



T r a d e - i n

Newsletter Handlu Zagranicznego

Ś W I A T

Iran dysponuje wystarczającą ilością uranu, żeby wyprodukować broń nuklearną. Sytuacja ta nie podoba się światowym gospodarkom, które nałożyły na kraj sankcje gospodarcze uniemożliwiające swobodny eksport ropy naftowej. Kilka dni temu doszło jednak do porozumienia mocarstw z Iranem. Zgodnie z kompromisem program atomowy zostanie ograniczony w zamian za osłabienie sankcji gospodarczych. Teraz Teheran będzie mógł swobodnie eksportować ropę. Rynek szybko zareagował na te informacje i ceny „czarnego złota” zaczęły spadać w ostatnim tygodniu.

E U R O P A

Strefa wolnego handlu między Unią Europejską a USA powinna zostać utworzona do końca 2014 roku. Negocjatorzy obu stron mają się spotkać na początku przyszłego roku i rozpocząć tworzenie projektu *transatlantyckiego porozumienia dotyczącego handlu i inwestycji*. Unijni urzędnicy chcą uniknąć długotrwałego procesu biurokratycznego i umowę partnerstwa wprowadzić już pod koniec przyszłego roku. Problemem może jednak być nie tylko niejednomyślność urzędników we Wspólnocie czy niejasne stanowisko USA, ale też brak analiz opisujących wpływ takiego porozumienia na gospodarkę światową.

P O L S K A

Samsung otworzył niedawno Centrum Badawczo-Rozwojowe. Nowa placówka znajduje się w Krakowie i jej zadaniem jest zapewnianie wsparcia technologicznego dla europejskiego przemysłu sieci telekomunikacyjnych. Ponadto firma chce w ten sposób przyspieszyć proces ekspansji swojej gałęzi zajmującej się infrastrukturą sieciową.



Szanowni Państwo!

Mamy przyjemność zaprosić Państwa do lektury kolejnego *Newslettera Handlu Zagranicznego* – stworzonego przez Koło Naukowe i Katedrę Handlu Zagranicznego. Tym razem poruszana problematyka dotyczy m.in. kierunków polskiego eksportu, czyli odpowiedzi na pytanie dokąd trafiają nasze produkty i jak było w przeszłości? Ponadto w numerze wyjaśniamy co dokładnie kryje się pod pojęciem „rynków wschodzących”, o których mówi się, że są siłą napędową światowej gospodarki.

Prezentujemy ciekawe wywiady z osobami z praktyki biznesowej. Oczywiście znajdzie się coś w wersji po angielsku w rubryce „English in trade” oraz wiele innych ciekawych informacji.

Prof. dr hab. Stanisław Wydymus wraz z pracownikami Katedry Handlu Zagranicznego i studentami Koła Naukowego Handlu Zagranicznego

© Kole słów kilka...

Od ponad dekady **Koło Naukowe Handlu Zagranicznego** przekonuje studentów Uniwersytetu Ekonomicznego, że handel to nie tylko wymiana towarów, a jedynymi pojęciami związanymi z handlem zagranicznym to import i eksport. Organizacja, złożona głównie ze studentów Międzynarodowych Stosunków Gospodarczych, przez cały czas stara się wcielać w życie wszystkie pomysły członków Koła. A trzeba zaznaczyć, że są to ludzie z pasją, energią i ogromną chęcią do działania, którzy w wolnych chwilach poszerzają swoją wiedzę czy też rozwiązują case'y z transakcji w obrocie międzynarodowym. Z relacji osób, które działają w Kole wynika, że członkostwo pozwala nie tylko rozwijać swoje umiejętności i talenty, ale przede wszystkim daje możliwość poznania biznesu „od podszewki” poprzez spotkania z osobistościami z ekonomicznego świata czy też menedżerami firm zajmujących się eksportem i nie tylko. Wśród wydarzeń organizowanych przez Koło można znaleźć Forum Handlu Zagranicznego, konferencję Młodzi-Kreatywni czy Nieodkryte Przestrzenie Biznesu.

Jednym z naszych najnowszych projektów jest czytany właśnie przez Ciebie Newsletter Handlu Zagranicznego (który nie powstałby bez wsparcia Kadry Naukowej Katedry Handlu Zagranicznego). Choć to dopiero drugi numer, mamy nadzieję, że artykuły w nim zawarte okażą się źródłem ciekawych informacji oraz pogłębią Twoją wiedzę na temat handlu zagranicznego.

*Agnieszka Mielczarek,
prezes Koła Naukowego Handlu Zagranicznego*



POLSKI EKSPORT W CZORAJ I DZIŚ

Przed kilkuset laty Polska była jednym z kluczowych eksporterów w Europie. Potem niestety nastąpiły czasy znacznego pogorszenia bilansu handlowego. A jak jest teraz? Gdzie (i w jakiej ilości) wysyła się towary „made in Poland”?

O historii polskiego eksportu

Począwszy od czasów średniowiecza bogactwo RP budowano przede wszystkim na eksporcie zboża, drewna, skór, zwierząt i innych produktów rolnych. Niegdyś doskonała kondycja finansowa Polski pozwoliła nadać jej miano spichlerza Europy. Jednak wojny w XVII w., wyniszczająca instytucja pańszczyzny i niestabilna sytuacja polityczna doprowadziły do spadku naszej pozycji handlowej, a ostatecznie do całkowitego rozbioru naszego państwa przez sąsiednie mocarstwa.

