

Mirosława Tereszczuk

Instytut Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej – Państwowy Instytut Badawczy
e-mail: m.tereszczuk@ierigz.waw.pl

POLITYKA PROEKSPORTOWA W ŚWIECIE TEORII HANDLU MIĘDZYNARODOWEGO

PRO-EXPORT POLICY IN THE LIGHT OF THE THEORY OF INTERNATIONAL TRADE

DOI: 10.15611/pn.2018.529.31

JEL Classification: F10, F13, F18

Streszczenie: Celem artykułu jest próba przedstawienia istoty i znaczenia polityki proeksportowej w świetle teorii handlu zagranicznego i jej instrumentów. Polityka proeksportowa stanowi odmianę polityki gospodarczej o interwencjonistycznym oddziaływaniu, a także jest jednym z elementów polityki handlowej. Poprzez wspieranie eksportu oddziałuje na wzrost gospodarczy kraju. Stosowanie polityki proeksportowej wiąże się więc z pełnym otwarciem gospodarki na wymianę z zagranicą towarami i usługami oraz zastosowaniem wielu instrumentów wsparcia eksportu. W polityce proeksportowej wykorzystywane są instrumenty wsparcia zarówno z zakresu polityki gospodarczej, jak i polityki handlowej. Polityka proeksportowa oddziałuje na wzrost konkurencyjności, wymuszając specjalizację oraz rozwój najbardziej efektywnych sektorów gospodarki kraju. Teorie handlu międzynarodowego wskazują na silne powiązanie pomiędzy wzrostem eksportu a wzrostem dobrobytu w danym kraju i poprawą konkurencyjności na arenie międzynarodowej.

Słowa kluczowe: polityka proeksportowa, eksport, handel międzynarodowy, instrumenty polityki proeksportowej.

Summary: The article discusses the nature and significance of pro-export policy and its instruments. Pro-export policy is a variation of economic policy with interventionist influence, and is one of the elements of trade policy. By supporting exports, it affects the country's economic growth. The application of pro-export policy is connected with the full opening of the economy to the exchange of goods and services with foreign countries and the application of many export support instruments. Pro-export policy affects the growth of competitiveness, forcing the specialization and development of the most effective sectors of the country's economy. Theories of international trade point to a strong link between the growth of exports and the increase in prosperity in a given country and the improvement of international competitiveness.

Keywords: pro-export policy, exports, international trade, instruments of pro-export policy.

1. Wstęp

W badaniach nad handlem zagranicznym stosunkowo mało miejsca zajmuje polityka proeksportowa, czyli wspierająca eksport. Z dostępnej literatury krajowej i zagranicznej wynika, że polityka proeksportowa odgrywa ważną rolę w rozwoju gospodarczym każdego kraju i jest szczególnie istotna w dobie globalizacji i internacjonalizacji gospodarki. Rosnąca konkurencja na rynkach zagranicznych oraz występujące różnego rodzaju bariery sprawiają, że szczególnego znaczenia nabierają działania ukierunkowane na wsparcie ekspansji zagranicznej krajowych eksporterów, określane w literaturze mianem polityki proeksportowej [Belay 2009, s. 319–385; Belloc, Di Maio 2011, s. 12–16; Rosati 1990].

Warunkiem koniecznym uzyskania przyspieszonego wzrostu gospodarczego poprzez rozwój eksportu jest posiadanie oraz stosowanie przez władze odpowiedniego instrumentarium. Większość ze stosowanych instrumentów polityki proeksportowej, ukierunkowanych na wsparcie eksportu, ma charakter subwencjonowania. Państwo uczestniczy między innymi w częściowym lub całkowitym przejmowaniu ryzyka finansowego poprzez ubezpieczanie wierzytelności zagranicznych oraz oferowanie zagranicznym importerom korzystnych warunków zapłaty lub kredytów bankowych. Wsparciem eksportu są również specjalne programy rządowe promujące polskie produkty na rynkach zagranicznych. W ostatnich latach ta forma wsparcia staje się coraz bardziej popularna, szczególnie w sektorze rolno-spożywczym, dzięki dotacjom unijnym w ramach Wspólnej Polityki Rolnej (WPR) [Tereszczuk 2017, s. 141–150].

Celem niniejszego opracowania jest próba syntetycznego przedstawienia istoty i znaczenia polityki proeksportowej w świetle teorii handlu międzynarodowego oraz wykorzystania instrumentów wsparcia eksportu. W artykule posłużono się metodą opisową przy wykorzystaniu literatury krajowej i zagranicznej oraz metodą porównawczą, by przeanalizować temat polityki proeksportowej.

