



مرکز تحقیقات و بررسی های اقتصادی

اولویت همکاری های تجاری - اقتصادی با

لهستان

معاونت اقتصادی

اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران

بهار ۱۳۹۵

الحمد لله
الرحمن
الرحيم

شناسنامه گزارش

عنوان گزارش:

اولویت همکاری‌های تجاری - اقتصادی با لهستان

ناظر: نصیبه خیری

کارشناس: شبیم فروحی

همکار گزارش: نصیبه خیری

تاریخ انتشار: بهار ۱۳۹۵

فهرست مطالب

۶	۱- نگاهی اجمالی به اقتصاد لهستان
۸	۲- لهستان در انواع شاخص های رقابت پذیری
۱۰	۳- بخش های دارای پتانسیل لهستان در سطح بین المللی
۱۰	۳-۱- بخش های صنعتی دارای مزیت رقابتی لهستان بر اساس شاخص مزیت نسبی آشکار شده
۱۰	۳-۲- صنایع غذایی و دخانیات
۱۱	۳-۳- انواع صندلی و مبلمان
۱۲	۳-۴- چوب و کاغذ
۱۲	۳-۵- لاستیک و پلاستیک
۱۳	۳-۶- استخراج معادن و فرآورده های معدنی
۱۴	۳-۷- تجهیزات برقی و الکترونیکی
۱۵	۳-۸- وسایل نقلیه زمینی و آبی
۱۵	۳-۹- ماشین آلات
۱۵	۴- شرکت های بزرگ لهستانی
۱۶	۵- جمع بندی

فهرست جداول و پیوست ها

۷	جدول ۱- محصولات کشاورزی که بیشترین سهم را در تولیدات کشاورزی لهستان در سال ۲۰۱۴ داشته اند
۱۰	جدول ۲- صنایع با مزیت نسبی آشکار شده بیش از ۱ لهستان در سال ۲۰۱۲
۱۶	جدول ۳- فهرست شرکت های لهستانی موجود در رتبه بندی فوربس در سال ۲۰۱۵
۱۷	جدول ۴- زمینه های همکاری مشترک میان ایران و لهستان بر اساس بررسی های گزارش
۲۱	پیوست ۱- تولید ناخالص داخلی لهستان و ارزش افزوده بخش های اقتصادی
۲۱	پیوست ۲- ترکیب بخش تولیدات صنعتی (Manufacturing) - لهستان ۲۰۱۴



- پیوست ۳ - سهم لهستان در تولیدات کشاورزی اتحادیه اروپا..... ۲۲
- پیوست ۴ - تجارت محصولات کشاورزی لهستان در سال ۲۰۱۴..... ۲۳
- پیوست ۵ - گزارش رقابت پذیری جهانی سال ۲۰۱۴-۲۰۱۵..... ۲۴
- پیوست ۶ - گزارش فناوری اطلاعات جهانی سال ۲۰۱۵..... ۲۶
- پیوست ۷ - گزارش رقابت پذیری سفر و گردشگری ۲۰۱۵..... ۲۷
- پیوست ۸ - شاخص رقابت پذیری صنعتی (CIP)..... ۲۹
- پیوست ۹ - شاخص مزیت نسبی آشکار شده (RCA)..... ۳۰
- پیوست ۱۰ - تولیدات صنعتی لهستان (میلیون زلوتی)..... ۳۱
- پیوست ۱۱ - بودجه تحقیق و توسعه در زمینه انرژی و محیط زیست در سال ۲۰۱۴..... ۳۲
- پیوست ۱۲ - سهم کشورهای EU36 در تولید نقره در سال ۲۰۱۴..... ۳۳
- پیوست ۱۳ - سهم کشورهای EU36 در تولید مس در سال ۲۰۱۴..... ۳۳
- پیوست ۱۴ - سهم کشورهای EU36 در تولید کادمیوم در سال ۲۰۱۴..... ۳۳
- پیوست ۱۵ - سهم کشورهای EU36 در تولید سرب در سال ۲۰۱۴..... ۳۴
- پیوست ۱۶ - سهم کشورهای EU36 در تولید زغال سنگ در سال ۲۰۱۴..... ۳۴
- پیوست ۱۷ - سهم کشورهای EU36 در تولید شن و ماسه سنگریزه های ساختمانی در سال ۲۰۱۴..... ۳۵
- پیوست ۱۸ - فصل اول صادراتی لهستان به جهان در سال ۲۰۱۵..... ۳۵

۱- نگاهی اجمالی به اقتصاد لهستان

لهستان کشوری است که با مساحت ۳۱۲.۷ هزار کیلومتر در اروپای مرکزی و در غرب آلمان واقع شده است و کشورهای بلاروس، جمهوری چک، آلمان، لیتوانی، روسیه، اسلواکی و اوکراین، همسایگان آن هستند. این کشور دارای ۴۴۰ کیلومتر خطوط ساحلی و ۸.۴ هزار کیلومتر مساحت آبی می باشد.^۱

لهستان با پیوستن به اتحادیه اروپا در سال ۲۰۰۴، رشد اقتصادی قابل توجهی را تجربه نمود که این امر منجر به بهبود استانداردهای زندگی و محیط زیست شد (لهستان جزو اتحادیه پولی اروپا نمی باشد).^۲ این کشور در سال ۲۰۱۴، با تولید ناخالص داخلی ۵۴۴.۹ میلیارد دلار (به قیمت های جاری) و بر حسب برابری قدرت خرید ۹۶۰.۲ میلیارد دلار، به ترتیب در جایگاه ۲۳ ام و ۲۲ ام جهان قرار گرفته است. درآمد سرانه لهستان در سال ۲۰۱۴ (بر حسب قیمت های جاری) با جمعیت حدود ۳۸ میلیون نفر ۱۴.۳ هزار دلار بوده است (پیوست ۱).^۳ موتور اصلی رشد اقتصادی لهستان در سال ۲۰۱۴، تقاضای داخلی بوده است و در این سال رشد ۳.۴ درصدی را تجربه نموده است و صادرات بخش کالایی آن، نسبت به سال قبل، ۷ درصد رشد داشته است.^۴

اقتصاد لهستان، در میان کشورهای OECD، جزو کشورهایی است که بیشترین میزان وابستگی به منابع، به ویژه منابع کربنی را دارد که به دلیل پایه های صنعتی و اتکای زیاد به زغال سنگ می باشد. سهم سوخت های فسیلی در تأمین منابع انرژی لهستان بیش از ۹۰ درصد می باشد. البته از سال ۲۰۰۰، برای جانشینی منابع تجدید پذیر به جای زغال سنگ تلاش هایی در این کشور صورت گرفته است و در طول دهه گذشته، کاهش شدت انرژی در لهستان، با سرعت بیشتری نسبت به سایر کشورهای OECD انجام گرفته است.^۵

به لحاظ ترکیب تولید ناخالص داخلی، بخش های صنایع و معادن، کشاورزی و خدمات به ترتیب ۳۲.۵۹ درصد، ۳.۳۹ درصد و ۶۴.۰۲ درصد از تولید ناخالص داخلی لهستان را در سال ۲۰۱۴، تشکیل داده اند که بخش صنایع و معادن (Industry) شامل مجموع تولیدات صنعتی (Manufacturing)، معدن، ساختمان و آب و برق و گاز می باشد.

ارزش افزوده بخش تولیدات صنعتی لهستان در سال ۲۰۱۴، ۸۹.۴۵ میلیارد دلار بوده است که این میزان ۱۸.۳۹ درصد از GDP لهستان در سال ۲۰۱۴ را به خود اختصاص داده است. در این بخش صنایع غذایی،

^۱ <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/pl.html>

^۲ Environmental performance review, Poland highlights 2015

^۳ <http://data.worldbank.org>

^۴ Ministry of agriculture and rural development, Agriculture and food economy in Poland 2015

^۵ Environmental performance review, Poland highlights 2015



آشامیدنی و دخانیات (با سهم ۱۷.۷۵ درصد)، تولید فلزات پایه و مصنوعات فلزی (با سهم ۱۴.۰۲ درصد) و تولید فرآورده های لاستیکی و پلاستیکی و سایر محصولات معدنی غیر فلزی (با ۱۳.۴۶ درصد) بیشترین سهم را داشته اند (پیوست ۲) ^۱.

لهستان در گزارش واحد نوآوری Scoreboard ^۲ که به بررسی عملکرد نوآوری میان کشورهای اتحادیه اروپا می پردازد، در سال ۲۰۱۴ و در میان ۲۸ کشور عضو اتحادیه اروپا، رتبه ۲۴ را کسب نموده است و در زمره کشورهای طبقه بندی شده است که میزان نوآوری در آنها متوسط ارزیابی می شود که نشان می دهد این کشور در میان کشورهای اروپایی، به لحاظ نوآوری، از جایگاه چندان مناسبی برخوردار نیست و سیستم تحقیقاتی آن نیز چندان پذیرای این قبیل موضوعات نمی باشد. ^۳ نسبت مخارج R&D به GDP این کشور نیز در میان کشورهای اروپایی، در زمره پایین ترین کشورها قرار دارد.

در بخش کشاورزی، لهستان به لحاظ جمعیت کشاورزی ^۴ در رتبه نخست اتحادیه اروپا قرار دارد و به لحاظ تعداد هلدینگ های کشاورزی، پس از رومانی، رتبه دوم را در این اتحادیه دارا است. تنوع محیطی و طبیعی لهستان بسیار زیاد است و این کشور ۷.۲ درصد از مساحت اتحادیه اروپا را دارد. لهستان به لحاظ منابع آبی، کشوری فقیر تلقی می شود و مهم ترین منبع آبی آن، بارش های جوی می باشد. محصولات کشاورزی که در جدول زیر مشاهده می شود، بیشترین سهم را در ترکیب تولیدات کشاورزی لهستان در سال ۲۰۱۴ داشته اند:

جدول ۱- محصولات کشاورزی که بیشترین سهم را در تولیدات کشاورزی لهستان در سال ۲۰۱۴ داشته اند

نام محصول	شیر گاو	خوک زنده	ماکیان زنده	غلات	سبزیجات	گیاهان صنعتی	گوشت گاو و گوساله زنده	تخم مرغ	میوه
سهم (%)	۱۸.۶	۱۳.۹	۱۳.۵	۱۳.۳	۹.۱	۷.۳	۶.۳	۵.۷	۵.۱

Ministry of agriculture and rural development, Agriculture and food economy in Poland 2015

^۱ <http://stats.oecd.org/>

^۲ Innovation Union scoreboard 2015

^۳ Innovation Union scoreboard 2015, European Commission

^۴ منظور تمام افرادی است که معیشت آنها وابسته به کشاورزی، شکار، ماهیگیری و جنگلداری است.

لهستان، یکی از تولید کنندگان عمده محصولات کشاورزی در اتحادیه اروپا نیز می باشد. این کشور ۲۶.۴ درصد از محصول سیب، ۱۵.۱ درصد از گوشت خوک، ۱۶ درصد از هویج قرمز، ۳۱.۴ درصد از هویج سفید، ۳۹ درصد از تریتیکاله^۱، ۷۵ درصد از انگور سیاه اتحادیه اروپا را تأمین می کند (پیوست ۳).

در زمینه تجارت محصولات کشاورزی، صادرات کشاورزی لهستان در سال ۲۰۱۴، ۱۲.۶ درصد از ارزش کل صادرات این کشور بوده است که ۷۷.۶ درصد از آن به کشورهای اتحادیه اروپا و مابقی به کشورهای غیر اتحادیه اروپا بوده است. در زمینه واردات نیز، واردات محصولات کشاورزی، ۸.۳ درصد از واردات لهستان در این سال را تشکیل داده است که ۸۲.۳ درصد از آن از کشورهای اتحادیه اروپا و مابقی از سایر کشورها وارد شده است (پیوست ۴). همان طور که قابل مشاهده است، بخش بزرگی از تبادلات لهستان در بخش کشاورزی، در داخل اتحادیه اروپا انجام می گیرد.

۲- لهستان در انواع شاخص های رقابت پذیری

لهستان در گزارش رقابت پذیری که هر سال توسط مجمع جهانی اقتصاد منتشر می شود، در سال ۲۰۱۵، رتبه ۴۱ را در میان ۱۴۰ کشور کسب کرده است. اقتصاد لهستان در مرحله گذار از یک اقتصادی مبتنی بر کارایی به سمت نوآوری می باشد. این کشور در اغلب زیرشاخص ها و ارکان رقابت پذیری، رتبه مناسبی کسب کرده است که در مقایسه با سایر کشورهای OECD جایگاه متوسطی به این کشور بخشیده است. بهترین رتبه های لهستان در ارکان رقابت پذیری مربوط به اندازه بازار (رتبه ۲۱) و آموزش و تحصیلات بالاتر (رتبه ۳۱) بوده است. این کشور از زیرساخت های نسبتاً مناسب (رتبه ۵۶) و محیط اقتصاد کلان نسبتاً خوبی (رتبه ۴۶) برخوردار است. به لحاظ آمادگی تکنولوژیک (رتبه ۴۱) و کارایی بازار کالا (رتبه ۴۶) نیز وضعیت آن نسبتاً مناسب می باشد. فعالان اقتصادی در لهستان، پیچیدگی مقررات مالیاتی را بزرگترین مشکل فعالیت های خود ارزیابی کرده اند. مشکل زایی این مقررات به حدی است که پاسخ دهندگان به پرسشنامه در مجموع امتیاز ۲۱.۳ را به آن تخصیص داده اند در حالیکه مشکل بعدی، مربوط به مقررات محدود کننده بازار کار، با فاصله زیادی، امتیاز ۱۴.۷ را کسب کرده است. بوروکراسی ناکارآمد دولتی و دسترسی به منابع مالی، نیز در رتبه های بعدی فهرست مشکلات کسب و کارهای در لهستان، قرار گرفته اند (پیوست ۵).^۲

^۱ تریتیکاله یا چاودم گیاهی است که از پیوند گندم و زیره به دست می آید.