W 1918 roku Rzeczpospolita wróciła na mapy Europy, tracąc jednak tym samym 90% rynków zbytu dzięki działaniom sowieckiej Rosji. Głównym partnerem handlowym RP były wówczas Niemcy posiadające początkowo 40% udziału w naszym eksporcie, a następnie Wielka Brytania, do której, tak jak do Niemiec, wysyłał się głównie węgiel. W okresie 20-lecia międzywojennego eksport RP przekroczył magiczny 1% udziału w globalnym eksporcie. Jednak niedługo po tym sukcesie rozpoczął się Wielki Kryzys, będący okresem, kiedy wprowadzono protekcjonizm handlowy. Nasz ówczesny rząd prowadził intensywną wymianę handlową bazującą na stosowaniu cen dumpingowych (sprzedawano produkty po cenach niższych niż koszty produkcji). Te nieuczciwe praktyki doprowadziły do tego, że Polska odnotowała dodatni bilans handlowy, chociaż obywatele kraju dopłacali rocznie do tego wyniku

ponad pół mld złotych, co było równe 25% całych wpływów do budżetu.

Po II wojnie światowej powołano do życia Ministerstwo Handlu Zagranicznego, które wspierało eksport statków, maszyn oraz innych urządzeń technicznych. Polska miała złudne nadzieje, aby stać się „drugą Japonią”, dlatego zakupiono wiele licencji na zachodnie technologie. Dzięki temu wprowadzony został na rynek polski hit eksportowy – Fiat 126p. Właśnie ten polski produkt można było spotkać na drogach w Sri Lance, Bangladeszu, Chinach (gdzie sprawdzał się, jako taksówka). Z kolei produkowane w Lublinie samochody dostawcze Żuk podbiły Egipt i Kolumbię. Dobrze radziły sobie również polskie przedsiębiorstwa z innych branż, którym udało się podbić rynki w Nigerii, Kenii, czy Ghanie.

O ile nasze firmy dobrze radziły sobie na rynku azjatyckim, czy afrykańskim, o tyle nie przekonywały one odbiorców ze Stanów Zjednoczonych i Europy Zachodniej. W czasach PRLu głównymi partnerami handlowymi naszego kraju były ZSRR, NRD oraz Czechosłowacja, a wśród krajów kapitalistycznych – RFN. Taka struktura geograficzna była uwarunkowana członkostwem Polski w Radzie Wzajemnej Pomocy Gospodarczej (RWPG), w której duże znaczenie miały transakcje kompensacyjne rozliczane za pomocą tzw. rubla transferowego. Deficyt w handlu z Zachodem w latach 70-tych wynosił ok. 30% PKB.

W związku z wątpliwą jakością rodzimych wyrobów w 1981 roku udział PRL w eksporcie światowym skurczył się do 0,5%, by zmaleć do 0,35% w 1989 roku. Wówczas potentatami wśród polskich firm eksportowych były Bumar-Łabędy, produkujący czołgi oraz lubelskie zakłady wydobywające miedź KGHM.

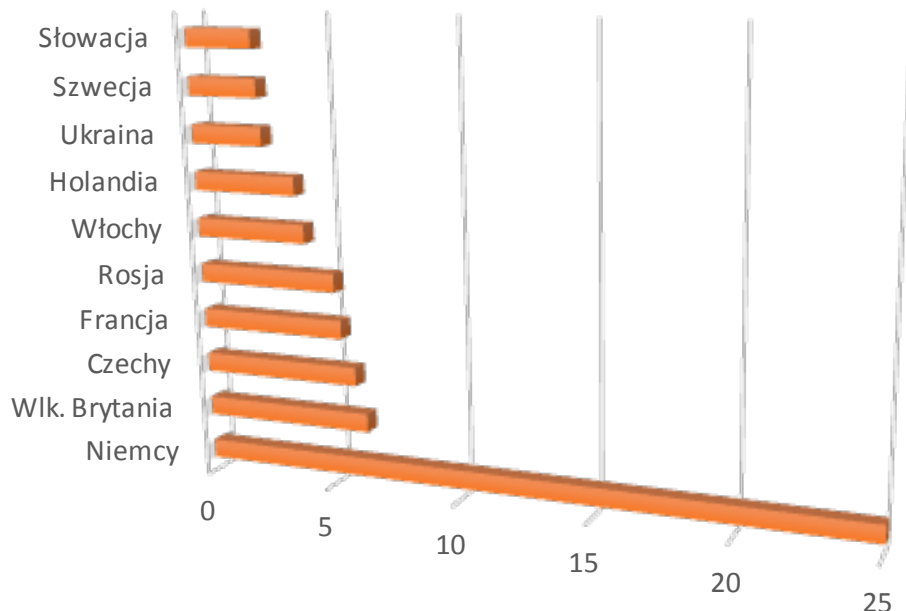
Obecna sytuacja

A jak teraz ma się polski eksport? Według danych WTO wartość eksportu w 2012 roku przekroczyła 183 mld dolarów, co oznacza spadek o ponad 4 mld w stosunku do roku poprzedniego. Nie jest to jednak nic niepokojącego zważając na ciągłe oddziaływania kryzysu światowego. W pierwszym półroczu tego roku polski eksport wzrósł o 2,8% w stosunku do analogicznego okresu rok wcześniej. Optymizmem napawa także fakt, iż ujemne saldo handlowe wynosiło 0,7 mld dolarów, podczas gdy rok temu było to aż 8,7 mld.

Najwięcej towarów z naszego kraju trafia do państw europejskich, a zdecydowany prym wiodą członkowie Unii Europejskiej. W 2012 roku trafiło tam ponad 76% towarów wysyłanych przez Polskę. Dwoma największymi odbiorcami są Niemcy (gdzie trafia 26% naszego eksportu) oraz Wielka Brytania (przyjmująca 6,4% wysyłanych z Polski towarów). Na kolejnych miejscach znajdują się: Czechy, Francja oraz Włochy.