2. Charakterystyka pojęcia polityki proeksportowej

Polityka proeksportowa może być rozpatrywana co najmniej w dwóch kategoriach. Definicja węższa nawiązuje do definicji polityki handlowej, określa politykę proeksportową jako „zbiór reguł, środków, metod i narzędzi stosowanych do popierania eksportu” [Bednarczyk 2000, s. 17]. Jest związana z ingerencją państwa w sferę wymiany międzynarodowej i polega na wspieraniu eksportu poprzez oddziaływanie na jego rozmiar, kierunki oraz strukturę. Przez to jest traktowana jako rodzaj interwencjonizmu państwowego. W ujęciu szerszym polityka proeksportowa rozumiana jest jako ogół działań państwa, mających na celu maksymalizację korzyści wynikających z uczestnictwa kraju w wymianie międzynarodowej, przyspieszenie rozwoju gospodarczego, nie zaś rozwoju eksportu, który sam w sobie nie zawsze prowadzi do wzrostu społecznego dobrobytu [Rosati 1990, s. 17]. W tym ujęciu polityka proek-

sportowa jest określana jako jeden z elementów zagranicznej polityki ekonomicznej państwa, zmierzającej do włączenia gospodarki tego kraju do międzynarodowego podziału pracy, poprawy konkurencyjności międzynarodowej gospodarki oraz poprawy bilansu płatniczego. Nadrzędnym celem polityki proeksportowej jest jednak osiągnięcie przyspieszonego rozwoju gospodarczego państwa, jak i uzyskanie dodatkowych korzyści dzięki rozwojowi eksportu [Bednarczyk 2000, s. 17]. Zgodnie z tym założeniem o pożądanej opłacalności wzrostu eksportu świadczy dodatkowy przyrost dochodu narodowego, który nie wystąpiłby, gdyby nie wzrost eksportu.

Według S. Felbura, S. Uplawy i J. Wierzbołowskiego polityka proeksportowa to „działalność władzy państwowej zmierzająca do intensyfikacji wywozu towarów i usług za granicę oraz świadczenia usług zagranicznym usługobiorcom” [Felbur i in. 1994]. Według tych autorów funkcja ta obejmuje również problematykę promocji eksportu oraz badań rynków zagranicznych. Określa politykę proeksportową jako politykę wspierania potencjału eksportowego [Nowik 2010, s. 235]. Polityka proeksportowa obejmuje więc oddziaływanie państwa na rozmiary eksportu, jego strukturę i opłacalność [Rymarczyk 2012a, s. 294]. Cele polityki proeksportowej mogą mieć charakter krótko-, średnio- i długookresowy. W krótkim okresie państwo może pobudzać bądź ograniczać rozmiary eksportu, oddziałując doraźnie na możliwości rozwoju produkcji na eksport. W średnim okresie państwo może oddziaływać na eksport towarów przez kształtowanie struktury towarowej i geograficznej handlu zagranicznego. W długim okresie państwo może wpływać na eksport przez zmiany w strukturze produkcji krajowej, postęp techniczny i tempo rozwoju gospodarczego. Polityka proeksportowa oddziałuje więc na wzrost konkurencyjności, wymuszając specjalizację oraz rozwój sektorów najbardziej efektywnych.

3. Polityka proeksportowa w świetle teorii handlu międzynarodowego

Eksport zajmował jedno z ważniejszych miejsc w hierarchii celów gospodarczych w doktrynie merkantylistów, którzy uważali, że dodatnie saldo handlu zagranicznego jest głównym źródłem bogactwa, a najsukuteczniejszą drogą do jego powiększenia jest maksymalny wzrost eksportu, przy ograniczaniu importu [Rosati 1990, s. 19]. Teoria merkantylistyczna głosiła, że złoto i srebro są podstawą dobrobytu społecznego i czynnikiem stymulującym handel zagraniczny, a posiadanie jak największej ilości kruszców szlachejnych stanowi podstawę gospodarczej i politycznej potęgi poszczególnych krajów. Eksport towarów powoduje przyływ kruszców, a import ich odpływ [Świerkocki 2011, s. 18]. W świetle tego rozumowania handel międzynarodowy należy prowadzić tak, by zwiększać zasoby kruszców. Korzyści z handlu odnoszą te kraje, które potrafią uzyskać nadwyżkę eksportu nad importem, czyli dodatni bilans handlowy. Najważniejsze wskazania tej teorii to konieczność rozwijania eksportu i ograniczanie importu. W myśl tej doktryny do obowiązków państwa należało wspieranie eksportu wyrobów gotowych za pomocą subwencji i innych

