

**Katarzyna Nowacka-Bandosz**

Uniwersytet Szczeciński

## ROZWÓJ POLSKIEGO EKSPORTU USŁUG DO NIEMIEC

### Streszczenie

Celem artykułu była próba identyfikacji usług mających najważniejsze znaczenie w rozwoju polskiego eksportu do Niemiec. W pierwszej części rozważań scharakteryzowano znaczenie poszczególnych rodzajów usług czynnikowych i nieczynnikowych w eksporcie Polski, w drugiej omówiono ich rolę w imporcie Niemiec, a w ostatniej zbadano naszą specjalizację eksportową. Wyniki przeprowadzonych badań mogą być wykorzystane w dalszych pracach w kierunku ustalenia realnych celów i narzędzi realizacji polityki gospodarczej w odniesieniu do rozwoju sektora usług w Polsce.

**Słowa kluczowe:** usługi, eksport, handel zagraniczny.

### Wprowadzenie

Niemcy będąc liderem w Unii Europejskiej i trzecią potęgą na świecie (po USA i Japonii), są strategicznie ważnym rynkiem zbytu również dla polskich eksporterów usług. Sprzyja temu członkostwo w Unii Europejskiej, sąsiedzkie położenie geograficzne oraz bliskość kulturowa obu krajów.

Celem artykułu jest próba identyfikacji usług mających najważniejsze znaczenie w rozwoju polskiego eksportu do Niemiec. Realizacja tego celu osiągnięta zostanie poprzez zbadanie z jednej strony znaczenia poszczególnych ro-

dzajów usług czynnikowych i nieczynnikowych w eksporcie Polski<sup>1</sup>, a z drugiej – roli wyszczególnionych usług w imporcie Niemiec. Wykazany stopień dopasowania naszej podaży eksportowej do popytu importowego partnera oraz ocena charakteru specjalizacji Polski pozwolą na zidentyfikowanie usług mających najważniejsze znaczenie w rozwoju polskiego eksportu do Niemiec.

## 1. Znaczenie usług czynnikowych i nieczynnikowych w handlu Polski z Niemcami

Eksport usług z Polski do Niemiec w latach 2004–2010 zaprezentowano w tabeli 1. Wynika z niej, że największe wpływy uzyskiwaliśmy z usług siły roboczej oraz podróży, przy czym pierwsze charakteryzowały się tendencją wzrostową, a drugie – raczej malejącą. Zarejestrowane w bilansie płatniczym Niemiec wydatki z tytułu opłacenia usług siły roboczej z Polski wyniosły w 2010 roku 3,6 mld euro, a więc prawie 1,5-krotnie więcej niż w 2004 roku. Z kolei na podróże po naszym kraju Niemcy wydali około 2,7 mld euro w 2010 roku, ale i tak była to kwota 1,5 razy mniejsza niż dwa lata wcześniej.

Rosły nasze wpływy dewizowe, także z usług transportowych oraz pozostałych – około dwukrotnie, przekraczając w 2010 roku odpowiednio 1,7 i 1,8 mld euro. Spośród rodzajów usług pozostałych najważniejszy był eksport usług biznesowych, który zwiększył się ponadtrzykrotnie (do około 1,2 mld euro), a następnie usług budowlanych, ale ich przyrost był stosunkowo niewielki (bo z 0,27 mld euro w 2004 roku do 0,32 mld euro w 2010 roku). Z kolei aż 8-krotnie wzrosła sprzedaż na rynek niemiecki usług informatycznych i informacyjnych, bo zaledwie z 0,02 mld euro w 2004 roku do ponad 0,17 mld euro w 2010 roku. Natomiast inne rodzaje usług miały niewielkie znaczenie w eksporcie Polski do Niemiec.

Powyższe tendencje znalazły odzwierciedlenie w strukturze eksportu poszczególnych usług z Polski. Relatywnie największa koncentracja geograficzna

---

<sup>1</sup> Usługi czynnikowe polegają na odpłatnym odstępowaniu innemu krajowi czynników produkcji, czyli kapitału (inaczej nazywane obsługą kapitału, usługami kapitałowymi, usługami kapitałochłonnymi) oraz pracy (tzw. obsługa pracy, usługi świadczone z tytułu pracy za granicą, usługi pracołonne). Natomiast usługi nieczynnikowe obejmują trzy rodzaje usług, tj. usługi transportowe, podróże oraz usługi pozostałe. Wśród tych ostatnich wyszczególnia się także rodzaje usług, jak: łącznościowe, informatyczne i informacyjne, budowlane, finansowe, ubezpieczeniowe, biznesowe, kulturalne, rekreacyjne, usługi dla ludności oraz prawa autorskie, patenty i opłaty licencyjne.

wpływów zaznaczyła się zatem w eksporcie pracochłonnych usług czynnikowych. W 2004 roku aż 66% naszych wpływów z tego tytułu uzyskali Polacy pracujący na rynku niemieckim, ale w kolejnych latach odsetek zmniejszył się o kilka lub nawet kilkanaście punktów procentowych. Przyczyniło się do tego utrzymywanie barier w dostępie do tego rynku w sytuacji rosnącej otwartości innych krajów po przystąpieniu Polski do UE.

