



# BARIERY I UTRUDNIENIA DLA POLSKICH FIRM W UNII EUROPEJSKIEJ

WARSZAWA, MARZEC 2018



## SPIS TREŚCI

1. WSTĘP	3
2. REKOMENDACJE	6
2.1. Aktywniejsza działalność służb dyplomatycznych	6
2.2. Bieżące informowanie o zagrożeniach dla polskich interesów gospodarczych	6
2.3. Poprawa jakości ekspertyz prawnych, tworzonych w Polsce	6
2.4. Stworzenie mechanizmów współpracy między biznesem a organami państwa w sytuacjach zagrożenia interesów gospodarczych Polski	6
2.5. Stworzenie know-how dla polskich służb	7
2.6. Budowanie przekonania o nowoczesności i wysokiej jakości polskich firm i produktów	7
2.7. Poprawa form dystrybucji informacji	7
2.8. Państwo powinno zapewnić merytoryczną pomoc dyskryminowanym firmom	7
3. OPISY PRZYPADKÓW	9
3.1. Pracownicy delegowani	9
3.2. Przemysł spożywczy	13
3.3. Branża farmaceutyczna	17
3.4. Branża IT	18
3.5. E-handel	20
3.6. Produkcja przemysłowa	22
3.7. Branża alkoholowa	25
4. PODSUMOWANIE	27



## 1. WSTĘP

Gdy w 2004 r. Polska wchodziła do Unii Europejskiej wartość polskiego eksportu do krajów UE wynosiła 215,6 mld złotych. Saldo obrotów z Unią było ujemne – kupowaliśmy towary warte o 6,6 mld zł więcej, niż wynosił nasz eksport do państw Unii.

Dziś na te dane można spojrzeć wyłącznie przez pryzmat analizy historycznej, z dumą odnośnie zmian które zaszły przez ostatnie lata.

W 2016 r. wartość polskiego eksportu do państw UE wyniosła 641,3 mld zł, wzrosła więc niemal trzykrotnie. Jeszcze więcej satysfakcji można poczuć analizując saldo obrotów z państwami UE. W 2016 r. było to aż 159,6 mld zł „na plusie”. Co najważniejsze – dynamika eksportu nie wyhamowuje. W ujęciu rocznym 2015/2016 wyrażony w złotych eksport do państw UE wzrósł o 7,6 proc. Wzrost przeliczony na euro też budzi uznanie – to 3,5 proc.

Te liczby to miara sukcesu polskich firm i polskich pracowników (wszystkie informacje: swaid.stat.gov.pl). Ale to także dane pokazujące jak ekspansywna i skuteczna potrafi być niemal każda polska branża i wiele polskich firm. Ten sukces budzi jednak nie tylko aplauz, ale także reakcje ze strony państw Unii, działających z inspiracji m.in. własnego przemysłu i związków zawodowych. Pod wieloma względami wspólny rynek wciąż funkcjonuje doskonale, ale w tej jednolitej architekturze mamy jednak coraz więcej dziur. Slogan „Kapitał ma narodowość” jeszcze 10 lat temu powtarzany jedynie przez przekornych euro-sceptyków, dziś nie tylko już nikogo nie oburza, ale jest wręcz otwarcie powtarzany przez przywódców największych państw Unii Europejskiej.

W zeszłym roku Komisja Europejska wydała trzykrotnie więcej decyzji zakazujących praktyk sprzecznych z regułami jednolitego rynku, a dotyczyły one niemal wyłącznie twardych regulacji, a nie zwyczajowej dyskryminacji i niepisanych utrudnień ordynowanych przez urzędników. Przepisy unijne zawsze nieco różniły się od siebie, w zależności od kraju. Odmienne interpretacje, regionalna specyfika pozwalała na odstępstwa czy na mniej lub bardziej rygorystyczne przestrzeganie wspólnotowego prawa. Większość nowych barier nie została nagle wdrożona czy uchwalona przez lokalne rządy i parlamenty, ale odnoszą się np. do lokalnych zwyczajów. Różnice interpretacyjne wynikają także z praktyki pracy administracji. Ramy tych interpretacji okazują się po prostu coraz bardziej elastyczne. Do tego stopnia, że trudno jest czasem zrozumieć, jak rozmaite zakazy czy protekcyjnistyczne przepisy mogły wyrosnąć z jednego wolnościowego konceptu wspólnego rynku.

To, co szczególnie powinno nas niepokoić, to fakt, że wśród najpotężniejszych polityków Unii coraz trudniej jest znaleźć obrońców idei wolnorynkowych. Nawet ci, na których barkach ma spoczywać przyszłość całego wspólnotowego projektu, otwarcie opowiadają się za protekcyjnistycznymi rozwiązaniami i dyskryminacją przeciwko nowej konkurencji z wewnątrz samej Unii.

## WSTĘP

---

Ani prezydent Francji, ani kanclerz Niemiec, ani nawet Przewodniczący Komisji Europejskiej Jean-Claude Juncker nie wykazują większego zainteresowania obroną wolnego rynku. Znajdują w sobie więcej energii i entuzjazmu do besztania Polski za delegowanie pracowników, wycinkę puszczy czy zmiany w sądownictwie, niż do obrony równego dostępu polskich firm mleczarskich do francuskich sklepów, marek meblarskich do niemieckiego rynku czy równego traktowania polskich podmiotów ubiegających się o pomoc publiczną. Inaczej traktowane są koncerty tytoniowe w Niemczech, zabiegające o prawo do reklamowania papierosów, a inaczej polskie firmy bezskutecznie usiłujące bronić papierosów mentolowych, jednego z hitów naszego eksportu.

Tylko w ostatnim roku mieliśmy dwukrotnie więcej bilateralnych sporów co do regulacji czy dyskryminacji w ramach unijnego rynku. A mimo to Komisja Europejska Junckera w zeszłym roku złożyła zaledwie 75 wniosków ustawodawczych. W porównaniu z wcześniejszymi prezydenturami, które składały 100-120 wniosków, jest to zaskakująco słaby wynik. W szczególności dotyczy to segmentu usług.

Do pomiaru regulacji rynkowych ekonomiści wykorzystują specjalistyczny wskaźnik Product Market Regulation (PMR). Śledzi on na bieżąco deregulacje i zmiany prawne dla rozmaitych segmentów rynku: pracy, produkcji przemysłowej, wymiany handlowej, usług, rynków finansowych. Badania prowadzone są na potrzeby OECD od 1998 r. PMR pokazuje, że Europa dokonała w ciągu ostatnich 20 lat ogromnego postępu. Zarówno jako cała wspólnota, jak i szereg indywidualnych państw z osobna. Średnia PMR dla Europy spadła z 2,16 do 1,31. Przy czym progres nie był równy. Takie kraje jak Francja, Niemcy czy Finlandia praktycznie pozostają na podobnym miejscu od 20 lat, jeżeli chodzi o dostęp i regulacje rynku usług.

Kryzys finansowy, który wybuchł w 2008 r., spowodował spadek wymiany handlowej między krajami UE, co przyjęte zostało nie tylko ze zrozumieniem, ale wręcz z zadowoleniem części polityków broniących własnego przemysłu i miejsc pracy. Kryzys stanowił doskonałą wymówkę do ochrony i zapewniania pierwszeństwa własnym firmom. Ale kryzys mamy już dawno za sobą. Strefa euro nie rosła w takim tempie od 2006 roku, a mimo to państwa nie rezygnują z protekcyjnych praktyk. Mało tego, sięgają po nowe, bardziej restrykcyjne działania. Gwałtownie rosną nakłady państw „starej” Unii na działania lobbystyczne w Brukseli. W zeszłym roku wpłaty na konta organizacji lobbystycznych i najróżniejszych grup nacisku zarejestrowanych przy Komisji Europejskiej po raz pierwszy zbliżyły się do 2 mld euro. Z tej sumy, według Bloomberg, 95 proc. to pieniądze płynące z najbogatszych państw Unii. Nie dysponujemy szczegółowymi danymi, jeżeli chodzi o konkretne cele, jakie stawiają sobie rządy Francji, Niemiec, Włoch, Holandii, ale po efektach możemy wnosić, że w dużej mierze wiązały się z ochroną specjalnych regulacji czy interesów rodzimego przemysłu.

Protekcjonizm w Unii ma oczywiście nieco inne oblicze niż w reszcie świata. Nie stosuje się tu wysokich ceł ani kontyngentów. Tu protekcjonizm ma twarz urzędnika sprawdzającego, czy opis produktu jest zgodny ze szczegółowymi wytycznymi dotyczącymi opakowań. Unijny

## WSTĘP

---

protekcjonizm to dziś dyskusja, czy polski kierowca może nocować w wygodnej kabinie nowoczesnej ciężarówki, czy „musi wypoczywać” w hotelu.

Co ważne, ten protekcjonizm ma źródło raczej w narodowych obawach niż w brukselskiej biurokracji. Z rosnącym niepokojem obserwujemy zarówno legislacyjne, jak i administracyjne próby podnoszenia kosztów działalności polskich przedsiębiorstw.

