

Wiesława Lizińska

Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

EKSPORTERZY ARTYKUŁÓW ROLNO-SPOŻYWCZYCH Z WOJEWÓDZTWA WARMIŃSKO-MAZURSKIEGO WOBEC WYZWAŃ RYNKU UNIJNEGO

1. Wstęp

Zmiany wynikające z włączenia Polski w strukturę Unii Europejskiej obejmują już obecnie wiele dziedzin ekonomicznych i będą miały w przyszłości jeszcze większy zakres. Poszerzenie zakresu tych przemian będzie oznaczać również przystąpienie Polski do Unii Gospodarczej i Walutowej (UGiW) oraz wprowadzenie do obiegu w Polsce nowej waluty europejskiej. Zmiana ta dotknie najbardziej przedsiębiorstwa prowadzące handel zagraniczny z krajami strefy euro (Michalczyk 2004).

Przyłączenie Polski do unii celnej i jednolitego rynku wewnętrznego UE oznacza radykalną zmianę w polityce handlowej wobec członków Unii, w tym w polityce celnej, ponieważ zniknęły bariery taryfowe i pozataryfowe w obrotach z krajami członkowskimi Unii, a także bariery fizyczne, techniczne i fiskalne. Z drugiej jednak strony oznacza to również zaostrzoną rywalizację na rynku unijnym oraz wymaga wzmocnienia pozycji konkurencyjnej na wspólnym rynku (Poczta, Pawlak, Kiryluk 2004).

Powstały nowe możliwości sprzedaży artykułów rolno-spożywczych w wyniku zniesienia wcześniej funkcjonujących ograniczeń taryfowych i innych w dostępie do rynków krajów UE, jak również w rezultacie stosowanego w UE subwencjonowania eksportu towarów rolnych na rynki trzecie (Babińska 2004).

Możliwości te były dostrzegane przez polskich eksporterów artykułów rolno-spożywczych już w okresie poprzedzającym akcesję. Czas ten wykorzystano na działania ukierunkowane na wzrost efektywności zasobów, dostosowanie procesów produkcji do standardów weterynaryjnych i sanitarnych UE, doskonalenie profilu

produkcji, budowę polityki asortymentowej, upowszechnienie zarządzania jakością i zapewnienia jakości zdrowotnej żywności (Kuśmierz-Gozdalik 2004).

Jednak koszty dostosowania najmniejszych firm do rosnących wymagań, głównie sanitarno-higienicznych, okazały się dla wielu z nich zbyt duże w porównaniu do przychodów. Mimo to istnieje szansa na utrzymanie przez nie roli eksporterów sektora rolno-spożywczego w strukturze gospodarczej kraju (Królikowski 2004).

W następstwie integracji Polski z Unią w prognozach przedakcesyjnych oczekiwano zwiększenia dynamiki eksportu i chłonności importowej. W początkowym okresie spodziewano się, iż efekty importowe mogą przewyższać eksportowe, w wyniku czego pogłębi się deficyt handlowy. Dopiero po kilku latach, w wyniku poprawy konkurencyjności polskich towarów, efekty proeksportowe powinny zacząć przeważać nad proimportowymi. Analizując jednak wyniki polskiego handlu artykułami rolno-spożywczymi z największym partnerem – Unią Europejską w krótkim stosunkowo okresie akcesji, można wskazać już teraz, że w tej grupie towarów efekty proeksportowe są odczuwalne dużo wcześniej, niż przewidywano (Lizińska 2004).

2. Cel i zakres pracy

Celem opracowania była próba wskazania wybranych problemów funkcjonowania przedsiębiorstw eksportujących artykuły rolno-spożywcze, będących efektem procesu integracji oraz zmieniającej się sytuacji na rynku światowym. Podjęto próbę ukazania zmian, jakie zaszły w badanych przedsiębiorstwach w związku z przystąpieniem Polski do Unii Europejskiej, jak również ich oczekiwań i przewidywań dotyczących efektów procesu integracji europejskiej.

