



The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search

<http://ageconsearch.umn.edu>

aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

No endorsement of AgEcon Search or its fundraising activities by the author(s) of the following work or their employer(s) is intended or implied.

Zeszyty Naukowe
Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego
w Warszawie

PROBLEMY
ROLNICTWA
ŚWIATOWEGO

Tom 15 (XXX)

Zeszyt 2

Wydawnictwo SGGW
Warszawa 2015

Anna Bugała¹

Instytut Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej – Państwowy Instytut
Badawczy, Warszawa

Eksport polskich produktów ogrodnich poza UE i WNP

Polish export of horticultural products to non-EU and non-CIS markets

Synopsis. W artykule przedstawiono polski eksport owoców, warzyw i ich przetworów w latach 2006-2014 na rynki krajów nie będących członkami UE i WNP. Omówiono strukturę geograficzną i towarową eksportu. Podkreślono konieczność dywersyfikacji rynków zbytu. Szczególna uwaga została poświęcona produktom objętym embargiem, nałożonym przez Rosję w sierpniu 2014 r. oraz możliwościom sprzedaży tych produktów na nowe rynki.

Słowa kluczowe: eksport, import, owoce, warzywa, przetwory owocowe i warzywne

Abstract. The paper concerns the performance of Polish exports of fresh fruits and vegetables as well as their preserves to markets other than the EU and CIS over the period of 2006-2014. The structure of exports as regards destination markets and commodities was presented, with particular focus on those subject to the Russian ban imposed in August 2014. The possibilities of their exports to new markets were also analysed.

Key words: exports, imports, fruit, vegetables and their preserves

Cel, materiały, metody

Celem artykułu było przedstawienie sytuacji i zmian w polskim eksporcie owoców, warzyw i ich przetworów do krajów nie należących do Unii Europejskiej i Wspólnoty Niepodległych Państw. Istotne było ukazanie najważniejszych odbiorców polskich produktów ogrodnich, a także nowych uczestników rynku, którzy mogą mieć istotne znaczenie w eksporcie omawianych produktów w najbliższych latach.

Analizę oparto o dane z baz Ministerstwa Finansów (MF) i *Comtrade* oraz Roczniki Statystyczne Głównego Urzędu Statystycznego (GUS). Istotnym źródłem informacji były portale internetowe *fresh-market.pl*, *agra-net.com* i *fruit.inform.com*.

W artykule wykorzystano metodę opisową, analizy porównawcze, wskaźniki ekonomiczne. Ocenę zmienności eksportu przeprowadzono przy pomocy średniorocznej dynamiki zmian wykorzystując wzór:

$$r = \left(\sqrt[n-1]{\frac{K_n}{K_0}} - 1 \right) \cdot 100 \quad (1)$$

gdzie:

¹ mgr, e-mail: anna.bugala@ierigz.waw.pl

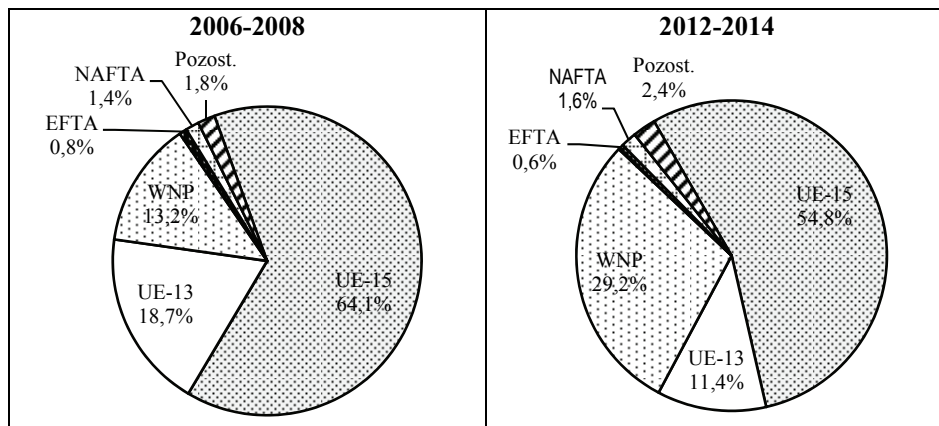
r – średnioroczne tempo zmian, K_0 – wartość cechy w okresie początkowym, K_n – wartość cechy w okresie końcowym, n – liczba okresów.

Zakres czasowy obejmuje lata 2006-2014, ze szczególnym uwzględnieniem pierwszych i ostatnich trzyleci 2006-2008 oraz 2012-2014.