Te biurokratyczne zasady uderzają w polskie firmy, choć nie stanowią bariery nie do przekroczenia. Polski eksport nadal rośnie. Ale warto pamiętać, że nasza ekspansja będzie spotykać się z reakcjami nie zawsze rynkowymi. W tym kontekście należy odczytywać, często i przez nas krytykowane, rozwiązania polskiego rządu. Trudno jednak nie zgodzić się z argumentacją, że polskie firmy bez wsparcia i często ukrytego finansowania ze strony państwa, nie mają szans przebić się na bogatszych zachodnich rynkach. Polskie meble, turbiny, części samochodowe, rodzime przetwory czy elektronika cieszą się popularnością w Europie Zachodniej tak długo, jak długo godzą się występować pod obcą marką i odstępować znaczną część marży obcym firmom. Bywa, że polskie okna w Niemczech lub polskie łóżka w Wielkiej Brytanii są w stanie konkurować z niemieckimi tylko dzięki temu, że występują pod marką dawno zbankrutowanej, lokalnej konkurencji. Czy podoba nam się pomysł finansowania z publicznych pieniędzy przejmowania zagranicznych firm, żeby zapewnić ekspansję rodzimego przemysłu i polskich marek? Oczywiście, że nie, ale polskie przedsiębiorstwa muszą grać tak, jak pozwala przeciwnik. A przeciwnik coraz otwarciej dyskryminuje polskie firmy eksportujące gotowe produkty, najchętniej widząc je w roli podwykonawców. Dyskryminuje polskich usługodawców i wykonawców, którzy wchodzą na francuskie czy niemieckie rynki oferując tańsze produkty i usługi dzięki równie dobrej, ale tańszej sile roboczej. Chcą, żeby ta współpraca ograniczała się do drenażu pracowniczego.

Z historii znamy, czym kończy się budowa murów i barier handlowych, nie wiemy jednak jakie jest wyjście z tej spirali protekcjonizmu. Warsaw Enterprise Institute proponuje publikację dorocznych białych ksiąg unijnego protekcjonizmu. List barier. Zarówno tych oficjalnych, jak i szklanych sufitów ograniczających rozwój gospodarczych. Chcemy pokazywać czynniki prowadzące do faktycznego ograniczania wolnego, europejskiego rynku. Pozornie jest on bowiem wzmacniany. Faktycznie kraje narodowe próbują wolność gospodarczą ograniczać.



## 2. REKOMENDACJE

### 2.1. AKTYWNIJSZA DZIAŁALNOŚĆ SŁUŻB DYPLMATYCZNYCH

Informacja o stosowaniu jakichkolwiek barier administracyjnych lub zmiana praktyk po stronie administracji państw unijnych powinna wywoływać natychmiastową reakcję polskich służb dyplomatycznych. Zachowując rozsądek i nie narażając dobrych relacji z europejskimi partnerami pożądane są szybkie, zdecydowane reakcje (w uzasadnionych przypadkach – nawet nadmiarowe).

### 2.2. BIEŻĄCE INFORMOWANIE O ZAGROŻENIACH DLA POLSKICH INTERESÓW GOSPODARCZYCH

Polskie służby dyplomatyczne i pracownicy delegowani do wsparcia polskich firm za granicą powinni być obligowani do wyprzedzającego informowania o pomysłach i projektach regulacji, mogących uderzać w polskie interesy gospodarcze. Nie sposób bowiem oprzeć się wrażeniu, że polska reakcja następuje czasami na zbyt późnym etapie prac legislacyjnych, zarówno w Unii (np. w Parlamencie Europejskim), jak i w poszczególnych państwach członkowskich.

Służby dyplomatyczne i gospodarcze powinny informować o teoretycznych zagrożeniach dla interesu gospodarczego Polski, nawet gdy pomysły te pojawiają się tylko na poziomie debat gospodarczych, w środowiskach realnie opiniotwórczych.

### 2.3. POPRAWA JAKOŚCI EKSPERTYZ PRAWNYCH, TWORZONYCH W POLSCE

Poprawę wymaga poziom analizy projektów prawa europejskiego, wpływających - w formie analiz, opinii czy projektów do konsultacji - do organów polskiej administracji (ale też np. Sejmu i Senatu). Wychwytywanie zapisów ważnych dla gospodarki i polskich firm powinno być analitycznym priorytetem w działaniach administracji i obsługi prawnej organów administracji publicznej.

### 2.4. STWORZENIE MECHANIZMÓW WSPÓŁPRACY MIĘDZY BIZNESEM A ORGANAMI PAŃSTWA W SYTUACJACH ZAGROŻENIA INTERESÓW GOSPODARCZYCH POLSKI

Pojawianie się sygnałów o nowych niekorzystnych rozwiązaniach prawnych lub praktyce stosowania prawa powinno powodować stanowczą, ale dyplomatycznie dopuszczalną reakcję państwa polskiego i jego organów.

W uzasadnionych przypadkach możliwa jest reakcja służb dyplomatycznych, np. w postaci zapytań odnośnie jednostkowych przypadków związanych z działalnością polskich firm na terenie krajów Unii.

## REKOMENDACJE

Pożądanymi byłyby określenie zasad wsparcia poszczególnych firm (lub grup firm), tak aby stworzyć jasne przesłanki i zasady korzystania z pomocy organów państwa. Utworzenie takich zasad oddali możliwość oskarżenia urzędnika o nielegalne lub nieetyczne wspieranie konkretnej firmy.

## **2.5. STWORZENIE KNOW-HOW DLA POLSKICH SŁUŻB**

Służby podległe MSZ i/lub PAIH powinny posiadać bazę wiedzy potrzebnej do rozpoczynania i skutecznego prowadzenia działalności w poszczególnych krajach. Powinny także udostępniać informacje o precedensowych działaniach administracji i wymiaru sprawiedliwości. Taka wiedza powinna być dostępna we wszystkich krajach, będących potencjalnym kierunkiem eksportowym, nie tylko na terenie UE.

## **2.6. BUDOWANIE PRZEKONANIA O NOWOCZESNOŚCI I WYSOKIEJ JAKOŚCI POLSKICH FIRM I PRODUKTÓW**

Nierzetelna konkurencja ze strony firm z UE opiera się w dużej mierze na deprecjonowaniu jakości polskich produktów. Stosowane przez lata metody wsparcia wizerunkowego, jak choćby przetamywanie obaw przed „polską pielęgniarką”, za pomocą kampanii plakatowej pokazującej piękną polską pielęgniarkę, acz wizualnie atrakcyjne, jest wyłącznie reakcją krótkotrwałą na złożony problem. Nie zmienia to faktu, że kampanie billboardowe i reklama telewizyjna powinny odgrywać znaczącą rolę w strategii promocji Polski i polskich produktów. Jako kraj powinniśmy przywiązywać dużą uwagę do obecności w renomowanych mediach specjalistycznych.

## **2.7. POPRAWA FORM DYSTRYBUCJI INFORMACJI**

Koniecznym jest stworzenie nowoczesnych kanałów dystrybucji informacji gospodarczej o Polsce i polskich firmach. Za dopuszczalne i wielce pożądane uważamy tworzenie blogów, wideoblogów, dedykowanych stron w internecie oraz w mediach społecznościowych poświęconych polskiemu nowoczesnemu produktowi oraz ich walorom. Taka strategia wymaga przemyślenia, ale w największym uproszczeniu powinna przebiegać pod hasłami nawiązującymi każdorazowo do kluczowego określenia „Piękna i nowoczesna”, jako definiujących Polskę i jej gospodarkę. Aktywność powinna być wielotorowa – także w mediach niekoniecznie kojarzonych z typową gospodarką, jak np. Instagram, gdzie jest ogromna przestrzeń do promowania polskiej turystyki, mody, żywności.

## **2.8. PAŃSTWO POWINNO ZAPEWNIĆ MERYTORYCZNĄ POMOC DYSKRYMINOWANYM FIRMOM**

W przypadku działań ograniczających zagraniczną ekspansję polskiej branży spożywczej, polskie organy administracji państwowej powinny przygotowywać merytoryczne analizy (oparte na rzetelnych danych), dotyczące jakości polskiej żywności, jej walorów smakowych i zdrowotnych.

## REKOMENDACJE

---

Firmy napotykalące zbyt restrykcyjne kontrole powinny mieć możliwość korzystania z zasobów wiedzy pomagających odpowiadać na zarzuty urzędników oraz wskazywać argumenty prawne, ważne w starciu z kontrolerami. Wymiana informacji o trybie kontroli i jej zasadach może służyć rozwojowi i bezpieczeństwu polskich firm. Konieczne tu jest aktywne działanie branżowych organizacji pracodawców lub izb gospodarczych.





### 3. OPISY PRZYPADKÓW

Poniżej przedstawiamy szczegółowy opis barier, z którymi na rynku europejskim mierzą się przedstawiciele wielu branż polskiej gospodarki.

#### 3.1. PRACOWNICY DELEGOWANI

Miała być jedną z czterech podstawowych wolności, a stała się kością niezgody między krajami Unii Europejskiej. Mobilność zawodowa, a dokładniej zmiany w przepisach o delegowaniu pracowników, w przyszłych podręcznikach historii staną się symbolem elegancko przepychanego protekcjonizmu gospodarczego starych krajów Unii i wypychania z ich rynków firm z Europy Środkowo-Wschodniej. Wszystko pod hasłem walki z dumpingiem socjalnym i w obronie „marnie” zarabiających pracowników z Europy Środkowej. Co najważniejsze, działania te toczą się dwutorowo. Z jednej strony ruchy protekcjonistyczne przejawiają się w postaci działań administracji krajowych, które poprzez piętrzenie wymogów formalnych utrudniają dostęp do rynku usług, a jednocześnie na forum Unii próbują przeforsować nowe rozwiązania, ograniczające przepływ ludzi i usług.

W konsekwencji wprowadzanych i planowanych zmian legalną pracę może stracić nawet pół miliona polskich pracowników delegowanych, których zatrudnia około 90 tysięcy polskich firm. Twórcy nowych regulacji nie liczą się z tym, że osoby zwolnione mogą zasilić szarą strefę w całej Unii Europejskiej, a to właśnie z tym zjawiskiem trzeba walczyć.

