



KULTURA BIZNESU

SERBIA

© PAIH S.A.

Niniejsza publikacja ma charakter informacyjny. Została opracowana na podstawie informacji uznanych za wiarygodne i nie stanowi wykładni ani opinii prawnej.

Wydawca: Polska Agencja Inwestycji i Handlu S.A.

Dodatkowe informacje: redakcja@trade.gov.pl

Warszawa, maj, 2025

Spis treści

Język, który buduje zaufanie – jak rozmawiać z serbskimi partnerami	3
Kalendarz pod kontrolą – jak planować spotkania z serbskimi partnerami.....	4
Powitania, tytuły i zasady – czyli serbska etykieta w praktyce	6
Wygląd ma znaczenie – co mówi o Tobie Twój strój	7
Etykieta w sytuacjach towarzyskich i podczas wydarzeń biznesowych	8
Jak rozmawiać o interesach – styl negocjacji i prowadzenia dialogu	9
Upominek czy niezręczność? O prezentach w serbskim biznesie	10
Jak pisać do partnerów biznesowych – styl i zasady korespondencji.....	11
Jak nawiązywać kontakty biznesowe w Serbii	12
Prezentacja, która robi wrażenie – co warto pokazać serbskim partnerom.....	13

Kultura biznesu w Serbii

Serbia, choć stosunkowo niewielka pod względem liczby ludności, odgrywa coraz bardziej strategiczną rolę w regionie Bałkanów Zachodnich. Dla wielu zagranicznych firm kraj ten stanowi nie tylko atrakcyjny rynek zbytu, lecz także bramę do szerzej rozumianego regionu bałkańskiego, obejmującego blisko 18 milionów konsumentów. Aby jednak skutecznie prowadzić interesy w Serbii, niezbędne jest zrozumienie lokalnej kultury biznesowej.

Relacje międzyludzkie odgrywają w serbskim biznesie kluczową rolę. Spotkania, rozmowy i gesty uprzejmości mają znaczenie często porównywalne, a niekiedy nawet większe, niż formalne dokumenty czy oferty handlowe. Dobrze rozwinięty networking, wyczucie kulturowe i umiejętność odnalezienia się w nieformalnych sytuacjach to fundamenty, na których buduje się trwałe i efektywne partnerstwa. Jednocześnie serbska scena biznesowa bywa wymagająca – procesy negocjacyjne są czasochłonne, a ścieżki decyzyjne często podporządkowane hierarchii i złożonym układom instytucjonalnym.

Język, który buduje zaufanie – jak rozmawiać z serbskimi partnerami

Kultura biznesowa w Serbii silnie koncentruje się na budowaniu relacji międzyludzkich. Serbowie są znani ze swojej gościnności i towarzyskości, a relacje biznesowe często przeplatają się z kontaktami o charakterze prywatnym. Nawiązanie współpracy gospodarczej z partnerami z Serbii zwykle wymaga czasu i cierpliwości – proces ten bywa poprzedzony dłuższym okresem wzajemnego poznawania się i budowania zaufania.

Charakterystyczną cechą serbskiego stylu prowadzenia interesów jest spontaniczność, która jednak często idzie w parze z pewną ostrożnością. W praktyce może to oznaczać, że pomimo wstępnych, entuzjastycznych deklaracji współpracy, konkretne efekty – takie jak podpisanie umowy – mogą pojawić się dopiero po pewnym czasie. Z tego względu ważne jest,

aby podchodzić do kontaktów z serbskimi partnerami z wyrozumiałością i gotowością do prowadzenia długofalowego dialogu.

Warto zauważyć, że Serbia odgrywa obecnie istotną rolę jako regionalny hub biznesowy dla całego obszaru Bałkanów Zachodnich. Dzięki postępującemu procesowi znoszenia barier handlowych i integracji rynków wejście na rynek serbski może stanowić strategiczne otwarcie drzwi do dalszej ekspansji na rynki o łącznej liczbie około 18 milionów konsumentów. Należy jednak pamiętać, że region ten jest zróżnicowany pod względem kulturowym i religijnym, co wymaga od przedsiębiorców szczególnej wrażliwości i umiejętności dostosowania się do lokalnych uwarunkowań.