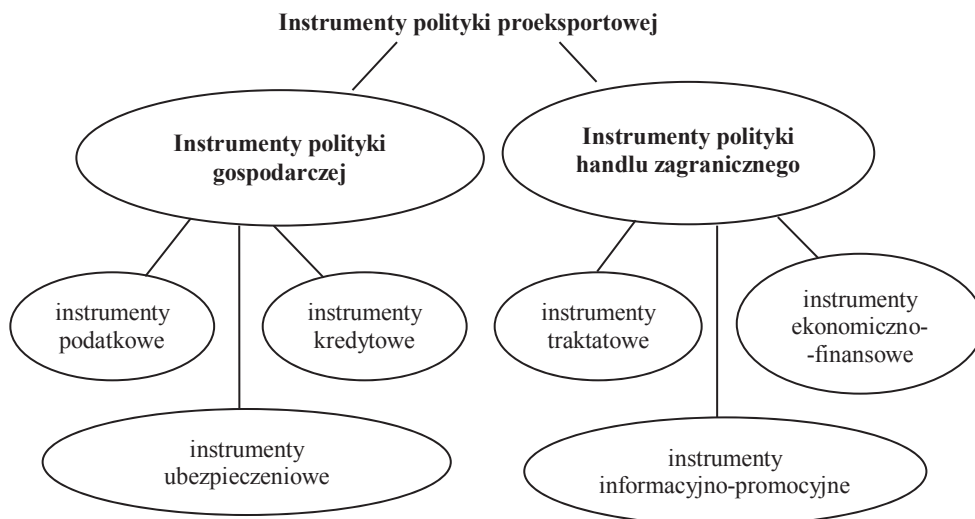
narzędzi wsparcia (m.in. dopłaty, premie, ochrona przed ryzykiem itp.) i ograniczanie importu, wykorzystując do tego cła, kontyngenty importowe, zakaz importu itp. [Bożyk 2008, s. 44]. Rozwój ekonomii klasycznej doprowadził w XIX wieku do odrzucenia merkantylistycznych koncepcji i zastąpienia ich klasyczną teorią wymiany, gdzie eksport i import były traktowane jednakowo, na równych prawach. Czołowi przedstawiciele ekonomii klasycznej, A. Smith i D. Ricardo, propagowali w tym czasie ideę liberalizmu gospodarczego oraz zasadę wolnego handlu międzynarodowego [Bożyk 2004, s. 19]. Twierdzili oni, że wymiana międzynarodowa może przynosić korzyści dla wszystkich krajów biorących w niej udział, pod warunkiem że żaden z nich nie będzie stosować instrumentów protekcjonizmu. W tym czasie uważano, że mechanizm rynkowy będzie dążył do samoczynnego wyrównywania wszelkich zakłóceń gospodarczych. W związku z tym państwo nie ingerowało w żadne procesy gospodarcze, a eksport i import podlegały działaniom wolnego handlu [Bednarczyk 2000, s. 19]. Przełom XIX i XX wieku przyniósł kolejną zmianę podejścia do opisywanego zjawiska. Stopniowe zaostrzenie konkurencji między państwami oraz występujące kryzysy nadprodukcji doprowadziły do kwestionowania doktryny wolnego handlu i nasilenia się tendencji protekcjonistycznych [Domiter 2008, s. 42–47]. J.M. Keynes zwrócił uwagę, że w przeciwieństwie do tez klasyków i neoklasyków kryzysy ekonomiczne, bezrobocie oraz nierównowaga bilansu handlowego i płatniczego nie są automatycznie niwelowane przez oddziaływanie sił rynkowych. Konieczna jest świadoma i aktywna interwencja państwa [Samuelson, Nordhaus 2012, s. 374–376]. Zgodnie z teorią J.M. Keynesa państwo powinno pobudzać eksport m.in. poprzez stosowanie ulg podatkowych dla eksporterów i ograniczać import przez prowadzenie stosownej polityki celnej. Z jednej strony J.M. Keynes sformułował nowe argumenty teoretyczne uzasadniające celowość stosowania polityki protekcyjnej, z drugiej zaś przestrzegał przed wprowadzeniem zbyt ostrych środków protekcyjnych [Soldaczuk 1987, s. 36]. J.M. Keynes nie był jedynym ekonomistą, który opowiadał się za stosowaniem przez państwo instrumentów interwencyjnych w polityce handlowej. Koncepcje te głosili również inni ekonomiści, np.: A. Lewis, G. Myrdal, R. Nurksy, F. Perroux, A. Prebisch i H. Singer [Misala 1999, s. 66].

Najważniejsza przesłanka polityki proeksportowej wywodzi się z teorii zakłóceń, inaczej zniekształceń na rynku światowym, opracowanej przez J.N. Bhagwatię w latach 60. XX wieku [Misala 2005, s. 424–425]. Wyróżnia on dwie grupy zniekształceń, tj. międzynarodowe i krajowe oraz ekonomiczne i pozaekonomiczne. Zgodnie z tą klasyfikacją zakłócenia konkurencji mogą występować zarówno na rynku krajowym, jak i międzynarodowym. Według tej teorii polityka proeksportowa jest działaniem państwa zmierzającym do niwelowania skutków zniekształceń gospodarki światowej, stwarzając tym samym dogodne warunki eksporterom do funkcjonowania na rynku międzynarodowym. Dzięki takim zabiegom rządu warunki działania krajowych eksporterów są takie jak eksporterów zagranicznych, którzy mogą liczyć na wsparcie swojego państwa. Stąd polityka proeksportowa stwarza równe szanse funkcjonowania podmiotom na rynku zagranicznym [Domiter 2008,

