

Marcin Komor

Internacjonalizacja usług a polityka Unii Europejskiej

Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu 22, 69-80

2011

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

dr MARCIN KOMOR
Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

INTERNACJONALIZACJA USŁUG A POLITYKA UNII EUROPEJSKIEJ

Streszczenie

W artykule podjęto rozważania dotyczące sektora usług na obszarze eurorynku. Wyjaśniono w nim znaczenie i rolę usług we współczesnej gospodarce oraz przedstawiono międzynarodową klasyfikację usług. Zaprezentowano zagadnienia związane z pojęciem usług, zwłaszcza w aspekcie ich internacjonalizacji. W artykule poruszono problematykę wzrostu popytu na usługi, przedstawiono typologie usług w aspekcie międzynarodowym oraz znaczenie sektora usług w gospodarkach krajów członkowskich Unii Europejskiej. Ponadto podjęto problematykę dotyczącą polityki Unii Europejskiej w zakresie usług, głównie w kontekście realizacji rynku wewnętrznego. Omówiono elementy dotyczące liberalizacji i demonopolizacji rynku usług, zwłaszcza w zakresie rynku telekomunikacyjnego i lotniczego. W ostatniej części publikacji przedstawiono zakres i skutki wprowadzenia dyrektywy dotyczącej usług na rynku wewnętrznym Unii Europejskiej.

Wprowadzenie

Procesy globalizacji i integracji europejskiej ostatnich dwudziestu lat przyczyniły się do rozwoju i wzrostu znaczenia usług w gospodarce światowej, w tym w krajach tworzących Unię Europejską. Na tym obszarze gospodarczym istotne dla rozwoju sektora usług było zwłaszcza urzeczywistnienie Europejskiego Rynku Wewnętrznego, rozszerzenie UE o nowe kraje członkowskie oraz procesy związane z ujednoczeniem uwarunkowań gospodarczych w ramach eurorynku w sektorze usług. Niniejszy artykuł poświęcony jest rozważaniom dotyczącym przemian, umiędzynarodowienia i rozwoju sektora usług na obszarze eurorynku oraz polityki Unii Europejskiej dotyczącej sektora usług. Głównym celem artykułu jest zaprezentowanie internacjonalizacji usług, procesów integracyjnych w ramach Europejskiego Rynku Wewnętrznego oraz polityki Unii Europejskiej przyczyniających się do rozwoju, liberalizacji, demonopolizacji i internacjonalizacji usług na eurorynku.

Pojęcie i zakres sektora usług

Usługi należą do jednego z trzech podstawowych sektorów gospodarki, tj. rolnictwa, przemysłu i usług. Podział na podstawowe sektory gospodarki jest teorią makroekonomii, opracowaną przez A. Fishera oraz C. Clarka, która różnicuje makroekonomię według następujących części: pozyskiwanie surowców, przetwarzanie surowców oraz usługi¹. Podział na trzy podstawowe sektory gospodarki został powszechnie przyjęty w poszczególnych gospodarkach i statystykach narodowych, europejskich i międzynarodowych. W krajach Unii Europejskiej przyjęto podział usług oparty na Europejskiej Klasyfikacji Działalności Gospodarczej (NACE), w ramach której wyróżniono m.in. następujące formy usług: handel hurtowy, handel detaliczny, usługi dla górnictwa i przetwórstwa przemysłowego, zaopatrywanie w energię elektryczną, gaz i wodę, ochrona zdrowia i pomoc społeczna, usługi komunalne, usługi finansowe i ubezpieczeniowe.

Należy jednak zaznaczyć, że międzynarodową klasyfikacją usług jest Układ Ogólny w sprawie Handlu Usługami (General Agreement on Trade in Services, tzw. GATS), który jest wielostronnym porozumieniem państw podpisanym na zakończenie cyklu negocjacji handlowych tzw. Rundy Urugwajskiej. W ramach porozumienia GATS dokonano klasyfikacji usług na dwanaście podstawowych grup: usługi dla biznesu (np. profesjonalne, badawczo-rozwojowe, informatyczne), usługi komunikacyjne (np. pocztowe, telekomunikacyjne, audiowizualne), usługi budowlane i montażowe (np. roboty budowlane, prace instalacyjne i montażowe, roboty wykończeniowe), usługi dystrybucyjne (np. usługi handlu detalicznego i hurtowego, usługi franchisingowe), usługi edukacyjne (np. szkolnictwo podstawowe, średnie, wyższe), usługi w zakresie środowiska (np. usługi w zakresie gospodarki ściekami, wywozu i zagospodarowania śmieci i odpadów, usługi sanitarne), usługi finansowe (np. usługi ubezpieczeniowe, bankowe i pozostałe finansowe), usługi zdrowotne i opieki społecznej (np. usługi szpitalne, opieki społecznej), usługi turystyczne (np. usługi hoteli i restauracji, usługi organizatorów i pośredników turystycznych), usługi związane z rekreacją, sportem i kulturą (np. usługi teatralne, cyrkowe, muzealne, usługi sportowe), usługi transportowe (np. usługi transportu morskiego, śródlądowego, kolejowego, drogowego), usługi pozostałe dotychczas niewuwzględnio-

