

Mirosława Tereszczuk

Instytut Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej – PIB w Warszawie

INTERNACJONALIZACJA POLSKIEGO SEKTORA MIĘSNEGO

THE INTERNATIONALIZATION OF POLISH MEAT SECTOR

Słowa kluczowe: internacjonalizacja, sektor mięsny, eksport, import, inwestycje zagraniczne

Key words: internationalization, the meat sector, exports, imports, foreign investment

Abstrakt. Celem pracy była analiza zmian stopnia internacjonalizacji polskiego sektora mięsnego w latach 1995-2013. Przedmiotem badania są dwie formy umiędzynarodowienia – handel zagraniczny i bezpośrednie inwestycje zagraniczne. W latach 1995-2013 zaszły istotne zmiany w polskim sektorze mięsnym związane z transformacją i integracją z Unią Europejską. Sektor ten cechuje się wysokim i rosnącym udziałem w polskim handlu zagranicznym produktami rolno-spożywczymi. Udział eksportu produktów mięsnych¹ w eksporcie rolno-spożywczym w 2013 roku wyniósł 19% i był większy niż w 1995 roku o 5 p.p., podczas gdy udział importu wyniósł odpowiednio 15% i był o 10 p.p. wyższy niż w 1995 roku. Dynamika wzrostu importu produktów mięsnych była dużo większa niż eksportu, a największy wzrost odnotowano bezpośrednio po akcesji do UE. Przystąpienie Polski do UE było główną przyczyną wzrostu umiędzynarodowienia polskiej gospodarki żywnościowej, a przemysł mięsny miał w tym procesie duży udział.

Wstęp

W ciągu ostatnich 20 lat polski sektor mięsny przeszedł znaczące przeobrażenie. Stanowił jedną z branż przemysłu spożywczego, która najszybciej odrodziła się po kryzysie związanym z transformacją ustrojową, stając się jednocześnie ważnym stymulatorem wzrostu gospodarczego. Przemysł mięsny doskonale poradził sobie z procesem dostosowawczym do wymogów Unii Europejskiej (UE), dzięki czemu wszedł do czołówki nowoczesnych i innowacyjnych europejskich producentów żywności. Efektem tego był dynamiczny wzrost wymiany handlowej produktami mięsnymi¹. W latach 2004-2013 eksport produktów mięsnych wzrósł prawie sześciokrotnie do 3,8 mld euro, a import aż szesnastokrotnie do 2,1 mld euro. Nadwyżka eksportu nad importem wzrosła prawie trzyipółkrotnie do 1,7 mld euro. Rośnie rola i znaczenie firm z udziałem kapitału zagranicznego w polskim sektorze mięsnym. Polska przez rosnące inwestycje zagraniczne oraz wymianę handlową włącza się coraz bardziej w zachodzący proces umiędzynarodowienia gospodarki.

Material i metodyka badań

Celem badań było przedstawienie procesu internacjonalizacji polskiego sektora mięsnego w latach 1995-2013. Omówiono teoretyczne determinanty internacjonalizacji² i pokazano na podstawie wyników handlu zagranicznego produktami mięsnymi postępujący proces umiędzynarodowienia polskiego sektora mięsnego. Do badania stopnia umiędzynarodowienia polskiego sektora mięsnego wykorzystano dane statystyczne Centrum Analitycznego Administracji Celnej (CAAC), Ministerstwa Finansów (MF), Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi (MRiRW) oraz Głównego Urzędu Statystycznego (GUS).

¹ W artykule produkty mięsne to: żywiec, mięso, podroby oraz tłuszcze i przetwory z trzech głównych gatunków mięsa – wieprzowiny, wołowiny i drobiu, bez innych gatunków mięsa, czyli koniny, baraniny, dziczyzny, mięsa króliczego.

