

Przegląd Prawno-Ekonomiczny

REVIEW OF LAW, BUSINESS & ECONOMICS

kwiecień-maj-czerwiec

Nr 43
(2/2018)



WYDZIAŁ ZAMIEJSKOWY
PRAWA I NAUK
O SPOŁECZEŃSTWIE | **KUL**

WYDAWCA

Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II | Wydział Zamiejscowy Prawa i Nauk o Społeczeństwie
w Stalowej Woli

ADRES REDAKCJI

Redakcja „Przeglądu Prawno-Ekonomicznego” | 37-450 Stalowa Wola, ul. Ofiar Katynia 6a |
e-mail: ppe@kul.pl

ZESPÓŁ REDAKCYJNY

dr Artur Lis – redaktor naczelny (editor-in-chief) | dr David W. Lutz (Holy Cross College w Notre Dame, USA) | dr Dariusz Żak – zastępcy redaktora naczelnego (associate editors) | dr hab. Grzegorz Wolak – sekretarz redakcji (administrative editor) | dr hab. Piotr T. Nowakowski – redaktor ds. międzynarodowych (international editor) | dr Filip Ciepły, dr Isaac Desta (Holy Cross College w Notre Dame, USA), dr Dorota Tokarska, dr Dominik Tyrawa, dr Timothy Wright (Holy Cross College w Notre Dame, USA) – redaktorzy tematyczni (subject editors) | dr Piotr Pomorski – redaktor statystyczny (statistical editor) | mgr Agnieszka Lis – redaktor językowy polskojęzyczny (Polish-language editor) | mgr Tomasz Deptuła (USA) – redaktor językowy anglojęzyczny (English-language editor) | prof. dr hab. Nikolaï Gołowaty (UKRAINA) – redaktor językowy rosyjskojęzyczny | dr Judyta Przyłuska-Schmitt – redaktor konsultant (consulting editor) | mgr Rafał Podlesny – redaktor techniczny (layout editor)

RADA NAUKOWA

ks. prof. dr hab. Antoni DĘBIŃSKI (Rektor KUL Lublin) | prof. dr hab. Thomas BURZYCKI (Holy Cross College w Notre Dame, USA) | prof. dr hab. Wiktor CZEPURKO (Ukraina) | dr hab. Leszek CWIKAŁA (KUL Stalowa Wola) | prof. dr hab. Czesław DEPTUŁA (KUL Lublin) | dr hab. Marzena DYJAKOWSKA (KUL Lublin) | abp. prof. dr hab. Andrzej DZIĘGA (Szczecin) | dr hab. Krzysztof GRZEGORCZYK (Wyższa Szkoła Humanistyczno-Przyrodnicza w Sandomierzu) | nadkom. dr Dominik HRYSZKIEWICZ (Wyższa Szkoła Policji w Szczytnie) | prof. dr hab. Aleks JULDASZEW (Interregional Academy of Personnel Management, Ukraina) | prof. dr hab. Marian KOZACZKA (KUL Stalowa Wola) | prof. dr hab. Andrzej KUCZUMOW (KUL Stalowa Wola) | prof. dr hab. Pantelis KYRMIZOGLU (Alexander TEI of Thessaloniki, Greece) | dr hab. Antoni MAGDOŃ (KUL Stalowa Wola) | ks. prof. dr hab. Henryk MISZTAŁ (KUL Lublin) | prof. dr hab. Wojciech NASIEROWSKI (University of New Brunswick) | prof. dr hab. Jurij PACZKOWSKI (Ukraina) | prof. dr hab. Pylp PYLYPENKO (Ukraina) | prof. dr hab. Anton STASCH (European Akademy of Technology & Management, Oedheim Niemcy) | prof. dr hab. Tomasz WIELICKI (California State University, Fresno) | ks. dr hab. Krzysztof WARCHAŁOWSKI (Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego)

RECENZENCI ZEWNĘTRZNI

dr hab. Leszek BIELECKI (Wyższa Szkoła Ekonomii, Prawa i Nauk Medycznych w Kielcach) | dr Walenty GOŁOWCZENKO (Interregional Academy of Personnel Management, Ukraina) | dr hab. Mirosław KARPIUK (Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie) | dr Barbara Lubas (Nadbużańska Szkoła Wyższa w Siemiatyczach) | prof. dr hab. Oleksander MEREŻKO (Ukraina) | dr Kiril MURAWIEW (Interregional Academy of Personnel Management, Ukraina) | dr Łukasz Jerzy PIKULA (Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach) | ks. dr hab. Tomasz RAKOCZY (Uniwersytet Zielonogórski) | dr hab. Krystyna ROSŁANOWSKA-PLICHCIŃSKA (Wyższa Szkoła Zarządzania i Ekologii w Warszawie) | dr hab. Piotr RYGUŁA (Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego) | dr hab. Romuald SZEREMIETIEW (Akademia Obrony Narodowej) | prof. dr hab. Jerzy Tomasz SZKUTNIK (Politechnika Częstochowska) | prof. dr hab. Dariusz SZPOPER (Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie) | dr hab. Andrzej SZYMAŃSKI (Uniwersytet Opolski) | dr Agnieszka OGRODNIK-KALITA (Uniwersytet Pedagogiczny im. KEN w Krakowie)

DRUK I OPRAWA

VOLUMINA.PL DANIEL KRZANOWSKI | ul. Ks. Witolda 7-9, 71-063 Szczecin | tel. 91 812 09 08 | e-mail: druk@volumina.pl

ISSN 1898-2166 | Nakład 300 egz.

Spis treści

Artykuły

ANGELIKA CIŻYŃSKA *Zasadność istnienia Trybunału Stanu w systemie organów państwa Rzeczypospolitej Polskiej* | 9

JAKUB KOZŁOWSKI *Zasada pierwszeństwa prawa Unii Europejskiej jako strukturalna podstawa systemu prawa unijnego* | 29

ANNA GRZYWACZ *Problematyka wymogu oryginalności w prawie autorskim w świetle orzecznictwa w Europie - Polsce i Hiszpanii* | 41

GRZEGORZ TYLEC *Monitoring wizyjny jako ingerencja w sferę dóbr osobistych* | 56

PAWEŁ JUŚCIŃSKI, PRZEMYSŁAW PIOTR JUŚCIŃSKI *Ochrona wizerunku contra wolność prasy: publikowanie fotografii oskarżonego w świetle polskich regulacji i orzecznictwa ETPC* | 79

MAREK BIELECKI *Zakres wolności religijnej w domach pomocy społecznej. Uwagi na kanwie wyroków WSA w Lublinie z 11 grudnia 2012 r. (II SA/Lu 897/12) i WSA w Gliwicach z 12 kwietnia 2016 r. (IV SA/G1 757/15)* | 103

JAN KLUZA *Wniosek o ściganie przestępstwa w procesie karnym* | 121

KAROLINA PALKA *Penalizacja kłamstwa o Auschwitz na przykładzie systemów prawnych wybranych krajów* | 132

ADRIAN ROMKOWSKI *„Sprawstwo kierownicze” i „sprawstwo polecające” w perspektywie podstaw odpowiedzialności za wykroczenia* | 145

GRZEGORZ WOLAK *O pojęciu pracownika z art. 218 § 1a k.k.* | 159

ANDRZEJ PIECZYWOK *Podstawowe kategorie etyczno-prawne i organizacyjne w pracy zawodowej funkcjonariuszy służb bezpieczeństwa publicznego* | 183

MAGDALENA JASKULSKA *Odpowiedzialność materialna pracownika za szkodę wyrządzoną pracodawcy* | 201

JUDYTA PRZYŁUSKA-SCHMITT *Bitcoin – ujęcie w polskim prawie podatkowym* | 243

ARTUR LIS, SYLWESTER BORYS *Wpływ niemieckich rozwiązań ustrojowych na władzę ustawodawczą w Polsce (zarys zagadnienia)* | 253

KAROLINA PALKA, MAREK STOLORZ *Bankomaty i wpłatomaty obsługujące kryptowaluty – problemy prawne* | 285

PAWEŁ KOŁEK *Usługi medyczne - zwolnienie z podatku od towarów i usług* | 300

MARCIN MOLENDĄ, MARTA KRUHLAYĄ *Personel jako najważniejszy element marketingu mix w przedsiębiorstwie turystycznym* | 321

ROBERT PARUZEL *Problem innowacji – ujęcie teoretyczne* | 334

ZBIGNIEW KLIMIUK *Metody i formy popierania polskiego eksportu w okresie międzywojennym. Pośrednie formy popierania eksportu (część III)* | 347

TOMASZ GUZIK *Ocena instytucji klauzuli arbitrażowej z perspektywy ekonomicznej analizy prawa* | 369

MAŁGORZATA SZRENIAWSKA *Urzędowe kontrole żywności* | 381

Glosa

SŁAWOMIR ZWOLAK *Glosa do wyroku NSA z dnia 29 sierpnia 2017 r., I OSK 3017/15* | 391

Sprawozdanie

ARTUR LIS *Jubileuszowa pielgrzymka do Rzymu na 100-lecie KUL* | 402

Contents

Articles

ANGELIKA CIŻYŃSKA *The legitimacy of the existence of the State Tribunal in the system of organs of the state of the Republic of Poland* | 9

JAKUB KOZŁOWSKI *Principle of the primacy of European Union law as a structural basis of the EU law system* | 29

