

KINGA MACHOWICZ
ANETA KACZOREK

TWORZENIE PRZEDSTAWICIELSTW PRZEDSIĘBIORCÓW ZAGRANICZNYCH W POLSCE JAKO PRZEJAW KIEROWANIA ORGANIZACJĄ

1. PRZEDSTAWICIELSTWA W MIĘDZYNARODOWYM OBROCIE GOSPODARCZYM

Przemiany zachodzące w gospodarce światowej w różny sposób wpływają na działalność inwestycyjną uczestników międzynarodowego obrotu gospodarczego, generując nowe powiązania, współzależności oraz relacje biznesowe. Przemiany te cechuje coraz większa złożoność oraz zróżnicowanie warunków środowiska inwestycyjnego. Zmienność zewnętrznego otoczenia sprawia, że przedsiębiorcy zobligowani są do wdrażania nowych rozwiązań m.in. w zakresie strategii, ekspansji, modeli biznesowych czy też struktury organizacyjnej. Wprowadzenie swoistego *novum* w zakresie produkcji, technologii lub organizacji¹ umożliwia im, z jednej strony, zdobycie niekwestionowanej przewagi

Dr KINGA MACHOWICZ – adiunkt Katedry Mikroekonomii i Zarządzania w Instytucie Ekonomii i Zarządzania na Wydziale Nauk Społecznych Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego Jana Pawła II; adres do korespondencji: Al. Raclawickie 14, 20-950 Lublin.

Mgr ANETA KACZOREK – absolwentka studiów doktoranckich Wydziału Prawa, Prawa Kanonicznego i Administracji Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego Jana Pawła II.

¹ Szerzej zob.: S. U m i ń s k i, *Polska jako miejsce podejmowania zagranicznych inwestycji bezpośrednich i transferu technologii*, w: t e n ż e, *Znaczenie zagranicznych inwestycji bezpośrednich dla transferu technologii do Polski*, Gdańsk: Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego 2002, s. 73-114; E. M a n s f i e l d, *Industrial Research and Technological Innovation*, New York 1968, passim; J. A. S c h u m p e t e r, *Teoria rozwoju gospodarczego*, tłum. J. Grzywicka, Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe 1960, s. 104.

konkurencyjnej nie tylko w wymiarze lokalnym, ale także globalnym, z drugiej zaś – przyczynia się do generowania ogromnych zysków.

Globalizacja, regionalizacja oraz rozwój gospodarki opartej na wiedzy rodzą poważne problemy w przedmiocie aktywności gospodarczej przedsiębiorców. Dlatego działalność ta prowadzona jest przy wykorzystaniu różnych form organizacyjno-prawnych, takich jak spółki prawa handlowego lub przedstawicielstwa powiązane z ośrodkiem centralnym kapitałowo, majątkowo, organizacyjnie oraz prawnie.

W aktualnym stanie prawnym nie występują w zasadzie bariery uniemożliwiające tworzenie przedstawicielstw. Jest to ważne, gdyż silnie rozbudowana struktura organizacyjna gwarantuje przedsiębiorcy większy udział w rynku, ułatwiając mu tym samym dostęp do potencjalnych kontrahentów. W dobie gospodarki rynkowej, postępujących procesów globalizacji, umiędzynarodowienia działalności inwestycyjnej, koncentracji kapitału oraz silnej konkurencji ma to niewątpliwie istotne znaczenie.

2. KIEROWANIE ORGANIZACJĄ

Do klasycznie wyróżnianych funkcji kierowniczych zalicza się: planowanie, organizowanie, kontrolowanie². Planowanie odgrywa rolę szczególną. Jej realizacja wymaga przewidywania czynników mogących mieć wpływ na działalność organizacji i przygotowuje odpowiednie do nich sposoby działania. Istotnymi elementami składowymi są tu: prognozowanie, programowanie, właściwe planowanie, uwzględniające m.in. pojawiające się w otoczeniu zagrożenia, szanse, wyzwania, a także przyszłe współdziałanie z innymi organizacjami oraz między komórkami organizacji³.

Uwzględnianie zagrożeń wiąże się z zaplanowaniem czynników stabilizujących organizację – takich, które pozwalają zapewnić organizacji przetrwanie w niesprzyjających okolicznościach. Prowadzone działania w większości przypadków będą miały charakter operacyjny lub taktyczny. Natomiast uwzględnianie szans i wyzwań w praktyce prowadzi do zaplanowania rozwoju organizacji. W tym zakresie planowanie będzie miało wymiar strategiczny. Ponadto strategiczne założenie rozwoju warunkuje organizacji przetrwanie

² H. F a y o l, *Administracja przemysłowa i ogólna*, Poznań: INOiK 1947, s. 33.

³ M. L i s i e c k i, *Klasyczne i nowe metody organizacji i zarządzania*, Warszawa: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Zarządzania i Marketingu 2001, s. 24.

w sytuacji, gdy po korzystnym okresie nastąpi czas, w którym organizacja będzie zmuszona zmniejszyć swój zakres oddziaływania na otoczenie, a nie-rzadko zredukować również swoją strukturę zarówno kosztem zasobów ludzkich, jak i środków trwałych. Istotne ułatwienie dla osiągnięcia celu, jakim jest rozwój, stanowi poszerzenie posiadanych rynków zbytu poprzez wejście na rynki dotychczas nieopanowane lub wytworzenie nowych rynków w drodze odpowiedniego oddziaływania na potrzeby konsumentów. Bardzo ważnym ułatwieniem okazuje się także prowadzenie inwestycji w jak najlepszych warunkach, oznaczających m.in. jak najniższe obciążenia o charakterze publicznoprawnym. Wszystkie te elementy łącznie wskazują na zasadność rozważenia możliwości ustanowienia za granicą przedstawicielstwa przedsiębiorcy.

3. KSZTAŁTOWANIE MODELU STATUSU PRZEDSIĘBIORCÓW ZAGRANICZNYCH W PRAWIE POLSKIM

Zagadnienie działalności podmiotów zagranicznych na obszarze państwa polskiego rodziło liczne problemy, m.in. natury prawnej, organizacyjnej i ekonomicznej. Z powodu objęcia tej kwestii regulacją kilku aktów normatywnych, ustanowionych zarówno w totalitarnym, jak i demokratycznych ustrojach państwa, konieczne stało się ujednoczenie funkcjonujących w obrocie prawnym rozwiązań – tym bardziej że obowiązek taki wynikał również z zobowiązań międzynarodowych Rzeczypospolitej Polskiej⁴.

Sam zakres znaczeniowy omawianej konstrukcji jurystycznej w wyniku kolejnych zmian wynikających z aktów rangi ustawowej uległ modyfikacji. W myśl § 2 rozporządzenia z 1976 r. przedstawicielstwo mogło być tworzone w formie: oddziału lub agencji, biura informacji technicznej czy też biura nadzoru wyłącznie po uzyskaniu zezwolenia, o ile jego wydanie uzasadniała wielkość obrotów oraz powiązania kooperacyjne przedsiębiorcy zagranicznego z przedsiębiorcą polskim. Poza handlem zagranicznym, na podstawie zezwolenia wydawanego przez właściwy organ administracji publicznej⁵, przedstawicielstwo tworzone dla wykonywania działalności gospodarczej wyłącznie w przedmiocie transportu, usług turystycznych i kulturalnych, z wyłączeniem

⁴ Układ Europejski ustanawiający Stowarzyszenie między Rzeczpospolitą z jednej strony a Wspólnotami Europejskimi i ich Państwami Członkowskimi z drugiej strony sporządzony w Brukseli w dniu 16 grudnia 1991 r., Dz. U. z 1994 r., Nr 11, poz. 38 z późn. zm.