¹ Zob. A. Fisher, *The clash of progress and security*. Macmillan, London 1935, C. Clark, *The conditions of economic progress*, Macmillan, London 1940.

ne². Podpisanie GATS przyczyniło się do internacjonalizacji usług oraz wzrostu wymiany usług między krajami.

Wyjaśnienie pojęcia usług nie jest proste, ponieważ nadal toczy się dyskusja dotycząca zakresu tego pojęcia i nie jest ono obecnie w literaturze światowej jednoznacznie definiowane. Podstawowym problemem jest określenie kryteriów rozróżnienia usług względem towarów. Brak jednoznacznej definicji usług może wynikać z dużej heterogeniczności sektora usług, jego specyficznej charakterystyki, konstytutywnych faz usług, kryteriów podziału usług oraz problematyki rozgraniczenia usług względem towarów³. Podstawowe definicje usług skupiają się na wyróżnieniu czynnika niematerialności usług oraz/lub kryterium różnicowania usług względem towarów np. poprzez integrację czynników zewnętrznych. Ph. Kotler definiuje usługę „jako każdą czynność lub działanie, które jedna strona może wykonać na rzecz drugiej i które jest niematerialne oraz nie prowadzi do przejęcia czy przekazania własności”⁴. A. Payne określa usługę „jako każdą czynność zawierającą w sobie element niematerialności, która polega na oddziaływaniu na klienta lub przedmioty bądź nieruchomości znajdujące się w jego posiadaniu, a która nie powoduje prawa własności. Przeniesienie prawa własności może jednak nastąpić, a świadczenie usługi może być lub też nie być ściśle związane z dobrem materialnym”⁵. A. Mayer uważa, że usługi są oferowanymi sprawnie funkcjonującymi czynnościami, które bezpośrednio oddziałują na zewnętrzne determinanty, w celu osiągnięcia (na nich) pożądanego skutku (zmian lub zachowania istniejącej sytuacji)⁶. Zaprezentowane definicje słowa usługi wskazują, że pojęcie to nie jest jednoznacznie określane przez autorów. Z kolei pojęcie usług stosowane przez Unię Europejską zostało zapisane (art 50, p. 1 WE /III-30 p.1) w traktacie o Wspólnocie Europejskiej i oznacza świadczenia, które z reguły są wykonywane odpłatnie, o ile nie podlegają one przepisom dotyczącym swobodnego przepływu kapitału, towarów i osób⁷. Powyższa definicja ma bardzo ogólny charakter i rozgranicza pojęcie usług tylko względem innych swobód Europejskiego Rynku Wewnętrznego.

² Por. World Trade Organization, MTN.GNS/W/120, 10 July 1991, s. 1–5.

³ Zob. S. Haller, *Dienstleistungsmanagement, Grundlagen – Konzepte – Instrumente*, Verlag Gabler, Wiesbaden 2010, s. 6, 13.

⁴ P. Kotler, *Marketing*, Dom Wydawniczy Rebis, Poznań 2005, s. 447.

⁵ A. Payne, *Marketing usług*, PWE, Warszawa 1997, s. 20.

⁶ Zob. A. Mayer, *Dienstleistungen*, w: *Vahlens Großes Marketing Lexikon*, (Hrsg.) H. Diller, 2. Aufl., Verlag Beck, München 2001, s. 285.

⁷ Zob. W. Frenz, *Handbuch Europa Recht, Band 1. Europäische Grundfreiheiten*, Springer-Verlag, Berlin 2004, s. 915.