Serbowie to naród żywiołowy, lubiący prowadzić ożywione, często głośnie rozmowy, którym towarzyszy bogata gestykulacja. W kontaktach interpersonalnych zachowują niewielki dystans fizyczny, a częsty kontakt wzrokowy w trakcie rozmowy jest dobrze odbierany i świadczy o zaangażowaniu. Dotyk – na przykład poklepywanie po plecach – nie jest niczym nadzwyczajnym nawet w kontekście zawodowym i może być postrzegany jako oznaka sympatii i zaufania.

Kalendarz pod kontrolą – jak planować spotkania z serbskimi partnerami

W serbskiej kulturze biznesowej umawianie spotkań wymaga pewnego wyprzedzenia czasowego. W przypadku standardowych spotkań wystarczający jest kilkudniowy margines, natomiast spotkania na najwyższym szczeblu powinny być planowane z większym wyprzedzeniem. Jeśli spotkanie było uzgadniane z dużym wyprzedzeniem – na przykład z uwagi na zaplanowaną podróż do Serbii – dobrym zwyczajem jest przypomnienie się partnerowi biznesowemu i potwierdzenie terminu na kilka dni przed spotkaniem.

Chociaż w wyjątkowych sytuacjach możliwe jest zaproponowanie spotkania z dnia na dzień, a nawet tego samego dnia, należy pamiętać o istnieniu tzw.

okresów martwych w serbskim kalendarzu biznesowym. Przypadają one zazwyczaj na czas od połowy grudnia do połowy stycznia oraz od połowy lipca do początku września, kiedy to ze względu na urlopy i rodzinne uroczystości organizacja spotkań może być utrudniona lub wręcz niemożliwa.

Zaleca się również unikanie umawiania spotkań w piątki po godzinie 14 oraz w poniedziałki rano. Najdogodniejsze pory na organizację spotkań stricte biznesowych przypadają na przedziały 10:00–12:00 oraz 14:00–16:00. Spotkania odbywające się w porze lunchu mają zwykle bardziej nieformalny charakter i często odbywają się przy wspólnym posiłku.

Kultura picia kawy w Serbii odgrywa istotną rolę także w sferze zawodowej – wiele spotkań odbywa się w kawiarniach, przy filiżance kawy. Często można spotkać się z zaproszeniem na tradycyjną kawę parzoną w tygielku, przypominającą polską „kawę po turecku”. W dobrym tonie będzie nazwanie jej „serbską kawą” (srpska kafa) lub „kawą domową” (domaća kafa), co zostanie przyjęte z sympatią przez gospodarza spotkania.

Część spotkań biznesowych ma miejsce przy posiłkach i w takiej sytuacji nie powinno się odmawiać zaproszenia na lunch czy kolację. Warto mieć na uwadze, że tego rodzaju spotkania mogą trwać długo, a gospodarz najczęściej sam dobiera dania, wcześniej pytając o preferencje kulinarne lub produkty, których nie spożywamy. W trakcie posiłku można się spodziewać zachęty do kosztowania wielu dań oraz dodatków. Przyjmowanie ich – nawet w symbolicznej ilości – będzie dobrze postrzegane, podobnie jak otwartość na lokalną kuchnię.

Tradycją takich spotkań może być również wspólne spożycie alkoholu, głównie w postaci wina lub rakii – popularnego serbskiego wysokoprocentowego trunku na bazie owoców. Warto wziąć udział w symbolicznym toaście. Osoby niepijące alkoholu powinny odmówić w sposób stanowczy, jednak akceptowalną formą odmowy jest pozwolenie na nalanie alkoholu do kieliszka, wzniesienie toastu i odstawienie kieliszka bez jego wypicia.