Wprowadzenie

Wartość polskiego eksportu owoców, warzyw i ich przetworów wzrosła z 2,24 mld USD w okresie 2006-2008 do średnio 3,27 mld USD w latach 2012-2014. Udział produktów ogrodniczych w łącznej wartości eksportu produktów rolno-spożywczych obniżył się z 16 do 12%. Wartość importu zwiększyła się o 33% do 2,81 mld USD, zaś dodatnie saldo handlu zagranicznego wzrosło niemal 4-krotnie do 456,5 mln USD (ujemne saldo na poziomie 5,6 mln USD notowano jedynie w okresie 2009-2011, wskutek mniejszego eksportu jabłek i wzrostu importu przetworów owocowych w 2010 i 2011 r.). Saldo obrotów z krajami UE-28 i z krajami WNP było stale dodatnie. Ujemne saldo z pozostałymi krajami pogłębiło się z 718 do 820 mln USD (pogorszenie wyników handlu wynikało głównie ze zwiększenia przywozu owoców południowych).

Eksport polskich produktów ogrodniczych charakteryzowała silna koncentracja sprzedaży. W latach 2012-2014 w eksporcie świeżych owoców i warzyw udział 10 największych odbiorców (wszyscy należeli do UE lub WNP) przekroczył 80%, zaś w eksporcie przetworów owocowych i warzywnych wynosił aż 87%.



Rys. 1. Geograficzna struktura polskiego eksportu owoców, warzyw i ich przetworów [USD]

Fig. 1. Geographical structure of Polish exports of fruit, vegetables and their preserves [USD]

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Ministerstwa Finansów.

Owce, warzywa i ich przetwory kierowane były głównie na rynek Wspólnoty. Mimo wzrostu eksportu, udział krajów UE-15 w łącznej wartości sprzedaży produktów ogrodnictwa zmniejszył się z 64% w latach 2006-2008 do 55% w okresie 2012-2014, a krajów UE-13 z 19 do 11%. Średnioroczna dynamika wzrostu eksportu do UE-15 wynosiła 5,4%, zaś do nowych krajów członkowskich 3%.

Wartość eksportu do krajów WNP zwiększyła się ponad 3-krotnie do 956 mln USD, a udział tego ugrupowania wzrósł z 13 do 29%. Średnioroczne tempo wzrostu sprzedaży było najwyższe spośród wszystkich ugrupowań osiągając 19,6%.

Łączny eksport do pozostałych krajów był o 71% wyższy niż w latach 2006-2008 i wynosił 151,3 mln USD, a udział tych krajów w wartości polskiego eksportu produktów ogrodnictwa wzrósł z 4,0 do 4,6%. Zmniejszył się udział państw należących do EFTA (zwłaszcza Szwajcarii), wzrosło natomiast znaczenie krajów NAFTA (większy był udział USA i Meksyku, a mniejszy Kanady). Średnioroczna dynamika wzrostu eksportu do krajów EFTA kształtowała się na poziomie 9,6%, do krajów NAFTA 9,4%, zaś dla pozostałych państw wynosiła średnio 15,5%.

Udział pięciu największych odbiorców polskich owoców, warzyw i ich przetworów spoza UE i WNP (Stanów Zjednoczonych, Norwegii, Kanady, Mongolii i Szwajcarii) w łącznej wartości eksportu produktów ogrodnictwa na rynki tzw. pozostałych krajów zmniejszył się z 75% w latach 2006-2008 do 68% w okresie 2012-2014. Najważniejszym dla Polski partnerem handlowym były Stany Zjednoczone. Jest to ogromny rynek zbytu, zamieszkiwany przez 316 mln mieszkańców (2013 r.). Udział USA zwiększył się z 24 do 27%. Wyższy był też udział Mongolii, Serbii, Egiptu i Turcji. Drugim, pod względem wartości sprzedaży, odbiorcą polskich produktów ogrodnictwa była Norwegia, której udział, pomimo wzrostu wolumenu i wartości eksportu, obniżył się z 23 do 19%. Mniejsze było również znaczenie Kanady, Szwajcarii, Australii, Chin i Arabii Saudyjskiej.

