

Nieeuropejskie kierunki rozwoju polskiego eksportu w latach 2009–2014

Bartosz Michalski*

Streszczenie: Kluczowym wyzwaniem polskiej strategicznej polityki handlowej pozostaje identyfikacja konkurencyjnych sektorów oraz dywersyfikacja struktury geograficznej polskiego eksportu. Celem artykułu, uwzględniając także szerszy kontekst zagadnień, jest analiza dynamiki rozwoju rynków nieeuropejskich. Badanie zostało przeprowadzone w oparciu o dane źródłowe obejmujące okres 2009–2014, pozyskane z bazy Międzynarodowego Centrum Handlu. Wyniki potwierdzają, że polski eksport jest uzależniony od aktywności międzynarodowych korporacji, natomiast rynki nieeuropejskie stanowią pewną szansę dla krajowych przedsiębiorstw.

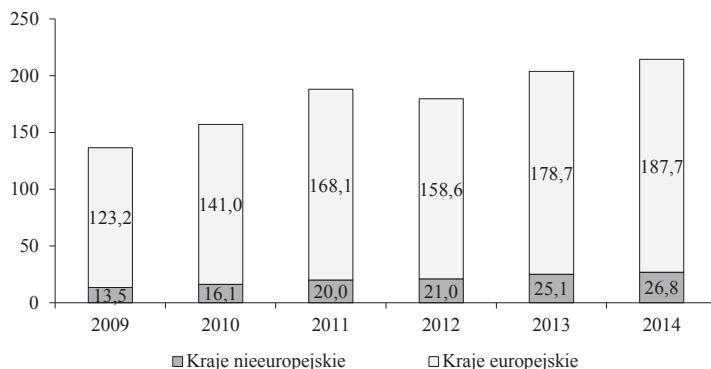
Słowa kluczowe: strategiczna polityka handlowa, konkurencyjność, Polska, eksport, rynki nieeuropejskie

Wprowadzenie

Rozważania nad problematyką polskiego eksportu, będącego coraz istotniejszym czynnikiem wzrostu gospodarczego¹, stanowią element szerszej refleksji o charakterze strategicznym, której zadaniem jest identyfikacja obszarów możliwej lub/ oraz pożądanej ekspansji, a także wskazanie potencjalnych zagrożeń. Obie te kwestie, silnie zdeterminowane współczesną strukturą geograficzną i przedmiotową polskiej wymiany międzynarodowej, wymagają podjęcia konsekwentnych, długofalowych działań w ramach polityki wsparcia eksportu (zob. m.in. Wróblewski, 2015), by wzmacniać korzystne tendencje oraz stymulować takie przemiany, które pozwoliłyby zredukować wystąpienie niekorzystnych zjawisk. W odniesieniu do tych drugich za najważniejsze dla współczesnej Polski można uznać utrwalanie pułapki średniego dochodu, co znajduje swoje częściowe potwierdzenie w strukturze eksportu zdominowanej przez dobra będące efektem pośrednich faz produkcji i zastosowania zagranicznych technologii (paradygmat Polski jako korporacyjnej montowni, oznaczający m.in. uzależnienie produkcji przemysłowej od importu zaopatrzeniowego i transferu zagranicznych technologii). Nie mniej istotne jest również zbyt silne powiązanie z rynkami europejskimi (zob. rys. 1), kształtujące się w badanym okresie w przedziale 87,5–90,2%.

* dr hab. Bartosz Michalski, Uniwersytet Wrocławski, Instytut Studiów Międzynarodowych, e-mail: bartosz.michalski@uwr.edu.pl.

¹ Udział eksportu w polskim PKB w latach 2009–2014 systematycznie rósł z poziomu 31,3 do 39,4% (obliczenia własne na podstawie Trade Map [2016] oraz Trading Economics [2016]).



Rysunek 1. Struktura geograficzna polskiego eksportu w latach 2009–2014 (mld USD)

Źródło: opracowanie własne na podstawie Trade Map (2016).

