



SEJM
RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ
VIII kadencja
Prezes Rady Ministrów
RM-10-38-17

Druk nr 1603

Warszawa, 2 czerwca 2017 r.

Pan
Marek Kuchciński
Marszałek Sejmu
Rzeczypospolitej Polskiej

Szanowny Panie Marszałku

Na podstawie art. 118 ust. 1 Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1997 r. przedstawiam Sejmowi Rzeczypospolitej Polskiej projekt ustawy

**- o wykonywaniu zadań z zakresu
promocji polskiej gospodarki przez
Polską Agencję Inwestycji i Handlu
Spółka Akcyjna.**

W załączeniu przedstawiam także opinię dotyczącą zgodności proponowanych regulacji z prawem Unii Europejskiej.

Jednocześnie uprzejmie informuję, że do prezentowania stanowiska Rządu w tej sprawie w toku prac parlamentarnych został upoważniony Minister Rozwoju i Finansów.

Z poważaniem

(-) Beata Szydło

U S T A W A

z dnia

o wykonywaniu zadań z zakresu promocji polskiej gospodarki przez Polską Agencję Inwestycji i Handlu Spółka Akcyjna¹⁾

Art. 1. Ustawa określa zasady wykonywania zadań z zakresu promocji polskiej gospodarki przez Polską Agencję Inwestycji i Handlu Spółka Akcyjna, zwaną dalej „Agencją”.

Art. 2. Do zadań Agencji należy promocja polskiej gospodarki, w tym:

- 1) promocja eksportu polskich przedsiębiorców, w szczególności małych i średnich;
- 2) promocja polskich branż;
- 3) wspieranie napływu bezpośrednich inwestycji zagranicznych;
- 4) wspieranie inwestycji polskich za granicą;
- 5) wspieranie inwestycji polskich na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej;
- 6) dostarczanie przedsiębiorcom informacji ekonomiczno-handlowych na temat rynków zagranicznych oraz inwestorom zagranicznym informacji na temat warunków i uregulowań prawnych prowadzenia działalności gospodarczej na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, w tym prowadzenie portalu informacyjnego;
- 7) organizowanie przedsięwzięć informacyjnych i promocyjnych na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej i poza jej granicami;
- 8) działalność wydawnicza.

Art. 3. 1. Zadania Agencji, o których mowa w art. 2, mogą być wykonywane przy pomocy zagranicznych biur handlowych, tworzonych i prowadzonych przez Agencję w formie prawnej i organizacyjnej zależnej od uwarunkowań prawnych i ekonomicznych miejsca ich utworzenia, w tym spółek kapitałowych.

2. Finansowanie lub dofinansowanie wykonywania zadań Agencji w części realizowanej przez zagraniczne biura handlowe może następować ze środków, o których mowa w art. 6 ust. 1 pkt 2–4.

¹⁾ Niniejszą ustawą zmienia się ustawę z dnia 16 grudnia 2016 r. o zasadach zarządzania mieniem państwowym.

Art. 4. 1. Minister właściwy do spraw gospodarki lub inny podmiot sektora finansów publicznych mogą powierzyć Agencji wykonywanie zadań z zakresu administracji rządowej, wynikające w szczególności z dokumentów i programów przyjętych przez Radę Ministrów lub właściwego ministra.

2. Powierając zadania, podmioty, o których mowa w ust. 1, zapewniają Agencji odpowiednie środki finansowe na ich realizację.

3. W przypadku, o którym mowa w ust. 1, określenie zadań Agencji następuje w umowie. Art. 150 ustawy z dnia 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych (Dz. U. z 2016 r. poz. 1870, z późn. zm.²⁾) stosuje się odpowiednio.

Art. 5. 1. W zakresie promocji polskiej gospodarki Agencja może udzielać pomocy finansowej związanej z programami finansowanymi z budżetu Unii Europejskiej, o których mowa w ustawie z dnia 11 lipca 2014 r. o zasadach realizacji programów w zakresie polityki spójności finansowanych w perspektywie finansowej 2014–2020 (Dz. U. z 2016 r. poz. 217, 1579 i 1948), oraz innymi programami finansowanymi ze źródeł zagranicznych niepodlegających zwrotowi, do której zastosowanie znajdują szczegółowe warunki i tryb właściwe dla udzielania tej pomocy.

2. W zakresie promocji polskiej gospodarki Agencja może także udzielać pomocy finansowej spełniającej przesłanki pomocy *de minimis*, dotyczącej promocji eksportu polskich przedsiębiorców, do której zastosowanie znajdują szczegółowe warunki i tryb właściwe dla udzielania tej pomocy.

Art. 6. 1. Agencja otrzymuje:

- 1) dotację podmiotową z budżetu państwa na dofinansowanie działalności bieżącej związanej z realizacją zadań, o których mowa w art. 2;
- 2) dotacje celowe przeznaczone na:
 - a) realizację zadań, o których mowa w art. 2,
 - b) finansowanie lub dofinansowanie kosztów realizacji inwestycji,
 - c) współfinansowanie realizacji programów finansowanych z udziałem środków europejskich;

²⁾ Zmiany tekstu jednolitego wymienionej ustawy zostały ogłoszone w Dz. U. z 2016 r. poz. 1948, 1984 i 2260 oraz z 2017 r. poz. 60, 191, 659, 933 i 935.

- 3) płatności z budżetu środków europejskich przeznaczone na realizację projektów finansowanych z udziałem środków europejskich, dla których beneficjentem jest Agencja;
- 4) środki pochodzące:
 - a) ze źródeł zagranicznych niepodlegające zwrotowi,
 - b) z budżetu Unii Europejskiej.

2. Dotacja, o której mowa w ust. 1 pkt 1, nie może przewyższać koniecznych, rzeczywistych kosztów bezpośrednich i pośrednich poniesionych przez Agencję na realizację zadań, o których mowa w art. 2.

3. Dotacje oraz płatności, o których mowa w ust. 1 pkt 1–3, nie mogą obejmować dofinansowania działalności gospodarczej Agencji.

Art. 7. 1. Agencja prowadzi wyodrębnioną ewidencję dla działalności związanej z realizacją zadań finansowanych ze środków, o których mowa w art. 6 ust. 1 pkt 1–3, dla działalności finansowanej ze środków, o których mowa w art. 6 ust. 1 pkt 4, oraz dla działalności gospodarczej, w tym zobowiązana jest do prawidłowego przypisywania przychodów i kosztów na podstawie metod mających obiektywne uzasadnienie.

2. Zasady prowadzenia odrębnej ewidencji oraz metody przypisywania przychodów i kosztów zgodnie z podziałem tych środków, o którym mowa w ust. 1, Agencja określa w dokumentacji, o której mowa w art. 10 ustawy z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości (Dz. U. z 2016 r. poz. 1047 i 2255 oraz z 2017 r. poz. 61, 245 i 791).

Art. 8. Łączna kwota dotacji celowych przyznanych w kolejnych latach na dofinansowanie inwestycji realizowanej przez Agencję, ze środków niepochodzących z budżetu Unii Europejskiej może wynosić do 100% planowanej wartości kosztorysowej inwestycji.

Art. 9. W ustawie z dnia 16 grudnia 2016 r. o zasadach zarządzania mieniem państwowym (Dz. U. poz. 2259 oraz z 2017 r. poz. 624) w art. 2 w pkt 8 lit. d otrzymuje brzmienie:

„d) Polską Agencję Inwestycji i Handlu Spółka Akcyjna;”.

Art. 10. 1. W terminie 36 miesięcy od dnia wejścia w życie ustawy minister właściwy do spraw gospodarki dokona likwidacji wydziałów promocji handlu i inwestycji ambasad i konsulatów Rzeczypospolitej Polskiej.

2. Do likwidacji wydziałów, o których mowa w ust. 1, stosuje się art. 12 ustawy z dnia 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych, z tym że:

- 1) nie stosuje się wymogu porozumienia z Ministrem Finansów, o którym mowa w art. 12 ust. 3 ustawy z dnia 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych;
- 2) mienie znajdujące się w zarządzie likwidowanego wydziału, w tym środki zgromadzone na wydzielonym rachunku bankowym likwidowanego wydziału, mogą być przeznaczone dla Agencji;
- 3) przekazanie mienia Agencji może wiązać się z przejęciem przez Agencję należności i zobowiązań tego wydziału;
- 4) w przypadku gdy mienie znajdujące się w zarządzie likwidowanego wydziału nie będzie przeznaczone dla Agencji, decyzja o przeznaczeniu tego mienia będzie podejmowana po zasięgnięciu opinii ministra właściwego do spraw zagranicznych.

Art. 11. 1. W latach 2017–2026 maksymalny limit wydatków budżetu państwa będący skutkiem finansowym ustawy wynosi 35 000 000 zł, w tym w:

- 1) 2017 r. – 35 000 000 zł;
- 2) 2018 r. – 0 zł;
- 3) 2019 r. – 0 zł;
- 4) 2020 r. – 0 zł;
- 5) 2021 r. – 0 zł;
- 6) 2022 r. – 0 zł;
- 7) 2023 r. – 0 zł;
- 8) 2024 r. – 0 zł;
- 9) 2025 r. – 0 zł;
- 10) 2026 r. – 0 zł.

2. W przypadku przekroczenia lub zagrożenia przekroczenia przyjętego na dany rok budżetowy maksymalnego limitu wydatków, o którym mowa w ust. 1, zostanie zastosowany mechanizm korygujący, polegający na obniżeniu kosztów działalności bieżącej Agencji przy jednoczesnym zapewnieniu nieprzerwanego procesu promocji polskiej gospodarki.

3. Organem właściwym do monitorowania wykorzystania limitu wydatków, o którym mowa w ust. 1, oraz wdrożenia mechanizmu korygującego, o którym mowa w ust. 2, jest minister właściwy do spraw gospodarki.