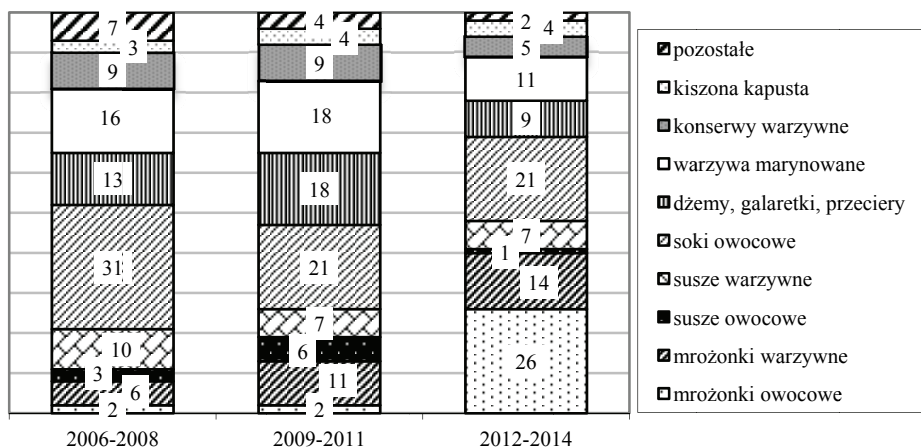
Stany Zjednoczone

W latach 2012-2014 eksport owoców, warzyw i ich przetworów do USA wynosił 40,7 mln USD i był niemal dwukrotnie wyższy niż w latach 2006-2008. Udział tego kraju w łącznej wartości polskiego eksportu produktów ogrodnictwa zwiększył się z 0,9% w okresie 2006-2008 do 1,2% w latach 2012-2014. Do USA trafiają przede wszystkim produkty przetworzone – głównie przetwory z owoców, które w latach 2012-2014 stanowiły 57% eksportu, wobec 51% w latach 2006-2008. Udział przetworzonych warzyw obniżył się z 48 do 43%.

W eksporcie do USA największe znaczenie mają mrożonki owocowe. W latach 2012-2013 Polska była piątym (po Meksyku, Kanadzie, Chile i Peru) dostawcą mrożonych owoców na ten rynek. Udział mrożonych owoców w łącznej wartości eksportu produktów ogrodnictwa do USA zwiększył się z 2% w latach 2006-2008 do średnio 26% w okresie 2012-2014. Tak duży wzrost wynikał przede wszystkim z rekordowego eksportu mrożonych wiśni w 2012 r. (10,4 tys. ton i 24,5 mln USD). Spośród mrożonych owoców w eksporcie do USA liczą się również mrożone czereśnie, maliny oraz czarne i czerwone porzeczki. Udział mrożonek warzywnych wzrósł z 6 do 14%. Polska eksportowała do USA głównie mrożony groszek, fasolę, pozostałe warzywa strączkowe oraz mrożone mieszanki warzywne.

Udział soków owocowych obniżył się z 31 do 21% (zwiększył się udział koncentratu soku jabłkowego, a zmniejszył pozostałych soków zagęszczonych). W eksporcie do USA, mimo wzrostu wolumenu i wartości sprzedaży, zmniejszyło się znaczenie marynat warzywnych (zwłaszcza ogórków konserwowych). W łącznej wartości sprzedaży produktów ogrodnictwa obniżył się również udział konserw warzywnych (z 9,4 do 5,3%), warzyw suszonych (z 10 do 7%), suszonych owoców (z 3 do 1%) oraz przetworów

pomidorowych (z 2 do 1%). Wzrósł natomiast udział kiszzonej kapusty (z 3,0 do 3,8%). W sprzedaży warzyw konserwowych liczą się przede wszystkim mieszanki warzyw konserwowych oraz fasola i groszek konserwowy. Spośród suszy warzywnych największe znaczenie ma suszona marchew, zaś suszy owocowych – suszone jabłka. W eksporcie przetworów pomidorowych głównym produktem kierowanym do USA jest keczup.



Rys. 2 Struktura polskiego eksportu produktów ogrodnich do Stanów Zjednoczonych [USD]

Fig. 2 Structure of Polish exports of horticultural products to the United States [USD]

Źródło: jak rys. 1.