1. Cel artykułu i uwagi metodologiczne

Wobec tak zarysowanego tła i kontekstu wartościowym obszarem badań nad ewolucją polskiego eksportu i jej konsekwencjami jest określenie dynamiki rozwoju alternatywnych (nieeuropejskich) kierunków jako działań zorientowanych na dywersyfikację źródeł dochodów oraz długofalowe dążenie do minimalizowania potencjalnie negatywnych impulsów płynących z Europy. W wymiarze strategicznym, wpisującym się m.in. w debatę nad bezpieczeństwem ekonomicznym czy poziomem międzynarodowej konkurencyjności polskiej gospodarki (zob. szerzej Pluciński, 2015), zwiększenie znaczenia rynków nieeuropejskich świadczyłoby zarówno o wzmocnieniu roli, jaką Polska odgrywa w międzynarodowym systemie handlowym oraz wskazywałoby na pozytywne przekształcenia strukturalne zachodzące na poziomie samych przedsiębiorstw, coraz aktywniej poszukujących perspektywicznych obszarów ekspansji i dysponujących odpowiednim potencjałem kompetencyjnym i jednocześnie konkurencyjną ofertą produktową.

Warto tutaj zwrócić uwagę na działania podjęte przez Ministerstwo Gospodarki (MG), które w ramach projektu „Promocja polskiej gospodarki na rynkach międzynarodowych” (Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka), oprócz wskazania piętnastu kluczowych branż² (promowanych jednakże tylko w krajach sąsiednich oraz Chinach), wytypowało także siedem perspektywicznych rynków (Algieria, Brazylia, Kanada, Kazachstan, Turcja, Zjednoczone Emiraty Arabskie, Meksyk). Przewidywano tam intensyfikację działań promocyjnych obejmujących udział w wybranych targach, misjach gospodarczych, organizację

² Polskie specjalności żywnościowe, przemysł obronny, turystyka medyczna, odzież, dodatki, galanteria skórzana, maszyny i urządzenia górnicze, kosmetyki, branża ochrony i zachowania zabytków, budownictwo, stolarka okienna i drzwiowa, sprzęt medyczny i aparatura pomiarowa, jachty, łodzie rekreacyjne, przemysł biotechnologiczny i farmaceutyczny, usługi IT/ICT, wyroby jubilerskie – biżuteria z bursztynu i srebra, meble.

wizyt studyjnych dziennikarzy, organizacji producenckich, kampanię promocyjną ogólną w mediach i kampanię w mediach branżowych (Ministerstwo Gospodarki, 2016).

Z powyższych powodów celem artykułu jest:

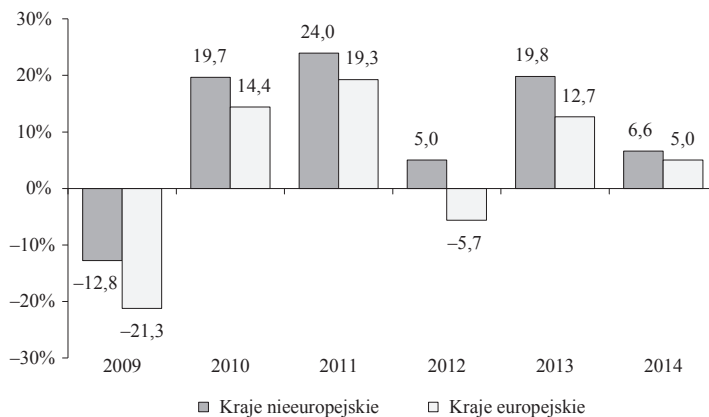
- identyfikacja najważniejszych grup towarowych na największych nieeuropejskich rynkach eksportowych,
- wskazanie grup towarowych, które w przypadku największych nieeuropejskich rynków eksportowych odznaczały się najsilniejszą dynamiką wzrostu,
- określenie nowych kierunków geograficznej ekspansji o najsilniejszej dynamice wzrostu (wraz z grupami towarowymi, które o tym zdecydowały),
- częściowa ocena efektów wsparcia realizowanego przez Ministerstwo Gospodarki.

Z uwagi na ograniczenia redakcyjne, identyfikacja największych rynków nieeuropejskich i tych o najsilniejszej dynamice wzrostu w badanym okresie, została ograniczona do trzech. Badanie przeprowadzono w oparciu o dane źródłowe dotyczące polskiego eksportu w ujęciu geograficznym i branżowym (lata 2009–2014, tj. wybuch kryzysu i okres po nim) według klasyfikacji HS (*Harmonised System* – Nomenklatura Scalona), na 4-cyfrowym poziomie ich dezagregacji, pozyskane z bazy Międzynarodowego Centrum Handlu (Trade Map, 2016).