^۲ World Economic Forum, The Global Competitiveness Report 2015-2016

شاخص آمادگی شبکه‌ای، یکی دیگر از شاخص‌های رقابت پذیری است که کشورها را بر اساس سطح تکنولوژی ارتباطات و اطلاعات، دسته بندی می کند. لهستان در گزارش جهانی فناوری اطلاعات در سال ۲۰۱۵، رتبه ۵۰ را در میان ۱۴۳ کشور به خود اختصاص داده است. این کشور در زیرشاخص‌های آمادگی^۱ رتبه ۳۰، در زیرشاخص میزان استفاده از فناوری رتبه ۵۴ و در زیرشاخص اثرگذاری بر اقتصاد و اجتماع رتبه ۶۹ را کسب کرده است (پیوست ۶)^۲.

مجمع جهانی اقتصاد، همه ساله، گزارش دیگری نیز تحت عنوان رقابت پذیری سفر و گردشگری منتشر می کند و در آن عواملی را که سبب جذابیت یک مقصد برای گردشگران می شود، اندازه گیری می کند. لهستان در این شاخص، در سال ۲۰۱۵، رتبه ۴۷ را در میان ۱۴۱ کشور مورد بررسی کسب کرده است. این کشور در زیرشاخص‌های محیط توانمندساز رتبه ۳۹، سیاست‌گذاری و شرایط توانمندسازی رتبه ۲۳، زیرساخت‌ها رتبه ۶۲ و منابع فرهنگی و طبیعی رتبه ۴۳ را کسب کرده است. همانطور که قابل مشاهده است، هرچند این کشور به لحاظ زیرساخت‌ها و منابع فرهنگی و طبیعی رتبه چندان بالایی ندارد اما، به لحاظ سیاست‌گذاری و شرایط توانمندسازی وضعیت مناسبی دارد که بیشتر به دلیل باز بودن آن به روی دنیا و همچنین پایداری محیط زیست آن می باشد (پیوست ۷)^۳.

بر اساس شاخص رقابت پذیری صنعتی که همه ساله توسط UNIDO منتشر می‌شود، در سال ۲۰۱۲، لهستان پس از کشورهای نظیر فنلاند، مکزیک و دانمارک، جایگاه ۲۳ام را در میان ۱۴۰ کشور به خود اختصاص داده است که با این رتبه در یک پنجم بالایی دسته بندی کشورهای قرار می گیرد که بیشترین میزان رقابت پذیری صنعتی را دارند. اقتصاد لهستان مبتنی بر صادرات می باشد که تمرکز آن بر بازارهای اروپایی است. روند رقابت پذیری صنعتی لهستان در سال‌های گذشته همواره رو به بهبود بوده است به طوری که رتبه رقابت پذیری صنعتی آن از ۵۱ در سال ۱۹۹۰ به ۲۳ در سال ۲۰۱۲ کاهش یافته است. لهستان در سال ۲۰۱۲، در میان ۴۱ کشور اروپایی، به لحاظ رقابت پذیری صنعتی جایگاه ۱۵ام را دارا می باشد و کشورهای آلمان و مولداوی، به ترتیب بهترین و بدترین وضعیت را در این زمینه داشته اند. اگرچه اقتصادهای نوظهوری نظیر چین، مکزیک، لهستان، تایلند و ترکیه به بازیگرانی جهانی بدل شده اند اما کشورهای چین و لهستان، از ابتدای قرن ۲۱ام، بیشترین موفقیت را کسب نموده اند (پیوست ۸).

¹ Readiness sub index

² World Economic Forum, The Global Information Technology Report 2015

³ World Economic Forum, The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015

همچنین شاخص سرانه ارزش افزوده تولیدات صنعتی (MVA)^۱ که از تقسیم ارزش افزوده بخش تولیدات صنعتی به جمعیت به دست می آید، شاخصی کلیدی برای اندازه گیری سطح صنعتی شدن یک کشور می باشد. در این شاخص، لهستان در سال ۲۰۱۲، در رتبه ۳۳ام در میان ۱۴۲ کشور مورد بررسی قرار گرفته است که نشان دهنده جایگاه نسبتاً مناسب این کشور، به لحاظ سطح صنعتی شدن می باشد.^۲

۳- بخش های دارای پتانسیل لهستان در سطح بین المللی

۳-۱- بخش های صنعتی دارای مزیت رقابتی لهستان بر اساس شاخص مزیت نسبی آشکار شده

برای ارزیابی پتانسیل های صادراتی لهستان در بخش تولیدات صنعتی، به شاخص مزیت نسبی آشکار شده (پیوست ۹) استناد می شود. این شاخص که به بررسی ساختار صادرات ملی در مقابل ساختار صادرات جهانی برای کالای مورد نظر می پردازد، اگر در فاصله صفر تا یک قرار گیرد، نشان دهنده عدم مزیت نسبی است و اگر بزرگتر از یک باشد، نمایانگر وجود مزیت نسبی آشکار شده در صادرات کالای مورد بررسی است. بر اساس آخرین گزارش رقابت پذیری کشورهای اروپایی که در سال ۲۰۱۴ منتشر شده است، بخش های دارای پتانسیل صنعت لهستان برای صادرات به ترتیب عبارت هستند از:

جدول ۲- صنایع با مزیت نسبی آشکار شده بیش از ۱ لهستان در سال ۲۰۱۲

شاخص	صنعت	شاخص	صنعت
دخانیات	۵.۲۵	معدنی غیر فلزی	۱.۵۶
مبلمان	۴.۵۹	غذا	۱.۵۵
چوب و محصولات چوبی	۲.۳۳	وسایل موتوری	۱.۴۵
کاغذ	۱.۸۶	تجهیزات الکتریکی	۱.۳۲
لاستیکی و پلاستیکی	۱.۸۲	سایر وسایل حمل و نقل	۱.۱۸
محصولات فلزی	۱.۸۰		

Source: <http://www.ec.europa.eu>

۳-۲- صنایع غذایی و دخانیات

از صنایع مزیت دار لهستان که دارای مزیت نسبی آشکار شده بالای یک می باشند می توان به صنایع غذایی و دخانیات با RCA به ترتیب ۱.۵۵ و ۵.۲۵ اشاره کرد.

^۱ Manufacturing value added per capita

^۲ UNIDO, Competitive Industrial Performance Report 2014

کشور لهستان دارای بالاترین مزیت نسبی آشکار شده در دخانیات در سال ۲۰۱۲ بوده است و با صادرات توتون و تنباکو به میزان ۲.۴ میلیارد دلار به جهان در سال ۲۰۱۵ در بین ۲۸ کشور اتحادیه اروپا در جایگاه سوم بعد از آلمان و هلند قرار دارد. بخش صنعتی "مواد غذایی، آشامیدنی و دخانیات" لهستان نیز با ارزش افزوده ۱۷.۷٪، بیشترین سهم را در تولیدات صنعتی این کشور در سال ۲۰۱۴ داشته است (پیوست ۱۰).
بر اساس آمار مرکز جهانی تجارت^۱ در سال ۲۰۱۵ و فصل‌های صادراتی HS^۲، لهستان در صادرات بسیاری از فصل‌های مرتبط با صنایع غذایی دارای رتبه‌های برتر در اتحادیه اروپا می‌باشد، از جمله در صادرات:

- گوشت و احشاء خوراکی با ۴.۳ میلیارد دلار، جایگاه چهارم
- فرآورده‌های گوشت، کنسروهای گوشت، ماهی، خاویار ماهی و سوسیس و محصولات مشابه با ۱.۳ میلیارد دلار، جایگاه چهارم
- سایر محصولات حیوانی شامل: روده، بادکنک و شکمبه حیوانات، محصولات حیوانی غیر قابل مصرف برای خوراک انسان و پوست و سایر اجزای پرندگان با پر یا کرک با ۲۳۹ میلیون دلار، جایگاه پنجم
- قند و شکر و شیرینی با ۶۲۵ میلیون دلار، جایگاه پنجم
- شکلات و سایر فرآورده‌های خوراکی از کاکائو با ۱.۵ میلیارد دلار، جایگاه ششم

۳-۳- انواع صندلی و مبلمان

صندلی لهستانی از گذشته تا به امروز از شهرت ویژه‌ای در جهان برخوردار است و مزیت نسبی آشکار شده لهستان با $RCA = ۴.۵۹$ در بخش ساخت مبلمان و صندلی، مهر تائیدی است بر این آوازه که منجر به قرار گرفتن این کشور در بین صادرکنندگان عمده آن در جهان و بخصوص در اتحادیه اروپا شده است.
بر اساس آمار مرکز جهانی تجارت در سال ۲۰۱۵، لهستان در بین کشورهای اتحادیه اروپا در صادرات "نشیمن‌ها (مبل / صندلی) حتی قابل تبدیل به تختخواب" با سهم ۲۰ درصد و "تشک و قسمت‌های فنری تختخواب" با سهم ۲۴.۲ درصد اولین کشور صادرکننده اتحادیه و در صادرات "تخت‌های جراحی، ارتوپدی و غیره" با سهم ۱۱.۵ درصد، دومین کشور صادرکننده اتحادیه اروپا بعد از آلمان می‌باشد.
همچنین بر اساس آمار سازمان همکاری‌های اقتصادی و توسعه در سال ۲۰۱۴، ارزش افزوده "ساخت دیگر محصولات، راه‌اندازی، تعمیر ماشین‌آلات و تجهیزات" سهم ۱۱ درصدی در تولیدات صنعتی کشور لهستان دارد

¹ ITC: International Trade Center <http://trademap.org/>

² Harmonized System



که ساخت مبلمان بر اساس کد^۱ ISIC (طبقه‌بندی استاندارد بین‌المللی صنعتی) در این رشته فعالیت اقتصادی قرار می‌گیرد (پیوست ۱۰).

۳-۴- چوب و کاغذ

بر اساس آمار منتشره توسط کمیسیون اروپا، در سال ۲۰۱۲ کشور لهستان دارای مزیت نسبی آشکار شده بالای یک (۲.۳۳) در گروه تولیدی "چوب و محصولات چوبی" بوده است. سهم ارزش افزوده این بخش نیز، ۸.۹ درصد در تولیدات صنعتی این کشور را در سال ۲۰۱۴ تشکیل می‌دهد که متشکل از زیربخش‌های: چوب و فرآورده‌های چوب و چوب پنبه (به‌جز مبلمان) ۳.۶ درصد، تولید کاغذ و فرآورده‌های کاغذی ۳.۴ درصد و چاپ و تکثیر رسانه‌های ضبط شده ۱.۸ درصد می‌باشد (پیوست ۱۰).

بر اساس آمار مرکز جهانی تجارت در سال ۲۰۱۵، لهستان با صادرات ۴ میلیارد دلار هشتمین کشور صادرکننده چوب و محصولات چوبی در جهان و سومین کشور بعد از آلمان و اتریش در اتحادیه اروپا است. عمده قلم صادراتی لهستان در این گروه "مصنوعات نجاری و قطعات چوب‌بست برای ساختمان از چوب" و همچنین "پانل‌ها و صفحه‌های لانه زنبوری چوبی، پانل‌های سوار شده آماده نصب و پوشش کف" به میزان ۱.۱ میلیارد دلار می‌باشد. اقلام اصلی دیگر به ترتیب ارزش صادراتی به قرار زیر هستند:

- تخته فیبری از چوب یا از سایر مواد چوبی (۰.۵۶ میلیارد دلار)

- مواد بسته‌بندی از چوب (۰.۴۸ میلیارد دلار)

۳-۵- لاستیک و پلاستیک

تولید محصولات لاستیکی، پلاستیکی و فرآورده‌های معدنی غیر فلزی، ۱۳.۵ درصد از تولیدات صنعتی کشور لهستان را در سال ۲۰۱۴ تشکیل می‌دهد که سهم محصولات لاستیکی و پلاستیکی ۷.۷ درصد می‌باشد (پیوست ۱۰).

مزیت آشکار شده نسبی بخش تولیدی لاستیک و پلاستیک بالای یک و نشانگر مزیت کشور لهستان در تولید این دسته از محصولات است (RCA=۱.۸۲).

همچنین بر اساس آمار مرکز جهانی تجارت در سال ۲۰۱۵، این کشور در زمینه صادرات برخی محصولات پلاستیکی و کائوچویی و لاستیکی دارای جایگاه صادراتی در جهان می‌باشد، در زمینه محصولات پلاستیکی با ۲۷۸ میلیون دلار صادرات "لوله و شیلنگ‌های سخت از پلاستیک" اولین و با ۷۷۰ میلیون دلار صادرات "در و

¹ International Standard Industrial Classification

پنجره و چارچوب آنها از پلاستیک " دومین کشور صادرکننده این محصولات در جهان است. لهستان، در حوزه محصولات کائوچویی و لاستیکی نیز با ۱.۳ میلیارد دلار صادرات "درزبند، واشر و سایر درزگیرها^۱ و سایر اشیا از کائوچوی ولکانیزه^۲ " پنجمین در جهان و دومین بعد از آلمان در اتحادیه اروپا می باشد.