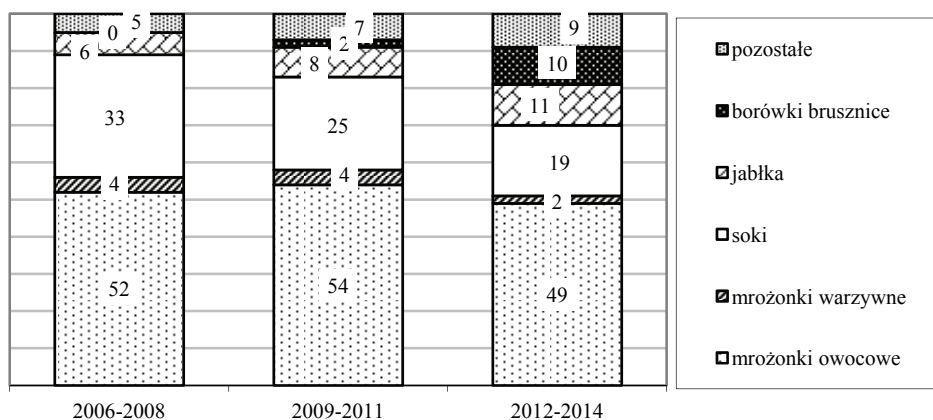
Norwegia

Norwegia od lat jest dla Polski liczącym się rynkiem zbytu produktów rolnych i artykułów żywnościowych. Uwzględniając liczbę mieszkańców (5,1 mln w 2013 r.), nie jest to wprawdzie ogromny rynek, jednak Norwegia jest dużym importerem żywności, ponieważ użytki rolne stanowią tu zaledwie ok. 3% powierzchni kraju.

Wartość eksportu owoców, warzyw i ich przetworów do Norwegii w latach 2012-2014 wynosiła średnio 28,9 mln USD, wobec 19,9 mln USD w okresie 2006-2008. W eksporcie dominują produkty przetworzone, choć ich znaczenie zmniejszyło się z 90 do 72%. Sprzedaż mrożonek owocowych wzrosła o 36% do 14,2 mln USD, a ich udział w łącznej wartości eksportu produktów ogrodnictwa do tego kraju zmniejszył się z 52 do 49%. Na rynek norweski Polska sprzedawała przede wszystkim mrożone truskawki, maliny i borówki. Dostawy z Polski dominowały w norweskim imporcie mrożonych owoców. W latach 2012-2014 Polska z udziałem niemal 45% zajmowała pierwsze miejsce przed Szwecją, Chinami i Serbią.

Udział soków owocowych zmniejszył się z 33 do 19% (w tym zagęszczonego soku jabłkowego z 28 do 16%), a mrożonek warzywnych z 4 do 2%. Mniejszy był też udział konserw owocowych. Spośród produktów świeżych największe znaczenie miały w ostatnich latach jabłka i borówki brusznice. Wartość eksportu jabłek wzrosła z 1,2 do 3,1 mln USD, a ich udział zwiększył się z 6 do 11%. W latach 2006-2008 borówki brusznice praktycznie

nie liczyły się w eksporcie do Norwegii, zaś w latach 2012-2014 wartość ich sprzedaży wynosiła 2,9 mln USD, co stanowiło 10% łącznej wartości eksportu produktów ogrodniczych do tego kraju. Z grupy świeżych owoców i warzyw w eksporcie na rynek norweski liczyły się także kalafiory, cebula i truskawki.



Rys. 3 Struktura wartości eksportu produktów ogrodniczych do Norwegii [USD]

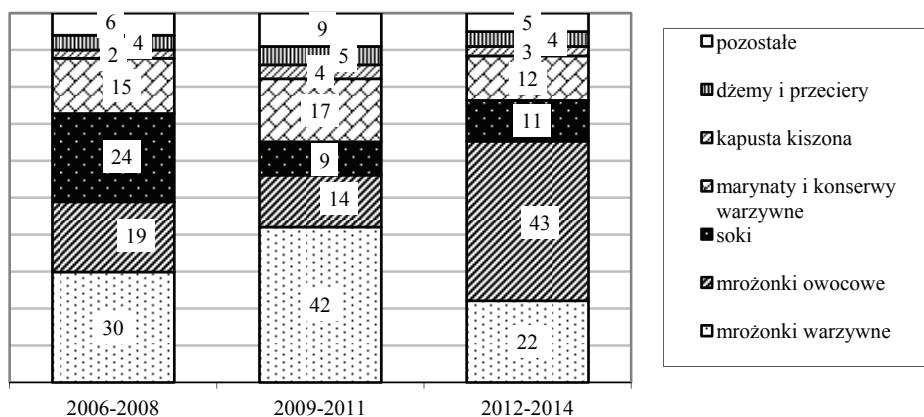
Fig. 3 Structure of Polish exports of horticultural products to Norway [USD]

Źródło: jak rys. 1.