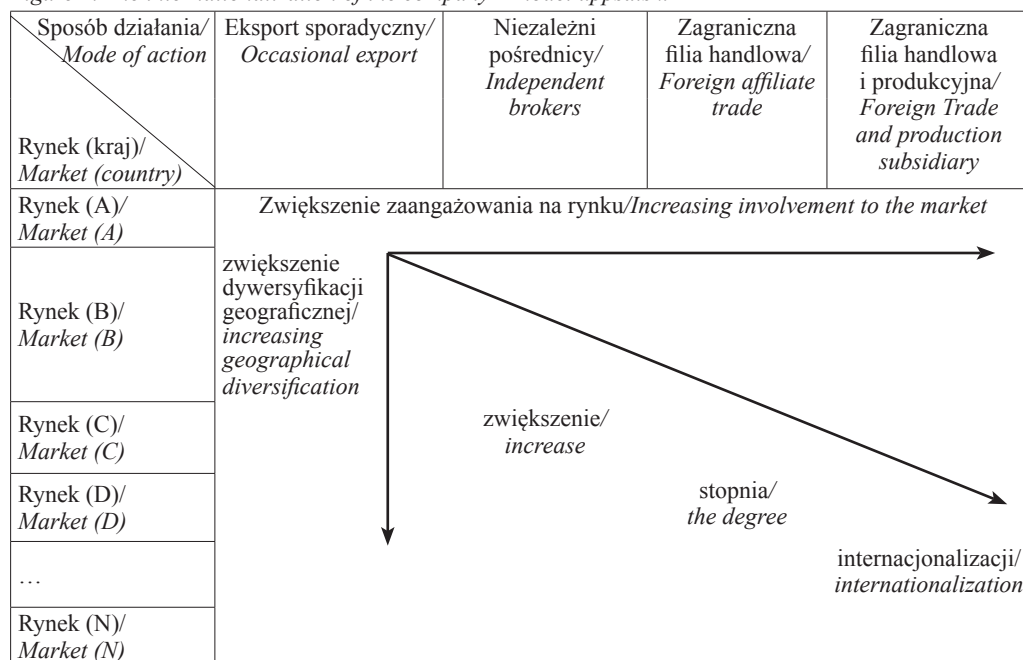
² Nie ma jednej, ogólnie akceptowanej definicji internacjonalizacji. Można mówić o tym zjawisku analizując umiędzynarodowienie na różnych płaszczyznach i przyjmując różne formy i zakres działania. Według Welcha i Luostarinen [1988], internacjonalizacja to proces polegający na rosnącym uczestnictwie w międzynarodowych operacjach – zawierający zarówno stronę wyjścia na zewnątrz jak i przejścia do wewnątrz operacji międzynarodowych. Z kolei Rymarczyk [2012] pod pojęciem internacjonalizacji rozumie każdy rodzaj działalności gospodarczej podejmowanej przez przedsiębiorstwo za granicą. W artykule internacjonalizacja jest często zastępowana wyrazem „umiędzynarodowienie”.

Wybrane teoretyczne aspekty procesu internacjonalizacji

Geneza teorii internacjonalizacji tkwi w koncepcjach bezpośrednio związanych z tradycyjnymi teoriami handlu międzynarodowego (teorie Smitha, Ricardo i Ohlina), jednak ekonomicznego ujęcia teoria ta doczekała się dopiero w latach 60. XX wieku. Wówczas wskutek dynamicznego rozwoju globalnych powiązań ekonomicznych pojawiły się zwarte koncepcje internacjonalizacji przedsiębiorstw, pochodzące głównie ze szkoły szwedzkiej (Johanson, Vahlne i F. Wiedersheim-Paul) oraz brytyjskiej (Dunning) [Johnson, Vahlne 1977]. Modelową teorią stała się teoria badaczy z Uniwersytetu w Uppsali: Johansona, Vahlne oraz Wiedersheim-Paula, nazywana modelem uppsalskim. Przedstawia ona proces umiędzynarodowienia firmy, rozumiany jako jej stopniowe wejście na rynki zagraniczne. Autorzy koncepcji zakładają istnienie czterech, kolejno następujących po sobie etapów wejścia na rynek zagraniczny, związanych z konkretnymi fazami (rys. 1). Na pierwszym etapie związku przedsiębiorstwa z zagranicą polegają na sporadycznym eksporcie, gdyż jest to najprostsza forma umiędzynarodowienia. Uzyskane w ten sposób doświadczenie pozwala przejść na drugi etap, czyli podjęcie regularnego eksportu przez niezależnych przedstawicieli handlowych. Trzeci etap to utworzenie filii handlowej za granicą. Dopiero po stosunkowo dłuższym czasie dochodzi do podjęcia produkcji za granicą, co oznacza osiągnięcie przez firmę czwartego, najwyższego stopnia zaangażowania – inwestycje za granicą [Rymarczyk 2012].