Bardzo dużą rolę odgrywały Niemcy w rozwoju naszego eksportu usług turystycznych. Na początku obecnej dekady 57% wpływów Polski z podróży pochodziło od turystów niemieckich, ale po wybuchu kryzysu gospodarczego ich udział wyraźnie zmalał (w 2010 roku wynosił 38%). W całym okresie był jednak dwu-trzykrotnie większy niż w pozostałych usługach (17%), w przypadku których odsetek wpływów z Niemiec systematycznie malał. Natomiast stabilny był w usługach transportowych, bo z ich sprzedaży do Niemiec uzyskiwaliśmy w analizowanych latach średnio około 25% wpływów transportowych ogółem.

Spośród rodzajów usług pozostałych największy, ale malejący był stopień koncentracji geograficznej w usługach budowlanych (spadek z ponad 53% do 33%). Natomiast mniejszy, ale rosnący – w eksporcie usług kulturalnych, rekreacyjnych i usługach dla ludności (w ostatnich trzech latach prawie trzykrotnie, czyli do 31%) oraz usług informatycznych i informacyjnych (odpowiednio z 10% do 15%). Z kolei malejący – w usługach łącznościowych (z 31% w 2004 roku do 20% w 2010 roku), biznesowych (z 23% do 16%), prawach autorskich, patentach i opłatach licencyjnych (z 21% do 7%) oraz usługach finansowych (z 22% do 7%).

Z przedstawionych danych wynika, że Niemcy będąc ważnym partnerem Polski w handlu usługami, miały ogromny wpływ na globalne wyniki naszego eksportu, mimo że ich rola jako rynku zbytu na ogół malała (w usługach nieczynnikowych z 40% w 2004 roku do 25% w 2010 roku). Jednak z punktu widzenia Niemiec znaczenie Polski w zaspokajaniu ich popytu na usługi i tak było znacznie mniejsze (ponaddziewięciokrotnie w imporcie usług nieczynnikowych, czyli 2,8% w 2010 roku – por. dane w tabeli 1).

W odniesieniu do poszczególnych rodzajów usług nieczynnikowych relatywnie największy udział miała Polska w wydatkach Niemców na usługi transportowe (około 5% z tendencją wzrostową) i podróże zagraniczne (ponad 3%), a mniejszy w usługach pozostałych (ponad 1%). Jednak w tych ostatnich większy był nasz odsetek w wydatkach Niemców na usługi budowlane (około 5% z tendencją wzrostową), a także usługi biznesowe (1,2–2%).