Kanada

Eksport owoców, warzyw i ich przetworów do Kanady obniżył się z 9,1 do 8,8 tys. ton, a jego wartość w wyniku wzrostu cen, zwiększyła się o 15% do 12,2 mln USD. Do Kanady Polska sprzedawała przede wszystkim przetwory owocowe i warzywne (udział produktów świeżych nie przekraczał w rozpatrywanych okresach 1%).

Dominującą pozycję w eksporcie zajmowały mrożonki owocowe, których sprzedaż wzrosła ponad 2,5-krotnie do 5,2 mln USD, co stanowiło odpowiednio 19 i 43% łącznej wartości eksportu produktów ogrodniczych do tego kraju. Najbardziej, niemal 7-krotnie, zwiększyła się sprzedaż mrożonych wiśni (ich udział wzrósł z 6 do 33%). Wyższy był też eksport mrożonych malin i porzeczek czarnych, zaś niższy mrożonych borówek i truskawek. Udział mrożonych warzyw obniżył się z 30 do 22%. Najwyższy, na poziomie 42%, był w latach 2009-2011, głównie wskutek wzrostu udziału w eksporcie mrożonych warzyw strączkowych oraz mieszanek warzywnych. Eksport soków owocowych obniżył się z 2,5 do 1,4 mln USD, a ich udział spadł z 24 do 11%. W największym stopniu zmniejszyło się znaczenie zagęszczonych soków z owoców jagodowych. Niższy był udział marynat warzywnych oraz suszy owocowych. Nie zmienił się udział dżemów, galaretek i przecierów owocowych (4%) oraz konserw warzywnych (5%). Wzrosło natomiast znaczenie kiszonej kapusty (z 2 do 3%).



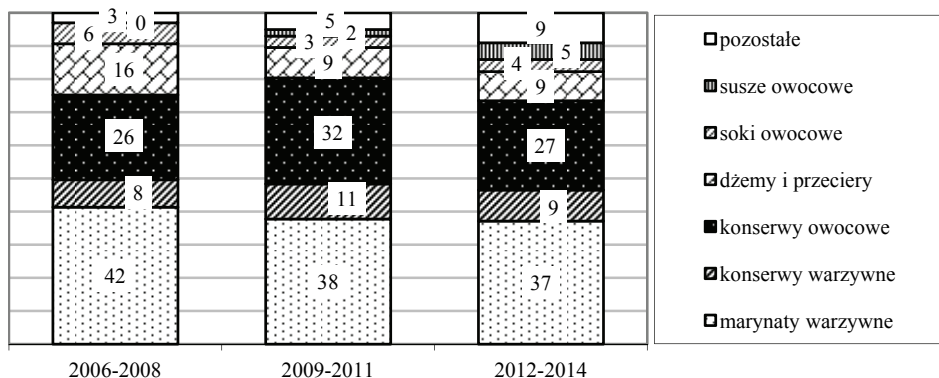
Rys. 4 Struktura polskiego eksportu produktów ogrodnich do Kanady [USD]

Fig. 4 Structure of Polish exports of horticultural products to Canada [USD]

Źródło: jak rys. 1.

Mongolia

W latach 2006-2014 dynamika eksportu polskich owoców, warzyw i ich przetworów do Mongolii wynosiła średniorocznie 14,3%. W okresie 2012-2014 wartość sprzedaży produktów ogrodnictwa do tego kraju osiągnęła 10,5 mln USD i była niemal 2-krotnie wyższa niż w latach 2006-2008.



Rys. 5 Struktura polskiego eksportu produktów ogrodnich do Mongolii [USD]

Fig. 5 Structure of Polish exports of horticultural products to Mongolia [USD]

Źródło: jak rys. 1.

Na rynek Mongolii Polska dostarczała przede wszystkim ogórki konserwowe (wzrost udziału z 23 do 26%) oraz konserwy z wiśni i czereśni (wzrost z 12 do 13%). W eksporcie do Mongolii zwiększyło się znaczenie konserw warzywnych (głównie mieszanek