۳-۶- استخراج معادن و فرآورده های معدنی (فلزی و غیرفلزی)

سهم ارزش افزوده بخش معادن (شامل استخراج معادن و فعالیت های خدماتی پشتیبانی آنها) لهستان در تولید ناخالص داخلی آن در سال ۲۰۱۴ بر اساس آمار سازمان همکاری های اقتصادی ۱.۸ درصد و سهم تولید محصولات فلزی فابریکی و فرآورده های معدنی غیر فلزی در تولیدات صنعتی لهستان به ترتیب ۱۰.۹ و ۵.۸ درصد می باشد (پیوست ۱۰). مزیت آشکار شده نسبی گروه محصولات فلزی و تولیدی فرآورده های معدنی غیرفلزی نیز بالای یک و نشانگر مزیت کشور لهستان در تولید این دسته از محصولات است (به ترتیب $RCA=1.80$ و $RCA=1.56$).

بر اساس آمار مرکز تجارت جهانی، لهستان در زمینه صادرات محصولات معدنی غیر فلزی با ۶۴ میلیون دلار صادرات گوگرد، سومین کشور صادرکننده این محصول در اتحادیه اروپا، در سال ۲۰۱۵ می باشد. بررسی تولیدات معدنی ۳۶ کشور اروپایی EU36^۳ در سال ۲۰۱۴، نشان از سهم قابل توجه لهستان در تولید فرآورده های معدنی فلزی و غیرفلزی این گروه و همچنین رتبه برتر آن در این زمینه دارد که مهمترین آنها به قرار زیر می باشند:

فرآورده های فلزی:

- نقره: رتبه اول با سهم ۶۲.۵٪ (پیوست ۱۲)
- مس: رتبه اول با سهم ۴۱.۸٪ (پیوست ۱۳)
- کادمیوم: رتبه اول با سهم ۲۷٪ (پیوست ۱۴)
- سرب: رتبه اول با سهم ۲۴٪ (پیوست ۱۵)

¹ Gaskets, washers and other seals of vulcanised rubber

² Articles of vulcanised rubber nes, other than hard rubber

^۳ ۳۶ عضو اتحادیه اروپا، تعداد احتمالی این اتحادیه در آینده می باشد که در گزارشات کمیسیون اروپا نیز منظور می شود و شامل ۲۸ عضو اتحادیه اروپا، ۲ کشور وابسته به آن (EU Associates) نروژ و سوئیس و ۶ کشورکاندید (Candidate countries) آلبانی، ایسلند، مقدونیه، مونتنگرو، صربستان و ترکیه می شود.

فرآورده غیرفلزی:

- زغال سنگ (انواع آن): رتبه دوم با سهم ۲۰.۹٪ (پیوست ۱۶)
 - شن و ماسه و سنگریزه های ساختمانی: رتبه سوم با سهم ۸.۹٪ (پیوست ۱۴)
- در حوزه انرژی و محیط زیست، بر اساس گزارش علم، فناوری و صنعت OECD، لهستان سهمی حدود ۸ درصد از بودجه تحقیقاتی خود را در سال ۲۰۱۴ به این بخش اختصاص داده است (پیوست ۱۱). در حوزه انرژی نیز بر اساس آمار ITC در سال ۲۰۱۵، سوخت های معدنی این کشور رتبه های اول یا دوم صادراتی را در بین ۲۸ کشور اتحادیه اروپا در سال ۲۰۱۵ داشته اند که از جمله آنها برخی اقلام زیر می باشند:
- دومین صادرکننده جهان بعد از چین و اولین صادرکننده در EU28 با صادرات ۱.۲ میلیارد دلار کک و نیمه کک از زغال سنگ، لینیت یا تورب
 - دومین صادرکننده جهان بعد از چین و اولین صادرکننده در EU28 با صادرات ۸۲ میلیون دلار قطران زغال سنگ، قطران لینیت یا قطران تورب و سایر قطران های معدنی
 - اولین صادرکننده EU28 با صادرات ۱۶.۶ میلیارد دلار زفت و کک زفت قطران زغال سنگ یا سایر قطران های معدنی
 - دومین کشور صادرکننده زغال سنگ، زغال قالبی، گلوله زغال سنگ و سوخت های جامد همانند که از زغال-سنگ تهیه شده باشد، در اتحادیه اروپا با صادرات ۷۳۷ میلیون دلار

۳-۷- تجهیزات برقی و الکترونیکی

بر اساس فصل های صادراتی کالا، در سال ۲۰۱۵، صادرات "تجهیزات برقی و الکترونیک" لهستان به میزان ۲۴.۱ میلیارد دلار می باشد که ۱۲.۱ درصد از کل صادرات آن را تشکیل می دهد و این کشور را در بین دیگر کشورهای صادرکننده این فصل از محصولات در اتحادیه اروپا در جایگاه هفتم قرار می دهد (پیوست ۱۸). عمده صادرات لهستان در این بخش شامل: گیرنده تلویزیون (۵ میلیارد دلار)، دستگاه های الکتریکی برای خطوط تلفن و تلگراف (۳.۳ میلیارد دلار) و کابل و سیم عایق شده (۲.۶ میلیارد دلار) است.

بر اساس آمار سازمان همکاری های اقتصادی و توسعه، ساخت تجهیزات برقی ۴.۲ درصد و ساخت کامپیوتر و محصولات الکترونیکی و نوری (اپتیکی) ۲.۴ درصد از تولیدات صنعتی کشور لهستان را در سال ۲۰۱۴ تشکیل داده است (پیوست ۲).

۳-۸- وسایل نقلیه زمینی و آبی

ساخت وسایل نقلیه موتوری ۸.۹ درصد از ارزش افزوده بخش صنعت کشور لهستان را تشکیل می‌دهد (پیوست ۲) که مزیت نسبی آشکار شده در این بخش صنعتی نیز، در سال ۲۰۱۲ بالاتر از یک بوده است (۱.۴۵). صادرات لهستان در بخش وسایل نقلیه زمینی (غیر از نواقل روی خط راه آهن یا تراموای) و قطعات آنها، ۱۰.۸ درصد از کل صادرات این کشور و به ارزش ۲۱.۴ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۵ بوده است که عمدتاً شامل اجزاء و قطعات و متفرعات وسایل نقلیه موتوری (۱۰ میلیارد دلار) و اتومبیل‌ها از نوع استیشن (۶.۵ میلیارد دلار) بوده است (پیوست ۱۸).

همچنین بر اساس آمار مرکز تجارت جهانی، لهستان با صادرات ۵.۴ میلیارد دلار کشتی، قایق و شناور در سال ۲۰۱۵، پنجمین صادرکننده در دنیا و دومین در اتحادیه اروپا بعد از آلمان است که عمده صادرات آن نیز شامل کشتی‌های مسافری، قایق‌های تفریحی عمومی، قایق‌های مسافری، کشتی‌های بارکشی و تانکر می‌باشد.

۳-۹- ماشین‌آلات

بر اساس آمار ITC در سال ۲۰۱۵، صدور "راکتورهای هسته‌ای، دیگ‌های بخار و آبگرم، ماشین‌آلات و وسایل مکانیکی؛ اجزاء و قطعات آنها" به میزان ۲۵.۷ میلیارد دلار، با ۱۲.۹ درصد، بیشترین سهم را در صادرات این کشور داشته است و عمده محصولات صادراتی لهستان در این گروه شامل ماشین‌های خودکار داده‌پردازی و ماشین‌های قرائت نوری (۳.۸ میلیارد دلار)، موتورهای دیزلی و نیمه دیزلی (۲.۳ میلیارد دلار) و توربوجت‌ها، توربوپراپلرها سائرتوربین‌های گازی (۱.۸ میلیارد دلار) می‌باشد. رتبه لهستان در بین ۲۸ کشور صادرکننده این گروه از محصولات در اتحادیه اروپا، نهم است.

۴- شرکت‌های بزرگ لهستانی

در رتبه‌بندی فوربس از شرکت‌های دولتی، همه ساله ۲۰۰۰ شرکت برتر دنیا انتخاب می‌شوند، ۶ شرکت لهستانی در سال ۲۰۱۵ در این رتبه‌بندی جایگاه کسب کرده‌اند. زمینه‌های فعالیت این شرکت‌های شامل بانک و بیمه، خدمات برق، عملیات نفت و گاز و معدن و فلزات می‌باشند.^۱

^۱ <http://www.forbes.com>



جدول ۳ - فهرست شرکت های لهستانی موجود در رتبه بندی فوربس در سال ۲۰۱۵

Forbes 2015 Rank	Company	Industry	Sales	Profits	Assets	Market Cap
743	PKO Bank Polski	Regional Banks	\$5 B	\$1 B	\$70 B	\$11.5 B
778	PGE	Electric Utilities	\$8.9 B	\$1.2 B	\$18.6 B	\$10.5 B
855	Grupa PZU	Property & Casualty Insurance	\$6.2 B	\$941 M	\$18.8 B	\$11.5 B
887	Pgnig Group	Oil & Gas Operations	\$10.9 B	\$895 M	\$13.8 B	\$8.7 B
1217	PKN Orlen	Oil & Gas Operations	\$33.9 B	\$-1.8 B	\$13.2 B	\$7 B
1302	KGHM Polska Miedz	Diversified Metals & Mining	\$6.5 B	\$759 M	\$11.4 B	\$6.5 B

۵- جمع بندی

لهستان، کشوری که از سال ۲۰۰۴ به اتحادیه اروپا پیوست و رشد اقتصادی قابل توجهی را تجربه نمود، در سال ۲۰۱۴ با تولید ناخالص داخلی ۵۴۴.۹ میلیارد دلار (به قیمت های جاری)، در جایگاه ۲۳ ام جهان قرار گرفته و درآمد سرانه آن ۱۴.۳ هزار دلار به ازای هر نفر بوده است. بخش های خدمات، صنایع و معادن و کشاورزی به ترتیب با سهم ۶۴.۰۲ درصد، ۳۲.۵۹ درصد و ۳.۳۹ درصد، ترکیب تولید ناخالص داخلی این کشور را در سال ۲۰۱۴ تشکیل داده اند.

در مجموع می توان لهستان را در زمره کشورهای متوسط قرار داد و ارزیابی های مختلف از این کشور در گزارشات گوناگون جهانی نیز مؤید همین امر است. لهستان در گزارشات رقابت پذیری، گزارش رقابت پذیری سفر و گردشگری و گزارش جهانی فناوری اطلاعات به ترتیب رتبه های ۴۱، ۴۷، ۵۰ (در سال ۲۰۱۵) را کسب کرده است. در شاخص رقابت پذیری صنعتی، لهستان در سال ۲۰۱۲، کشور ۲۳ ام جهان بوده است و به لحاظ سطح صنعتی شدن نیز با رتبه ۳۳ در میان ۱۴۲ کشور، از جایگاه نسبتاً مناسبی برخوردار است.

شاخص مزیت رقابتی آشکار شده لهستان در تولید دخانیات رقم ۵.۲۵، تولید مبلمان رقم ۴.۵۹، تولید چوب و محصولات چوبی رقم ۲.۳۳ و تولید کاغذ رقم ۱.۸۶ است که پتانسیل های صادراتی این کشور را نشان می دهد. همچنین این کشور در زمینه تولید محصولات فلزی و تولیدی فرآورده های معدنی غیرفلزی، از پتانسیل های خوبی برخوردار است. لهستان، هفتمین صادرکننده تجهیزات برقی و الکترونیک در اتحادیه اروپا محسوب می شود و با صادرات کشتی، قایق و شناور به میزان ۵.۴ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۵، به ترتیب پنجمین و دومین صادر کننده دنیا و اتحادیه اروپا، در صادرات این محصول بوده است.

