



Tygodnik Gospodarczy PIE

22 maja 2025 r.

Baterie litowo-jonowe wciąż najważniejszym hitem eksportowym Polski w I kwartale 2025 r.

w 195

kategoriach produktów Polska jest czołowym eksporterem w UE

o 6 proc.

spadek eksport akumulatorów litowo-jonowych w I kwartale 2025 r.

o 30 proc.

wzrost eksport maszyn cyfrowych do przetwarzania danych w I kwartale 2025 r.

► Na początku 2025 r. Polska była 7. największym eksporterem produktów w UE i 6. największym dostawcą towarów w samej UE. W 195 kategoriach produktów Polska była czołowym eksporterem. Obecnie jest w pierwszej piątce eksporterów UE w przypadku 1544 produktów¹. Oznacza to, że jest jednym z kluczowych eksporterów w około jednej czwartej wszystkich kategorii produktowych.

► Polskimi hitami eksportowymi w I kwartale 2025 r. były nadal akumulatory litowo-jonowe, pojazdy do przewozu towarów oraz papierosy. Słaby popyt w UE i zmiany uwarunkowań rynkowych wpłynęły jednak na spadki we wszystkich tych kategoriach.

— Eksport akumulatorów litowo-jonowych osiągnął wartość 1,38 mld EUR i spadł r/r o ponad 6 proc., co stanowi pogłębienie załamania eksportu, do którego doszło w 2024 r. Mimo to Polska utrzymuje pozycję lidera w UE z 20-procentowym udziałem w całkowitym eksporcie UE w tej kategorii. Jednocześnie eksport akumulatorów w całej UE wzrósł o 3 proc., głównie dzięki zwiększonej aktywności Czech i Holandii, podczas gdy inni czołowi producenci, np. Węgry (lider z 2024 r.) i Niemcy, również odnotowali spadki.

— Eksport pojazdów do transportu towarów spadł o 25 proc. wobec 17-procentowego spadku w całej UE. Polska zajmuje obecnie 4. miejsce w Unii z udziałem około 15 proc. całkowitego eksportu UE o wartości 1,1 mld EUR. W 2024 r. Polska odpowiadała za około 7 proc. globalnego eksportu w tej kategorii, kontynuując trend spadkowy z 2023 r. podobnie jak Niemcy, podczas gdy pozycję umacniał m.in. Meksyk.

— Polska utrzymuje 1. miejsce w Unii w eksporcie papierosów z ponad 30-procentowym udziałem w całkowitym eksporcie UE, mimo spadku o 6 proc. w porównaniu z I kwartałem 2024 r. Mniejsza wartość eksportu może być związana z globalnym spadkiem popytu, który zaobserwowano już w 2024 r.

► Spadł także eksport telewizorów (o 8 proc.), mimo utrzymania 1. pozycji w UE z 30-procentowym udziałem. Zahamowanie dynamiki wzrostu w branży motoryzacyjnej, szczególnie w Niemczech, wpłynęło na łańcuchy dostaw i niższe wartości eksportu z Polski innych polskich hitów z sektora części do pojazdów, m.in. elementów nadwozia.

► Mimo trudnej sytuacji otoczenia międzynarodowego w I kwartale 2025 r., polski eksport utrzymał poziom z zeszłego roku, a w niektórych kategoriach odnotowano wzrost.

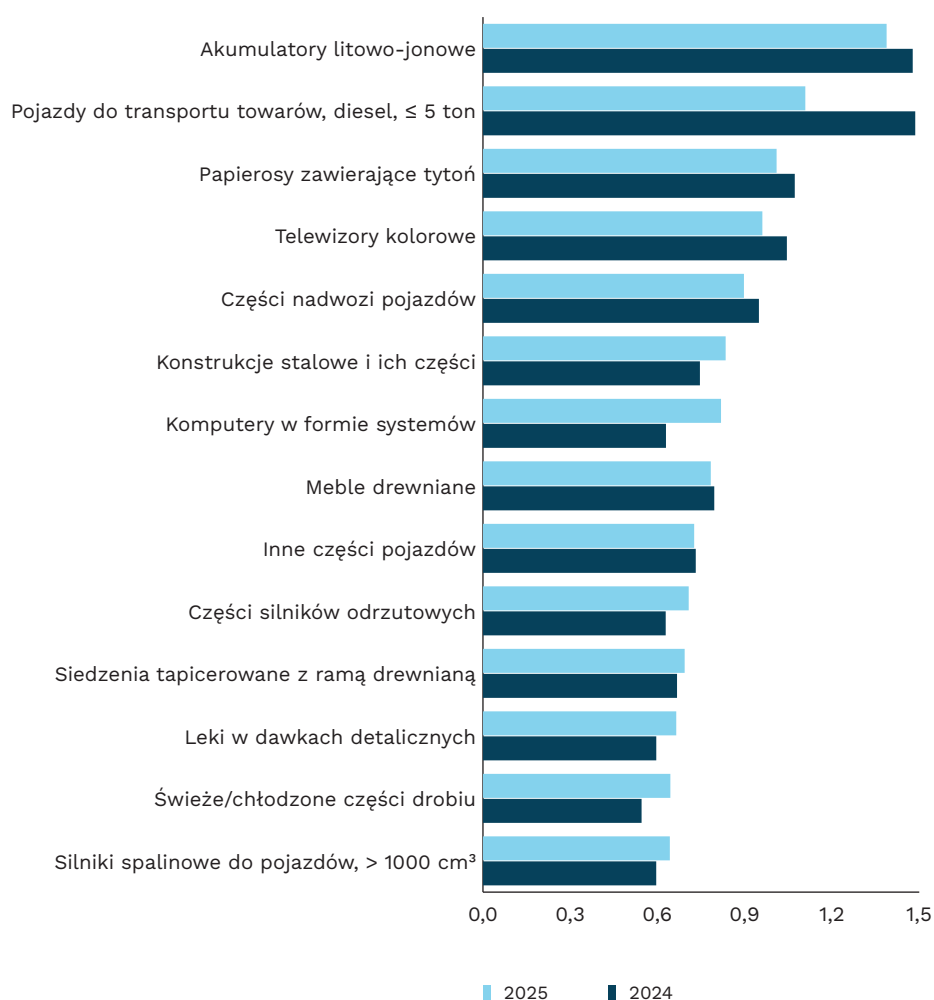
— Eksport maszyn cyfrowych do przetwarzania danych wzrósł o 30 proc. w I kwartale 2025 r. i osiągnął wartość 0,81 mld EUR. Polska dominuje w UE w tej kategorii z udziałem ponad 55 proc. całkowitego eksportu Unii. Podczas gdy eksport tych maszyn w całej UE wzrósł tylko o 2 proc., Polska umocniła swoją pozycję na tym