ANNA GRZYWACZ *The requirement of originality in copyright law in light of the European - Polish and Spanish Judgments* | 41

GRZEGORZ TYLEC *Video monitoring as infringement of moral rights* | 56

PAWEŁ JUŚCIŃSKI, PRZEMYSŁAW PIOTR JUŚCIŃSKI *Protecion of the person's image contra freedom of the press: publishing photographs of the accused in light of Polish regulations and the ECHR case law* | 79

MAREK BIELECKI *The scope of religious freedom in residential homes. Comments on the basis of the sentences of Provincial Administrative Court in Lublin from the 11th of December 2012 (II SA/Lu 897/12) and Provincial Administrative Court in Gliwice from the 12th of April 2016 (IV SA/G1 757/15)* | 103

JAN KLUZA *Application for prosecuting offense in a criminal trial* | 121

KAROLINA PALKA *Penalization of the Auschwitz denial by the example of the legal system in selected countries* | 132

ADRIAN ROMKOWSKI *„Administering the perpetration” and „ordering the perpetration” in the perspective of basis of liability for contraventions* | 145

GRZEGORZ WOLAK *About the notion of employee under art.218 §1a Penal Code* | 159

ANDRZEJ PIECZYWOK *Basic ethical and legal categories in the professional work of officers of public security services* | 183

- MAGDALENA JASKULSKA *Material liability of the employee for the damage caused to the employer* | 201
- JUDYTA PRZYŁUSKA-SCHMITT *Bitcoin - an approach to Polish tax law* | 243
- ARTUR LIS, SYLWESTER BORYS *Influence of German political solutions on the legislative branch in Poland (outline of the issue)* | 253
- KAROLINA PALKA, MAREK STOLORZ *Legal problems of cryptocurrences ATMS* | 285
- PAWEŁ KOŁEK *Medical services - exemption from a tax on goods and services* | 300
- MARCIN MOLENDĄ, MARTA KRUHLAYĄ *Personnel as an essential element of marketing mix in the tourism industry* | 321
- ROBERT PARUZEL *The problem of innovation - a theoretical approach* | 334
- ZBIGNIEW KLIMIUK *Indirect methods and forms of promoting Polish exports in the interwar period (part III)* | 347
- TOMASZ GUZIK *The Evaluation of Arbitration Clause from the perspective of Economic Analysis of Law* | 369
- MAŁGORZATA SZRENIAWSKA *Official food inspections* | 381

Gloss

- SŁAWOMIR ZWOLAK *Gloss to the judgment of the Supreme Administrative Court of 6 July 2017 file ref. II OSK 2766/15* | 391

Report

- ARTUR LIS *The Jubilee Pilgrimage to Rome on the 100th Foundation's Anniversary of John Paul II Catholic University of Lublin* | 402

Zbigniew Klimiuk

Metody i formy popierania polskiego eksportu w okresie międzywojennym. Pośrednie formy popierania eksportu (część III)

Indirect methods and forms of promoting Polish exports in the interwar period (part III)

I. Wprowadzenie

W nr 40 (3/2017) Przeglądu Prawno-Ekonomicznego opublikowana została I część artykułu dra. hab. Zbigniewa Klimiuka, profesora nadzwyczajnego w Instytucie Pracy i Spraw Socjalnych w Warszawie, pt. „Metody i formy popierania polskiego eksportu w okresie międzywojennym”. W drugiej części opublikowanej w nr 42 (1/2018) Autor omówił zagadnienie bezpośrednich form popierania eksportu w okresie międzywojennym. Z kolei jego część trzecia poświęcona jest zagadnieniu pośrednich form popierania eksportu w tym okresie.

Niemałą rolę, często pośrednią, w dziedzinie popierania eksportu spełniała działalność państwowej służby eksportowej w kraju i zagranicą, handlowej służby informacyjnej, działalność reklamy, zrzeszeń gospodarczych i wielu innych organów. Dopiero po omówieniu tych zagadnień można zająć się ogólną oceną polityki popierania eksportu w Polsce w okresie międzywojennym.

II. Państwowa służba eksportowa

Decydujące znaczenie eksportu dla gospodarki spowodowało, iż koła rządowe zarówno w Polsce, jak i w innych krajach poświęcały temu zagadnieniu coraz więcej uwagi. Instytucje państwowe, których działalność była bezpośrednio

lub pośrednio związana z eksportem, tworzyły państwową służbę eksportową. Warunki ekonomiczne poszczególnych państw decydowały o tym, czy państwowa służba eksportowa koncentrowała się w Ministerstwie Przemysłu i Handlu, czy też była do tego była powołana specjalna instytucja. W warunkach Polski okresu międzywojennego zagadnieniem nie tylko eksportu, ale całego handlu zagranicznego zajmowało się Ministerstwo Przemysłu i Handlu. Działalność ministerstwa polegała na kierowaniu ogólną polityką handlu zagranicznego oraz współdziałaniu w zakresie wymiany międzynarodowej z innymi instytucjami, np. z Ministerstwem Spraw Międzynarodowych, Międzyministerialną Komisją Popierania Eksportu, Państwowym Instytutem Eksportowym itp. Okres stabilizacji życia gospodarczego Polski w latach 1926-27 przyniósł wiele zmian, również w zakresie polityki eksportowej. Zagadnienie eksportu znalazło wiele zrozumienia wśród kół rządzących. Wyrazem tego było powołanie do życia rozporządzeniem Prezydenta Rzeczypospolitej z dnia 17 września 1927 r. Państwowego Instytutu Eksportowego. „Kiedy z chaosu poczynań organizacyjnych pierwszych lat samodzielności politycznej poczęły się kształtować zręby naszego gmachu gospodarczego, wypłynęła na powierzchnię dyskusji publicznej idea konieczności otoczenia poczynań eksportowych specjalną opieką i wytworzenie osobnego organu dla wykonania tej pracy. Państwowy Instytut Eksportowy powitany też został z rzadką jednogłębnością, zarówno przez czynniki gospodarcze jak i przez szerszą opinię, która okazuje coraz więcej zainteresowania dla doniosłości zagadnień wywozowych w Polsce”¹. Inna opinia: „powołanie do życia Państwowego Instytutu Eksportowego było jednym z dowodów tego, jakie znaczenie przywiązywał rząd Polskiej Rzeczypospolitej do rozwoju naszych stosunków handlowych z zagranicą i jak intensywnie zamierza popierać producentów i kupców polskich, pracujących nad rozszerzeniem starych i zdobywaniem nowych rynków zbytu”². Zadaniem Państwowego Instytutu Eksportowego było:

- a) badanie możliwości i warunków eksportu dla poszczególnych produktów polskich i udzielanie odnośnych informacji zainteresowanym podmiotom;
- b) inicjowanie i ulepszanie eksportu oraz współdziałanie w tworzeniu organizacji eksportowych;
- c) inicjowanie i projektowanie środków pomocy państwa dla eksportu;
- d) podejmowanie inicjatywy i współdziałanie w sprawie standaryzacji artykułów eksportowych oraz zakładanie urzędów pomocniczych dla eksportu;

¹ P.I.E.- *Komunikat informacyjny 1928 roku nr 19.*

² E. Rose, *Wobec zwyczki złotego*, [w:] *Przegląd Gospodarczy* 1926/2, s. 68.

- e) opiniowanie na życzenie Ministra Przemysłu i Handlu projektów ustaw i rozporządzeń dotyczących handlu zagranicznego;
- f) wykonywanie na zlecenie Ministra Przemysłu i Handlu wszystkich innych czynności związanych z handlem zagranicznym;
- g) propagowanie wytwórczości eksportowej w kraju i propagowanie polskiego handlu za granicą³.

Do realizacji powyższych zadań Państwowy Instytut Eksportowy przystąpił z całą energią. Już pierwsze decyzje instytutu pokazały, że jego działalność była pożytecznym rozwiązaniem i wsparciem dla naszego życia gospodarczego. W dziedzinie eksportu rolnego np. działalność instytutu okazała się bardzo korzystna, czego dowodem był opracowany przy wybitnym jego udziale dekret o zmodernizowaniu wywozu jaj kurzych za granicę, stanowiący pierwszą próbę rzeczowej ingerencji czynnika publicznego w nieskrępowaną dotąd niczym sferę czynności wywozowych. Ogólnym i jednocześnie naczelnym zadaniem PIE był rozwój stosunków z zagranicą. PIE był centralną instytucją w zakresie opracowywania i udzielania właściwych informacji o rynkach zagranicznych polskim kupcom, jak również w zakresie informowania i reklamowania polskiej wytwórczości międzynarodowej na rynkach międzynarodowych⁴. W swojej szeroko rozwiniętej działalności informacyjnej PIE korzystał z materiałów zebranych przez:

- h) ambasady i poselstwa;
- i) radców handlowych przy ambasadach i poselstwach;
- j) konsulaty etatowe;
- k) konsulaty honorowe;
- l) Izby handlu zagranicznego;
- m) własnych korespondentów zagranicznych i delegatów;
- n) radców do spraw handlu zagranicznego itp.