Tabela 1. Handel usługami Polski i Niemiec

Wyszczególnienie	Wartość polskiego eksportu usług do Niemiec w mln euro				Udział eksportu do Niemiec w polskim eksporcie (eksport poszczególnych rodzajów usług = 100)				Udział Polski w wydatkach importowanych Niemiec na poszczególne rodzaje usług				Struktura niemieckiego importu usług (usługi ogółem, tj. czynnikowe i nieczynnikowe = 100)			
	2004	2006	2008	2009	2010	2004	2006	2008	2009	2010	2004	2006	2008	2009	2010	
Usługi czynnikowe	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	
Usługi kapitałowe	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	
Obsługa inwestycji bezpośrednich <sup>a</sup>	5,0	22,0	23,0	91,0	16,0	7,9	4,1	3,5	-15,9	3,6	-0,07	0,11	0,18	0,10	0,09	
Obsługa inwestycji portfelowych	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	
Obsługa inwestycji pozostałych	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	
Usługi siły roboczej <sup>b</sup>	2 528,0	2 962,0	2 757,0	3 434,0	3 646,0	66,3	44,0	39,1	59,3	63,6	26,89	30,68	27,82	31,09	31,12	
Usługi nieczynnikowe	4 295,3	5 496,8	7 347,2	5 811,8	6 271,1	39,7	33,7	30,5	28,2	25,4	2,31	3,06	3,17	3,10	2,80	
Usługi transportowe	840,6	1 248,5	1 720,1	1 510,1	1 703,5	24,9	22,5	23,1	24,2	25,7	2,84	5,55	5,39	5,87	5,15	
Podróże	2 671,0	3 157,4	4 130,3	2 791,4	2 704,3	57,0	55,0	51,5	43,5	37,5	3,31	3,43	3,44	3,69	3,06	
Usługi pozostałe	783,8	1 090,9	1 496,8	1 510,3	1 863,2	28,6	21,8	17,3	19,0	17,2	1,14	1,38	1,70	1,49	1,37	
Usługi łącznościowe	74,2	64,9	66,3	86,4	84,9	31,1	20,6	15,6	18,7	20,2	0,96	1,62	1,14	1,32	0,82	
Usługi informatyczne i informacyjne	21,9	52,9	64,1	69,1	174,2	13,7	16,3	10,1	10,9	15,0	0,50	0,50	0,62	0,61	0,73	
Usługi budowlane	278,8	351,1	463,0	401,6	323,9	52,5	36,1	35,6	37,4	32,4	4,56	4,43	5,21	5,40	5,23	
Usługi finansowe	27,8	20,0	37,3	52,9	30,8	21,6	11,6	9,8	17,6	7,3	0,17	0,11	0,34	0,28	0,25	
Usługi ubezpieczeniowe <sup>c</sup>	13,0	-9,0	-7,4	-36,3	-9,3	25,6	-11,8	-7,3	-201,6	-6,9	0,24	0,33	-0,03	0,04	1,07	
Usługi biznesowe	348,4	581,4	854,2	898,7	1 173,1	22,8	19,5	15,6	17,0	16,1	1,23	1,60	1,99	1,64	1,50	
Usługi kulturalne, rekreacyjne, usługi dla ludności	14,1	19,3	16,5	26,8	71,8	19,4	16,4	11,7	26,3	31,0	0,12	0,12	0,30	0,30	0,14	
Prawa autorskie, patenty i opłaty licencyjne	5,1	10,3	2,8	10,9	111,5	21,2	33,1	1,9	14,5	6,5	0,09	0,21	0,24	0,19	0,36	

<sup>a</sup> Ujemny udział w 2004 roku wynika z wycofania kapitału polskiego z Niemiec. Z kolei w 2009 roku odnotowano wycofanie kapitału polskiego z innych krajów.

<sup>b</sup> Dla eksportu usług pracochłonnych z Polski do Niemiec przyjęto dane dotyczące importu tych usług z Polski zarejestrowanych w niemieckim bilansie płatniczym.

<sup>c</sup> Ujemna wartość oznacza, że odszkodowania wypłacone niemieckim firmom i osobom fizycznym były większe niż wartość składek wpłaconych przez rezydentów Niemiec na konto polskich firm ubezpieczeniowych.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Eurostatu opublikowanych w: *International Trade in Services (since 2004), Workers' Remittances and Compensation of Employees, Balance of Payments by Country* oraz *EU Direct Investment Income, Breakdown by Partner Country and Economic Activity*; <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>, dostęp w marcu 2012.

Z kolei spośród usług czynnikowych to zdecydowanie największy i rosnący był udział w obsłudze rynku niemieckiego przez siłę roboczą z Polski (z 27% do 31%), a wręcz symboliczny w usługach kapitałowych w formie inwestycji bezpośrednich z Polski (na ogół nie przekraczał nawet 0,1%).

Polskie przedsiębiorstwa były zatem w przypadku większości usług nie liczącymi się dostawcami dla niemieckich odbiorców. Przez to ich pozycja negocjacyjna była również niska. Zastanówmy się więc, w przypadku jakich rodzajów usług istnieją możliwości poprawy poprzez większe dostosowanie naszej oferty eksportowej do popytu importowego na rynku niemieckim.