W Europie Polska stała się liderem w eksporcie drobiu oraz wędlin, detronizując tym samym Wielką Brytanię. Według badań, w następnych latach mamy jeszcze bardziej umocnić swoją pozycję. Jesteśmy również jednym z największych eksporterów produktów AGD na starym kontynencie. Kolejną branżą, w której znacząco widać nasz udział, jest eksport odzieży i obuwni. Popularne w Polsce marki takie jak CCC, Ryłko, Gino Rossi, Bartek, Vistula, Wólczanka, czy Gatta są również znane innym obywatelom Europy. Polska może pochwalić się także markami zaliczającymi się do ekskluzywnych, jak Wittchen – producent galanterii skórzanej, wysoce cenionej wśród najbogatszych rosyjskich oligarchów, czy też marką Kler, produkującą meble zamówione m. in. przez samego Władimira Putina.

Wykres 1: Główni partnerzy eksportowi Polski (% udział), Wrzesień 2013



Źródło: GUS z dnia 27.11.2013

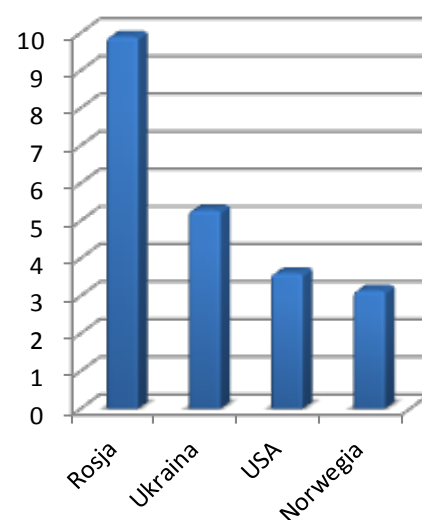
Na przestrzeni kilkunastu lat widoczna staje się tendencja do zmniejszania udziału krajów unijnych w strukturze geograficznej polskiego eksportu na rzecz państw nienależących do Wspólnoty. Chodzi tutaj w głównej mierze o członków EFTA (Europejskiego Stowarzyszenia Wolnego Handlu), czyli Szwajcarii, Norwegii,

Islandii i Liechtensteinu, oraz o gospodarki Europy Wschodniej (Rosji, Białorusi i Ukrainy). W przypadku eksportu do krajów EFTA w 2011 roku zanotowano aż 41% wzrost, z kolei łączny eksport do Rosji, Ukrainy i Białorusi wzrósł o 19,3%.

A co z resztą świata? Błędem byłoby ignorowanie roli państw Azji oraz Afryki, które również notują tendencję wzrostową w udziale w Polskim eksporcie. Kraje azjatyckie, jak wskazują opinie ekspertów, mają szansę stać się „motorem” polskiego eksportu. Wielkość sprzedaży produktów do krajów takich jak Indie, Wietnam w 2013 roku wzrośnie prawdopodobnie o około 6%, a w latach 2016-2020 może zwiększyć się aż o 15%. Przykładowo, w pierwszym półroczu 2012 roku wartość eksportu towarów do Chin wzrosła o 30 %.

Jednak rynek ten jest nadal niedocenywany przez polskich przedsiębiorców, gdyż jego potencjał to aż 4 mld dolarów. A że od RPA zależne gospodarczo są inne afrykańskie państwa, takie jak Angola, Namibia, Mozambik i Zimbabwe, potrzeba zintensyfikowania kontaktów handlowych z Afryką wydaje się być jeszcze bardziej uzasadniona.

Wykres 2: Partnerzy eksportowi Polski spoza UE (% udział), 2013



Źródło: WTO z dnia 27.11.2013

Jak widać polski eksport przeszedł wiele zawirowań, jednak koniec końców jego pozycja w świecie się umacnia. Zdecydowanie powinien także cieszyć fakt, że polscy przedsiębiorcy coraz częściej zauważają potencjał handlowy rynków wschodzących (szczególnie azjatyckich). Imponujący rozwój gospodarczy tych krajów przyczynia się do zwiększenia ich roli w światowej gospodarce. Trzeba pamiętać, że to największy i ciągle powiększający się rynek zbytu. Nie zapominajmy jednak o Unii Europejskiej i USA. Pomimo tego, że nadal w dużym stopniu nękają ich skutki kryzysu ekonomicznego, jest to dobry czas do promowania na ich rynkach naszych produktów i pokazania, że towary z metką „made in Poland” mogą się równać do tych najlepszych na świecie.

Agnieszka Grabarz & Aneta Bucher

JAK ZOSTAĆ NEGOCJATOREM HANDLOWYM?



Paweł Ciurko – ukończył *Handel Zagraniczny na kierunku Międzynarodowe Stosunki Gospodarcze Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie*. Obecnie pracuje w firmie *Growpex Trade* na stanowisku negocjator handlowy, analityk transakcji eksportowo-importowych. Firma ta zajmuje się pośrednictwem handlowym w eksporcie i imporcie towarów na rynku międzynarodowym.

REDAKCJA: Co skłoniło Cię do wybrania tego kierunku i specjalności?

PAWEŁ CIURKO: Wybrałem studia na kierunku Międzynarodowe Stosunki Gospodarcze wraz ze specjalnością Handel Zagraniczny ze względu na moje zainteresowania. Już od wielu lat interesowałem się sprzedażą towarów na rynki zagraniczne. Nie ukrywam, iż bardzo duży wpływ miało również zainteresowanie geografiami, która od zawsze była dla mnie bardzo ważna.

REDAKCJA: Opowiedz nam w kilku zdaniach jak zaczęła się Twoja przygoda z firmą *Growpex Trade*?

PAWEŁ CIURKO: Moja przygoda z firmą rozpoczęła się w chwili, gdy postanowiłem znaleźć na własną rękę zatrudnienie w firmie eksportowej w celu odbycia stażu. Jedyńm narzędziem, które wykorzystałem w tym celu był Internet i niemieckojęzyczny portal internetowy dla osób poszukujących pracy na rynku zagranicznym. W tej branży, internet to bardzo dobre rozwiązanie, a dla wielu osób wręcz jedyne, pozwalające na znalezienie pracy i realizację zawodowych planów.