s. 48]. Drugim rodzajem zniekształceń są zniekształcenia krajowe, które powstają pod wpływem słabego rozwoju rynku wewnętrznego, a także polityki gospodarczej rządu (w szczególności celno-podatkowej). Czynniki te mogą powodować pogorszenie warunków funkcjonowania eksporterów krajowych na rynkach zagranicznych oraz utrudniać rozwój całego sektora eksportowego. Zniekształcenia rynku, niezależnie od rodzaju, wpływają na konkurencyjność eksporterów, utrudniając im funkcjonowanie na rynkach zagranicznych. W świetle teorii zakłóceń realizowanie polityki proeksportowej jest uzasadnione, gdyż zmierza ona do niwelowania wpływu poszczególnych zniekształceń na konkurencyjność eksporterów. Rodzimy eksporter dzięki wsparciu może skutecznie konkurować na rynku zagranicznym z eksporterem z innego kraju.

4. Instrumenty polityki proeksportowej

Polityka proeksportowa może być realizowana przez poszczególne kraje przy wykorzystaniu różnego rodzaju instrumentów wsparcia. Niezbędne jest zastosowanie nie tylko instrumentów stanowiących tradycyjne narzędzia zagranicznej polityki handlowej, ale dodatkowo skoordynowanie ich z instrumentami właściwymi dla innych polityk gospodarczych.



Rys. 1. Klasyfikacja instrumentów polityki proeksportowej

Źródło: opracowanie własne na podstawie [Domiter 2008, s. 48–49].

Instrumenty polityki proeksportowej podzielono na: instrumenty ogólnej polityki gospodarczej oraz instrumenty polityki handlu zagranicznego (handlowe). Do

tych pierwszych zaliczamy m.in.: instrumenty polityki podatkowej, kredytowej oraz ubezpieczeniowej. Z kolei do instrumentów polityki handlowej zaliczamy: instrumenty traktatowe, ekonomiczno-finansowe oraz informacyjno-promocyjne (rys. 1).

4.1. Instrumenty polityki gospodarczej

Instrumenty polityki gospodarczej, w szczególności preferencje podatkowe, kredytowe czy ubezpieczeniowe, są ustalane na specyficznych zasadach dla podmiotów uczestniczących w handlu zagranicznym.

Instrumenty podatkowe to wszelkiego rodzaju ulgi i preferencje podatkowe, jakie państwo przyznaje podmiotom prowadzącym działalność eksportową, a także zwroty zapłaconego cła lub też zwolnienia z cła zakupionych za granicą surowców, półfabrykatów oraz maszyn i urządzeń wykorzystywanych w produkcji przeznaczonej na eksport.

Wśród instrumentów kredytowych stosowanych w polityce proeksportowej wyróżnia się: rządowe kredyty eksportowe, kredyty udzielane przez banki komercyjne na rzecz importerów lub ich banków, kredyty kupieckie (handlowe), zasady i formy finansowania kredytów kupieckich bądź refinansowania kredytów bankowych oraz mechanizmy subsydiowania stóp procentowych, obciążających kredyty eksportowe [Bombińska 2014, s. 93]. Wsparcie w formie kredytów umożliwia eksporterom sprzedaż towarów i usług na warunkach kredytowych, których często nie są oni w stanie zaoferować zagranicznym nabywcom samodzielnie, bez pomocy państwa. Wspieranie kredytów eksportowych może przyjmować formę preferencyjnych kredytów eksportowych lub wsparcia w zakresie oprocentowania kredytów. W praktyce polega to na ubezpieczeniu i gwarantowaniu kredytów eksportowych z udziałem środków z budżetu państwa. Wsparcie w zakresie oprocentowania kredytów eksportowych polega na tym, że banki komercyjne stosują specjalną stopę procentową, która jest niższa od rynkowej dzięki temu, że otrzymują z budżetu państwa wyrównanie do poziomu rynkowej stopy procentowej [Bednarczyk 2000, s. 27].

Przez ubezpieczenie kredytu eksportowego rozumie się system, w ramach którego ubezpieczyciel zapewnia ubezpieczającego (kredytodawcę), że pokryje jego wierzytelność zagraniczną, w przypadku gdyby tego nie mógł uczynić dłużnik zagraniczny (kredytobiorca) z powodu przypadkowych okoliczności zaistniałych w czasie realizacji kontraktu [Bednarczyk 2000, s. 51]. Do instrumentów ubezpieczeniowych zalicza się: gwarancje instytucji ubezpieczeniowych udzielane bankom i innym podmiotom finansującym transakcje eksportowe, ubezpieczenia kredytów bankowych i kupieckich, ubezpieczenia inwestycji zagranicznych podmiotów krajowych, ubezpieczenia ryzyka wzrostu kosztów produkcji, ryzyka kursowe itp. [Bednarczyk 2000, s. 8].