Interesujący wydaje się być fakt, że od wielu lat obserwuje się wzrost udziału sektora usług w gospodarce światowej, w tym europejskiej, jak również wzrost popytu ze strony konsumentów na usługi. H. Meffert i M. Bruhn wyróżnili pięć podstawowych przyczyn wzrostu popytu na usługi⁸:

- a) rozwój demograficzny – zmiany struktury demograficznej społeczeństwa, wzrost długości życia, wzrastający popyt na usługi pielęgnacyjne oraz związane ze spędzaniem czasu wolnego;
- b) rozwój zachowań popytowych – trend dotyczący komfortu (wygody), wzrastające wymagania dotyczące podaży usług, spadająca lojalność konsumentów, fora internetowe konsumentów;
- c) rozwój technologiczny – pokrycie zapotrzebowania poprzez indukowaną podaż, kompleksowość nowoczesnych towarów, Internet, E-Business, E-Services;
- d) rozwój społeczny – wzrastający udział kobiet pracujących, ograniczenie czasu wykonywanej pracy, przeniesienie kontaktów biznesowych i prywatnych ze sfer lokalnych;
- e) rozwój rynków – wzrastająca konkurencja, korzyści dyferencjacji poprzez dodatkowe osiągnięcia, wzrastające znaczenie Value Added Services, internacjonalizacja.

Postępująca globalizacja gospodarki światowej, integracja europejska, wprowadzenie Układu Ogólnego w sprawie Handlu Usługami przyczyniły się do przyspieszenia procesów internacjonalizacji usług. J. Rymarczyk określa pojęcie internacjonalizacji jako każdy rodzaj działalności gospodarczej podejmowanej przez przedsiębiorstwo za granicą⁹. Z kolei definiując pojęcie usług międzynarodowych, należy przyjąć, że ma ono miejsce, gdy usługi są na wielu rynkach krajowych sporządzane (wytwarzane) lub zbywane, np. gdy przekraczane są granice państwowe w ramach procesu tworzenia usługi lub sprzedaży usługi¹⁰. Rozpatrując usługi na rynku europejskim, należy uwzględnić przede wszystkim ich międzynarodowy charakter, a zwłaszcza typologie usług międzynarodowych. Najbardziej znana typologia usług międzynaro-

⁸ H. Meffert, M. Bruhn, *Dienstleistungsmarketing. Grundlagen – Konzepte – Methoden, Mit Fallstudien*, Verlag Gabler, Wiesbaden 2006, s. 6.

⁹ J. Rymarczyk, *Internacjonalizacja i globalizacja przedsiębiorstwa*, PWE, Warszawa 2004, s. 19.

¹⁰ Zob. C.C. Huebner, *Internationalisierung von Dienstleistungsangeboten – Probleme und Lösungsansätze*, München: FGM-Verlag, 1996, za: M. Bruhn, C. Handwich, *Servicepolitik im Export: Die Perspektive der Dienstleistungsanbieter*, w: *Außenhandel: Marketingstrategien und Marketingkonzepte*, (Hrsg.) J. Zentes, D. Morschett, H. Schramm-Klein, Verlag Gabler, Wiesbaden 2004, s. 460.

dowych jest autorstwa G. Sampsona i R. Snake'a, którzy wyróżnili następujące cztery typy usług ze względu na mobilny i nieruchomy (niemobilny) charakter usług¹¹:

1. Handel w krajach trzecich (Third Country Trade) – jest on niezależny od miejsca wytworzenia i popytu, charakteryzuje się mobilnością zarówno podaży jak i popytu. Wymagają one od oferenta usług pewnego zaangażowania zasobów za granicą. Przykłady tego typu handlu usługami występują, gdy oferent i nabywca spotykają się w krajach trzecich, np. seminaria zagraniczne.
2. Działalność handlowa za granicą (Foreign Earning Trade) – ten typ handlu usługami charakteryzuje się mobilnym oferentem i niemobilnym nabywcą oraz pewnym stopniem inwestycji zasobów za granicą. Występuje na przykład w formie wykonywania usług poza granicami kraju, bezpośrednio u odbiorcy, np. w formie usług doradczych.
3. Handel krajowy (Domestic Establishment Trade) – ma miejsce w sytuacji, gdy popyt na usługi jest mobilny, a podaż usług jest niemobilna. Krajowy oferent sprzedaje usługi na rzecz zagranicznego klienta, np. usługi hotelowe na rzecz konsumenta zagranicznego.
4. Handel ponadgraniczny (Across the Border Trade) – ma miejsce, gdy zarówno usługodawca jak i usługobiorca nie są mobilni, czyli zarówno nabywca jak i oferujące przedsiębiorstwo pozostają w swoich krajach. Przykłady tego typu handlu usługami występują w zakresie przesyłania danych między krajami, np. sprzedaż utworów muzycznych (MP3) przez Internet.