در این گزارش مروری بر ظرفیت ها و پتانسیل های کشور لهستان انجام گرفت و آنچه در ادامه اهمیت می یابد، نحوه تعامل و بهره گیری از ظرفیت های این کشور برای ایجاد روابط اقتصادی و تجاری، مبتنی بر یک رویکرد برد-برد، برای رشد و توسعه متقابل ایران و لهستان می باشد. بر این اساس، فهرستی از اولویت های سرمایه گذاری در ایران، توسط وزارت صنعت، معدن و تجارت ایران در ۱۷ گروه صنعتی در سال ۱۳۹۴ تهیه گردیده است که در ستون اول جدول زیر قابل مشاهده می باشد. ستون دوم این جدول به بخش هایی از اقتصاد لهستان اشاره دارد که لهستان در آنها توانمند بوده و در عین حال با نیازهای کنونی ایران مطابقت دارند. بر این اساس می توان مشاهده کرد که در ۹ گروه زیر، زمینه های همکاری میان ایران و لهستان به چشم می خورد که عبارت هستند از:

۱. اکتشاف معادن
۲. استخراج معادن
۳. فلزات و مصنوعات فلزی
۴. کانی غیرفلزی
۵. سلولزی
۶. غذایی
۷. برق و الکترونیک
۸. ماشین سازی و تجهیزات
۹. خودرو و نیروی محرکه

جزئیات بیشتر در این زمینه در جدول زیر قابل مشاهده است:

جدول ۴- زمینه های همکاری مشترک میان ایران و لهستان بر اساس بررسی های گزارش

اولویت های وزارت صمت برای سرمایه گذاری	صنایع دارای پتانسیل کشور لهستان بر اساس بررسی های انجام گرفته
۱. اکتشاف معادن ^۱	- رتبه اول در تولید مس در EU36
۲. استخراج معادن	- سهم ۱۰.۸ درصدی ارزش افزوده بخش معادن در GDP لهستان - دومین صادرکننده کک و نیمه کک از زغال سنگ، لنینیت یا تورب در جهان، اولین در EU ^۲ - دومین صادرکننده دلار قطران زغال سنگ، قطران لنینیت یا قطران تورب و سایر قطران های معدنی، اولین در EU ^۲ - دومین کشور صادرکننده زغال سنگ، زغال قالبی، گلوله زغال سنگ و سوخت های جامد همانند که از زغال سنگ تهیه شده باشد، در EU ^۲



<p>- رتبه دوم در تولید زغال سنگ در EU36^۲</p> <p>- با RCA بالای یک در محصولات فلزی (۱.۸۰)</p> <p>- رتبه اول در تولید نقره در EU36</p> <p>- رتبه اول در تولید مس در EU36</p> <p>- رتبه اول در تولید کادمیوم در EU36</p> <p>- رتبه اول در تولید سرب در EU36</p>	<p>۳. فلزات و مصنوعات فلزی^۳</p>
<p>- با RCA بالای یک در صنایع معدنی غیر فلزی (۱.۵۶)</p> <p>- سهم ۵.۸ درصدی فرآورده های معدنی غیر فلزی در تولیدات صنعتی لهستان</p> <p>- سومین کشور صادرکننده گوگرد در EU</p> <p>- دومین صادرکننده کک و نیمه کک از زغال سنگ، لنینیت یا تورب در جهان، اولین در EU^۴</p> <p>- دومین صادرکننده دلار قطران زغال سنگ، قطران لنینیت یا قطران تورب و سایر قطران های معدنی، اولین در EU^۴</p> <p>- دومین کشور صادرکننده زغال سنگ، زغال قالبی، گلوله زغال سنگ و سوخت های جامد همانند که از زغال سنگ تهیه شده باشد، در EU^۴</p> <p>- رتبه اول در تولید زغال سنگ در EU36^۴</p>	<p>۴. کانی غیر فلزی</p>
توضیح	
	<p>۵. پتروشیمی و پالایشگاه</p>
	<p>۶. شیمیایی</p>
	<p>۷. پلیمری</p>
<p>- با RCA بالای یک در صنایع مبلمان (۴.۵۹)، چوب و محصولات چوبی (۲.۳۳) و کاغذ (۱.۸۶)</p> <p>- اولین رتبه صادراتی در EU در صادرات: نشیمن ها (مبل / صندلی) حتی قابل تبدیل به تخت خواب و تشک و قسمت های فنی تخت خواب</p> <p>- دومین رتبه صادراتی در EU در صادرات تخت های جراحی، ارتوپدی و غیره</p> <p>- سهم ۱۱ درصدی ساخت "دیگر محصولات، راه اندازی، تعمیر ماشین آلات و تجهیزات" (تولید مبلمان در این گروه جای دارد) در تولیدات صنعتی لهستان</p> <p>- سهم حدوداً ۹ درصدی تولید "چوب و محصولات چوبی" (تولید کاغذ نیز در این گروه جای دارد) در تولیدات صنعتی لهستان</p> <p>- هشتمین صادرکننده چوب و محصولات چوبی در جهان و سومین در اتحادیه اروپا،</p>	<p>۸. سلولزی</p>

<p>عمدتا شامل: گروه مصنوعات نجاری و قطعات چوب‌بست برای ساختمان از چوب و همچنین پانل‌ها و صفحه‌های لانه زنبوری چوبی، پانل‌های سوار شده آماده نصب و پوشش کف و سپس اقلام دیگری چون تخته فیبری از چوب یا از سایر مواد چوبی و مواد بسته‌بندی از چوب</p>	
<p>- با RCA بالای یک در <u>صنعت غذا</u></p> <p>- مواد غذایی، آشامیدنی و دخانیات دارای بیشترین سهم ارزش افزوده در تولیدات صنعتی کشور لهستان</p> <p>- دارای رتبه‌های برتر صادراتی در EU، در صادرات: گوشت و احشاء خوراکی (رتبه ۴)، فرآورده‌های گوشت، کنسروهای گوشت، ماهی، خاویار ماهی و سوسیس و محصولات مشابه (رتبه ۴)، سایر محصولات حیوانی شامل: روده، بادکنک و شکمبه حیوانات، محصولات حیوانی غیر قابل مصرف برای خوراک انسان و پوست و سایر اجزای پرندگان با پر یا کر (رتبه ۵)، قند و شکر و شیرینی (رتبه ۵) و شکلات و سایر فرآورده‌های خوراکی از کاکائو (رتبه ۶)</p>	<p>۹. غذایی</p>
	<p>۱۰. دارویی</p>
	<p>۱۱. نساجی و پوشاک</p>
<p>- با RCA بالای یک در تجهیزات الکتریکی (۱.۳۲)</p> <p>- سهم ۱۲.۱ درصدی صادرات تجهیزات برقی و الکترونیک لهستان در صادرات این کشور</p> <p>- لهستان دارای جایگاه هفتم صادراتی در فصل "تجهیزات برقی و الکترونیک" در EU، عمدتاً شامل: گیرنده تلویزیون، دستگاه‌های الکتریکی برای خطوط تلفن و تلگراف و کابل و سیم عایق شده</p>	<p>۱۲. برق و الکترونیک</p>
	<p>۱۳. فلزی و لوازم خانگی</p>
<p>- با RCA بالای یک در صنایع لاستیکی و پلاستیکی (۱.۸۲)^۵</p> <p>- سهم ۱۳.۵ درصدی تولید لاستیک و پلاستیک در تولیدات صنعتی لهستان</p> <p>- دارای جایگاه صادراتی در جهان در زمینه لوله و شیلنگ‌های سخت از پلاستیک (اولین)، در و پنجره و چارچوب آنها از پلاستیک (دومین)، درزبند، واشر و سایر درزگیرها و سایر اشیاء از کائوچوی ولکانیزه (پنجمین در جهان، دومین در EU)^۵</p> <p>- سهم حدوداً ۱۳ درصدی صادرات گروه "راکتورهای هسته‌ای، دیگ‌های بخار و آبگرم، ماشین‌آلات و وسایل مکانیکی؛ اجزاء و قطعات آنها" در کل صادرات لهستان، عمدتاً شامل: ماشین‌های خودکار داده‌پرداز و ماشین‌های قرائت نوری، موتورهای دیزلی و</p>	<p>۱۴. ماشین‌سازی و تجهیزات</p>



<p>نیمه دیزلی و توربوجت‌ها، توربوپراپلرها سایر توربین‌های گازی - رتبه نهم صادراتی در این گروه در EU</p>	
	۱۵. تجهیزات پزشکی
<p>- با RCA بالای یک در صنایع وسایل موتوری (۱.۴۵) و سایر وسایل حمل و نقل (۱.۱۸) - سهم حدودا ۱۱ درصدی صادرات وسایل نقلیه زمینی (غیر از نواقل روی خط راه آهن یا تراموای) و قطعات آنها در کل صادرات لهستان - پنجمین صادرکننده کشتی، قایق و شناور در دنیا و دومین در EU</p>	۱۶. خودرو و نیرو محرکه
	۱۷. تجارت
<p>توضیحات:</p> <p>۱. مطابق با اولویت وزارت صمت، برای اکتشاف مس و پلی متال ۲. مطابق با اولویت وزارت صمت، برای بهره برداری و استخراج مکانیزه معادن ذغال سنگ ۳. مطابق با اولویت وزارت صمت، برای: - فراوری لجن‌های حاوی طلا، نقره، سلینیوم در فرایند آندی مس - استحصالی نقره و کادمیوم و کبالت از پسماندهای سرب و روی - مس کاتد - لوله های مسی کم قطر - فویل های کم ضخامت مسی - مفتول مسی کم قطر ۴. مطابق با اولویت وزارت صمت، برای تولید: ۱. بریکت از ضایعات ذغال سنگ و ۲. کنسانتره ذغال سنگ ۵. مطابق با اولویت وزارت صمت، برای ساخت ماشین‌آلات با کاربرد خاص (شامل دستگاه آب شیرین کن صنعتی، انواع ماشین‌آلات قطعات لاستیکی و پلاستیکی، ماشین‌آلات تولید درب و پنجره UPVC)</p>	

در پایان، ذکر این نکته قابل توجه است که لهستان از مزیت‌هایی در زمینه کشاورزی و سوخت‌های معدنی نیز برخوردار است که در فهرست اولویت‌های سرمایه‌گذاری وزارت صمت جای ندارند ولی زمینه‌های مساعدی برای پرداختن به این قابلیت‌ها برای ایران و فعالان اقتصادی کشور وجود دارد.



۶- پیوست‌ها

پیوست ۱- تولید ناخالص داخلی لهستان و ارزش افزوده بخش های اقتصادی

۲۰۱۴	۲۰۱۳	۲۰۱۲	۲۰۱۱	۲۰۱۰	
۴۲۷.۷	۴۱۳.۹	۴۰۸.۸	۴۰۲.۵	۳۸۳.۳	تولید ناخالص داخلی - میلیارد دلار آمریکا (ثابت سال ۲۰۰۵)
۵۴۵.۰	۵۲۴.۱	۵۰۰.۲	۵۲۸.۷	۴۷۹.۲	تولید ناخالص داخلی - میلیارد دلار آمریکا (جاری)
۹۶۰.۲	۹۳۱.۷	۸۹۸.۲	۸۵۷.۲	۷۹۴.۴	تولید ناخالص داخلی - میلیارد دلار آمریکا (برابری قدرت خرید به قیمت های جاری)
۳۲.۵۹	۳۲.۳۲	۳۲.۸۵	۳۳.۷۳	۳۲.۹۵	ارزش افزوده بخش صنعت* (درصد از GDP)
۳.۳۹	۳.۳۳	۳.۲۱	۳.۲۶	۲.۹۶	ارزش افزوده بخش کشاورزی (درصد از GDP)
۶۴.۰۲	۶۴.۳۵	۶۳.۹۳	۶۳.۰۰	۶۴.۰۹	ارزش افزوده بخش خدمات و سایر (درصد از GDP)

Source: <http://data.worldbank.org/country/poland>

* بخش صنعت (Industry) شامل تولیدات صنعتی (Manufacturing)، معدن، ساختمان و آب و برق و گاز می باشد. این بخش، معادل بخش صنایع و معادن در حساب های ملی بانک مرکزی ایران است.

پیوست ۲ - ترکیب بخش تولیدات صنعتی (Manufacturing) - لهستان ۲۰۱۴

زیربخش های صنعت	سهم از کل ارزش افزوده بخش تولیدات صنعتی (%)
Manufacture of food products, beverages and tobacco products	۱۷.۷۵
Manufacture of textiles, wearing apparel, leather and related products	۳.۳۷
Manufacture of wood and paper products: printing	۸.۸۹
Manufacture of coke and refined petroleum products	۲.۴۷
Manufacture of chemicals and chemical products	۵.۰۶
Manufacture of basic pharmaceutical products and preparations	۱.۷۳
Manufacture of rubber, plastics and other non-metallic mineral products	۱۳.۴۶
Manuf. of basic metals and fabricated metal products, except mach. & equip.	۱۴.۰۲
Manufacture of computer, electronic and optical products	۲.۴۴
Manufacture of electrical equipment	۴.۱۷
Manufacture of machinery and equipment n.e.c.	۴.۸۳
Manufacture of transport equipment	۱۰.۷۲
Other manufacturing, repair and installation of machinery and equipment	۱۱.۰۹

Source: Calculated based on <http://stats.oecd.org/> → National Accounts → Annual national accounts → Detailed tables and simplified accounts → Value added and its component by activity, ISIC rev4



پیوست ۳ - سهم لهستان در تولیدات کشاورزی اتحادیه اروپا

نام محصول	سیب	گوشت خوک	هویج قرمز	هویج سفید	ترتیکاله	انگور سیاه	قارچ خوراکی	جو دو سر	چاودار
سهم در EU28 (%)	۲۶,۴	۱۵,۱	۱۶	۳۱,۴	۳۹	۷۵	۲۷,۶	۱۸,۶	۱۸,۶
نام محصول	توت فرنگی	غلات	چغندر قند	کلزا	پیاز	سیب زمینی	لهستان همچنین تولیدکننده مهمی در زمینه تولید شیر، پنیر، کره، گوجه فرنگی و تنباکو می باشد.		
سهم در EU28 (%)	۱۸,۸	۹,۳	۹	۱۲,۸	۱۰	۱۱,۴			

Ministry of agriculture and rural development, Agriculture and food economy in Poland 2015



رتبه لهستان در تولیدات کشاورزی در اتحادیه اروپا

Source: Ministry of agriculture and rural development, Agriculture and food economy in Poland 2015