Do obliczenia poziomu internacjonalizacji można stosować mierniki jednoczynnikowe lub wieloczynnikowe. Do mierników tych należą: stosunek sprzedaży zagranicznej do sprzedaży całkowitej, liczba filii zagranicznych, stosunek zatrudnienia zagranicznego do zatrudnienia całkowitego w firmie oraz stosunek inwestycji zagranicznych do całkowitych inwestycji przedsiębiorstwa [Dorrenbacher 2000]. Poza ilościowym ujęciem powyższych charakterystyk wskazuje się również na ich cechy jakościowe. W szczególności chodzi tu o specyfikę obsługiwanych rynków zbytu oraz o formy zagranicznego zaangażowania.

Rysunek 1. Internacjonalizacja przedsiębiorstwa – model uppsalski
 Figure 1. The internationalization of the company – model uppsalski



Źródło: opracowanie na podstawie [Rymarczyk 2012, Hollensen 2001]
 Source: own study based on [Rymarczyk 2012, Hollensen 2001]

Rozwój internacjonalizacji sektora mięsnego w Polsce

Jednym z przejawów procesu internacjonalizacji jest rozwój handlu zagranicznego. Lata 1995-2013 charakteryzowały się dynamicznym wzrostem obrotów handlu zagranicznego produktami mięsnymi. Wpływy z eksportu mięsa i produktów mięsnych wzrosły czternastokrotnie do 3,8 mld euro, natomiast wydatki na zakupy mięsa za granicą zwiększyły się w tym czasie aż dziewiętnastokrotnie. Saldo handlu zagranicznego produktami mięsnymi w latach 1995-2013 uległo prawie dwunastokrotnemu wzrostowi do 1,7 mld euro (tab. 1).

Tabela 1. Handel zagraniczny produktami mięsnymi

Table 1. Foreign trade of meat products

Wyszczególnienie/ Specification	Handel zagraniczny/Foreign trade							
	1995	2003	2008	2013	1995	2003	2008	2013
	tys. t (w ekwiwalencie mięsa)/ thous. t (equivalent meat)				mln euro/mln EUR			
Wieprzowina/Pork:								
– eksport/export	93	244	427	638	113	232	782	1 455
– import/import	54	49	516	804	67	79	1 045	1 808
– saldo/balance	39	195	-89	-166	46	153	-263	-353
Wołowina/Beef:								
– eksport/export	48	85	232	315	100	167	681	1 060
– import/import	12	3	12	26	12	9	42	95
– saldo/balance	36	82	220	289	88	158	639	965
Drób/Poultry:								
– eksport/export	18	109	297	643	58	246	721	1 291
– import/import	36	24	58	98	31	43	116	187
– saldo/balance	-18	85	239	545	27	203	605	1 104
Mięso (ogółem)/Meat (total):								
– eksport/export	159	438	956	1 596	271	645	2 184	3 806
– import/import	102	76	586	928	111	131	1 203	2 090
– saldo/balance	57	362	370	668	160	514	981	1 716