Zaproponowana powyżej typologia handlu usługami między krajami została następnie przez innych autorów rozszerzona i powszechnie przyjęta w badaniach nad internacjonalizacją usług. Rozpatrując usługi w aspekcie międzynarodowym, w tym w krajach Unii Europejskiej, należy zwrócić uwagę na znaczną rolę czynnika kulturowego w tym zakresie. Zróżnicowania kulturowe między poszczególnymi krajami nabierają znaczenia szczególnie w zakresie internacjonalizacji usług w krajach UE, w kontekście urzeczywistnienia ERW oraz liberalizacji usług na eurorynku. Ponadto wydaje się, że kontekst kulturowy w badaniach usług na rynkach międzynarodowych dotychczas nie jest jeszcze wystarczająco zbadany. Niektórzy autorzy zaprezentowali interesujące za-

¹¹ Zob. G.P. Sampson, R.H. Snape, *Identifying the Issues in Trade in Services*, „The World Economy” 1985, Vol. 8, Issue 2, s. 173.

gadnienia teoretyczne i wyniki badań dotyczące kontekstu kulturowego (*cross cultural*) w usługach¹².

Polityka Unii Europejskiej w usługach

Usługi stanowią obecnie najważniejszy sektor gospodarki Unii Europejskiej, ponad 70% udziału działalności gospodarczej. Podobny udział zatrudnienia przypada w krajach eurorynku na sektor usług. Polityka Unii Europejskiej względem sektora usług od wielu lat ukierunkowana jest na jego liberalizację, deregulację oraz swobodny przepływ usług między krajami członkowskimi. W tabeli 1 zaprezentowano udział poszczególnych sektorów gospodarczych w wartości dodanej brutto w krajach Unii Europejskiej w latach 1998–2008. Analiza tabeli prowadzi do wniosku, że w tych latach w krajach UE-27 nastąpił spadek udziału w wartości dodanej brutto: rolnictwa, łowiectwa, leśnictwa, rybołówstwa z 2,6 do 1,8%, przemysłu z 23,1 do 20,1% oraz handlu, usług komunikacyjnych i transportowych z 21,3 do 21%. Z kolei nastąpił wzrost udziału sektora usług w wartości dodanej brutto w: budownictwie z 5,5 do 6,5%, usługach na rzecz przedsiębiorstw oraz finansowych z 25 do 28,1%, oraz w pozostałych usługach z 22,2 do 22,5%. Największy udział sektora usług występuje w krajach UE-15, zwłaszcza w Belgii, Francji, Wielkiej Brytanii, Holandii, Grecji, Luksemburgu.

Tabela 1

Wartość dodana brutto w cenach podstawowych (udział w % w wartości dodanej brutto)

Sektory Kraje	Rolnictwo, łowiectwo, leśnictwo, rybołówstwo		Przemysł		Budownictwo		Handel, usługi komunikacyjne i transportowe		Usługi na rzecz przed- siębiorstw oraz finansowe		Pozostałe usługi	
	1998	2008	1998	2008	1998	2008	1998	2008	1998	2008	1998	2008
UE-27	2.6	1.8	23.1	20.1	5.5	6.5	21.3	21.0	25.0	28.1	22.2	22.5
Austria	2.2	1.7	22.9	23.2	8.0	7.5	24.7	23.3	20.7	23.8	21.6	20.5
Belgia	1.5	0.8	22.9	17.9	4.8	5.3	21.3	23.0	26.8	29.4	22.4	23.6
Bulgaria	18.8	7.3	26.7	21.9	4.8	8.6	17.5	23.5	19.4	23.5	13.2	15.1
Cypr	4.2	2.1	13.0	10.2	7.6	9.4	29.9	26.7	22.8	27.5	22.1	24.1
Czechy	4.2	2.3	31.2	31.3	8.1	6.3	24.7	25.4	16.3	17.8	15.4	16.9
Dania	2.7	1.1	20.4	20.5	5.3	5.8	22.5	21.4	22.0	24.4	27.5	26.8
Estonia	6.1	2.6	22.2	20.6	7.0	8.4	26.6	25.6	20.8	24.2	16.7	18.6