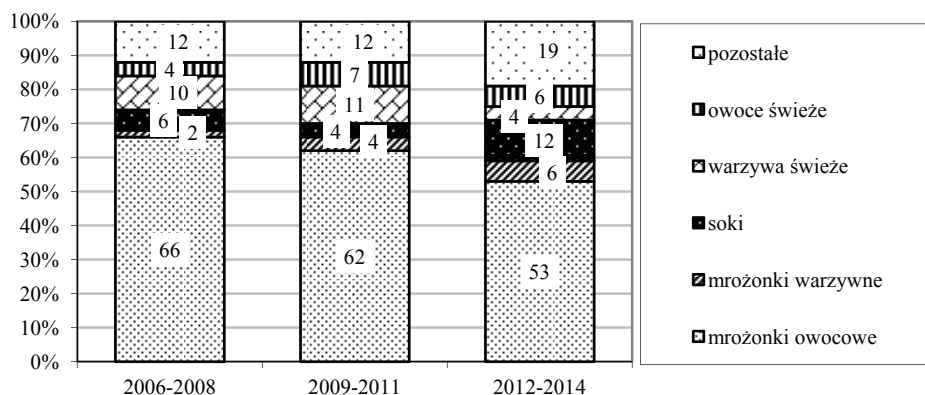
warzywnych) oraz owoców suszonych (przede wszystkim mieszanek owocowych, suszonych moreli i śliwek). Zmniejszył się udział dżemów i przecierów, a także soków owocowych. Spośród produktów świeżych w eksporcie do Mongolii liczą się jedynie jabłka. Polska z udziałem 15%, była w latach 2012-2013 trzecim w świecie dostawcą jabłek na ten rynek (po Chinach i Belgii).

Szwajcaria

Eksport owoców, warzyw i ich przetworów do Szwajcarii zwiększył się o 8% do 10,2 mln USD. Średnioroczne tempo wzrostu tych produktów na rynek szwajcarski w latach 2006-2014 wynosiło 5,5%.

Najważniejszą grupę towarową w eksporcie do Szwajcarii stanowiły mrożonki owocowe (głównie mrożone maliny i truskawki). Sprzedaż mrożonych owoców obniżyła się z 6,2 mln USD w latach 2006-2008 do 5,4 mln USD w okresie 2012-2014, a ich udział spadł z 66 do 53%. Wśród dostawców mrożonych owoców do tego kraju Polska zajmowała czwarte miejsce (po Włoszech, Serbii i Hiszpanii) z udziałem przekraczającym 10%.

Większe znaczenie w eksporcie miały soki owocowe, konserwy owocowe i warzywne, mrożone warzywa i przetwory pomidorowe. Niższy był udział świeżych warzyw (zwłaszcza ogórków oraz warzyw kapustnych), zwiększyło się natomiast znaczenie świeżych owoców (głównie borówek).



Rys. 6 Struktura polskiego eksportu produktów ogrodnich do Szwajcarii [USD]

Fig. 6 Structure of Polish exports of horticultural products to Switzerland [USD]

Źródło: jak rys. 1.

Pozostałe kraje

Znaczącym odbiorcą polskich produktów ogrodnich stała się w ostatnich latach Serbia. Średnioroczne tempo wzrostu eksportu owoców, warzyw i ich przetworów do tego kraju osiągnęło w całym rozpatrywanym okresie 27,1%. Eksport do Serbii zwiększył się

z 1,2 mln USD w latach 2006-2008 do 8,0 mln USD w okresie 2012-2014. Najważniejszą pozycję w eksporcie stanowiły mrożonki owocowe, których udział w łącznej wartości sprzedaży na rynek serbski wzrósł z 44 do 52%. Największy spadek udziału (z 55 do 7%) odnotowano natomiast w sprzedaży soków. W ostatnich latach Polska zaczęła eksportować do Serbii nowe produkty, niemające znaczenia w poprzednich okresach – głównie suszone warzywa, jabłka, mrożonki warzywne oraz dżemy i przeciery owocowe.

Wartość eksportu do Izraela zwiększyła się o 58% do 4 mln USD. Dynamika wzrostu eksportu w całym omawianym okresie wynosiła 12%. Na rynek tego kraju trafiały przede wszystkim mrożonki owocowe, marynaty i konserwy warzywne, dżemy i przeciery, konserwy i susze owocowe oraz mrożonki i susze warzywne. Najbardziej zwiększył się udział w eksporcie konserw owocowych (z 1 do 10%) oraz mrozonek i suszy warzywnych.