Art. 12. Ustawa wchodzi w życie po upływie 7 dni od dnia ogłoszenia.

UZASADNIENIE

Potrzeba i cel wprowadzenia regulacji

Projekt ustawy określa zasady wykonywania zadań związanych z promocją polskiej gospodarki przez Polską Agencję Inwestycji i Handlu Spółka Akcyjna (funkcjonującą dawniej pod nazwą „Polska Agencja Informacji i Inwestycji Zagranicznych Spółka Akcyjna”), dalej jako: „Agencja”.

Celem wprowadzenia regulacji jest skupienie zadań proeksportowych i proinwestycyjnych w jednej instytucji, działającej na zasadzie *one-stop shop*. Agencja będzie funkcjonować w ramach Grupy Polskiego Funduszu Rozwoju, co zapewni koordynację działań Agencji z pozostałymi instytucjami rozwojowymi podległymi Ministrowi Rozwoju i Finansów.

Proponowane rozwiązania mają także na celu poprawę koordynacji promocji polskiej gospodarki za granicą poprzez zamianę nieefektywnie funkcjonujących wydziałów promocji handlu i inwestycji ambasad i konsulatów Rzeczypospolitej Polskiej, dalej jako „WPHI”, podległych bezpośrednio ministrowi właściwemu do spraw gospodarki na sieć nowych zagranicznych biur handlowych podległych Agencji.

Projekt ustawy zmierza również do wprowadzenia uregulowań umożliwiających bardziej efektywne i stabilne przekazywanie Agencji środków finansowych na prowadzenie zadań mających na celu promocję polskiej gospodarki, w tym dotacji podmiotowej i celowej.

Ustawowe określenie zadań Agencji stanowi wykonanie postanowień Strategii na rzecz Odpowiedzialnego Rozwoju do roku 2020 (z perspektywą do 2030 r.), dalej jako „SOR”, stanowiącej załącznik do uchwały nr 8 Rady Ministrów z dnia 14 lutego 2017 r. (M.P. poz. 260).

Stan rzeczywisty

Istotnym problemem w procesie promocji i wspierania polskich przedsiębiorców jest jego instytucjonalna słabość, to jest brak profesjonalnego podmiotu realizującego kompleksowo zadania z zakresu promocji polskiej gospodarki we współpracy z siecią zagranicznych biur handlowych, co stanowi jeden z nielicznych wyjątków wśród krajów rozwiniętych.

Dotychczas niektóre zadania związane z promocją gospodarki realizowała Polska Agencja Informacji i Inwestycji Zagranicznych Spółka Akcyjna, dalej jako „PAIiIZ”, odpowiedzialna za problematykę inwestycyjną rozumianą jako przyciąganie bezpośrednich inwestycji zagranicznych do Polski. Zajmowała się ona głównie zadaniami z zakresu obsługi projektów inwestycyjnych w Polsce, opieki

poinwestycyjnej i działaniami na rzecz reinwestycji. Zadania wspierające eksport realizuje bezpośrednio Ministerstwo Rozwoju oraz Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, dalej jako „PARP”.

Na pozycję polskich przedsiębiorców i ich oferty eksportowej na zagranicznych rynkach istotny wpływ ma również działalność promocyjna prowadzona przez polskie placówki zagraniczne. Obecnie działalność taką prowadzą WPHI podległe ministrowi właściwemu do spraw gospodarki, a także placówki zagraniczne (dyplomatyczne i konsularne) i ich pionierzy ekonomiczne podległe ministrowi właściwemu do spraw zagranicznych. W tym kontekście zauważalnym problemem jest obecna struktura WPHI, która nie jest dostosowana do potrzeb polskich przedsiębiorców i nie odpowiada wymogom nowej polityki rządu ukierunkowanej na wzmocnienie aktywności polskich przedsiębiorców na rynkach pozaeuropejskich (obecnie na 49 WPHI aż 29 udziela wsparcia w Europie).

Powyższe argumenty stanowią przekonującą przesłankę do wskazania przedsiębiorcy jednej instytucji, w której będzie mógł uzyskać pełen dostęp do informacji i doradztwo w zakresie ekspansji na rynki zagraniczne. Instytucji, która z uwagi na konieczność wzmocnienia działań promocyjnych zarówno w kraju, jak i za granicą, będzie efektywnie i skutecznie wzmocniona w swoich działaniach poprzez sieć nowych, wyspecjalizowanych zagranicznych biur handlowych.

Różnice pomiędzy dotychczasowym a projektowanym stanem prawnym

SOR zakłada koncentrację instytucji wsparcia przedsiębiorczości i handlu zagranicznego w ramach tworzonej Grupy Polskiego Funduszu Rozwoju. W jej skład wchodzić będą m.in. Agencja, Korporacja Ubezpieczeń Kredytów Eksportowych S.A. (KUKE), Bank Gospodarstwa Krajowego (BGK), Polski Fundusz Rozwoju S.A. (PFR), Agencja Rozwoju Przemysłu S.A. (ARP) oraz Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP). Jednostką koordynującą te działania będzie PFR.

Agencja stanie się punktem pierwszego kontaktu dla eksportera i inwestora i stanowić będzie centrum wiedzy dla przedsiębiorcy planującego rozwój działalności inwestycyjnej bądź eksportowej. Będzie to instytucja nowoczesna, działająca w sposób elastyczny i kompleksowy. Unikalna oferta Agencji dla przedsiębiorców będzie obejmować spójny system promocji polskich firm i towarów za granicą, wsparcie analityczne, doradztwo kooperacyjne, doradztwo lokalizacyjne, pełnienie roli rzecznika inwestora. Agencja, dzięki opracowywanym procedurom wymiany informacji między członkami Grupy PFR, będzie nie tylko oferować swoje usługi doradcze i promocyjne,

ale także promować wśród swoich klientów instrumenty pozostałych instytucji Grupy PFR (finansowanie obrotowe i inwestycyjne w kraju i za granicą, ograniczanie ryzyka, wsparcie dla systemu innowacji) w celu przygotowania kompleksowej oferty dla przedsiębiorcy. Agencja będzie także, w ścisłej współpracy z ministrem właściwym do spraw gospodarki, pośredniczyć w instrumentach wsparcia państwa dla inwestora.

W swej działalności Agencja wykorzystywać będzie sieć nowych zagranicznych biur handlowych. Będą to w szczególności oddziały lub spółki kapitałowe Agencji ukierunkowane na konkretne, zindywidualizowane wsparcie dla przedsiębiorcy. Mając przy tym na uwadze założenia polityki zagranicznej, nadal będą funkcjonowały placówki zagraniczne (dyplomatyczne i konsularne) i ich pioniry ekonomiczne podległe ministrowi właściwemu do spraw zagranicznych. Zakres zadań nowych zagranicznych biur handlowych i wspomnianych jednostek nie będzie się jednak powielał. W lokalizacjach, w których będą równoległe placówki zagraniczne i nowe zagraniczne biura handlowe, te pierwsze będą nadal podejmowały działania na rzecz wspierania interesów polityczno-gospodarczych zarówno w kontaktach dwustronnych, jak i wielostronnych z partnerami zagranicznymi. Działania te służą rozwijaniu współpracy gospodarczej, m.in. poprzez rozbudowę bazy traktatowej i tworzenie przyjaznego otoczenia prawnego, ochronę praw i interesów polskich podmiotów gospodarczych za granicą oraz promowanie Polski jako wiarygodnego partnera w kontaktach handlowych i inwestycyjnych (w tym w oparciu o analizę sytuacji geopolitycznej państw/regionów, regulacji prawa międzynarodowego, możliwości wynikających z członkostwa Polski w organizacjach i instytucjach międzynarodowych, a także aktualnego stanu relacji bilateralnych). Priorytety wyżej opisanej dyplomacji ekonomicznej wynikają przede wszystkim z głównych założeń polskiej polityki zagranicznej. Działalność nowych zagranicznych biur handlowych będzie natomiast skoncentrowana na konkretnym wsparciu przedsiębiorców, będzie obejmowała zadania nieodpłatne, które dotychczas były realizowane przez WPHI, a także zadania nowe, m.in.: organizację zagranicznych misji gospodarczych sprofilowanych pod kątem konkretnych branż, realizację programów wsparcia dedykowanych poszczególnym rynkom lub branżom, opracowywanie strategii wejścia przedsiębiorstw na rynki zagraniczne, dokonywanie weryfikacji kontrahentów zagranicznych, a także świadczenie standardowych usług poza granicami kraju zwiększających dostępność do informacji (pomoc w znalezieniu kontrahentów, zebraniu informacji o certyfikatach, cłach, logistyce, pomoc przy wyborze optymalnej formy prawnej na podjęcie działalności na zagranicznym rynku,

uzyskanie dostępu do baz danych, analizy rynkowe itp.). W krajach, w których nie przewiduje się tworzenia zagranicznych biur handlowych, wsparcie przedsiębiorcy będzie udzielane w Polsce, za pośrednictwem centrali Agencji.

Przewiduje się również, w ramach działalności zagranicznych biur handlowych, wprowadzenie usług płatnych. Planowane jest wprowadzenie odpłatności za usługi, na zamówienie konkretnego przedsiębiorcy, takie jak: analizy rynku czy też *matchmaking* i poszukiwanie partnerów biznesowych pod konkretne działania biznesowe. Odpłatność tych usług wynika z faktu dużej pracochłonności takich działań. Wprowadzenie usług płatnych zgodne jest z najlepszymi światowymi praktykami w zakresie wsparcia internacjonalizacji przedsiębiorstw. Umożliwia zaoferowanie przedsiębiorcom rozwiązań dostosowanych do ich potrzeb, które ze względu na ich kosztowność nie mogłyby zostać sfinansowane jedynie ze środków publicznych. Rozwiązanie takie profesjonalizuje usługi Agencji oraz umożliwia selekcję przedsiębiorców, którzy posiadają biznesowo uzasadnione plany na rozwój.

