomicznej i gospodarczej.

Z powyższym łączą się m.in.

- Wsparcie merytoryczne przedsiębiorców
- Widoczność w mediach
- Monitorowanie procesu legislacyjnego
- Obecność ekspertów KIG w najważniejszych gremiach doradczych Rządu i instytucji administracji państwowej i samorządowej
- Publikacja raportów, analiz i prognoz gospodarczych oraz tworzenie wydań specjalnych na zamówienie
- Organizacja forów, kongresów, konferencji i szkoleń

KIG będzie skupiać się na udziale w takich inicjatywach, które bezpośrednio wpływają na przedsiębiorców, a jednocześnie wzmacniają wizerunek Izby. Nieodłącznym elementem prowadzenia projektów powinno być wspólne działanie z organizacjami członkowskimi oraz partnerami instytucjonalnymi, którzy dopełnią wiedzę i doświadczenie pracowników i ekspertów KIG.

#### **6. Aktywna komunikacja wewnętrzna i zewnętrzna.**

KIG będzie prowadzić aktywną i skuteczną komunikację wewnątrz sieci członkowskiej oraz do podmiotów zewnętrznych, w tym zwłaszcza mediów gospodarczych i instytucji publicznych odpowiednich ze względu na obszar merytoryczny aktualnie istotnych zagadnień. W komunikacji skierowanej do organizacji członkowskich kluczowa będzie wymiana treści stanowisk i opinii oraz zachęcanie do udziału w ich tworzeniu i prezentowaniu, a także dystrybucja materiałów merytorycznych przygotowywanych przez członków KIG – tak wewnątrz, jak i na zewnątrz sieci KIG.

#### **7. Umacnianie wizerunku KIG jako kluczowej organizacji biznesowej w Polsce poprzez aktywne i otwarte pozyskiwanie nowych organizacji członkowskich.**

Przedsiębiorcy każdej branży, wielkości i pochodzenia mają możliwość i potrzebę zrzeszania się w organizacjach ich reprezentujących, a trend ten wzmacnia się w ciągle zmieniających się warunkach globalnych. To jest czas, który w szczególności powinien zostać wykorzystany na promocję idei samorządu gospodarczego i wartości płynącej z przynależności do organizacji biznesowych – członków KIG.

KIG będzie inicjować i pobudzać procesy zmierzające do tworzenia nowych izb gospodarczych tak, aby jak najwięcej przedsiębiorców miało silną reprezentację w dialogu z Rządem.