پیوست ۴- تجارت محصولات کشاورزی لهستان در سال ۲۰۱۴

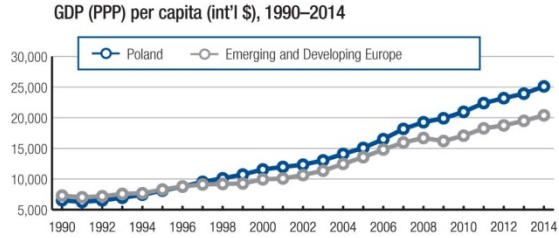
تجارت با کشورهای غیر اتحادیه اروپا		تجارت با اتحادیه اروپا		کل تجارت	دسته بندی محصولات
درصد تغییرات ۲۰۱۴/۲۰۱۳	میلیون €	درصد تغییرات ۲۰۱۴/۲۰۱۳	میلیون €	میلیون €	
صادرات					
۵۴,۷	۹۹۵,۷	-۲	۲۵۲۷,۹	۳۵۲۳,۶	مواد اولیه
-۲۵,۵	۱۲۹۳,۹	۸,۷	۴۹۶۹,۱	۶۲۶۳,۱	سایر مواد اولیه
-۳,۹	۵۴۹,۷	۴,۵	۲۴۸۶,۷	۳۰۳۶,۴	محصولات فرآوری شده
۱۹,۲	۱۱۴۹,۶	۱۲,۵	۳۴۹۰,۱	۴۶۳۹,۷	غذای آماده
۴,۶	۱۳۶,۴	۲۶,۳	۴۷۹,۱	۶۱۵,۵	نوشیدنی
۱۷,۵	۵۵۵,۹	۲۲,۴	۲۲۷۵,۸	۲۸۳۱,۸	محصولات غیر خوراکی
-۳	۴۶۸۱,۳	۱۰,۸	۱۶۲۲۸,۷	۲۰۹۱۰	کل صادرات کشاورزی
—	—	—	—	۱۲,۶	درصد از کل صادرات
واردات					
۱۳,۳	۱۳۶۰,۵	۳,۷	۲۳۷۳,۳	۳۷۳۳,۸	مواد اولیه
۱۶,۴	۲۹۴,۷	۲,۴	۴۱۳۶,۹	۴۴۳۱,۶	سایر مواد اولیه
-۲,۱	۲۰۵,۱	۵	۱۱۹۰	۱۳۹۵,۲	محصولات فرآوری شده
-۰,۵	۱۴۵,۳	۸,۸	۲۳۵۸,۱	۲۵۰۳,۴	غذای آماده
-۱,۳	۲۶,۷	-۳,۶	۳۱۱,۳	۳۳۸	نوشیدنی
۸,۶	۴۵۱,۹	۱۰	۱۱۹۴,۶	۱۶۴۶,۵	محصولات غیر خوراکی
۵,۴	۲۴۸۴,۲	۸,۸	۱۱۵۶۴,۳	۱۴۰۴۸,۵	کل واردات کشاورزی
—	—	—	—	۸,۳	درصد از کل صادرات
تراز تجاری					
—	-۳۶۴,۸	—	۱۵۴,۵	-۲۱۰,۲	مواد اولیه
—	۹۹۹,۲	—	۸۳۲,۲	۱۸۳۱,۴	سایر مواد اولیه
—	۳۴۴,۶	—	۱۲۹۶,۷	۱۶۴۱,۳	محصولات فرآوری شده
—	۱۰۰۴,۳	—	۱۱۳۲	۲۱۳۶,۲	غذای آماده
—	۱۰۹,۷	—	۱۶۷,۸	۲۷۷,۵	نوشیدنی
—	۱۰۴,۱	—	۱۰۸۱,۲	۱۱۸۵,۳	محصولات غیر خوراکی
—	۲۱۹۷,۱	—	۴۶۶۴,۴	۶۸۶۱,۵	کل محصولات کشاورزی

Source: European Commission, Statistical factsheet Poland, April 2016

Poland

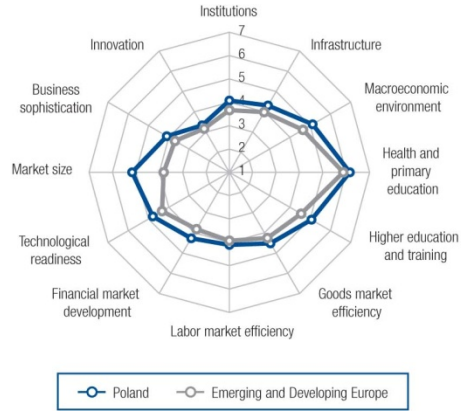
Key indicators, 2014

Population (millions)	38.0
GDP (US\$ billions)	546.6
GDP per capita (US\$)	14,379
GDP (PPP) as share (%) of world total	0.88

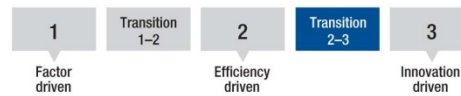


Global Competitiveness Index

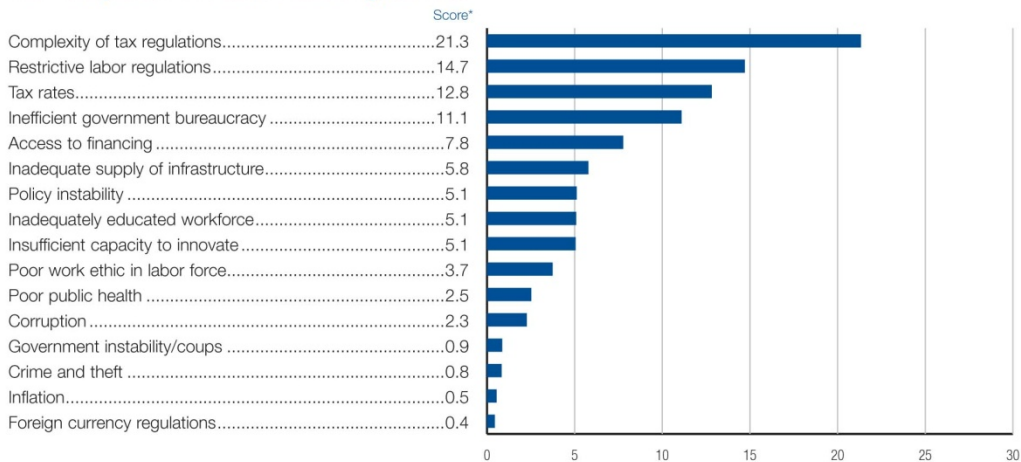
	Rank (out of 140)	Score (1-7)
GCI 2015-2016	41	4.5
GCI 2014-2015 (out of 144)	43	4.5
GCI 2013-2014 (out of 148)	42	4.5
GCI 2012-2013 (out of 144)	41	4.5
Basic requirements (26.6%)	44	4.9
1st pillar: Institutions	58	4.1
2nd pillar: Infrastructure	56	4.3
3rd pillar: Macroeconomic environment	46	5.1
4th pillar: Health and primary education	40	6.1
Efficiency enhancers (50.0%)	34	4.6
5th pillar: Higher education and training	31	5.1
6th pillar: Goods market efficiency	46	4.5
7th pillar: Labor market efficiency	81	4.1
8th pillar: Financial market development	43	4.3
9th pillar: Technological readiness	41	4.8
10th pillar: Market size	21	5.2
Innovation and sophistication factors (23.4%)	57	3.7
11th pillar: Business sophistication	55	4.1
12th pillar: Innovation	64	3.3



Stage of development



The most problematic factors for doing business



The Global Competitiveness Index in detail

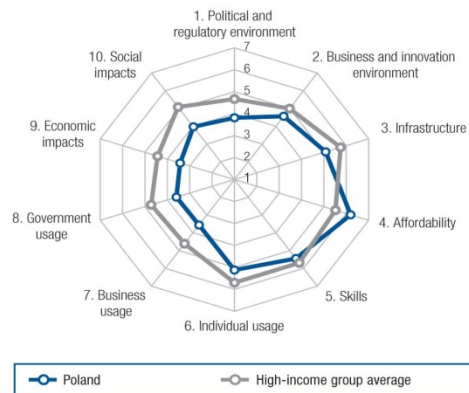
INDICATOR	VALUE	RANK/140
1st pillar: Institutions		
1.01 Property rights	4.3	64
1.02 Intellectual property protection	4.0	65
1.03 Diversion of public funds	3.9	48
1.04 Public trust in politicians	2.4	100
1.05 Irregular payments and bribes	4.8	40
1.06 Judicial independence	4.2	54
1.07 Favoritism in decisions of government officials	3.1	69
1.08 Wastefulness of government spending	2.9	87
1.09 Burden of government regulation	2.8	122
1.10 Efficiency of legal framework in settling disputes	3.7	70
1.11 Efficiency of legal framework in challenging regs.	3.1	97
1.12 Transparency of government policymaking	3.6	106
1.13 Business costs of terrorism	5.7	43
1.14 Business costs of crime and violence	5.2	39
1.15 Organized crime	5.4	49
1.16 Reliability of police services	4.1	75
1.17 Ethical behavior of firms	4.1	55
1.18 Strength of auditing and reporting standards	5.0	52
1.19 Efficacy of corporate boards	4.8	66
1.20 Protection of minority shareholders' interests	4.1	63
1.21 Strength of investor protection, 0–10 (best)*	6.3	32
2nd pillar: Infrastructure		
2.01 Quality of overall infrastructure	4.1	68
2.02 Quality of roads	3.8	76
2.03 Quality of railroad infrastructure	3.1	51
2.04 Quality of port infrastructure	4.0	67
2.05 Quality of air transport infrastructure	4.1	83
2.06 Available airline seat km/week, millions*	391.0	51
2.07 Quality of electricity supply	5.5	47
2.08 Mobile telephone subscriptions/100 pop.*	156.4	17
2.09 Fixed-telephone lines/100 pop.*	13.2	77
3rd pillar: Macroeconomic environment		
3.01 Government budget balance, % GDP*	-3.5	78
3.02 Gross national savings, % GDP*	19.0	78
3.03 Inflation, annual % change*	0.0	66
3.04 General government debt, % GDP*	48.8	83
3.05 Country credit rating, 0–100 (best)*	73.4	31
4th pillar: Health and primary education		
4.01 Malaria cases/100,000 pop.*	M.F.	n/a
4.02 Business impact of malaria	N/Appl.	n/a
4.03 Tuberculosis cases/100,000 pop.*	22.0	50
4.04 Business impact of tuberculosis	6.1	47
4.05 HIV prevalence, % adult pop.*	0.1	1
4.06 Business impact of HIV/AIDS	6.1	40
4.07 Infant mortality, deaths/1,000 live births*	4.5	32
4.08 Life expectancy, years*	76.8	44
4.09 Quality of primary education	4.3	49
4.10 Primary education enrollment, net %*	96.8	45
5th pillar: Higher education and training		
5.01 Secondary education enrollment, gross %*	97.7	45
5.02 Tertiary education enrollment, gross %*	73.2	22
5.03 Quality of the education system	3.6	73
5.04 Quality of math and science education	4.4	51
5.05 Quality of management schools	4.1	75
5.06 Internet access in schools	4.8	46
5.07 Availability of specialized training services	4.9	32
5.08 Extent of staff training	4.0	65
6th pillar: Goods market efficiency		
6.01 Intensity of local competition	5.3	48
6.02 Extent of market dominance	4.7	18
6.03 Effectiveness of anti-monopoly policy	4.0	50
6.04 Effect of taxation on incentives to invest	3.3	96
6.05 Total tax rate, % profits*	38.7	72

INDICATOR	VALUE	RANK/140
6th pillar: Goods market efficiency (cont'd.)		
6.06 No. procedures to start a business*	4	22
6.07 No. days to start a business*	30.0	112
6.08 Agricultural policy costs	3.5	95
6.09 Prevalence of non-tariff barriers	4.3	65
6.10 Trade tariffs, % duty*	1.2	5
6.11 Prevalence of foreign ownership	5.0	37
6.12 Business impact of rules on FDI	4.6	64
6.13 Burden of customs procedures	4.4	49
6.14 Imports as a percentage of GDP*	46.7	70
6.15 Degree of customer orientation	5.0	42
6.16 Buyer sophistication	3.2	87
7th pillar: Labor market efficiency		
7.01 Cooperation in labor-employer relations	4.1	97
7.02 Flexibility of wage determination	5.6	28
7.03 Hiring and firing practices	3.5	97
7.04 Redundancy costs, weeks of salary*	18.8	83
7.05 Effect of taxation on incentives to work	3.1	115
7.06 Pay and productivity	4.1	65
7.07 Reliance on professional management	4.3	63
7.08 Country capacity to retain talent	2.7	116
7.09 Country capacity to attract talent	2.4	126
7.10 Women in labor force, ratio to men*	0.82	67
8th pillar: Financial market development		
8.01 Availability of financial services	4.9	43
8.02 Affordability of financial services	4.8	43
8.03 Financing through local equity market	3.6	68
8.04 Ease of access to loans	2.6	89
8.05 Venture capital availability	2.5	96
8.06 Soundness of banks	5.4	48
8.07 Regulation of securities exchanges	4.6	48
8.08 Legal rights index, 0–12 (best)*	7	24
9th pillar: Technological readiness		
9.01 Availability of latest technologies	4.6	72
9.02 Firm-level technology absorption	4.2	101
9.03 FDI and technology transfer	4.5	63
9.04 Individuals using Internet, %*	66.6	46
9.05 Fixed-broadband Internet subscriptions/100 pop.*	23.8	36
9.06 Int'l Internet bandwidth, kb/s per user*	90.4	33
9.07 Mobile-broadband subscriptions/100 pop.*	62.3	40
10th pillar: Market size		
10.01 Domestic market size index, 1–7 (best)*	5.0	26
10.02 Foreign market size index, 1–7 (best)*	5.7	24
10.03 GDP (PPP\$ billions)*	954.5	23
10.04 Exports as a percentage of GDP*	48.4	45
11th pillar: Business sophistication		
11.01 Local supplier quantity	5.1	22
11.02 Local supplier quality	4.9	36
11.03 State of cluster development	3.6	81
11.04 Nature of competitive advantage	3.0	100
11.05 Value chain breadth	3.9	59
11.06 Control of international distribution	3.6	87
11.07 Production process sophistication	4.2	45
11.08 Extent of marketing	4.5	47
11.09 Willingness to delegate authority	3.8	59
12th pillar: Innovation		
12.01 Capacity for innovation	3.9	72
12.02 Quality of scientific research institutions	3.9	63
12.03 Company spending on R&D	3.1	84
12.04 University-industry collaboration in R&D	3.5	73
12.05 Gov't procurement of advanced tech products	3.1	91
12.06 Availability of scientists and engineers	4.2	53
12.07 PCT patents, applications/million pop.*	8.6	40