## **2. Rola poszczególnych rodzajów usług w popycie importowym rynku niemieckiego**

W strukturze wydatków ponoszonych w Niemczech na import usług na ogół kilkupunktową przewagę w wydatkach ogółem miały usługi nieczynnikowe nad czynnikowymi (por. dane w tabeli 1). Ponadto w 2010 roku w usługach czynnikowych odnotowano bardzo wyraźny spadek do niespełna 40% usług ogółem. Jego przyczyną był kryzys finansowo-gospodarczy powodujący zmniejszenie możliwości dostępu do zagranicznego kapitału z powodu głębokich korekt na giełdach międzynarodowych oraz obaw o niewypłacalność banków, ale także na skutek recesji w Niemczech. Usługi kapitałochłonne odgrywały bowiem dominującą rolę w strukturze importu usług czynnikowych. Wynikała ona z dużego zapotrzebowania niemieckiej gospodarki na zagraniczny kapitał, które zaspokajała głównie poprzez inwestycje portfelowe, czyli niemieckie akcje i obligacje nabywane przez zagranicznych inwestorów. Ich obsługa pochłaniała od 18% do 23% wydatków na usługi ogółem (tylko w ostatnich latach ich udział nieco się zmniejszył z powodu kryzysu finansowego). Coraz większą rolę odgrywały natomiast wydatki związane z obsługą zagranicznych inwestycji bezpośrednich (ich odsetek zwiększył się bowiem dwukrotnie do około 12% w 2010 roku). Z kolei wyraźnie malało zainteresowanie niemieckich firm zaciąganiem zagranicznych kredytów bankowych, czyli inwestycjami pozostałymi, których obsługa w 2010 roku stanowiła tylko około 7%

wydatków na usługi ogółem, podczas gdy w 2008 roku dwukrotnie więcej. Przyczyniło się do tego też ograniczenie rozwoju akcji kredytowej przez banki<sup>2</sup>.

Jednak zdecydowanie najniższe w całym analizowanym okresie było zapotrzebowanie niemieckiej gospodarki na usługi świadczone przez zagraniczną siłę roboczą. Ich import był bowiem blisko 13-krotnie mniejszy niż usługi kapitałowe (wynosił zaledwie około 3%). Odzwierciedlało to relatywnie mniejszą pracochłonność procesów gospodarczych w tym kraju niż ich kapitałochłonność. Wydaje się, że w pewnym stopniu tłumaczy to stanowisko Niemiec, które jako jedno z niewielu „starych” państw UE w pełni wykorzystały możliwość siedmioletniego okresu utrzymania barier w napływie pracowników z „nowych” krajów. Dopiero 1 maja 2011 roku Niemcy zniosły większość barier w świadczeniu usług przez siłę roboczą z Polski i innych państw, które przystąpiły do UE w 2004 roku.

Pośród usług nieczynnikowych główną rolę w strukturze wydatków Niemiec odgrywały usługi pozostałe, których import rósł, pochłaniając w latach 2004–2010 od 23% do prawie 28% wydatków na usługi ogółem. Dalsze około 18% stanowiły podróże, ale z tendencją do spadku (o około 2 pkt proc.) oraz usługi transportowe z tendencją do wzrostu, bo ich udział w 2010 roku wynosił blisko 15%, podczas gdy w 2004 roku był o ponad 2 pkt proc. niższy.

W przypadku poszczególnych rodzajów pozostałych usług największe zapotrzebowanie niemieckie firmy zgłaszały na import usług biznesowych (ich udział rósł i wynosił 12–15%). Wydatki na inne rodzaje pozostałych usług były wyraźnie mniejsze, ale charakteryzowały się tendencją wzrostową w przypadku usług informatycznych i informacyjnych (z 2,4% w 2004 roku do 3,2%) oraz praw autorskich, patentów i licencji (z 1,7% do 3,5%). Dalsze miejsce w imporcie zajmowały usługi budowlane z lekką tendencją rosnącą (z 1,7% do 2,3%), a następnie usługi łącznościowe (z 1,3% do 1,7%), finansowe (z 1% do 1,6%) i ubezpieczeniowe (z 0,6% do 0,9%). Najmniejszy i wyraźnie malejący był import usług kulturalnych, rekreacyjnych i usług dla ludności (z 1,1% do 0,6%).

Gospodarka niemiecka zgłaszała zatem zapotrzebowanie przede wszystkim na usługi nowoczesne. Główną pozycją w imporcie były bowiem usługi pozostałe, w tym przede wszystkim biznesowe oraz odgrywające mniejszą, ale rosnącą rolę, usługi informatyczne i informacyjne oraz patenty, prawa autorskie

---

<sup>2</sup> M. Konopczak, R. Sieradzki, M. Wiernicki, *Kryzys na światowych rynkach finansowych – wpływ na rynek finansowy w Polsce oraz implikacje dla sektora realnego*, „Bank i Kredyt” 2010, nr 41 (6), s. 61 i dalsze.

i opłaty licencyjne. Spośród usług czynnikowych największym popytem cieszyły się usługi kapitałowe – głównie w formie inwestycji portfelowych oraz bezpośrednich.