Mając na uwadze powyższe, celowym jest uregulowanie zasad wykonywania wspomnianych wyżej zadań przez Agencję w drodze ustawowej. Przyjęcie ustawy umożliwi także określenie podstawy prawnej udzielenia Agencji dotacji podmiotowej z budżetu państwa, która jest konieczna do jej funkcjonowania (zagwarantuje odpowiednie zaplecze finansowe, kadrowe i organizacyjne), a także dotacji celowej, która zabezpieczy środki na świadczenie przez Agencję i jej zagraniczne biura handlowe bezpłatnych usług dla przedsiębiorców.

Postanowiono, że Agencja pozostanie spółką akcyjną. Argumenty obejmowały m.in. spójność tej formy prawnej z formami pozostałych członków Grupy PFR, większą elastyczność takiej instytucji i szybsze dostosowywanie się do potrzeb przedsiębiorców, także poprzez biznesowy sposób funkcjonowania zagranicznych biur handlowych. Forma taka umożliwia także działalność komercyjną, która ma być elementem nowego modelu funkcjonowania Agencji.

Istotne rozwiązania projektu

Jak wskazano w art. 1 projektu ustawy, istotą rozwiązań ujętych w projekcie jest określenie zasad realizacji przez Agencję jej zadań w obszarach promocji polskiej gospodarki, w tym promocji eksportu polskich przedsiębiorców, w szczególności małych i średnich, wspierania inwestycji polskich za granicą, wspierania napływu bezpośrednich inwestycji zagranicznych oraz wspierania polskich inwestycji w kraju.

Wejście w życie ustawy nie utworzy spółki *ex lege*.

Agencja będzie realizowała szereg zadań z zakresu promocji polskiej gospodarki wskazanych w art. 2 projektu ustawy. Będą to działania proeksportowe, jak też proinwestycyjne ukierunkowane m.in. na promocję polskich branż, wspieranie napływu bezpośrednich inwestycji zagranicznych, polskich inwestycji za granicą oraz polskich inwestycji na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej. Agencja będzie oferować polskiemu inwestorowi w kraju takie same usługi, jak zagranicznemu, oprócz marketingu inwestycyjnego. Wynika to z faktu, że projekt strategiczny „Polityka inwestycyjna” w ramach obszaru kapitał dla rozwoju SOR stawia za cel wzrost inwestycji w kraju i nie koncentruje się jedynie na inwestycjach zagranicznych. O ile, ze względu na swoją specyfikę i konkurencję w regionie, inwestor zagraniczny potrzebuje większego wsparcia od państwa, są także sytuacje, gdy najlepsze inwestycje polskich przedsiębiorców będą potrzebowały pomocy od Agencji. Potrzeby te opisują luki rynkowe dla działalności i rozwoju w Polsce zidentyfikowane przez PFR. Sytuacja ta ma swoje potwierdzenie także w praktyce PAIiIZ, która od kilku lat, zgodnie z wytycznymi Ministerstwa Rozwoju, obsługiwała także polskich inwestorów. Sytuacja ta wzmacniana jest przez fakt, że Agencja, jest i będzie prowadzącym obsługę inwestorów w ramach „Programu wspierania inwestycji o istotnym znaczeniu dla gospodarki polskiej na lata 2011–2023”, który dostępny jest także dla polskich przedsiębiorców.

Należy przy tym podkreślić, że Agencja będzie również realizowała wszystkie dotychczasowe zadania będące w kompetencji PAIiIZ.

Zadania dodatkowe, wynikające z poszerzenia zakresu działalności Agencji, związane będą przede wszystkim ze wsparciem internacjonalizacji polskich przedsiębiorstw i będą obejmowały m.in. stworzenie jednolitego portalu informacyjnego dla przedsiębiorców zapewniającego dostęp do bazy danych i wiedzy, organizację zagranicznych misji gospodarczych sprofilowanych pod kątem konkretnych branż i przedsiębiorstw, tworzenie programów wsparcia dedykowanych poszczególnym rynkom lub branżom, opracowywanie strategii wejścia firm na rynki zagraniczne, dokonywanie weryfikacji kontrahentów zagranicznych, a także świadczenie standardowych usług poza granicami kraju zwiększających dostępność do informacji (pomoc w znalezieniu kontrahentów, zebraniu informacji o certyfikatach, cłach, logistyce, pomoc przy wyborze optymalnej formy prawnej na podjęcie działalności na zagranicznym rynku, uzyskanie dostępu do baz danych, analiz rynkowych itp.).

Zadaniem Agencji będzie również promocja polskich branż. Należy bowiem wyjaśnić, że według zapisów SOR wizerunek polskiej gospodarki jest postrzegany poprzez potencjał eksportowy najsilniejszych branż, do których należą: (1) sprzęt medyczny, (2) maszyny i urządzenia, (3) kosmetyki, (4) IT/ICT, (5) biotechnologia i farmaceutyka, (6) moda polska, (7) budowa i wykańczanie budowli, (8) jachty i łodzie, (9) meble, (10) polskie specjalności żywnościowe, (11) sektor usług prozdrowotnych, (12) części samochodowe i lotnicze. Podstawą do wskazania listy obecnie wspieranych branż eksportowych są doświadczenia z wcześniej realizowanych działań w tym zakresie, poparte badaniem ewaluacyjnym (poddziałania 6.5.1 PO IG), a także analizy innowacyjnych branż, które można promować za granicą. W ten sposób Agencja będzie realizowała idee wspierania polskich branż stanowiących ważną pozycję eksportową kraju.

Brzmienie art. 3 ma na celu umożliwienie finansowania zadań Agencji realizowanych przez zagraniczne biura handlowe, działające w formie oddziałów lub spółek kapitałowych, z dotacji celowych przekazywanych Agencji. Zgodnie z założeniem, zagraniczne biura handlowe będą tworzone przede wszystkim w formie oddziałów, a tylko w tych krajach, w których lokalne prawo na to nie pozwala – w formie spółek kapitałowych. Powyższe działanie nie będzie rodziło ryzyka wystąpienia niedozwolonej pomocy publicznej.

Zgodnie z art. 4 projektu ustawy Agencja będzie realizowała przede wszystkim zadania z zakresu promocji polskiej gospodarki powierzone jej przez ministra właściwego do spraw gospodarki lub inne jednostki sektora finansów publicznych, wynikające w szczególności z planów i programów przyjętych przez Radę Ministrów lub właściwego ministra. Na realizację tych zadań Agencja będzie mogła otrzymywać dotacje celowe. Zakłada się, że mogą to być m.in. dotacje celowe przekazywane przez ministra właściwego do spraw gospodarki, jak również dotacje celowe przekazywane przez innych ministrów odpowiedzialnych za nadzór nad zadaniami z zakresu promocji poszczególnych dziedzin gospodarki (np. branży spożywczej). Zasady udzielania, rozliczania oraz zwrotu dotacji będą podlegać ustawie z dnia 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych (Dz. U. z 2016 r. poz. 1870, z późn. zm.). Szczegółowy zakres zadań, terminy ich realizacji, wskaźniki monitorowania realizacji oraz kosztorys będą każdorazowo określone w umowie dotacyjnej, którą właściwy podmiot, w tym minister właściwy do spraw gospodarki, zawierać będzie z Agencją. Zakłada się również, że Agencja będzie mogła odpłatnie realizować działania na rzecz przedsiębiorców.

Art. 5 projektu ustawy przyznaje Agencji możliwość udzielania pomocy finansowej dotyczącej realizacji zadań z zakresu promocji polskiej gospodarki związanej z programami finansowanymi z budżetu Unii Europejskiej, o których mowa w ustawie z dnia 11 lipca 2014 r. o zasadach realizacji programów w zakresie polityki spójności finansowanych w perspektywie finansowej 2014–2020 (Dz. U. z 2016 r. poz. 217, 1579 i 1948), zwanej dalej „ustawą wdrożeniową”, oraz innymi programami finansowanymi ze źródeł zagranicznych niepodlegających zwrotowi. Do udzielania tej pomocy znajdą zastosowanie przepisy określone w ustawie wdrożeniowej. W zakresie promocji polskiej gospodarki Agencja będzie także mogła udzielać pomocy finansowej spełniającej przesłanki pomocy *de minimis*, dotyczącej w szczególności: promocji eksportu polskich przedsiębiorców. Do tego finansowania będą miały zastosowanie szczegółowe warunki i tryb właściwe dla udzielania tej pomocy.

Zgodnie z art. 6 projektu ustawy Agencja będzie otrzymywała w szczególności: dotację podmiotową z budżetu państwa na dofinansowanie działalności bieżącej związanej z realizacją zadań świadczonych w ogólnym interesie gospodarczym, dotacje celowe, płatności z budżetu środków europejskich przeznaczone na realizację projektów finansowanych z udziałem środków europejskich, dla których beneficjentem jest Agencja, a także środki pochodzące ze źródeł zagranicznych niepodlegających zwrotowi lub z budżetu Unii Europejskiej.

Zgodnie z art. 7 projektu ustawy Agencja będzie zobowiązana do prowadzenia odrębnej ewidencji księgowej dla działalności związanej z celami publicznymi oraz dla działalności związanej z celami typowo gospodarczymi, a także działalności finansowanej ze środków unijnych. Odrębna, dokonana w prawidłowy sposób ewidencja m.in. działalności finansowanej ze środków unijnych, ma być gwarancją rzetelnego i terminowego rozliczenia wydatków kwalifikowanych. Księgowe wyodrębnienie operacji w projektach finansowanych dotacją w znacznym stopniu ułatwia też kontrolę prawidłowości jej wykorzystania.