Podjęte rozważania wpisują się w nurt badań dotyczących praktycznego wymiaru strategicznej polityki handlowej Polski, która generalnie ukierunkowana jest/powinna być na wzmocnienie potencjału konkurencyjnego krajowych firm na rynkach międzynarodowych. Nie mniej istotną perspektywą badawczą jest podejście charakterystyczne dla międzynarodowej ekonomii politycznej, w ramach której o pozycji i zachowaniu państwa w gospodarce światowej (czy szerzej: stosunkach międzynarodowych) decyduje złożony splot czynników nieekonomicznych (społecznych, politycznych, kulturowych). Istotnie oddziałują one na zadany problem w warunkach rozproszonego władztwa decyzyjnego (wielopoziomowość zarządzania publicznego w warunkach członkostwa w Unii Europejskiej i globalizacji) oraz możliwości jego przełożenia na konkretne skuteczne działania (zob. szerzej Staniszkis, 2003).

2. Najważniejsze tendencje w polskim eksporcie w latach 2009–2014

Odnosząc się raz jeszcze do tendencji zobrazowanych na rysunku 1, widać wyraźnie, że w ujęciu wartościowym w badanym okresie polski eksport, z wyjątkiem roku 2012, charakteryzował się systematycznym wzrostem. By dokładniej uchwycić dynamikę zmian (rys. 2), należy prześledzić ją w ujęciu rok do roku (r/r). Widać wyraźnie, że rynki nieeuropejskie odznaczały się w polskim eksporcie większą odpornością na negatywne zjawiska, zarówno jeśli chodzi o pierwszą fazę kryzysu (spadek w 2009 r. mierzony zmianą w stosunku do 2008 r.), jak i jego drugie uderzenie w roku 2012. W latach wzrostu dynamika zmian w przypadku rynków nieeuropejskich była wyraźnie silniejsza i tym samym pozwalała na wzrost ich udziału w ogólnej strukturze.



Rysunek 2. Roczna dynamika zmian polskiego eksportu w okresie 2009–2014

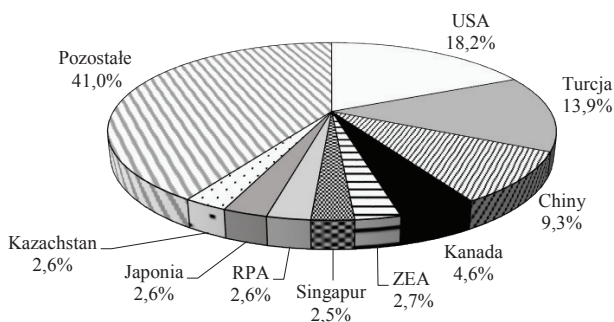
Źródło: opracowanie własne na podstawie Trade Map (2016).

Obserwacje te skłaniają jednocześnie do próby wyjaśnienia tej specyfiki i umożliwiają postawienie na tym etapie badania hipotezy roboczej. Jest ona konsekwencją powszechnie znanej charakterystyki polskiego eksportu na rynki europejskie: jego struktura jest silnie uwarunkowana znaczeniem działów HS 84 (przemysł maszynowy), HS 85 (przemysł elektryczny i elektroniczny) oraz HS 87 (przemysł samochodowy) (zob. Główny Urząd Statystyczny, 2015). Są to branże, w których kluczową rolę odgrywają korporacyjne sieci produkcyjne, „wrażliwe na odległość” w sensie konieczności zapewnienia regularnych dostaw poprzez sprawne systemy logistyczne oraz jednocześnie czułe na zmiany prognoz sprzedaży (efekt byczego bicza; zob. Pluta-Zaremba, 2002; Mesjasz-Lech, 2012), co z kolei negatywnie wpływa na wewnątrz korporacyjne przepływy elementów pośrednich (eksport/import zaopatrzeniowy) wytwarzanych w relatywnie tańszych lokalizacjach (raz jeszcze należy przypomnieć o paradygmacie Polski jako montowni i negatywnych konsekwencjach takiego stanu rzeczy). Natomiast w przypadku rynków nieeuropejskich większą rolę odgrywają prawdopodobnie „tradycyjnie polskie” sektory, w których funkcjonuje rodzimy kapitał, wykorzystując posiadane ujawnione przewagi komparatywne. Ich widoczność może być jednocześnie efektem stosunkowo niskiej bazy (skali realizowanych obrotów na rynkach nieeuropejskich).

