

## ARBITRAŻ

## Marketing szeptany

**Andrzej Kalwas**

przewodniczący rady Sądu Arbitrażowego przy Krajowej Izbie Gospodarczej



**Coraz więcej polskich przedsiębiorców decyduje się na rozstrzygnięcie sporów w postępowaniu polubownym. Od dwóch lat rośnie liczba spraw trafiających do Sądu Arbitrażowego przy KIG, największej instytucji tego typu w naszej części Europy. Co ważne, w większości są to sprawy o znacznej wartości przedmiotu sporu.**

**Polskie firmy zdolały poznać zalety arbitrażu i mediacji, a więc szybkość postępowania, gwarancję rozpoznania sprawy przez arbitra dysponującego specjalistyczną wiedzą, możliwości rozstrzygnięcia sporów, opierając się na zasadzie słuszności. Ważną rolę odgrywa marketing szeptany: przedsiębiorca, który**

sam odczuje zalety postępowania polubownego, staje się znakomitym ambasadorem arbitrażu.

**Polski biznes przejmuje europejskie standardy również w tym obszarze, jako że w wysoko rozwiniętych gospodarkach arbitraż stał się normą. Nic w tym dziwnego, dlaczego bowiem nie wybrać postępowania, które gwarantuje szybkie i rzetelne rozpoznanie sprawy? Opinia państwa przyjaznego arbitrażowi także nie jest bez znaczenia. Dlatego w interesie polskiej przedsiębiorczości leży tworzenie warunków sprzyjających dalszej popularyzacji arbitrażu, przede wszystkim poprzez zmiany w regulacjach prawnych. Optymizmem napawa to, że w resorcie sprawiedliwości widać coraz więcej dobrej woli i zrozumienia dla spraw związanych z sądownictwem polubownym.**