Specyfika funkcjonowania Agencji wymaga także wprowadzenia szczególnych regulacji dotyczących możliwości sfinansowania przez Agencję z dotacji celowych do 100% planowanej wartości kosztorysowej inwestycji (art. 8). Nie wydaje się, aby jej działalność była prowadzona w takiej skali i z takim zyskiem, aby mogło to generować znaczące kwoty pozwalające Agencji na sfinansowanie wydatków inwestycyjnych. Głównym celem Agencji jest realizacja celu publicznego, jakim jest promocja polskiej gospodarki. Agencja będzie zatem służyć realizacji określonych w ustawie zadań

publicznych i jej działalność nie będzie nastawiona na zysk. Wskazać przy tym należy, że jakkolwiek regulacja przewiduje możliwość przejęcia przez Agencję mienia znajdującego się w zarządzie likwidowanych jednostek WPHI i w pełni sfinansowanie z nich wydatków inwestycyjnych, tak z uwagi na zakładany czas likwidacji tych jednostek (proces będzie następował etapowo) może wystąpić sytuacja, w której Agencja będzie zmuszona sfinansować wydatki inwestycyjne w całości z kosztów dotacji. Analogiczne rozwiązanie przyjęto w art. 10 ust. 1 ustawy z dnia 29 kwietnia 2016 r. o szczególnych zasadach wykonywania niektórych zadań z zakresu informatyzacji działalności organów Krajowej Administracji Skarbowej (Dz. U. poz. 781, 1948 i 2260).

Wprowadzona projektowanym art. 9 zmiana ustawy z dnia 16 grudnia 2016 r. o zasadach zarządzania mieniem państwowym (Dz. U. poz. 2259, z późn. zm.) w art. 2 pkt 8 lit. d jest konsekwencją zmiany nazwy PAiIZ.

W art. 10 projektu ustawy zawarto regulacje dotyczące zasad likwidacji WPHI, które docelowo mają zostać zastąpione nowymi zagranicznymi biurami handlowymi Agencji. Zgodnie z art. 10 ust. 1 projektu ustawy minister właściwy do spraw gospodarki dokona likwidacji WPHI nie później niż w terminie 36 miesięcy od dnia wejścia w życie ustawy. Jest to termin pozwalający na sprawne i w pełni skuteczne przeprowadzenie procesu likwidacji wszystkich WPHI. W tym celu przygotowany został, przez powołany zarządzeniem Ministra Rozwoju i Finansów Zespół do spraw likwidacji Wydziałów Promocji Handlu i Inwestycji, harmonogram likwidacji WPHI na 2017 r., uwzględniający m.in. wymogi formalnej rejestracji nowych biur handlowych. Kolejne harmonogramy likwidacji WPHI będą ustalane dla każdego roku oddzielnie, biorąc pod uwagę zakres zadań planowanych do realizacji na danym rynku oraz formalno-prawne i finansowe uwarunkowania dotyczące likwidacji danej jednostki (m.in. czas trwania umów najmu, podatki). Harmonogramy te będą przekazywane z odpowiednim wyprzedzeniem ministrowi właściwemu do spraw zagranicznych w celu umożliwienia odpowiedniego przygotowania się do wprowadzanych zmian.

Zagraniczne biura handlowe są już tworzone, w pierwszej kolejności w krajach, w których WPHI nie funkcjonują. Będzie to proces przejściowy, niezbędny do dokonania formalnej rejestracji nowych biur handlowych.

Minister właściwy do spraw gospodarki będzie podejmował także decyzje o przeznaczeniu mienia znajdującego się w zarządzie likwidowanego WPHI oraz należnościach, zobowiązaniach i środkach zgromadzonych na wydzielonym rachunku

bankowym likwidowanego WPHI. Zgodnie z projektowanym art. 10 ust. 2 do likwidacji WPHI stosuje się art. 12 ustawy z dnia 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych, z tym że:

- 1) nie stosuje się wymogu porozumienia z Ministrem Finansów, o którym mowa w art. 12 ust. 3 ustawy z dnia 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych;
- 2) mienie znajdujące się w zarządzie likwidowanego WPHI, w tym środki zgromadzone na wydzielonym rachunku bankowym likwidowanego WPHI, mogą być przeznaczone dla Agencji;
- 3) przekazanie mienia Agencji może wiązać się z przejściem przez Agencję należności i zobowiązań tego wydziału;
- 4) w przypadku gdy mienie znajdujące się w zarządzie likwidowanego wydziału nie będzie przeznaczone dla Agencji, decyzja o przeznaczeniu tego mienia będzie podejmowana po zasięgnięciu opinii ministra właściwego do spraw zagranicznych.

W art. 11 projektu ustawy zawarto regulacje, które wprost określą maksymalny limit wydatków budżetu państwa będący skutkiem finansowym ustawy. Przewiduje się, że w 2017 r. Agencja będzie potrzebowała na realizację zadań publicznych środków w wysokości 45,5 mln zł (koszty centrali Agencji i koszty otwarcia i funkcjonowania zagranicznych biur handlowych). Budżet Agencji na rok 2017 zostanie pokryty ze środków budżetu państwa przeznaczanych dotychczas na działalność PAliIZ w wysokości 10,5 mln zł oraz 35 mln zł środków ujętych w rezerwie celowej budżetu państwa przeznaczonych na rozwój nowych obszarów działalności Agencji. Proponowana zmiana nie zwiększa deficytu budżetowego w 2017 r., ale będzie wymagała zmiany przeznaczenia rezerwy celowej.

Przewiduje się, że ustawa wejdzie w życie po upływie 7 dni od dnia ogłoszenia (art. 12). Konieczność niezwłocznego wdrożenia projektowanych rozwiązań, w zakresie wykonywania zadań z zakresu promocji polskiej gospodarki, przemawia za jak najszybszym wejściem w życie ustawy i nie stoi w sprzeczności z zasadami państwa prawnego, o których mowa w art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 20 lipca 2000 r. o ogłaszaniu aktów normatywnych i niektórych innych aktów prawnych (Dz. U. z 2016 r. poz. 296 i 1579), oraz uzasadnia odstępianie od wynikającej z postanowień uchwały nr 20 Rady Ministrów z dnia 18 lutego 2014 r. w sprawie zaleceń ujednoczenia terminów wejścia w życie niektórych aktów normatywnych (M.P. poz. 205) zasady ustalania na dzień 1 stycznia albo 1 czerwca daty wejścia w życie przepisów określających warunki prowadzenia działalności gospodarczej.

Ocena przewidywanego wpływu projektu na działalność mikroprzedsiębiorców oraz małych i średnich przedsiębiorców

Projekt ustawy będzie miał pozytywny wpływ na działalność mikroprzedsiębiorców oraz małych i średnich przedsiębiorców. Ułatwiony zostanie dostęp do wsparcia dla MŚP, a wsparcie dotychczas świadczone nieodpłatnie przez WPHI będzie nadal świadczone nieodpłatnie.

Proponowane rozwiązanie stworzy system, który w sposób zintegrowany będzie oferował wsparcie dla polskiego przedsiębiorcy w obszarze internacjonalizacji oraz inwestycji w kraju. Polska firma, dzięki nowo powstałej instytucji, otrzyma narzędzia, które pomogą jej pokonać główne przeszkody w rozpoczęciu działalności za granicą takie jak: brak wiedzy o rynkach zagranicznych, pozyskanie i weryfikacja kontrahentów zagranicznych, niska świadomość brandu polskich produktów. Dzięki sieci nowych zagranicznych biur handlowych zapewniona zostanie obsługa polskich firm na rynkach odległych, a przez to trudnych dla polskiego biznesu, w szczególności w Azji i Afryce. Za pośrednictwem Agencji będą także oferowane instrumenty finansowe grupy PFR, dzięki czemu każdy zainteresowany przedsiębiorca otrzyma kompletną ofertę wsparcia państwa dla polskiego eksportera oraz inwestora i inwestora zagranicznego.

PAIH, będąc centralnym elementem nowej polityki inwestycyjnej państwa, będzie w sposób bardziej efektywny przyciągać najlepsze inwestycje. Szczególne wsparcie państwa w tym obszarze będzie kierowane w stronę firm innowacyjnych, które gwarantują powstanie wysokiej wartości dodanej na terenie naszego kraju. Dzięki akumulacji kapitału firmy będą mogły podejmować nowe innowacyjne działania, które pozwolą wypromować Polskę jako kraj o nowoczesnych i innowacyjnych produktach i usługach.

Projektowane rozwiązania są kierowane do wszystkich przedsiębiorców i każdy z nich będzie miał równy dostęp do oferowanego wsparcia. Projektowana ustawa nie nakłada żadnych dodatkowych obciążeń i obowiązków na mikroprzedsiębiorców oraz małych i średnich przedsiębiorców.

Zawarte w projekcie regulacje nie stanowią przepisów technicznych w rozumieniu rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 23 grudnia 2002 r. w sprawie sposobu funkcjonowania krajowego systemu notyfikacji norm i aktów prawnych (Dz. U. poz. 2039 oraz z 2004 r. poz. 597), dlatego też projekt nie podlega procedurze notyfikacji.

Stosownie do art. 4 ustawy z dnia 7 lipca 2005 r. o działalności lobbingsowej w procesie stanowienia prawa (Dz. U. z 2017 r. poz. 248) projekt został umieszczony w Wykazie prac legislacyjnych Rady Ministrów pod numerem UD210. Projekt został udostępniony również w Biuletynie Informacji Publicznej na stronie Ministerstwa Rozwoju. Żaden z podmiotów nie zgłosił zainteresowania pracami nad projektem ustawy w trybie ww. ustawy.