⁵ To jest właściwy minister w porozumieniu z ministrem gospodarki.

spedycji i dystrybucji paczek zagranicznych. Do czasu wygaśnięcia uzyskanych wówczas zezwoleń, przedstawicielstwa te działają na podstawie przepisów wspomnianego rozporządzenia, wprowadzając dualizm funkcjonujących w obrocie rozwiązań prawnych. Należy zgodzić się z poglądami podnoszonymi w piśmiennictwie⁶, że jest to słuszny zabieg legislacyjny, chociażby z uwagi na obowiązującą w prawie polskim zasadę praw nabytych.

W następstwie ostatnich zmian legislacyjnych⁷ podyktowanych koniecznością przyjęcia przez RP porządku prawnego Wspólnot Europejskich (tzw. *aquis communautaire*) w związku z przystąpieniem Polski do UE, a także unii celnej, handlowej i kształtującej się obecnie unii walutowej, dalszej modyfikacji uległa sytuacja prawna przedsiębiorców zagranicznych. Zagwarantowano im *via legis* możliwość łatwiejszego oraz szerszego uczestnictwa w krajowym obrocie gospodarczym. Wynikało to z wprowadzenia przez ustawodawcę jednolitych zasad podejmowania i wykonywania działalności gospodarczej w stosunku do przedsiębiorców polskich oraz unijnych, zrównując tym samym ich status prawny. W stosunku do przedsiębiorców zagranicznych⁸ zastosowanie znalazła tzw. klauzula narodowa (art. 13 ust. 1 usdg), zobowiązująca organy państwa polskiego do traktowania ich w sposób nie mniej korzystny niż własnych. Tym samym przedsiębiorcy zagraniczni mogą prowadzić działalność gospodarczą na terytorium RP we własnym imieniu i na własny rachunek, korzystając z obowiązującej na gruncie prawa polskiego zasady wolności gospodarczej. Natomiast przedsiębiorcy zagraniczni pocho-

⁶ Tak m.in.: C. K o s i k o w s k i, *Ustawa o swobodzie działalności gospodarczej. Komentarz*, Warszawa: LexisNexis 2006, s. 376; W. K u b a l a, *Prawo działalności gospodarczej. Komentarz*, Warszawa: C. H. Beck 2000, s. 189-190; *Ustawa o swobodzie działalności gospodarczej. Komentarz*, red. A. Powalowski, Warszawa: Wolters Kluwer Polska 2009, s. 432; T. S z a n c i ł o, *Formy prowadzenia działalności gospodarczej w Polsce przez podmioty zagraniczne*, Warszawa: C. H. Beck 2006, s. 269; M. A. W a l i g ó r s k i, *Działalność gospodarcza w ujęciu prawa administracyjnego*, Poznań: Wydawnictwo Forum Naukowe 2006, s. 64; M. Z d y b, *Prawo działalności gospodarczej. Komentarz do ustawy z dnia 19 listopada 1999 r.*, Kraków: Kantor Wydawniczy Zakamycze 2000, s. 612.

⁷ Ustawa z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (tekst jedn. Dz. U. z 2007 r., Nr 155, poz. 1095 z późn. zm.), dalej cyt.: usdg.

⁸ Według art. 5 pkt 2 usdg za przedsiębiorcę zagranicznego uznaje się osobę zagraniczną, czyli: 1) osobę fizyczną mającą miejsce zamieszkania za granicą, nieposiadającą obywatelstwa polskiego; 2) osobę prawną z siedzibą za granicą oraz 3) jednostkę organizacyjną niebędącą osobą prawną, posiadającą zdolność prawną z siedzibą za granicą; wykonującą działalność gospodarczą za granicą. Definicja legalna „działalności gospodarczej” zawarta jest zaś w art. 2 usdg. Szerzej zob.: W a l i g ó r s k i, *Działalność gospodarcza*, s. 13-28; S z a n c i ł o, *Formy prowadzenia działalności gospodarczej*, s. 173-180; K. S t r z y c z k o w s k i, *Prawo gospodarcze publiczne*, Warszawa: LexisNexis 2009, s. 216-221, 224-225.

dzący z krajów trzecich mogą stać się uczestnikami krajowego obrotu gospodarczego, realizując swe cele inwestycyjne poprzez formy spółki: komandytowej, komandytowo-akcyjnej, z ograniczoną odpowiedzialnością i akcyjnej. Mogą również przystępować do takich spółek oraz obejmować bądź nabywać w nich udziały lub akcje, o ile umowy międzynarodowe nie stanowią inaczej.

Zaznaczyć w tym miejscu należy, że usdę uregulowała całkowicie odmiennie instytucję przedstawicielstwa, przyjmując jego węższą formułę z ograniczonym przedmiotowo zakresem działania. Uczestnikami współczesnego obrotu gospodarczego są zatem przedstawicielstwa o różnym statusie prawnym i odmiennej podstawie działania. Przedsiębiorcy zagraniczni mogą prowadzić działalność gospodarczą nie tylko w postaci spółek prawa handlowego czy spółdzielni, ale także w formie oddziału⁹. Natomiast w zakresie promocji i reklamy aktywności inwestycyjnej oraz jej efektów prawo dopuszcza możliwość tworzenia przedstawicielstw. Ze względu na zakres problematyki oraz charakter opracowania przedstawione rozważania zostaną ograniczone do zagadnień związanych z tworzeniem przez przedsiębiorców zagranicznych na obszarze państwa polskiego przedstawicielstw w kontekście regulacji publicznoprawnych.

Właściwe wydaje się zatem określenie istoty i charakteru tej konstrukcji jurydycznej, a także dokonanie analizy stosownych regulacji prawnych. Ponadto z punktu widzenia działalności przedsiębiorcy zagranicznego bardzo ważne jest zagadnienie trybu, wymogów formalnych a także materialnych warunkujących byt przedstawicielstwa w krajowym obrocie gospodarczym. Należy także odpowiedzieć na pytanie o istotę przedstawicielstwa i rozważyć sens jego tworzenia z punktu widzenia kierowania organizacją.

4. PRZEDSTAWICIELSTWO W UJĘCIU PRAKSEOLOGICZNYM I DOKTRYNALNYM

W naukach o zarządzaniu i w naukach prawnych nie wypracowano jednolitego stanowiska w przedmiocie struktury organizacyjnej przedstawicielstwa.

⁹ Ulokowany w Polsce w końcu 2008 r. kapitał zagraniczny pochodził ze 105 krajów. Z krajów UE wywodziło się 86,9% kapitału zagranicznego. Podobnie jak w latach poprzednich, kraje, które ulokowały w Polsce kapitał o największej wartości, to Niemcy (24,3% kapitału zagranicznego ogółem), Francja (17,8%) i Niemcy (15,9%) – dane zaczerpnięte ze strony http://www.paiz.gov.pl/polska_w_liczbach/inwestycje_zagraniczne.