3. Polska ekspansja eksportowa poza Europą – identyfikacja najważniejszych rynków w latach 2009–2014

Pozaeuropejska struktura polskiego eksportu charakteryzuje się znaczącym poziomem dywersyfikacji. Wartość wskaźnika koncentracji dla trzech największych rynków, tj. Stanów Zjednoczonych, Turcji i Chin obliczona dla ich średnich udziałów w badanym okresie

wynosi nieco ponad 41% (zob. rys. 3). Z kolei indeks koncentracji dla wszystkich nieeuropejskich rynków obliczony według formuły Herfindahla-Hirschmana (HHI) wynosi zaledwie 715. Warto jednocześnie zauważyć, że średnia dynamika wzrostu polskiego eksportu (lata 2009–2014) dla 10 największych nieeuropejskich rynków wyniosła 167,3% (ważona ich udziałem 113,1%). Nie przekroczyła ona 100% tylko w przypadku trzech wyżej wymienionych największych nieeuropejskich partnerów (odpowiednio 95,5%, 78,3% oraz 53,2%) oraz Republiki Południowej Afryki (99,9%).



Rysunek 3. Średnie udziały rynków w nieeuropejskiej strukturze polskiego eksportu ogółem w latach 2009–2014

Źródło: opracowanie własne na podstawie Trade Map (2016).

Analiza eksportu z Polski na trzy największe rynki nieeuropejskie obejmuje:

- określenie stopnia dywersyfikacji (koncentracji) struktury przedmiotowej (obliczenie wartości HHI),
- wartość eksportu w latach 2009 i 2014,
- wskazanie kilku grup produktowych o najwyższych średnich udziałach w latach 2009–2014,
- miejsce najważniejszej grupy produktowej pochodzącej z Polski w geograficznej strukturze importu analizowanego kraju (dane za 2014 r.),
- wskazanie kilku grup produktowych, które w badanym okresie zanotowały najsilniejszy wzrost przy dodatkowym założeniu (warunku brzegowym) pozwalającym zidentyfikować kategorie istotne, tj. takie, których średni udział w eksporcie do danego kraju przekroczył 1%,
- miejsce grupy produktowej o najsilniejszej dynamice pochodzącej z Polski w geograficznej strukturze importu analizowanego kraju (dane za 2014 r.),
- saldo bilansu handlowego (dane za 2014 r.).

Wyniki analizy ujęto w tabeli 1. Ich interpretacja w pewnej mierze potwierdza obecność i rosnącą aktywność polskich firm (sektor lotniczy, stoczniowy, chemia organiczna, produkcja metali nieżelaznych, meble, sektor żywnościowy). Działają one w branżach,

w których podjęto bolesną społecznie restrukturyzację, co w miarę upływu czasu pozwoliło na nowo zdefiniować miejsce w międzynarodowym podziale pracy. Z drugiej strony, zwłaszcza w odniesieniu do eksportu na rynek turecki z uwagi na relatywną bliskość geograficzną, widać, że rola oddziałów wchodzących w skład korporacyjnych sieci produkcyjnych jest wciąż istotna.

Tabela 1

Analiza struktury i dynamiki zmian eksportu z Polski do USA, Turcji i Chin w okresie 2009–2014