Zapewnienie nowej instytucji – Agencji stabilnych warunków funkcjonowania i tworzenia zagranicznych biur handlowych wymaga pilnego procedowania projektu. Jednocześnie ze względu na wąski zakres podmiotowy projektu ustawy, wewnętrzną sferę regulacji, która dotyczy instytucji w obrębie administracji publicznej, brak szerszych skutków społecznych, jakie może wywołać jego wejście w życie, odstąpiono od poddawania projektu konsultacjom publicznym i opiniowaniu. Przyjęty model ekspansji zagranicznej polskich przedsiębiorstw powstał m.in. na bazie konsultacji z polskimi firmami. Powyższe działanie nastąpi bez uszczerbku dla funkcjonowania ustawy i w zgodzie z uchwałą nr 190 Rady Ministrów z dnia 29 października 2013 r. – Regulamin pracy Rady Ministrów (M.P. z 2016 r. poz. 1006 i 1204).

Projekt ustawy nie jest sprzeczny z prawem Unii Europejskiej.

<p>Nazwa projektu Ustawa o wykonywaniu zadań z zakresu promocji polskiej gospodarki przez Polską Agencję Inwestycji i Handlu Spółka Akcyjna</p> <p>Ministerstwo wiodące i ministerstwa współpracujące Ministerstwo Rozwoju</p> <p>Osoba odpowiedzialna za projekt w randze Ministra, Sekretarza Stanu lub Podsekretarza Stanu Tadeusz Kościński, Podsekretarz Stanu w Ministerstwie Rozwoju</p> <p>Kontakt do opiekuna merytorycznego projektu Ewa Swędrowska, Zastępca Dyrektora Departamentu Polityki Eksportowej w Ministerstwie Rozwoju, ewa.swedrowska@mr.gov.pl</p>	<p>Data sporządzenia 14.02.2017 r.</p> <p>Źródło: uchwała nr 14/2016 Rady Ministrów z dnia 16 lutego 2017 r. w sprawie przyjęcia „Planu na rzecz odpowiedzialnego rozwoju”</p> <p>Nr w wykazie prac UD210</p>
---	--

OCENA SKUTKÓW REGULACJI

1. Jaki problem jest rozwiązywany?

Istotnym problemem w procesie promocji i wspierania polskich przedsiębiorstw za granicą jest jego instytucjonalna słabość, to jest brak profesjonalnego podmiotu realizującego zadania z zakresu promocji polskiej gospodarki we współpracy z siecią zagranicznych biur handlowych. Dotychczas niektóre zadania związane z promocją polskiej gospodarki realizowała Polska Agencja Inwestycji i Inwestycji Zagranicznych Spółka Akcyjna (PAIiZ), odpowiedzialna głównie za zadania z zakresu obsługi projektów inwestycyjnych w Polsce, a także Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP) realizująca część zadań wspierających eksport.

W obszarze działań promocyjnych za granicą zauważalnym problemem jest obecna struktura Wydziałów Promocji Handlu i Inwestycji nadzorowanych przez ministra właściwego do spraw gospodarki. Struktura nie jest dostosowana do potrzeb polskich przedsiębiorców i nie odpowiada wymogom nowej polityki rządu ukierunkowanej na wzmocnienie aktywności polskich przedsiębiorców na rynkach pozaeuropejskich (na 49 WPHI aż 29 udziela wsparcia w Europie). Dodatkowo WPHI były tworzone w stolicach państw przy ambasadach RP, a nie w centrach prowadzenia działalności gospodarczej.

Wobec powyższego istnieje potrzeba skupienia zadań realizowanych w obszarach promocji polskiej gospodarki w jednej instytucji, która stanie się punktem pierwszego kontaktu dla eksportera i inwestora i stanowić będzie centrum wiedzy dla przedsiębiorcy planującego rozwój działalności inwestycyjnej bądź eksportowej. W swej działalności za granicą instytucja ta powinna wykorzystywać nową sieć zagranicznych biur handlowych, dostosowanych w formie organizacyjno-prawnej do lokalnych uwarunkowań prawnych i ekonomicznych.

2. Rekomendowane rozwiązanie, w tym planowane narzędzia interwencji, i oczekiwany efekt

Rekomendowanym rozwiązaniem jest skupienie zadań realizowanych w obszarach promocji polskiej gospodarki, w tym wspierania rozwoju eksportu i inwestycji polskich za granicą, wspierania napływu bezpośrednich inwestycji zagranicznych oraz wspierania polskich inwestycji w kraju, w jednej instytucji.

To właśnie Polska Agencja Inwestycji i Handlu Spółka Akcyjna (PAIH; funkcjonująca do 2 lutego 2017 r. pod nazwą PAIiZ) stanie się punktem pierwszego kontaktu dla eksportera i inwestora i stanowić będzie centrum wiedzy dla przedsiębiorcy planującego rozwój działalności inwestycyjnej bądź eksportowej. Oferta PAIH dla przedsiębiorców będzie obejmować spójny system promocji polskich firm i towarów za granicą, wsparcie analityczne, doradztwo kooperacyjne, doradztwo lokalizacyjne oraz pełnienie roli rzeczownika inwestora.

PAIH, obok Korporacji Ubezpieczeń Kredytów Eksportowych S.A. (KUKE), Banku Gospodarstwa Krajowego (BGK), Polskiego Funduszu Rozwoju S.A. (PFR), Agencji Rozwoju Przemysłu S.A. (ARP) oraz Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP), będzie wchodziła w skład Grupy Polskiego Funduszu Rozwoju. W tym kontekście PAIH, dzięki opracowywanym procedurom wymiany informacji między członkami grupy PFR, będzie nie tylko oferować swoje usługi doradcze i promocyjne, ale także promować wśród swoich klientów instrumenty pozostałych instytucji grupy PFR (finansowanie obrotowe i inwestycyjne w kraju i za granicą, ograniczanie ryzyka, wsparcie dla systemu innowacji) w celu przygotowania kompleksowej oferty dla przedsiębiorcy. PAIH będzie także, w ścisłej współpracy z ministrem właściwym do spraw gospodarki, pośredniczyć w oferowaniu instrumentów wsparcia państwa dla inwestora.

Z uwagi na konieczność wzmocnienia działań promocyjnych zarówno w kraju, jak i za granicą w swej działalności PAIH wykorzystywać będzie sieć nowych zagranicznych biur handlowych (docelowo w liczbie 69), które w formie prawnej i organizacyjnej zostaną dostosowane do lokalnych uwarunkowań prawnych i ekonomicznych (oddziały lub spółki prawa handlowego) i zastąpią obecnie funkcjonujące 49 WPHI. W tym celu przygotowany jest spójny harmonogram likwidacji WPHI wraz z harmonogramem tworzenia nowych zagranicznych biur handlowych, uwzględniający m.in. wymogi formalnej rejestracji nowych biur handlowych. Te ostatnie są już tworzone w pierwszej kolejności w krajach pozaeuropejskich, w których WPHI nie funkcjonują (m.in. Wietnam, Kenia, Iran, Singapur). Są to kraje, które często notują znacznie wyższe wskaźniki wzrostu PKB i obrotów handlowych (w tym importu) niż

rynki unijne oraz posiadają jeszcze niezagospodarowany potencjał popytu wewnętrznego. Zakłada się, że proces likwidacji WPHI i tworzenia biur handlowych będzie trwał maksymalnie 36 miesięcy, licząc od dnia wejścia w życie ustawy.

Postanowiono, że PAIH pozostanie spółką akcyjną. Zapewnia to spójność tej formy prawnej z pozostałymi członkami Grupy PFR, większą elastyczność takiej instytucji, a także szybsze dostosowywanie się do potrzeb przedsiębiorców, także poprzez biznesowy sposób funkcjonowania zagranicznych biur handlowych. Forma taka umożliwi również działalność na zasadach komercyjnych, przyspieszenie procesów decyzyjnych oraz tworzenie zagranicznych biur handlowych w formie oddziałów lub spółek prawa handlowego.

Ustawowe wskazanie zadań PAIH wynika z potrzeby uporządkowania i konsolidacji działań na rzecz wsparcia polskich przedsiębiorców w obszarze promocji polskiej gospodarki wskazanej w Strategii na rzecz Odpowiedzialnego Rozwoju (SOR). Obecnie funkcjonujące wsparcie w tym obszarze jest rozproszone, a przez to działania nie są realizowane w sposób optymalny i czytelny dla przedsiębiorców. Ustawa wskaże jednocześnie podstawę prawną do przyznania PAIH finansowania, w tym dotacji podmiotowej, która jest konieczna do funkcjonowania PAIH (zagwarantuje odpowiednie zaplecze finansowe, kadrowe i organizacyjne), a także dotacji celowej, i zabezpieczy Agencji środki na świadczenie bezpłatnych usług dla przedsiębiorców. Brak jednoznacznej podstawy prawnej do przyznawania PAIH dotacji celowej podnoszony był podczas dotychczas przeprowadzonych kontroli NIK.

Efektom podjętych działań będzie intensyfikacja działań na rzecz utrzymania średniorocznego tempa wzrostu wartości polskiego eksportu, w tym wzrostu udziału eksportu wyrobów wysokiej techniki w eksporcie ogółem, a także zwiększenia polskich inwestycji w kraju i za granicą oraz bezpośrednich inwestycji zagranicznych w Polsce.

3. Jak problem został rozwiązany w innych krajach, w szczególności krajach członkowskich OECD/UE?

W większości państw świata i we wszystkich państwach wysoko rozwiniętych wspieranie eksportu i przyciąganie inwestycji jest całościowo powierzane wyspecjalizowanym podmiotom – agencjom lub instytutom rządowym. Jednostki te funkcjonują w różnych formach organizacyjno-prawnych, od spółek prawa handlowego poprzez agencje publiczno-prywatne, agencje prywatne, po pół-autonomiczne instytucje podlegające odpowiednim ministerstwom. Mimo różnych modeli funkcjonowania większość z nich podlega bezpośrednio pod ministerstwo właściwe dla spraw promocji gospodarczej.