Badaniami bezpośrednimi objęto wybrane celowo firmy funkcjonujące na terenie woj. warmińsko-mazurskiego. W empirycznej części zastosowano kwestionariusz ankietowy skierowany do 22 przedsiębiorstw prowadzących działalność eksportową. Do próby dobierano firmy prowadzące działalność produkcyjną (ewentualnie produkcyjno-handlową, produkcyjno-handlowo-usługową). Badania przeprowadzono w czwartym kwartale 2004 r., a więc w okresie, w którym można już wskazać na zmiany będące efektem procesu integracji. Kwestionariusz zawierał 29 pytań. Były to pytania zamknięte, otwarte i półotwarte, które dotyczyły głównie: udziału produkcji przeznaczonej na eksport w przedsiębiorstwie, zmian w eksporcie, będących efektem procesu integracji, poznania opinii przedsiębiorców na temat możliwości wzrostu eksportu oraz tego, skąd czerpią oni głównie informacje o przepisach prawnych związanych z realizacją eksportu w przedsiębiorstwie.

3. Wyniki ich omówienie

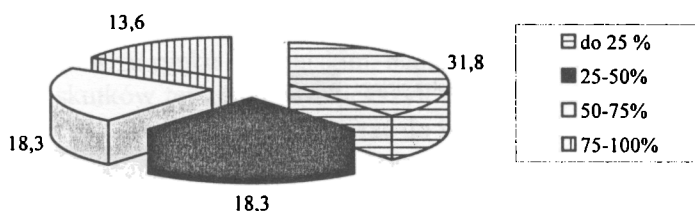
W badanych firmach poddano analizie zasięg terytorialny prowadzonej działalności. W związku z tym, iż dobór firm był celowy, wszystkie mają zasięg zagraniczny, jednak zdecydowana większość (20) oprócz sprzedaży towarów na rynkach

zagranicznych, realizuje ją na rynku krajowym. Wśród krajów będących odbiorcami towarów badanych polskich przedsiębiorstw należy wskazać na bardzo duże zróżnicowanie geograficzne, dominują jednak kraje zarówno unijnej „piętnastki” – w tym najczęściej są to Niemcy (5 firm), jak również nowe kraje unijne, wśród których najczęściej pojawia się Litwa (7 firm).

Organizacją eksportu w badanych przedsiębiorstwach zajmuje się w 4 przypadkach dział eksportu, natomiast w mniejszych przedsiębiorstwach zadania związane z eksportem realizują specjaliści ds. eksportu (11 firm) oraz są one przekazywane w ramach współpracy z firmą pośredniczącą w eksporcie (9 firm). Jak wynika z danych, zadania związane z eksportem towarów są realizowane w niektórych firmach zarówno samodzielnie, jak i przy współpracy z innymi firmami. Jest to głównie efekt zróżnicowania asortymentu sprzedaży na rynkach zagranicznych, co czasami powoduje konieczność podjęcia współpracy z innymi przedsiębiorstwami (pośrednikami handlowymi).

Analizując stopień przetworzenia eksportowanych towarów, należy wskazać, że w zdecydowanej większości firmy sprzedają produkty gotowe (18 firm), ale również częściowo przetworzone (9 firm) oraz surowce (3 firmy).

Na rysunku 1 przedstawiono udział produkcji przeznaczony na eksport w badanych przedsiębiorstwach. Jak wynika z prezentowanych danych, największym udziałem charakteryzowały się firmy, które na eksport przeznaczają do 25% produkcji swoich towarów (31,8%).

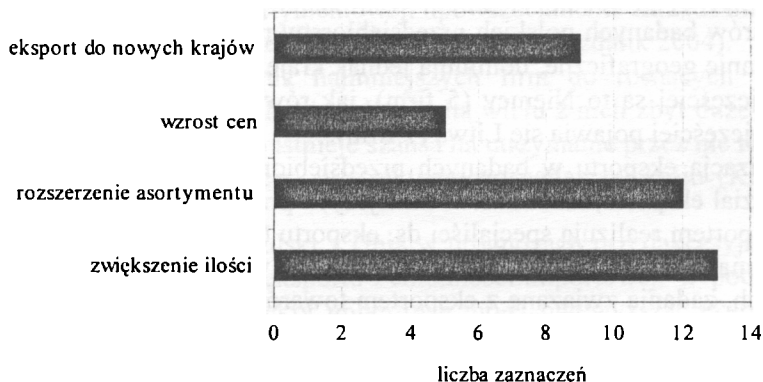


Rys. 1. Udział produkcji przeznaczony na eksport

Źródło: badania własne.