REDAKCJA: Na czym polega Twoja praca?

PAWEŁ CIURKO: Moja praca to udział w negocjacjach biznesowych z różnymi partnerami zagranicznymi. Zajmuję się również tłumaczeniem oraz tworzeniem dokumentów finansowych, zawierających ocenę poszczególnych etapów pojedynczych transakcji eksportowych.

REDAKCJA: Czy wiedza zdobyta na studiach przydaje Ci się w pracy? Jeżeli tak, to co w szczególności wykorzystujesz?

PAWEŁ CIURKO: Wiedza, którą zdobyłem na studiach bardzo pomogła mi w obecnej pracy. Obecnie w 100%

wykorzystuję treści z przedmiotu ocena projektów inwestycyjnych według standardów Unii Europejskiej. Ten przedmiot nie tylko solidnie przygotował mnie do rozpoznania i oceny transakcji eksportowych i innych inwestycji ale również zainspirował do pogłębiania wiedzy w tym zakresie, co w chwili obecnej jest podstawą mojej pracy. Drugim przedmiotem, który pozwolił mi pojąć i zrozumieć zachowania uczestników handlu zagranicznego były negocjacje w handlu zagranicznym. Dla osób, które poważnie myślą o pracy w handlu zagranicznym, czyli bardzo często pracy z ludźmi z różnych środowisk, systemów politycznych, religijnych czy kulturowych, przedmiot ten ma bardzo duże znaczenie.

REDAKCJA: Co poradziłbyś studentom myślącym o swojej karierze zawodowej? Jak pomyślnie przejść rozmowę kwalifikacyjną?

PAWEŁ CIURKO: Moim zdaniem każdy, kto interesuje się handlem zagranicznym i z tym wiąże swoją zawodową przyszłość musi być elastyczny i otwarty na różne możliwości. Może wiązać się to z podróżami zagranicznymi oraz zamieszkaniem za granicą. Część osób decyduje się na poszukiwanie pracy na rynku zagranicznym, twierdząc, iż oferuje on lepszy rozwój i większe możliwości. Niezbędna oczywiście jest znajomość języków obcych. Według mnie znajomość dwóch języków obcych to w chwili obecnej minimum i z pewnością będzie to wykorzystane w zawodzie. Dla osób, które mają wątpliwości i obawy dotyczące pracy w handlu zagranicznym polecałbym zaangażowanie się już na studiach we wszelkie projekty czy wymiany studenckie z podmiotami zagranicznymi. Najważniejsze to umieć odnaleźć się w różnych miejscach, sytuacjach, kulturach, czasami właśnie to bywa najtrudniejsze. Jeśli chodzi o rozmowę kwalifikacyjną uważam, że najważniejsze jest, nie tyle posiadanie obszernej wiedzy związanej z wymianą międzynarodową, ale przede wszystkim własnego zdania, pomysłów, wizji co do rynku i handlu zagranicznego. Osobiste zdanie w środowisku europejskim jest odbierane pozytywnie i świadczy o silnej motywacji pracownika, co do rozwoju zawodowego oraz o jego wysokich kompetencjach. Dlatego też, na znalezienie pracy w tym zawodzie mają największe szanse przede wszystkim osoby, które mocno interesują się branżą.

REDAKCJA: Co najbardziej doceniasz w pracy w środowisku międzynarodowym i czy coś Cię zaskoczyło?

PAWEŁ CIURKO: Praca w handlu zagranicznym stwarza ogromne szanse rozwoju. Środowisko międzynarodowe daje możliwości poznawania nowych ludzi, nowych kultur i poglądów innych. To rodzaj pracy, w której z jednej strony każdy dzień przynosi coś nowego, z drugiej jednak strony praca ta uczy szacunku i lepszego zrozumienia wobec innych ludzi pochodzących z odmiennych systemów kulturowych czy religijnych.

REDAKCJA: Gdzie widzisz siebie za 5 lat?

PAWEŁ CIURKO: Nie jestem w stanie jednoznacznie odpowiedzieć na to pytanie, bo jak już wspomniałem moja praca każdego dnia przynosi coś nowego. Jednak patrząc z roku na rok na stały rozwój handlu zagranicznego widzę, że mam tutaj duże możliwości do samorealizacji zawodowej, a więc będę być może w dynamicznie rozwijającej się, własnej firmie – pośrednictwa handlu zagranicznego. Kiedyś usłyszałem pewne powiedzenie, iż handel zagraniczny jeszcze nigdy nie doprowadził do ruiny żadnego państwa, parafrazując te słowa do siebie, po prostu tego staram się trzymać.

LICZBY W HANDLU

PIRACTWO W SIECI

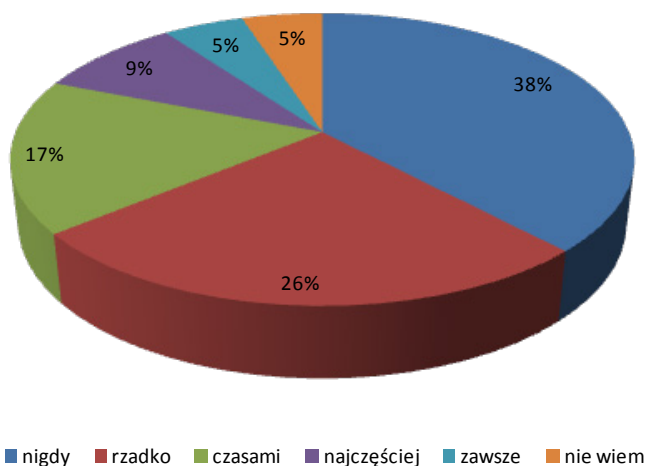


Piractwo komputerowe to działalność polegająca na łamaniu prawa autorskiego poprzez bezprawne kopiowanie, pobieranie, użytkowanie, rozpowszechnianie bądź sprzedaż własności intelektualnej bez zgody autora i bez uiszczenia odpowiednich opłat. Najczęściej spotykaną formą takiej działalności jest naruszanie warunków umowy licencyjnej. Piractwo w sieci można sklasyfikować jako problem współczesnego świata. W dobie Internetu mało kto zastanawia się czy dana książka, piosenka czy gra pochodzi z legalnego źródła i czy przy ich udostępnianiu nie są łamane prawa autorskie. Jednak, aż 95% użytkowników Internetu przyznaje, że przynajmniej raz zdarzyło im się skorzystać z pirackiego oprogramowania.