Główną rolę we wspieraniu węgierskiego eksportu odgrywa agencja Hungarian National Trading House (HNTH), która ma być samowystarczalna finansowo. Podlega ona Ministerstwu Spraw Zagranicznych i Handlu (MSZiH), koordynującemu działalność wszystkich instytucji zaangażowanych w promocję węgierskiej gospodarki na świecie. Koncentruje się na współpracy z MŚP i firmami innowacyjnymi, m.in. świadcząc usługi konsultingowe czy pomagając przy zawieraniu transakcji. Pracownicy HNTH nie mają statusu dyplomatów. Działania agencji są uzupełniane przez instytucje oferujące usługi finansowe: Hungarian Export-Import Bank (Eximbank) i Hungarian Export Credit Insurance (odpowiednik KUKI), również nadzorowane przez MSZiH. HNTH ma formę spółki (której podlegają mniejsze podmioty) z większościowym kapitałem publicznym i niewielkim udziałem Węgierskiej Izby Przemysłowo-Handlowej (odpowiednika polskiej KIG). Usługi HNTH są bezpłatne, jednak w przypadku podpisania umowy z podmiotem zagranicznym w wyniku działań agencji pobiera ona ustaloną indywidualnie prowizję. Placówki HNTH (w ponad 40 krajach, głównie w Azji i Afryce) funkcjonują równolegle z wydziałami ekonomicznymi węgierskich ambasad. Ponadto wsparcia udzielają również biura regionalne HNTH na Węgrzech.

Także w Czechach zadania proeksportowe i proinwestycyjne zlecone zostały specjalnej instytucji – Czech Trade Promotion Agency (CzechTrade), podporządkowanej Ministerstwu Przemysłu i Handlu). Ma ona status organizacji dotowanej z budżetu państwa, lecz nie jest instytucją rządową. Agencja dostarcza informacji rynkowych i usług doradczych w ramach sieci biur w niemal 50 krajach (głównie w Europie). Część usług, dopasowanych do potrzeb klienta, jest płatna. W zależności od placówki pracownicy agencji mogą mieć status dyplomatów, jeżeli są ku temu praktyczne przesłanki (np. ułatwienia wizowe). CzechTrade współpracuje też z publicznymi instytucjami finansowymi, takimi jak Czech Export Bank czy EGAP, skupiający się na ubezpieczeniu transakcji na ryzykownych rynkach, gdzie oferta komercyjna jest niewystarczająca. Działalność agencji podlega weryfikacji w formie rocznych sprawozdań – wyniki mogą wpływać np. na wielkość jej budżetu czy wynagrodzenia pracowników.

W Niemczech całość zadań z zakresu eksportu i inwestycji została powierzona Niemieckiemu Towarzystwu Handlu Zagranicznego i Promocji Inwestycji (*Gesellschaft für Außenwirtschaft und Standortmarketing mbH* – GTAI), które powstało w 2009 r. w wyniku połączenia Federalnej Agencji Handlu Zagranicznego (*Bundesagentur für Außenwirtschaft* – BFAI) oraz spółki Invest in Germany GmbH. Funkcjonuje ono w formie niemieckiej agencji rządowej. Obecnie posiada dwie siedziby: w Bonn – odpowiedzialną za analizę informacji gospodarczych, prawnych i podatkowych oraz w Berlinie, której zadaniem jest promocja inwestycji zagranicznych w Niemczech. Agencja prowadzi portal explos.de, który służy promocji eksportu, jak i inwestycji w kraju.

Wzorem GTAI Polska Agencja Inwestycji i Handlu S.A. powinna skupiać kompetencje związane z eksportem i inwestycjami. Zapewni to kompleksowość oferty. W związku z tym, że nadzór nad Agencją będzie sprawować minister właściwy do spraw gospodarki, jako podmiot odpowiedzialny m.in. za promocję gospodarki, w tym za wspieranie eksportu, inwestycji polskich za granicą i w kraju oraz wspieranie bezpośrednich inwestycji zagranicznych, zwiększy się skuteczność realizowanych przez nią zadań.

4. Podmioty, na które oddziałuje projekt			
Grupa	Wielkość	Źródło danych	Oddziaływanie
Ministerstwo Rozwoju	1		Sprawowanie przez ministra właściwego do spraw gospodarki nadzoru nad Agencją, realizującą zadania z obszaru promocji polskiej gospodarki.
Przedsiębiorstwa krajowe podejmujące działalność eksportową	Ok. 81,9 tys. (tj. 4,6%) wszystkich przedsiębiorstw, w tym ok. 66,9% dużych, 47,3% średnich, 31,5% małych i 3,1% mikroprzedsiębiorstw prowadzących działalność eksportową w zakresie wyrobów, oraz ok. 16,5 tys. (tj. 0,9%) wszystkich przedsiębiorstw, w tym ok. 54,3% dużych, 22,4% średnich, 8,1% małych i 0,4% mikroprzedsiębiorstw prowadzących działalność eksportową w zakresie usług	„Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2013–2014”, PARP, Warszawa, 2015, s. 30	Dostęp do rzetelnych informacji oraz opieki doradczej umożliwiającej dalszy rozwój przedsiębiorstw poprzez ekspansję zagraniczną oraz możliwość inwestowania na zagranicznych rynkach.
Przedsiębiorstwa krajowe planujące rozpoczęcie działalności międzynarodowej	Ok. 144 tys. (tj. 7,86%) wszystkich przedsiębiorstw, w tym 4,3% dużych, 5,5% średnich, 11,54% małych i 7,7% mikroprzedsiębiorstw	„Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2013–2014”, PARP, Warszawa, 2015, s. 95.	Dostęp do rzetelnych informacji umożliwiających dalszy rozwój przedsiębiorstw poprzez ekspansję zagraniczną.
Potencjalni inwestorzy zagraniczni w Polsce			Zwiększenie zainteresowania inwestowaniem w Polsce przez zagranicznych inwestorów.
Wydziały Promocji Handlu i Inwestycji	49		Likwidacja Wydziałów Promocji Handlu i Inwestycji.

5. Informacje na temat zakresu, czasu trwania i podsumowanie wyników konsultacji

Zapewnienie nowej instytucji – Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu S.A. stabilnych warunków funkcjonowania i tworzenia zagranicznych biur handlowych wymaga pilnego procedowania projektu. Jednocześnie ze względu na wąski zakres podmiotowy projektu ustawy, wewnętrzną sferę regulacji, która dotyczy instytucji w obrębie administracji publicznej, brak szerszych skutków społecznych, jakie może wywołać jego wejście w życie, odstąpiono od poddawania projektu konsultacjom publicznym i opiniowaniu. Powyższe działanie nastąpi bez uszczerbku dla funkcjonowania ustawy i w zgodzie z uchwałą nr 190 Rady Ministrów z dnia 29 października 2013 r. – Regulamin pracy Rady Ministrów (M.P. z 2016 r. poz. 1006 i 1204).

6. Wpływ na sektor finansów publicznych

(ceny stałe z ... r.)	Skutki w okresie 10 lat od wejścia w życie zmian [mln zł]												
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Łącznie (0–10)	
Dochody ogółem													
budżet państwa													
JST													
pozostałe jednostki (oddzielnie)													
Wydatki ogółem	35	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	35	
budżet państwa – wydatki na WPFI i PAIiZ	-10,5	-45,5	-71,7	-102,5	-102,5	-102,5	-102,5	-102,5	-102,5	-102,5	-102,5	-947,7	
budżet państwa – wydatki na PAIH	+45,5	+45,5	+71,7	+102,5	+102,5	+102,5	+102,5	+102,5	+102,5	+102,5	+102,5	+982,7	
JST													

pozostałe jednostki (oddzielnie)												
Saldo ogółem	-35	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-35
budżet państwa												
JST												
pozostałe jednostki (oddzielnie)												