Ścisła łączność PIE z poselstwami i konsulatami Rzeczypospolitej, działalność których w dziedzinie gospodarczej pokrywała się częściowo z jego działalnością, a mianowicie zasilanie ich wiadomościami o stanie polskiej produkcji z jednej strony oraz dostarczanie przez PIE dla naszych sfer gospodarczych szybkich informacji zagranicznych z drugiej strony, doprowadziło szybko do zharmonizowania pracy i wzajemnego uzupełniania. Ministerstwo Spraw Zagranicznych doceniając w pełni doniosłość pracy PIE poleciło podległym sobie urzędowi popierać jak najskuteczniej jego zamierzenia oraz współpracować z nim we

³ Rozporządzenie Prezydenta Rzeczypospolitej z dnia 17 września 1927 r. o *Państwowym Instytucie Eksportowym* (Dz. U. Nr 83, poz. 739).

⁴ *Pośrednictwo obce w eksporcie polskim*, [w:] *Przemysł i Handel* 1928/35, s. 1412-1414.

wszystkich sprawach związanych z polskim eksportem. W ten sposób PIE stał się wielką centralą istotnych informacji w sprawach eksportowych w Polsce, a dalsza jego rozbudowa tj. stworzenie Rady Komitetu Wykonawczego i specjalnych komitetów doradczych, jak również zaangażowania własnych korespondentów zagranicznych, pozwoliło na zrealizowanie zasadniczych celów PIE. Dla zobrazowania pożytecznej działalności PIE dla naszych obrotów handlu zagranicznego w dziedzinie informacji i reklamy handlowej można przywołać szczegółowe wyniki (nie są omawiane w niniejszym tekście) wystawy prób i wzorów polskich towarów w krajach Bliskiego Wschodu w okresie od lutego do czerwca 1934 r.

Poza Ministerstwem Przemysłu i Handlu i PIE w skład polskiej państwowej służby eksportowej zaliczyć należy również Ministerstwo Spraw Zagranicznych, Międzyministerialną Komisję Popierania Eksportu oraz radców zajmujących się sprawami handlu zagranicznego. Działalność MSZ w zakresie eksportu polegała głównie na kierowaniu polską służbą gospodarczą z zagranicą, która spoczywała prawie wyłącznie na konsulach i radcach handlowych przy ambasadach i poselstwach. W pierwszych latach po wojnie placówki zagraniczne prowadziły działalność organizacyjno-administracyjną oraz akcję mającą na celu ochronę naszych uchodźców. Natomiast działalność w zakresie interesów gospodarczych kraju była znikoma i wymagała gruntownych zmian. W 1929 r. przeprowadzono reformę placówek zagranicznych pod hasłem „komercjalizacji”. Reforma polegała na:

- a) przeniesieniu punktu ciężkości działalności ekonomicznej placówek zagranicznych z roli obserwatorów życia gospodarczego kraju urzędowania do roli czynnika bezpośrednio współdziałającego w nawiązywaniu konkretnych stosunków handlowych między Polską a danym krajem;
- b) centralizacji działalności ekonomicznej konsulatów w odpowiednich organach krajowych⁵.

Wprowadzona w dniu 1 września 1929 r. instrukcja uznawała za jedno z najważniejszych zagadnień uporządkowanie i spotęgowanie działalności gospodarczej organów konsularnych w celu zwiększenia polskiego eksportu oraz ogólnej poprawy bilansu handlowego. Działalność urzędów zagranicznych przejawiała się w dwóch formach, a mianowicie w formie bezpośredniej działalności gospodarczej oraz działalności sprawozdawczej. Nowa instrukcja w stosunku do tych urzędów przewidywała następujące formy działalności sprawozdawczej:

- a) raporty bieżące- doraźna szybka informacja o przejawach życia gospodarczego;

⁵ T. Nieduszyński, *O działalności urzędów zagranicznych*, Warszawa 1933, s. 21-22.

- b) raporty specjalne- monograficzne, w tym monografie towarowe;
- c) opisy korespondencji z kupiectwem;
- d) raporty morskie periodyczne i bieżące.

Przedmiotem sprawozdania bieżącego była doraźna, szybka informacja o wszelkich przejawach życia gospodarczego kraju urzędowania konsulatu mogąca mieć praktyczne znaczenie dla gospodarki Polski, a w szczególności dla potrzeb ekspansji gospodarczej. Obserwacji podlegały w sposób szczególny: rynek surowcowy i towarowy, rynek pieniężny i kapitałowy, sprawy budżetowe, działalność monopolistyczna, ustawodawstwo gospodarcze, podatkowe, celne, bankowe, czekowe, wekslowe, polityka handlowa, ubezpieczenie kredytów eksportowych, reglamentacja handlowa itd. Sprawozdania takie były kierowane do MSZ, MPiH, PIE oraz do zainteresowanego daną kwestią ministerstwa lub urzędu centralnego. O ile sprawozdania bieżące dotyczyły całokształtu gospodarki kraju siedziby placówki, to sprawozdania specjalne (choć instrukcja tego wyraźnie nie określała) przyczyniały się do wspomaganie naszego eksportu przez podawanie danych dotyczących monografii towarowej.

Polski eksport oczekiwał na instrukcję, gdzie, co i jak eksportować. Oprócz ogólnych informacji dotyczących ilości i wartości towaru, eksport potrzebował szeregu konkretnych danych odnośnie cel, przepisów regulujących handel zagraniczny, kosztów przewozu towarów, danych o taryfach kolejowych i frachtach morskich, opłatach portowych, kosztach spedycji, warunkach płatności, o najbardziej poszukiwanych gatunkach danego towaru, lokalnych środkach propagandowych mających na celu wprowadzenie nieznanego produktu polskiego na tym rynku lub zwiększenie jego dotychczasowej sprzedaży, o terminach zakupów, cenach miejscowych, sposobie opakowania itd. Eksporter musiał być zapoznany z psychologią importera, z gustami konsumentów, z jego często na pozór mało znaczącymi wymaganiami, wreszcie musiał posiadać adresy firm importujących i dokładne informacje co do ich solidności kupieckiej. Sprawozdania specjalne dotyczące monografii towarowej były zbierane przez PIE, który prowadził ich klasyfikację i ewidencję. Handel mógł w każdej chwili korzystać z tych opracowań dla swoich potrzeb.

W 1930 r. został ustalony przez MSZ w porozumieniu z PIE schemat raportu o możliwościach zbytu towarów, który obejmował następujące zagadnienia:

- a) charakterystyka rynku- wysokość zapotrzebowania;
- b) charakterystyka odbiorcy- konsumenta, przetwórcy, kupca importera ze szczególnym uwzględnieniem zwyczajów na danym rynku co do ilości i rodzaju opakowania;

- c) cła- wysokość, stawki, sposób taryfikowania, opłaty dodatkowe, przepisy dotyczące zaświadczeń pochodzenia, faktury konsularne, konosamenty, zarządzenia dewizowe, pozwolenia przywozu;
- d) ceny miejscowe;
- e) transport- drogi najdogodniejsze dla Polski, koszty transportu, formalności związane z przewozem, opakowanie;
- f) marki- już wprowadzone, uważane za najlepsze, upodobania klientów;
- g) środki propagandy mające na celu wprowadzenie polskiego towaru;
- h) terminy zakupów;
- i) szczegółowe warunki- rozmiary, ciężar, standaryzacja, opakowanie, język handlowy;
- j) warunki płatności;
- k) uwagi co do dokonanych kuź transakcji polskimi towarami;
- l) firmy mogące podjąć się importu z Polski.

Celem takiego schematu było nie tylko nałożenie na urzędy zagraniczne pewnej sztywnej formy opracowania omawianego zagadnienia, ale raczej ułatwienie im właściwego jego ujęcia w pewnym ustalonym porządku, zapewniającym z jednej strony odpowiedzi na wszystkie interesujące polskiego eksportera pytania, z drugiej zaś ułatwiające wykorzystanie raportu przez zainteresowane sfery krajowe⁶. Kwestie podane w schemacie nie zawierały absolutnie wszystkich zagadnień interesujących eksportera choćby dlatego, że na poszczególnych rynkach istniały różne niedające się przewidzieć warunki. Ideałem byłoby posiadanie takich informacji dla wszystkich rynków i towarów, jakie Polska eksportowała. W praktyce jednak poświęcone one były raczej towarom, które nie były jeszcze wprowadzone na dany rynek, a miały na to perspektywy. Urzędy zagraniczne porozumiewały się z PIE co do rodzaju towarów i rynku, dla którego sporządzane były monografie oraz otrzymywały kolejne informacje, co do celowości danego raportu. Opracowanie bieżących i specjalnych sprawozdań nie było pracą zamkniętą. Dane z tych sprawozdań uzupełniały się wzajemnie.

Istotą reformy w dziedzinie działalności urzędów zagranicznych z 1929 r. była nie tylko wyżej analizowana zmiana charakteru działalności sprawozdawczej, lecz także silne podkreślenie momentu bezpośredniej akcji gospodarczej konsulatu na swoim terenie. Zagadnienie to w początkowej działalności tych urzędów nie było brane pod uwagę. Główne kierunki działalności gospodarczej polegały na akcji pionierskiej propagowania polskiego eksportu w celu przygotowania rynków zbytu dla polskich towarów, współdziałanie w nawiązywaniu

⁶ Tamże, s. 29.

bezpośrednich stosunków handlowych między Polską a krajem urzędowania. Konsulaty miały obowiązek szybko sygnalizować o nadarzających się okazjach handlowych, przetargach, aukcjach, jak również udzielać pomocy polskim firmom przy uzyskiwaniu zamówień, ułatwiać w pracach badawczych delegatów zrzeszeń gospodarczych. Konsulaty pomagały w tworzeniu przedstawicielstw firm krajowych. Udzielały ponadto obcym importerom ścisłych i rzeczowych informacji o polskich możliwościach eksportowych⁷.