Najnowsze statystyki Business Software Alliance z 2011 roku pokazują, że 57% użytkowników na świecie weszło w posiadanie oprogramowania komputerowego z nielegalnych źródeł. W 2009 roku było to 43%, a w 2010 – 42%.

Wykres 1: Częstotliwość używania nielegalnego oprogramowania wg BSA w 2011 roku

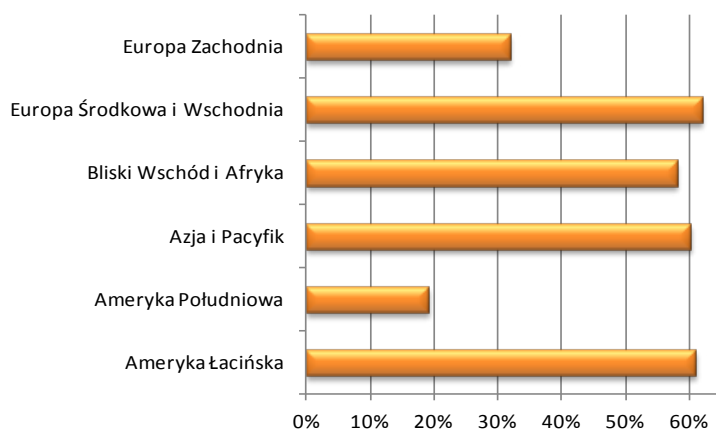
Jak często używasz nielegalnego oprogramowania?



Źródło: BSA raport z dnia 28.11.2013

Wśród państw Unii Europejskiej rekordzistą tej niechlubnej kategorii jest Bułgaria, gdzie ilość plików pochodzących z nielegalnych stron internetowych sięga 65%. Drugie miejsce zajmuje Rumunia (63%), następnie Grecja (61%), Łotwa (54%) i Polska (53%).

Wykres 2: Skala użytkowania nielegalnego oprogramowania w 2011 roku

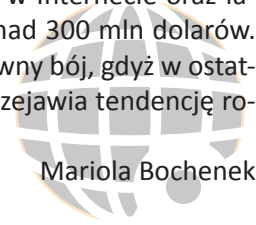


Źródło: BSA raport z dnia 28.11.2013

Użytkownicy często nie dostrzegają skutków, jakie nielegalne pobieranie plików niesie dla gospodarki. Szacuje się, że w 2011 roku straty poniesione przez producentów oprogramowania sięgały aż 63,4 mld dolarów. Dla porównania w Polsce wartość ta wynosiła 618 mln dolarów.

Miesięcznie Microsoft usuwa 800 tys. linków prowadzących do stron, z których można pobrać pirackie pliki. Ta liczba sprowadza się do około 27,7 tys. odnośników dziennie.

W 2009 roku organizacje zajmujące się walką z rozpowszechnianiem nielegalnych plików w Internecie oraz łamaniem praw autorskich wydały ponad 300 mln dolarów. Można to jednak uznać za bezsensowny bój, gdyż w ostatnich latach piractwo internetowe przejawia tendencję rosnącą.



Mariola Bochenek

RYNKI WSCHODZĄCE NA ARENIE ŚWIATOWEJ



dr Krzysztof Kosiec - pracownik naukowy Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie. Od 2000 r. zatrudniony w Katedrze Handlu Zagranicznego. Zajmuje się m.in. problematyką wpływu różnic kulturowych na strategię handlu międzynarodowego oraz analizą czynników „miękkich” w kreowaniu przewag w grach rynkowych. Wykładane przedmioty to m.in.: ekonomia wschodzących rynków, gospodarka oparta na wiedzy, korporacje międzynarodowe.

*Znaczenie rynków wschodzących w globalnej wymiarze handlowej od kilku lat stale wzrasta. Kraje te są nie tylko dobrym rynkiem zbytu, ale też miejscami gdzie powstaje coraz więcej innowacyjnych produktów, które potem są eksportowane. Jak dokładnie definiuje się pojęcie rynków wschodzących oraz o roli tych gospodarek we współczesnym świecie, mówi **dr Krzysztof Kosiec**.*

Czym są rynki wschodzące?

Rynki wschodzące to umowna nazwa klasy gospodarek charakteryzujących się relatywnie niskim poziomem rozwoju gospodarczego i równocześnie relatywnie wysoką dynamiką wzrostu gospodarczego w stosunku do gospodarek wysokorozwiniętych. Wzorcowymi przykładami takich gospodarek są ekonomie należące do grupy: BRICS (Brazylia, Rosja, Indie, Chiny, RPA) oraz do grupy MIST (Meksyk, Indonezja, Korea Południowa, Trucja).

Jaka jest pozycja rynków wschodzących w gospodarce globalnej?

Z definicji tych gospodarek wynika, że ich znaczenie w gospodarce globalnej z roku na rok będzie rosło, przy utrzymaniu wysokiego – w stosunku do krajów rozwiniętych – tempa wzrostu gospodarczego. Ta ich dynamika powoduje, że zmniejszają one dystans w stosunku do liderów globalnych, co prowadzi w efekcie do zmiany układu sił w gospodarce i polityce globalnej, np. powstanie grupy G20.

Czy dla Polski powyższa zmiana układu sił w gospodarce i polityce globalnej ma jakieś istotne znaczenie, zwłaszcza w kontekście zacieśniającej się integracji w ramach Unii Europejskiej?