Source: The Global Competitiveness Report 2015–2016

Poland

	Rank (out of 143)	Value (1-7)
Networked Readiness Index 2015	50	4.4
Networked Readiness Index 2014 (out of 148).....	54	4.2
Networked Readiness Index 2013 (out of 144).....	49	4.2
A. Environment subindex	53	4.2
1st pillar: Political and regulatory environment.....	65	3.8
2nd pillar: Business and innovation environment.....	54	4.6
B. Readiness subindex	30	5.6
3rd pillar: Infrastructure	36	5.1
4th pillar: Affordability.....	26	6.2
5th pillar: Skills.....	43	5.4
C. Usage subindex	54	4.1
6th pillar: Individual usage.....	44	5.1
7th pillar: Business usage	71	3.6
8th pillar: Government usage.....	86	3.6
D. Impact subindex	69	3.7
9th pillar: Economic impacts.....	54	3.4
10th pillar: Social impacts.....	78	4.0



The Networked Readiness Index in detail

INDICATOR	RANK/143	VALUE
1st pillar: Political and regulatory environment		
1.01 Effectiveness of law-making bodies*	84	3.4
1.02 Laws relating to ICTs*	75	3.9
1.03 Judicial independence*	54	4.1
1.04 Efficiency of legal system in settling disputes* ..	117	2.9
1.05 Efficiency of legal system in challenging regs* ..	110	2.8
1.06 Intellectual property protection*	63	3.7
1.07 Software piracy rate, % software installed.....	41	5.1
1.08 No. procedures to enforce a contract	34	3.3
1.09 No. days to enforce a contract	104	685
2nd pillar: Business and innovation environment		
2.01 Availability of latest technologies*	90	4.5
2.02 Venture capital availability*	99	2.3
2.03 Total tax rate, % profits	73	38.7
2.04 No. days to start a business	113	30
2.05 No. procedures to start a business.....	23	4
2.06 Intensity of local competition*.....	51	5.3
2.07 Tertiary education gross enrollment rate, %.....	23	73.2
2.08 Quality of management schools*.....	84	4.0
2.09 Gov't procurement of advanced tech*	89	3.2
3rd pillar: Infrastructure		
3.01 Electricity production, kWh/capita.....	54	4,193.5
3.02 Mobile network coverage, % pop.	59	99.5
3.03 Int'l Internet bandwidth, kb/s per user.....	37	73.0
3.04 Secure Internet servers/million pop.	30	309.0
4th pillar: Affordability		
4.01 Prepaid mobile cellular tariffs, PPP \$/min.....	51	0.21
4.02 Fixed broadband Internet tariffs, PPP \$/month ..	26	21.39
4.03 Internet & telephone competition, 0-2 (best) ..	83	1.77
5th pillar: Skills		
5.01 Quality of educational system*	79	3.6
5.02 Quality of math & science education*.....	50	4.4
5.03 Secondary education gross enrollment rate, % ..	43	97.7
5.04 Adult literacy rate, %	5	99.8

INDICATOR	RANK/143	VALUE
6th pillar: Individual usage		
6.01 Mobile phone subscriptions/100 pop.....	25	149.1
6.02 Individuals using Internet, %.....	47	62.8
6.03 Households w/ personal computer, %	35	74.7
6.04 Households w/ Internet access, %	34	71.9
6.05 Fixed broadband Internet subs/100 pop.....	45	15.7
6.06 Mobile broadband subs/100 pop.....	38	54.9
6.07 Use of virtual social networks*	95	5.3
7th pillar: Business usage		
7.01 Firm-level technology absorption*	101	4.2
7.02 Capacity for innovation*	67	3.8
7.03 PCT patents, applications/million pop.	40	8.3
7.04 Business-to-business Internet use*	98	4.3
7.05 Business-to-consumer Internet use*	52	4.9
7.06 Extent of staff training*	72	4.0
8th pillar: Government usage		
8.01 Importance of ICTs to gov't vision*	118	3.1
8.02 Government Online Service Index, 0-1 (best) ..	57	0.54
8.03 Gov't success in ICT promotion*.....	122	3.4
9th pillar: Economic impacts		
9.01 Impact of ICTs on new services & products*	98	4.0
9.02 ICT PCT patents, applications/million pop.	43	1.6
9.03 Impact of ICTs on new organizational models* ..	92	3.9
9.04 Knowledge-intensive jobs, % workforce.....	32	35.9
10th pillar: Social impacts		
10.01 Impact of ICTs on access to basic services*	96	3.7
10.02 Internet access in schools*	50	4.9
10.03 ICT use & gov't efficiency*	113	3.4
10.04 E-Participation Index, 0-1 (best).....	64	0.49

Note: Indicators followed by an asterisk (*) are measured on a 1-to-7 (best) scale. For further details and explanation, please refer to the section "How to Read the Country/Economy Profiles" on page 115.

Source: The Global Information Technology Report 2015

Poland

The Travel & Tourism Competitiveness Index

	Rank (out of 141)	Score (1-7)
Travel & Tourism Competitiveness Index	47	4.08
Enabling Environment	39	5.22
Business Environment	76.....	4.35
Safety and Security	35.....	5.86
Health and Hygiene	25.....	6.21
Human Resources and Labour Market.....	41.....	4.80
ICT Readiness.....	44.....	4.90
T&T Policy and Enabling Conditions	23	4.43
Prioritization of Travel & Tourism	99.....	4.10
International Openness.....	26.....	4.08
Price Competitiveness.....	46.....	4.94
Environmental Sustainability.....	28.....	4.62
Infrastructure	62	3.70
Air Transport Infrastructure	73.....	2.57
Ground and Port Infrastructure.....	47.....	4.08
Tourist Service Infrastructure.....	66.....	4.44
Natural and Cultural Resources	43	2.96
Natural Resources.....	57.....	3.14
Cultural Resources and Business Travel	35.....	2.77



Travel & Tourism Key Indicators and Economic Impact

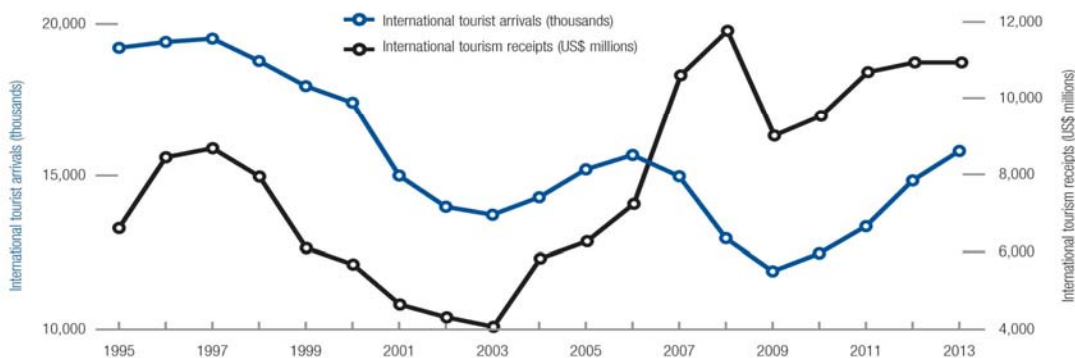
Int'l tourist arrivals (thousands), 2013	15,800
Int'l tourism receipts (inbound US\$ millions), 2013	10,938.0
Growth (%) in int'l outbound travel spending*	n/a
Average spending per int'l tourist (US\$), 2013.....	692.3

Population (millions), 2013	38.5
Surface area (1,000 square kilometres), 2013	312.7
Gross domestic product per capita (PPP\$), 2013	23,273
Real GDP growth (%), 2013.....	1.6

T&T industry economic impact, 2014 estimates

	Absolute value	Percent of total	Growth forecast
T&T industry GDP (US\$ millions).....	10,938.6	2.1	5.2
T&T industry employment (1,000 jobs)	334.1	2.2	3.2

Evolution of the T&T Industry Over Time



The Travel & Tourism Competitiveness Index in detail

INDICATOR	VALUE	RANK/141
Business Environment	4.3	76
1.01 Property rights [†]	4.3.....	55
1.02 Impact of rules on FDI [†]	4.4.....	76
1.03 Efficiency of legal framework settling disputes [†]	2.9.....	117
1.04 Efficiency of legal framework challenging regs. [†]	2.8.....	110
1.05 No. of days to deal with construction permits*.....	212.....	111
1.06 Construction permits cost (%)*.....	0.3.....	11
1.07 Extent of market dominance [†]	4.8.....	19
1.08 No. of days to start a business*.....	30.....	112
1.09 Cost to start a business (% GNI/capita)*.....	12.9.....	86
1.10 Effect of taxation on incentives to work [†]	3.4.....	86
1.11 Effect of taxation on incentives to invest [†]	3.3.....	101
1.12 Total tax rate (% profit)*.....	38.7.....	72
1.12a Labour and contributions tax rate (% profit)*.....	24.7.....	110
1.12b Profit tax rate (% profit)*.....	13.1.....	52
1.12c Other taxes rate (% profit)*.....	1.0.....	37
Safety and Security	5.9	35
2.01 Business costs of crime and violence [†]	5.4.....	27
2.02 Reliability of police services [†]	4.1.....	76
2.03 Business costs of terrorism [†]	6.0.....	27
2.04 Index of terrorism incidence*.....	7.0.....	1
2.05 Homicide rate*.....	1.....	30
Health and Hygiene	6.2	25
3.01 Physician density per 1,000 pop.*.....	2.2.....	52
3.02 Access to improved sanitation (% pop.)*.....	89.0.....	73
3.03 Access to improved drinking water (% pop.)*.....	100.0.....	1
3.04 Hospital beds per 10,000 pop.*.....	65.0.....	11
3.05 HIV prevalence (% pop.)*.....	0.1.....	1
3.06 Malaria incidence per 100,000 pop.*.....	M.F.....	n/a
Human Resources and Labour Market	4.8	41
<i>Qualification of the labour force</i>	5.6.....	40
4.01 Primary education enrolment rate (%)*.....	96.6.....	49
4.02 Secondary education enrolment rate (%)*.....	97.7.....	43
4.03 Extent of staff training [†]	4.0.....	72
4.04 Treatment of customers [†]	4.9.....	49
<i>Labour market</i>	4.0.....	68
4.05 Hiring and firing practices [†]	3.4.....	109
4.06 Ease of finding skilled employees [†]	4.0.....	61
4.07 Ease of hiring foreign labour [†]	3.8.....	93
4.08 Pay and productivity [†]	4.1.....	52
4.09 Female labour force participation (% to men)*.....	0.8.....	68
ICT Readiness	4.9	44
5.01 ICT use for B2B transactions [†]	4.3.....	97
5.02 Internet use for B2C transactions [†]	4.9.....	51
5.03 Individuals using internet (%)*.....	62.8.....	47
5.04 Broadband internet subs. per 100 pop.*.....	15.7.....	45
5.05 Mobile telephone subs. per 100 pop.*.....	149.1.....	24
5.06 Mobile broadband subs. per 100 pop.*.....	54.9.....	38
5.07 Mobile network coverage (% pop.)*.....	99.5.....	58
5.08 Quality of electricity supply.....	5.5.....	46
Prioritization of Travel & Tourism	4.1	99
6.01 Government prioritization of T&T industry [†]	3.7.....	132
6.02 T&T gov't expenditure (% gov't budget)*.....	2.7.....	88
6.03 Effectiveness of marketing to attract tourists [†]	3.9.....	108
6.04 Comprehensiveness of T&T data (0–120 best)*.....	102.0.....	10
6.05 Timeliness of T&T data (0–21 best)*.....	12.0.....	94
6.06 Country Brand Strategy rating (1–10 best)*.....	69.1.....	62