Źródło: opracowanie własne na podstawie niepublikowanych danych Centrum Analitycznego Administracji Celnej (CAAC)

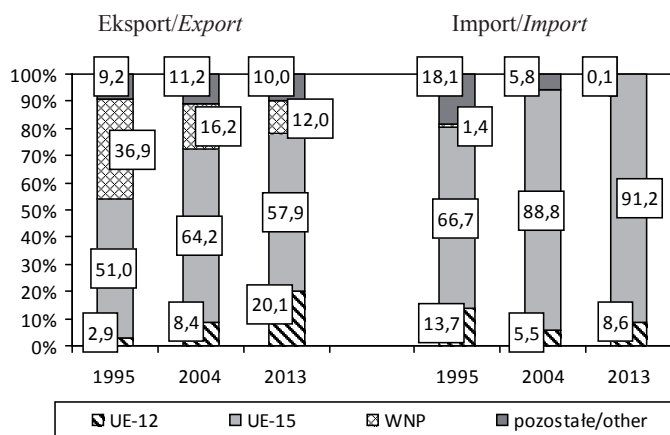
Source: own study based on unpublished data of CAAC

W okresie przedakcesyjnym (lata 1995-2003), będącym czasem transformacji i dostosowań sektora mięsnego do integracji z UE, handel zagraniczny produktami mięsnymi odznaczał się tendencją wzrostową. Eksport wzrastał w tempie 10% rocznie, a import 2% rocznie. Jeszcze wyższą dynamikę wzrostu odnotowano bezpośrednio po akcesji (2004-2008). Eksport produktów mięsnych wzrastał średnio 21% rocznie, a import 32%. Tempo wzrostu eksportu głównych gatunków mięsa było bardzo podobne: wieprzowiny – 22% rocznie, drobiu – 21%, wołowiny zaś – 19%. Jednocześnie dynamicznie wzrastały zakupy za granicą wieprzowiny – 41% rocznie. W kolejnych latach (2009-2013) tendencja wzrostowa zarówno w eksporcie, jak i w imporcie produktów mięsnych była kontynuowana, jednak na niższym już poziomie, w tempie powyżej 10% rocznie. Tak duży wzrost obrotów handlowych produktami mięsnymi po akcesji był wynikiem zniesienia barier celnych w handlu z krajami członkowskimi oraz konkurencyjności cenowej polskich produktów na zagranicznych rynkach. Skutkiem tego był postępujący proces internacjonalizacji polskiego sektora mięsnego.

Dostosowanie przedsiębiorstw przemysłu mięsnego do wymogów sanitarno-weterynaryjnych UE ułatwiło dostęp polskim wyrobom mięsnym do zagranicznych rynków zbytu. W efekcie już w pierwszych latach polskiego członkostwa wspólny rynek europejski (WRE) stał się dla polskiego sektora mięsa głównym rynkiem zbytu i zaopatrzenia, na który trafiało około 80% polskiego eksportu i skąd głównie pochodził import (rys. 2).

Obserwuje się jednak postępujący proces dywersyfikacji rynków zbytu produktów mięsnych. Jest to szczególnie widoczne w eksporcie wieprzowiny, gdzie wzrasta udział krajów azjatyckich (Chin, Japonii, Południowej Korei i Hongkongu) oraz Wspólnoty Niepodległych Państw (WNP) – Białorusi, Ukrainy, Rosji, a zmniejsza się udział krajów UE-15. Duże zainteresowanie zakupem wołowiny w Polsce wykazują państwa arabskie, jednak wywóz w tym kierunku, ze względu na zakaz uboju rytualnego w Polsce, został ograniczony, co też w pewnym stopniu wpłynęło na zmniejszenie eksportu mięsa wołowego do tych państw.