Źródła finansowania	<p>Dotychczasowy poziom finansowania z budżetu państwa systemu wspierania eksporterów zostanie zachowany. Na środki przedstawione w powyższej tabeli, w latach 1–10 od wejścia w życie zmian, składają się: 91,5 mln zł istniejących w budżecie państwa środków dotychczas przeznaczanych na funkcjonowanie i działalność promocyjną WPHI oraz 10,5 mln zł istniejących w budżecie państwa środków dotacji celowej dotychczas przekazywanej PAIiIZ na działalność proinwestycyjną.</p> <p>Z uwagi na uruchomienie nowych zagranicznych biur handlowych już w 2016 r. i 2017 r., niezbędne jest, aby kwota dotacji dotychczas przekazywanych została w roku wejścia w życie ustawy, tj. w 2017 r., zwiększona o dodatkowe 35 mln zł z budżetu państwa. Dodatkowa kwota jest niezbędna, gdyż planowana likwidacja WPHI przyniesie oszczędności dopiero w 2018 r.</p> <p>W kolejnych latach wydatki ponoszone przez PAIH zostaną pokryte ze środków obecnie przeznaczanych na funkcjonowanie systemu WPHI oraz na realizację zadań przez PAIiIZ. Proces likwidacji WPHI i otwierania zagranicznych biur handlowych zostanie tak skoordynowany, aby nie dublowały się koszty ponoszone na danym rynku.</p>
Dodatkowe informacje, w tym wskazanie źródeł danych i przyjętych do obliczeń założeń	<p>Należy podkreślić, że regulacja zwiększy poziom obciążenia budżetu państwa o 35 mln zł wyłącznie w 2017 r., natomiast wydatki ponoszone przez budżet w następnych latach nie zwiększą się, w porównaniu do roku 2016, i będą wynosić 102,5 mln zł.</p> <p>Wsparcie w zakresie zadań świadczonych w ogólnym interesie gospodarczym będzie przez Agencję realizowane bezpłatnie. Agencja oraz zagraniczne biura handlowe będą świadczyły usługi na rzecz przedsiębiorców wynikające z „Katalogu standardowych usług świadczonych nieodpłatnie na rzecz polskich przedsiębiorców przez Wydziały Promocji Handlu i Inwestycji Ambasad i Konsulatów RP WPHI” opracowanego w czerwcu 2014 r. Realizacja ww. zadań będzie finansowana z dotacji przekazywanych Agencji przez ministra właściwego do spraw gospodarki.</p> <p>Stopniowo, wraz ze wzrostem potencjału Agencji, będą wprowadzane usługi płatne. Planowane jest wprowadzenie odpłatności za usługi „szyte na miarę”, na zamówienie konkretnego przedsiębiorcy, takie jak opracowanie analizy rynku czy też <i>matchmaking</i> i poszukiwanie partnerów biznesowych pod konkretne działanie biznesowe.</p> <p>Wprowadzenie usług płatnych zgodne jest z najlepszymi światowymi praktykami w zakresie wsparcia umiędzynarodowienia przedsiębiorstw. Umożliwia zaoferowanie przedsiębiorcy rozwiązań zgodnie z jego potrzebami, które nie mogłyby zostać sfinansowane ze środków publicznych. Rozwiązanie takie profesjonalizuje usługi Agencji oraz umożliwia selekcję przedsiębiorców, którzy posiadają biznesowo uzasadnione plany na rozwój. Opłaty te będą stanowić uzupełnienie przychodów Agencji z budżetu państwa.</p> <p>PAIiIZ realizowała zadania głównie z zakresu obsługi projektów inwestycyjnych w Polsce, opieki poinwestycyjnej i działań na rzecz reinwestycji, a także informacji gospodarczej, finansowane przez Ministerstwo Rozwoju w wysokości ok. 10,5 mln zł rocznie. Przewiduje się, że zakres ww. zadań zwiększy się o działania proeksportowe związane przede wszystkim ze wsparciem internacjonalizacji polskich przedsiębiorstw. Będą to zadania obejmujące m.in. prowadzenie jednolitego portalu informacyjnego dla przedsiębiorców zapewniającego dostęp do bazy danych i wiedzy, organizację zagranicznych misji gospodarczych sprofilowanych pod kątem konkretnych branż i firm, realizację programów wsparcia dedykowanych poszczególnym rynkom lub branżom, opracowywanie strategii wejścia firm na rynki zagraniczne, dokonywanie weryfikacji kontrahentów zagranicznych, a także wspieranie polskich przedsiębiorców na wybranych rynkach poprzez świadczenie standardowych usług zwiększających dostępność do informacji (pomoc w znalezieniu kontrahentów, zebranie informacji o certyfikatach, cłach, logistyce, pomoc przy wyborze optymalnej formy prawnej na podjęcie działalności na zagranicznym rynku, uzyskanie dostępu do baz danych, analizy rynkowe itp.). Rozszerzana będzie także funkcjonująca już obecnie działalność związana z obsługą inwestorów, szczególnie w kontekście nowej polityki inwestycyjnej zawartej w SOR, której Agencja ma być kluczowym elementem.</p> <p>PAIH będzie częścią Grupy Polskiego Funduszu Rozwoju, więc pracownicy PAIH będą też pośredniczyć w ofercie pozostałych członków Grupy PFR, w celu zaprezentowania polskiemu przedsiębiorcy pełnej oferty instrumentów wsparcia w działalności inwestycyjnej oraz eksportowej.</p>

<p>W celu realizacji ww. zadań Agencja stworzy sieć nowych biur handlowych za granicą (docelowo ok. 69). Rozbudowany zostanie zespół wsparcia eksportu i zbudowany zespół wspierający przedsiębiorców w inwestycjach za granicą.</p> <p>Mając na uwadze powyższe, należy zapewnić Agencji dodatkowe zasoby finansowe, jakich potrzebuje do skutecznego wypełniania ww. zadań, w szczególności, że będzie je świadczyła nieodpłatnie, w ogólnym interesie gospodarczym.</p> <p>W 2017 r. Agencja będzie potrzebowała na realizację zadań publicznych środków w wysokości 45,5 mln zł, w tym:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) koszty centrali Agencji: 22,5 mln zł, 2) koszty otwarcia i funkcjonowania zagranicznych biur handlowych: 23 mln zł. <p>Do wyliczeń przyjęto, że Agencja w 2017 r. osiągnie poziom zatrudnienia na poziomie 142 etatów.</p> <p>Koszty te zostaną pokryte ze środków budżetu państwa przeznaczanych dotychczas na działalność PAIiIZ w wysokości 10,5 mln zł oraz 35 mln zł nowych środków z budżetu państwa przeznaczonych na rozwój nowych obszarów działalności Agencji.</p> <p>Pozwoli to na utrzymanie 6 zagranicznych biur handlowych tworzonych w 2016 r. oraz otwarcie nowych 12 w 2017 r. Wskazać przy tym należy, że koszt uruchomienia każdego z zagranicznych biur handlowych pociąga za sobą jednorazowe wydatki różniące się w zależności od lokalizacji biura, a koszt jego funkcjonowania będzie się różnił w zależności od ogólnych warunków prawnych, politycznych i ekonomicznych panujących na danym runku.</p> <p>Przyjmuje się, że ww. koszty funkcjonowania centrali Agencji (22,5 mln zł) związane z realizacją ustawowo określonych zadań będą utrzymane w kolejnych latach.</p> <p>Koszty związane z otwieraniem i funkcjonowaniem zagranicznych biur handlowych w kolejnych latach zostaną pokryte ze środków obecnie przekazywanych z budżetu państwa części 20 – gospodarka na działalność WPHI. Agencja będzie przejmować także należności, zobowiązania i środki zgromadzone na rachunku likwidowanych jednostek. Założeniem jest bowiem likwidacja WPHI i wykorzystanie ww. zasobów oraz mienia, pozostających po ich likwidacji na działalność nowych zagranicznych biur handlowych. Likwidowanie WPHI będzie następowało w okresie 36 miesięcy od dnia wejścia w życie ustawy. Zatem wzrost środków przeznaczonych na działalność nowych biur będzie uzależniony od harmonogramu likwidacji WPHI. W 2016 r. na utrzymanie i działalność promocyjną 49 WPHI została przeznaczona kwota w wysokości ok. 91,5 mln zł (83,2 mln zł środków przekazywanych na działalność WPHI za granicą i 8,3 mln zł środków MR związanych z nadzorem nad WPHI). W kolejnych latach wraz ze stopniowym likwidowaniem WPHI środki będą przekazywane do budżetu PAIH oraz tworzonych przez nią biur handlowych. Aby ograniczyć dublowanie zadań i kosztów, harmonogram tworzenia biur zostanie skorelowany z likwidacją WPHI.</p> <p>W sumie po likwidacji wszystkich WPHI Agencja będzie dysponowała środkami z budżetu państwa w wysokości ok. 102,5 mln zł (91,5 mln ze środków dotychczas przekazywanych na WPHI oraz 10,5 mln ze środków dotacji celowej dotychczas przekazywanej PAIiIZ), przy czym 22,5 mln zł zostaną przeznaczone na funkcjonowanie centrali Agencji, a 80 mln zł na funkcjonowanie zagranicznych biur handlowych. Zakłada się przy tym, że funkcjonowanie jednego zagranicznego biura handlowego będzie średnio tańsze od funkcjonowania jednego WPHI, ze względu na lepsze wykorzystanie środków (mniejsze biura, więcej pracowników lokalnych, bardziej wydajna polityka transportowa itp.).</p> <p>Korzyści planowanej zmiany:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Większa liczba zagranicznych biur handlowych Agencji w stosunku do sieci WPHI przełoży się na większą sieć wsparcia dla polskiego biznesu za granicą, przy utrzymaniu obciążenia budżetu państwa na tym samym poziomie. 2) Głównym zadaniem zagranicznych biur handlowych, w przeciwieństwie do WPHI, będzie realne wsparcie polskich przedsiębiorców w prowadzeniu działalności gospodarczej za granicą. 3) Nowe zagraniczne biura handlowe, inaczej niż część WPHI, funkcjonować będą w wynajętych pomieszczeniach. Zapewni to większą elastyczność co do lokalizacji i powierzchni wykorzystywanej przez placówkę. W rezultacie, w celu lepszej współpracy z biznesem, w niektórych państwach możliwe będzie przeniesienie siedziby placówki do lokalizacji będącej faktycznym centrum biznesowym danego kraju (np. z Montrealu do Toronto w Kanadzie czy z Johannesburga do Kapsztadu w RPA). 4) Wraz z likwidacją WPHI do dyspozycji państwa powróci 26 nieruchomości w 20 miastach, o łącznej powierzchni 15500 m², które będą mogły zostać wykorzystane w celu realizacji misji publicznej w innych obszarach. 5) Agencja rozszerzy swój obszar działania. PAIiIZ odpowiedzialna była za promocję polskiej gospodarki oraz przyciąganie inwestycji zagranicznych. PAIH realizować będzie zadanie wsparcia