4.2. Instrumenty polityki handlu zagranicznego

Instrumenty polityki handlu zagranicznego można dzielić według różnych kryteriów. W proponowanej klasyfikacji skupiono się na działaniach proeksportowych i wyróżniono instrumenty traktatowe, ekonomiczno-finansowe i informacyjno-promocyjne.

Działania traktatowe prowadzone są na najwyższym szczeblu władzy państwowej i mają charakter strategiczny, kształtują warunki dostępu do zagranicznych rynków zbytu oraz oddziałują na podstawy i ramy prawne prowadzenia polityki handlu zagranicznego kraju. Można do nich zaliczyć m.in. umowy międzynarodowe, dzięki którym następuje eliminacja lub ograniczenie barier w handlu zagranicznym [Bombińska 2014, s. 90].

Instrumenty ekonomiczno-finansowe są uznawane za najbardziej skuteczne narzędzia polityki proeksportowej i najczęściej stosowane. Zalicza się do nich m.in.: kurs walutowy, subsydia eksportowe czy też ulgi i ułatwienia o charakterze fiskalnym.

Z ekonomicznego punktu widzenia duże znaczenie ma oddziaływanie na kurs walutowy. Polityka kursowa stanowi niezbędne ogniwo łączące gospodarkę danego kraju z gospodarką światową. Zgodnie z teorią ekonomii kształtowanie się relacji kursowych jest przede wszystkim pochodną stanu bilansu płatniczego danego kraju. Szczególnie saldo bilansu obrotów bieżących i sytuacja na rachunku handlowym pokazują zdolność kraju do generowania nadwyżki finansowej i akumulacji bogactwa w ujęciu merkantylistycznym [Bilski 2006, s. 236]. Kraj utrzymujący nadwyżkę eksportu nad importem odznacza się wysoką konkurencyjnością swojej gospodarki. Oprócz stymulowania wielkości eksportu oddziałuje także na wielkość podaży pieniądza krajowego i stopę inflacji. Może więc być skutecznym regulatorem obrotów handlowych tylko w ustabilizowanej gospodarce rynkowej.

Eksport wspierany jest najczęściej różnego rodzaju subsydiami. Subsydia (subwencje) eksportowe są formą bezpośredniego oddziaływania państwa w celu zwiększenia eksportu oraz poprawy jego międzynarodowej konkurencyjności [Rymarczyk 2012b, s. 109]. Są one przyznawane w wysokości równej różnicy między krajową ceną danego dobra a niższą ceną na rynkach światowych. Dzięki takiemu wsparciu eksporter może obniżyć na rynku światowym cenę oferowanego przez siebie dobra, stając się tym samym bardziej konkurencyjnym. Stosowanie subsydiów eksportowych wiąże się także z pewnymi negatywnymi skutkami. A mianowicie nasilają one inflację w kraju eksportującym. Jednocześnie ograniczają zainteresowanie producentów i eksporterów obniżką kosztów produkcji, postępem technicznym, podniesieniem jakości produkcji. Ponadto subsydia zmieniają proporcje podziału produktu krajowego brutto między różne grupy społeczne [Bożyk 2004, s. 99]. Mają również wpływ na pogorszenie *terms of trade*. Powoduje to dokonana w wyniku subwencji obniżka ceny eksportowanego towaru na rynku międzynarodowym. Na skutek obniżenia ceny eksportowej na rynku zagranicznym subsydia eksportowe są bar-

dzo kosztownym środkiem polityki handlu zagranicznego mającej na celu poprawę bilansu handlowego i płatniczego. Ich głównym beneficjentem są zagraniczni odbiorcy eksportowanych towarów, natomiast koszty wprowadzenia i utrzymywania systemu subsydiów ponoszą krajowi podatnicy [Domiter 2008, s. 113].

W świetle przepisów Światowej Organizacji Handlu (WTO) subsydiowanie eksportu jest zakazane, z wyjątkiem produktów rolnych [Bombińska 2014, s. 91–93], których eksport mógł być subsydiowany do 2013 roku. Zgodnie z Rozporządzeniem Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1308/2013 z dnia 17 grudnia 2013 r. ustanawiającym wspólną organizację rynków produktów rolnych (art. 196) subsydia do eksportu produktów rolnych zostały ustalone na poziomie zerowym. Mogą one być stosowane tylko w sytuacjach wyjątkowych. Muszą jednak mieścić się w ramach limitów wynikających z umów międzynarodowych zawartych zgodnie z TFUE (Traktat o Funkcjonowaniu Unii Europejskiej) [Tereszczuk 2016, s. 225–235].