Tabela 1. Wartość polskiego eksportu produktów ogrodnictwa w latach 2006-2014 [mln USD]

Table 1. Value of Polish horticultural export over the period of 2006-2014 [million USD]

Wyszczególnienie	2006-2008		2009-2011		2012-2014	
	USD	%	USD	%	USD	%
EFTA, w tym:	29,6	33,5	29,5	32,5	39,3	26,0
Norwegia	19,9	22,5	21,5	23,7	28,9	19,1
Szwajcaria	9,4	10,6	7,7	8,5	10,2	6,7
NAFTA, w tym:	31,7	35,8	28,8	31,7	53,3	35,2
USA	20,9	23,6	21,2	23,3	40,7	26,9
Kanada	10,6	12,0	7,4	8,2	12,2	8,1
Pozostałe, w tym:	27,2	30,7	32,5	35,8	58,7	38,8
Mongolia	5,3	6,0	5,9	6,5	10,5	6,9
Serbia	1,2	1,4	1,3	1,4	8,0	5,3
Izrael	2,6	2,9	2,6	2,9	4,0	2,6
Egipt	0,5	0,6	1,1	1,2	3,7	2,5
Australia	3,9	4,4	2,4	2,6	3,7	2,4
Turcja	1,1	1,2	1,5	1,7	3,2	2,1
Chiny	2,5	2,8	3,1	3,4	2,0	1,3
RAZEM	88,5	100,0	90,8	100,0	151,3	100,0

Źródło: IERiGŻ-PIB na podstawie danych Ministerstwa Finansów.

Średnioroczne tempo wzrostu wartości eksportu produktów ogrodnich do Egiptu w latach 2006-2014 wynosiło 36,3% (najwyższe było w okresie 2012-2014 osiągając 78%). Polska sprzedawała do Egiptu przede wszystkim mrożonki warzywne, zwłaszcza mrożony groszek, będący od 2010 r. najważniejszym produktem eksportowanym do tego kraju z udziałem przekraczającym 50% łącznej wartości sprzedaży owoców, warzyw i ich przetworów na ten rynek. W latach 2012-2014 Egipt stał się również odbiorcą polskich jabłek (średnio 2,6 tys. ton i 1,2 mln USD). W polskim eksporcie do Egiptu zmniejszył się natomiast udział mrozonek owocowych (z 61% w latach 2006-2008 do 2% w okresie 2012-2014), dżemów i przecierów oraz soków owocowych.

Eksport produktów objętych embargiem do krajów spoza UE i WNP

Embargo wprowadzone przez Rosję w sierpniu 2014 r. dotyczy świeżych owoców i warzyw, suszy i mrożonek owocowych i warzywnych oraz warzyw tymczasowo zakonserwowanych. W latach 2012-2014 wartość eksportu tych produktów na rynek rosyjski wynosiła średnio 501,6 mln USD, co stanowiło 24% łącznej wartości ich eksportu. Najwyższy był udział Rosji w polskim eksporcie jabłek (54%), pomidorów (42%), ogórków (39%) i warzyw kapustnych (37%).

Świeże owoce i warzywa

Eksport świeżych owoców i warzyw do krajów nie będących członkami UE i WNP w latach 2012-2014 wynosił 22,1 tys. ton, wobec 5,7 tys. ton średnio w latach 2006-2008. Wartość sprzedaży wzrosła z 4,5 do 17,1 mln USD, co stanowiło odpowiednio 0,7 i 1,4% łącznej wartości polskiego eksportu owoców i warzyw.

Największym odbiorcą świeżych owoców i warzyw była Norwegia, której udział w wartości sprzedaży na rynki tzw. pozostałych państw zwiększył się z 44 do 48%. Wzrósł również udział Algierii, Bośni, Egiptu, Serbii i Mongolii. Zdecydowanie niższy był udział Szwajcarii (spadek z 30 do 6%) oraz Stanów Zjednoczonych (z 10 do 1%).

Głównym odbiorcą jabłek, stanowiących w latach 2012-2014 niemal 55% wartości eksportu świeżych owoców i warzyw na rynki pozostałych państw, była Norwegia. Wartość eksportu na ten rynek zwiększyła się z 1,2 do 3,1 mln USD, jednak udział Norwegii obniżył się z 91% w latach 2006-2008 do 33% w okresie 2012-2014. Wzrósł natomiast udział Egiptu, Serbii, Bośni i Algierii. W strukturze geograficznej eksportu jabłek pojawiły się też nowe kraje, niemające istotnego znaczenia w poprzednich okresach, m.in. Libia, Kuwejt, Zjednoczone Emiraty Arabskie, Hongkong, Singapur, Turcja i Jordania. Mimo wyższych kosztów transportu, eksport do tych krajów może stanowić w kolejnych latach alternatywę dla rynków WNP.