	USA	Turcja	Chiny
HHI	317,3	498,7	1327,0
Wartość eksportu (mln USD)	2482,5 (2009) 4853,7 (2014)	1755,1 (2009) 3129,5 (2014)	1469,6 (2009) 2251,0 (2014)
Najważniejsze grupy produktowe (kod HS; średni udział)	1) silniki odrzutowe (HS 8411; 11,7%); 2) inne meble i ich części (HS 9403; 6,8%); 3) oleje ropy naftowej (HS 2710; 5,6%); 4) statki (HS 8901; 5,3%); 5) części samolotowe (HS 8803; 4,9%)	1) silniki diesla (HS 8408; 13,4%); 2) samochody osobowe (HS 8703; 11,6%); 3) części do odbiorników TV (HS 8529; 8,7%); 4) odbiorniki TV (HS 8528; 7,5%)	1) miedź rafinowana (HS 7403, 35,4%); 2) związki heterocykliczne tyłko z heteroatomem(-ami) azotu (HS 2933; 4,4%); 3) części i akcesoria samochodowe (HS 8708; 2,7%); 4) inne meble i ich części (HS 9403; 2,5%)
Miejsce polskiej najważniejszej grupy produktowej w strukturze importu danego kraju (2014)	8. dostawca HS 8411	2. dostawca HS 8408	8. dostawca HS 7403
Grupy produktowe o najsilniejszej dynamice wzrostu (kod HS; zmiana procentowa)	1) oleje ropy naftowej (HS 2710; 24 893%); 2) srebro (HS 7106; 388%); 3) przewody izolowane (HS 8544; 361%); 4) aparaty telefoniczne (HS 8517; 329%); 5) transformatory elektryczne (HS 8504; 313%)	1) samochody ciężarowe (HS 8704, 1066%); 2) odbiorniki TV (HS 8528; 253%); 3) samochody osobowe (HS 8703; 206%); 4) organiczne preparaty powierzchniowo czynne (inne niż mydło) (HS 3402; 203%)	1) wieprzowina (HS 0203; 383825%); 2) aparaty telefoniczne (HS 8517; 1252%); 3) inne meble i ich części (HS 9403; 310%); urządzenia elektryczne do przełączania lub zabezpieczania obwodów elektrycznych poniżej 1000 V (HS 8536; 256%)
Miejsce polskiej grupy produktowej o najsilniejszej dynamice w strukturze importu danego kraju (2014)	53. dostawca HS 2710	5. dostawca HS 8704	10. dostawca HS 0203
Saldo bilansu handlowego (2014, mln USD)	-533,2	438,5	-20 741,6

Źródło: opracowanie własne na podstawie Trade Map (2016).

4. Polska ekspansja eksportowa poza Europą – identyfikacja rynków najsilniej rosnących w latach 2009–2014

Identyfikacja kierunków polskiego eksportu, które odznaczają się najsilniejszą dynamiką wzrostu, zrealizowano na podstawie podobnego schematu analitycznego. Badanie wykazało, że wśród najszybciej rosnących rynków nieuropejskich, które w strukturze polskiego eksportu odznaczały się średnim udziałem przekraczającym 0,2% (warunek brzegowy), znalazły się Singapur (udział 0,28%; wzrost o 444%), Australia (udział 0,23%; wzrost o 173%) oraz Meksyk (udział 0,22%; wzrost 219%). Co ważne, obroty eksportowe z każdym z tych krajów nie przekroczyły jednak wielkości 1 mld USD (według danych za rok 2014: Singapur 841,5 mln, Australia 649,3 mln, natomiast Meksyk 497,8 mln).

Wyniki analizy przedstawiono w tabeli 2. Wskazują one na fakt, że ekspansja polskich firm na nieuropejskich rynkach realizowana jest głównie przez branżę stoczniową, chemiczną, metalową, natomiast wciąż w tych przepływach widoczne są sektory, w których dominuje obecnie kapitał zagraniczny (przemysł samochodowy, farmaceutyczny, elektryczny i elektroniczny).

Tabela 2

Analiza struktury i dynamiki zmian eksportu z Polski do Singapuru, Australii i Meksyku w okresie 2009–2014

	Singapur	Australia	Meksyk
1	2	3	4
HHI	2002,8	265,6	496,0
Wartość eksportu (mln USD)	154,7 (2009) 841,5 (2014)	238,2 (2009) 649,3 (2014)	155,9 (2009) 497,8 (2014)
Najważniejsze grupy produktowe (kod HS; średni udział)	1) statki (HS 8901; 37,2%)*; 2) pozostałe jednostki pływające, platformy wiertnicze i pływające (HS 8905; 23,9%)*	1) samochody ciężarowe (HS 8704; 7,6%); 2) inne meble i ich części (HS 9403; 5,3%); 3) leki w odmierzonych dawkach (HS 3004; 5,1%); 4) samochody osobowe (HS 8703; 4,9%)	1) części i akcesoria samochodowe (HS 8708; 17,2%); 2) brzytwy, maszyny do golenia, żyletki (HS 8212; 6,7%); 3) aparaty telefoniczne (HS 8517; 5,9%)
Miejsce polskiej najważniejszej grupy produktowej w strukturze importu danego kraju (2014)	*	13. dostawca HS 8704	18. dostawca HS 8708
Grupy produktowe o najsilniejszej dynamice wzrostu (kod HS; zmiana procentowa)	1) pozostałe jednostki pływające, platformy wiertnicze i pływające (HS 8905; 17294%)*; 2) aparaty telefoniczne (HS 8517; 1029%); 3) statki (HS 8901; 635%)*; 4) konstrukcje i części konstrukcji żeliwne lub stalowe (HS 7308; 134%)*	1) leki w odmierzonych dawkach (HS 3004; 106562%); 2) statki powietrzne (HS 8802; 12453%); 3) żurawie, suwnice, bramownice (HS 8426; 5865%); 4) samochody osobowe (HS 8703; 912%); 5) organiczne preparaty powierzchniowo czynne (inne niż mydło) (HS 3402; 721%)	1) aparaty telefoniczne (HS 8517; 22653%); 2) maszyny do golenia, żyletki (HS 8212; 6582%); 3) artykuły z gumy (HS 4016; 4268%), opony (HS 4011; 1390%); 4) części i akcesoria samochodowe (HS 8708; 854%); 5) leki w odmierzonych dawkach (HS 3004; 1297%)