Z jednej bowiem strony postrzegane jest ono jako wewnętrzna jednostka organizacyjna¹⁰ o odmiennym aniżeli sam przedsiębiorca profilu działalności, istniejąca poza jego siedzibą, połączona z nim określonym stosunkiem strukturalno-organizacyjnym. Natomiast z drugiej strony nie brakuje poglądów klasyfikujących przedstawicielstwo jako tylko i wyłącznie strukturę zewnętrzną, powiazaną jedynie funkcjonalnie z przedsiębiorcą zagranicznym relacjami opartymi na stosunku cywilnoprawnym¹¹ lub stosunku pracy. Dochodzi wówczas do zawarcia z przedstawicielem¹² umowy o przedstawicielstwo prawne oraz faktyczne¹³. W literaturze spotkać można także poglądy opowiadające się za poprawnością i dopuszczalnością obu struktur organizacyjno-prawnych przedstawicielstwa. Poglądy te bardziej akcentują potrzebę spełnienia przez przedsiębiorców zagranicznych określonych warunków formalnoprawnych i materialnoprawnych¹⁴, kreujących jego byt w obrocie gospodarczym.

Przedstawicielstwo tworzone jest zawsze w ramach „istniejącej, funkcjonującej w otoczeniu inwestycyjnym struktury zależności decyzyjnych i majątkowych”¹⁵. W praktyce funkcjonują równolegle oba rozwiązania organizacyjno-prawne. Sam zaś wybór określonej struktury prakseologicznej podyktowany jest czynnikami zarówno o charakterze obiektywnym, jak i subiektywnym. Wśród nich wymienić należy elementy natury ekonomicznej, prawnej, finansowej, podatkowej, funkcjonalnej a także strategicznej.

M. A. Waligórski przyjmuje, że przedstawicielstwem jest „wyodrębniona i samodzielna organizacyjnie działalność przedsiębiorcy znajdująca się poza miejscem (miejscami) wykonywania działalności gospodarczej (zakładem głównym i ewentualnie oddziałami), której przedmiotem jest prowadzenie reklamy i promowanie przedsiębiorcy oraz efektów [...] jego aktywności

¹⁰ Szerzej zob. *Encyklopedia organizacji i zarządzania*, Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne 1982, s. 184, 320-321.

¹¹ Np. umowie zlecenia (art. 734 k.c.) czy też umowie o dzieło (art. 627 k.c.).

¹² Może być on zorganizowany w formie samodzielnego przedsiębiorcy działającego bezpośrednio w sferze przedsiębiorcy zagranicznego (tj. w jego imieniu i na jego rachunek) lub na podstawie stosunku powiernictwa, dokonując czynności prawnych co prawda we własnym imieniu, ale na rzecz przedsiębiorcy zagranicznego.

¹³ Szerzej zob.: A. K i d y b a, *Prawo handlowe*, Warszawa: Wydawnictwo C. H. Beck 2005, s. 631-632.

¹⁴ Tak M. Zdyb w: t e n ż e, *Prawo działalności gospodarczej*, s. 617-618.

¹⁵ Por. B. P t a k, *Spółka z udziałem zagranicznym. Kompendium*, Kraków: Kantor Wydawniczy Zakamycze 1999, s. 46.

gospodarczej”¹⁶. Przymiotu tego odmówić należy zaś miejscom będącym wytwórniami przedmiotów, magazynami, składami surowców lub towarów. Przedstawicielstwo istnieje tylko wówczas, gdy znajduje się poza siedzibą, a ściślej – w innym państwie niż państwo siedziby przedsiębiorcy zagranicznego¹⁷, chociażby posiadało odrębną rachunkowość. Na aspekt wyodrębnienia organizacyjnego zwraca również uwagę W. Kubala, wskazując jednocześnie na: brak wymogu stosowania zasady wzajemności przy tworzeniu przedstawicielstwa, ściśle określony przedmiot oraz zakres działalności przedstawicielstwa, a także brak obowiązku uzyskania wpisu do rejestru przedsiębiorców¹⁸. Według A. Szajkowskiego przedstawicielstwo jest *de facto* biurem przedstawiciela przedsiębiorcy zagranicznego¹⁹.

Zdaniem M. Zdyba, biorąc pod uwagę całokształt regulacji prawnych, należy przyjąć, iż przedstawicielstwo przedsiębiorcy zagranicznego jest nieposiadającą osobowości prawnej i związanej z nią normatywną podmiotowości w stosunkach gospodarczych strukturą organizacyjną przedsiębiorcy, „prawnie niesamodzielną, podporządkowaną w całym zakresie swojej działalności jednostką organizacyjną prowadzącą działalność w zakresie reklamy i promocji w imieniu i na rzecz przedsiębiorcy zagranicznego”²⁰.

5. ISTOTA, CECHY I ZAKRES PRZEDSTAWICIELSTWA

Przedstawicielstwo jako struktura organizacyjna służąca bezpośredniemu podejmowaniu działalności promocyjnej, rozpowszechnione jest w krajach Unii Europejskiej²¹, gdzie wykonywanie działalności gospodarczej w innym

¹⁶ W a l i g ó r s k i, *Działalność gospodarcza*, s. 64.

¹⁷ Art. 93 usdg.

¹⁸ K u b a l a, *Prawo działalności gospodarczej*, s. 189-191.

¹⁹ S. S o ł t y s i ń s k i, A. S z a j k o w s k i, A. S z u m a ń s k i, J. S z w a j a, *Kodeks spółek handlowych. Komentarz do art. 151-300*, t. II, Warszawa: C. H. Beck 2002, s. 51.

²⁰ Szerzej zob.: Z d y b a, *Prawo działalności gospodarczej*, s. 615; t e n ż e, *Działalność gospodarcza*, Lublin: Agencja Wydawniczo-Handlowa AD 1995, s. 98; t e n ż e, *Wspólnotowe i polskie publiczne prawo gospodarcze*, t. I, *Wolność i reglamentacja działalności gospodarczej. Handel zagraniczny*, Warszawa: Wolters Kluwer Polska 2008, s. 111. Podobnie: T. Szanciło w: t e n ż e, *Formy prowadzenia działalności gospodarczej*, s. 272; K. S t o g a, R. P o t r z e s z c z, *Działalność gospodarcza przedsiębiorców i osób zagranicznych*, Warszawa: INFOR 2001, s. 83.

²¹ K i d y b a, *Prawo*, s. 36, 38; Z d y b a, *Wspólnotowe i polskie publiczne prawo*, s. 76-89.

państwie niż państwo siedziby przedsiębiorcy jest *ex lege* zapewnione²². Ustawodawstwo polskie, a także umowy międzynarodowe na oznaczenie jednostek organizacyjnych osób prawnych, zwłaszcza spółek kapitałowych, używają niezależnie dla określenia „przedstawicielstwo” takich pojęć, jak „zakład”, „oddział”, „filia”, „punkt konsultacyjny”. Bardzo często w praktyce i literaturze używa się tych pojęć zamiennie.