W latach 1995-2013 zmieniła się struktura geograficzna handlu produktami mięsnymi, a najbardziej po wstąpieniu Polski do UE. Udział UE w strukturze polskiego eksportu zwiększył się z około 50 do 78%, w tym do UE-15 do 58%, a do UE-12 do 20% (do krajów UE trafia 82% polskiego drobiu, 90% wołowiny i 60% wieprzowiny). Z kolei udział państw WNP zmniejszył się z około 40 do 12%. Pojawiają się także nowe kierunki eksportu drobiu: Hongkong, Benin i Chiny. Postępująca dywersyfikacja rynków zbytu produktów mięsnych jest jednym z etapów umiędzynarodowienia sektora mięsnego.



Rysunek 2. Struktura geograficzna handlu zagranicznego produktami mięsnymi w latach 1995-2013 (% według wartości)

Figure 2. Geographical structure of foreign trade in meat products in the 1995-2013 (% by the value)

Źródło: opracowanie własne na podstawie niepublikowanych danych CAAC

Source: own study based on unpublished data of CAAC

Mierniki poziomu internacjonalizacji sektora mięsnego w Polsce

Miarą poziomu internacjonalizacji firm, sektorów i całych gospodarek jest poziom oraz sposób ich międzynarodowego zaangażowania w odniesieniu do całkowitego potencjału badanego podmiotu, a także liczba obsługiwanych rynków zagranicznych i wartość aktywów ulokowanych poza granicami kraju [Wierzejski, Gornowicz 2008].

Zasadniczym przejawem internacjonalizacji sektora mięsnego w formie czynnej jest eksport, w formie biernej zaś – import i bezpośrednie inwestycje zagraniczne. Do zbadania poziomu umiędzynarodowienia polskiego sektora mięsnego najodpowiedniejszym miernikiem wydaje się stosunek wartości eksportu produktów mięsnych w odniesieniu do całkowitej produkcji sektora mięsnego w Polsce [Wierzejski 2010]:

$$\text{Wskaźnik internacjonalizacji} = \frac{\text{wartość eksportu produktów mięsnych}}{\text{wartość produkcji sektora mięsnego}} \times 100$$

Wskaźnik ten wyraża poziom zaangażowania danego kraju w zakresie określonej grupy produktów w wymianę międzynarodową. Jest to również miara proeksportowej specjalizacji produkcji danego kraju. Im wyższa jest wartość tego wskaźnika, tym produkcja jest bardziej zorientowana eksportowo i bardziej konkurencyjna na rynku międzynarodowym. Im wskaźnik ten jest niższy, tym producenci są mniej konkurencyjni w skali międzynarodowej.

Poszczególne działy sektora produkcji mięsa i przetworów mięsnych charakteryzują się zróżnicowanym poziomem umiędzynarodowienia. Analiza relacji wartości eksportu podstawowych produktów sektora mięsnego do wartości ich sprzedaży przeprowadzona dla lat 2004-2012 wykazuje, że w kolejnych latach naszego członkostwa w UE te działy produkcji żywności z reguły utrzymały lub zwiększyły udział eksportu w sprzedaży swoich produktów. Szczególnie wysoki wskaźnik internacjonalizacji (silną orientację eksportową) do 2012 roku wykazywał dział produkcji mięsa drobiowego. Udział eksportu w sprzedaży tej grupy produktów w okresie członkostwa Polski w UE wykazywał jednak dość znaczne wahania, przyjmując wartości w przedziale 21-37%. Nieco mniejszy, ale również dość wysoki był udział eksportu w sprzedaży mięsa czerwonego (wieprzowina, wołowina). Wykazywał on przy tym tendencję wzrostową i w latach 2004-2012 zwiększył się z 12,5% do blisko 34%. Najmniejsza część produkcji sprzedanej kierowana była na eksport w grupie przetworów z mięsa drobiowego i czerwonego, ale i tutaj dała się zauważyć tendencja wzrostowa. Stopień umiędzynarodowienia tej grupy produktów zwiększył się z 8% w 2004 roku do 17% w 2012 roku.