Jak zauważa holenderski Instytut Stosunków Międzynarodowych Clingendael – wraz z rosnącymi różnicami między państwami członkowskimi UE mobilność stała się częścią narastających napięć w UE.

Instytut przypomina, że wraz z rozszerzeniem wspólnoty zawarto umowy dotyczące dostępu do różnorodnych rynków poszczególnych państw członkowskich. Na ich podstawie nowe państwa członkowskie otworzyły swoje rynki dla zachodnich firm, a kraje starej Unii powoli otwierały swoje rynki pracy. Nowi członkowie Unii byli tym samym wystawieni na faktycznie nierówną konkurencję w wielu sferach – firmy z państw tzw. „starej Unii” w sposób oczywisty były bowiem silniejsze kapitałowo od lokalnych podmiotów obecnych na rynkach państw przystępujących do UE. Tę nierównowagę na rynkach uznano jednak za naturalną konsekwencję różnego poziomu rozwoju gospodarczego poszczególnych państw. Rekompensatą za tę nierównowagę miał być swobodny dostęp firm do wspólnego, unijnego rynku w sferze eksportu towarów i rynku pracy.

Niestety, najwięcej emocji wzbudziła ta ostatnia swoboda, realizowana przez zjawisko mobilności pracowników – i jak wiemy ostatnio - ich delegowanie.

W przypadku delegowania pracowników politycy z krajów, które przyjmują legalną siłę roboczą zaczynają mówić o dumpingu socjalnym, a kraje, z których pracownicy wyjeżdżają

## OPISY PRZYPADKÓW

---

(i już nie chodzi tylko o tych delegowanych), zwracają uwagę na drenaż mózgow i topniejącą przewagę konkurencyjną własnego kraju. W tym ostatnim przypadku wymieniono pracowników ochrony zdrowia, naukowych i IT.

Holenderscy uczeni zwrócili też uwagę, że nie można postrzegać mobilności pracowników w oderwaniu od pozostałych czynników gospodarki. Jeśli praca nie może być mobilna, kapitał i towary też nie powinny korzystać ze swobody dostępu do rynku. Co więcej, w obliczu globalizacji i rozwoju innowacyjnych technologii przepływ pracowników wewnątrz Unii Europejskiej należy rozpatrywać w kontekście konkurencyjności całej wspólnoty. Tak należy, a jak jest?

Jest niekwestionowanym faktem, że możliwość delegowania pracowników dała polskim firmom przewagę konkurencyjną. Do tej pory polski pracownik polskiej firmy, która wykonywała kontrakt, na przykład w Niemczech, zarabiał co najmniej minimalną stawkę obowiązującą w tym kraju. To oznaczało, że zarabiał stanowczo więcej niż w Polsce (i nie był emigrantem), a jeśli pracował dłużej niż pół roku, to płacił mniejsze podatki ze względu np. na wysoką niemiecką kwotę wolną od podatku. Natomiast polska firma ponosiła niższe koszty niż w tym przypadku firma niemiecka.

Oferowała też nieco niższą marżę na usługi, co oznaczało jej dobrą pozycję konkurencyjną. Między innymi dzięki temu nasze firmy skutecznie walczyły o kontrakty i wygrywały przetargi.

„Polska uczyniła z delegowania pracowników ważny narodowy sektor biznesowy w transporcie (ponad 9 procent udziału w polskim sektorze transportowym) i budownictwie (więcej niż 10 procent)” – napisali holenderscy naukowcy. Ale w sektorach budowlanym i przemysłowym zauważyli też inne kraje – między innymi Luksemburg, Słowenię i Słowację. „Jeśli chodzi o transport kabotażowy – to Polska (28 proc.), Holandia (8 proc.), Hiszpania (7 proc.) Luksemburg i Niemcy (po 6 proc.) są największymi dostawcami pod względem tonokilometrów wykonanych w 2014 roku” - czytamy w raporcie Instytutu Clingendael.

Z kolei według danych Komisji Europejskiej, na terenie wspólnoty pracuje około miliona pracowników delegowanych. Z tego około 230 tysięcy osób to Polacy, po 200 tysięcy Francuzi i Niemcy. I te właśnie dane uwidaczniają, o co tak naprawdę chodzi. Gdyby pracownicy delegowani z krajów Europy Środkowo-Wschodniej zarabiali takie same stawki, jak pracownicy kraju, który ich czasowo przyjmuje – firmy, w których są zatrudnieni nie byłyby konkurencyjne dla tych miejscowych.

Chcąc chronić rynki własnych krajów i wygrywać kolejne wybory, ich politycy zaczęli zwracać uwagę na konieczność wyrównania zarobków pracowników delegowanych w Unii. W myśl tych postulatów pracownik delegowany z Polski do Niemiec powinien zarabiać tyle samo, co jego niemiecki kolega wykonujący tę samą pracę, a nie jak jest dziś - co najmniej minimalną stawkę obowiązującą w Niemczech.

## OPISY PRZYPADKÓW

Taką właśnie propozycję złożył w 2014 roku szef Komisji Europejskiej Jean Claude Juncker. Tym tropem poszedł obecny prezydent Francji Emmanuel Macron. Zarzucił on polskim firmom dumping socjalny, wykorzystywanie własnych pracowników i rzekome „skazywanie ich na biedę”. Pod hasłem walki o prawa polskich pracowników do francuskich zarobków, rozpoczął on walkę o zmiany w unijnej dyrektywie, dotyczącej pracowników delegowanych. Uzyskując najpierw silne poparcie francuskich transportowców i budowlanców, a potem także krajów starej Unii, przeforsował nowe zapisy, pozyskując dla nich nawet dotychczasowych przeciwników, jak Czechy czy Rumunię. Co ciekawe, rumuńscy pracownicy delegowani są solą w oku holenderskich związków zawodowych. Tam z powodzeniem pracują w stoczniach.

Sprawa ma przy tym dwa aspekty. Po pierwsze, jest ona przejawem ogólnej walki konkurencyjnej w zamożnych krajach Europy Zachodniej. Korzystające z tańszych pracowników, ale też często lepiej zorganizowane polskie firmy są twardą i skuteczną konkurencją dla zachodnioeuropejskich podmiotów. Z drugiej strony walka prowadzona rzekomo w interesie pracowników delegowanych wynika z przekonania zachodnioeuropejskich związków, że wszyscy pracownicy w danej branży powinni podlegać takim samym rozwiązaniom socjalnym i płacowym, które wynikają z układów zbiorowych pracy obowiązujących w Unii. Przykładem takich rozwiązań „socjalnych”, narzucanych polskim firmom przez administracje poszczególnych państw, mogą być nakładane na polskich kierowców obowiązki związane np. z zakazem nocowania w nowoczesnych kabinach ciężarówek. Mimo, że jakość wypoczynku w takiej nowoczesnej ciężarówce nie budzi wątpliwości, to niemiecka administracja wymusza na transportowcach nocowanie w domach lub hotelach. W przeciwnym wypadku odpoczynek nie będzie traktowany jako wymagana prawnie przerwa w czasie pracy kierowcy. To przykład działania restrykcyjnego, o charakterze administracyjnym. Jego źródłem jest wyłącznie prawo krajowe, a jego stosowanie można uznać za uderzające w unijne reguły dotyczące swobody przepływu usług i pracowników.

Jednak argumenty przeciwko wschodnioeuropejskim pracownikom są powszechne. Pierwszy, czyli rzekoma nieuczciwa konkurencja, podnoszony jest regularnie przez biznes. Drugi argument, o rzekomym pokrzywdzeniu pracowników ze wschodnich krajów Unii, używany jest przez związki. Oba sposoby argumentacji trafiają przy tym na podatny grunt wśród europejskich polityków o różnych poglądach politycznych. Z jednej strony przedstawiciele lewicy deklarują wsparcie dla rzekomo wykorzystywanych pracowników delegowanych, natomiast politycy prawicowi często ulegają argumentacji skierowanej przeciwko pracownikom delegowanym, w imię obrony własnego interesu gospodarczego. W gruncie rzeczy jest to klasyczny przykład ochrony własnego rynku przed skuteczną konkurencją zewnętrzną.

24 października 2017 roku Rada Unii Europejskiej przegłosowała propozycje, które zmienią dotychczasowe zasady rozliczania wynagrodzeń pracowników delegowanych. W ich myśl pracownik może być delegowany na 12 miesięcy, z możliwością przedłużenia o kolejne pół roku. Po tym czasie będzie musiał przejść na system zarobków obowiązujący w kraju,

## OPISY PRZYPADKÓW

---

do którego został delegowany. Na dostosowanie się do tych zmian pracodawcy mieliby 4 lata. Przeciwno zmianom opowiedziały się Polska, Litwa, Łotwa i Węgry. Za większością zagłosowali między innymi Czesi, którzy niemal do ostatniej chwili lobbowali przeciwko zmianom.

Polscy przedsiębiorcy nie składają broni, argumentują, że ten zgniły kompromis podważy istnienie jednolitego rynku usług. Szczególnie źle wpłynie na przykład na europejskie nowoczesne technologie, w których nad poszczególnymi wynalazkami pracują międzynarodowe zespoły. Z kolei o tym, że „dumping socjalny” został źle zdiagnozowany informują w raporcie belgijscy naukowcy z Instytutu HIVA. I argumentują, że lokalnych rynków nie psuje legalna praca, jaką wykonuje legalnie oddelegowany pracownik. Ich zdaniem realnym problemem jest natomiast fikcyjne samozatrudnienie i szara strefa.