Warto także pamiętać, że w Serbii wciąż powszechne jest palenie papierosów, nawet w przestrzeniach publicznych takich jak kawiarnie czy restauracje. W wielu przypadkach rozmówca nie zapyta, czy przeszkadza nam dym papierosowy, a wręcz może zachęcać do zapalenia. Jeśli jesteśmy na to szczególnie wrażliwi, należy zasygnalizować to przy umawianiu spotkania – tak, aby wybrać lokal dla niepalących – lub poruszyć ten temat na początku rozmowy.

Budowanie relacji biznesowej w Serbii to proces wymagający cierpliwości i czasu. Niejednokrotnie potrzeba wielu spotkań, zanim zostanie nawiązana formalna współpraca. Dbanie o relacje, otwartość na lokalne zwyczaje oraz elastyczność w podejściu do organizacji spotkań to kluczowe elementy skutecznego działania w serbskim środowisku biznesowym.

Powitania, tytuły i zasady – czyli serbska etykieta w praktyce

W Serbii obowiązują formy powitania i tytułowania zbliżone do tych znanych w kulturze biznesowej krajów zachodnich. Standardową formą przywitania jest uścisk dłoni połączony z utrzymaniem kontaktu wzrokowego. W sytuacjach mniej formalnych można jednak spotkać się z bardziej bezpośrednimi gestami – wymianą trzech naprzemiennych pocałunków w policzki, co jest częstsze w kontaktach pomiędzy kobietą a mężczyzną, lub z objęciem, typowym raczej dla relacji między mężczyznami.

Tytułowanie partnerów biznesowych w Serbii najczęściej odbywa się z użyciem form „Pan” i „Pani”. Zwyczajem jest jednak stosunkowo szybkie przechodzenie na formę „ty”, zwłaszcza w mniej formalnych okolicznościach. Taka zmiana zazwyczaj inicjowana jest przez osobę wyższą rangą, na przykład dyrektora wobec pracownika lub w relacjach równorzędnych czy towarzyskich, przez kobietę. Ciekawym zjawiskiem językowym jest powszechne posługiwanie się imieniem rozmówcy w trzeciej osobie, nawet przy zachowaniu form grzecznościowych „Pan”/„Pani”. Przykładowo, mimo że

rozmowa nadal prowadzona jest w formie oficjalnej, można usłyszeć: „umówiliśmy się z Tomaszem” czy „ustaliliśmy z Mariją”.

W kontaktach bardziej formalnych duże znaczenie mają również tytuły zawodowe, które mogą być używane zarówno w rozmowie bezpośredniej, jak i w odniesieniu do osoby nieobecnej. Typowymi przykładami są zwroty: „Pan Przewodniczący powiedział” lub „Panie Przewodniczący, proszę o zabranie głosu”.

Przy pierwszym spotkaniu wskazana jest wymiana wizytówek, choć nie towarzyszy jej żaden specjalny ceremoniał. Warto jednak zadbać o to, aby wizytówki były aktualne, czytelne i zawierały wszystkie niezbędne dane kontaktowe, co stanowi istotny element budowania profesjonalnego wizerunku.

Wygląd ma znaczenie – co mówi o Tobie Twój strój

W serbskiej kulturze biznesowej duże znaczenie przywiązuje się do wyglądu i prezencji, szczególnie podczas pierwszych spotkań. Strój stanowi nie tylko element wizerunku, ale również wyraz szacunku wobec rozmówcy i sytuacji. W środowisku biznesowym dominuje styl formalny – mężczyźni najczęściej noszą garnitury w stonowanych kolorach, koszule i eleganckie buty, natomiast kobiety wybierają klasyczne garsonki, sukienki lub eleganckie zestawy z marynarką. Strój powinien być schludny, zadbane i raczej konserwatywny, bez nadmiernych ozdób czy ekstrawagancji.