W celu koncentracji gospodarczej działalności placówek konsularnych utworzony został w MSZ specjalny organ, którego zadaniem była kontrola i ewidencja tej działalności, ujednoczenie instruowania konsulatów w tej dziedzinie, zacieśnienie współpracy konsulatów z czynnikami gospodarczymi w kraju oraz czuwanie nad właściwym wykorzystaniem sprawozdań i inicjatyw placówek przez odpowiednie czynniki w kraju. Działalność tego organu była równoległa i odbywała się w ścisłym porozumieniu z PIE, który w zakresie swoich zadań obejmował zarówno funkcje współdziałania z placówkami w ich pracach gospodarczych, jak i właściwego dystrybuowania i wykorzystywania w kraju informacji nadchodzących z placówek. W ten sposób odpowiednie komórki MSZ i PIE można było uznać za jednolitą strukturę pracującą w kraju w ścisłym powiązaniu z placówkami za granicą. Dodatkowo rezultaty reformy dały się odczuć już po kilku miesiącach obowiązywania w postaci szybkiego przeobrażenia się placówek w rzeczywisty czynnik ekspansji gospodarczej. Informacje gospodarcze nadchodzące z zagranicy były niezwłocznie przekazywane zainteresowanym związkom gospodarczym lub stosownie do ich charakteru dostarczane redakcjom czasopism ekonomicznych w celu ich publikacji. Stałe uzgadnianie działalności ekonomicznej placówek z potrzebami zainteresowanych podmiotów krajowych oraz komunikowanie placówkom ich dezyderatów w tej dziedzinie zacieśniło kontakt między placówkami i krajowymi sferami gospodarczymi. W wyniku reformy konsulatów w 1929 r. szereg placówek, poprzednio zaniedbanych uruchomiło działy ekonomiczne sprawnie rozwijające swoją działalność. Konsulaty, których praca ograniczała się tylko do obserwowania i raportowania ogólnych problemów ekonomicznych rozszerzyły pracę na badanie konkretnych warunków zbytu w ścisłym powiązaniu z PIE. Dzięki temu ożywiła się znacznie aktywność naszych eksporterów bądź w postaci zdobywania nowych rynków, bądź też przez eksport towarów nie będących dotąd w ogóle przedmiotem wywozu z Polski⁸.

⁷ T. Seifer, *Polskie i zagraniczne instytucje popierania eksportu*, Lwów 1932, s. 86.

⁸ A. Dmowski, *Warunki rozwoju handlu zagranicznego Polski w okresie kryzysu*, [w:] Materiały do seminariów z najnowszej historii gospodarczej Polski, SGPiS, Warszawa 1974, s. 73.

Działalność sprawozdawcza stanowiła tylko część działalności urzędów zagranicznych. Zadaniem konsula było nie tylko określenie, jak w danym momencie ułatwić sprzedaż pewnej partii towarów, ale również jak tym towarem zapewnić stały możliwie szeroki zbytny na danym rynku. To drugie zadanie mogły wypełnić tylko dobrze zorganizowane i rozmieszczone ośrodki ekspansji gospodarczej. Pierwszym czynnikiem ekspansji eksportowej była rozbudowa i właściwe rozmieszczenie sieci informacyjno-handlowej, której skład i struktura była w Polsce jeszcze w latach 30. uboga. Za przykład mogła posłużyć wypowiedź dyrektora PIE M. Turskiego w sprawozdaniu z działalności Instytutu w 1930 r. „W rozwoju eksportu dalekosieżnego szczególnie ważną rolę odgrywa sprawa rzeczowej i uzasadnionej informacji. Organizacja akcji informacyjnej musi z natury rzeczy w naszych warunkach spoczywać w pierwszym rzędzie na barkach czynników rządowych, samodzielna praca kupca polskiego o ile idzie o dalszą penetrację jest niemal wykluczona, zarówno z powodu niedostatecznych stosunków handlowych, jak też skutkiem trudności finansowych, krępujących szersze zamiary i przedsięwzięcia. Wynika stąd bardzo ważna i bardzo aktualna dla naszej ekspansji sprawa gęstości i należytego rozłożenia sieci naszych gospodarczych placówek zagranicznych. Zdajemy sobie dobrze sprawę, że ilość naszych radców handlowych jest za mała dla wykonania tych zadań, jakich od czynników tych życie wymaga. W obecnych warunkach budżetowych nie można marzyć niestety o zwiększeniu jej do stanu jakim choćby rozporządzają inne mniejsze państwa. Zdaniem naszym, jednak możliwa jest pewna korekta w rozłożeniu placówek, mianowicie w taki sposób aby oczka ich sieci nie były tak luźne, jak to ma miejsce obecnie. Dość wspomnieć, że nie posiadamy żadnej placówki etatowej w Australii, Indiach Brytyjskich, Holenderskich, że w Ameryce Środkowej mamy tylko jedną placówkę w Meksyku, że nie mamy żadnej placówki w koloniach francuskich itd. - natomiast w innych krajach posiadamy w stosunku do ich znaczenia handlowego ilość placówek tak liczną, że można by ją bez szkody dla naszych innych interesów gospodarczych zmniejszyć na korzyść placówek niezbędnych nowych.

Brak konsulatów w krajach, które wymieniliśmy poniżej odczuwa Instytut bardzo dotkliwie. Posiada tam wprawdzie własne relacje z tamtejszymi kupcami lub bankami, nie ma jednak czynnika który by stanowił organ kontrolujący otrzymane stamtąd prywatną drogą wiadomości, względnie kryterium ich wiarygodności i ścisłości. Bez niego praca informacyjna jest trudna, a w wielu

wypadkach ryzykowna, jeżeli się zważy, iż mogą zachodzić wypadki rozmyślnego wprowadzenia w błąd naszych czynników konkurencyjnych⁹.

Nasz zagraniczny aparat handlowy-informacyjny składał się z następujących instytucji:

- a) 30 misji dyplomatycznych, w tym 11 radców handlowych;
- b) 69 konsulatów etatowych względnie wydziałów konsularnych przy poselstwach;
- c) 58 konsulatów honorowych;
- d) 13 Izb Handlowych polskich lub zagranicznych;
- e) 15 korespondentów PIE.

Z powyższego zestawienia widać niedorozwój sieci nieetatowej w stosunku do sieci etatowej, której dalsza rozbudowa napotykała na trudności finansowe. Należy zaznaczyć, że na terenie niemal każdego konsulatu etatowego istniała możliwość stworzenia jednego lub kilku konsulatów honorowych, korespondentów PIE oraz radców dla handlu zagranicznego. W związku z powyższym sieć nieetatowa, będąca rozgałęzieniem sieci etatowej powinna liczebnie przewyższać tę ostatnią, stanowiącą niejako jej rdzeń i ośrodek. Wobec nierozwiniętej sieci handlowo-informacyjnej nie można było również wykorzystać doświadczenia szeregu osobistości zagranicznych świata kupieckiego i przemysłowego. Obok ilościowego stanu aparatu informacyjno-handlowego za granicą dużą rolę dla ekspansji eksportowej odgrywało jego geograficzne rozmieszczenie. Widoczny był brak sieci placówek w krajach zamorskich.

Tabela. Rozmieszczenie polskiej sieci konsularnej

Wyszczególnienie	Konsulaty etatowe	Konsulaty honorowe	Ogółem
Europa	54	40	94
Ameryka Północna	6	1	7
Ameryka Południowa	4	5	9
Azja	5	3	8
Afryka	-	7	7
Australia	-	2	2

Źródło: T. Nieduszyński, O działalności urzędów zagranicznych, Warszawa 1933, s. 61.

Analiza struktury geograficznej naszego eksportu w okresie lat 1925-33 wykazywała stałą utratę rynków europejskich spowodowaną wojną celną z Niemcami, odgrodeniem się Austrii i Czechosłowacji barierami celnymi i kontyngentami oraz zastosowaniem przez Francję, Belgię, Holandię, Szwajcarię dodatkowej dla

⁹ Tamże, s. 58.

nas polityki kontygentowej. Spadek funta brytyjskiego i wprowadzenie przez Wielką Brytanię preferencyjnego systemu celnego oraz zastosowanie przez kraje należące do grupy rolniczej reglamentacji przywozu i ograniczeń dewizowych wskazywało jak najbardziej na to, że eksport z Polski winien był się kierować na rynki zamorskie, jak również rozwój naszej ekspansji handlowej powinien być iść w tym kierunku. Na taki kierunek naszej ekspansji handlowej wskazywał jeszcze fakt, że rynki zamorskie były głównie odbiorcami wyrobów gotowych, a nasz eksport coraz bardziej przestawał się z wywozu surowcowego na wywóz wyrobów gotowych. Zważywszy jednak na to, że Polska nie dysponowała dostateczną ilością kapitałów, ani bogatym aparatem handlowym, jak również wpływami politycznymi, pozwalającymi na narzucenie tym krajom naszych towarów, to jedynym dostępnym środkiem rozbudowy naszego eksportu było stworzenie na tych obszarach rozgałęzionej sieci handlowo- informacyjnej. Zorganizowanie takiej sieci pozwoliłoby zbliżyć nas do tych terenów dając naszemu kupiectwu dokładniejsze informacje co do ich potrzeb, jak również zapoznać zamorską klientelę z naszymi towarami i naszymi możliwościami eksportowymi.