Zaznaczyć należy, iż w piśmiennictwie oraz doktrynie omawianej konstrukcji jurystycznej poświęcono wiele uwagi²³. Nie wypracowano jednak powszechnie obowiązującej definicji tego pojęcia, ograniczając się do wskazania podstawowych jego desygnatów. Brak zaś normatywnej definicji „przedstawicielstwa” odsyła, w celu ustalenia jego treści, do analizy poglądów doktryny i dorobku judykatury. Z uwagi na zagmatwany stan prawny²⁴, nie jest to zadanie proste. W myśl przyjętych regulacji, przedstawicielstwo stanowi wyodrębnioną i samodzielną organizacyjnie, podporządkowaną w całym zakresie swojej działalności formę aktywności przedsiębiorcy zagranicznego o charakterze fakultatywnym, innym aniżeli działalność gospodarcza *sensu stricto*, wykonywanej poza siedzibą lub głównym miejscem działalności przedsiębiorcy, w ramach funkcjonującej „struktury zależności decyzyjnych i majątkowych”²⁵.

Prawne możliwości ukształtowania relacji istniejących między przedstawicielstwem a przedsiębiorcą zagranicznym są różne, poczynając od stworzenia odrębnej struktury prowadzącej taką działalność, po korzystanie z usług już istniejących agencji reklamowych na podstawie umów cywilnoprawnych.

²² Art. 43 Traktatu Ustanawiającego Wspólnotę Europejską z dnia 25 marca 1957 r. Dz. Urz. WE C Nr 224 z 1992 r.

²³ Z d y b, *Działalność gospodarcza*, s. 96; t e n ż e, *Wspólnotowe i polskie publiczne prawo*, s. 92-93. Por. także: K u b a l a, *Prawo działalności gospodarczej*, s. 179-183; K o s i k o w s k i, *Ustawa o swobodzie działalności*, s. 40-41; M. S z y d ł o, *Swoboda działalności gospodarczej*, Warszawa: C. H. Beck 2005, s. 153-168; W a l i g ó r s k i, *Działalność gospodarcza*, s. 52-60; W. J. K a t n e r, *Prawo działalności gospodarczej. Komentarz. Orzecznictwo. Piśmiennictwo*, Warszawa: LexisNexis 2003, s. 148-155; S t o g a, P o t r z e s z c z, *Działalność gospodarcza przedsiębiorców*, s. 86; J. S o m m e r, K. S t o g a, R. P o t r z e s z c z, *Prawo działalności gospodarczej. Komentarz*, Warszawa: INFOR 2000, s. 185; A. B o r k o w s k i, A. C h e ł m i ń s k i, M. G r u z i ń s k i, K. K i c z k a, L. K i e r e s, T. K o c o w s k i, *Administracyjne prawo gospodarcze*, Wrocław: Wydawnictwo Kolonia Limited 2005, s. 227-228.

²⁴ Szerzej zob.: K u b a l a, *Prawo działalności gospodarczej*, s. 189-190; W a l i g ó r s k i, *Działalność gospodarcza*, s. 62; Z d y b, *Prawo działalności gospodarczej*, s. 612-613; K o s i k o w s k i, *Ustawa o swobodzie działalności*, s. 375.

²⁵ P t a k, *Spółka z udziałem zagranicznym*, s. 46.

Trudno jest przy tym wskazać formę prawną takiej jednostki z uwagi chociażby na fakt, iż stanowi ona integralną część przedsiębiorcy zagranicznego, a ponadto nie można zaliczyć jej do żadnej ze znanych prawa cywilnemu kategorii podmiotów. Nie jest ona bowiem ani osobą fizyczną, ani osobą prawną, ani też jednostką organizacyjną nieposiadającą osobowości prawnej.

O istocie przedstawicielstwa decydują przedmiot działalności oraz wyodrębnienie lokalizacyjne i strukturalne. A *contrario* sądzić należy, że za przedstawicielstwo nie mogą być uznane placówki o okazjonalnym oraz przemijającym charakterze, które tworzone są jedynie w celu obejścia przepisów prawa.

Do istotnych cech przedstawicielstwa należy prowadzenie działalności na rzecz i w imieniu przedsiębiorcy, służącej pomnażaniu jego majątku. Przedstawicielstwo ma z reguły własną organizację i wyposażone jest w rzeczowe aktywa trwałe, które jednak nie stanowią jego własności. Przedstawicielstwo jest wyodrębnioną w sensie ekonomicznym, a przede wszystkim techniczno-organizacyjnym strukturą, realizującą cele związane z prowadzeniem działalności promocyjnej i reklamowej, składającej się na określoną strategię marketingową danego uczestnika obrotu gospodarczego. Przedstawicielstwa stanowią układ uporządkowany. Swoista samodzielność przedstawicielstwa połączona jest jednocześnie z daleko idącą zależnością od przedsiębiorcy zagranicznego.

Z jednej bowiem strony ma ono własne kierownictwo, może dokonywać czynności w przedmiocie ustawowo określonej działalności, mając jednocześnie *ipso iure* obowiązek prowadzenia odrębnej rachunkowości. Z drugiej jednak strony przedstawicielstwo pozostaje pod zwierzchnim kierownictwem jednostki macierzystej. Nie posiada, co prawda, odrębnej od przedsiębiorcy zagranicznego osobowości prawnej, jednakże z jego osobowości prawnej oraz związanej z tym normatywnej podmiotowości czerpie moc do wszelkich działań marketingowych. Przy czym niedopuszczalne jest zawieranie przez przedstawicielstwo umów, świadczenie usług typu gwarancyjnego, a także udzielanie informacji technicznej kontrahentom. Podobnie jak *ex lege* niedopuszczalne jest zawieranie przez nie umów z potencjalnymi kontrahentami samego przedsiębiorcy zagranicznego. Jeżeli w praktyce obrotu gospodarczego zaistniałaby jednak powyższa sytuacja, to do oceny ważności skutków prawnych dokonanej czynności znajdzie zastosowanie art. 103 § 1 k.c., mówiący, iż jeśli zawierający umowę jako pełnomocnik nie ma umocowania albo przekroczy jego zakres, ważność umowy zależy od jej potwierdzenia przez osobę, w której imieniu umowa została zawarta.

Przedstawicielstwo nie ma także prawnie skutecznego umocowania do dochodzenia odszkodowań oraz wysuwania roszczeń względem uczestników obrotu gospodarczego. Następstwem bowiem braku podmiotowości prawnej

jest brak niezależnej od przedsiębiorcy zagranicznego zdolności prawnej, sądowej, procesowej, naprawczej, upadłościowej itd.²⁶, co nie wyklucza jednak posiadania przez nie zdolności likwidacyjnej.

Podmiotami uprawnionymi do tworzenia przedstawicielstw w myśl art. 93 usdg są wyłącznie przedsiębiorcy zagraniczni²⁷. *A contrario* nie każda osoba zagraniczna w rozumieniu art. 5 pkt 2 usdg może wykorzystać do promocji swojej działalności inwestycyjnej przedmiotową formę organizacyjną²⁸, a tylko taka, która ma status przedsiębiorcy. Przedstawicielstwa mogą być tworzone przez przedsiębiorców pochodzących zarówno z Europejskiego Obszaru Gospodarczego, jak również i innych krajów należących do UE, a także z państw trzecich. Art. 95 usdg dopuszcza również możliwość utworzenia przedstawicielstwa przez ściśle określone osoby zagraniczne, a mianowicie tylko te, które są powołane do promocji gospodarki kraju ich siedziby.