Choć w mniej formalnych sytuacjach, szczególnie wśród młodszych przedsiębiorców czy w sektorze kreatywnym, można zauważyć pewne rozluźnienie dress code'u, warto zachować ostrożność i dopasować ubiór do kontekstu. W przypadku spotkań z przedstawicielami administracji publicznej, instytucji rządowych czy podczas oficjalnych wydarzeń obowiązuje pełen formalizm. Zdecydowanie lepiej jest postawić na elegancję i umiarkowaną klasykę, niż zaryzykować zbyt swobodnym strojem, który może zostać odebrany jako brak profesjonalizmu. Serbowie cenią

dbałość o szczegóły i estetykę – dobrze dobrany strój może stać się cichym sprzymierzeńcem w budowaniu pozytywnego pierwszego wrażenia.

Etykieta w sytuacjach towarzyskich i podczas wydarzeń biznesowych

W miarę zacieśniania współpracy spotkania biznesowe w Serbii mogą coraz częściej przybierać formę przyjęć, szczególnie jeśli nie jest to już pierwsze spotkanie, a relacja nabrała bardziej osobistego charakteru lub została sformalizowana poprzez podpisanie umowy. W takich przypadkach granica między kontaktem zawodowym a towarzyskim zaczyna się zacierać. Jedynie oficjalne przyjęcia na wysokim szczeblu – organizowane przez instytucje takie jak ambasady, ministerstwa czy agencje rządowe – mają ściśle formalny charakter i przebiegają zgodnie z wcześniej ustalonym harmonogramem. Jednak nawet w tych przypadkach należy liczyć się z możliwością, że spotkanie się przedłuży, a jego przebieg stanie się bardziej swobodny, nierzadko kończąc się muzyką, tańcem czy śpiewem.

Przyjęcia biznesowe w Serbii mogą trwać do późnych godzin nocnych. Towarzyszy im zazwyczaj obfite jedzenie, obecność alkoholu oraz – co należy uwzględnić – powszechne palenie papierosów. Warto przy tym zauważyć, że choć alkohol jest obecny, Serbowie rzadko spożywają go w nadmiernych ilościach. Pije się raczej umiarkowanie, w powolnym tempie, a wspólne wznoszenie toastów pełni ważną funkcję integracyjną. Często pojawia się także propozycja „wyjścia na papierosa” – w lokalnym kontekście należy ją rozumieć jako okazję do porozmawiania w mniejszym gronie, na osobności, lub jako próbę zacieśnienia relacji. Nawet jeśli nie palimy, warto zareagować przyjaźnie, na przykład odpowiadając: „nie palę, ale chętnie się przewietrzę”.

W odróżnieniu od spotkań indywidualnych, podczas których można przedstawić swoje preferencje żywieniowe, przyjęcia dają ograniczoną możliwość wyboru, co może być wyzwaniem dla osób np. na diecie wegetariańskiej. Warto być na to przygotowanym i podchodzić do tego z elastycznością.

Rozmowy podczas przyjęć mają zwykle nieformalny charakter i często dotyczą codziennych spraw, życia prywatnego czy zainteresowań. Tego rodzaju tematyki nie należy unikać – wręcz przeciwnie, stanowi ważny element budowania wzajemnego zaufania i relacji. Dobrze natomiast nie poruszać tematów politycznych i religijnych, o ile nie zostaną one zainicjowane przez gospodarza. W takim przypadku należy wykazać się szczególną ostrożnością i empatią w doborze słów.

Rozmowy mogą także naturalnie schodzić na tematy historyczne, zwłaszcza związane z rozpadem Jugosławii, wojnami bałkańskimi lat 90., czy rolą Serbii w tych wydarzeniach. Serbowie nierzadko starają się budować pozytywny wizerunek swojego kraju poprzez odwołania do historii, dlatego warto choćby ogólnie orientować się w tym obszarze.