Powyższy stan spowodował, iż MSZ wszczęło w 1930 r. akcję rozwoju placówek honorowych. W wyniku tej akcji w 1931 r. powstało 5 konsulatów honorowych, a już w roku następnym powstało ich 22. Niezależnie od rozbudowy sieci konsularnej PIE rozpoczął działalność w kierunku rozszerzenia sieci własnych korespondentów zagranicznych. Instytut nakładał na takie instytucje obowiązki informacyjno- sprawozdawcze głównie z dziedziny handlu zagranicznego oraz obowiązek komunikowania o nadarzających się akcjach i możliwościach dla naszego handlu zagranicznego. Położono nacisk na praktyczny charakter działalności korespondentów. Instytut oczekiwał aktywnego oddziaływania na korzyść naszego eksportu, wskazywania zainteresowanym czynnikom możliwości wywozowych z Polski, prostowania błędnych poglądów o polskich towarach, a przede wszystkim bezpośredniego uczestnictwa w nawiązywaniu transakcji¹⁰.

Jak już powyżej wspomniano działalność konsulatów honorowych była bardzo pożyteczna dla handlu zagranicznego, szczególnie w sytuacji, kiedy nie można było pozwolić sobie na zorganizowanie wystarczającej ilości konsulatów i przedstawicielstw etatowych. Od konsulatów honorowych nie można było jednak żądać wypełnienia zadań gospodarczych w tak szerokim zakresie, jak od konsulatów etatowych. Były to funkcje pełnione honorowo i bezpłatnie. Osoby takie nie znały często języka polskiego ani stosunków gospodarczych w Polsce.

¹⁰ F. Pilchem, *Technika polskiego handlu zagranicznego*, [w:] *Przemysł i Handel 1928/24*, s. 873-874.

Nie rozporządzały również aparatem biurowym. Sprawując funkcję konsułów Polski wypełniali następujące zadania: sprawowali opiekę nad obywatelami polskimi za granicą, czuwali nad wykonywaniem umów międzynarodowych, bronili interesów gospodarczych Polski poprzez promowanie polskiego eksportu, przygotowywali zbyty dla polskich towarów, nadzorowali i oceniali przebieg operacji handlowych z Polską, informowali o zjawiskach mogących mieć wpływ na rozwój handlu z Polską, sprawowali czynności administracyjne, np. wizowanie świadectw pochodzenia itp. Konsulaty honorowe poza tym informowały o życiu i ustawodawstwie gospodarczym w Polsce, współdziałały w nawiązaniu stosunków handlowych, ułatwiały prace badawcze delegatom z kraju, badały i wskazywały racjonalne drogi transportowe dla polskiego eksportu i importu ze szczególnym uwzględnieniem wykorzystania polskich portów, kolei i przedsiębiorstw spedycyjnych. Konsulowie honorowi w swojej działalności współpracowali głównie z PIE, który jako instytucja specjalnie powołana do inicjowania i ulepszania eksportu powinna była otrzymywać od konsułów zarówno etatowych, jak i honorowych wszelkie informacje związane z tą akcją.

Jak już wspomniano w skład polskiej państwowej służby eksportowej należy zaliczyć również instytucję radców do spraw handlu zagranicznego utworzoną przy Ministerstwie Przemysłu i Handlu ustawą z 1927 r. Radców tych mianował na 5 lat Minister Przemysłu i Handlu w porozumieniu z Ministrem Spraw Zagranicznych i PIE spośród obywateli polskich lub obcych osiadłych w Polsce lub za granicą, o ile posiadali wybitną znajomość handlu zagranicznego, albo wykonywali zawód kupca lub przemysłowca, jak również spośród osób, które dokonywały za granicą misji oficjalnych szczególnie owocnych dla polskiego eksportu. Do zadań radców spraw handlu zagranicznego należało:

- a) współpraca z polskimi przedsiębiorstwami eksportowymi oraz przedstawicielami firm polskich za granicą w zakresie udzielania im rad i wskazówek, a także opinii o importerach zagranicznych, także informacji tych ostatnich o polskim eksporcie;
- b) udzielanie informacji na wszelkie zapytania Ministerstwa Przemysłu i Handlu oraz właściwych placówek zagranicznych Polski;
- c) stałe informowanie o zagadnieniach ważnych z punktu widzenia rozwoju polskich stosunków handlowych z zagranicą, względnie z danym krajem.

Przy omawianiu zagadnienia państwowej służby eksportowej w Polsce w okresie międzywojennym należy również wspomnieć o powołanej w 1929 r.

przy Komitecie Ekonomicznym Ministrów Międzyministerialnej Komisji Popierania Eksportu¹¹. Zadania tej Komisji ograniczały się do:

- a) przyznawania eksporterom bonifikacji podatku od obrotu pobieranego od surowców, półfabrykatów i materiałów pomocniczych, które służyły do wyprodukowania towarów eksportowanych zagranicę;
- b) udzielania ulgowej stopy procentowej od operacji kredytowych powstałych z tytułu eksportu towarów z Polski;
- c) przyznawania premii ze specjalnego funduszu indywidualnym transakcjom wywozowym zależnie od stopnia dostosowania towaru do potrzeb danego rynku zbytu oraz od kwalifikacji samego rynku itd.

Działalność komisji polegała głównie na udzielaniu polskim eksporterom pomocy finansowej¹².

Rada Handlu Zagranicznego

W zakresie organizacji i administracji polskiego handlu zagranicznego najważniejszym wydarzeniem w 1937 r. było powołanie do życia Rady Handlu Zagranicznego RP. Zrealizowany został w ten sposób opracowywany od dłuższego czasu projekt samorządów gospodarczych- stworzenia centralnej organizacji życia gospodarczego, koordynującej działalność administracyjną, opiniodawczą i organizacyjną w zakresie całokształtu spraw związanych z handlem zagranicznym Polski. Rada Handlu Zagranicznego RP powstała jako zarejestrowane stowarzyszenie, którego statut został zatwierdzony 4 czerwca 1937 r. przez Komisariat Rządu dla Stołecznego miasta Warszawy. Sekretariat Generalny Rady rozpoczął prace w dniu 1 lipca 1937 r. W skład Rady wchodziły Związki trzech samorządów gospodarczych oraz 4 centralne organizacje przemysłu i handlu. Członkowie założyciele dzielili się na trzy grupy, a mianowicie:

1. przemysłowo- handlową reprezentowaną przez Związek Izb Przemysłowo-Handlowych RP, Centralny Związek Przemysłu Polskiego, Centralny Związek Średniego i Drobnoego Przemysłu RP, Naczelną Radę Zrzeszeń Kupiectwa Polskiego oraz Związek Kupców, Centrala;
2. rolniczą reprezentowaną przez Związek Izb i Organizacji Rolniczych RP;
3. rzemieślniczą reprezentowaną przez Związek Izb Rzemieślniczych RP.

¹¹ Uwagi Sekretariatu KEM w sprawie protokołu posiedzenia Międzyministerialnej Komisji Popierania Eksportu z 30 VI 1930 r., AAN, KEM, s. 48.

¹² Sprawozdanie z działalności Międzyministerialnej Komisji Popierania Eksportu za okres I I - 31 XII 1934 r., AAN, KEM, s. 44- 441.

W myśl paragrafu 1 Statutu Rada Handlu Zagranicznego RP powstała w celu współdziałania w sprawach dotyczących obrotu gospodarczego z zagranicą i popierania rozwoju handlu zagranicznego. W szczególności miała za zadanie:

- a) uzgadnianie stanowiska i koordynowanie działalności samorządów i organizacji gospodarczych w dziedzinie handlu zagranicznego oraz ustalanie wspólnej ich opinii w zakresie programu polityki handlu zagranicznego i jego realizacji;
- b) podejmowanie i wykonywanie zleconych przez władze państwowe i instytucje samorządowe czynności w zakresie handlu zagranicznego;
- c) wydawanie opinii na prośbę władz lub z własnej inicjatywy we wszystkich sprawach związanych z polityką, administracją lub organizacją handlu zagranicznego.

Prezydium Rady Handlu Zagranicznego RP: prezes, 2 wiceprezesów, członkowie z grupy przemysłowo-handlowej (5 osób), członkowie z grupy rolniczej (5 osób), członkowie z grupy rzemieślniczej (1 osoba).

Sekretariat Generalny: Funkcje biura Rady wypełniał Sekretariat Generalny, powoływany i zwalniany przez prezydium.