¹ Ze względu na niepełne dane ze wszystkich państw UE za I kwartał 2025 r., pozycja Polski w łącznym eksporcie UE dotyczy wyniku za dwa pierwsze miesiące 2025 r.

rynku. W skali globalnej w 2024 r. wyprzedzały ją tylko Tajwan i USA, a polski udział w światowym handlu wynosił 14 proc.

- **Znacznie wzrósł również eksport konstrukcji stalowych, części silników odrzutowych oraz leków, co plasuje Polskę odpowiednio na 1., 2. i 14. miejscu w UE.** Wzrost w tych kategoriach wyniósł około 12 proc. i jest częścią ogólnoeuropejskiego trendu wynikającego ze zwiększonego zapotrzebowania na te produkty.
- **W sektorze spożywczym eksport świeżych/chłodzonych części drobiu wzrósł o 18 proc., do wartości 0,65 mld EUR.** Polska była liderem w eksporcie tej kategorii z 35-procentowym udziałem w eksporcie UE.

Wykres 1. Wartość eksportu czołowych produktów Polski w I kwartale 2025 r. na tle I kwartału 2024 r. (według klasyfikacji CN6, nazwy uproszczone)



Źródło: opracowanie własne PIE na podstawie danych DBW GUS.

(Aleksandra Sojka)

Polska ma duży potencjał produkcji biogazu i biometanu

415

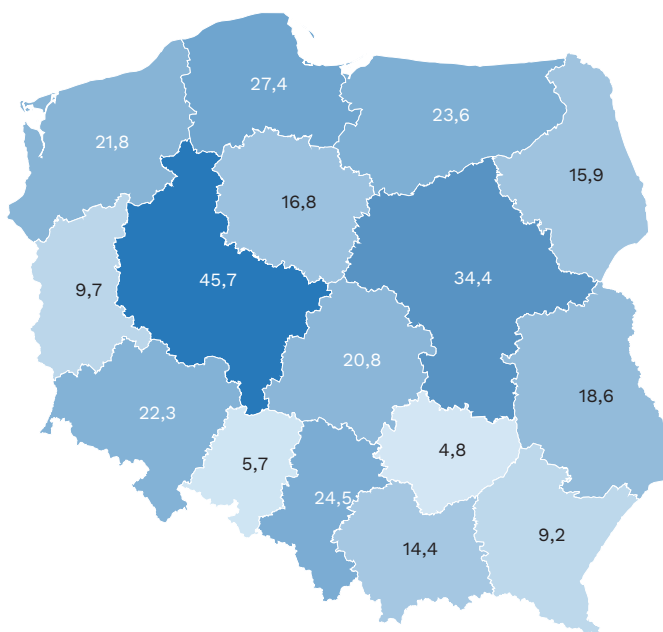
biogazowni działa na terenie
Polski – wg danych Urzędu
Regulacji Energetyki
(stan na koniec marca 2025 r.)

1 z ok. 1600

znajdujących się w Europie
biometanowni zlokalizowana
jest w Polsce

► **Polska jest na wczesnym etapie rozwoju instalacji biogazowych i biometanowych względem państw UE.** Według danych Urzędu Regulacji Energetyki (stan na marzec 2025 r.), na terenie naszego kraju znajduje się 416 zakładów (415 biogazowni, 1 biometanownia). Agencja Rynku Energii wskazuje, że charakteryzują się mocą zainstalowaną na poziomie 320 MW i roczną produkcją energii elektrycznej wynoszącą niecałe 1,6 TWh (0,94 proc. krajowej produkcji energii elektrycznej w 2024 r.). W lutym 2025 r. w Polsce na terenie Rolniczego Gospodarstwa Doświadczalnego w Brodach uruchomiono pierwszą w Polsce biometanownię. Instalacja ma produkować 0,65 mln m³ biometanu rocznie, który będzie sprężany i sprzedawany jako paliwo w sektorze transportu (bioCNG). Dla porównania, w Europie działa ponad 20 tys. biogazowni i około 1600 biometanowni, a możliwości techniczne unijnej generacji biometanu już na koniec I kwartału 2024 r. przekroczyły 6,4 mld m³, czyli ponad 9800-krotność polskiej produkcji w 2025 r.