W kwestiach dotyczących zakresu działalności przedstawicielstwa, ustawodawca wypowiedział się jednoznacznie. Jest ono tworzone w celu promocji i reklamy efektów aktywności inwestycyjnej przedsiębiorcy zagranicznego²⁹. Prawnego znaczenia nie ma zatem przedmiot oraz zakres działalności gospodarczej samego przedsiębiorcy zagranicznego (art. 94 usdg)³⁰. Jest to rozwiązanie logiczne ze względu na zakres przedmiotowy omawianej konstrukcji jurydycznej³¹. Wyjątek od tej generalnej reguły jako *lex specialis* w stosun-

²⁶ Z d y b, *Prawo działalności gospodarczej*, s. 67.

²⁷ Szerzej zob.: A. K a c z o r e k, *Wolność działalności inwestycyjnej przedsiębiorców zagranicznych w Polsce. Studium publicznoprawne*, w: *Newralgiczne aspekty współczesnych relacji między człowiekiem a biznesem*, red. K. Machowicz, Lublin: Wydawnictwo KUL 2010, s. 109.

²⁸ Odmienne: K o s i k o w s k i, *Ustawa o swobodzie działalności*, s. 375-376. Jest to jednak pogląd odosobniony.

²⁹ Odstępstwo od tej generalnej zasady przewidziane jest w art. 19 ustawy z dnia 6 kwietnia 1984 r. o fundacjach (tekst jedn. Dz. U. z 1991 r., Nr 46, poz. 203).

³⁰ Podobnie: J. J a c y s z y n, J. R u d o w i c z, *Oddział spółki. Tworzenie i funkcjonowanie*, Kraków: Kantor Wydawniczy Zakamycze 1999, s. 25; S t o g a, P o t r z e s z c z, *Działalność gospodarcza przedsiębiorców*, s. 86. Por. także: J. J a c y s z y n, S. K r z e ś, E. M a r s z a ł k o w s k a - K r z e ś, *Działalność gospodarcza osoby zagranicznej w Polsce*, Warszawa: LexisNexis 2002, s. 86; S z y d ł o, *Swoboda działalności gospodarczej*, s. 194-196.

³¹ Por. K i d y b a, *Prawo*, s. 74-86; Z d y b, *Prawo działalności gospodarczej*; Z. S n a ż y k, A. S z a f r a Ń s k i, *Publiczne prawo gospodarcze*, Warszawa: Wydawnictwo C. H. Beck 2009, s. 144; C. K o s i k o w s k i, *Prawo działalności gospodarczej. Komentarz*, Warszawa: Wydawnictwa Prawnicze 2001, s. 111; t e n ż e, *Ustawa o swobodzie działalności*, s. 351.

ku do usdg przewidziano w odniesieniu do zagranicznych fundacji³², które mogą tworzyć przedstawicielstwa prowadzące działalność gospodarczą na obszarze państwa polskiego pod warunkiem spełnienia kumulatywnie dwóch przesłanek, a mianowicie w rozmiarach służących realizacji określonych ustawowo celów przy zaangażowaniu środków finansowych o minimalnej wartości 1000 zł³³.

Dokonując analizy prawno-porównawczej, należy stwierdzić, że w materii tej obowiązują podobne regulacje normatywne w innych krajach europejskich³⁴. *De iure* tworzenie przedstawicielstwa przez przedsiębiorcę zagranicznego jest przedmiotowo ograniczone. *De facto*, jaka część aktywności gospodarczej będzie przedmiotem działalności przedstawicielstwa, zależy od uznania samego przedsiębiorcy zagranicznego. Nie ma w tym względzie przeszkód prawnych ani wskazań ustawowych. Nie są istotne także same motywy, którymi kieruje się przedsiębiorca zagraniczny rozpoczynający działalność na polskim rynku, o ile nie narusza on obowiązujących w Polsce przepisów prawa³⁵. Natomiast przedmiot działalności gospodarczej przedsiębiorcy zagranicznego stanowi zawsze podstawę ujawnienia w rejestrze sądowym oraz w innego rodzaju ewidencji, prowadzonej dla przedsiębiorców w kraju macierzystym. Tam także znajduje się źródło informacji na ten temat. Przedsiębiorcy zagraniczni mogą czasami mieć trudności z udowodnieniem zakresu prowadzonej przez nich działalności, co wynika z różnic występujących w systemach prawnych poszczególnych państw³⁶.

³² Art. 19 ust. 1 w zw. z art. 1 ustawy o fundacjach.

³³ Art. 5 ust. 5 ustawy o fundacjach. Ogólnie problem ujmując, wspomnieć należy, iż fundacje w prawie polskim zaliczane są do organizacji *non profit*, gdyż wszelkie uzyskane środki z tytułu prowadzonej działalności muszą przeznaczyć na realizację ustawowo określonych celów statutowych społecznie lub gospodarczo użytecznych, zgodnych z podstawowymi interesami Rzeczypospolitej Polskiej, w szczególności takich, jak: ochrona zdrowia, rozwoju gospodarki i nauki, oświata i wychowanie, kultura i sztuka, opieka i pomoc społeczna, ochrona środowiska oraz opieka nad zabytkami. Szerzej zob.: H. C i o c h, *Przedstawicielstwa fundacji zagranicznych*, „Przegląd Sądowy” 2000, nr 5, s. 12-27; H. I z d e b s k i, *Fundacje i stowarzyszenia. Komentarz. Orzecznictwo*, Warszawa: Transit 1998, passim.

³⁴ Np. w Niemczech, Holandii, Francji czy Szwecji.

³⁵ Znane są przypadki nadużywania przez przedsiębiorców zagranicznych zasady wzajemności, czy też obchodzenie przepisów prawa poprzez tworzenie na obszarze RP oddziału, który w rzeczywistości jest zakładem głównym, co jest sprzeczne z ideą wolności gospodarczej wyrażoną w usdg. Szerzej zob.: S t o g a, P o t r z e s z c z, *Działalność gospodarcza przedsiębiorców*, s. 70.

³⁶ Np. prawu Stanów Zjednoczonych obcy jest wymóg określenia przedmiotu prowadzonej przez przedsiębiorcę działalności gospodarczej. Nie mogąc przedstawić zaświadczeń lub odpi-

W doktrynie przyjmuje się najczęściej, że reklama w sferze gospodarczej to „wszelkie działania, które przy użyciu prawdziwych informacji na temat określonych produktów mogą zwrócić na nie uwagę”³⁷ potencjalnych odbiorców³⁸. Za reklamę uznawana jest także każda wypowiedź, która zmierza do stymulowania zbytu czy innego korzystania z towarów lub usług³⁹. W judykaturze wskazano również, że obligatoryjnie musi ona dotyczyć oferowanego przez przedsiębiorcę produktu. Bez wątplenia reklama nie jest tylko i wyłącznie nośnikiem informacji. Należy postrzegać ją raczej w kategorii korelatu pewnego rodzaju zachęty, sugestii czy też wręcz perswazji oraz informacji. W praktyce handlowej występuje ona często w powiązaniu ze sponsoringiem oraz *public relations*. Natomiast wszelkie elementy identyfikujące uczestnika międzynarodowego obrotu gospodarczego, mają charakter wyłącznie wtórny i jako takie pozostają poza zakresem reklamy⁴⁰.