Organy wykonawcze Rady

Na podstawie statutu organami wykonawczymi Rady były Komitety stałe i niestałe. Komitety stałe utworzono w celu prowadzenia spraw dotyczących zagadnień o specjalnym charakterze. Były one następujące:

- a) Komitet Traktatowy. Ukonstytuował się w dniu 1 lipca 1937 r. Zakres działania: umowy handlowe, kontyngentowe i rozrachunkowe, organizacja współpracy międzynarodowej, dwustronne i wielostronne międzynarodowe porozumienia branżowe, taryfy celne eksportowe i importowe.
- b) Komitet Organizacji Wywozu. Zakres działania: organizacja związków branżowych lub porozumień eksportowych, standaryzacja eksportu, podział kontyngentów eksportowych, targi i wystawy zagranicą, organizacja aparatu agentów i praktykantów handlowych zagranicą, sprawy izb handlowych mieszanych.
- c) Komitet Finansowo-Wywozowy. W skład Komitetu wchodziły trzy sekcje: przemysłowa, rolna i gdańska. Zakres działania: kredyty eksportowe, ubezpieczenia kredytów eksportowych i ryzyka kursowego, transakcje związane i handel zagraniczny W.M. Gdańska.
- d) Komitet Dewizowo-Rozrachunkowy. Zakres działania: reglamentacja obrotu dewizowego w Polsce i zagranicą.
- e) Komitet Morski. Zakres działania: ustrój, organizacja pracy i rozbudowa portów morskich, połączenie tych portów z portami obcymi oraz

z zapleczem, koordynacja potrzeb życia gospodarczego zaplecza ze zdolnością przepustową portów polskich.

- f) Komitet Przywozowy. Komitet ten na podstawie zarządzenia Ministra Przemysłu i Handlu z dnia 28 października 1937 r. przejął z dniem 1 listopada 1937 r. funkcje wypełniane dotychczas przez Centralną Komisję Przywozową przy Ministerstwie Przemysłu i Handlu.

Handlowa służba informacyjna

W poprzednim punkcie zostały omówione instytucje informacyjne, jakie działały na rynkach zagranicznych. Jak już wspomniano informacje takie były kierowane do Państwowego Instytutu Eksportowego, względnie bezpośrednio do zainteresowanych kół gospodarczych. Obecnie przedmiotem analizy będzie handlowa służba informacyjna, która miała za zadanie informowanie kupców krajowych o ważniejszych wydarzeniach gospodarczych na świecie, a kupcom zagranicznym udzielała niezbędnych informacji o polskich możliwościach eksportowych. Kupiec krajowy czerpał wiadomości handlowe z następujących źródeł: z dzienników i pism fachowych, z przedsiębiorstw wywiadowczych, z instytucji informacyjnych oraz z reklamy. Poważniejsze dzienniki, przede wszystkim stołeczne, podawały codziennie (nawet wyczerpująco) najnowsze wiadomości handlowe: kursy dewiz i papierów wartościowych, notowania głównych artykułów importowych i eksportowych, wiadomości o zawartych umowach handlowych, konkursach, przetargach, aukcjach handlowych, najnowsze zmiany z dziedziny handlu zagranicznego i ustawodawstwa celnego, możliwości zbytu dla przemysłu rodzimego oraz dokładnie omawiały życie handlowe i sytuację przedsiębiorstw. Ogólnie starały się przedstawić całokształt stosunków przemysłowo-handlowych krajowych i zagranicznych. Pisma fachowe (branżowe) podawały wiadomości bardziej szczegółowo, omawiając je szerzej od strony fachowej i praktycznej. Z polskich pism fachowych na uwagę zasługiwała „Gazeta Handlowa”, która omawiała koniunkturę handlową według branż, podawała różne wiadomości gospodarcze, analizowała sprawozdania gospodarcze itd. Drugą była „Ajencja Wschodnia”, która miała na celu stałe podawanie codziennych wiadomości gospodarczych z uwzględnieniem kursów walut na giełdach krajowych i zagranicznych oraz notowań towarów w kraju i zagranicą. Wymienione pisma były jedynymi pismami handlowymi w Polsce, wydawanymi codziennie, spełniającymi w sposób właściwy swoje zadania. Do innych pism fachowych zaliczyć należy następujące: „Polska Gospodarcza”, Przegląd gospodarstwa krajowego”;

„Polski eksport drzewny”, „Głos importera i eksportera”, „Tygodnik handlowy”, „Kupiec” itd. Na szczególnie wyróżnienie zasługiwały wiadomości Państwowego Instytutu Eksportowego, podawane w dziennikach, albo w pismach wydawanych przez Instytut oraz oddzielnie ogłaszane opracowania o pierwszorzędnej wartości fachowej, jak np. „Rynki zbytu” i „Eksport”.

W Polsce działały również instytucje udzielające fachowych informacji kupcom zagranicznym o polskim eksporcie oraz o firmach i towarach eksportowych. Do takich instytucji należały np. książki adresowe i przedsiębiorstwa wywiadowcze. Księgi adresowe podawały firmę, rodzaj przedsiębiorstwa, wielkość kapitału, a niektóre nawet liczbę pracowników, wielkość produkcji oraz wstępne bilanse. Księgi dzieliły się na:

- a) Księga adresowa Polski wraz z Wolnym Miastem Gdańskiem dla handlu i przemysłu, rzemiosła i rolnictwa. Były wydawane w języku polskim, francuskim, niemieckim, angielskim, czeskim, rosyjskim i rumuńskim;
- b) „Polski przemysł i handel, rynek polski z roku 1930”. Była to księga adresowa i informacyjna o przedsiębiorstwach przemysłowych, handlowych i finansowych w Polsce;
- c) Przewodnik przemysłu i handlu polskiego;
- d) Księga adresowa przemysłu, handlu, finansów, która zawierała opisy przedsiębiorstw z całej polski.

Przedsiębiorstwa wywiadowcze: wywiadownie udzielały odpłatnych ogólnych i szczegółowych informacji o poszczególnych firmach, jak i o towarach. Prawie w każdym większym mieście funkcjonowały biura wywiadowcze. Należały do nich np. Wywiadownia Handlowa Piechowskiego w Warszawie z oddziałami w Łodzi, Poznaniu, Katowicach i Lwowie; Confidentialia przy Stowarzyszeniu Kupców Polskich w Warszawie, Powiernik i Prowidencja w Poznaniu i inne. Oceniając ogólnie prace wywiadowni można powiedzieć, że ich działalność była dla naszej gospodarki pożyteczna, a one same działały często znacznie sprawniej od podobnych firm zagranicznych¹³. Poza powyższymi instytucjami, wywiadu branżowego i szczegółowego o polskich firmach i towarach udzielał kupcom zagranicznym Państwowy Instytut Eksportowy, jako centralna i kompetentna w tych sprawach instytucja.

¹³ *Wielka Konferencja Importowa*, [w:] *Śląskie Wiadomości Gospodarcze* 1939/6, s. 176.

Reklama

Jak już zaznaczono powyżej do pośrednich form popierania eksportu w Polsce w okresie międzywojennym można było zaliczyć państwową służbę eksportową mającą na celu organizowanie eksportu oraz handlową służbę informacyjną realizowaną przez pisma fachowe i specjalne przedsiębiorstwa informacyjne. Dużą rolę w popieraniu eksportu odgrywała również właściwie zorganizowana reklama zagraniczna. Reklama powinna była zapoznać klienta z towarem oraz skłonić do jego zakupu. Eksporter mógł obrać dwie drogi do zareklamowania swego towaru, względnie firmy: a) przez reklamę własną; b) przy pomocy specjalnych przedsiębiorstw reklamowych. Reklama zawierała w swej treści czynnik wychowawczy, informacje o cenie towarów, sposobie ich użycia i zastosowania, podsuwała nowe pomysły, wywoływała nowe życzenia oraz powodowała zmiany przyzwyczajeń klientów. Umiejętnie przeprowadzona reklama wpływała na zwiększenie produkcji przez wzmocnienie popytu. Dla przeprowadzenia kampanii reklamowej dla nowego artykułu, albo dla wprowadzenia na rynek firmy nowo założonej, lub też na nowy rynek firmy już istniejącej, korzystano ze specjalnych przedsiębiorstw reklamowych. Przedsiębiorstwo takie przy reklamowaniu nowego artykułu musiało znać dokładnie artykuł reklamowany, jego produkcję, praktyczne zastosowanie, możliwości zbytu oraz technikę eksportową danego artykułu. Reklamując firmę przedsiębiorstwo musiało znać organizację firmy reklamowanej oraz jej artykuły itp. Ponadto żądano od takiego przedsiębiorstwa znajomości upodobań przyszłych odbiorców. Oddzielnym rodzajem reklamy była reklama marki własnej, tj. reklamowanie zastrzeżonego opakowania towaru lub znaku towarowego. Ten rodzaj reklamy miał duże znaczenie przy towarach, których badanie było utrudnione albo niemożliwe, a znak i opakowanie decydowały o nabyciu towaru, one bowiem potwierdzały u odbiorcy jakość lub pochodzenie towaru.