Tabela 2. Stopień internacjonalizacji sektora mięsnego w Polsce w latach 2004-2012
Table 2. The degree of internationalization of the meat sector in Poland in the years 2004-2012

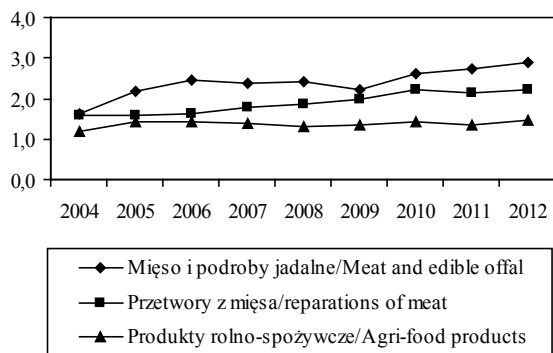
Wyszczególnienie/Specification	Stopień internacjonalizacji/ The degree of internationalization [%]									
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	
Mięso czerwone/Red meat	12,5	17,3	19,7	18,2	21,5	20,8	28,8	35,1	33,9	
Mięso drobiowe/Poultry meat	21,1	25,4	36,9	28,0	25,7	24,3	29,6	27,1	30,0	
Przetwory z mięsa czerwonego i drobiowego/Processed red meat and poultry	7,9	6,9	8,5	10,7	11,0	15,7	17,1	15,9	16,7	
Mięso i przetwory z mięsa ogółem/ Meat and meat preparations of total	13,2	16,2	20,3	18,4	19,5	20,4	25,8	27,2	27,7	
Przemysł spożywczy ogółem/The food industry in total	17,4	20,3	22,9	21,8	22,6	25,2	28,7	29,1	30,8	

Źródło: obliczenia na podstawie wyników handlu zagranicznego produktami żywnościowymi, przygotowane przez Drożdż przy wykorzystaniu niepublikowanych danych GUS, MF i CAAC oraz [Szczepaniak 2012]
Source: own study based on the results of foreign trade in food products, prepared by Drożdż using unpublished data of CSO, Ministry of Finance and CAAC and [Szczepaniak 2012]

Cały sektor produkcji mięsa i przetworów mięsnych charakteryzuje się stopniem internacjonalizacji na niższym poziomie od przeciętnej w przemyśle spożywczym ogółem (w latach 2004-2012 niższą średnio o około 3 p.p.). Podobnie jak w całym przemyśle spożywczym, w kolejnych latach i w sektorze mięsnym dało się zauważyć zjawisko wzrostu udziału eksportu w sprzedaży, co oznacza wzrost umiędzynarodowienia sektora mięsnego i umocnienie pozycji naszych producentów tego sektora na WRE.

Istotnym miernikiem stosowanym do oceny internacjonalizacji czynnej sektora mięsnego jest miernik ujawnionych przewag komparatywnych (RCA)³. W całym okresie członkostwa Polski w UE wskaźnik RCA w handlu produktami mięsnymi przewyższał wartość 2,00, osiągając w 2012 roku bardzo wysoki poziom 2,88. W grupie przetworów z mięsa wskaźnik ten był niższy i wyniósł 2,23. Z kolei w handlu produktami rolno-spożywczymi wskaźnik RCA był również wysoki (1,46), ale zdecydowanie niższy niż w sektorze mięsnym.

³ Badanie ujawnionych przewag komparatywnych (RCA) polega na ustaleniu, czy udział w eksporcie danego produktu (grupy produktów) jest wyższy (czy niższy) od udziału tego produktu w światowym eksporcie. Produkt jest konkurencyjny, gdy wskaźnik RCA jest wyższy od 1,0.