Naukowcy przeanalizowali co dzieje się na najbliższym dla nich rynku, czyli w Belgii. Okazało się, że aż 75 procent pracowników pochodzących ze Słowacji pracuje na wymuszonym samozatrudnieniu (co oznacza, że formalnie nie są oni pracownikami, a teoretycznie prowadzą własne firmy; dotyczy to też około 40 proc. Polaków). To ludzie, których nie obejmują przepisy o pracownikach delegowanych ani nie obejmą ich w przyszłości jakiegokolwiek regulacje wynikające np. z układów zbiorowych pracy. Belgijskie badania uwidaczniają jednoznacznie, gdzie naprawdę jest problem. Wnioski z badań precyzyjnie pokazują mechanizm psucia rynku pracy i nieuczciwej konkurencji.

Podobnego zdania jest analityk Instytutu Bruegla w Brukseli, dr Zsolt Darvas. W wywiadzie dla Dziennika Gazety Prawnej przytoczył ciekawe dane, uzupełniające przytoczony powyżej raport. Według niego, w bogatych starych krajach Unii Europejskiej problemem jest wysoka szara strefa, która sięga od 10 do nawet 30 proc. ich PKB. Przy czym, jak tłumaczy dr Darvas - niezadeklarowani pracownicy nie pochodzą z biedniejszych krajów unijnych, ale z reguły są to lokalni pracownicy danego państwa. Tymczasem pracownicy delegowani stanowią w tych krajach tylko około 0,1 procenta zatrudnionych.

Dr Zsolt Darvas przypomina też, że Europa Wschodnia zapłaciła wysoką cenę za wolność przepływu pracowników. Jest nią drenaż mózgow. Młodzi i zdolni, którzy opuścili swoje kraje dziś budują dobrobyt krajów, do których wyjechali, takich jak Niemcy, Francja czy Wielka Brytania. W krajach ich pochodzenia zaczyna brakować wykształconej kadry i fachowców, co w przyszłości może się negatywnie odbić na gospodarkach tych państw.

Przegłosowane w ostatnim czasie zmiany, w obecnie proponowanym kształcie mogą mieć bardzo zły wpływ na polską gospodarkę. Zmiany w dyrektywie o pracownikach delegowanych mogą bowiem spowodować nie tylko utratę pracy przez pół miliona polskich pracowników, którzy obecnie wykonują pracę w zachodniej części kontynentu. Jeszcze poważniejszym zagrożeniem jest inne zjawisko. Nowe regulacje mogą bowiem zmusić polskie firmy do przenoszenia się za granicę, a polskich pracowników do emigracji zarobkowej – alarmuje Stefan Schwarz, prezes Inicjatywy Mobilności Pracy. Wymuszone przenoszenie firm może w przyszłości oznaczać poważne ubytki podatkowe w polskim budżecie.

## OPISY PRZYPADKÓW

Zmiany dotkną też polskich pracowników i przedsiębiorców, którzy do tej pory tworzyli biznes związany z obsługą pracowników delegowanych. Dotyczy to dziesiątek firm księgowych, kancelarii prawnych, tłumaczy, firm transportowych obsługujących dojeżdżających do pracy. W sumie może to być nawet kilkaset tysięcy osób, które realnie stracą przychody na skutek wymuszonych zmian na rynku pracy.

„Pomimo politycznych nacisków, we wszystkich zainteresowanych krajach obawy o dumping socjalny są zawyżone” - konkluduje w raporcie o pracy delegowanej holenderski Instytut Stosunków Międzynarodowych Clingendael. „Ponieważ wszystkie formy mobilności siły roboczej i usług stwarzają możliwości rozwoju i są korzystne dla gospodarki europejskiej, należy zadbać o uelastycznienie tych możliwości. Nadanie bardziej restrykcyjnego charakteru przepisom UE jest generalnie niekorzystne. (...) Na szczęblu UE należy zająć się tworzeniem przepisów, które rozwiążą problem pracy nierejestrowanej. Mogłaby pomóc lepsza koordynacja unijnych inspektorów pracy” - czytamy w raporcie.

Jednak wnioski z raportu są co najmniej niepokojące. Autorzy zwracają uwagę, że ponieważ wolny przepływ siły roboczej może czasami prowadzić do niepokojów społecznych, a także gorących politycznych reakcji w różnych regionach Unii, być może powinien być wprowadzony mechanizm tymczasowego ograniczania możliwości swobodnego przepływu pracowników. Ramy takiego mechanizmu miały być przyjęte na poziomie rozwiązań unijnych, a na ostateczny kształt ogromny wpływ miałyby państwa narodowe. Z punktu widzenia polskiej gospodarki jest to rozwiązanie skrajnie niebezpieczne. Mogłoby bowiem prowadzić do powstrzymania ekspansji polskich firm, a wymuszałoby przenoszenie siedzib podmiotów gospodarczych. W swojej istocie takie ograniczenia uderzałyby w swobody unijne przepływu ludzi, towarów i usług. Propozycjom czasowego ograniczenia przepływu pracowników nie towarzyszą – jak się łatwo domyślić – propozycje ograniczające swobodny przepływ kapitału.

Trzeba pamiętać, że zaostrzenie przepisów dotknie nie tylko firmy krajów, które wysyłają pracowników, ale całej gospodarki UE. Zaważą one bowiem na jej konkurencyjności i rozwoju. Większość unijnych krajów cierpi na brak wykwalifikowanej siły roboczej. Nowe rozwiązania nie uporządkują też kwestii szarej strefy, a raczej ją jeszcze bardziej pogłębią. Do tego kraje starej Unii powinny pamiętać, że wolny przepływ towarów i kapitału nie może istnieć bez wolnego rynku pracy.

### 3.2. PRZEMYSŁ SPOŻYWCZY

Sukces eksportu polskiej żywności na przestrzeni ostatnich lat był bardzo imponujący. Od roku 2008 jego całkowita wartość wzrosła o prawie 70 proc. Jego udział w całkowitym handlu żywnością wewnątrz UE wzrósł z 3,6 proc. w roku 2008 do 4,2 proc. w roku 2014. Polska była jedynym państwem UE, który zwiększył swój udział w całkowitym handlu żywnością wewnątrz UE o więcej niż 1 punkt procentowy w latach od 2008 do 2014. W 2016 r. wartość polskiego eksportu rolnego wyceniono na 24,2 mld euro (import był o 7,1 mld euro niższy), z czego na unijne rynki trafiło ok. 80 proc. produktów.

## OPISY PRZYPADKÓW

---

Obecnie Polska jest 8. największym eksporterem żywności w UE, wyprzedzając od 2008 roku zarówno Wielką Brytanię, jak i Danię. W 2004 r. zajmowaliśmy na tej liście 11. miejsce (źródło: GUS). Raport dotyczący skali polskiego eksportu rolno-spożywczego przedstawiła w listopadzie 2017 r. firma doradcza Bismode. Według jej danych udział polskiego przemysłu spożywczego w Unii Europejskiej wynosi 9 proc., co przekłada się na szóste miejsce w unijnym rynku.

W przypadku produkcji mleka i przetworów mleczarskich udział na poziomie 8,2 proc. daje nam czwarte miejsce. Procentowo w największym stopniu wzrósł eksport masła, serwatki oraz płynnego mleka.

Naszym hitem eksportowym jest również drób. Mimo ptasiej grypy eksport drobiu nadal rośnie, choć dynamika wzrostu jest mniejsza. Polska w ostatnich latach stała się największym producentem drobiu w Europie. Cena drobiu w Polsce jest o ok. 30 proc. niższa niż średnia cena unijna. Sprawia to, że pniemy się w górę również jako kluczowi eksporterzy tego gatunku mięsa w Unii Europejskiej.

Ponad 10,5 procentowy udział polskiego przemysłu owocowo-warzywnego pozwala na zajęcie szóstego, pod względem wielkości, miejsca we Wspólnocie. Zdecydowana większość polskiej żywności trafia do krajów Unii Europejskiej. To ponad 2/3 całego eksportu, choć coraz więcej naszej żywności trafia też na rynki trzecie.

Sukces tej skali nie mógł pozostać niezauważony na głównych rynkach UE, zarówno przez lokalnych producentów żywności, jak i konkurencję z państw trzecich. Wynikiem tego jest rosnący nacisk wywierany na polskich eksporterów i/lub lokalnych importerów w państwach docelowych. Przejawem tego jest rosnąca liczba oraz sztywność barier pozataryfowych (głównie administracyjnych) i/lub kampanie prasowe o negatywnym wydźwięku przeciwko importowi żywności. Niektóre z takich akcji skierowane są bezpośrednio przeciwko polskim produktom. Głównym celem takich akcji jest zmniejszenie konkurencyjności importowanej żywności lub podważenie jej reputacji wśród lokalnych konsumentów.

Aby zbadać skalę zjawiska, firma konsultingowa PwC przeanalizowała doświadczenia polskich firm, które ostatnio były celem takich działań. Przeprowadzono specjalne multimodalne badanie. Obejmowało ona anonimowy kwestionariusz internetowy, serię wywiadów pogłębionych oraz analizę istniejących, dostępnych informacji. Polscy eksporterzy na rynkach UE napotykają na kilka rodzajów barier pozataryfowych, których charakter jest silnie zróżnicowany w zależności od państwa. Trzeba jednoznacznie podkreślić, że restrykcje importowe w tych państwach są efektem działań miejscowych administracji, a nie stosowania jednolitych standardów unijnych.

To poszczególne państwa członkowskie sięgają po narzędzia nacisku na polskich eksporterów. Pakiet działań restrykcyjnych jest powtarzalny. Podwyższona częstotliwość kontroli sanitarnych, kampanie prasowe o negatywnym wydźwięku oraz wymóg posiadania dodatkowych

## OPISY PRZYPADKÓW

---

certyfiatów - to trzy najintensywniej stosowane środki. Podstawę niniejszej oceny stanowi zaobserwowana częstotliwość występowania i sztywność wymienionych działań.