Wsparcie promocyjno-informacyjne może obejmować z jednej strony działania mające na celu promocję makroekonomiczną, czyli kreowanie pozytywnego wizerunku kraju jako partnera gospodarczego, a także wspieranie promocji mikroekonomicznej realizowanej przez przedsiębiorstwa na rynkach zagranicznych (np. przez dofinansowanie udziału w targach i wystawach za granicą lub kosztów projektów promocyjnych). Z drugiej zaś strony – dostarczanie eksporterom możliwie pełnej informacji o warunkach funkcjonowania na rynkach zagranicznych. Wsparcie promocyjno-informacyjne może być realizowane przez ministerstwa, banki centralne, placówki ekonomiczno-handlowe za granicą, agendy rządowe i instytucje wyznaczone przez rząd do tego rodzaju działań [Bombińska 2014, s. 91]. Podstawowym jego zadaniem jest ukształtowanie pozytywnego wizerunku danego kraju, jego osiągnięć gospodarczych, poziomu techniki, wysokiej jakości wytwarzanych w nim produktów. Celem promocji nie jest sprzedaż określonych produktów, ale przekonanie odbiorców do ich nabycia. Wsparcie promocyjno-informacyjne można określić jako formę pośredniego subwencjonowania eksportu. Państwo współfinansuje uczestnictwo przedsiębiorstwa w imprezach targowych i wystawienniczych, bezpłatnie udostępnia informacje o rynkach zagranicznych. Wszystkie te działania wpływają na poprawę pozycji konkurencyjnej danego państwa na rynkach zagranicznych.

5. Polityka proeksportowa Polski

W Polsce po 1989 roku, dzięki przemianom ustrojowym, których wynikiem był wzrost otwartości gospodarki, zwiększyło się znaczenie handlu zagranicznego w rozwoju gospodarczym kraju, a w konsekwencji wzrosła rola eksportu i działań proeksportowych [Bombińska 2014, s. 88]. Otwieranie się polskiej gospodarki na świat i uczestnictwo w międzynarodowych organizacjach: OECD, GATT/WTO, UE stworzyło polskim eksporterom łatwiejszy dostęp do rynków zagranicznych, ale też stało się źródłem licznych międzynarodowych zobowiązań co do zasad i form wspierania eksportu [Kaczurba, Kawecka-Wyrzykowska 2002, s. 76–96].

Polska polityka proeksportowa wyrosła z potrzeby niwelowania deficytu handlu zagranicznego i pokonywania barier niedopasowania strukturalnego i systemowego polskiej produkcji do otoczenia zewnętrznego, a zwłaszcza wymogów UE [Domiter 2008, s. 287]. Jedną z głównych przyczyn rosnącego deficytu był zbyt wolny przyrost eksportu w stosunku do importu. Zmniejszenie deficytu wymagało zatem dwukierunkowych działań zmierzających do zwiększenia eksportu przy równoczesnym zmniejszeniu importu. Wzrost eksportu był wówczas wspierany przy wykorzystaniu następujących instrumentów: poręczenia i gwarancji Skarbu Państwa dla realizacji kontraktów eksportowych oraz inwestycji podejmowanych przez polskie podmioty za granicą, a także ubezpieczenia eksportowe, obniżone stopy procentowe, uproszczenie procedur celnych oraz kampanie promocyjne polskiego eksportu [Domiter 2008, s. 288].

Państwowy system wsparcia eksportu wspiera krajowych przedsiębiorców w wyrównaniu ich szans na rynkach zagranicznych. Daje możliwość zabezpieczenia płatności na trudnych politycznie i gospodarczo rynkach. Umożliwia efektywną realizację projektów inwestycyjnych za granicą, zwiększając skłonność banków do ich finansowania.

Wiele mechanizmów finansowych o charakterze kredytowym i ubezpieczeniowym realizowanych jest przez Korporację Ubezpieczeń Kredytów Eksportowych (KUKKE) oraz Bank Gospodarstwa Krajowego (BGK). Oferowane przez KUKKE narzędzia wsparcia eksportu [Internet 1] adresowane są bezpośrednio do przedsiębiorców i są to m.in.: Polisa na Wschód, ubezpieczenia kontraktów i inwestycji zagranicznych, gwarancje kredytów, oraz do banków finansujących kontrakty eksportowe (m.in.: ubezpieczenie kredytu dla nabywcy, ubezpieczenie forfaitingu, ubezpieczenie leasingu finansowego czy gwarancje zapłaty należności związanych z akredytywami). Z kolei jednym ze strategicznych zadań BGK jest wsparcie rozwoju polskich przedsiębiorstw, zarówno na terenie kraju, jak i za granicą [Internet 2]. BGK posiada kompleksową ofertę w zakresie instrumentów finansowania handlu, m.in.: gwarancje bankowe, akredytywy, wykup wierzytelności eksportowych czy też kredyt dla banku nabywcy.