Import wymienionych usług zaspokajał potrzeby gospodarki niemieckiej głównie w zakresie obsługi nowoczesnych procesów gospodarczych, charakteryzujących się ponadto wysoką kapitałochłonnością. Niemieckim przedsiębiorcom import usług zapewniał poprawę efektywności realizowanych procesów gospodarczych, również poprzez korzystanie z zagranicznych osiągnięć naukowo-technologicznych<sup>3</sup>. Jednak wysokie wydatki ponoszone na obsługę inwestycji portfelowych wiązać należy również z finansyzacją procesów gospodarczych, czyli oderwaniem sfery finansowej od sfery realnej oraz dynamicznym rozwojem tej pierwszej w celu realizacji zysku spekulacyjnego<sup>4</sup>.

Do struktury popytu importowego Niemiec w ograniczonym zakresie dopasowana była podaż eksportowa Polski. Z indeksów obliczonych dla około 70% importu usług (z wyłączeniem wydatków na obsługę inwestycji portfelowych i pozostałych) wynika<sup>5</sup>, że średnio w analizowanym okresie około 60% polskiego eksportu usług było dopasowane do popytu importowego Niemiec. Gdyby w obliczeniach wskaźnika były uwzględnione również usługi kapitałowe w formie inwestycji portfelowych, to indeks dla Polski byłby niższy, ponieważ, jak wykazano, zapotrzebowanie Niemiec na kapitał w tej formie było bardzo wysokie, a nasza jego podaż – skrajnie niska (szerzej na ten temat w dalszych rozważaniach). Zastanówmy się zatem, w przypadku jakiego rodzaju usług Polska ma możliwości rozwoju eksportu z wykorzystaniem posiadanych przewag konkurencyjnych i czy poprzez ich rozwój będziemy mogli osiągnąć większy stopień dopasowania naszej oferty do popytu niemieckich firm, a zarazem poprawić pozycję handlową w eksporcie usług.

<sup>3</sup> Por. D.S. Hamilton, J.P. Quinlan, *Germany and Globalization*, Center for Transatlantic Relations, Washington 2008, s. 6 i 52; M. Kelle, J. Kleinert, *German Firms in Services Trade*, CAU Working Paper Series, no. 03, March 2010.

<sup>4</sup> J. Dudziński, *The Current Economic Paradigm in the Light of Financialisation*, „Folia Oeconomica Stetinensia” 2011, nr 10 (18).

<sup>5</sup> Wskaźniki  $C_{jk}$  dopasowania struktury podaży eksportowej Polski do struktury popytu importowego Niemiec obliczono według wzoru:  $C_{jk} = 1 - (\sum m_{ik} - x_{ij}) : 2$  gdzie:  $m_{ik}$  – udział importu usług  $i$  w imporcie usług ogółem Niemiec;  $x_{ij}$  – udział eksportu usług  $i$  w eksporcie usług ogółem z Polski do Niemiec. Obliczono na podstawie danych Eurostatu.

### 3. Specjalizacja Polski w eksporcie usług do Niemiec

W ocenie możliwości rozwoju usług mających strategiczne znaczenie w zaspokajaniu popytu importowego Niemiec zasadniczą rolę odgrywa charakter specjalizacji eksportowej Polski. Jest ona bowiem zdeterminowana posiadanym układem przewag komparatywnych, które – jak potwierdzają wyniki analiz empirycznych prowadzonych dla wielu krajów – istotnie wpływają na możliwości rozwoju handlu zagranicznego<sup>6</sup>.

Indeks specjalizacji eksportowej kraju jest jednym z mierników jego międzynarodowej konkurencyjności. Najczęściej do jej pomiaru wykorzystuje się wskaźnik pokrycia importu usług wartością ich eksportu oraz miernik ujawnionych korzyści komparatywnych.

Wskaźnik pokrycia importu własnym eksportem (*trade coverage*)  $TC_i$  ilustruje następujący wzór:  $TC_i = \frac{x_i}{m_i}$ , gdzie:  $X_i$  – wartość eksportu usług  $i$  z Polski do Niemiec,  $M_i$  – wartość importu usługi  $i$  do Polski z Niemiec.

Wartość wskaźnika TC powyżej jedności oznacza, że Polska osiągnęła specjalizację w danym rodzaju usług. Pozwala to też przypuszczać, że dysponujemy względną przewagą kosztowo-cenową w ich świadczeniu. Wartości poniżej jedności mówią natomiast o deficycie w obrotach daną grupą usług i braku przewagi konkurencyjnej względem zagranicy<sup>7</sup>.

Do obliczenia miernika ujawnionych korzyści komparatywnych RCA (*revealed comparative advantage*) współcześnie stosuje się najczęściej reinterpretację oryginalnej formuły autorstwa B. Balassy'ego w postaci:  $RCA = \ln\left(\frac{x_i}{m_i} \div \frac{X}{M}\right)$ , gdzie:  $x_i$  – eksport usługi  $i$  z Polski do Niemiec;  $m_i$  – import usługi  $i$  do Polski z Niemiec;  $X$  – globalny eksport usług z Polski do Niemiec;  $M$  – globalny import usług do Polski z Niemiec.