INDICATOR	VALUE	RANK/141
International Openness	4.1	26
7.01 Visa requirements (0–100 best)*.....	23.0.....	72
7.02 Openness of bilateral ASA (0–38)*.....	11.1.....	65
7.03 No. of regional trade agreements in force*.....	46.0.....	1
Price Competitiveness	4.9	46
8.01 Ticket taxes, airport charges (0–100 best)*.....	87.9.....	27
8.02 Hotel price index (US\$)*.....	79.9.....	4
8.03 Purchasing power parity*.....	0.6.....	81
8.04 Fuel price levels (US\$ cents/litre)*.....	174.0.....	100
Environmental Sustainability	4.6	28
9.01 Stringency of environmental regulations [†]	4.6.....	44
9.02 Enforcement of environmental regulations [†]	4.1.....	56
9.03 Sustainability of T&T development [†]	3.7.....	112
9.04 Particulate matter (2.5) concentration (µg/m ³).....	15.7.....	130
9.05 No. of envtl. treaty ratifications (0–27 best)*.....	24.....	4
9.06 Baseline water stress (0–5 worst)*.....	1.3.....	60
9.07 Threatened species (% total species)*.....	3.3.....	36
9.08 Forest cover change (% average per year)*.....	-0.5.....	27
9.09 Wastewater treatment (%)*.....	60.7.....	32
9.10 Coastal shelf fishing pressure (tonnes per km ²)*.....	0.1.....	40
Air Transport Infrastructure	2.6	73
10.01 Quality of air transport infrastructure [†]	4.0.....	86
10.02 Airline dom. seat kms per week (millions)*.....	12.1.....	48
10.03 Airline int'l. seat kms per week (millions)*.....	339.5.....	50
10.04 Departures per 1,000 pop.*.....	2.0.....	83
10.05 Airport density per million urban pop.*.....	0.6.....	109
10.06 No. of operating airlines*.....	60.0.....	39
Ground and Port Infrastructure	4.1	47
11.01 Quality of roads.....	3.5.....	89
11.02 Quality of railroad infrastructure.....	2.9.....	54
11.03 Quality of port infrastructure [†]	4.0.....	78
11.04 Quality of ground transport network [†]	4.5.....	65
11.05 Railroad density (km/surface area)*.....	6.3.....	10
11.06 Road density (km/surface area)*.....	⊗.....	28
11.07 Paved road density (km/surface area)*.....	⊗.....	27
Tourist Service Infrastructure	4.4	66
12.01 Hotel rooms per 100 pop.*.....	0.3.....	75
12.02 Extension of business trips recommended [†]	3.8.....	135
12.03 Presence of major car rental companies [†]	6.....	35
12.04 ATMs accepting Visa cards per million pop.*.....	837.6.....	26
Natural Resources	3.1	57
13.01 No. of World Heritage natural sites*.....	1.....	43
13.02 Total known species*.....	398.....	100
13.03 Total protected areas (% total territorial area)*.....	34.8.....	11
13.04 Natural tourism digital demand (0–100 best)*.....	14.....	67
13.05 Quality of the natural environment [†]	4.5.....	68
Cultural Resources and Business Travel	2.8	35
14.01 No. of World Heritage cultural sites*.....	13.....	15
14.02 No. of oral and intangible cultural expressions*.....	0.....	89
14.03 No. of large sports stadiums*.....	13.0.....	32
14.04 No. of international association meetings*.....	179.7.....	22
14.05 Cult./entert. tourism digital demand (0–100 best)*.....	13.....	48

Source: The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015

پیوست ۸- شاخص رقابت پذیری صنعتی (CIP)

شاخص رقابت پذیری صنعتی^۱ (CIP) توان کشورها را برای افزایش حضورشان در بازارهای داخلی و بین‌المللی ضمن توسعه بخش‌های صنعتی و فعالیت‌هایی با ارزش افزوده بالاتر و حجم فن آوری بیشتر نشان می‌دهد که از میانگین هندسی شش عامل (سرانه ارزش افزوده صنعت، سرانه صادرات صنعتی، تراکم صنعتی شدن، کیفیت صادرات، نقش هر کشور در سرانه ارزش افزوده صنعت جهان و نقش هر کشور در تجارت صنعتی جهان) با وزن یکسان تشکیل شده است. شاخص بدست آمده، عددی بین صفر تا یک می‌باشد که هر چه به عدد یک نزدیک تر باشد، رقابت پذیری بخش صنعت آن کشور، بیشتر است.

شاخص رقابت پذیری صنعتی ۱۹۹۰-۲۰۱۲

رتبه						CIP Index 2012	کشور
۱۹۹۰	۱۹۹۵	۲۰۰۰	۲۰۰۵	۲۰۱۰	۲۰۱۲		
۱	۲	۲	۱	۱	۱	۰.۵۵۳۹	آلمان
۲	۱	۱	۲	۲	۲	۰.۴۸۵۵	ژاپن
۳	۳	۳	۳	۳	۳	۰.۴۳۷۴	آمریکا
۱۷	۱۳	۱۲	۶	۴	۴	۰.۴۱۴۴	کره
۳۲	۲۷	۲۲	۱۹	۷	۵	۰.۳۴۶۲	چین
۷	۷	۹	۹	۵	۶	۰.۳۳۹۵	سوئیس
۱۲	۱۱	۱۰	۱۰	۶	۷	۰.۳۲۷۱	سنگاپور
۹	۱۰	۱۳	۱۱	۸	۸	۰.۳۱۷	هلند
۸	۸	۸	۵	۱۲	۹	۰.۳۰۴	بلژیک
۱۹	۱۷	۱۱	۱۲	۱۱	۱۰	۰.۳۰۳۸	ایرلند
...							
۵۱	۳۷	۳۳	۲۸	۲۴	۲۳	۰.۱۸۰۶	لهستان
...							
۷۱	۷۲	۸۵	۷۳	۷۰	۶۶	۰.۰۴۳۵	قزاقستان
۹۳	۹۲	۸۹	۷۵	۶۰	۶۷	۰.۰۴۳۱	ایران

Source: UNIDO, Competitive Industrial Performance Report 2014

¹ Competitive Industrial Performance Index

پیوست ۹- شاخص مزیت نسبی آشکار شده (RCA)

شاخص مزیت نسبی آشکار شده (RCA)^۱ برای کمک به کشورها به منظور ارزیابی پتانسیل‌های صادراتی‌شان ساخته شده است. این شاخص به بررسی ساختار صادرات ملی در مقابل ساختار صادرات جهانی برای کالای موردنظر می‌پردازد. شاخص RCA اگر در فاصله صفر تا یک قرار گیرد، نشان دهنده عدم مزیت نسبی است و اگر بزرگتر از یک باشد، نمایانگر وجود مزیت نسبی آشکار شده در صادرات کالای X است. روند افزایشی این شاخص در طول زمان نشان دهنده بهبود موقعیت رقابتی یک کالا در سطح جهان و یا یک منطقه خاص در راستای ایجاد فرصت‌های مناسب و یا استفاده از فرصت‌های پیش آمده تلقی می‌شود. این شاخص راجع به چشم‌انداز پتانسیل‌های تجاری با شرکای جدید اطلاعات مفیدی ارائه می‌کند. کشورهایی که مشخصات RCA مشابه دارند، احتمال کمی می‌رود که تجارت دوجانبه بالایی با یکدیگر داشته باشند مگر اینکه مبادلات داخل صنعت میان آن‌ها انجام گیرد. شاخص RCA اگر با جزئیات بیشتری برای محصولات تخمین زده شود، می‌تواند محصولاتی را که قبلاً تجارت آن‌ها متداول نبود ولی برای صادرات مناسب هستند، به خوبی نشان دهد.

شاخص مزیت نسبی آشکار شده در تولیدات صنایع لهستان سال ۲۰۱۲

شاخص	شاخص	شاخص	شاخص
۰.۸۱	شیمیایی	۵.۲۵	دخانیات
۰.۷۰	پوشاک	۴.۵۹	مبلمان
۰.۶۹	چاپ	۲.۳۳	چوب و محصولات چوبی
۰.۶۵	ماشین آلات	۱.۸۶	کاغذ
۰.۶۰	نساجی	۱.۸۲	لاستیکی و پلاستیکی
۰.۶۰	نفت پالایش شده	۱.۸۰	محصولات فلزی
۰.۵۹	کامپیوتری، الکترونیکی و تجهیزات نوری	۱.۵۶	معدنی غیر فلزی
۰.۴۵	چرم و کفش	۱.۵۵	غذا
۰.۴۴	آشامیدنی	۱.۴۵	وسایل موتوری
۰.۳۵	داروسازی	۱.۳۲	تجهیزات الکتریکی
۰.۳۰	سایر محصولات صنعتی	۱.۱۸	سایر وسایل حمل و نقل
		۰.۹۵	فلزات اساسی

 Source: <http://www.ec.europa.eu>

¹ Revealed Comparative Advantage

پیوست ۱۰ - تولیدات صنعتی لهستان (میلیون زلوتی) در سال ۲۰۱۴

Poland 2014 - Activity	Millions Zloty	Share in GDP	Share in Manufacturing	
VTOT: Total activity	1525193	100.0	-	
V B: Mining and quarrying	27121	1.8	-	
VC: Manufacturing	283974	18.6	100	
V10_12: Manufacture of food products, beverages and tobacco products	50410	3.3	17.8	
V13_15: Manufacture of textiles, wearing apparel, leather and related products	9569	0.6	3.4	
V16_18: Manufacture of wood and paper products: printing	25232	1.7	8.9	
V16_18: Manufacture of wood and paper products: printing	V16: Manufacture of wood and of products of wood and cork, etc.	10327	0.7	3.6
	V17: Manufacture of paper and paper products	9730	0.6	3.4
	V18: Printing and reproduction of recorded media	5175	0.3	1.8
V19: Manufacture of coke and refined petroleum products	7024	0.5	2.5	
V20: Manufacture of chemicals and chemical products	14363	0.9	5.1	
V21: Manufacture of basic pharmaceutical products and preparations	4910	0.3	1.7	
V22_23: Manufacture of rubber, plastics and other non-metallic mineral products	38233	2.5	13.5	
V22_23: Manufacture of rubber, plastics and other non-metallic mineral products	V22: Manufacture of rubber and plastics products	21849	1.4	7.7
	V23: Manufacture of other non-metallic mineral products	16384	1.1	5.8
V24_25: Manuf. of basic metals and fabricated metal products, except mach. & equip.	39823	2.6	14.0	
V24_25: Manuf. of basic metals and fabricated metal products, except mach. & equip.	V24: Manufacture of basic metals	8950	0.6	3.2
	V25: Manufacture of fabricated metal products, except machinery and equipment	30873	2.0	10.9
V26: Manufacture of computer, electronic and optical products	6915	0.5	2.4	
V27: Manufacture of electrical equipment	11837	0.8	4.2	
V28: Manufacture of machinery and equipment n.e.c.	13715	0.9	4.8	
V29_30: Manufacture of transport equipment	30447	2.0	10.7	
V29_30: Manufacture of transport equipment	V29: Manufacture of motor vehicles, trailers and semi-trailers	25187	1.7	8.9
	V30: Manufacture of other transport equipment	5260	0.3	1.9
V31_33: Other manufacturing, repair and installation of machinery and equipment	31496	2.1	11.1	
V31_33: Other manufacturing, repair and installation of machinery and equipment	V31_32: Manufacture of furniture, other manufacturing	17021	1.1	6.0
	V33: Repair and installation of machinery and equipment	14475	0.9	5.1