Z wyżej przedstawionych ogólnych informacji o reklamie nasuwa się wniosek, że reklama zagraniczna była nieodłącznym składnikiem eksportu, zwłaszcza zaś akcji wprowadzania na rynek zagraniczny i utrwalania na nim wyrobów przemysłowych. Czynnik reklamy zagranicznej w Polsce odgrywał w latach 20. XX w. znikomą rolę w ekspansji naszego eksportu. A jednak prawie 30% eksportu stanowiły wyroby gotowe, które na rynkach zagranicznych napotykały na konkurencję analogicznych wyrobów obcych mających utorowaną drogę do konsumenta poprzez silną reklamę. Taka sytuacja w dziedzinie reklamy naszych towarów wynikała z następujących faktów. Producent polski, który przy opanowaniu względnie rozszerzeniu krajowego rynku zbytu dla swoich towarów

uważał za rzecz całkowicie słuszną i naturalną posługiwanie się umiejętnością i prawidłową reklamą, nie uważał się za zobowiązanego do przeprowadzenia reklamy, gdy chodziło o wprowadzenie tego produktu na rynek zagraniczny. Gdyby nawet uwzględnić fakt, że istniała na ogół wyższa rentowność sprzedaży eksportowej w porównaniu ze sprzedażą na rynku wewnętrznym, to eksporter powinien być poświęcić sprawie reklamy zagranicznej przynajmniej tyle uwagi, ile się jej poświęcało w odniesieniu do rynku krajowego. Biorąc pod uwagę znaczenie eksportu dla gospodarki narodowej należało nawet zdwoić wysiłki w tym kierunku. Drugim momentem, będącym niejako ustawicznym przypomnieniem o konieczności rozwijania własnej reklamy zagranicznej był fakt, że na polskim rynku krajowym reklama prowadzona przez zagraniczne firmy eksportujące do nas swoje wyroby przybierała coraz to większe i dla każdego dostarczalne rozmiary. Przy takim ogólnym wzmaganiu się działania czynnika reklamy w odniesieniu do wszystkich rodzajów towarów było niemożliwym, aby nasze produkty przez samo tylko ukazanie się na rynkach zagranicznych mogły je zdobyć i utrwalić swoją pozycję. Wobec powyższego eksporterzy nasi musieli przy poważnych działaniach eksportowych, obliczonych na trwałe wprowadzenie artykułu na dany rynek, uwzględnić zagadnienie reklamy, chociażby w niewielkim zakresie.

W okresie 1927-30 reklama w Polsce, podobnie jak i inne zjawiska gospodarcze, dokonała olbrzymich postępów. Reklamowanie towarów odbywało się w różnych formach: anonse, artykuły w czasopismach, afisze, napisy, malowidła, katalogi, prospekty, kalendarze, a wreszcie poprzez rozdawanie drobnych przedmiotów stałym nabywcom danego artykułu. Największą trudność dla polskich eksporterów w dziedzinie reklamy stanowiła nie jej różnorodność, ale jej strona kupiecko-organizacyjna. Ta olbrzymia różnorodność form uzależniona była od charakteru i wielkości firmy eksportowej, jak również od rodzaju produktu mającego być reklamowanym. Dużo uwagi zagadnieniu reklamy i wprowadzaniu towarów na nowe rynki poświęcał Państwowy Instytut Eksportowy. Brał on czynny udział w kierowaniu polskich towarów i eksponatów na różnego rodzaju targi międzynarodowe i wystawy oraz sam organizował wystawy polskich towarów na interesujących nas rynkach, czego dowodem mogła być wspomniana już wystawa próbek i wzorów polskich towarów w Egipcie i Palestynie¹⁴.

¹⁴ T. Małecka, *Przemysł. Warunki rozwoju*, [w:] *Problemy gospodarcze Drugiej Rzeczypospolitej*, Warszawa 1989, s. 43-93.

Podsumowanie

Poza wymienionymi wyżej instytucjami działającymi w Polsce w kierunku wspierania eksportu wspomnieć należy również o takich instytucjach jak: izby handlowe krajowe i zagraniczne, związki eksporterów, zagraniczne misje handlowe itd. Izby handlowe były związkami kupców i przemysłowców. Izby zagraniczne dzieliły się na narodowe i mieszane. Do pierwszych należeli kupcy danego kraju, do drugich mogli należeć kupcy dwóch i więcej krajów. Głównym zadaniem zagranicznych izb handlowych było popieranie rodzimego eksportu poprzez:

- a) zbieranie informacji i opracowywanie danych statystycznych;
- b) współdziałanie z właściwymi organizacjami państwowymi dla ułatwienia i wzmożenia handlu między krajami;
- c) nawiązywanie stosunków handlowych z kupcami innych krajów;
- d) organizowanie kupców zainteresowanych w handlu z danym krajem;
- e) interweniowanie i zakładanie biur informacyjnych.

Praktycznie praca powyższych izb sprowadzała się do udzielania informacji zainteresowanym kołom gospodarczym, popierania rodzimego eksportu w danym kraju oraz do udzielania wywiadu kupieckiego. Ułatwiały one poza tym nawiązanie stosunków handlowych, interweniowały w sprawach handlowych i łagodziły spory powstałe między nimi.

Na uwagę zasługują także polskie związki eksportowe, które powstawały jako instytucje zupełnie nowe. Ogólnym ich celem było zwiększenie siły eksportowej swoich członków. Przy Radzie Naczelnej Związków Drzewnych w Polsce powstał jako autonomiczny organ - Komitet Eksportowy Materiałów Iglastych i Tartych. Działalność Komitetu obejmowała ustalanie wytycznych polityki eksportowej i czuwanie nad jej przestrzeganiem, reprezentację interesów eksportu materiałów iglastych i tartych, zawieranie porozumień z odpowiednimi organami krajów eksportujących i importujących tego rodzaju materiały, zbieranie danych statystycznych odnośnie produkcji i eksportu, badanie rynków zbytu oraz prowadzenie działalności instruktażowej. Poza tym istniał w tym czasie w Polsce Związek Eksporterów Zboża, Syndykat Eksporterów Trzody i Bydła, Polski Związek Bekonowy, Związek Eksporterów Jaj oraz inne. Przy Związku Przedsiębiorstw Elektrotechnicznych powstała specjalna komisja eksportowa mająca na celu intensyfikację eksportu wyrobów elektrotechnicznych.

Dużą rolę w rozpoznawaniu nowych rynków zbytu oraz w zapoznawaniu z polskimi towarami spełniały misje handlowe. Misje takie składały się z kilku przedstawicieli różnych firm, a ich zadaniem było:

- a) osobiste badanie przez członków obcych rynków dla otrzymania potrzebnych informacji, nabywanie wzorów konkurencyjnych towarów, nawiązywanie nowych stosunków handlowych;
- b) organizowanie pokazów wyrobów rodzimych dla zaznajomienia z nimi zagranicznych kupców oraz (o ile było to możliwe) otrzymania zamówienia.

Eksporter polski starał się różnymi drogami dotrzeć do polskich rynków. I tak np. z inicjatywy polskiej Związek Eksporterów Włókienniczych wysłał swego delegata do Związku Radzieckiego z pokazem wzorów swoich wyrobów w celu ich propagowania, poznania rynku i zebrania zamówień. Syndykat Eksportowy Wyrobów Wełnianych w Bielsku wysłał delegację do Stanów Zjednoczonych z kolekcją swoich wyrobów w celu zaznajomienia rynku amerykańskiego z polskimi wyrobami. W 1929 r. przedstawiciele polskiego przemysłu przy współudziale Państwowego Instytutu Eksportowego udali się do Bułgarii dla poznania warunków rozwojowych tego kraju oraz dla zapoznania miarodajnych kół bułgarskich z możliwościami bardziej dynamicznej niż dotychczas współpracy gospodarczej z Polską, a przede wszystkim dla poznania Bułgarii jako rynku zbytu dla polskich wyrobów oraz dla zaznajomienia się z warunkami konkurencji. Z powyższego wynika, iż koła gospodarcze i handlowe Polski w okresie międzywojennym nie szczędziły wysiłków w kierunku poszerzenia zakresu i wielkości polskiego eksportu artykułów rolnych i przemysłowych.

Bibliografia

Literatura:

- Battaglia R., *Aktywizacja bilansu handlowego*, Poznań 1930,
- Barański L., *Uwagi nad obiegiem pieniężnym w Polsce w latach 1924-1926*, Warszawa 1926,
- Dmowski A., *Warunki rozwoju handlu zagranicznego Polski w okresie kryzysu*, [w:] Materiały do seminariów z najnowszej historii gospodarczej Polski, SGPiS, Warszawa 1974,
- Drywiński M., *Zasady i formy finansowania wywozu*, Warszawa 1935,
- Etatyzm i autarkia. Banki państwowe powinny płacić podatki, [w:] *Polityka Gospodarcza* Nr 1938/65-66,
- Friediger B., *Źródła kryzysu walutowego w Polsce*, w: *Przewroty walutowe i gospodarcze po wielkiej wojnie*, Kraków 1928,
- Glabisz L., *O kierunkach naszej przyszłej polityki handlu zagranicznego*, Warszawa 1926,
- Gostkiewicz I., *Rozwój taryf celnych w Polsce*, Warszawa 1935,
- Gościński J., *Preferencje dla krajowych surowców rolniczych*, Warszawa 1932,
- Grabiński H., *Środki aktywizacji polskiego bilansu handlowego*, Poznań 1930,