¹² Zob. m.in. S.J. Grave, R.P. Fisk, J. John, *The future of services marketing: forecasts from ten services experts*, „Journal of Services Marketing” 2003, Vol. 17 Issue 2, s. 107–121, J.H. Schumann, F.V. Wangenheim, A. Stringfellow, Z. Yang, S. Praxmaier, F. Jiménez, V. Blazevic, R. Shannon, G. Shainesh, M. Komor, *Drivers of Trust in Relational Service Exchange: Understanding the Importance of Cross-Cultural Differences*, „Journal of Service Research” Nov 2010, Vol. 13 Issue 4, s. 453–468.

Finlandia	3,5	3,0	28,4	24,9	5,3	6,7	21,8	21,6	19,4	21,6	21,7	22,2
Francja	3,2	2,0	18,4	13,8	5,0	6,7	19,1	18,7	29,5	33,6	24,7	25,3
Grecja	:	3,3	:	13,6	:	6,1	:	33,2	:	19,9	:	23,9
Hiszpania	4,9	2,8	21,8	17,3	7,3	11,6	26,4	24,5	18,6	22,6	21,0	21,3
Holandia	3,0	1,8	19,9	19,7	5,3	5,8	22,3	21,0	26,6	28,3	22,3	23,5
Irlandia	4,4	2,0	34,8	25,3	6,0	8,5	18,6	17,5	19,4	27,1	17,2	19,5
Litwa	9,8	4,5	23,0	22,2	8,4	10,0	27,7	30,8	11,6	15,6	19,7	17,0
Łotwa	4,0	3,1	21,5	13,8	6,1	8,9	31,5	29,8	15,1	23,9	21,4	20,5
Luksemburg	0,9	0,4	14,6	9,7	6,3	6,2	23,1	21,4	38,2	45,5	16,9	16,7
Malta	2,9	2,3	23,1	17,7	4,0	3,6	31,6	26,4	17,4	21,6	21,3	28,6
Niemcy	1,2	0,9	25,3	25,6	5,6	4,2	17,8	17,7	27,1	29,4	22,6	22,1
Polska	6,0	4,5	24,9	23,1	7,9	8,0	26,4	27,3	16,4	19,4	18,1	17,8
Portugalia	4,3	2,4	21,5	17,6	7,3	6,4	24,2	24,3	20,0	22,7	22,7	26,6
Rumunia	16,0	7,2	29,1	25,6	5,6	11,8	:	26,1	12,4	14,2	11,3	15,2
Słowacja	5,4	3,4	27,4	28,1	7,2	8,7	26,3	26,2	16,4	17,7	16,4	15,9
Słowenia	4,0	2,3	29,8	25,1	6,6	8,9	21,7	22,6	19,0	22,4	19,4	18,9
Szwecja	2,4	1,6	25,1	22,8	4,1	5,1	19,0	19,4	24,0	24,3	25,1	26,8
Węgry	5,5	4,3	28,2	24,9	4,6	4,6	23,2	22,2	19,2	21,9	19,3	22,2
Wielka Brytania	1,2	0,8	23,4	17,6	5,1	6,1	21,9	20,4	26,3	32,2	21,3	22,8
Włochy	3,1	2,0	24,5	20,8	4,9	6,2	23,9	22,1	23,0	27,9	20,3	21,0

Źródło: *Europe in figures, Eurostat yearbook 2010*, Eurostat, Statisticalbooks, Publications Office of the European Union, Luxembourg 2010, s. 100.

Podstawowym elementem liberalizacji i swobodnego przepływu usług było urzeczywistnienie w roku 1993 Europejskiego Rynku Wewnętrznego. Europejski Rynek Wewnętrzny (ERW)¹³ można określić jako zintegrowany obszar bez wewnętrznych granic, tożsamy z terytorium państwa, na którym zapewnione są jednolite prawa i obowiązki dla przedsiębiorstw, konsumentów i obywateli, którego podstawą jest swobodny przepływ towarów, osób, usług i kapitału. Pojęcie rynku wewnętrznego przedstawia definicja zamieszczona w Traktacie z Maastricht, która wyjaśnia, że „Rynek wewnętrzny obejmuje obszar bez granic wewnętrznych, na którym zgodnie z postanowieniami Traktatu zostaje zapewniony swobodny przepływ towarów, osób, usług i kapitału”¹⁴. Należy zauważyć, że tzw. cztery podstawowe swobody ERW zostały wprowadzone w życie wraz z urzeczywistnieniem rynku wewnętrznego 1 stycznia 1993 r. Jednak swoboda dotycząca jednego z elementów usług, tj. swobodnego przepływu kapitału, została wprowadzona na obszarze krajów wspólnoty już w roku 1990. Liberalizację kapitału wprowadzono w ramach przygotowań do wprowadzenia Europejskiej Unii Gospodarczej i Walutowej (EUGiW), której jednym