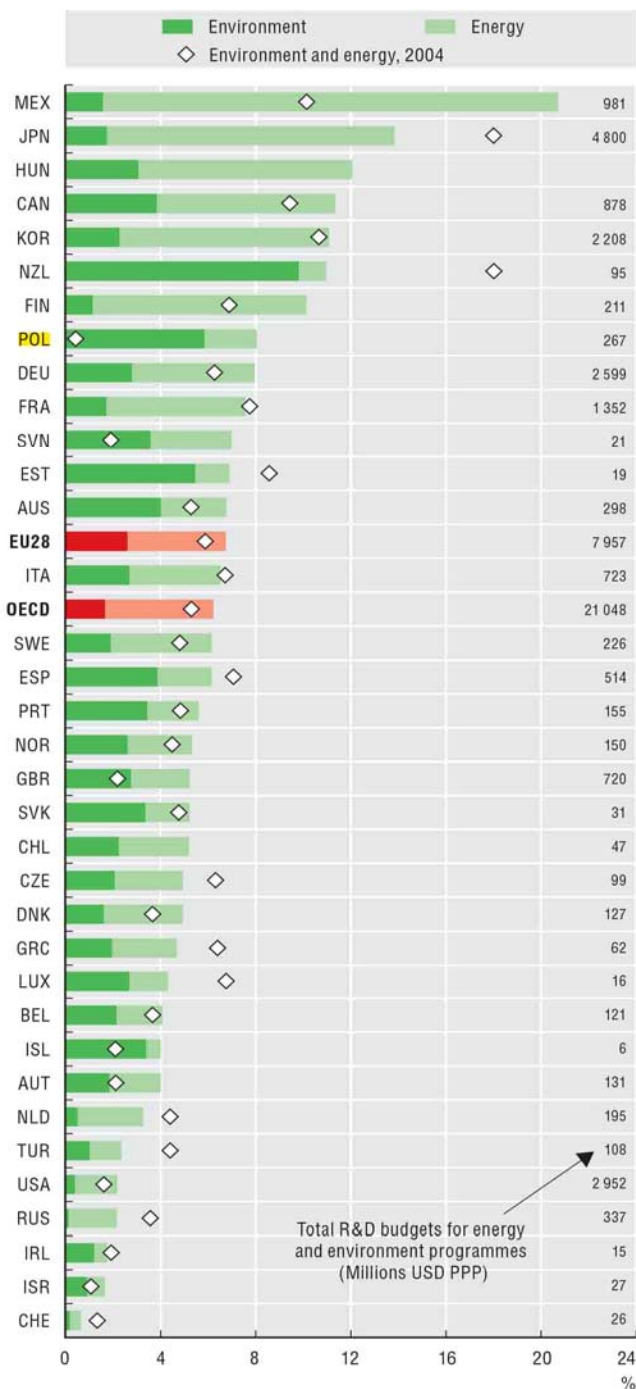
Source: OECD



پیوست ۱۱ - بودجه تحقیق و توسعه در زمینه انرژی و محیط زیست در سال ۲۰۱۴

R&D budgets for energy and the environment, 2014

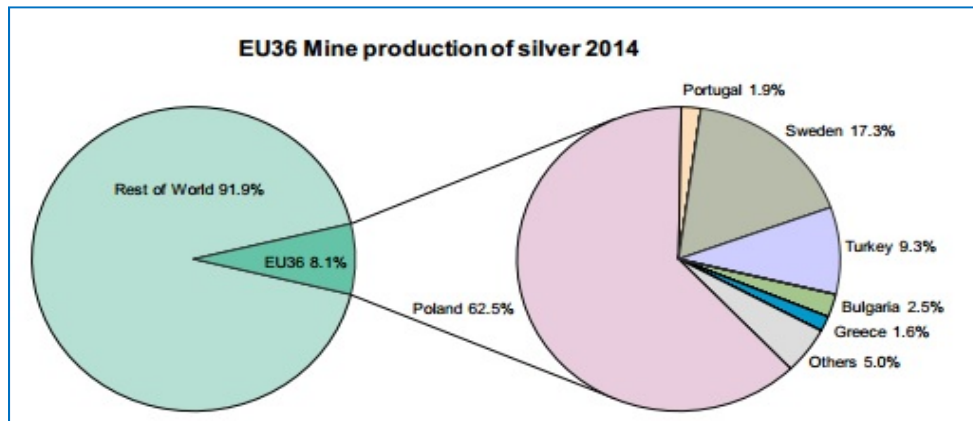
As a percentage of government budgets for R&D



Source: OECD, Research and Development Statistics Database, www.oecd.org/sti/rds, June 2015. See chapter notes.

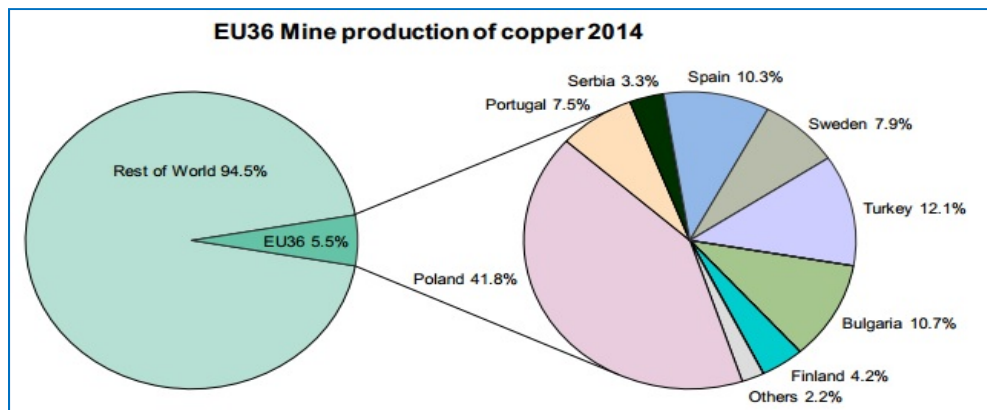
StatLink <http://dx.doi.org/10.1787/888933274905>

پیوست ۱۲ - سهم کشورهای EU36 در تولید نقره در سال ۲۰۱۴



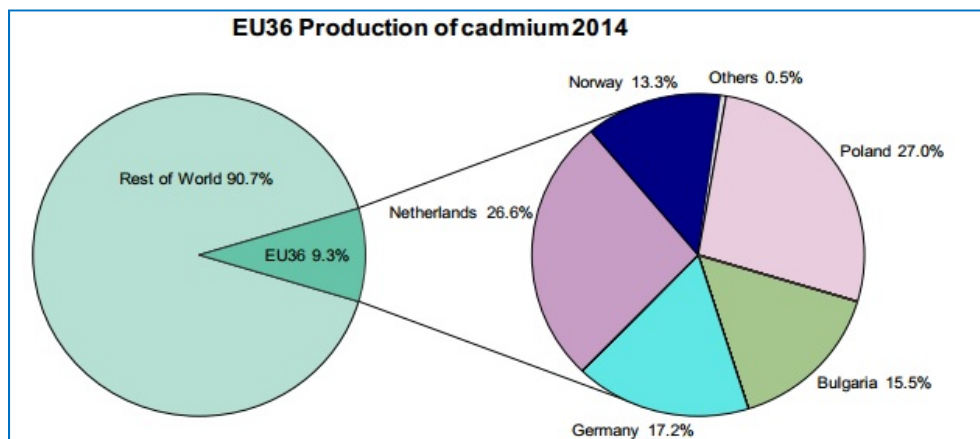
Source: European Mineral Statistics 2010-14, British Geological Survey, Natural Environment Research Council

پیوست ۱۳ - سهم کشورهای EU36 در تولید مس در سال ۲۰۱۴



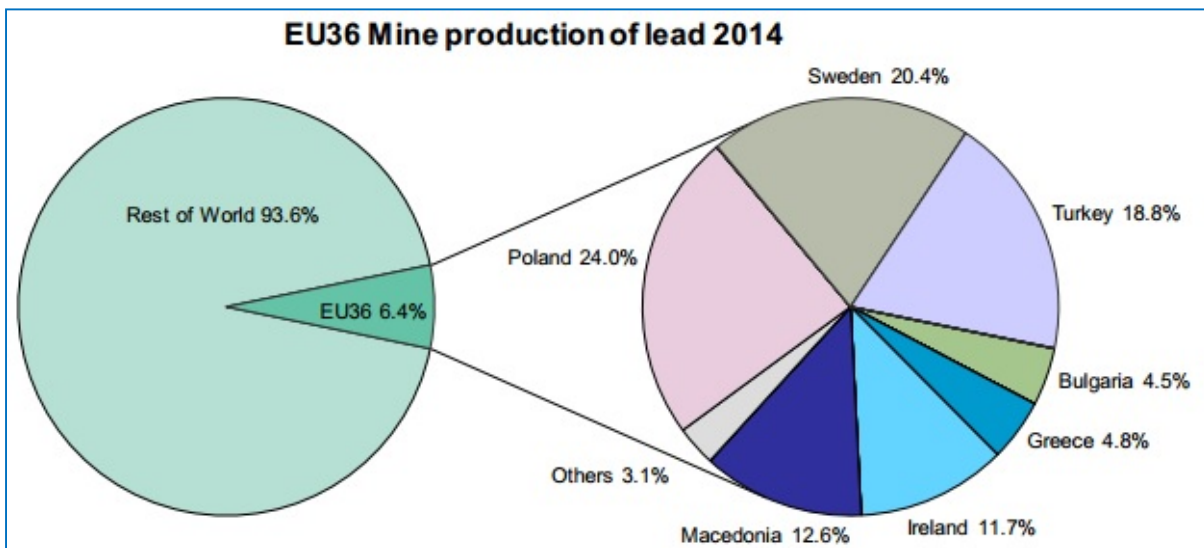
Source: European Mineral Statistics 2010-14, British Geological Survey, Natural Environment Research Council

پیوست ۱۴ - سهم کشورهای EU36 در تولید کادمیوم در سال ۲۰۱۴



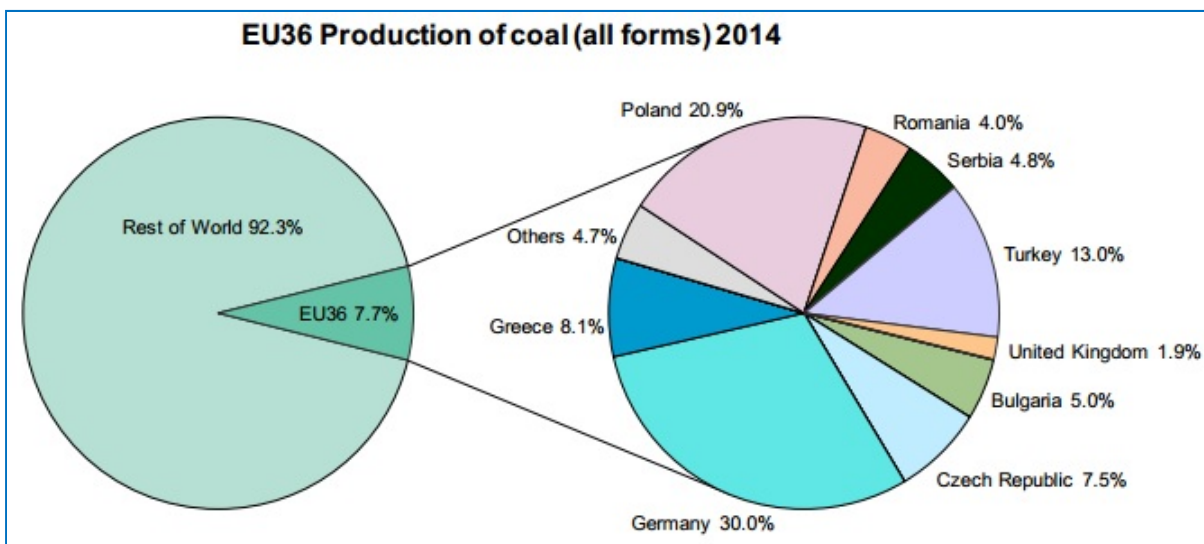
Source: European Mineral Statistics 2010-14, British Geological Survey, Natural Environment Research Council

پیوست ۱۵ - سهم کشورهای EU36 در تولید سرب در سال ۲۰۱۴



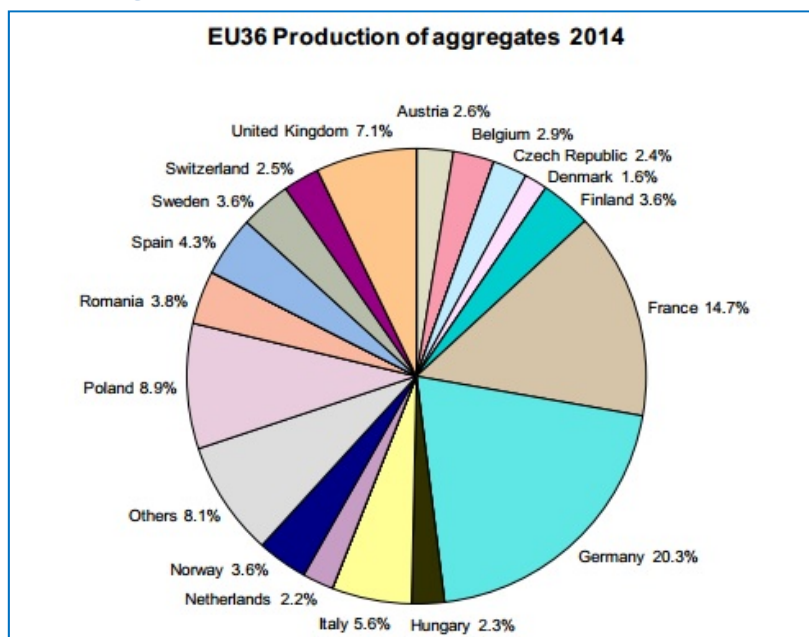
Source: European Mineral Statistics 2010-14, British Geological Survey, Natural Environment Research Council

پیوست ۱۶ - سهم کشورهای EU36 در تولید زغال سنگ در سال ۲۰۱۴



Source: European Mineral Statistics 2010-14, British Geological Survey, Natural Environment Research Council

پیوست ۱۷ - سهم کشورهای EU36 در تولید شن و ماسه سنگریزه های ساختمانی در سال ۲۰۱۴



Source: European Mineral Statistics 2010-14, British Geological Survey, Natural Environment Research Council

پیوست ۱۸ - ۱۰ فصل اول صادراتی لهستان به جهان در سال ۲۰۱۵

First 10 Export	Code	Product label	Exported value in 2015 (\$)	Share %
	TOTAL	All products	198323753	
1	'84	Machinery, nuclear reactors, boilers, etc	25672067	12.9
2	'85	Electrical, electronic equipment	24069009	12.1
3	'87	Vehicles other than railway, tramway	21361468	10.8
4	'94	Furniture, lighting, signs, prefabricated buildings	11200983	5.6
5	'39	Plastics and articles thereof	9173742	4.6
6	'27	Mineral fuels, oils, distillation products, etc	6528896	3.3
7	'73	Articles of iron or steel	6268138	3.2
8	'89	Ships, boats and other floating structures	5453664	2.7
9	'40	Rubber and articles thereof	4481409	2.3
10	'02	Meat and edible meat offal	4308857	2.2

Source: trademap.org