Mapa 1. Moc instalacji biogazowych w Polsce w podziale na województwa (w Mwe)



Uwaga: dane nie uwzględniają mocy mikroinstalacji, w tym instalacji prosumenckich.
Źródło: opracowanie własne PIE na podstawie danych Urzędu Regulacji Energetyki.

► **Polska posiada duży potencjał produkcji biogazu i biometanu, ale wykorzystuje go w minimalnym stopniu.** Krajowy Plan w dziedzinie Energii i Klimatu (KPEiK) zakłada, że krajowy potencjał wytwórczy biometanu wynosi nawet 8 mld m³ – w przypadku jego realizacji pokryłby aż 46 proc. zapotrzebowania Polski na gaz ziemny (8 z 17,4 mld m³), co zmniejszyłoby uzależnienie naszego kraju od importu tego paliwa lub umożliwiło szybsze odchodzenie od węgla w elektroenergetyce i ciepłownictwie. Inne szacunki, np. organizacji Gas for Climate, sugerują, że polski potencjał wytwarzania tego paliwa jest jeszcze większy – 5. w Europie pod względem wielkości (około 13 mld m³ w długoterminowej perspektywie 2050 r.).

► KPEiK w scenariuszu ambitnej transformacji (WAM) przewiduje, że biometan zapewni 11,9 TWh energii w krajowym zużyciu energii końcowej w 2030 r. (1,1 mld m³) i 28,3 TWh w 2040 r. (2,6 mld m³). Dokument zaznacza kilka działań sprzyjających wdrażaniu instalacji biometanu, m.in. ułatwienia budowy gazociągów bezpośrednich dla wytwórców tego paliwa. Ministerstwo Klimatu i Środowiska przygotowało w kwietniu br. propozycje zmian w tym zakresie.

(Wojciech Żelisko)

Najmniejsze podmioty napędzają wzrost rejestracji w REGON

0,58 proc.

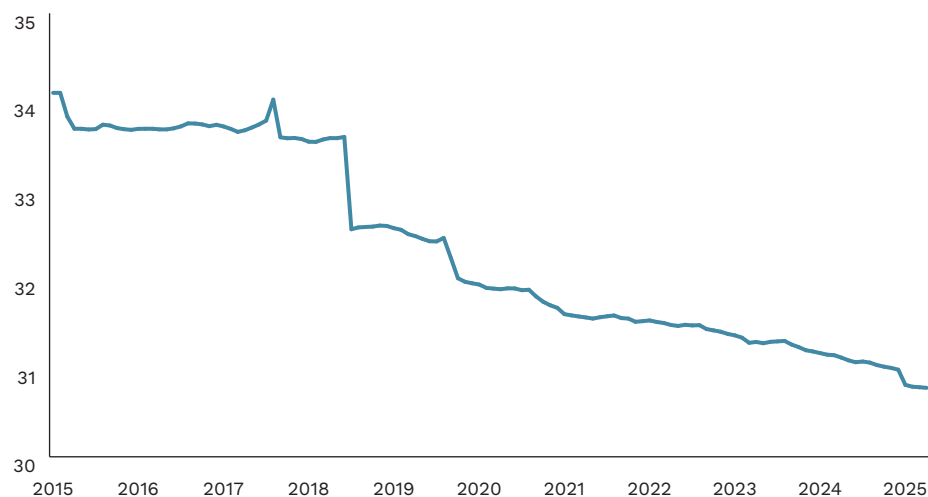
wyniósł odsetek średnich i dużych podmiotów w rejestrze REGON

5347,3 tys.

wyniosła liczba wpisanych podmiotów do rejestru REGON

► **Liczba podmiotów zarejestrowanych w rejestrze REGON stopniowo wzrasta.** W ostatnim miesiącu zarejestrowano 35,1 tys. nowych podmiotów, co dało wynik wyższy o 4,7 proc. niż w marcu br. Najwięcej nowych rejestracji odnotowano w województwie mazowieckim (o 2 proc. więcej niż w marcu). Na koniec kwietnia do rejestru wpisanych było 5347,3 tys. podmiotów gospodarki narodowej, czyli o 0,3 proc. więcej niż w poprzednim miesiącu oraz o 2,8 proc. więcej niż w kwietniu ubiegłego roku. Zmniejszyła się również liczba podmiotów wyrejestrowanych. Względem poprzedniego miesiąca jest to spadek o 4,3 proc. Odnotowano również mniejszą liczbę wyrejestrowanych osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą (o 4,5 proc.).

Wykres 2. Liczba średnich i dużych podmiotów w rejestrze REGON (zatrudniających powyżej 50 pracowników; w tys.)