Polska może i powinna wykorzystać kontakty gospodarcze z gospodarkami wschodzącymi dla wzrostu własnej pozycji przetargowej w grze współpracująco - niewspółpracującej jaką jest Unia Europejska. Wówczas – na zasadzie synergii – znaczenie gospodarki polskiej w Unii Europejskiej i świecie wzrośnie.

Rozmawiała: Agnieszka Grabarz

SŁOWNIK POJĘĆ

Grupa G-20 – formalne ugrupowanie skupiające ministrów finansów i gubernatorów banków centralnych 19 państw (Wielkiej Brytanii, Francji, Niemiec, Włoch, Japonii, USA, Kanady, Rosji, Arabii Saudyjskiej, Argentyny, Australii, Brazylii, Chin, Indii, Indonezji, Korei Południowej, Meksyku, RPA i Turcji) oraz Unii Europejskiej (która reprezentowana jest przez rotacyjną prezydenturę i Europejski Bank Centralny). Od 2009 roku G-20 jest głównym forum międzynarodowej współpracy gospodarczej. Stworzone w celu omawiania kwestii dotyczących światowej gospodarki - w ramach grupy powstaje bowiem 90% światowego PKB oraz 80% światowej wymiany handlowej.

Triada, gospodarki triady – wspólne określenie dla państw odgrywających największą, wręcz decyzyjną rolę we współczesnej gospodarce światowej, współpracujących ze sobą ekonomicznie i powiązanych pod względem inwestycyjno-finansowym. Za gospodarki triady przyjęto się uznawać 12 krajów „starej” Unii Europejskiej, Stany Zjednoczone oraz Japonię. Od kilku lat pojawiają się jednak głosy o zmianach w światowym układzie sił, a do państw nowej triady prócz USA bywają zaliczane kraje należące do strefy euro oraz Chiny.

POLSKI AUTOBUS ZA GRANICĄ

Tomasz Woźniak – dyrektor sprzedaży w firmie Solaris Bus & Coach S.A., liczącego się w Europie polskiego producenta autobusów miejskich, międzymiastowych i specjalnych, a także trolejbusów oraz tramwajów.

REDAKCJA: Państwa firma eksportuje do ponad 20 krajów, ile z nich nie należy do Unii Europejskiej i jaki jest ich udział w całkowitym eksporcie? Które z rynków pozaunijnych należą do Państwa największych partnerów?

TOMASZ WOŹNIAK: Firma Solaris sprzedaż eksportową rozpoczęła w 2000 roku od dostaw swoich produktów do Niemiec i Czech. Dzisiaj pojazdy marki Solaris jeżdżą już w 26 państwach, w ponad 400 miastach. W większości są to rynki z obszaru Unii Europejskiej. Jednak są też kraje pozaunijne, takie jak: Norwegia, Szwajcaria, Zjednoczone Emiraty Arabskie czy Rosja. Udział eksportu w strukturze sprzedaży stanowi średnio około 60-70%. Naszym największym zagranicznym partnerem handlowym są Niemcy, gdzie z udziałem 13% w rynku jesteśmy na trzecim miejscu ogółem i na pierwszym spośród dostawców nie pochodzących z tego kraju. Jeśli zaś chodzi o rynki pozaunijne to największym pod względem liczby dostarczonych pojazdów jest Dubaj w Zjednoczonych Emiratach Arabskich.

REDAKCJA: Jakie bariery napotyka Państwo w handlu z rynkami pozaunijnymi? Czy kontakty handlowe z rynkami pozawspólnotowymi okazały się szczególnym wyzwaniem? (przepisy prawne, inna forma kontraktu, specyficzne klauzule, inne formy płatności, różnice kulturowe, bariera językowa, długie negocjacje itp.)

TOMASZ WOŹNIAK: Myślę, że wszystkie te czynniki w pewnym sensie są dla nas nowym wyzwaniem. Nie zapominajmy jednak, że jeszcze nie tak dawno to Polska była krajem pozawspólnotowym. Mamy więc spore doświadczenie i wiedzę na temat procedur jakie obowiązują w kontaktach handlowych pomiędzy państwem z obszaru UE a państwami nie należącymi do tej organizacji. Znacznie większym wyzwaniem obok przepisów prawa z pewnością są różnice kulturowe i językowe. Szczególnie w tak egzotycznym z punktu widzenia Europejczyka miejscu jak Zjednoczone Emiraty Arabskie. Zawsze jednak w naszych kontaktach handlowych korzystamy z wiedzy i doświadczenia lokalnych ekspertów, co pomaga uniknąć jakichkolwiek nieporozumień.

REDAKCJA: Czy rozpoczęcie wymiany handlowej z rynkami pozaunijnymi stało się motywacją do wprowadzenia innowacyjnych rozwiązań bądź innych poważnych zmian?

TOMASZ WOŹNIAK: Zawsze, wchodząc na nowy dla nas rynek, staramy się najpierw dobrze poznać panujące na nim zwyczaje i przepisy. Korzystamy również, tak jak już wspominałem, z pomocy lokalnych ekspertów. Tak robimy zarówno na nowych rynkach na terenie Europy, ale także poza nią. Tworząc więc w Dubaju naszą spółkę córkę, gdzie zatrudniamy lokalnych pracowników, nie było żadnych poważnych zmian w naszym modelu i sposobie działania.

REDAKCJA: Jak ocenia Pan perspektywę rozwoju eksportu na rynki pozaunijne w najbliższych latach?