Przedmiot działalności przedstawicielstwa może obejmować także promocję przedsiębiorcy zagranicznego. Nie są to działania tożsame, choć mają wspólny cel w postaci zwiększenia popytu na rynku na określone produkty. Zgodzić należy się z tezą⁴¹, że promocja jest szerszą płaszczyzną działalności przedstawicielstwa, z uwagi chociażby na wykorzystywany kompleks instrumentów o charakterze prawnomarketingowym⁴². Pamiętać przy tym należy, że działanie promocyjne obejmuje oprócz reklamy również badanie rynku, obniżenie ceny, wydłużenie okresu gwarancyjnego, podnoszenie jakości wyrobów, a także stosowanie atrakcyjnych form sprzedaży⁴³.

sów rejestracyjnych, przedsiębiorcy ci zmuszeni są do posługiwania się dowodami pośrednimi lub do złożenia odpowiedniego oświadczenia przed sądem rejestrowym.

³⁷ Podano za: B o r k o w s k i, C h e ł m i ń s k i, G r u z i ń s k i, K i c z k a, K i e r e s, K o c o w s k i, *Administracyjne prawo*, s. 228.

³⁸ Por także B. J a w o r s k a - D ę b s k a, *Wokół pojęcia reklamy*, „Przegląd Ustawodawstwa Gospodarczego” 1993, nr 12, s. 21; S. Biczynski w: *Słownik ekonomiki i organizacji przedsiębiorstwa*, Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne 1991, s. 146.

³⁹ Szerzej zob.: I. W i s z n i e w s k a, R. S k u b i s z, *Środki zapobiegania nieuczciwej reklamie w projekcie ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji*, „Państwo i Prawo” 1992, nr 4, s. 55. Podobnie w Dyrektywie EWG nr 84/450.

⁴⁰ Por. wyrok SN z dnia 14 stycznia 1997 r., ICKN 52/96, OSNC 1997, nr 6-7, poz. 78.

⁴¹ Podobnie: B o r k o w s k i, C h e ł m i ń s k i, G r u z i ń s k i, K i c z k a, K i e r e s, K o c o w s k i, *Administracyjne prawo*, s. 229.

⁴² Szerzej zob.: T. S z t u c k i, *Encyklopedia marketingu*, Warszawa: Agencja Wydawnicza Placet 1998, s. 162-165.

⁴³ Podano za: *Słownik ekonomiki i organizacji*, s. 135.

6. ADMINISTRACYJNY TRYB TWORZENIA PRZEDSTAWICIELSTW

Jak już wspomniano, przedstawicielstwa tworzone są przez przedsiębiorców zagranicznych prowadzących działalność gospodarczą poza granicami Polski w celu promocji i reklamy własnej aktywności inwestycyjnej. Przedstawicielstwo nie posiada odrębnej od jednostki macierzystej osobowości prawnej, a zatem nie jest w świetle obowiązujących regulacji prawnych podmiotem prawa. Nie ma ono także statusu przedsiębiorcy, w związku z czym nie podlega wpisowi do Krajowego Rejestru Przedsiębiorców. Z uwagi na powyższe procedura utworzenia przedstawicielstwa na obszarze państwa polskiego nie jest skomplikowana ani długotrwała. Poza wolą wyrażoną w odpowiedniej formie podmiot zagraniczny obowiązany jest do spełnienia określonych przepisami prawa warunków o charakterze formalnym i materialnym⁴⁴.

Początek bytu gospodarczego⁴⁵ przedstawicielstwa uwarunkowany jest uzyskaniem w drodze administracyjnego postępowania wnioskowego wpisu w rejestrze przedstawicielstw, prowadzonego przez centralny organ administracji rządowej – ministra właściwego do spraw gospodarki. Wyjątek od tej generalnej zasady wprowadzają przepisy ustawy o fundacjach w odniesieniu do przedstawicielstw fundacji zagranicznych, statuując wymóg uzyskania zgody ministra właściwego ze względu na przedmiot działalności gospodarczej przedstawicielstwa⁴⁶. Sam wpis nie ma zatem charakteru konstytutywnego, gdyż jego dokonanie nie jest równoznaczne z nadaniem osobowości prawnej, a tym samym powstaniem określonego podmiotu prawa jako samodzielnego uczestnika obrotu gospodarczego. Wpis ma wyłącznie charakter deklaratoryjny, stanowiąc czynność o charakterze materialno-technicznym. Organ administracji publicznej pozbawiony jest władzy dyskrecjonalnej i nie ma możliwości oceny celowości zgłaszanej działalności. Przepisy prawa nakładają bowiem na niego obowiązek dokonania wpisu zgodnie z treścią złożonego wniosku, który zawiera ściśle określone dane⁴⁷, każdorazowo ujawnia-

⁴⁴ Oprócz złożenia wniosku konieczną przesłanką jest także uiszczenie opłaty skarbowej w wysokości 6713 zł wpłacanej na rachunek bankowy Urzędu m.st. Warszawy dla Dzielnicy Śródmieście o numerze 60 1030 1508 0000 0005 5001 0038.

⁴⁵ Nie jest on jednak równoznaczny z realnym momentem utworzenia przedstawicielstwa. Sam fakt dokonania wpisu w rejestrze przedstawicielstw nie przesądza bowiem o momencie rozpoczęcia jego efektywnej działalności. Odmiennie: K a t n e r, *Prawo działalności gospodarczej*, s. 172.

⁴⁶ Art. 19 ust. 2 ustawy o fundacjach.

⁴⁷ Art. 97 usdg.

ne przez wnioskodawcę ubiegającego się o wpis. Wśród elementów wniosku enumeratywnie wymienia się:

- 1) nazwę, siedzibę i formę prawną przedsiębiorcy zagranicznego;
- 2) przedmiot działalności gospodarczej przedsiębiorcy;
- 3) adres przedstawicielstwa zlokalizowanego na terytorium państwa polskiego;
- 4) imię oraz nazwisko, a także adres osoby upoważnionej do reprezentowania przedstawicielstwa, co ma kluczowe znaczenie zwłaszcza w razie konieczności jego likwidacji.