Źródło: opracowanie własne PIE na podstawie danych GUS.

► **Różnice w przyroście liczby zarejestrowanych podmiotów są szczególnie widoczne przy podziale ze względu na ich wielkość.** W porównaniu z kwietniem 2024 r. zarejestrowano o 144,9 tys. podmiotów więcej, jednak po uwzględnieniu liczby zatrudnionych obraz nie jest już tak klarowny. Największy udział mają przedsiębiorstwa najmniejsze (od 1 do 9 pracujących). Widoczny jest również ich największy przyrost, który w ostatnim roku wyniósł 147 tys. Spada jednak liczba podmiotów zatrudniających 10 i więcej pracowników. W porównaniu z kwietniem ubiegłego roku ubyło łącznie 2105 takich jednostek. Spadki

odnotowano we wszystkich grupach wielkości zatrudnienia – od firm zatrudniających 10-49 pracowników, przez zatrudniające 50-249 i 250-999 osób, aż po przedsiębiorstwa liczące co najmniej 1000 pracowników.

► **W konsekwencji maleje również udział podmiotów zatrudniających powyżej 50 osób.**

Na początku 2015 r. odsetek sięgał 0,83 proc. i stopniowo malał i w kwietniu osiągnął 0,58 proc. Świadczy to o nierosnącej skali działalności przedsiębiorstw w Polsce, czego częściowym potwierdzeniem jest powyższy odsetek. Firmy często zatrzymują się na poziomie lokalnym bez możliwości lub chęci dalszej ekspansji. Jedną z przyczyn takiego stanu są nadmierne wymogi biurokratyczne oraz stosunkowo mała innowacyjność polskich przedsiębiorstw. Polscy przedsiębiorcy charakteryzują się również małą skłonnością do ryzyka, czemu sprzyja stosunkowo spory rynek wewnętrzny, który umożliwia zaspokojenie potrzeb lokalnych przedsiębiorców. Jednak nie jest on na tyle duży, aby wesprzeć lokalne przedsiębiorstwa w ekspansji międzynarodowej. Kolejnym kluczowym aspektem jest dostęp do finansowania, w zakresie którego wsparciem może być rynek kapitałowy. Licznější inwestycje na giełdzie papierów wartościowych zapewniłyby napływ kapitału do mniejszych, rozwijających się przedsiębiorstw.

(Piotr Kamiński)

Rośnie liczba odwiedzających polskie muzea, co wpływa na ich potencjał ekonomiczny

982

muzea i oddziały muzealne
prowadziły działalność
w 2024 r.

44,4 mln

osób odwiedziło polskie muzea
i wystawy w 2024 r.

7,5 mld PLN

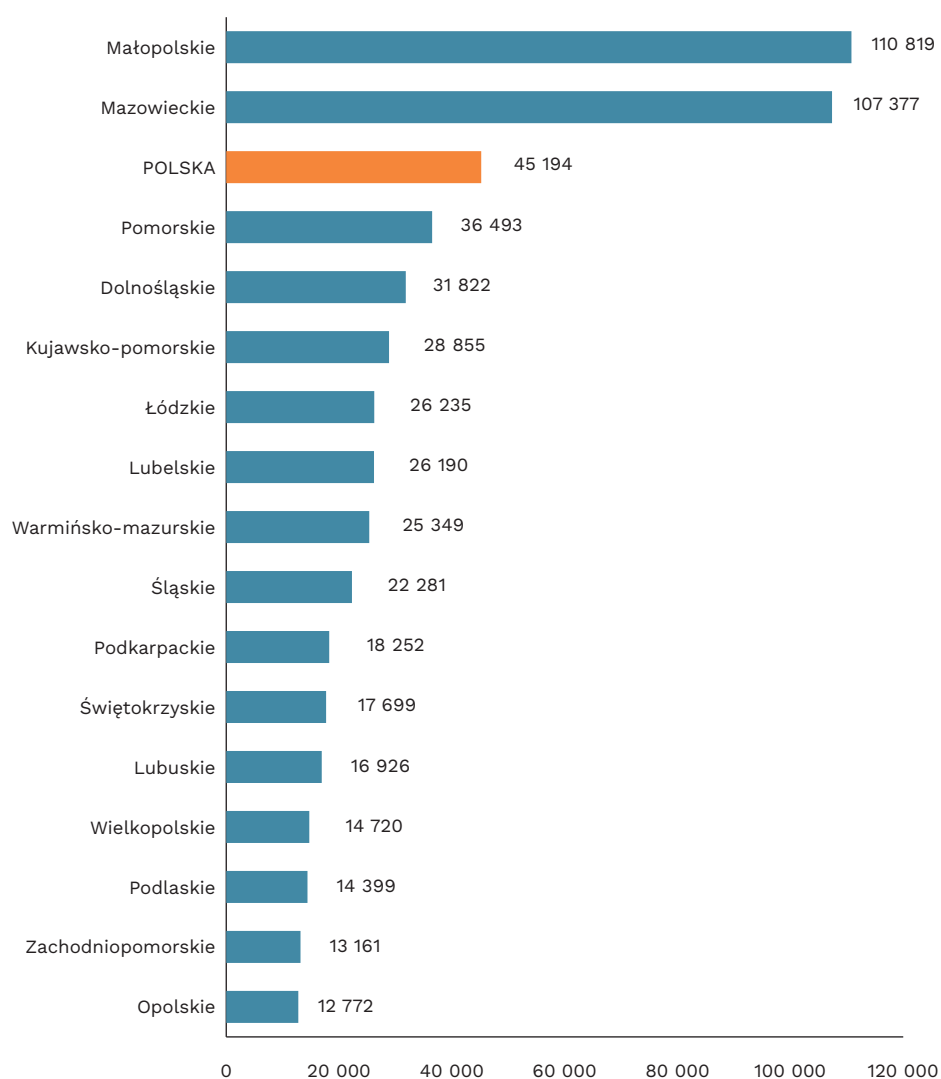
przychodów wygenerował sektor
kultury w I półroczu 2024 r.