TOMASZ WOŹNIAK: Myślę, że każda branża rządzi się swoimi prawami i, o ile dla jednych usług czy produktów granice w zasadzie nie istnieją, o tyle w innych segmentach jak np. w motoryzacji, różnice w oczekiwaniu względem produktu są bardzo duże. Jeśli chcielibyśmy myśleć o wyjściu z naszą działalnością na rynki globalne, musielibyśmy także rozważyć możliwości produkowania bezpośrednio przez nas lub sprzedaży licencji do innych państw w różnych obszarach świata. Wówczas stworzylibyśmy sobie nowe perspektywy rozwoju na rynku globalnym. Oczywiście nie wykluczamy takiego działania w przyszłości.

REDAKCJA: Na którym etapie rozwoju firma może pozwolić sobie na internacjonalizację działalności, w szczególności na rynki nie będące częścią Unii Europejskiej?

TOMASZ WOŹNIAK: Tak jak już wcześniej wspominałem, bardzo wiele zależy od specyfiki branży, w której działa eksporter. Zawsze jednak trzeba rozważyć nie tylko korzyści, ale także oszacować wszelkie ryzyka z tym związane. Trudno podać konkretny etap rozwoju, który pozwoli na wyjście poza własny rynek. Często jest tak, że nowe wyzwania pozwalają rozwijać firmę. Generalnie jednak bardzo zachęcam polskie firmy do wychodzenia na rynki zagraniczne. Z naszych doświadczeń wynika, że Polska i polskie firmy oraz ich produkty są postrzegane na świecie coraz częściej jako gwarant dobrej jakości i innowacyjnych rozwiązań.



SOLARIS



Rozmawiały:
Barbara Tabasz, Małgorzata Szyguda

NIEPRZEPISOWO O PRZEPISACH UNIJNYCH

Dura lex, sed lex – mówi starożytna zasada prawnicza zgodnie z którą prawa należy przestrzegać bez względu na jego uciążliwość czy konsekwencje. I rzeczywiście, przestrzeganie prawa jest rzeczą dobrą, ale jak przestrzegać przepisów, które budzą jedynie uśmiech na naszych twarzach? Weźmy pod uwagę chociażby niektóre przepisy unijne, które zdają się być bardzo intrygujące. Oto prawdziwe „peretki” wśród unijnego *acquis communautaire*:

Zapewne każdy z nas pamięta czasy młodości, kiedy to, w szczególności chłopcy, wspinali się po drzewach. Oczywiście nie była to jedyna rozrywka, ale wyróżniała się wśród innych. Ten, który wspiął się najwyżej był zwycięzcą! Wracając jednak do tematu, dziś Unia Europejska za takie wspinaczki może ukarać niesfornych chłopców. I to nie dlatego, że łamią gałęzie, niszczą gniazda czy rzucają kasztanami w ludzi, ale dlatego, iż nie posiadają odpowiedniego zaświadczenia uprawniającego ich do takiej właśnie formy rozrywki. Aby je uzyskać kandydat powinien przejść odpowiedni kurs ćwiczeniowy. To właśnie jeden z przepisów narzucanych nam przez uregulowania prawne Unii Europejskiej.

Kolejnym zaskakującym faktem, może być zmiana ślimaka w rybę! Czyżby unijni urzędnicy wykazali się w tym przypadku brakiem podstawowej wiedzy z biologii, klasyfikując mięczaka, jako rybę słodkowodną? Czemu służyć ma ten przepis? Otóż odpowiedź jest następująca: chodzi o wspieranie francuskiej gospodarki. Jak powszechnie wiadomo, Francja jest największym smakoszem ślimaków na świecie, dlatego też producenci tego smakołyku mogą bez problemu korzystać z dotacji unijnych na rzecz rybołówstwa. No ale dzieci i ślimaki głosu nie mają!

Kiedy znajdzie nas ochota na jakiś owoc, dlaczego spośród bananów i jabłek nie wybrać ziemniaka czy marchewki? Oto następna ciekawostka! Według rozporządzenia UE warzywa takie, jak: marchew, słodki ziemniak i górna część rabarbaru to owoce. W tym przypadku wspieramy Portugalię, której „nietypowe” dzemy „warzywne” są w wysokim stopniu subsydiowane.

To nie koniec ciekawych przepisów prawnych, wymyślonych przez unijnych urzędników. Kolejną rzeczą, na którą chciałabym zwrócić uwagę, to kalosze. Tak, tak. Te buty, które są – jakby to powiedzieć międzynarodowo – waterproof (wodoodporne). Czy uważacie, że aby włożyć je na swoje stopy potrzeba nam 5 stron instrukcji w 10 językach? No pewnie, że tak! Przecież jesteśmy tylko ludźmi i możemy nie pojmować tej jakże zagmatwanej budowy obuwia. Na szczęście nasze wątpliwości rozwiewają bardzo klarowne przepisy dotyczące doboru, dopasowania oraz pielęgnacji kaloszy.

A skoro już o tym mowa, to warto również wspomnieć o instrukcji mycia rąk. Unijni specjaliści z Komisji Europejskiej zadbali o naszą higienę. W każdej toalecie publicznej na terenie Unii Europejskiej powinniśmy spotkać się z konkretnym drukiem

instruktażowym wzbogaconym o rysunki i rady jak poprawnie myć ręce. Najciekawszą z nich wydaje się być sugestia dotycząca „obrotowego pocierania kciuka prawej dłoni o wewnętrzną część zaciśniętej na nim lewej dłoni”, no, ale przecież każdy z nas zna to z doświadczenia.

Na koniec wspomnę jeszcze o pewnej zmianie w produkcji wyrobów tytoniowych. W 2011 r. palacze zaczęli zastanawiać się, dlaczego ich papierosy tak szybko gasną? Odpowiedź jest trywialna, Unia Europejska dba o bezpieczeństwo przeciwpożarowe. Okazuje się, bowiem, że „nowe” papierosy wykonane są z bibułki, która zgasi nam papierosa, kiedy przerwiemy palenie na kilka sekund.