Rysunek 3. Wskaźniki ujawnionych przewag komparatywnych (RCA) w eksporcie produktów mięsnych i w całkowitym eksporcie rolno-spożywym

Figure 3. Indicators revealed comparative advantage (RCA) in the export of meat products and total exports of agri-food products

Źródło/Source: [Szczepaniak 2013]

mex Sp. z o.o. GK (100% Smithfield Foods, USA), GK Sokołów SA (100% Saturn Nordic Holding AB, Dania), Pini Polonia Sp. z o.o. (100% Piero Pini, Włochy), Drosed SA (od 2000 roku należy do Grupy LDC, francuskiego producenta drobiu świeżego i jednego z europejskich liderów tej branży), Drobimex Sp. z o.o. (100% PHW-Gruppe LOHMANN&CO.AG, Niemcy) [www.lista500.polityka.pl 2013]. Udział tych firm w przychodach ze sprzedaży sektora mięsnego w 2012 roku wynosił ok. 25%. Inwestycje zagraniczne przyczyniły się do wzrostu konkurencyjności polskiego sektora mięsnego na arenie międzynarodowej i zwiększenia eksportu produktów mięsnych.

Innym przejawem internacjonalizacji sektora mięsnego są inwestycje polskich przedsiębiorstw na rynkach zagranicznych. Takim przykładem może być przedsiębiorstwo GK Polski Koncern Mięsny Duda SA, które po osiągnięciu silnej pozycji na rynku krajowym rozszerzył swoją działalność na rynkach zagranicznych. Od 2006 roku PKM Duda rozpoczął działalność na rynku ukraińskim, na którym stworzył grupę firm zajmujących się hodowlą, produkcją, przetwórstwem i handlem mięsem. Czołową spółką ukraińskiej branży mięsnej stała się grupa Rosan AGRO – jeden z regionalnych liderów sektora rolno-spożywczego na Ukrainie [www.makton.pl]. Inwestycje te doprowadziły do rozwoju nowych form zarządzania, handlu, marketingu oraz poprawy jakości i estetyki polskich produktów mięsnych. Zwiększyły się przewagi komparatywne Polski w handlu tymi produktami, czego odzwierciedleniem jest większy eksport tych produktów.

Podsumowanie

W latach 1995-2013 wyraźnie wzrósł stopień internacjonalizacji polskiego sektora mięsnego. Przejawiało się to na dwóch płaszczyznach. Po pierwsze, wzrosły obroty handlu zagranicznego produktami mięsnymi. Po drugie, sektor mięsny stał się przedmiotem zainteresowania zagranicznych inwestorów, a po akcesji także polskie firmy rozpoczęły ekspansję za granicę. Wejście w struktury WRE okazało się korzystne dla podmiotów polskiego sektora mięsnego. W latach 2003-2013 nastąpił sześciokrotny wzrost eksportu produktów mięsnych (do 3,8 mld euro) i szesnastokrotny importu (do

Najbardziej zaawansowaną formą umiędzynarodowienia są bezpośrednie inwestycje zagraniczne (BIZ)⁴, które wiążą się nie tylko z zaangażowaniem dużego kapitału, ale także dobrą znajomością rynku docelowego. Przez pojęcie bezpośrednich inwestycji zagranicznych rozumie się całkowite lub częściowe przejęcie własności istniejącego podmiotu gospodarczego za granicą lub utworzenie nowego w celu prowadzenia tam działalności biznesowej [Rymarczyk 2012].

Bezpośrednie inwestycje zagraniczne odegrały ważną rolę w procesie prywatyzacji polskich przedsiębiorstw sektora mięsnego. Wraz z przystąpieniem Polski do UE wzrosła skłonność inwestorów zagranicznych do lokowania kapitału w Polsce. Przykładem tego mogą być inwestycje zagraniczne w największych polskich przedsiębiorstwach sektora mięsnego: Ani-

⁴ Bezpośrednie inwestycje zagraniczne (BIZ) są nie tylko źródłem kapitału inwestycyjnego uzupełniającego deficyt krajowych oszczędności, lecz przede wszystkim są ważnym czynnikiem podnoszącym tempo modernizacji gospodarki. Przyczyniają się do tworzenia nowych miejsc pracy, wzrostu wydajności pracy, są też źródłem napływu nowych technologii produkcji i technik zarządzania.