► **Zainteresowanie muzeami w Polsce systematycznie rośnie, co potwierdzają najnowsze dane Głównego Urzędu Statystycznego (GUS).** W 2024 r. działalność prowadziły 982 (w 2023 r. było 974) muzea i oddziały muzealne, które przyciągnęły aż 44,4 mln zwiedzających (wzrost w porównaniu z 42,3 mln osób w 2023 r. i wyraźne odbicie po pandemicznym spadku do 16,6 mln w 2020 r.). Przed pandemią, w 2019 r., muzea odwiedziło 40,2 mln osób, co pokazuje, że sektor nie tylko się odbudował, ale rośnie jego potencjał.

► **Znaczące zwiększenie finansowania sektora kultury napędziło jego rozwój.** W latach 2016-2023 budżet Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego wzrósł o ok. 40 proc., co umożliwiło realizację licznych inwestycji (m.in. nowe muzea, poprawa dostępności do infrastruktury kulturalnej, współpraca z sektorem kreatywnym). GUS podaje, że w 2024 r. sektor kultury wygenerował przychody w wysokości 7,9 mld PLN w I półroczu, co oznacza wzrost o 17,1 proc. w porównaniu z I półroczem 2023 r. W całym 2023 r. przychody sektora wynosiły 14,3 mln PLN, co stanowiło wzrost r/r o 16,2 proc.

► **Muzea przyciągają turystów korzystających z usług hotelarskich, gastronomicznych i transportowych, co napędza rozwój regionów.** Ogromnym zainteresowaniem cieszy się organizowana co roku Noc Muzeów (zwłaszcza muzea historyczne). W 2024 r. wzięto w niej udział 795,1 tys. zwiedzających (o 4,3 proc. więcej niż w 2023 r.). Wstępne szacunki z tegorocznej Nocy Muzeów wskazują, że Muzea Narodowe odwiedziło ponad 91 tys. osób. Rekord (blisko 19 tys. zwiedzających) pobiło Muzeum Narodowe w Krakowie. Kluczowym powodem atrakcyjności miast z muzeami jest ich zdolność do łączenia edukacji historycznej z rozrywką i turystyką. Największą liczbę zwiedzających polskie muzea w 2024 r. odnotowano w dwóch województwach – małopolskim i mazowieckim.

Wykres 3. Liczba zwiedzających muzea w 2024 r. przypadająca na jedno muzeum w Polsce i według województw



Źródło: opracowanie własne PIE na podstawie danych GUS.

► **Muzea w Polsce przechodzą transformację, dostosowując się do oczekiwań współczesnych odbiorców i wykorzystując nowe technologie.** Coraz częściej współpracują z przemysłem kreatywnym (digitalizacja zbiorów i archiwów, skanowanie 3D, interaktywne ekspozycje z wykorzystaniem hologramów, aplikacji AR/VR), co nie tylko zwiększa ich atrakcyjność i dostępność, ale także inspirowanie potencjalne start-upy. Z nowych technologii cyfrowych z dużym powodzeniem korzysta współczesny rynek sztuki (aukcje online, platformy do weryfikacji autentyczności dzieł sztuki, wycena dzieł przy pomocy AI, media społecznościowe jako narzędzie promocji).

► **Potencjał gospodarczy muzeów w Polsce to efekt synergii z sektorem kreatywnym i turystycznym.** Jednak bez budowania kapitału społecznego oraz sprawnego zarządzania zasobami kultury i dziedzictwa narodowego, trudno ten potencjał w pełni wykorzystać.