Szansą dla Polski może być zaistnienie na rynkach dużych odbiorców jabłek, jakimi są Chiny i Stany Zjednoczone. Konieczne jest jednak uzyskanie zezwoleń na eksport do tych krajów (Chiny wymagają m.in. przeprowadzenia inspekcji przez przedstawicieli chińskich instytucji odpowiedzialnych za bezpieczeństwo żywności podczas zbiorów jabłek w krajach potencjalnych dostawców, zaś Stany Zjednoczone opracowania przez USA i UE wspólnych procedur eksportowych i wcześniejszej rejestracji przez służby fitosanitarne sadów i przechowalni, z których owoce byłyby dostarczane na rynek USA).

Mrożonki owocowe i warzywne

Udział grupy pozostałych państw w łącznym eksporcie mrożonych owoców i warzyw zwiększył się 5 do 7% (głównym odbiorcą mrożonek w całym rozpatrywanym okresie były kraje UE-28, ich udział obniżył się jednak z 85 do 82%, zaś krajów WNP wzrósł z 10 do 11%).

Spośród pozostałych państw największym rynkiem zbytu polskich mrożonek owocowych była Norwegia. Mimo wzrostu eksportu udział Norwegii spadł z 43 do 31%. Niższy był też udział Szwajcarii (spadek z 25 do 12%) i Chin (z 9 do 3%). Najbardziej zwiększyło się znaczenie USA (z 2 do 23%), Kanady oraz Serbii.

Mrożone warzywa Polska eksportowała przede wszystkim do USA, Egiptu, Kanady, Arabii Saudyjskiej, Norwegii i Szwajcarii. W grupie nowych odbiorców pojawiły się w ostatnich latach Chile, Serbia, Japonia, Jordania, Algieria i Nowa Zelandia.

Susze owocowe i warzywne

Eksport suszy owocowych i warzywnych do grupy pozostałych państw zwiększył się z 59,3 mln USD w latach 2006-2008 do 78,9 mln USD w okresie 2012-2014, a udział tych krajów nie zmienił się pozostając na poziomie 10%.

Susze warzywne trafiały głównie na rynek USA, Serbii, Meksyku i Izraela, zaś susze owocowe do Turcji, Mongolii, USA, Kanady i Izraela. Do nowych rynków zbytu należą natomiast Kuwejt, Nowa Zelandia, Arabia Saudyjska, Chiny, Serbia i Macedonia.

Podsumowanie

Polski eksport owoców, warzyw i ich przetworów cechuje silna koncentracja sprzedaży. Mocne uzależnienie od stałych odbiorców świadczy o wysokiej pozycji polskich produktów na rynkach tych krajów, jednak stanowi ono również zagrożenie w sytuacji wprowadzenia ograniczeń w wymianie handlowej lub wystąpienia innych zjawisk utrudniających handel.

Kraje nie będące członkami UE i WNP mają wciąż zbyt mały udział w wartości polskiego eksportu produktów ogrodnich. Utrudnienia w handlu z Rosją (zarówno poprzednie embargo obowiązujące w okresie listopad 2005 – listopad 2008, jak również wprowadzone od sierpnia 2014 r.), skutkujące większą podażą na rynkach unijnych i spadkiem cen, wskazują wyraźnie na konieczność dywersyfikacji rynków zbytu. Znalezienie nowych odbiorców oraz utrwalenie pozycji i rozszerzenie oferty w krajach będących importerami polskich produktów, jest procesem długotrwałym i wymaga zaangażowania i współpracy wszystkich uczestników rynku oraz administracji rządowej.

Literatura i źródła

- Handel zagraniczny produktami rolno-spożywczymi. Stan i perspektywy. [2006-2015], IERiGŻ-PIB, Warszawa
Rynek owoców i warzyw. Stan i perspektywy. [2006-2014]. IERiGŻ-PIB, Warszawa.
Pawlak K.[2014]: Zmiany w polskim handlu zagranicznym produktami rolno-spożywczymi po akcesji do Unii Europejskiej, Zeszyty Naukowe SGGW – Problemy Rolnictwa Światowego, Tom 14 (24), ss. 170-184.
Stańko S., Mikuła A.[2014]: Tendencje w handlu zagranicznym produktami rolno-spożywczymi w Polsce w latach 1995-2013. Roczniki Naukowe Ekonomii Rolnictwa i Obszarów Wiejskich, Tom 101, z. 1, ss. 41-52.
Stefko O., Pęziak A. [2013]: Znaczenie zmian polityki krajowej i międzynarodowej Polski dla rozwoju handlu zagranicznego artykułami ogrodnymi. Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, Tom XV, z. 1, ss. 198-203.
www.arr.gov.pl
www.agra-net.com
www.comtrade.un.com
www.fresh-market.pl
www.fruit.inform.com