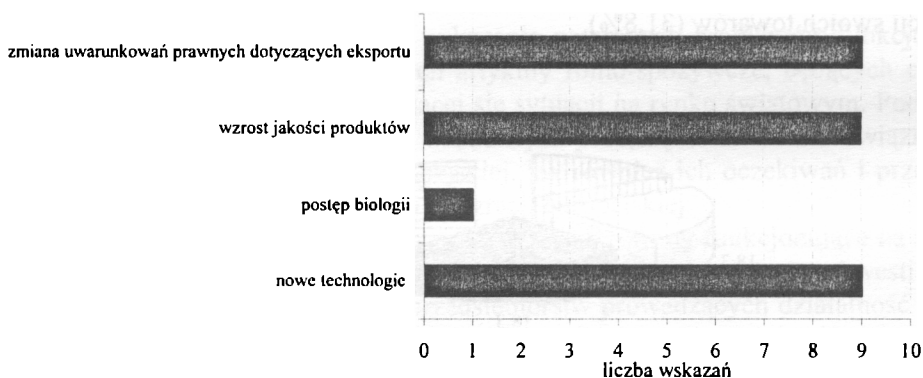
Wśród przyczyn, które zadecydowały o rozpoczęciu eksportu, ankietowani wymieniali najczęściej wyższe ceny na rynkach zagranicznych (15 zaznaczeń) oraz niski popyt na rynku krajowym (9 zaznaczeń).

Pomimo krótkiego okresu akcesji Polski w strukturach unijnych i funkcjonowania na jednolitym rynku europejskim przedsiębiorcy odczuwają wiele skutków tej zmiany (rys. 2).



Rys. 2. Zmiany w eksporcie będące efektem procesu integracji w badanych przedsiębiorstwach
Źródło: badania własne.

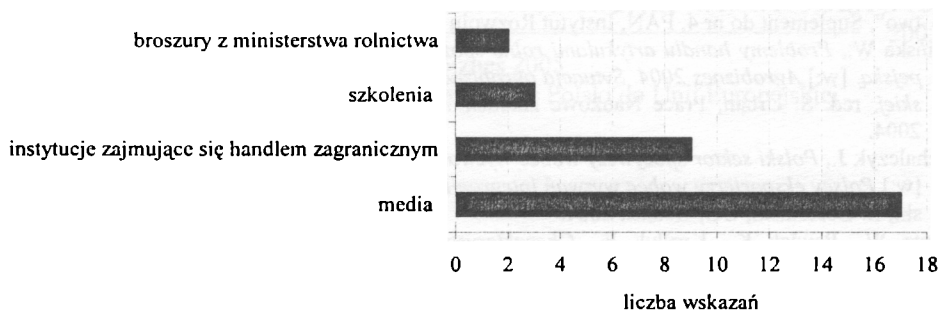
W związku z tym, że badane firmy deklarowały chęć zwiększenia udziału eksportu produkowanych towarów, podjęto próbę wskazania najczęściej postrzeganych przez nich możliwości wzrostu eksportu (rys. 3).



Rys. 3. Możliwości zwiększenia eksportu w opinii badanych przedsiębiorstw
Źródło: badania własne.

Jak wynika z danych przedstawionych na rys. 3, eksporterzy z regionu Warmii i Mazur odczuwają już skutki zmian uwarunkowań prawnych dotyczących eksportu. Wynikają one zarówno z integracji z Unią, jak i z objęcia polskiego handlu zagranicznego zasadami jednolitego rynku europejskiego, czego efektem jest również zmiana uwarunkowań prawnych eksportu do krajów pozaunijnych.

Aby można było skutecznie wchodzić na rynki zagraniczne, jak również utrzymać na nich dotychczasową pozycję, niezbędne jest poznawanie na bieżąco obowiązujących przepisów prawnych.



Rys. 4. Źródła informacji o uregulowaniach prawnych dotyczących eksportu

Źródło: badania własne.