Jak rozmawiać o interesach – styl negocjacji i prowadzenia dialogu

Należy być przygotowanym na to, że rozmowy biznesowe oraz negocjacje z serbskimi partnerami mogą być procesem długotrwałym. Często wymagają one wielu spotkań, a znaczna część czasu poświęcana jest na rozmowy niezwiązane bezpośrednio z tematem negocjacji. To element kultury biznesowej, w której priorytetowo traktowane jest budowanie wzajemnego zaufania i relacji osobistych.

W sytuacji, gdy w proces negocjacyjny zaangażowane są także instytucje publiczne – rządowe lub samorządowe – należy liczyć się z jeszcze wolniejszym tempem postępów. Szczególnie czasochłonne są negocjacje związane z umowami objętymi przepisami serbskiego prawa zamówień publicznych. Dodatkowym czynnikiem wpływającym na wydłużenie procesu decyzyjnego jest hierarchiczna struktura wielu serbskich przedsiębiorstw. W praktyce oznacza to, że początkowe spotkania odbywają się z osobami o ograniczonych kompetencjach decyzyjnych i służą przede wszystkim nawiązaniu relacji oraz wstępnemu rozpoznaniu intencji i możliwości partnera.

Podczas rozmów warto poświęcić czas na luźniejszą wymianę zdań – dobrze widziane są żarty, anegdoty oraz osobiste odniesienia, które pomagają skrócić dystans i budować atmosferę wzajemnej sympatii. Tego rodzaju nieformalne elementy są istotnym składnikiem skutecznej komunikacji biznesowej w Serbii.

Choć w administracji publicznej Serbii wiele kobiet pełni funkcje kierownicze, to sektor prywatny, a szczególnie wyższe szczeble biznesu, nadal pozostaje zdominowany przez mężczyzn. Kobiety piastujące wysokie stanowiska są z reguły traktowane jako pełnoprawni uczestnicy procesu negocjacyjnego. Niemniej jednak należy mieć na uwadze, że serbskie społeczeństwo w wielu aspektach pozostaje silnie patriarchalne. Może to skutkować pojawieniem się zachowań lub komentarzy, które w kulturach zachodnich byłyby uznane za niewłaściwe czy nieprofesjonalne.

W takich przypadkach zaleca się reagowanie stanowczo i jednoznacznie – warto wyraźnie zaznaczyć, że dane zachowanie było dla nas nieakceptowalne i że oczekujemy poszanowania profesjonalnych standardów w przyszłości. W zdecydowanej większości przypadków spotka się to z pełnym zrozumieniem ze strony serbskiego partnera.

Upominek czy niezręczność? O prezentach w serbskim biznesie

W Serbii nie obowiązuje sztywny protokół dotyczący wręczania prezentów w relacjach biznesowych, jednak gest ten jest często mile widziany i może pozytywnie wpłynąć na budowanie relacji. W przypadku spotkań na wysokim szczeblu praktyką jest wcześniejsze uzgodnienie, czy dojdzie do wymiany podarunków – najczęściej odbywa się to za pośrednictwem biur lub sekretariatów stron. Ustalany jest również sposób przekazania prezentów: czy nastąpi to bezpośrednio, w obecności mediów, czy też w bardziej dyskretny sposób, np. przez pracowników administracyjnych.

Podczas mniej formalnych spotkań wręczanie drobnych upominków nie jest wymagane, ale może być dobrze odebrane. Szczególnie cenione są symboliczne prezenty związane z krajem pochodzenia gościa – mogą to być albumy, dzieła lokalnych artystów, wyroby rzemieślnicze, czekoladki, lokalne produkty spożywcze czy tradycyjny alkohol. W przypadku wizyty w domu serbskiego partnera biznesowego warto pomyśleć o prezentach zarówno dla gospodarza, jak i gospodyni. Serbowie są bardzo rodinni i przywiązani do dzieci – jeśli wiadomo, że w domu będą obecne, można rozważyć przygotowanie drobnych upominków również dla najmłodszych członków rodziny.

Zwyczajowo prezenty wręcza się na początku spotkania i są one odpakowywane od razu, co daje możliwość wspólnego komentarza i nawiązania swobodnej rozmowy.