2,1 mld euro). Saldo handlu zagranicznego produktami mięsnymi w analizowanym okresie wzrosło do 1,7 mld euro, w stosunku do 0,5 mld euro w 2003 roku. Polscy producenci mięsa i przetworów mięsnych poprawili swoją pozycję na rynku rozszerzonej UE. Wzajemne pełne otwarcie rynków stało się silnym impulsem rozwoju dla polskiego sektora mięsnego i jego internacjonalizacji.

Stopień umiędzynarodowienia sektora mięsnego w Polsce, wyznaczony za pomocą wskaźnika internacjonalizacji, uwzględniający w swojej konstrukcji najważniejszą formę aktywności zagranicznej, tj. sprzedaż eksportową, pokazuje stopień uzależnienia tego sektora od rynku międzynarodowego. Dynamicznie rosnący eksport produktów mięsnych otwiera drogę polskim przedsiębiorcom sektora mięsnego do zdobywania odległych rynków zagranicznych, lokowania tam swoich wyrobów i dokonywania inwestycji. Jest to proces postępującej internacjonalizacji. Bezpośrednie inwestycje zagraniczne w polskim przemyśle mięsnym są jednak na razie dużo wyższe niż polskie inwestycje tego sektora za granicą.

Literatura

- Dorrenbahr C. 2000: *Measuring Corporate internationalization*, [http://skylla.wz-berlin.de\(pdf\)2000](http://skylla.wz-berlin.de(pdf)2000).
- Hollensen S. 2001: *Global Marketing*, Pearson Education Limited, Harlow.
- Johanson J., Vahlne J-E. 1977. *The internationalization process of the firm – a model of knowledge development and increasing foreign market commitments*, J. Inter. Bus. Studies nr 8.
- Rymarczyk J. 2012: *Biznes międzynarodowy*, PWE, Warszawa.
- Szczepaniak I. (red.) 2012: *Monitoring i ocena konkurencyjności polskich producentów żywności (2)*, Raport PW, nr 40, IERiGŻ-PIB, Warszawa.
- Szczepaniak I. (red.) 2013: *Monitoring i ocena konkurencyjności polskich producentów żywności (4)*, Raport PW, nr 74, IERiGŻ-PIB, Warszawa.
- Welch L.S., Luostarinen R.K. 1988: *Internationalization: Evolution of a Concept*, J. Gen. Manag., no 14(2), London.
- Wierzejski T. 2010: *Makroekonomiczne determinanty internacjonalizacji gospodarki na przykładzie sektora rolno-spożywczego w Polsce*, PTE, Toruń.
- Wierzejski T., Gornowicz M. 2008: *Internacjonalizacja polskiego sektora rolno-spożywczego*, Przem. Spoż., nr 12, Wyd. SIGMA NOT, Warszawa.
- www.makton.pl.
- www.lista500.polityka.pl/ranking/show/industry.

Summary

Polish accession to the EU was the main reason for the growth of internationalization of Polish food and Polish meat industry was in the process of great importance. The result is seven and half times growth in foreign trade of meat products in 2004-2013. Exports increased almost six-fold to 3.8 billion euros, while imports up to sixteen 2.1 billion euros. The excess of exports over imports increased almost three and half times to 1.7 billion euros. Growing role and importance of companies with foreign capital in the Polish meat sector: Poland through increased foreign investment and trade turns increasingly occurring process of internationalization of the economy.

Adres do korespondencji
mgr Mirosława Tereszczuk
Instytut Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej – PIB
00-002 Warszawa; ul. Świętokrzyska 20
tel. (22) 505 45 16
e-mail: m.tereszczuk@ierigz.waw.pl