(Katarzyna Zybortowicz)

Austria dołącza do światowego trendu i zakazuje smartfonów w szkołach

5 godz. i 36 min.

wyniósł średni dzienny czas korzystania z internetu przez nastolatków w dni powszednie w 2022 r.

przeciętnie 4 godz. i 12 min.

podczas korzystania z internetu w 2022 r. nastolatkwie poświęcali mediom społecznościowym (NASK)

46 proc.

dziewczynek

i 38 proc.

chłopców deklaruje, że podczas nauki korzysta z internetu w celach niezwiązanych z lekcjami (NASK)

40 proc.

systemów edukacyjnych na świecie wprowadziło do końca 2024 r. zakaz korzystania z telefonów komórkowych w szkołach (UNESCO)

► 1 maja 2025 r. Austria wprowadziła zakaz korzystania z telefonów komórkowych oraz wszelkich urządzeń komunikacji cyfrowej na terenie szkół. Regulacja obejmuje również szkolne wydarzenia, jak np. wycieczki, i dotyczy uczniów do 14. roku życia. Tym samym Austria dołączyła do grona europejskich krajów (m.in. Francji, Włoch, Węgier, Łotwy i Holandii), które wprowadziły już podobne przepisy. Tego typu trend regulacyjny obserwuje się również w innych częściach świata. **Według danych UNESCO, w 2023 r. zakazy dotyczące korzystania ze smartfonów obowiązywały w 30 proc. systemów edukacyjnych, a w 2024 r. odsetek ten wzrósł do 40 proc.**

► Podobne regulacje są odpowiedzią na rosnące uzależnienie od smartfonów. Według danych NASK, w Polsce systematycznie wydłuża się czas spędzany w internecie przez dzieci i młodzież, którzy najczęściej korzystają z sieci właśnie za pośrednictwem smartfonów. **W 2014 r. średni dzienny czas korzystania z internetu w dni powszednie wynosił 3 godz. i 40 min. W 2022 r. średnia ta wzrosła już do 5 godz. i 36 min., z czego przeciętnie 4 godz. i 12 min. poświęcone było mediom społecznościowym.** Ponadto 46 proc. dziewczynek i 38 proc. chłopców deklaruje, że podczas nauki korzysta z internetu w celach niezwiązanych z odrabianiem lekcji. Co czwarty badany uczeń (25,6 proc.) przyznał, że ma trudności z oderwaniem myśli od platform społecznościowych.

► Badania wskazują, że sama obecność telefonu w zasięgu wzroku (na przykład na biurku) dekoncentruje i obniża wyniki w zadaniach matematycznych oraz prostych testach pamięciowych. Konsumowanie treści dostępnych w mediach społecznościowych może również negatywnie wpływać na zdrowie psychiczne. **W badaniu porównującym trendy w kondycji psychicznej studentów na kampusach amerykańskich uczelni zauważono, że tam, gdzie wprowadzono Facebooka, wskaźniki dobrostanu psychicznego spadły w porównaniu z uczelniami, na których platforma ta nie była jeszcze dostępna (Facebook był udostępniany na kampusach stopniowo, między lutym 2004 r. a wrześniem 2006 r.).** Dostępność Facebooka zwiększała deklaracje studentów dotyczące poczucia przytłoczenia, wyczerpania i niepokoju, co przekładało się także na spadek wyników akademickich.

► Jakkolwiek indywidualne ograniczenie korzystania z mediów społecznościowych przez nastolatków jest oczywiście możliwe, badania podkreślają kolektywny charakter tych platform (nazywany „pułapką mediów społecznościowych”), który sprawia, że indywidualne wyłączenie konta wiąże się z utratą kontekstów społecznych i poczuciem wyobcowania z grupy korzystającej z danej platformy. W związku z tym **przeciętnie użytkownicy TikToka czy Instagrama nie są skłonni jednostronnie dezaktywować swojego konta, jednak byłoby chętni to zrobić, gdyby również inni członkowie ich sieci znajomych ograniczyli korzystanie z tych platform.** Wprowadzenie zakazu korzystania ze smartfonów w szkołach może przyczynić się zatem do zmniejszenia presji rówieśniczej związanej z aktywnością online oraz ograniczenia mechanizmów utrwalania obecności nastolatków w mediach społecznościowych.

(Marcin Lewandowski)

Reklamy na Meta generują wzrost gospodarczy, ale jednocześnie uzależniają przedsiębiorstwa od gigantów technologicznych

213 mld EUR

wynosiła wartość dodana wygenerowana przez spersonalizowane reklamy Meta w UE w 2024 r.

80 proc.

europejskiego rynku mediów społecznościowych jest kontrolowane przez Metę

► **Prawie 61 proc. przedsiębiorstw w UE wykorzystuje media społecznościowe w działaniach marketingowych, a korzysta nich 59 proc. mieszkańców Unii Europejskiej.** Platformy, tj. Facebook czy Instagram, stały się kluczowymi narzędziami umożliwiającymi precyzyjne targetowanie i automatyzację kampanii, co może przekładać się na wzrost sprzedaży i rozpoznawalności marki.

► **Meta szacuje, że w 2024 r. spersonalizowane reklamy na jej platformach przyczyniły się do wygenerowania w UE wartości dodanej rzędu 213 mld EUR oraz do powstania lub utrzymania 1,44 mln miejsc pracy.** Każde wydane 1 EUR miało przynosić średnio 3,98 EUR przychodu dla reklamodawcy. Dane te mają potwierdzać, że Facebook stał się kluczowym narzędziem dla europejskich przedsiębiorstw. Choć liczby zaprezentowane przez Metę robią wrażenie, warto podejść do nich krytycznie i zadać pytanie, czy platformy społecznościowe, jak gigant z Menlo Park, stanowią dla Europy impuls gospodarczy, czy może przyczyniają się do cyfrowej zależności firm od globalnych korporacji.