Jeżeli wskaźnik RCA jest większy od 0, to oznacza, że produkcja danej usługi w Polsce jest konkurencyjna w porównaniu do oferty niemieckich usługodawców. Kraj posiada zatem relatywną przewagę w eksporcie danej usługi,

<sup>6</sup> J. Misala, *Międzynarodowa konkurencyjność gospodarki narodowej*, PWE, Warszawa 2011, s. 15–165; D. Mongiało, *Specjalizacja eksportowa krajów UE w międzynarodowym handlu usługami*, „Studia Europejskie” 2007, nr 3, s. 100.

<sup>7</sup> H. Nakonieczna-Kisiel, *Makroekonomiczne aspekty handlu zagranicznego*, w: *Podstawy handlu zagranicznego*, red. J. Dudziński, Difin, Warszawa 2010, s. 67.



tj. specjalizuje się w jej wywozie na rynek światowy. W przypadku wskaźników RCA mniejszych od zera mamy do czynienia z brakiem tego typu przewagi, a więc kraj nie jest wyspecjalizowany w eksporcie usługi i powinien ją importować, bo jest ona tańsza za granicą.

Z danych zawartych w tabeli 2 wynika, że Polska w handlu z Niemcami specjalizowała się głównie w pracochłonnych usługach czynnikowych. Wynikało to głównie z bogatego wyposażenia naszego kraju w zasoby siły roboczej przy relatywnie niskich oczekiwaniach płacowych (w porównaniu z kosztami zatrudnienia Niemców), jak i wysokiej mobilności naszych pracowników. Jednak rozwój tego rodzaju specjalizacji jest kontrowersyjny z uwagi na zagrożenia, jakie emigracja niesie dla polskiej gospodarki (zwłaszcza z powodu zjawiska drenażu mózgów)<sup>8</sup>.

Spośród usług nieczynnikowych Polska specjalizowała się głównie w podróży, ale w coraz mniejszym stopniu (o czym świadczą malejące TC i RCA). Oznaczać to może, że atrakcyjność podróży do Polski zdeterminowana relatywnie niższymi kosztami dojazdu (przyczynił się do tego także rozwój tanich linii lotniczych<sup>9</sup>), a przede wszystkim pobytu (w celach wypoczynkowych, rekreacyjnych, zdrowotnych itp.) zmniejszała się wobec niedostatecznie wysokiego rozwoju infrastruktury transportowej oraz branży turystycznej<sup>10</sup>.

Polska specjalizowała się również w usługach budowlanych (czego dowodem jest na ogół wysokie RCA i TC), w świadczeniu których nasze firmy posiadają wieloletnie doświadczenie na rynku niemieckim. Ich konkurencyjność wynikała z posiadania wykwalifikowanej siły roboczej i atrakcyjnej cenowo oferty w stosunku do niemieckich wykonawców. Świadczą o tym także obawy rządu niemieckiego o utratę miejsc pracy w budownictwie, bo – jak wspomniano – dopiero 1 maja 2011 roku zniósł on niektóre ograniczenia w dostępie do niemieckiego rynku pracy i usług. Jednak chociaż nie są już wymagane liczne zezwolenia na świadczenie usług budowlanych przez polskie firmy na terenie Niemiec, to nadal obowiązują stawki wynagrodzenia minimalnego<sup>11</sup>.

---

<sup>8</sup> P. Sieńko, T. Formicki, *Drenaż mózgów polskiej gospodarki*, „Gazeta Finansowa”, <http://gf24.pl>, 9.04.2010.

<sup>9</sup> Z. Papp, A. Raffay, *Factors Influencing the Tourism Competitiveness of Former Socialist Countries*, „Journal of Studies and Research in Human Geography” 2011, no. 52, s. 22 i dalsze.

<sup>10</sup> *Travel & Tourism Competitiveness Report 2011*, red. J. Blanke, T. Chiesa, World Economic Forum Geneva, Switzerland 2011.

<sup>11</sup> Szerzej na ten temat zob. J. Masalski, *Otwarcie niemieckiego rynku pracy i usług – nowe możliwości dla polskich firm*, w: *Portal promocji eksportu ministerstwa gospodarki*, <http://www.eksporter.gov.pl>, 20.07.2011.