Według eksporterów polskiej żywności, Czechy, Niemcy i Zjednoczone Królestwo to trzy państwa o najwyższym wskaźniku występowania barier pozataryfowych. Czechy i Niemcy to także państwa, w których bariery oceniane są jako najszywniejsze. Częstość występowania barier pozataryfowych najbardziej dynamicznie rośnie ostatnio na Słowacji. Węgry, Irlandia i Francja również są wymieniane wśród państw o rosnącym nasileniu problemów.

Polscy eksporterzy szacują, że ponad 30 proc. produktów eksportowanych do państw UE, stawiających bariery importowe, spotyka się z dyskryminacją. Średnio na ich pokonanie potrzeba więcej niż 4 dni robocze. Powstałe w wyniku dodatkowych działań koszty szacuje się na około 4 proc. całkowitej wartości eksportu.

Ostrze działań konkurencyjnych polega na dwóch typowych działaniach. Po pierwsze, w debacie publicznej i mediach podważa się jakość, a czasami także bezpieczeństwo produktów pochodzących z Polski. W tym przypadku działania polegają głównie na nagłaśnianiu i wyolbrzymianiu skali rzekomych zagrożeń związanych z polską żywnością. Marginalnie opisywana przez polskie media sprawa rzekomego dodawania soli drogowej do produktów spożywczych przez kilku nieodpowiedzialnych producentów żywności, w czeskich mediach była szeroko opisywana i nagłaśniana nieproporcjonalnie do jej rzeczywistej rangi, co nie zmienia faktu, że pretekst do takich działań mogły rzeczywiście dać polskie firmy. Podobne przykłady można mnożyć. Często podstawą takich działań jest obawa przed napływem na rynek dobrej jakościowo, a jednocześnie taniej żywności. W Danii argumenty i debata w mediach o rzekomym zalewie polską żywnością doprowadziły do ograniczenia skali sprzedaży polskiej żywności w jednej z sieci handlowych. W licznych kampaniach informacyjnych czy marketingowych (stanowiących klasyczny przykład tzw. czarnego PR) następują bezpośrednie ataki na polskich producentów żywności i jakość produktów z branży spożywczej. Tymczasem faktycznym powodem takich ataków jest obawa przed konkurencyjnością polskich firm i napływem rzeczywiście tańszej, polskiej żywności.

Drugi typ działań polega na piętrzeniu wymagań biurokratycznych, których głównym celem jest podnoszenie kosztów ponoszonych przez polskie firmy – dotyczy to np. systemu opisów na opakowaniach żywności. Pojawiają się wymagania pakowania żywności w opakowania z opisami w języku kraju, gdzie sprzedaje się towar, a naklejone tłumaczenie opisu jest niewystarczające. Ten pozornie banalny zabieg oznacza wyższe koszty produkcji, a także wyższe wymagania logistyczne wobec polskich firm.

Podobne praktyki opisywał m.in. [www.obserwatorfinansowy.pl](http://www.obserwatorfinansowy.pl). Nowe prawo we Włoszech obliguje włoskich producentów produktów mlecznych do zamieszczania informacji o kraju pochodzenia surowca wykorzystywanego w procesie ich produkcji. W Rumunii z kolei wprowadzone zostało prawo, zgodnie z którym duże sklepy muszą w co najmniej 51 proc. zaopatrywać się w produkty spożywcze wyprodukowane przez lokalnych dostawców.

## OPISY PRZYPADKÓW

---

Ankietowani przez PwC eksporterzy wymieniali także szereg innych działań uderzających w polskie firmy, a niektóre z nich bywają szczególnie uciążliwe. Oto niektóre z nich:

- konieczność wieloletniego przechowywania dokumentów związanych z transakcją,
- konieczność przechowywania dokumentów związanych z transakcją na terenie państwa docelowego,
- konieczność zawiadamiania z wyprzedzeniem o transportach żywności wraz z precyzyjnym określeniem asortymentu i wagi,
- obowiązek podawania w jakim procencie, w jakim kraju wytworzono dany produkt.

Podobnych barier wymienianych jest znacznie więcej. Stanowią one realny problem dla polskich firm, a spełnianie wymogów zgłaszanych przez poszczególne państwa jest kosztochłonne i faktycznie ogranicza wolny dostęp do rynku.

Przykładem kłopotów polskiej firmy z branży spożywczej jest "afery", która przetoczyła się przez duńskie media w sierpniu i wrześniu 2017 r., a obecnie jest dyskretnie wyciszana. Kilka miesięcy temu duński serwis Undercurrent News, powołując się na rzecznika Dansk Supermarked Group, poinformował o śmierci jednego z klientów i poważnej chorobie dwóch innych. Rzekomym źródłem niebezpiecznej bakterii miały być produkty z łososia dostarczone przez firmę spod Pucka, w województwie pomorskim.

Efekty wizerunkowe i handlowe były natychmiastowe. Nie dość, że wycofano całą partię towaru, to jeszcze kolejne firmy wycofały się ze współpracy z firmą z Pomorza. Problem, niebagatelny w obliczu śmierci konsumenta, został mocno nagłośniony przez duńskie media. Firma od początku deklarowała otwartość i współpracę. W świetle drastycznych wydarzeń w Danii trudno było o bardziej zdecydowaną reakcję.

Po kilku miesiącach duńskie władze sanitarne opublikowały wyniki badań przeprowadzonych na obecność szczepów bakterii. Badania jednoznacznie wykazały, że powodem śmierci i zachorowań nie były produkty z polskiej firmy. Pod koniec stycznia 2018 r. informacje na ten temat opublikowały polskie media. W Danii informacja jest dostępna, ale nie jest szczególnie nagłaśniana przez media. Straty wizerunkowe polskiej firmy na duńskim rynku są niemożliwe do wyceny. Można zaryzykować twierdzenie, że rynek jest nie do odzyskania lub będzie to wymagało ogromnych nakładów.

Dostęp do rynku ograniczany jest także poprzez układy faktyczne, obowiązujące na poszczególnych rynkach. Jak wykazała Agnieszka Hajdukiewicz<sup>1</sup> z Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, realnymi blokadami w dostępie do rynków Danii, Szwecji i Norwegii (ten ostatni kraj oczywiście nie jest członkiem UE) bywa struktura rynku w poszczególnych krajach. Wysoki poziom koncentracji handlu hurtowego (w Szwecji 70 proc. rynku opanowały trzy sieci hurtowni) czy istnienie monopolu na sprzedaż alkoholi powoduje, że faktyczne bariery wejścia na rynek są niezwykle trudne dla polskich firm.

---

<sup>1</sup> Agnieszka Hajdukiewicz, *Szanse i bariery rozwoju polskiego eksportu artykułów rolno-spożywczych na wybrane rynki skandynawskie*.



Podobnie jest w Danii, gdzie połowa handlu żywnością koncentruje się w dwóch sieciach hurtowych. W przypadku Norwegii dochodzą taryfy celne. Do tego w Szwecji obowiązują legalne, ale uciążliwe dodatkowe obostrzenia związane z badaniem mięsa na obecność salmonelli.

### **3.3. BRANŻA FARMACEUTYCZNA**

Specyficzne problemy w zderzeniu z europejskimi potęgami gospodarczymi ma branża farmaceutyczna, ale polem handlowego i prawnego konfliktu są w tym przypadku państwa spoza wspólnego, unijnego rynku. Wraz z przystąpieniem do UE w Polsce zaczęły obowiązywać przepisy uzyskania dodatkowego świadectwa ochronnego dla produktów leczniczych (Supplementary Protection Certificate — SPC). Umożliwiają one producentom farmaceutyków przedłużenie 20-letniej ochrony patentowej leku nawet o 5 lat. Dopiero po tym czasie inni wytwórcy europejscy mogą zacząć produkować równoważniki chronionych patentem leków. W okresie obowiązywania SPC ich produkcja jest całkowicie zabroniona na rynkach UE, a także na rynkach krajów trzecich, w których regulacja ta nie obowiązuje.

W tym czasie producenci leków z krajów trzecich, np. z Indii, Chin czy Brazylii, których te przepisy nie ograniczają, wykorzystują tę przewagę i legalnie uruchamiają produkcję i dostawy na rynki pozaeuropejskie natychmiast po wygaśnięciu ochrony wynikającej z patentu. Duże światowe koncerny farmaceutyczne, aby sprostać tej formie konkurencji przenoszą fabryki poza Europę. Mniejsi europejscy wytwórcy leków, w tym polskie firmy, nie mają potencjału do utworzenia zakładów produkcyjnych poza UE. W tym przypadku trudnością dla naszej branży jest względna słabość kapitałowa i unijne regulacje prawne, faktycznie promujące największych graczy na rynku.

Obecnie trwają dyskusje nad wdrożeniem mechanizmu SPC MW, tj. możliwością produkcji leków w Europie podczas trwania ochrony SPC z przeznaczeniem eksportowym wyłączenie na rynki trzecie, gdzie ta zasada nie obowiązuje. Pozwoli to mniejszym firmom farmaceutycznym produkować leki w Europie, aby wprowadzić je na rynki UE i poza UE natychmiast po wygaśnięciu ochrony patentowej. Zmiana przepisów w tym zakresie przyczyni się w Polsce do wzrostu eksportu leków, zwiększenia zatrudnienia i odprowadzanych danin publicznych.

W celu wdrożenia tego rozwiązania konieczne jest podjęcie przez Komisję Europejską inicjatywy prawodawczej realizującej się w przedłożeniu projektu zmian przepisów do Rady i Parlamentu UE. W marcu 2017 r. KE opublikowała tzw. mapę drogową dla wprowadzenia instytucji SPC MW do unijnego prawa, a w październiku 2017 r. raport dotyczący oceny skutków jej wdrożenia. KE stwierdza w nim, że wprowadzenie SPC MW będzie miało bardzo pozytywny wpływ na gospodarkę regionalną poszczególnych państw jak, i całej Unii Europejskiej.