- Grabowski M., Rudnicki, *Nowoczesna organizacja wywozu masła przez państwo*, Warszawa 1929,
- Hilchen F., *Wpływ organizacji handlu zagranicznego na bilans płatniczy*, Warszawa
- Jałowicki A., *Konkurencja węgla polsko-brytyjskiego na rynkach skandynawskich*, Toruń 1935.
- Jeziorański I.A., *Sprawa ubezpieczenia kredytów handlowych w Polsce*, Warszawa 1929,
- Kaliszuck M., *Warunki rozwoju handlu zagranicznego w latach 1918-1923*, [w:] Materiały do seminarium z najnowszej historii gospodarczej Polski, część II, Warszawa 1981,
- Konderski W., *Koniunktury światowe a nasza polityka gospodarcza*, Kraków 1927,
- Konderski W., *Zagadnienia polityki kredytowej ze stanowiska melioracji bilansu handlowego*, Warszawa 1930,
- Konferencja eksportowa 1937 r.*- referaty i przemówienia, referat K. Kasprowicza,
- Korowicz H., *O koncentracji kapitałów w Polsce*, Lwów 1929,
- Korowicz H., *Polityka handlowa*, Lwów 1931,
- Krawulski L., *Materiały do nowej taryfy celnej- cła wywozowe*, Warszawa 1928,
- Królikowski S., *Zarys polskiej polityki handlowej ze szczególnym uwzględnieniem polityki celnej*, Warszawa 1938,
- Krynicki J., *Problemy handlu zagranicznego Polski*, Warszawa 1958,
- Krzywicki W., *Aktualne zagadnienia celne*, Warszawa 1928,
- Krzyżanowski A., *Bierny bilans handlowy w Polsce*, Kraków 1928,
- Kulikowski J., *Bankowość polska i problem jej sanacji*, Warszawa 1926,
- Landau Z., *Polskie zagraniczne pożyczki państwowe 1918-1926*, Warszawa 1961,
- Landau Z., W. Roszkowski, *Polityka gospodarcza II RP i PRL*, Warszawa 1995,
- Lilienthal M., *Ubezpieczenia kredytów eksportowych*, Warszawa 1928,
- Lipiński E., S. Pszczołkowski, L. Landau, J. Wiśniewski, *Koniunktura gospodarcza w Polsce 1924-1927*, Warszawa 1926,
- Manteuffel M., *Bankowość w Polsce*, Warszawa 1930,
- Massalski I., *Problemy eksportu polskiego węgla (dumping)*, Kraków 1936,
- Miduch Z., *Polityka celna i traktatowa*, Poznań 1929,
- Nieduszyński T., *O działalności gospodarczej urzędów zagranicznych*, Warszawa 1933.
- P.I.E.- Komunikat informacyjny Nr 19/1928 r.,
- Pilchem F., *Technika polskiego handlu zagranicznego*, [w:] *Przemysł i Handel* 1928/ 24,
- Pośrednictwo obce w eksporcie polskim*, [w:] *Przemysł i Handel* 1928/ 35,
- Prace Komitetu Doradczego dla Spraw Kredytowania Eksportu w Polsce*, 1933 (referat H. Taubenfelda),
- Punicki S., *Racjonalizacja obrotu pieniężnego*, [w:] *Gazeta Bankowa*/13-14,
- Ringman A., *Polsko-niemieckie stosunki gospodarcze na tle wojny celnej*, Warszawa 1929,
- Rose E., *Wobec wyżki złotego*, [w:] *Przegląd Gospodarczy* 1926/ 2,

- Rychliński St., *Marnotrawstwo sił i środków w przemyśle polskim*, Warszawa 1930,
- Rydel E., *W obronie bankowości w Polsce*, Lwów 1927,
- Secomski K., *Ubezpieczenie kredytów eksportowych*, Warszawa 1935,
- Seifert T., *Polskie i zagraniczne instytucje popierania eksportu*, Lwów 1932,
- Sokołowski K., *Dumping*, Warszawa 1932,
- Sprawozdanie z działalności Międzyministerialnej Komisji Popierania Eksportu za okres 1 I - 31 XII 1934 r.*, AAN, KEM,
- Stankiewicz T.J., *Reglamentacja dewizowo- towarowa w Polsce w okresie od 26 IV 1936 r. do 1 IV 1939 r.*, Warszawa 1939,
- Sułkowski J., *Polsko- niemiecki układ waloryzacyjny*, Poznań 1928,
- Taylor E., *Druga inflacja polska*, Poznań 1926,
- Taylor E., *Inflacja polska*, Poznań 1926,
- Tennenbaum H., *Struktura gospodarstwa polskiego*, Warszawa 1935,
- Tennenbaum H., *Struktura gospodarstwa polskiego*, Tom II, Warszawa 1935,
- Turski M., *Problemy aktywizacji bilansu handlowego*, Warszawa 1928,
- Uwagi Sekretariatu KEM w sprawie protokołu posiedzenia Międzyministerialnej Komisji Popierania Eksportu z 30 VI 1930 r.*, AAN, KEM,
- Widymski, *Cele i metody służby eksportowej*, Wiedeń 1927,
- Włudyka T., *Dwa dwudziestolecia gospodarki rynkowej w Polsce*, Warszawa 2008,
- Wielka Konferencja Importowa*, [w:] Śląskie Wiadomości Gospodarcze 1939/6,
- Wniosek nagły ministrów przemysłu i handlu oraz rolnictwa i skarbu na KEM z dnia 29 XII 1928 r. w sprawie utworzenia Komisji Popierania Eksportu*, AAN, KEM, k. 4-5,
- Zdziechowski J., *O pieniądzu i budżecie, mowa wygłoszona w Komisji Budżetowej Sejmu dnia 28 stycznia 1926 r.*, Warszawa 1926,
- Zdziechowski J., *Mit złotej waluty*, Warszawa 1937,
- Zweig F., *Konferencja eksportowa z 1937 r.*, Warszawa 1927,
- Zweig F., *O kartelizacji w Polsce*, Kraków 1929,
- Zweig F., *Państwowy Instytut Eksportowy- komunikat informacyjny 1928 r.*,
- Zweig F., *Prace Komitetu Doradczego do spraw kredytowania eksportu w Polsce*, Warszawa 1933.

Streszczenie

Państwo polskie podejmowało w okresie międzywojennym dla zwiększenia eksportu działania o charakterze bezpośrednim lub pośrednim w kierunku zlikwidowania bądź złagodzenia istniejących trudności eksportowych. Stosowało w tym celu odpowiednią politykę kredytową, celną, podatkową oraz udzielało pomocy pośredniej w postaci służby eksportowej, informacyjnej oraz reklamy. Wzrost obrotów towarowych na rynku międzynarodowym wzmagał konkurencję między producentami. O sprzedaży towarów

decydowała nie tylko cena, ale również warunki sfinansowania transakcji, wysokość oraz termin udzielonego przez dostawcę kredytu. Pomoc państwa i banków dla eksportera podążała w kierunku finansowania produkcji i sprzedaży eksportowej. Przeszkodą w jej finansowaniu było rozdrobnienie produkcji eksportowej oraz brak organizacji i związków branżowych eksporterów. Niewielkie zasoby kapitałowe naszych instytucji finansowych nie pozwalały na stosowanie różnego rodzaju pomocy kredytowej i akceptowej dla eksportu, jaka miała miejsce w krajach bogatych w kapitały własne. Na szczególną uwagę w tej dziedzinie zasługuje działalność Państwowego Instytutu Eksportowego (PIE), który spełniał rolę instytucji ubezpieczającej kredyt eksportowy. Poręka PIE, jak również Skarbu Państwa, miała na celu zmniejszenie ryzyka eksportera.

SŁOWA KLUCZOWE: Druga Rzeczpospolita, eksport, import, bezpośrednie i pośrednie metody popierania eksportu, ryzyko eksportera, reklama, Handlowa Służba Informacyjna, Polski Instytut Eksportowy, bilans handlowy i płatniczy, taryfy celne.

Summary

In the interwar period the Polish state was taking both direct and indirect actions aimed at expanding the country's exports through eliminating or mitigating the existing difficulties faced by exporters. The appropriate credit mechanisms as well as necessary customs and tax policy measures were applied and indirect assistance in the form of export services, information and advertising was provided. The increase in international trade turnover led to extended competition between producers. The sales of goods were determined not only by their price, but also by the terms of transactions' financing, the amount and the date of the loan provided by the supplier. The assistance provided by the state and banks to exporters evolved towards providing financing for production and for export sales. The fragmentation of export production and lack of exporters' sectoral organizations constituted an impediment to the said financing. Meager capital resources of Polish financial institutions did not allow for the use of various types of export credit assistance offered by countries endowed with extensive capital resources. The activities of the State Export Institute (PIE) which acted as an insurer of exports loans deserve particular attention in this field, The guarantees offered by PIE and by the State Treasury, were aimed at reducing the exporter's risk.

KEY WORDS: Second Republic, exports, imports, direct and indirect methods of export promotion, export risk, advertising, Trade Information Service, State Export Institute, trade balance, balance of payments, custom tariffs.

Autor

Zbigniew Klimiuk – dr hab. nauk ekonomicznych (specjalności: bankowość, finanse międzynarodowe, historia gospodarcza, polityka gospodarcza). Profesor nadzwyczajny w Instytucie Pracy i Spraw Socjalnych w Warszawie. Wcześniej pracował m.in. w SGH i w Katolickim Uniwersytecie Lubelskim Jana Pawła II. Odbył praktyki i szkolenia w zagranicznych instytucjach finansowych. Autor 4 monografii, ok. 210 artykułów naukowych i publicystycznych oraz rozdziałów w monografiach. Ekspert Polskiego Lobby Przemysłowego im. Eugeniusza Kwiatkowskiego w Warszawie.