1	2	3	4
Miejsce polskiej grupy produktowej o najsilniejszej dynamice w strukturze importu danego kraju (2014)	*	20. dostawca HS 3004	13. dostawca HS 8517
Saldo bilansu handlowego (2014, mln USD)	-74,2	263,0	88,6

* Dane o polskim eksporcie sektora stoczniowego do Singapuru nie znajdują jednak potwierdzenia w danych obrazujących import sektora stoczniowego przez Singapur (zob. Trade Map, 2016).

Źródło: opracowanie własne na podstawie Trade Map (2016).

Uwagi końcowe

Otrzymane wyniki badania częściowo potwierdzają przyjętą hipotezę o zaangażowaniu polskich przedsiębiorstw w eksport na rynki nieeuropejskie. Wynikać to może jednak ze stosunkowo niskich obrotów handlowych i mniejszego znaczenia tych kierunków dla zlokalizowanych w Polsce oddziałów międzynarodowych korporacji. Analiza w pewnej mierze potwierdza także słuszność wyboru perspektywicznych rynków, dokonanego przez ówczesne Ministerstwo Gospodarki. Każdy z tych rynków, nawet jeśli nie został w toku tego opracowania objęty badaniem, odznacza się istotnym udziałem (pow. 0,2% w eksporcie ogółem) oraz/lub bardzo wysoką dynamiką wzrostu obrotów eksportowych. Niestety, na żadnym z nich Polska nie jest jednak klasyfikowana w pierwszej dziesiątce największych importerów (najbliżej do niej ma w przypadku Turcji, Algierii i Kazachstanu), a niekiedy w takich zestawieniach wyżej znajdują się gospodarki innych krajów Europy Środkowej.

Ujmując problem szerzej, w ramach refleksji strategicznej, przeprowadzona analiza przekształceń strukturalnych w polskim eksporcie na rynki nieeuropejskie, powiązana ze znajomością i świadomością problemów charakterystycznych dla wymiany handlowej z partnerami europejskimi, prowadzi do raczej pesymistycznych wniosków. Polska gospodarka stoi przed szeregiem wyzwań, wynikających z faktu zdominowania wymiany handlowej przez kapitał zagraniczny/korporacje (zob. Ministerstwo Rozwoju, 2016), a co za tym idzie – uzależnienia go także w pewnym zakresie od wewnętrznych łańcuchów dostaw (eksport/import dóbr pośrednich, niezbędnych do realizacji kolejnych faz procesu wytwórczego). Sektory pozostające wciąż w rękach rodzimego kapitału pozostają mimo podjętego wysiłku restrukturyzacji zbyt mało konkurencyjne, by na wybranych rynkach nieeuropejskich, będących nowymi kierunkami ich ekspansji, odgrywać jedną z głównych ról. Nadal istotnym problemem pozostaje luka technologiczna (zob. szerzej Gorynia, 2002), gdyż „tradycyjnie polskimi” obszarami specjalizacji są sektory oparte na łatwo imitowalnych przewagach i poddane rosnącej presji kosztowej ze strony tanich producentów z krajów rozwijających się. Oznacza to więc, że polskie firmy muszą raczej koncentrować się

na poszukiwaniu możliwości współpracy z silniejszymi podmiotami (np. sektor lotniczy), o ustabilizowanej pozycji rynkowej i renomie, względnie na funkcjonowaniu w specyficznych niszach, w obrębie których presja konkurencyjna może być mniej intensywna.