Należy jednak zachować szczególną ostrożność w kwestii wręczania upominków przedstawicielom administracji publicznej. Serbia prowadzi aktywną politykę przeciwdziałania korupcji, dlatego w relacjach z urzędnikami państwowymi i funkcjonariuszami warto całkowicie zrezygnować z prezentów lub ograniczyć je do przedmiotów o bardzo symbolicznej wartości. Zachowanie wysokiej wrażliwości w tym zakresie pozwala uniknąć nieporozumień i podkreśla profesjonalizm w podejściu do współpracy instytucjonalnej.

Jak pisać do partnerów biznesowych – styl i zasady korespondencji

W kontaktach biznesowych z partnerami w Serbii ogólnie przyjętą formą komunikacji jest korespondencja elektroniczna. Mimo to Serbowie wyraźnie preferują bezpośredni kontakt – osobisty lub telefoniczny – który uznają za skuteczniejszy i bardziej naturalny. W sytuacjach, gdy sprawa wymaga pilnej reakcji, po wysłaniu wiadomości e-mail warto dodatkowo zadzwonić i podczas rozmowy telefonicznej podkreślić wagę poruszanego zagadnienia.

Takie działanie często przyspiesza proces decyzyjny i wzmacnia zaangażowanie odbiorcy.

Korespondencja tradycyjna, w formie papierowej, ogranicza się w praktyce do sytuacji szczególnych, takich jak zaproszenia na wydarzenia o charakterze bardzo formalnym czy przesyłanie oryginałów dokumentów wymagających podpisu lub pieczęci. Warto jednak mieć na uwadze, że serbska poczta funkcjonuje dość powolnie, a przesyłki międzynarodowe są dodatkowo poddawane kontroli celnej, co znacznie wydłuża czas ich doręczenia.

W przypadkach, gdy terminowa dostawa dokumentów ma kluczowe znaczenie, należy rozważyć skorzystanie z usług kurierskich. Choć koszty przesyłek poza granice Unii Europejskiej mogą być stosunkowo wysokie, wybór tej formy dostawy pozwala uniknąć opóźnień i gwarantuje większe bezpieczeństwo przesyłki.

Jak nawiązywać kontakty biznesowe w Serbii

Serbowie są z natury otwarci na nawiązywanie nowych kontaktów, choć początkowo mogą wykazywać pewną nieufność. Wstępne próby kontaktu biznesowego najczęściej podejmowane są drogą mailową, jednak taka forma komunikacji może okazać się nieskuteczna, zwłaszcza jeśli cel wiadomości nie został jasno określony lub nadawca nie został wcześniej zarekomendowany. W przypadku braku odpowiedzi na wiadomość elektroniczną warto spróbować kontaktu telefonicznego i odwołać się do uprzednio wysłanego maila – bezpośrednia rozmowa często okazuje się skuteczniejsza.

Najbardziej efektywnym sposobem nawiązywania relacji w Serbii jest posiadanie pośrednika, który zarekomenduje nas lokalnemu partnerowi lub zainicjuje kontakt. Osobiste polecenie ma ogromne znaczenie, ponieważ serbska kultura biznesowa silnie opiera się na relacjach i zaufaniu. Dobrze rozwinięta sieć kontaktów – zarówno na poziomie lokalnym, jak i

regionalnym – może znacząco ułatwić wejście na rynek i przyspieszyć procesy negocjacyjne.

Językiem urzędowym w Serbii jest język serbski, a oficjalne dokumenty – szczególnie te sporządzane przez instytucje państwowe – przygotowywane są zazwyczaj w cyrylicy. W praktyce jednak, w zależności od preferencji rozmówcy, korespondencja robocza może być prowadzona zarówno w cyrylicy, jak i w alfabecie łacińskim. Drugim najczęściej używanym językiem w kontaktach biznesowych jest język angielski, który cieszy się dużą popularnością, szczególnie wśród młodszych pokoleń i kadry menedżerskiej. W niektórych kręgach spotkać można również osoby posługujące się językiem niemieckim lub włoskim.