Institucja rejestru jako ustawowy wymóg legalności działania przedstawicielstwa, ma swoje umocowanie w zasadzie wolności gospodarczej⁴⁸. Dokonanie wpisu potwierdzone jest przez organ administracji publicznej stosownym zaświadczeniem⁴⁹. Do obligatoryjnych elementów zaświadczenia wymienionych *expressis verbis* w ustawie należy numer wpisu oraz data jego dokonania, co ma istotne znaczenie dla określenia wiarygodności zaewidencjonowanych danych na poczet ewentualnego postępowania dowodowego. Służy to uwiarygodnieniu treści dokonanego wpisu. W przypadku wad merytorycznych lub formalnych przedsiębiorcy zagranicznemu przysługuje wniosek o sprostowanie aktu administracyjnego zgodnie z zasadami zawartymi w k.p.a.⁵⁰

KONKLUZJE

Status prawny oraz regulacje rangi ustawowej i podustawowej w przedmiocie działalności przedstawicielstw utworzonych na obszarze państwa polskiego

⁴⁸ Szerzej zob.: A. K a c z o r e k, *Publicznoprawna reglamentacja podejmowania działalności gospodarczej. Poszukiwanie modelu optymalnego*, w: *Człowiek z perspektywy biznesu*, red. K. Machowicz, Lublin: Wydawnictwo KUL 2009, s. 16-18; A. C h m i e l a r z, *Wolność gospodarcza w orzecznictwie Trybunału Konstytucyjnego*, w: *Człowiek z perspektywy biznesu*, s. 36; C. K o s i k o w s k i, *Wolność gospodarcza w prawie polskim*, Warszawa: Państwowe Wydawnictwa Ekonomiczne 1995, passim; J. O l s z e w s k i, *Wolność gospodarcza w ustawie o swobodzie działalności gospodarczej*, „Ius et Administratio” 2005, nr 1, s. 47.

⁴⁹ Zgodnie z poglądem wyrażonym w judykaturze, zaświadczenie jest pochodną istniejących faktów lub stanu prawnego i wraz z ich zmianą traci swą aktualność. W powyższym przypadku dopuszczalne jest wydanie nowego zaświadczenia, odpowiadającemu zaistniałemu stanowi faktycznemu lub prawnemu. Por. wyrok NSA z dnia 28 czerwca 1983 r., I S.A. 268/83 ONSA 1983, nr 1, s. 47. Zob. także: Z. L e o Ń s k i, *Materialne prawo administracyjne*, Warszawa: C. H. Beck 2005, s. 55.

⁵⁰ Ustawa z dnia 14 czerwca 1960 r. – Kodeks postępowania administracyjnego (tekst jedn. Dz. U. z 2000 r., Nr 98, poz. 1071 z późn zm.).

nie są jednakowe dla wszystkich uczestników obrotu gospodarczego. W praktyce widoczny jest dualizm rozwiązań prawnych. Brak definicji legalnej przedstawicielstwa oraz zagmatwany stan prawny dodatkowo utrudniają precyzyjne określenie pojęcia oraz istoty przedstawicielstwa. Należy przy tym pamiętać, że podmiotami uprawnionymi do prowadzenia działalności o charakterze promocyjnym *ipso iure* są nie tylko sami przedsiębiorcy zagraniczni, ale także inne osoby zagraniczne. Zróżnicowany zakres podmiotowy przedstawicielstwa związany jest z przedmiotowym obszarem jego działania, który ograniczony został *ex lege* do reklamy oraz promocji z jednej strony aktywności gospodarczej samego przedsiębiorcy zagranicznego, z drugiej zaś gospodarki państw obcych.

W obecnym kształcie regulacji prawnych ustawodawca nie przesądził jednoznacznie o organizacyjno-prawnym charakterze relacji występujących pomiędzy przedsiębiorcami zagranicznymi a ich przedstawicielstwami. Związki te oparte są na stosunku umownym bądź funkcjonalnym podporządkowaniu w ramach istniejącej struktury przedsiębiorcy zagranicznego. Podkreślić przy tym należy, że przedstawicielstwo nie ma podmiotowości prawnej, czego konsekwencją jest brak niezależnej od przedsiębiorcy zagranicznego zdolności sądowej, procesowej, naprawczej, upadłościowej, co jednak nie wyklucza posiadania przez nie zdolności likwidacyjnej.

Po dokonaniu analizy przepisów prawnych w przedmiocie podjętych rozważań, postulować należy dążenie do zebrania w jednym rejestrze informacji o wszystkich uczestnikach krajowego obrotu gospodarczego, co przyczyniłoby się do uporządkowania oraz ułatwienia dostępu do ewidencjonowanych przez organy administracji publicznej danych.

Dla uczestników międzynarodowego obrotu gospodarczego ogromne znaczenie ma możliwość promowania wytwarzanych produktów oraz świadczonych usług. Do realizacji celu prowadzić powinna możliwość tworzenia poza granicami państwa pochodzenia własnych przedstawicielstw. Spodziewanym efektem takiego działania powinno być pogłębienie wiedzy potencjalnych nabywców o dobrach i usługach oferowanych przez danego przedsiębiorcę zagranicznego, co w dalszej perspektywie powinno zaowocować zwiększonym popytem rynku na reklamowany produkt oraz maksymalizacją uzyskiwanego z tego tytułu zysku. Przedstawicielstwo służy także upowszechnieniu i popularyzacji informacji o samym przedsiębiorcy, jego planach inwestycyjnych, a także osiągnięciach i sukcesach odniesionych na rynku. Bez wątpienia przedstawicielstwo wpływa na kreowanie wizerunku inwestora zagranicznego w środowisku biznesowym. W praktyce handlowej zaś jest instrumentem gry konkurencyjnej. *De facto* dzięki prowadzonej działalności przedstawicielstwo

wpływa na kształtowanie opinii, gustów, nawyków i upodobań odbiorców, kreując tym samym możliwość generowania w przyszłości przez przedsiębiorcę zagranicznego określonego profitu.

Uwzględniając praktykę życia gospodarczego, należy stwierdzić, że bardzo często utworzenie przedstawicielstwa przez przedsiębiorcę zagranicznego poprzedza jego decyzję o wejściu na rynek państwa goszczącego. Zabieg ten służy zbadaniu otoczenia inwestycyjnego, m.in. odnośnie do regulacji prawnych obowiązujących na danym obszarze gospodarczym, np. podatkowych, celnych czy też dewizowych.

Opisane wcześniej zjawiska prowadzą w sprzyjających warunkach do rozwoju organizacji przedsiębiorcy zagranicznego, a w warunkach niekorzystnych pozwalają jej przetrwać. Elementem kierowania przez przedsiębiorcę powinno być zatem zaplanowanie poszerzenia rynku zbytu oraz inwestycji poprzez ustanowienie swojego przedstawicielstwa za granicą. Z kolei poszerzaniu obszaru prowadzenia działalności gospodarczej przez przedsiębiorców zagranicznych zdecydowanie sprzyjać powinny jasne, spójne i stabilne przepisy publicznego prawa gospodarczego, handlowego, podatkowego oraz odpowiednio kreowana przez państwo polityka gospodarcza.