Tabela 2. Konkurencyjność Polski w handlu usługami czynnikowymi i nieczynnikowymi z Niemcami

Wyszczególnienie	TC				RCA					
	2004	2006	2008	2009	2010	2004	2006	2008	2009	2010
Usługi czynnikowe	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
Usługi kapitałowe	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
Obsługa inwestycji bezpośrednich	0,00	0,01	0,01	0,05	0,01	-6,09	-4,85	-3,44	-5,06	
Obsługa inwestycji portfelowych	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	
Obsługa inwestycji pozostałych	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	
Usługi siły roboczej	1 264,00	1 481,00	1 378,50	1 717,00	1 823,00	6,64	6,88	6,83	6,98	7,12
Usługi nieczynnikowe	1,54	1,48	1,51	1,43	1,25	-0,07	-0,03	0,02	-0,11	-0,17
Usługi transportowe	1,40	1,49	1,44	1,60	1,51	-0,16	-0,03	-0,03	0,00	0,02
Podróże	2,12	1,85	2,15	1,89	1,55	0,25	0,19	0,37	0,17	0,05
Usługi pozostałe	0,84	0,94	0,86	0,92	0,87	-0,68	-0,49	-0,55	-0,55	-0,53
Usługi łącznościowe	1,07	0,98	0,77	1,00	0,95	-0,43	-0,44	-0,65	-0,47	-0,44
Usługi informatyczne i informacyjne	0,47	0,61	0,62	0,73	0,77	-1,25	-0,91	-0,87	-0,78	-0,65
Usługi budowlane	1,46	2,69	1,65	1,53	3,07	-0,12	0,57	0,11	-0,04	0,73
Usługi finansowe	0,72	0,50	0,34	0,46	0,61	-0,82	-1,11	-1,46	-1,24	-0,89
Usługi ubezpieczeniowe <sup>a</sup>	0,23	-0,18	-0,10	-0,54	-0,54	-1,99	-	-	-	-
Usługi biznesowe	0,83	0,95	1,03	1,18	0,94	-0,69	-0,47	-0,37	-0,31	-0,45
Usługi kulturalne, rekreacyjne, usługi dla ludności	1,64	0,76	0,50	0,53	1,22	-0,01	-0,70	-1,08	-1,11	-0,19
Prawa autorskie, patenty i opłaty licencyjne	0,05	0,07	0,01	0,06	0,03	-3,53	-3,14	-4,77	-3,35	-3,77

Źródło: jak w tabeli 1.

W handlu Polski z Niemcami wysokie TC mieliśmy także w usługach transportowych. Jednak  $RCA > 0$  występowało tylko w niektórych rodzajach usług transportowych wyodrębnionych na niższym stopniu agregacji danych. Ujawnione zostały zatem przewagi konkurencyjne w usługach transportu rurociągowego, samochodowego, kolejowego i na ogół śródlądowego, a trwały ich brak – w transporcie morskim i lotniczym<sup>12</sup>. Najważniejsze w eksporcie Polski do Niemiec były jednak usługi transportu samochodowego, w 2010 roku przypadało na nie blisko 75% wpływów z usług transportowych. Ich konkurencyjność wobec przewoźników z UE wynikała z różnic w wynagrodzeniach. W Polsce koszt 1 godziny pracy w transporcie wynosił około 7 euro (należał do najniższych w UE), podczas gdy w Niemczech przekraczał 24 euro, czyli był ponadtrzykrotnie wyższy<sup>13</sup>!

Warto również wspomnieć o usługach biznesowych, gdzie  $TC > 1$  poprawiało się w ostatnich latach, chociaż RCA ciągle było mniejsze od zera. Obniżenie stopnia agregacji danych ujawniło jednak przewagi konkurencyjne Polski w niektórych rodzajach usług biznesowych, takich jak rolnicze, wydobywcze i przetwórstwo na miejscu oraz reklama, badania rynków i opinii publicznej. Konkurencyjność Polski w tych usługach wynikała głównie z niższych kosztów siły roboczej. Dodatkowo ich rozwój wiązać należy – jak się wydaje – z działalnością zagranicznych firm otwierających w Polsce centra offshoringu<sup>14</sup>.

## Podsumowanie

Konkludując, w badanym okresie Polska specjalizowała się głównie w czynnikowych usługach pracochłonnych, a spośród usług nieczynnikowych w podróży, transporcie samochodowym oraz usługach budowlanych. Natomiast rynek niemiecki zgłaszał zapotrzebowanie przede wszystkim na usługi kapitałowe oraz nowoczesne usługi pozostałe. Wynikające stąd niedopasowanie

<sup>12</sup> Obliczenia własne na podstawie danych Eurostatu, dostęp w marcu 2012.

<sup>13</sup> *Ibidem*.