## OPISY PRZYPADKÓW

---

Powyższe rozwiązania wpłyną pozytywnie na rozwój przedsiębiorstw wysokich technologii z branży farmaceutycznej, w tym biotechnologicznej, co bezpośrednio przełoży się na poprawę sytuacji rynku pracy poszczególnych regionów.

### 3.4. BRANŻA IT

Jedną z priorytetowych strategii Unii Europejskiej jest jednolity rynek cyfrowy w Europie. Według Komisji Europejskiej, gdyby jednolity rynek cyfrowy działał w pełni, gospodarka UE zyskałaby 415 mld euro rocznie. Inicjatywa napotyka jednak wiele przeszkód głównie ze strony państw narodowych. Problemem jest m.in. geoblokowanie, rozwiązania VAT czy brak zagranicznych wysyłek. W ogromnym stopniu ograniczają one możliwości wyzwolenia cyfrowego potencjału.

Według dokumentu „Strategia jednolitego rynku cyfrowego dla Europy”, sporządzonego przez Komisję Europejską, Europa ma potencjał, by zajmować czołowe miejsce w globalnej gospodarce cyfrowej. Wykorzystanie tego potencjału jest jednak blokowane przez bariery, które na rynku fizycznym zostały już wyeliminowane.

Mamy wspólny, europejski rynek, a to oznacza, że jeśli chcemy kupić jakiś fizyczny przedmiot, wchodzimy do sklepu w wybranym kraju, na przykład w Paryżu, i nikt nie pyta nas o narodowość. Problem zaczyna się w sytuacji, gdy sięgamy po nowoczesne metody handlu. Paradoksalnie okazuje się bowiem w Unii, że jeśli chcemy określony towar zakupić w internecie, bardzo często bywamy blokowani, czyli spotykamy się z zaskakującymi reakcjami na pozornie najnowocześniejszym rynku.

Badania przedstawione przez KE w dokumencie o strategii jednolitego rynku cyfrowego dla Europy wskazują, że 61 proc. konsumentów ma zaufanie do sprzedawców internetowych, jeżeli mają oni siedzibę w tym samym państwie członkowskim. Natomiast jedynie 38 proc. ma zaufanie do firm mających siedzibę w innym państwie członkowskim UE. Jednocześnie zaledwie 7 proc. małych i średnich przedsiębiorstw w Unii prowadzi sprzedaż transgraniczną. W tym przypadku w dużej mierze jest to kwestia obaw klientów, wynikających z mentalności.

Jednak bariery stawiane są, wbrew polityce Unii, przez poszczególnych przedsiębiorców. Typowym utrudnieniem stawianym przez sprzedawców jest hasło „Nie wysyłamy do Polski”. Takie ograniczenia w przypadku konsumentów mogą być oceniane jako drobna uciążliwość. W przypadku biznesu jest to jednak bariera rozwojowa, a do tego czynnik podnoszący znacząco koszty działalności.

Równie często zdarzają się bariery w kontaktach handlowych wynikające z odrzucania płatności w walucie kraju spoza strefy euro. Zdaniem KE tylko 1/3 klientów nie jest dyskryminowana, to znaczy, że może kupować rzeczywiście bez żadnych przeszkód.

## OPISY PRZYPADKÓW

---

Jednolity Rynek Cyfrowy (Digital Single Market, DSM) to strategia Komisji Europejskiej, w której przedstawione zostały inicjatywy mające na celu uczynienie z Unii Europejskiej zintegrowanego cyfrowo obszaru gospodarczego, zdolnego do konkurencji na globalnym rynku internetowym. Europejska strategia cyfrowa opiera się na trzech filarach:

- lepszym dostępie konsumentów i przedsiębiorstw do towarów i usług cyfrowych,
- stworzeniu odpowiednich warunków dla rozwoju sieci i usług cyfrowych,
- rozwoju europejskiej gospodarki cyfrowej i społeczeństwa cyfrowego o długofalowym potencjale wzrostu.

Jednolity rynek cyfrowy oznacza możliwość sprzedawania i kupowania w całej UE bez przeszkód. Napotyka jednak kilka istotnych barier. Jedną z nich jest geoblokowanie, czyli dyskryminowanie klienta ze względu na narodowość albo jego miejsce zamieszkania. Kolejny problem to VAT. Mamy ok. 80 różnych regulacji VAT. To utrudnia funkcjonowanie małym i średnim przedsiębiorcom. Z tego powodu niektórzy przedsiębiorcy nie decydują się na wysyłanie towarów do niektórych krajów. Nieznajomość regulacji czy wysokości VAT-u w różnych dziedzinach stanowi barierę, której wiele podmiotów nie jest w stanie przełamać lub bariery te budzą ogromne obawy przedsiębiorców. Kolejnym wielkim problemem dla rynku cyfrowego są prawa autorskie. Przy materiałach audiowizualnych polski przedsiębiorca często nie ma dostępu do materiałów z innych krajów.

Pewne nadzieje można wiązać z przepisami unijnymi przyjętymi 5 grudnia 2017 r., które regulują jednoznacznie zasady naliczania VAT od usług świadczonych drogą elektroniczną na rzecz konsumentów. Zakładają one uniwersalną zasadę, że VAT nalicza się w miejscu zamieszkania konsumenta końcowego. To rozwiązuje i upraszcza wiele wątpliwości, ale jak przepisy działają w praktyce – okaże się dopiero w przyszłości.

Europejska Agenda Cyfrowa podkreśla, że Europa pozostaje w tyle, w szczególności w zakresie transgranicznego handlu elektronicznego. Polskie Ministerstwo Cyfryzacji uważa, że problem fragmentaryzacji rynku musi zostać rozwiązany tak, aby europejscy przedsiębiorcy, w szczególności mali i średni, mogli w pełni korzystać z zalet płynących z istnienia wspólnego rynku, a konsumenci mieli możliwość większego wyboru.

Przedsiębiorcy uzyskają szybciej efekt skali, a cała UE będzie bardziej konkurencyjna w stosunku do wielkich rynków, jak na przykład USA, gdzie mieszka mniej osób, ale mają jeden rynek bez barier i innych regulacji w każdym stanie. W Europie najbardziej innowacyjni przedsiębiorcy często przenoszą się do USA, bo tam mieszka tylko 300 milionów osób (podczas gdy w UE 500 milionów), ale nie mają tych barier i różnych regulacji.

Jak wynika z badań przedstawionych przez Komisję Europejską, konsumenci w UE mogliby co roku zaoszczędzić 11,7 mld euro, gdyby kupując w internecie mieli dostęp do pełnej gamy produktów i usług oferowanych w UE.

Komisja Europejska zapowiada, że zostanie stworzonych kilkaset tysięcy nowych miejsc pracy, zwłaszcza dla młodych osób. Dynamicznie rozwinie się także społeczeństwo oparte na łatwiejszym dostępie do wiedzy i jednolitych rozwiązaniach. Na nowych regulacjach w znacznym stopniu skorzystają także Polacy.

### 3.5. E-HANDEL

Uczestnictwo polskich firm w handlu elektronicznym jest jak na razie niższe niż przeciętnie w krajach Unii Europejskiej, ale **rosnąca popularność zakupów w internecie sprawia, że polski handel elektroniczny rozwija się dynamicznie i rysują się przed nim korzystne perspektywy.**

Zainteresowanie polskich przedsiębiorstw sprzedażą zagraniczną przez internet jest jak dotąd małe, co w dużej mierze podyktowane jest niskim uczestnictwem przedsiębiorstw w handlu elektronicznym. Ale firmy, które już prowadzą sprzedaż przez internet, coraz chętniej szukają nowych rynków zbytu poza Polską. Według szacunków Eurostatu co trzecie polskie przedsiębiorstwo sprzedające przez internet realizuje również zamówienia zagraniczne. Ponad dwie trzecie przedsiębiorstw sprzedających za granicę przez Internet stanowią firmy małe, czyli te podmioty, którym rozpoczęcie sprzedaży internetowej może przynieść największe korzyści. Potencjał do rozwoju sprzedaży zagranicznej przez internet leży więc głównie w sektorze MSP.

Badania przeprowadzone przez IBnGR pozwalają na postawienie tezy, że **bariery rozwojowe dla handlu elektronicznego w Polsce, a zatem także dla ekspansji zagranicznej krajowych firm prowadzących sprzedaż przez internet, mają w większej mierze charakter świadomościowy i praktyczny niż regulacyjny.**

Źródłem barier są przede wszystkim sami przedsiębiorcy, którzy nie są w pełni świadomi korzyści, jakie daje profesjonalne wykorzystanie internetu w działalności handlowej. Ograniczanie negatywnego wpływu tych barier leży więc przede wszystkim w gestii samych firm, które powinny być w tym zakresie wspierane przez samorządy i organizacje zrzeszające przedsiębiorców.

Przedsiębiorstwa sprzedające dobra i usługi przez internet są bardziej odporne na niekorzystne zmiany koniunktury od tych, które z tego kanału sprzedaży nie korzystają. Stale rosnąca popularność zakupów przez strony internetowe sprawia, że przedsiębiorstwa te są w stanie tworzyć nowe miejsca pracy i odnotowywać wzrost nawet w okresie kryzysu gospodarczego.

Handel elektroniczny w Polsce jest mniej popularny, niż ma to miejsce w bardziej rozwiniętych krajach Unii Europejskiej. Ma on jednak bardzo duży potencjał rozwojowy i odznacza się wysoką dynamiką wzrostu. Jest też jednym z najszybciej rozwijających się segmentów sektora sprzedaży detalicznej.