	<p>polskiego eksportu, polskich inwestycji w kraju i inwestycji zagranicznych oraz będzie centralną instytucją w nowej polityce inwestycyjnej państwa.</p> <p>W rezultacie zmiany systemu wsparcia polski przedsiębiorca otrzyma realne wsparcie państwa w ekspansji zagranicznej na całym świecie oraz profesjonalną i nakierowaną na klienta obsługę w centrali Agencji.</p> <p>Mając przy tym na uwadze, że ustawowo określone zadania Agencji będą finansowane z dotacji podmiotowej i dotacji celowej, zasady ich udzielania, rozliczania oraz zwrotu będą podlegać ustawie o finansach publicznych. Szczegółowy zakres zadań, terminy ich realizacji, wskaźniki monitorowania realizacji oraz kosztorys będą każdorazowo określone w umowie dotacyjnej, którą minister właściwy do spraw gospodarki zawierać będzie z Agencją.</p> <p>Zakłada się, że w zakresie dotacji podmiotowej Agencja będzie co miesiąc wnioskowała o wypłatę środków dotacyjnych, a co kwartał będzie je rozliczała na podstawie sprawozdań. W przypadku dotacji celowej, Agencja również będzie zobowiązana do przedstawiania kwartalnych sprawozdań z realizacji zadań pod względem merytorycznym i finansowym.</p>
--	---

7. Wpływ na konkurencyjność gospodarki i przedsiębiorczość, w tym funkcjonowanie przedsiębiorców oraz na rodzinę, obywateli i gospodarstwa domowe

		Skutki						
Czas w latach od wejścia w życie zmian		0	1	2	3	5	10	Łącznie (0–10)
W ujęciu pieniężnym	duże przedsiębiorstwa							
	sektor mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw							
	rodzina, obywatele oraz gospodarstwa domowe							
W ujęciu niepieniężnym	duże przedsiębiorstwa							
	sektor mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw							
	rodzina, obywatele oraz gospodarstwa domowe							
Niemierzalne	jednostki samorządu terytorialnego	<p>Poprzez wzrost eksportu i inwestycji promowane będą polskie regiony jako miejsca, w których produkowane są konkurencyjne produkty i w których warto inwestować.</p> <p>PAIH będzie stanowić centrum wiedzy dla regionalnych instytucji wspierających inwestycje oraz stanowić centralny punkt obiegu informacji nt. projektów inwestycyjnych. Dzięki lepszemu dostosowaniu instrumentów wsparcia państwa dla inwestycji w sposób pozytywny będzie wpływać na zrównoważony rozwój kraju, w szczególności obszarów słabiej rozwiniętych.</p>						
	przedsiębiorstwa, w tym MŚP	<p>Ułatwiony dostęp do wsparcia dla MŚP (wsparcie dotychczas świadczone nieodpłatnie przez WPHI będzie nadal świadczone nieodpłatnie).</p> <p>Proponowane rozwiązanie stworzy system, który w sposób zintegrowany będzie oferował wsparcie dla polskiego przedsiębiorcy w obszarze internacjonalizacji oraz inwestycji w kraju. Polska firma, dzięki nowo powstałej instytucji, otrzyma narzędzia, które pomogą jej pokonać główne przeszkody w rozpoczęciu działalności za granicą takich jak brak wiedzy o rynkach zagranicznych, pozyskanie i weryfikacja kontrahentów zagranicznych, niska świadomość brandu polskich produktów. Dzięki sieci nowych zagranicznych biur handlowych zapewniona zostanie obsługa polskich firm na rynkach odległych, a przez to trudnych dla polskiego biznesu, w szczególności w Azji i Afryce. Za pośrednictwem Agencji będą także oferowane instrumenty finansowe grupy PFR, dzięki czemu przedsiębiorca otrzyma kompletną ofertę wsparcia państwa dla polskiego eksportera oraz inwestora i inwestora zagranicznego.</p> <p>PAIH, będąc centralnym elementem nowej polityki inwestycyjnej państwa, będzie w sposób bardziej efektywny przyciągać najlepsze inwestycje. Szczególne wsparcie państwa w tym obszarze będzie kierowane w stronę firm innowacyjnych, które gwarantują powstanie wysokiej wartości dodanej na</p>						

		terenie naszego kraju. Dzięki akumulacji kapitału firmy będą mogły podejmować nowe innowacyjne działania. Działania te pozwolą wypromować Polskę jako kraj o nowoczesnych i innowacyjnych produktach i usługach.
	rodzina obywatele oraz gospodarstwa domowe	Wzrost dochodów firm, zwłaszcza MŚP, wpłynie na poprawę sytuacji finansowej osób w nich pracujących.
	rozwój gospodarczy / konkurencyjność polskiej gospodarki	Wdrożenie regulacji będzie miało pozytywny wpływ na zwiększenie innowacyjności polskich towarów i unowocześnienie oferty eksportowej. Zwiększenie innowacyjności naszych towarów, a także rozwijanie bardziej zaawansowanych form współpracy z zagranicą, powinno się przełożyć na przesunięcie się polskich producentów do bardziej wartościowych (czyli bardziej zyskownych) ogniw w ramach łańcuchów produkcji globalnej i poprawy konkurencyjnej pozycji Polski na arenie międzynarodowej.

Dodatkowe informacje, w tym wskazanie źródeł danych i przyjętych do obliczeń założeń

8. Zmiana obciążeń regulacyjnych (w tym obowiązków informacyjnych) wynikających z projektu

nie dotyczy

Wprowadzane są obciążenia poza bezwzględnie wymaganymi przez UE (szczegóły w odwróconej tabeli zgodności).	<input type="checkbox"/> tak <input type="checkbox"/> nie <input type="checkbox"/> nie dotyczy
<input type="checkbox"/> zmniejszenie liczby dokumentów <input type="checkbox"/> zmniejszenie liczby procedur <input type="checkbox"/> skrócenie czasu na załatwienie sprawy <input type="checkbox"/> inne: ...	<input type="checkbox"/> zwiększenie liczby dokumentów <input type="checkbox"/> zwiększenie liczby procedur <input type="checkbox"/> wydłużenie czasu na załatwienie sprawy <input type="checkbox"/> inne:
Wprowadzane obciążenia są przystosowane do ich elektroniczności.	<input type="checkbox"/> tak <input type="checkbox"/> nie <input type="checkbox"/> nie dotyczy

Komentarz:
Projektowane rozwiązania nie wprowadzają obciążeń dla przedsiębiorców. Wszystkie dotychczasowe usługi świadczone przez WPHI pozostaną bezpłatne.

9. Wpływ na rynek pracy

Tworzenie nowych miejsc pracy zwłaszcza w MŚP. Oczekiwane średnioroczne tempo wzrostu wartości eksportu i zwiększony napływ BIZ powinien stymulować krajowych przedsiębiorców do zwiększania zatrudnienia.
Możliwe jest również zmniejszenie zatrudnienia w sektorze finansów publicznych i agencjach rządowych w związku ze zmianą zadań i obowiązków oraz zwiększenie zatrudnienia w Agencji.

10. Wpływ na pozostałe obszary

<input type="checkbox"/> środowisko naturalne	<input type="checkbox"/> demografia	<input type="checkbox"/> informatyzacja
<input checked="" type="checkbox"/> sytuacja i rozwój regionalny	<input type="checkbox"/> mienie państwowe	<input type="checkbox"/> zdrowie
<input type="checkbox"/> inne:		

Omówienie wpływu: **Sytuacja i rozwój regionalny** – utrzymanie relatywnie wysokiego tempa wzrostu eksportu, przy jednoczesnej poprawie jego innowacyjności, jak również pobudzenie polskich inwestycji za granicą, bezpośrednich inwestycji zagranicznych w Polsce oraz krajowych inwestycji w Polsce może mieć pozytywny wpływ na sytuację i rozwój regionalny.

11. Planowane wykonanie przepisów aktu prawnego

Przewiduje się, że ustawa wejdzie w życie po upływie 7 dni od dnia ogłoszenia.

12. W jaki sposób i kiedy nastąpi ewaluacja efektów projektu oraz jakie mierniki zostaną zastosowane?

Monitoring prowadzony będzie przez ministra właściwego do spraw gospodarki jako podmiot, któremu podlegać będzie Agencja.

Ewaluacja skutków regulacji będzie mogła nastąpić najwcześniej po upływie ok. 3 lat od wejścia w życie ustawy. Zakłada się, że miernikami będą np. zmiana liczby przedsiębiorstw wspartych w zakresie ekspansji zagranicznej przez jedno zagraniczne biuro handlowe, zmiana liczby przedsięwzięć informacyjno-promocyjnych zorganizowanych poza granicami Rzeczypospolitej Polskiej przez jedno zagraniczne biuro handlowe.

13. Załączniki (istotne dokumenty źródłowe, badania, analizy itp.)

Nie dotyczy.

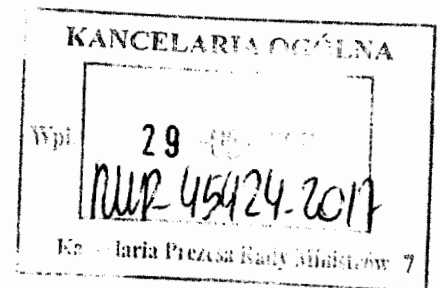


Warszawa, dnia 25 maja 2017 r.

Minister
Spraw Zagranicznych

DPUE.920.408.2017/20/mrz

dot.: RM-10-38-17 z 23.05.2017 r.



Pani
Jolanta Rusiniak
Sekretarz Rady Ministrów

Opinia
o zgodności z prawem Unii Europejskiej projektu ustawy o wykonywaniu zadań z zakresu promocji polskiej gospodarki przez Polską Agencję Inwestycji i Handlu Spółka Akcyjna, wyrażona przez ministra właściwego do spraw członkostwa Rzeczypospolitej Polskiej w Unii Europejskiej

Szanowna Pani Minister,

w związku z przedłożonym projektem ustawy pozwalam sobie wyrazić poniższą opinię.

Projekt ustawy nie jest sprzeczny z prawem Unii Europejskiej.

Z poważaniem

Do wiadomości:

Pan Mateusz Morawiecki
Wiceprezes Rady Ministrów
Minister Rozwoju i Finansów