Stymulowaniu wzrostu polskiego eksportu służyć mają również różnego rodzaju rządowe programy promocyjne i rządowe instrumenty finansowe, pochodzące ze środków budżetu krajowego oraz z funduszy UE. Obecnie są to: Branżowe Programy Promocji Eksportu – dwanaście priorytetowych sektorów polskiej gospodarki. Za dziewięć programów promocji odpowiada Polska Agencja Inwestycji i Handlu (PAIH) – są to: meble, moda polska, jachty i łodzie, kosmetyki, sprzęt medyczny, biotechnologia i farmaceutyka, budowa i wykańczanie budowli, maszyny i urządzenia, części samochodowe i lotnicze. Promocją pozostałych trzech programów: spożywczego, IT/ICT oraz usług prozdrowotnych, zajmują się odpowiednio: Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa (KOWR), Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP) i Polska Organizacja Turystyczna (POT). Ponadto polscy przedsiębiorcy mogą korzystać ze wsparcia eksportu w ramach Rządowego Programu Promocji na

rynkach perspektywicznych (Algieria, Indie, Iran, Meksyk, Wietnam) oraz Rządowych Programów „GO” (China, Africa, Arctic, Iran, India, ASEAN) [Internet 3].

Wśród organizacji gospodarczych wspierających polski eksport ważną rolę odgrywa również Krajowa Izba Gospodarcza (KIG). Współpracuje ona z rządem oraz agencjami rządowymi w ramach realizacji projektów międzynarodowych. KIG organizuje seminaria, konferencje i inne wydarzenia poświęcone poszczególnym rynkom zagranicznym, istotnym zwłaszcza z punktu widzenia perspektyw rozwoju polskiego eksportu. Ponadto świadczy szereg usług obejmujących wystawianie świadectw pochodzenia towarów, legalizację dokumentów handlowych, wystawianie Karnetów ATA oraz innych świadectw i zaświadczeń [Internet 4].

W przypadku Polski system wsparcia proeksportowego gospodarki na przestrzeni ostatnich lat stopniowo ewoluował. Ewolucja polityki proeksportowej w Polsce oraz przypisane jej instrumentarium wsparcia polskich eksporterów wynikały z presji rynkowej, skutkującej okresowo wprowadzanymi modyfikacjami w stosowaniu narzędzi wsparcia eksportu. Ewolucja miała też związek z procesem integracji z UE i możliwościami wsparcia środkami unijnymi i szerszym otwieraniem gospodarki na otoczenie zewnętrzne [Chojna, Sokołowska 2006].

Aksesja Polski do UE oznaczała przyjęcie przez nasz kraj jednolitych zasad wspólnej polityki handlowej, w tym także odnoszącej się do eksportu oraz Wspólnej Polityki Rolnej (subsydiowanie eksportu rolno-spożywczego). Polscy przedsiębiorcy sektora rolno-spożywczego od czasu akcesji aktywnie uczestniczyli w tym mechanizmie wsparcia, o czym świadczą kwoty wypłaconych refundacji eksportowych [Tereszczuk 2016, s. 231–232]. Jeśli chodzi o instrumenty traktatowe, to po integracji Polski z UE Komisja Europejska oraz Rada mają wyłączne prawa do podpisywania umów handlowych z krajami trzecimi w imieniu państw członkowskich, a także reprezentowania tych państw w rokowaniach handlowych na forum międzynarodowym [Kawecka-Wyrzykowska 2016, s. 196–206]. Z kolei instrumenty o charakterze ekonomiczno-finansowym, z wyjątkiem subsydiów eksportowych w sektorze rolnym i programów promocyjnych, pozostają w gestii państw członkowskich, jednak ich stosowanie jest ograniczone różnymi zobowiązaniami wynikającymi z porozumień WTO, OECD oraz UE. Wykorzystywanie preferencyjnych kredytów eksportowych do wsparcia eksportu również wymaga przestrzegania zasad wynikających z zapisów Konsensusu OECD.

6. Zakończenie

Polityka proeksportowa jako jeden z elementów polityki gospodarczej poprzez wsparcie eksportu oddziałuje na wzrost gospodarczy kraju. Już od czasów starożytnych i średniowiecznych dostrzegano korzyści z wymiany handlowej, a pierwsze wskazania do wspierania eksportu pojawiły się w teorii merkantylistycznej. Kraj utrzymujący dodatnie saldo bilansu w handlu zagranicznym, czyli mający nadwyżkę eksportu nad importem, odznacza się wysoką konkurencyjnością. Aby jednak

polityka proeksportowa przynosiła oczekiwane korzyści, konieczne jest posiadanie i stosowanie przez organy państwowe odpowiednich instrumentów wsparcia. Niezbędne jest nie tylko zastosowanie instrumentów stanowiących tradycyjne narzędzia zagranicznej polityki handlowej (ekonomiczno-finansowe, traktatowe, informacyjno-promocyjne), ale dodatkowo skoordynowanie ich z instrumentami właściwymi dla innych polityk gospodarczych (podatkowe, kredytowe, ubezpieczeniowe). Większość instrumentów wsparcia eksportu ma charakter subwencjonowania.

W przypadku Polski polityka proeksportowa na przestrzeni ostatnich lat ewoluowała. Wynikało to między innymi z otwierania się polskiej gospodarki na świat poprzez uczestnictwo w międzynarodowych organizacjach: OECD, WTO oraz UE. Stworzyło to polskim eksporterom lepszy dostęp do rynków zagranicznych i dało możliwość korzystania na równych prawach z unijnymi przedsiębiorcami ze wsparcia eksportu środkami unijnymi.