## OPISY PRZYPADKÓW

---

Przedsiębiorstwa z przemysłu przetwórczego i sektora handlowego stanowią łącznie dwie trzecie polskich przedsiębiorstw obsługujących zamówienia internetowe z zagranicy. Z pozostałych sektorów wyróżnia się sektor hotelarski, dla którego strona internetowa stanowi bardzo ważne narzędzie sprzedaży usług dla klientów zagranicznych.

Z badań IBnGR wynika, że sklepy internetowe opierają swój rozwój głównie o rynek krajowy, gdyż nadal nie jest on nasycony. Dotyczy to jednak głównych segmentów rynku sprzedaży internetowej, takich jak książki, elektronika czy części motoryzacyjne. Małe sklepy, które często sprzedają produkty niszowe i przeznaczone dla wąskiego grona odbiorców, niemal na samym początku działalności zmuszone są już szukać rynków zbytu za granicą.

Polskie przedsiębiorstwa prowadzące sprzedaż transgraniczną stosują nowoczesne rozwiązania informatyczne i wykorzystują różne zaawansowane techniki marketingowe, pozwalające im odnieść sukces za granicami Polski. Bardzo często polskie sklepy internetowe konkurują na rynkach zachodniej Europy nie tylko ceną, ale też wykonaniem produktów i jakością obsługi klienta. O ich przewadze konkurencyjnej decydują też bardzo często oryginalne rozwiązania biznesowe, jak np. własny pomysł na biznes, z informatyzowane sieci powiązań z dostawcami czy też wyższe od obowiązujących na danym rynku, standardy obsługi zamówień internetowych.

Handel transgraniczny przez internet jest obecnie jednym z głównych czynników wzmacniających jednolity rynek UE, stąd też znoszenie barier utrudniających jego rozwój jest priorytetowym działaniem Komisji Europejskiej. Starania instytucji unijnych mogą więc w ciągu najbliższych 2-3 lat ułatwić polskim sklepom internetowym ekspansję zagraniczną. Szczególnie skorzystać na tym mogą małe przedsiębiorstwa, które uzyskają dzięki temu ułatwiony dostęp do innych rynków unijnych.

Koszty dostarczenia towarów do innego kraju stanowią dla wielu przedsiębiorstw istotny problem. Sam fakt wysyłki za granicę często generuje wysokie koszty dla klientów z innych krajów i sprawia, że oferta polskiego sklepu internetowego często staje się mało konkurencyjna. Koszty dostaw mogą też w niektórych przypadkach sprawiać, że realizacja zamówienia z zagranicy okaże się dla sklepu nieopłacalna. Może to mieć miejsce w sytuacji, w której sklep będzie musiał pokryć koszty zwrotu towaru przez klienta. Komisja Europejska pracuje jednak nad rozwiązaniami, według których stawki za przewóz towarów między krajami unijnymi byłyby ustalane na podstawie rzeczywistej odległości między miejscem wysyłki, a punktem dostarczenia, a także na podstawie stopnia rozwoju infrastruktury i natężenia ruchu drogowego. Rozwiązanie tej kwestii niewątpliwie ułatwiłoby ekspansję polskich sklepów za granicę.

Wejście do polskiego prawa wytycznych Dyrektywy 2011/83/UE w sprawie praw konsumentów zwiększy prawa klientów sklepów internetowych, a tym samym nałoży dodatkowe obowiązki informacyjne na przedsiębiorstwa oraz sankcje za ich niedopełnienie. Ujednolicenie przepisów regulujących prawa konsumentów kupujących przez Internet, a w

## OPISY PRZYPADKÓW

szczególności wprowadzenie jednego unijnego wzoru formularza odstąpienia od umowy może jednak sprawić, że klienci zagraniczni nabiorą większego zaufania do polskich sklepów internetowych i zaczną z nich częściej korzystać.

Szansę na rozwój sprzedaży zagranicznej przez internet stanowią dla polskich sklepów internetowych rynki wschodnie. Polska, jako kraj należący do Unii Europejskiej, kojarzy się u wschodnich sąsiadów z odpowiednią jakością i cieszy się dużym zaufaniem. Wejście na te rynki mogłoby zaowocować mocną pozycją rynkową w przyszłości, bowiem handel elektroniczny na tych rynkach jest jeszcze w początkowej fazie rozwoju.

### 3.6. PRODUKCJA PRZEMYSŁOWA

W przypadku produkcji przemysłowej polskie firmy regularnie są zobowiązane do prowadzenia działań homologacyjnych lub kontrolnych, charakterystycznych i różnych dla poszczególnych rynków. Przykładem uzyskiwania takich homologacji jest bydgoska Pesa, producent w branży kolejowej. Ten przypadek pokazuje zresztą różnorodne zjawiska, które wiążą się z ekspansją polskich firm na rynki europejskie.

Latem 2016 r. EBA (Federalny Urząd Kolejnictwa) wydał dokument homologacji dla pojazdu DMU Link wyprodukowanego przez PESA Bydgoszcz na zamówienie NiederbarnimerEisenbahn (NEB). To pierwszy w historii polskiego przemysłu pojazd kolejowy dopuszczony do ruchu w Niemczech i drugi, po austriackim Integralu z 1998 r. pociąg spalinowy wyprodukowany poza Niemcami, który otrzymał homologację umożliwiającą eksploatację w tym kraju (źródło: pesa.pl).

Niemieckie wymogi odnośnie pociągów są jasno sprecyzowane przez wewnętrzne przepisy. Z reguły są one ostrzejsze, niż inne wymagania stawiane producentom, dotyczą głównie dwóch sfer: ekologii (w szczególności są to kwestie zużycia energii) oraz szeroko rozumianego bezpieczeństwa. Zdaniem przedstawicieli firmy wymogi homologacyjne stawiane bydgoskiemu producentowi w żaden sposób nie odbiegały od oczekiwań wobec innych producentów obecnych na niemieckim rynku. W wymogach tych, wyśrubowanych merytorycznie, nie widziano zatem przejawów niedozwolonych praktyk protekcyjnych, ani barier sztucznie budowanych wobec polskiego producenta, ale normalne działania obliczone na uzyskanie produktu najwyższej jakości.

Jednocześnie wymogi homologacyjne powtarzają się wobec każdej kolejnej partii zamówionych pociągów. Uzyskanie dokumentu dotyczącego wcześniej sprzedanych pociągów nie zwalnia zatem z obowiązku przeprowadzenia homologacji w przypadku kolejnej partii pojazdów.

Osobnym warunkiem stawianym przez niemieckie podmioty obecne na rynku jest wykorzystanie w zamawianych pociągach podzespołów produkowanych w niemieckich fabrykach. Jest to świadoma polityka obliczona na wspieranie rodzimego rynku przemysłowego. Nie ulega przy tym wątpliwości, że wymagania w tym zakresie mają

## OPISY PRZYPADKÓW

przesłanki merytoryczne – oczekiwania zakupu u niemieckich producentów dotyczą np. systemów hamulcowych. Te systemy produkowane przez niemieckie firmy uchodzą za jedno z najlepszych na rynku, wg obiektywnych kryteriów oceny. Obowiązek ich zastosowania jest więc racjonalnym działaniem wskazującym na występowanie elementów „patriotyzmu gospodarczego” w wydaniu niemieckim. Przypomnijmy – w przypadku zamówienia pociągów pendolino dla PKP IC warunek wykorzystania polskich części w procesie produkcji nie był stawiany, a polskie firmy z tej branży nie były partnerami w produkcji tych pociągów.

Przypomnijmy: NEB zamówił w PESA pojazdy spalinowe w sierpniu 2013 roku. Obie firmy powołały wspólną – ponad 20-osobową – grupę projektową, która odbywała regularne, częste spotkania na wszystkich etapach realizacji kontraktu. Prestiżowym osiągnięciem PESA – zapewne nie bez znaczenia dla odbiorców w Niemczech traktujących priorytetowo kwestie bezpieczeństwa – był fakt, że DMU Link jako pierwsze spalinowe pojazdy na świecie spełniały wymagania czterech scenariuszy zderzeniowych<sup>2</sup>.

Podobne doświadczenia zgłaszają firmy z branży produkcji okrętowej, która jest poważnym eksporterem zarówno gotowych jednostek, jak też sekcji i kadłubów dla produkcji okrętowej. Najważniejszymi odbiorcami tej produkcji są podmioty mieszczące się na terenie Unii Europejskiej oraz w Norwegii.

Zdaniem Jerzego Czuczmana, dyrektora Związku Pracodawców Forum Okrętowe, polskie firmy z tej branży nie spotykają się z barierami administracyjnymi wynikającymi z uprzedzeń wobec miejsca pochodzenia firmy. Na zglobalizowanym rynku okrętowym głównym kryterium uzyskiwania zleceń jest renoma w branży i doświadczenie biznesowe. Bariery wejścia na rynek są natomiast rosnące nieustająco wymagania jakościowe związane z wykonywaniem coraz bardziej złożonych działań produkcyjnych.

Od lat na rynku okrętowym widoczna jest daleko posunięta specjalizacja w produkcji prowadzonej w krajach Unii Europejskiej. Zdecydowana większość jednostek transportowych dla przewozów transportowych powstaje obecnie w stocznich chińskich i koreańskich. W stocznich europejskich powstają natomiast wyspecjalizowane jednostki pływające takie jak: okręty wojskowe, statki do obsługi przemysłu wydobywczego, jednostki pasażerskie, statki techniczne specjalnego przeznaczenia. Są to jednostki znacznie bardziej wyspecjalizowane, wymagające specjalnych umiejętności i kompetencji po stronie wykonawców. Wynikają z tego rosnące oczekiwania wobec kompetencji firm obecnych na rynku.