Podsumowując, jakkolwiek wniosek ten może wydawać się zbyt oczywisty, zapewnienie bezpieczeństwa ekonomicznego, wsparcie kompetencyjne dla kluczowych sektorów gospodarki, identyfikacja nowych rodzajów przewag konkurencyjnych oraz uniknięcie zagrożeń wynikających z paradygmatu Polski jako montowni (i zarazem pułapki średniego dochodu) wymaga podjęcia działań kwestionujących dotychczasowy dryf rozwojowy w ramach członkostwa w Unii Europejskiej oraz pastiszową kompatybilność instytucjonalną (zob. Staniszkis, 2003). Konieczny jest usystematyzowany, zaplanowany, konsekwentny wysiłek polityczny i odbudowa kultury gospodarczego programowania strategicznego, którego celem powinno być wzmocnienie potencjału eksportowego krajowego przemysłu i budowa alternatyw w postaci przedsięwzięć biznesowych (a zarazem miejsc pracy) dla korporacyjnych sieci produkcyjnych, tymczasowo traktujących Polskę jako atrakcyjną lokalizację, głównie z uwagi na poziom kosztów i system zachęt inwestycyjnych.

Literatura

- Główny Urząd Statystyczny (2015). *Rocznik Statystyczny Handlu Zagranicznego 2015*. Warszawa.
- Gorynia, M. (red.) (2002). *Luka konkurencyjna na poziomie przedsiębiorstwa a przystąpienie Polski do Unii Europejskiej*. Poznań: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu.
- Mesjasz-Lech, A. (2012). Efekt byczego bicza a zarządzanie zapasami w łańcuchu dostaw. *Logistyka*, 5.
- Ministerstwo Gospodarki (2016). Pobrano z <http://www.mg.gov.pl/Fundusze+UE/POIG/Dzialania/Dzialanie+651/Programy+promocji+o+charakterze+ogolnym/Promocja+polskiej+gospodarki+na+rynkach+perspektywicznych> (2.02.2016).
- Ministerstwo Rozwoju (2016). *Plan na rzecz Odpowiedzialnego Rozwoju*. Pobrano z: https://www.mr.gov.pl/media/14840/Plan_na_rzecz_Odpowiedzialnego_Rozwoju_prezentacja.pdf (28.02.2016).
- Pluciński, E. (2015). Istota bezpieczeństwa ekonomicznego Polski z perspektywy globalizacji regionalnej i światowej. W: M. Domiter, B. Drelich-Skulska, W. Michalczyk (red.), *Globalizacja – gra z dodatnim czy ujemnym wynikiem?* Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu.
- Pluta-Zaremba, A. (2002). Efekt byczego bicza w łańcuchu dostaw. *Gospodarka Materialowa i Logistyka*, 5.
- Staniszkis, J. (2003). *Władza globalizacji*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Trade Map (2016). Pobrano z: <http://www.trademap.org> (2.02.2016).
- Trading Economics (2016). Pobrano z: <http://pl.tradingeconomics.com> (2.02.2016).
- Wróblewski, M. (2015). Instrumenty wsparcia eksportu polskich przedsiębiorstw – aktualne tendencje i problemy. W: B. Drelich-Skulska, M. Domiter, W. Michalczyk (red.), *Jabłko niezgody. Regionalne wyzwania współczesnej gospodarki światowej*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu.

NON-EUROPEAN MARKETS IN THE EXPANSION OF POLISH EXPORTS 2009–2014

Abstract: A key challenge for Polish strategic trade policy is an identification of competitive sectors and diversification of geographical structure of Polish exports. Thus, the aim of the paper, taking into consideration also a broader context of issues, is to analyse the dynamics of development of non-European markets. The study was based on the trade data covering the period 2009–2014 provided by the database of the International Trade Centre. Results prove that Polish exports is dependent on the activity of multinational corporations, while non-European markets create potential opportunities for domestic enterprises.

Keywords: strategic trade policy, competitiveness, Poland, exports, non-European markets

Cytowanie

Michalski, B. (2016). Nieuuropejskie kierunki rozwoju polskiego eksportu w latach 2009–2014. *Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia*, 3 (81), 169–178. DOI: 10.18276/frfu.2016.81-15.