► **Warto zwrócić uwagę na metodologię badania wskazywanego przez Metę, które objęło ok. 700 tys. kampanii i niemal 3,94 mld unikalnych ekspozycji reklamowych.** Analizie poddano wyłącznie reklamy nastawione na bezpośrednią sprzedaż, nie uwzględniając równoległych działań marketingowych w innych kanałach, które mogły współtworzyć efekty kampanii. Choć skala próby może świadczyć o wiarygodności krótkoterminowych wyników, niejasny pozostaje wpływ na długofalową rozpoznawalność marki. Badanie przeprowadzono w ekosystemie Meta, dlatego trudno rozstrzygnąć, czy podobne efekty dałoby zastosowanie innych kanałów lub kampanii na różnych platformach.

► **Rosnąca dominacja Meta w obszarze reklamy w mediach społecznościowych rodzi pytanie, czy MŚP, które – według samej firmy – są największymi beneficjentami personalizowanych reklam, nie stają się zbyt zależne od algorytmów platformy.** Facebook kontroluje niemal 80 proc. europejskiego rynku mediów społecznościowych, a przedsięwzięcia reklamowe w jego ekosystemie wymagają ciągłej optymalizacji i opierania się na danych dostarczanych przez platformę. Jak wskazują autorzy badania, zyski z reklamy wynikają przede wszystkim z efektywnego wykorzystania gromadzonych danych i testowania kolejnych wariantów kreacji. Nawet jeśli firmy twierdzą, że bez spersonalizowanych reklam trudno byłoby dotrzeć do właściwych odbiorców, warto zadać pytanie, czy utrata dostępu do narzędzi targetujących nie sparaliżowałaby ich działalności. Na te wątpliwości częściowo odpowiadają unijne regulacje, w tym *Akt o rynkach cyfrowych*, który ma zmniejszyć asymetrię informacji między reklamodawcami a platformami, takimi jak Meta.

► **Do danych prezentowanych przez Metę należy podchodzić z ostrożnością. Platformy reklamowe Facebooka – obok innych graczy – są niewątpliwie ważnym czynnikiem wzrostu gospodarczego UE, zwłaszcza dla MŚP, jednak przy braku porównania z alternatywnymi metodami dotarcia do klientów wpływ Facebooka na gospodarkę europejską może być istotnie zawyżony.** Dominacja dostawców platform i danych marketingowych rodzi też poważne ryzyka, jak koncentracja rynku wokół kilku podmiotów oraz uzależnienie firm od jednego kanału promocji.

(Maciej Baranowski)

Luka płacowa pozostaje zauważalnym problemem na unijnym rynku pracy

12 proc.

średnio ogółem wynosiła w UE w 2023 r. luka płacowa ze względu na płeć (nieskorygowana)

7,8 proc.

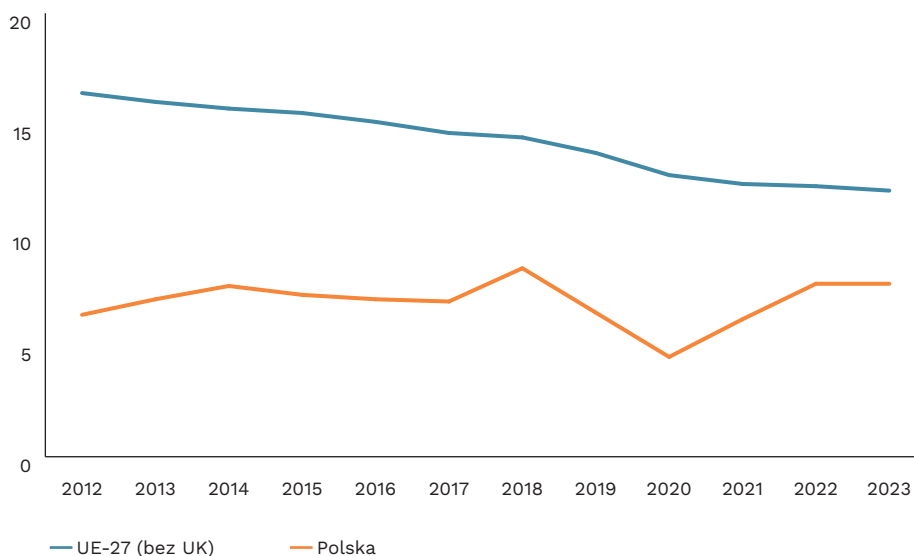
wynosiła w Polsce w 2023 r. luka płacowa ze względu na płeć (nieskorygowana)

13,2 proc.