Osobnym zjawiskiem jest pojawianie się nowych jednostek napędowych wynikających z tendencji do stosowania ekologicznego napędu na Bałtyku i Morzu Północnym (tzw. dyrektywa siarkowa). W tej sytuacji szczególnie cenna jest specjalizacja w zakresie budowy (przebudowy) jednostek z napędem gazowym (LNG) oraz elektrycznym. Stawia to

---

<sup>2</sup> *Pesa.pl*

## OPISY PRZYPADKÓW

---

przed firmami z tej branży najwyższe wymagania technologiczne i związane z oceną jakości pracy. Weryfikacja jakości polskiego eksportu odbywa się zatem głównie na poziomie oceny wykonywanej pracy. Dodać warto, że polskie stocznie, jak np. Crist czy podmioty z Grupy „Remontowa”, są postrzegane jako liderzy w branży, a polscy stocznioowcy pracują we wszystkich stoczniach w Europie.

Dlatego realnym problemem firm z branży okrętowej jest opisany wcześniej problem zasad pracy pracowników delegowanych. Przemysł okrętowy charakteryzuje się bowiem elastycznością w organizacji pracy, co powoduje dużą rotację pracowników. Od lat polskie podmioty zajmujące się działalnością w zakresie prac antykorozyjnych są obecne na europejskim rynku i świadczą usługi na terenie zakładów stocznioowych w całej Unii Europejskiej oraz Norwegii. W tej sytuacji zamiana przepisów dotyczących pracowników delegowanych będzie miała wpływ na rentowność i warunki działania polskich podmiotów w tej branży. W czarnym scenariuszu polskie firmy mogą zostać wypchnięte z rynku, a pracownicy będą świadczyli usługi na rzecz firm zagranicznych.

Kwestie pomocy publicznej udzielanej branży przemysłowej wymagają odrębnego potraktowania, wykraczającego poza ramy tego opracowania. Działania w postaci pomocy publicznej wprowadzają bowiem sytuację nierównowagi na rynku, który wykracza poza proste kwestie kłopotów eksportowych polskich firm.

W krajach strefy euro mamy do czynienia z jeszcze jednym problemem. Polityka EBC polegająca na emisji „taniego pieniądza”, w celu rzekomego pobudzenia gospodarki sprawiła, że banki i przedsiębiorstwa uzyskały dostęp do kapitału na zasadach preferencyjnych i tańszych, niż wynikające z uwarunkowań rynkowych. Takie działania także należy postrzegać w kategoriach zaburzania uczciwej konkurencji.

Realnym problemem dotyczącym tej sfery, często analizowanym w polskiej debacie publicznej, jest fakt zamknięcia dekadę temu największych polskich stocznii produkcyjnych – Stoczni Gdynia i Stoczni Szczecin. Zakłady te zostały zamknięte w związku z uznaniem przez Komisję Europejską za niedopuszczalną skali pomocy publicznej dla tych podmiotów. W tym czasie w debacie publicznej podnoszono argumenty, że także niemieckie stocznie skorzystały z pomocy publicznej i uniknęły likwidacji.

Obecnie w debacie związanej z tymi wydarzeniami dominuje przekonanie, że głównym powodem różnic w sytuacji stoczni polskich i niemieckich była jednak niższa aktywność polskich władz, które nie dość skutecznie negocjowały z Komisją Europejską. Zaznaczyć trzeba, że ówczesny rząd PO - PSL w oczywisty sposób miał mniejsze doświadczenie w sprawach pomocy publicznej niż rząd niemiecki. W obecnej sytuacji nie podaje się sprawy polskich stocznii i skutków pomocy publicznej jako przykładu dyskryminowania Polski. Na marginesie można zauważyć, że o ile w Szczecinie doszło do faktycznej zapaści przemysłu stocznioowego, to w Gdyni - na terenach po Stoczni Gdynia - działalność prowadzi Stocznia Crist, która jest jednym z najnowocześniejszych w kraju, a nawet Europie, zakładów produkcyjnych przemysłu okrętowego.



### 3.7. BRANŻA ALKOHOLOWA

Polska jest największym w Unii i czwartym na świecie producentem wódki. Łączna wartość polskiego eksportu wódki w roku 2016 wyniosła 176 mln euro. Wspólny Rynek Unii Europejskiej, główny odbiorca polskich wyrobów alkoholowych, dziś coraz częściej okazuje się fikcją. Dzieje się tak za sprawą protekcyjnej polityki państw członkowskich, która spotyka się z lekceważącą bądź opóźnioną reakcją instytucji europejskich.

Przykładem takich praktyk jest węgierski podatek zdrowotny nakładany na produkty uznawane za niedobre dla zdrowia. Początkowo uderzał on przede wszystkim w produkty fast foodowe i słodkie, lecz w 2015 roku rozszerzono jego stosowanie także na wyroby alkoholowe. Jednak jego kryteria zastosowano w taki sposób, by nie zaszkodzić tradycyjnym węgierskim wyrobom – Palince i likierowi Unicum, które były z podatku wyłączone. Wszystkie inne obłożone są wysokimi stawkami: od alkoholi o mocy 35-45 proc. trzeba było zapłacić 700 forintów (ok. 9,70 zł) za litr. Aby uniknąć opodatkowania trzeba było wykazać obecność ziół w napoju alkoholowym, co polscy eksporterzy skrzętnie wykorzystywali.

Od 2017 roku system został uszczelniony, zwiększając stopień obecności ziół w alkoholu (3 gramy na 100 ml). Kryteriów tych nie spełniają nawet polskie nalewki ziołowe. Dodatkowo wykluczono wyłączenie na wódkę, niezależnie od tego, ile ziół będzie się w niej znajdować. I tak, o ile rok 2016 był rekordowy pod względem eksportu polskich wyrobów alkoholowych i wyniósł 5,3 litrów objętości, to już w 2017 r. (po uszczelnieniu podatku) - według niepełnych danych celnych za pierwsze 11 miesięcy roku - eksport wyniósł raptem 1,5 mln litrów. Doprecyzowanie przepisów nie przyniesie strat dla najbardziej popularnego likieru ziołowego Unicum, który jest wytwarzany przez lidera węgierskiego rynku napojów spirytusowych – firmę Zwack. Komisja Europejska do dziś nie zajęła się sprawą, pomimo wyraźnych przesłanek do naruszenia zasady konkurencji. Za temat ten w Komisji Europejskiej odpowiedzialna jest komisarz Elżbieta Bieńkowska.

Innym przykładem próby ograniczenia rozwoju polskiej branży jest irlandzka ustawa o zdrowiu publicznym, która obecnie jest w procesie notyfikacji (potrwa do 20 kwietnia 2018 roku). Zawiera ona szereg przepisów, które mają ograniczyć spożycie alkoholu w tym kraju: wprowadzenie minimalnych cen jednostkowych na alkohol – cena puszkowego piwa o pojemności 500 ml nie powinna być niższa niż 2 euro, cena butelki wina powinna wynosić co najmniej 8 do 9 euro, cena butelki alkoholu wysokoprocentowego o objętości 70 cl i zawartości 40 proc. powinna wynosić co najmniej 22 euro.

Ustawa nakazuje umieszczenie stosownych informacji na etykietach, mówiących o szkodliwości alkoholu. Ponadto mocno ogranicza możliwość reklamowania się alkoholu m.in. w prasie drukowanej, w kinach czy komunikacji miejskiej. Najbardziej daleko idące są przepisy nakazujące ukrywanie w sklepach wyrobów alkoholowych, oddzielając je od innych towarów. W praktyce sklepy będą musiały wyodrębnić osobne pomieszczenie na alkohol lub też, w przypadku mniejszego sklepu, umieszczać alkohol w zaciemnionych lodówkach.

## OPISY PRZYPADKÓW

---

Choć teoretycznie zmiany uderzają we wszystkich producentów, to szczególnie dokuczliwe są dla eksporterów, zwłaszcza tych, którzy dopiero wchodzą na rynek. Eksport polskich produktów alkoholowych jest niewielki, ale ze względu chociażby na dużą ilość polskich obywateli mieszkających w Irlandii (według danych GUS oficjalnie jest ich 113 tysięcy) miałby on spore szanse na rozwój. Ograniczenia w reklamie i ukrywanie produktów na półkach zawsze prowadzą jednak do betonowania rynku, gdyż uniemożliwiają dojście do klientów z nowymi produktami. Ci kupują produkty, które zdążyli już poznać, a przede wszystkim będą to oczywiście towary irlandzkie. Dodatkowo konieczność specjalnego etykietowania produktów eksportowanych do Irlandii może być dla polskich eksporterów nieopłacalna w przypadku wysyłania tylko niewielkiej ich liczby.



### 4. PODSUMOWANIE

Zdajemy sobie sprawę, że opisaliśmy jedynie część barier uderzających w polskich przedsiębiorców na rynkach europejskich. Dlatego też projekt chcemy kontynuować i rokrocznie informować o przypadkach ingerencji w unijne swobody dotyczące wolności gospodarczej. Zwłaszcza, że niestety tendencja do stosowania takich praktyk nie jest spadkowa. Dotyka ona coraz nowszych branż, ma także coraz bardziej wyrafinowany charakter w celu ominięcia przepisów unijnych. Aby chronić polskich przedsiębiorców nie możemy być bierni wobec tych zjawisk, dlatego też powstała ta i powstaną następne podobne publikacje.



FUNDACJA  
WARSAW ENTERPRISE INSTITUTE

OFFICE@WEI.ORG.PL    WWW.WEI.ORG.PL