BIBLIOGRAFIA

- B o r k o w s k i A., C h e ł m i ń s k i A., G r u z i ń s k i M., K i c z k a K., K i e r e s L., K o c o w s k i T.: Administracyjne prawo gospodarcze, Wrocław: Wydawnictwo Kolonia Limited 2005.
- C h m i e l a r z A.: Wolność gospodarcza w orzecznictwie Trybunału Konstytucyjnego, w: Człowiek z perspektywy biznesu, red. K. Machowicz, Lublin: Wydawnictwo KUL 2009.
- C i o c h H.: Przedstawicielstwa fundacji zagranicznych, „Przegląd Sądowy” 2000, nr 5, s. 12-27.
- Encyklopedia organizacji i zarządzania, Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne 1982.
- F a y o l H.: Administracja przemysłowa i ogólna, Poznań: INOiK 1947.
- I z d e b s k i H.: Fundacje i stowarzyszenia. Komentarz. Orzecznictwo, Warszawa: Transit 1998.
- J a c y s z y n J., K r z e ś S., M a r s z a ł k o w s k a - K r z e ś E.: Działalność gospodarcza osoby zagranicznej w Polsce, Warszawa: LexisNexis 2002.
- J a c y s z y n J., R u d o w i c z J.: Oddział spółki. Tworzenie i funkcjonowanie, Kraków: Kantor Wydawniczy Zakamycze 1999.
- J a w o r s k a - D ę b s k a B.: Wokół pojęcia reklamy, „Przegląd Ustawodawstwa Gospodarczego” 1993, nr 12.

- K a c z o r e k A.: Publicznoprawna reglamentacja podejmowania działalności gospodarczej. Poszukiwanie modelu optymalnego, w: Człowiek z perspektywy biznesu, red. K. Machowicz, Lublin: Wydawnictwo KUL 2009.
- K a c z o r e k A.: Wolność działalności inwestycyjnej przedsiębiorców zagranicznych w Polsce. Studium publicznoprawne, w: Newralgiczne aspekty współczesnych relacji między człowiekiem a biznesem, red. K. Machowicz, Lublin: Wydawnictwo KUL 2010.
- K a t n e r W. J.: Prawo działalności gospodarczej. Komentarz. Orzecznictwo. Piśmiennictwo, Warszawa: LexisNexis 2003.
- K i d y b a A.: Prawo handlowe, Warszawa: Wydawnictwo C. H. Beck 2005.
- K o s i k o w s k i C.: Prawo działalności gospodarczej. Komentarz, Warszawa: Wydawnictwa Prawnicze 2001.
- K o s i k o w s k i C.: Wolność gospodarcza w prawie polskim, Warszawa: Państwowe Wydawnictwa Ekonomiczne 1995.
- K o s i k o w s k i C.: Ustawa o swobodzie działalności gospodarczej. Komentarz, Warszawa: LexisNexis 2006.
- K u b a l a W.: Prawo działalności gospodarczej. Komentarz, Warszawa: C. H. Beck 2000.
- L e o Ń s k i Z.: Materialne prawo administracyjne, Warszawa: C. H. Beck 2005.
- L i s i e c k i M.: Klasyczne i nowe metody organizacji i zarządzania, Warszawa: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Zarządzania i Marketingu 2001.
- M a n s f i e l d E.: Industrial Research and Technological Innovation, New York 1968.
- O l s z e w s k i J.: Wolność gospodarcza w ustawie o swobodzie działalności gospodarczej, „Ius et Administratio” 2005, nr 1.
- P t a k B.: Spółka z udziałem zagranicznym. Kompendium, Kraków: Kantor Wydawniczy Zakamycze 1999.
- S c h u m p e t e r J. A.: Teoria rozwoju gospodarczego, tłum. J. Grzywicka, Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe 1960.
- Słownik ekonomiki i organizacji przedsiębiorstwa, Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne 1991.
- S n a ż y k Z., S z a f r a Ń s k i A.: Publiczne prawo gospodarcze, Warszawa: Wydawnictwo C. H. Beck 2009.
- S o ł t y s i ń s k i S., S z a j k o w s k i A., S z u m a ń s k i A., S z w a j a J.: Kodeks spółek handlowych. Komentarz do art. 151-300, t. II, Warszawa: C. H. Beck 2002.
- S o m m e r J., S t o g a K., P o t r z e s z c z R.: Prawo działalności gospodarczej. Komentarz, Warszawa: INFOR 2000.
- S t o g a K., P o t r z e s z c z R.: Działalność gospodarcza przedsiębiorców i osób zagranicznych, Warszawa: INFOR 2001.
- S t r z y c z k o w s k i K.: Prawo gospodarcze publiczne, Warszawa: LexisNexis 2009.
- S z a n c i ł o T.: Formy prowadzenia działalności gospodarczej w Polsce przez podmioty zagraniczne, Warszawa: C. H. Beck 2006.
- S z t u c k i T.: Encyklopedia marketingu, Warszawa: Agencja Wydawnicza Placet 1998.
- S z y d ł o M.: Swoboda działalności gospodarczej, Warszawa: C. H. Beck 2005.
- U m i ń s k i S.: Polska jako miejsce podejmowania zagranicznych inwestycji bezpośrednich i transferu technologii, w: t e n ż e, Znaczenie zagranicznych inwestycji bezpośrednich dla transferu technologii do Polski, Gdańsk: Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego 2002.
- Ustawa o swobodzie działalności gospodarczej. Komentarz, red. A. Powalowski, Warszawa: Wolters Kluwer Polska 2009.
- W a l i g ó r s k i M. A.: Działalność gospodarcza w ujęciu prawa administracyjnego, Poznań: Wydawnictwo Forum Naukowe 2006.

- Wiszniewska I., Skubisz R.: Środki zapobiegania nieuczciwej reklamie w projekcie ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, „Państwo i Prawo” 1992, nr 4.
- Wyrok NSA z dnia 28 czerwca 1983 r., I S.A. 268/83 ONSA 1983, nr 1, s. 47.
- Wyrok SN z dnia 14 stycznia 1997 r., ICKN 52/96, OSNC 1997, nr 6-7, poz. 78.
- Zdyb M.: Działalność gospodarcza, Lublin: Agencja Wydawniczo-Handlowa AD 1995.
- Zdyb M.: Prawo działalności gospodarczej. Komentarz do ustawy z dnia 19 listopada 1999 r., Kraków: Kantor Wydawniczy Zakamycze 2000.
- Zdyb M.: Wspólnotowe i polskie publiczne prawo gospodarcze, t. I, Wolność i reglamentacja działalności gospodarczej. Handel zagraniczny, Warszawa: Wolters Kluwer Polska 2008.
- http://www.paiz.gov.pl/polska_w_liczbach/inwestycje_zagraniczne

THE ESTABLISHMENT OF BRANCH OFFICES
OF FOREIGN COMPANIES IN POLAND
AS A FORM OF MANAGING AN ORGANIZATION

S u m m a r y

The article analyzes one of the legal and administrative forms of running promotion and advertising activities by foreign entrepreneurs that are allowed and regulated by the norms of public economic law. Due to the scope of the issue and the nature of this study, the present discussion was limited to the basic problems connected with starting and running advertising activities by foreign entrepreneurs on the territory of Poland. Under the current law in force, there are no legal barriers preventing foreign entrepreneurs from setting up branch offices of their companies in Poland. In the times of the market economy, progressing globalisation processes, the concentration of capital and strong competition, the setting up of branch offices in foreign countries is undoubtedly significant because economic reasons prompt the entrepreneurs to widen the area of their business activity.

This process should be accompanied by clear, coherent and stable business, trade and tax regulations as well as by a proper business policy created by the government.

Słowa kluczowe: zarządzanie organizacją, przedstawicielstwa przedsiębiorców zagranicznych.

Key words: managing an organization, branch offices of foreign companies.