osób z wieku 35-44 lata było dotkniętych w Polsce luką płacową

► Luka płacowa jest istotnym wskaźnikiem umożliwiającym monitorowanie nierówności wynagrodzeń ze względu na płeć i zapewniającym porównywalność między krajami. Najbardziej intuicyjna i najłatwiejsza do wyliczenia jest nieskorygowana luka płacowa, która obrazuje różnicę w średnich wynagrodzeniach kobiet i mężczyzn (o ile mniej od mężczyzn zarabiają kobiety, w ujęciu proc.). **Zgodnie z danymi Eurostatu, w 2023 r. nieskorygowana luka płacowa wynosiła 12 proc. dla Unii Europejskiej ogółem, zaś dla Polski nieco mniej niż 8 proc.** Luksemburg był jedynym krajem w UE, w którym kobiety zarabiały nieznacznie więcej niż mężczyźni, zaś w Belgii pracownicy obu płci zarabiali prawie tyle samo. Z drugiej strony, krajem o najwyższej luce płacowej były Łotwa (19 proc.) oraz Austria, Czechy, Węgry i Niemcy (ok. 18 proc.). Zauważalne jest zatem znaczne zróżnicowanie wielkości luki na terenie poszczególnych krajów unijnych. Różnice te są w szczególności wynikiem uwarunkowań instytucjonalnych, społecznych i historycznych. **Luka płacowa między kobietami a mężczyznami zmienia się także w zależności od wieku. W Polsce największa była w 2023 r. dla osób z przedziału 35-44 lata (13,2 proc.).**

Wykres 4. Luka płacowa (nieskorygowana) w wynagrodzeniach kobiet i mężczyzn w Polsce i UE w latach 2012-2023 (w proc.)



Źródło: opracowanie własne PIE na podstawie danych Eurostatu.

► Drugim podejściem do pomiaru nierówności wynagrodzeń ze względu na płeć jest luka skorygowana, uwzględniająca dodatkowo zmienne wpływające na produktywność (jak np. stanowisko, staż, wykształcenie czy branża). **Wyliczona przez IBS skorygowana luka płacowa dla Polski w wynagrodzeniach godzinowych w latach 2010-2022 mieściła się w przedziale 12-21 proc. (luka nieskorygowana dla tego okresu była równa średnio 7 proc.).** Od 2012 r. rosła różnica między skorygowaną luką płacową w sektorze prywatnym i publicznym. W 2022 r. luka ta była równa odpowiednio 18 proc. i 8 proc. Ponadto, luka płacowa była większa w branżach zmaskulinizowanych (jak np. górnictwo) niż w sfeminizowanych (np. edukacja) i takich, w których udział w zatrudnieniu każdej z płci

jest porównywalny. Mimo iż najwyższy poziom luki pozostawał w zawodach wymagających wykonywania zadań rutynowych manualnych, to zauważalne było jego obniżenie się. Jednocześnie wzrosła luka w zawodach wymagających przeważnie wyższych kwalifikacji i wykonywania nierutynowych zadań kognitywnych.

► Z uwagi na występowanie powyższych nierówności na rynku pracy, wynikających z odmiennej płci pracowników, jednym z ostatnich aktów prawnych mających przeciwdziałać nierównościom płacowym w UE jest Dyrektywa o przejrzystości wynagrodzeń². **Inicjatywa ta, której wdrożenie przewidziano na 7 czerwca 2026 r., ma na celu zniwelować (lub nawet w pełni wyeliminować) lukę płacową między płciami.** Wspomniana dyrektywa, wśród obowiązków, które nakłada na pracodawców, uwzględnia konieczność raportowania luki płacowej, a także innych mierników z nią związanych (np. odsetek pracowników płci męskiej i żeńskiej w każdym kwartylu wynagrodzenia) w zależności od wielkości zakładu pracy. **Natomiast gdyby nieuzasadniona luka płacowa przekroczyła 5 proc., pracodawcy będą musieli ją wyeliminować w ciągu 6 miesięcy.** Należy jednak pamiętać, że dążenie do zniwelowania luki płacowej może skutkować nie tylko podwyższaniem wynagrodzeń kobiet, ale także obniżaniem wynagrodzeń mężczyzn.

(Ewa Cichowicz)

Autorzy: Maciej Baranowski, Ewa Cichowicz, Piotr Kamiński, Marcin Lewandowski, Aleksandra Sojka, Katarzyna Zybortowicz, Wojciech Żelisko

² Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2023/970 z dnia 10 maja 2023 r. w sprawie wzmocnienia stosowania zasady równości wynagrodzeń dla mężczyzn i kobiet za taką samą pracę lub pracę o takiej samej wartości za pośrednictwem mechanizmów przejrzystości wynagrodzeń oraz mechanizmów egzekwowania.

Polski Instytut Ekonomiczny

Polski Instytut Ekonomiczny to publiczny *think tank* ekonomiczny z historią sięgającą 1928 roku. Jego obszary badawcze to przede wszystkim makroekonomia, klimat i energia, gospodarka światowa, zrównoważony rozwój, foresight gospodarczy, gospodarka cyfrowa i ekonomia behawioralna. Instytut przygotowuje raporty, analizy i rekomendacje dotyczące kluczowych obszarów gospodarki oraz życia społecznego w Polsce, z uwzględnieniem sytuacji międzynarodowej.

Wydarzenia i dane przedstawione w niniejszej publikacji pochodzą i bazują na źródłach zewnętrznych, stąd nie gwarantujemy ich poprawności. Mogą one być ponadto niekompletne albo skrócone. Wszystkie opinie i prognozy zawarte w niniejszej publikacji są wyrazem oceny ekspertów PIE w dniu ich publikacji i mogą ulec zmianie bez zapowiedzi. Niniejszy dokument jest jedynie materiałem informacyjnym do użytku odbiorcy.

© Copyright by Polski Instytut Ekonomiczny