Najzabawniejsze w tym wszystkim jest to, że te jakże skomplikowane prawa i normy tworzone są latami przez sztab unijnych urzędników, którzy przeprowadzają setki badań, opracowując kilkudziesięciostronicowe raporty techniczne. Trzeba zadać sobie jednak pytanie, czy aby naprawdę zastanawiają się oni nad sensem wymyślanych przepisów? Czy noszenie kaloszy, mycie rąk czy nawet wspinanie się po drzewach powinno być aż tak kontrolowane? A co nam, szarym obywatelom Unii pozostaje? Po prostu przestrzegać prawa: „*Absurdus lex, sed lex*”!

Sylwia Cisak



THE ADVANTAGES TO COUNTER TRADE IN THE THIRD WORLD

Typically in business the one who adapts is the one who survives. The question is how to survive when cold hard cash is no longer a practical possibility. Currency is the most efficient way to pay for goods and services; however, the lack of a stable currency or banking system can make conducting business in developing seem almost impossible. There is another way that dates back to a time before the dollar, euro or even the ancient Roman currency the dinar. This alternative, known as counter trading is one way developing countries strengthen their economies without a stable monetary or political system.

Counter trade generally considered one of the more inefficient methods of exchange. The difficulty lies in finding a trade partner who is interested in what the other is producing and is willing to exchange products. Both sides will often have to pay an outside intermediary such as a bank to catalog and place a value on the goods being exchanged. However, these inefficiencies sometimes hide the advantages that come from engaging in this highly adaptive practice.

Adapting to the realities of a country is an extremely important business strategy when acting within a developing country. Companies operating from within a developing market may have problems getting a hold of hard currency, or credit to help purchase goods or services needed for production.

Counter trading allows these domestic companies lacking capital to obtain what they need by trading goods and services with little or no cash involved.

This is a very common practice between countries well. Indonesia and Malaysia are two developing countries that have seen investment in counter trade as way to tap the potential of their domestic companies. In 1999 the Malaysian government has moved to increase the number of counter trades in their country in order to decrease their dependence on the US dollar after the East Asian currency crisis of 1998. They viewed this move to help stabilize the market after many had lost faith in currency.

Indonesia has concluded multiple counter trade deals between their rail road industry with both Egypt and China. In their deal with Egypt, the Indonesian railroad industry provided train cars in exchange for Egyptian fertilizer. The Chinese traded supplies Indonesia would use to increase the size of the railroad Infrastructure for raw resources. These deals would never have been possible for Indonesia as the government was broke; however, because side each adapted to the situation and agreed to use what resources they had available a deal was reached that benefited both parties.

Jake Collaer

Sources:

1. Bani, Eirmalasare. „Counter-trade a Viable Alternative.“ Business Times 1999 sep 24: 03. Web. 16 Nov. 2013,
2. „Indonesia, Egypt Agree on Counter-trade Program.“ Xinhua News Agency - CEIS 2003 jun 26: 1. Web. 16 Nov. 2013.
3. „Indonesia to Explore Counter Trade with China for Railway Development.“ Xinhua News Agency - CEIS 2003 mar 23: 1. Web. 16 Nov. 2013.



III FORUM HANDLU ZAGRANICZNEGO

„**Bezpieczeństwo w obrocie międzynarodowym – szanse i bariery rozwoju eksportu polskiego poza UE**” – to hasło *III Forum Handlu Zagranicznego* organizowanego przez studentów Koła Naukowego Handlu Zagranicznego i pracowników Katedry Handlu Zagranicznego. Konferencja odbędzie się **05 grudnia 2013 roku w sali 8 Pawilonu Sportowo – Dydaktycznego Uniwersytetu Ekonomicznego**.

Podczas Forum poruszone zostaną kwestie związane z ryzykiem w obrocie towarowym czy też możliwościami zabezpieczeń kursów walutowych. Tematem jednego z wystąpień będzie korupcja międzynarodowa oraz metody jej przeciwdziałania. Prelegenci będą także zastanawiać się nad szansami rozwoju polskiego eksportu w Katarze i Arabii Saudyjskiej. Ponadto, uczestnikom forum zostaną przybliżone sposoby certyfikacji produktów kosmetycznych w Chinach.

W trakcie Forum zostanie także przeprowadzona debata. Studenci Koła Naukowego Handlu Zagranicznego wraz z pracownikami naukowymi i praktykami biznesu będą się zastanawiać jakie są szanse i bariery polskiego eksportu w Unii Europejskiej oraz poza Wspólnotą.

Więcej informacji na temat III Forum Handlu Zagranicznego można znaleźć na profilu Koła Naukowego Handlu Zagranicznego na portalu społecznościowym Facebook.

O NAS

Newsletter został przygotowany przez członków Koła Naukowego Handlu Zagranicznego we współpracy z Katedrą Handlu Zagranicznego.

Chcesz włączyć się w realizację tego projektu albo zacząć działać w Kole Naukowym Handlu Zagranicznego? **Przyjdź na spotkanie:** w poniedziałek (09.12) o godzinie 18:00 do pawilonu Ustronie, sali K; lub w środy: 04.12 albo 18.12 o godzinie: 16:30 do pawilonu S, sali 6!

Odwiedź **stronę internetową:** <http://handelzagraniczny.uek.krakow.pl/>

Polub naszego **Facebooka:** <https://www.facebook.com/KNHZUEK>



Koordinatory projektu:

Małgorzata Skorupa, Agnieszka Janosz

Redakcja newslettera:

Małgorzata Skorupa, Agnieszka Janosz, Małgorzata Szyguda, Barbara Tabasz, Agnieszka Grabarz, Agnieszka Mielczarek, Mariola Bochenek, Aneta Bucher, Sylwia Cisak, Jake Collaer

Opiekun merytoryczny:

dr Agnieszka Głodowska

Kontakt:

newsletterhz@gmail.com



Koło Naukowe
Handlu Zagranicznego



UNIWERSYTET
EKONOMICZNY
W KRAKOWIE