¹³ Wyjaśnienie powstania, zasad funkcjonowania, perspektyw oraz pojęcia Europejskiego Rynku Wewnętrznego zobacz m.in. J.W. Wiktor, *Rynek Unii Europejskiej. Koncepcja i zasady funkcjonowania*, Wyd. Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 2005.

¹⁴ Traktat o utworzeniu Wspólnoty Europejskiej Art. 14 (według jednolitego tekstu z 2002).

z celów miało być wprowadzenie jednolitej waluty – euro. Zgodnie z trzyetapowym planem wprowadzania Unii Walutowej pierwszy etap rozpoczął się 1 lipca 1990 roku. Wtedy też zniesiono ograniczenia w swobodnym przepływie kapitału między państwami członkowskimi, tzn. zaistniała już wtedy jedna z czterech swobód wprowadzonego w życie w roku 1993 Europejskiego Rynku Wewnętrznego. Dla zaistnienia rynku wewnętrznego usług w krajach członkowskich Unii Europejskiej niezbędne było ustanowienie swobody świadczenia usług i wykonywania działalności usługowej na całym obszarze eurorynku. Wobec powyższego swobodę świadczenia usług zapisano w Traktacie ustanawiającym Wspólnotę Europejską. Zgodnie z art. 49 powyższego Traktatu „ograniczenia w swobodnym świadczeniu usług wewnątrz Wspólnoty są zakazane w odniesieniu do obywateli państw członkowskich mających swe przedsiębiorstwo w państwie Wspólnoty innym niż państwo odbiorcy świadczenia”¹⁵. Komisja Europejska zmierzała następnie do demonopolizacji narodowych rynków internacjonalizacji zwłaszcza w sektorze usług.

Konsekwencją wprowadzenia zasad ERW, demonopolizacji i liberalizacji usług na obszarze eurorynku był m.in. wzrost jakości świadczonych usług, spadek opłat za usługi, zwłaszcza na rynkach usług charakteryzujących się wysokim stopniem zmonopolizowania. Do takich usług zaliczyć należy m.in. usługi telekomunikacyjne, lotnicze czy energetyczne. Jednym z pierwszych rynków poddanych liberalizacji był rynek usług telekomunikacyjnych, który został zdemonopolizowany 1 stycznia 1998 roku. Liberalizacja rynku telekomunikacyjnego doprowadziła do ogromnego wzrostu oferentów usług telekomunikacyjnych, wzrostu konkurencji, spadku taryf oraz internacjonalizacji usług telekomunikacyjnych. Po pięciu latach od wprowadzenia liberalizacji rynku telekomunikacyjnego w dwunastu krajach członkowskich Unii Europejskiej odbiorcy mieli do wyboru ponad pięciu oferentów telekomunikacyjnych w rozmowach krajowych i międzynarodowych, a koszty opłat telekomunikacyjnych w rozmowach międzynarodowych spadły o 40%; jednocześnie w związku z wejściem na rynki narodowe nowych oferentów koszty rozmów miejscowych spadły w wielu krajach nawet o 56%, a koszty rozmów międzynarodowych o 65%¹⁶. W latach dziewięćdziesiątych zostały wprowadzone trzy pakiety liberalizacji usług lotniczych. Skutkiem liberalizacji w tej branży usług jest obecnie możliwość, że każde przedsiębiorstwo lotnicze może oferować loty na dowolnej

¹⁵ http://www.futurum.gov.pl/dokumenty/Traktat_ustanawiajacy_WE.pdf.