<sup>14</sup> A. Woźniak, *Inwestorzy do nas ciągną*, „Rzeczpospolita” 2011, nr 234, D. Walewska, A. Woźniak, *Azjatyckie firmy wybierają Polskę*, „Rzeczpospolita” 2011, nr 236, A. Błaszczak, *Centra usług przekraczają plany zatrudnienia*, „Rzeczpospolita” 2011, nr 270, A. Szymaniak, *Polska w rankingu atrakcyjności dla offshoringu usług*, w: *Globalizacja usług. Outsourcing, offshoring i shared services centers*, red. A. Szymaniak, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2008, s. 297 i dalsze.

polskiej podaży eksportowej do niemieckiego popytu importowego skutkowało niską pozycją naszego kraju na rynku niemieckim. Możliwości zwiększenia tego dopasowania w usługach kapitałowych Polska nie posiada, natomiast w pozostałych usługach przewagi konkurencyjne mogą wystąpić w usługach biznesowych z uwagi na rozwój offshoringu, którego dodatkową korzyścią jest możliwość ograniczenia emigracji.

Jednak wynikająca stąd poprawa naszej pozycji będzie raczej niewielka z powodu niskiego potencjału eksportowego Polski w usługach cieszących się największym zapotrzebowaniem odbiorców niemieckich. Z tego względu w najbliższych latach dla Polski ciągle bardzo ważne będą zatem usługi stanowiące tradycyjną specjalizację eksportową, czyli podróże oraz usługi transportu samochodowego i budowlane.

## Literatura

- Błaszczak A., *Centra usług przekraczają plany zatrudnienia*, „Rzeczpospolita” 2011, nr 270.
- Dudziński J., *The Current Economic Paradigm in the Light of Financialisation*, „Folia Oeconomica Stetinensia” 2011, nr 10 (18).
- Hamilton D.S, Quinlan J.P., *Germany and Globalization*, Center for Transatlantic Relations, Washington 2008.
- International Trade in Services (since 2004), Workers' Remittances and Compensation of Employees, Balance of Payments by Country oraz EU Direct Investment Income, Breakdown by Partner Country and Economic Activity*, w: Eurostat Statistics, Eurostat, Luxembourg, <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>.
- Kelle M., Kleinert J., *German Firms in Services Trade*, CAU Working Paper Series, no. 03, March 2010.
- Konopczak M., Sieradzki R., Wiernicki M., *Kryzys na światowych rynkach finansowych – wpływ na rynek finansowy w Polsce oraz implikacje dla sektora realnego*, „Bank i Kredyt” 2010, nr 41 (6).
- Masalski J., *Otwarcie niemieckiego rynku pracy i usług – nowe możliwości dla polskich firm*, w: Portal promocji eksportu ministerstwa gospodarki, <http://www.eksporter.gov.pl>, 20.07.2011.
- Misła J., *Międzynarodowa konkurencyjność gospodarki narodowej*, PWE, Warszawa 2011.

- Mongiła D., *Specjalizacja eksportowa krajów UE w międzynarodowym handlu usługami*, „Studia Europejskie” 2007, nr 3.
- Papp Z., Raffay A., *Factors Influencing the Tourism Competitiveness of Former Socialist Countries*, „Journal of Studies and Research in Human Geography” 2011, no. 52.
- Sieńko P., Formicki T., *Drenaż mózgow polskiej gospodarki*, „Gazeta Finansowa”, <http://gf24.pl>, 9.04.2010.
- Szymaniak A., *Polska w rankingu atrakcyjności dla offshoringu usług*, w: *Globalizacja usług. Outsourcing, offshoring i shared services centers*, red. A. Szymaniak, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2008. *Travel & Tourism Competitiveness Report 2011*, red. J. Blanke, T. Chiesa, World Economic Forum Geneva, Switzerland 2011.
- Walewska D., Woźniak A., *Azjatyckie firmy wybierają Polskę*, „Rzeczpospolita” 2011, nr 236.
- Woźniak A., *Inwestorzy do nas ciągną*, „Rzeczpospolita” 2011, nr 236.

## DEVELOPMENT OF POLISH EXPORT OF SERVICES TO GERMANY

### Summary

The aim of the paper is an attempt to show the most important services in development of Polish export to Germany. In the first part of the paper importance of factor and non-factor services in Polish export is shown, in the second part their role in German import is presented. Part three concentrates on our specialization in services. The results of the research can contribute to further work on establishing the real objectives and instruments of trade policy with reference to the development of services sector in Poland.

**Keywords:** services, export, foreign trade.

*Translated by Katarzyna Nowacka-Bandos*