Dla potencjalnych możliwości rozwoju eksportu ważne jest to, że w zdecydowanej większości źródłem informacji o związanych z nim uregulowaniach prawnych dla ankietowanych przedsiębiorców są media (rys. 4), chociaż, jak wynika z danych, korzystają oni ze zróżnicowanych źródeł informacji.

4. Podsumowanie

Czynnikami, które w głównej mierze zdecydowały wśród badanych firm o rozpoczęciu eksportu, były przede wszystkim wyższe ceny na rynkach zagranicznych (15 firm) oraz niski popyt na rynku krajowym (9 firm). Pomimo krótkiego okresu funkcjonowania na jednolitym rynku europejskim, badani przedsiębiorcy odczuwają wiele pozytywnych skutków tej zmiany (zwiększyli eksport, rozszerzyli asortyment, osiągają wyższe ceny oraz mogą eksportować do większej liczby krajów).

Eksporterzy artykułów rolno-spożywczych z regionu Warmii i Mazur odczuwają już skutki zmian uwarunkowań prawnych dotyczących eksportu, wynikających zarówno z integracji z Unią, jak i z objęcia polskiego handlu zagranicznego zasadami jednolitego rynku europejskiego. Konieczna jest jednak bardzo dobra znajomość przepisów prawa. Po informacje o nich powinno się sięgać do fachowych źródeł, mimo że media z pewnością dostarczają najbardziej aktualnych danych (17 firm z 22 ankietowanych), bardzo często jednak powierzchownych.

Literatura

- Babińska D., *Marketingowa strategia produktu polskich przedsiębiorstw eksportujących a uwarunkowania rynków zagranicznych (na podstawie badań bezpośrednich)*, [w:] *Polscy eksporterzy wobec wyzwań integracji gospodarczej z Unią Europejską*, red. B. Jeliński, E. Gostomski, UG, Gdańsk 2004.
- Królowski Z., *Przemysł spożywczy w gospodarce żywnościowej – zarys problemu*, [w:] *Szanse i zagrożenia rozwoju polskich obszarów wiejskich w rozszerzonej Unii Europejskiej*, red. L. Pałasz, AR, Szczecin 2004.

- Kuśmierz-Goźdzalik U., *Przemysł spożywczy w Polsce – stan i perspektywy rozwoju*, „Wieś i Rolnictwo”, Suplement do nr 4, PAN, Instytut Rozwoju Wsi i Rolnictwa, Warszawa 2004.
- Lizińska W., *Problemy handlu artykułami rolno-spożywczymi w kontekście integracji z Unią Europejską*, [w:] *Agrobiznes 2004. Sytuacja agrobiznesu w Polsce po przystąpieniu do Unii Europejskiej*, red. S. Urban, Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, AE, Wrocław 2004.
- Michalczyk J., *Polski sektor spożywczy wobec wyzwań integracji Polski z krajami Unii Europejskiej*, [w:] *Polscy eksporterzy wobec wyzwań integracji gospodarczej z Unią Europejską*, red. B. Jeliński, E. Gostomski, UG, Gdańsk 2004.
- Poczta W., Pawlak K., Kiryluk E., *Charakterystyka handlu zagranicznego artykułami rolno-spożywczymi Polski z Unią Europejską – analiza porównawcza na tle Czech, Słowacji i Węgier*, [w:] *Aktualne tendencje w międzynarodowych stosunkach gospodarczych w rolnictwie i gospodarce żywnościowej*, „*Problemy Rolnictwa Światowego*”, t. XII, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2004.

EXPORTERS OF AGRICULTURAL AND FOOD PRODUCTS FROM WARMIA AND MAZURY VOIVODSHIP IN THE FACE OF CHALLENGES OF THE UNION MARKET

Summary

The integration with European Union gives new possibilities to selling agricultural and food products. It is caused by lifting restrictions in access to the European market. The aim of this paper is to show chosen problems of functioning enterprises which export agricultural and food products, what is the effect of integration and changes on the world market. Despite short time of the membership of Poland in the EU Polish exporters feel many results of this change (growth of export, broadening of choice, higher prices).