Wbrew powszechnemu przekonaniu panującemu w Polsce, język rosyjski nie jest powszechnie używany w Serbii. Większość społeczeństwa nie posługuje się nim biegle, a jego zrozumiałość – mimo podobieństw językowych – jest ograniczona. W kontaktach oficjalnych i biznesowych nie należy więc zakładać znajomości rosyjskiego po stronie serbskiego partnera.

Prezentacja, która robi wrażenie – co warto pokazać serbskim partnerom

Aby skutecznie zaprezentować swoją firmę przed serbskimi partnerami biznesowymi, warto przygotować prezentację, która będzie możliwie szczegółowa, konkretna i dopasowana do specyfiki odbiorcy. Dobrą praktyką jest powoływanie się na zrealizowane już projekty, doświadczenia na rynkach zagranicznych oraz renomowanych kontrahentów – to wszystko zwiększa wiarygodność i uwiarygadnia potencjał do długoterminowej współpracy.

Prezentacja powinna być przetłumaczona na język angielski, a w miarę możliwości także na język serbski, co zostanie odebrane jako przejaw szacunku i zaangażowania. Należy jednak zachować szczególną ostrożność w kwestii używanego języka chorwackiego – choć jest on w pełni zrozumiały

dla Serbów, jego wykorzystanie – zwłaszcza w początkowej fazie kontaktów lub przy oficjalnych prezentacjach – może zostać odebrane negatywnie ze względów politycznych i kulturowych.

Jeśli dysponujemy już wcześniej przygotowaną dokumentacją lub prezentacją w języku chorwackim, można rozważyć jej użycie wyłącznie w wyjątkowych sytuacjach – np. na późniejszym etapie współpracy – i tylko po uzyskaniu jednoznacznej zgody ze strony serbskiego partnera. Taki krok może być uzasadniony chęcią przyspieszenia procesu, jednak zawsze należy traktować go jako wyjątek od reguły.

Źródło: Zagraniczne Biuro Handlowe PAIH w Belgradzie

Opracowanie: Redakcja portalu Trade.gov.pl

ZASTRZEŻENIE

Powyższy materiał jest chroniony prawami autorskimi, które przysługują Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu S.A. („PAIH”) i można go wykorzystywać w sposób dozwolony przez przepisy ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (tj. Dz. U. z 2019, poz. 1231), ale jedynie w celach niekomercyjnych (tj. na użytek własny). Nie jest dozwolone komercyjne wykorzystanie przekazywanych treści. Ponadto, materiał ten można wykorzystać, jeżeli przepisy lub zgoda uprawnionego zakładają, że wykorzystanie w celach niekomercyjnych nie wymaga pozwolenia ze strony uprawnionego. Dla innych sposobów wykorzystania materiału niezbędne jest uzyskanie pozwolenia od uprawnionego z tytułu autorskich praw majątkowych. PAIH nie ponosi odpowiedzialności z tytułu jakiegokolwiek szkody bezpośredniej lub pośredniej jakiegokolwiek rodzaju, w tym szkody za utratę zysków, wynikłej z całkowitego lub częściowego wykorzystania informacji udostępnionych przez PAIH w niniejszym materiale. W związku z tym, każdy odbiorca tych informacji powinien sprawdzić przydatność i poprawność wyżej wymienionych informacji zgodnie z ich przeznaczeniem i korzystać z tych informacji na własną odpowiedzialność. PAIH oraz jej pracownicy nie ponoszą w żadnym wypadku odpowiedzialności za jakąkolwiek decyzję lub działanie podjęte w oparciu o wyżej wymienione informacje, ani za jakiegokolwiek konsekwencje wynikające z decyzji podjętych w oparciu o te informacje.

www.trade.gov.pl



**Polska Agencja
Inwestycji i Handlu**
Grupa PFR