Literatura

- Bednarczyk T.H., 2000, *Instrumenty wspierania eksportu: kredyty i ubezpieczenia*, PWN, Warszawa.
- Belay S., 2009, *Export-Import Theory, Practices, and Procedures*, Routledge Taylor&Francis Group, New York and London.
- Belloc M., Di Maio M., 2011, *Survey of Literature on Successful Strategies and Practices for Export Promotion by Developing Countries*, International Growth Centre, London.
- Bilski J., 2006, *Międzynarodowy system walutowy*, PWE, Warszawa.
- Bombińska E., 2014, *Możliwości wspierania eksportu w świetle międzynarodowych zobowiązań Polski*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, nr 6(930).
- Bożyk P., 2004, *Zagraniczna i międzynarodowa polityka ekonomiczna*, PWE, Warszawa.
- Bożyk P., 2008, *Międzynarodowe stosunki ekonomiczne*, PWE, Warszawa.
- Chojna J., Sokołowska B., 2006, *Metody i instrumenty wspierania rozwoju eksportu w świetle doświadczeń międzynarodowych*, Instytut Koniunktur i Cen Handlu Zagranicznego, Warszawa.
- Domiter M., 2008, *Ekspert w doktrynie i polityce gospodarczej na tle procesów liberalizacyjnych i integracyjnych*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu, Wrocław.
- Felbur S., Uplawa S., Wierzbowski J., 1994, *Uwarunkowania i przesłanki polityki proeksportowej*, Instytut Rozwoju i Studiów Strategicznych, Warszawa.
- Kaczurba J., Kawecka-Wyrzykowska E., 2002, *Polska w WTO*, Instytut Koniunktur i Cen Handlu Zagranicznego, Warszawa.
- Kawecka-Wyrzykowska E., 2016, *Wspólna Polityka Handlowa oraz ekonomiczne aspekty swobodnego przepływu towarów w UE*, [w:] *Integracja Europejska w okresie przemian. Aspekty ekonomiczne*, red. J. Barcz, E. Kawecka-Wyrzykowska, K. Michałowska-Gorywoda, PWE, Warszawa.
- Misala J., 1999, *Korzyści z handlu międzynarodowego w świetle teorii*, [w:] *Międzynarodowe stosunki gospodarcze*, red. A. Budnikowski, PWE, Warszawa.
- Misala J., 2005, *Wymiana międzynarodowa i gospodarka światowa. Teoria i mechanizmy funkcjonowania*, SGH, Warszawa.
- Nowik M., 2010, *Wsparcie promocyjno-informacyjne jako instrument polskiej polityki proeksportowej w latach 1991-2008*, [w:] *Promocja Polski, Narzędzie wspierania konkurencyjności?*, red. A.Z. Nowak, K. Opolski, J. Górski, UW, Warszawa.
- Rosati D., 1990, *Polityka proeksportowa*, PWE, Warszawa.

- Rymarczyk J., 2012a, *Biznes międzynarodowy*, PWE, Warszawa.
- Rymarczyk J., 2012b, *Handel zagraniczny. Organizacja i technika*, PWE, Warszawa.
- Samuelson P.A., Nordhaus W.D., 2012, *Ekonomia*, Rebis, Poznań.
- Soldaczuk J., 1987, *Teoria międzynarodowych stosunków ekonomicznych. Struktura i mechanizm funkcjonowania gospodarki światowej*, [w:] *Międzynarodowe stosunki ekonomiczne. Teoria i polityka*, red. J. Soldaczuk, Z. Kamecki, P. Bożyk, PWE, Warszawa.
- Świerkocki J., 2011, *Zarys ekonomii międzynarodowej*, PWE, Warszawa.
- Tereszczuk M., 2016, *Subsydiowanie eksportu produktów rolno-spożywczych – zakres i znaczenie*, *Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia*, nr 3(81), Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin.
- Tereszczuk M., 2017, *Działalność promocyjna jako czynnik konkurencyjności polskich producentów żywności*, [w:] *Konkurencyjność polskich producentów żywności i jej determinanty* [3], red. I. Szczepaniak, seria „Monografie Programu Wieloletniego 2015-2019”, nr 67, IERiGŻ-PIB, Warszawa.

Źródła internetowe

- [1] <https://www.kuke.com.pl/wsparcie-eksportu/panstwowy-system-wsparcia> (7.05.2018)
- [2] <https://www.bgk.pl/przedsiębiorstwa/wsparcie-eksportu/finansowanie> (02.05.2018)
- [3] <https://www.mpit.gov.pl/strony/zadania/wspolpraca-miedzynarodowa/wspolpraca-gospodarcza/promocja-eksportu/> (10.05.2018).
- [4] <https://kig.pl/o-kig/o-nas/> (7.05.2018).
- [5] <https://www.finance.mf.gov.pl/wspieranie-eksportu/informacje-podstawowe> (10.04.2018).