¹⁶ *The Internal Market – Ten Years without Frontiers*. European Commission, Directorate General for Economic and Financial Affairs, Brussels 2003, s. 29.

trasie w ramach obszaru Unii Europejskiej. Doprowadziło to do wejścia nowych oferentów na rynki narodowe, a w konsekwencji do spadku cen usług lotniczych i turystycznych. Według przeprowadzonych badań ceny biletów lotniczych w taryfach specjalnych spadły między rokiem 1992 a 2000 o 41%, liczba połączeń lotniczych na obszarze eurorynku od roku 1991 wzrosła o 42%, liczba towarzystw lotniczych wzrosła z 119 w roku 1992 do 133 w roku 2003¹⁷. Należy zauważyć, że podobne skutki nastąpiły w pozostałych branżach usług, zwłaszcza tych uważanych dotychczas za wysoce zmonopolizowane.

Wobec powyższego można uznać, że Unia Europejska prowadzi aktywną politykę w celu zapewnienia liberalizacji, demonopolizacji i internacjonalizacji, a w wielu zakresach usług polityka ta została zrealizowana. Jednak w przeciwieństwie do swobody przepływu towarów, postępy w sektorze usług, zwłaszcza uwzględniające funkcjonowanie rynku wewnętrznego, pozostały niezadowolające. W roku 2002 Komisja Europejska opublikowała raport dotyczący stanu urzeczywistnienia rynku wewnętrznego w usługach¹⁸. W raporcie zostały zidentyfikowane bariery i przeszkody zaistnienia pełnej swobody przepływu usług na obszarze eurorynku m.in. związane z dopuszczeniem usługodawcy do rynku narodowego, uznaniem kwalifikacji zawodowych, ograniczenia dotyczące form prawnych działalności usługowej, ograniczenia dotyczące informacji na temat możliwości działalności usługowej w krajach UE, problemy dotyczące zwrotu podatku VAT, reglamentacji cen w niektórych typach usług, problemy z wysyłaniem pracowników do innych państw UE, problemy dotyczące zbytu usług oraz gwarancji i usług posprzedażowych, barier kulturowych i językowych.

Na początku 2004 roku Komisja Europejska przedstawiła propozycję dyrektywy dotyczącą usług na Europejskim Rynku Wewnętrznym¹⁹. Pierwotna propozycja Komisji zwana dyrektywą F. Bolkensteina (komisarza UE ds. rynku wewnętrznego) zakładała całkowitą likwidację barier w przepływie usług. Propozycja liberalizacji usług w ramach dyrektywy F. Bolkensteina była znacznie szersza niż następnie uchwalona w roku 2006 dyrektywa w sprawie usług na rynku wewnętrznym. Zakładała ona przyjęcie m.in. zasady kraju pochodzenia

¹⁷ *Ibidem*, s. 27.

¹⁸ *Report from the Commission to the council and the European Parliament on the State of the Internal Market for Services*. Presented under the first stage of the Internal Market Strategy for Services, Commission of the European Communities, Brussels, 30.07.2002.

¹⁹ *Proposal for a Directive of the European Parliament and of the Council on services in the internal market* (presented by the Commission) [SEC(2004) 21]. Commission of the European Communities, Brussels, 5.3.2004, COM(2004) 2 final/3.

polegającą na tym, że usługodawca będzie podlegał przepisom kraju, w którym posiada swoją siedzibę, była to propozycja analogiczna do tzw. zasady „Cassis-de-Dijon” w zakresie swobodnego przepływu towarów, zakładająca, iż produkt dopuszczony do sprzedaży w jednym kraju członkowskim może być sprzedawany we wszystkich krajach UE. Propozycje Komisji Europejskiej spotkały się ze znacznym sprzeciwem wielu polityków i związków zawodowych, zwłaszcza w krajach UE-15 – uważających dyrektywę w proponowanej postaci za zagrożenie dla ich zasad państwa socjalnego. W roku 2006 doszło do porozumienia między zwolennikami i przeciwnikami dyrektywy – tzw. zasadę kraju pochodzenia zmieniono na zasadę swobody świadczenia usług oraz z regulacji dyrektywy wyłączono niektóre zakresy usług, np. finansowe, transportowe, zdrowotne, socjalne, portowe, audiowizualne czy usługi agencji pracy tymczasowej. Ostatecznie dyrektywa dotycząca usług na rynku wewnętrznym została przyjęta w grudniu 2006 r. i powinna zostać wprowadzona do prawa krajów członkowskich UE do końca roku 2009²⁰. Według sondażu przeprowadzonego w krajach członkowskich przez Eurochambers i opublikowanego w lutym 2010 roku – w niektórych krajach nadal występują problemy we wprowadzeniu dyrektywy do prawa narodowego, zwłaszcza w Bułgarii, Grecji, Irlandii, Włoszech, Litwie, Polsce, Słowacji i Słowenii²¹. Wprowadzenie dyrektywy do prawa narodowego krajów członkowskich ułatwi funkcjonowanie sektora usług na eurorynku i powinno przyczynić się do zaistnienia rynku wewnętrznego w usługach, zwłaszcza poprzez²²:

- a) ułatwienia dotyczące założenia oddziału w innym kraju UE – dyrektywa zobowiązuje kraje członkowskie do zniesienia barier w usługach. W każdym kraju powstanie punkt informacyjny dotyczący prowadzenia działalności usługowej, formalności dotyczące prowadzenia działalności usługowej będą mogły zostać wykonane przez Internet, zezwolenia na prowadzenie działalności będą mniej restrykcyjne, transparentne i nie będą zawierać dyskryminujących zakresów;

²⁰ Dyrektywa 2006/123/WE Parlamentu europejskiego i Rady z dnia 12 grudnia 2006 r. dotycząca usług na rynku wewnętrznym, Dz.Urz. Unii Europejskiej L 376/36, 27.12.2006; <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:376:0036:0068:pl:PDF>.

²¹ *Mapping the Implementation of the Services Directive in EU Member States, The Chambers' Perspective*, Eurochambers Policy Survey: February 2010, Eurochambers, The Association of European Chambers of Commerce and Industry, Brussels 2010.

²² *The Services Directive: Accomplishing the EU Single Market for services*. http://ec.europa.eu/internal_market/services/docs/services-dir/explanatory/completing_UE_SM_for_services_en.pdf.

- b) łatwiejsze będzie prowadzenie aktywności usługowej w krajach UE – możliwa będzie działalność usługowa w innych krajach UE bez posiadania tam oddziału czy filii, kraje członkowskie nie będą mogły wymagać, aby działalność usługowa była prowadzona tylko w pewnej szczególnej formie prawnej;
- c) nabywcy usług będą lepiej chronieni – nabywcy usług (konsumenci czy przedsiębiorstwa) będą lepiej informowani na temat oferowanych usług. Dyskryminacja ze względu na miejsce zamieszkania nie będzie możliwa, np. biura podróży będą zobowiązane oferować jednolitą cenę na tę samą usługę turystyczną we wszystkich krajach UE;
- d) ulepszony będzie nadzór nad usługami poprzez ponadgraniczną współpracę między urzędami – kraje członkowskie zostały zobowiązane do wprowadzenia skutecznej i lepszej współpracy, wymiany informacji i kontroli, w czym będą wspierane przez nowo wprowadzony system informatyczny, tzw. system informacyjny rynku wewnętrznego (Internal Market Information System).

Podsumowanie

Konkludując można stwierdzić, że następuje wzrost internacjonalizacji w sektorze usług na obszarze eurorynku. Usługi stanowią najważniejszy sektor gospodarki UE, a umiędzynarodowienie działalności przedsiębiorstw usługowych jest strategicznym wyzwaniem dla Rynku Wewnętrznego UE. Wobec powyższego, Unia Europejska prowadzi politykę dotyczącą deregulacji, liberalizacji i demonopolizacji sektora usług na obszarze krajów członkowskich w celu zapewnienia pełnego urzeczywistnienia rynku wewnętrznego w usługach oraz swobody świadczenia usług na obszarze eurorynku.

INTERNATIONALIZATION OF SERVICES AND THE POLICY OF THE EUROPEAN UNION

Summary

An article takes up the considerations concerning the sector of services on the area of euromarket. In the article the meaning and role of services in contemporary economy have been clarified and international classification of services have been introduced. The problems connected with the idea of services, especially in the aspect of their internationalization, have been presented and clarified. In the article the problems of increase of demand for services have been brought up, the typologies of services in the international aspect have been presented and the meaning of the section of services in the economies of the member states of the European Union. Moreover, the problems concerning the politics of the European Union in the range of services,

mainly in the context of realization of The Internal Market, have been raised. The elements regarding demonopolization and liberalization of the market of services have been discussed, especially in the scope of aviation and telecommunication markets. In the final part of the paper there have been presented the range and effects of implementing the directive concerning the services on the Internal Market of the European Union.