



INSTYTUT EKONOMIKI ROLNICTWA
I GOSPODARKI ŻYWNOŚCIOWEJ
PAŃSTWOWY INSTYTUT BADAWCZY

***Ocena konkurencyjności
polskich producentów
żywności po akcesji
do Unii Europejskiej
(synteza)***

nr 150

Warszawa 2009



EKONOMICZNE I SPOŁECZNE UWARUNKOWANIA
ROZWOJU POLSKIEJ GOSPODARKI ŻYWNOŚCIOWEJ
PO WSTĄPIENIU POLSKI DO UNII EUROPEJSKIEJ

***Ocena konkurencyjności
polskich producentów
żywności po akcesji
do Unii Europejskiej
(synteza)***



INSTYTUT EKONOMIKI ROLNICTWA
I GOSPODARKI ŻYWNOŚCIOWEJ
PAŃSTWOWY INSTYTUT BADAWCZY

***Ocena konkurencyjności
polskich producentów
żywności po akcesji
do Unii Europejskiej
(synteza)***

*Praca zbiorowa pod redakcją
dr Iwony Szczepaniak*

Autorzy:

mgr Łukasz Ambroziak

mgr Jadwiga Drożdż

dr hab. Małgorzata Juchniewicz, prof. UWM

mgr Agnieszka Judzińska

dr Iwona Szczepaniak

mgr Mirosława Tereszczuk

Współpraca:

dr inż. Piotr Szajner

Konsultacja:

prof. dr hab. Roman Urban



EKONOMICZNE I SPOŁECZNE UWARUNKOWANIA
ROZWOJU POLSKIEJ GOSPODARKI ŻYWNOŚCIOWEJ
PO WSTĄPIENIU POLSKI DO UNII EUROPEJSKIEJ

Warszawa 2009

Mgr Łukasz Ambroziak jest pracownikiem Instytutu Badań Rynku, Konsumpcji i Koniunktur w Warszawie.

Prof. dr hab. Małgorzata Juchniewicz jest pracownikiem Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie.

Pozostali Autorzy publikacji są pracownikami Instytutu Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej – Państwowego Instytutu Badawczego.

Pracę zrealizowano w ramach tematu

Polski sektor żywnościowy w pierwszych latach członkostwa

w zadaniu *Ocena zmian konkurencyjności polskich producentów żywności na Wspólnym Rynku Europejskim i na rynkach innych krajów*

Celem pracy jest ocena rozwoju konkurencyjności polskich producentów żywności na rynku UE i rynkach innych państw w kolejnych latach po akcesji Polski do Unii Europejskiej.

Opracowanie komputerowe

Anna Staszczak

Korekta

Joanna Gozdera

Redakcja techniczna

Leszek Ślipski

Projekt okładki

AKME Projekty Sp. z o.o.

ISBN 978-83-7658-061-6

*Instytut Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej
– Państwowy Instytut Badawczy
00-950 Warszawa, ul. Świętokrzyska 20, skr. poczt. nr 984
tel.: (0-22) 50 54 444
faks: (0 22) 50 54 636
e-mail: dw@ierigz.waw.pl
<http://www.ierigz.waw.pl>*

Spis treści

1. Uwagi wstępne (<i>dr Iwona Szczepaniak</i>)	7
2. Wyniki handlu zagranicznego produktami rolno-spożywczymi (<i>dr Iwona Szczepaniak</i>)	11
3. Rola wymiany zagranicznej w sprzedaży podstawowych działów produkcji rolniczej i poszczególnych branż przemysłu spożywczego (<i>dr Iwona Szczepaniak</i>)	30
4. Ocena wskaźnikowa konkurencyjności handlu produktami rolno-spożywczymi (<i>dr Iwona Szczepaniak, mgr Łukasz Ambroziak</i>)	41
5. Stan przewag cenowych na rynku podstawowych produktów rolnictwa (<i>mgr Agnieszka Judzińska</i>)	60
6. Stan przewag cenowych na rynku wybranych produktów przetwórstwa spożywczego (<i>mgr Jadwiga Drożdż</i>)	74
7. Analiza zasięgu i poziomu subsydiowania eksportu rolno-spożywczego (<i>mgr Mirosława Tereszczuk</i>)	92
8. Wewnętrzne czynniki i zewnętrzne uwarunkowania konkurencyjności polskich producentów żywności (<i>dr hab. Małgorzata Juchniewicz</i>)	119
9. Uwagi końcowe (<i>dr Iwona Szczepaniak</i>)	150
Aneks statystyczny	153
Literatura	208
Załącznik 1. Wykaz publikacji i referatów przedstawiających wyniki badań prowadzonych w ramach zadania pt. „Ocena zmian konkurencyjności polskich producentów żywności na Wspólnym Rynku Europejskim i na rynkach innych krajów”	213

1. Uwagi wstępne

Opracowanie to jest ostatnim raportem (synteza) z wykonania zadania badawczego „Ocena zmian konkurencyjności polskich producentów żywności na Wspólnym Rynku Europejskim i na rynkach innych krajów”. Zadanie to jest częścią tematu badawczego „Polski sektor żywnościowy w pierwszych latach członkostwa”, realizowanego w ramach Programu Wieloletniego „Ekonomiczne i społeczne uwarunkowania rozwoju polskiej gospodarki żywnościowej po wstąpieniu Polski do Unii Europejskiej”. Badania objęte tym Programem zostały zrealizowane w latach 2005-2009.

Harmonogram zadania badawczego nr 4003 przewidywał bieżący monitoring i ocenę rozwoju konkurencyjności polskich producentów żywności w kolejnych latach po akcesji do Unii Europejskiej. Obserwowane w tym okresie zmiany nie pozwalają jeszcze na formułowanie wniosków o trwałych tendencjach rozwojowych, ale ponad pięć lat naszego członkostwa we Wspólnocie jest to okres na tyle długi, że można i należy podejmować próby oceny wpływu integracji z UE na polski sektor żywnościowy, w tym na jego konkurencyjność. Dotychczas w ramach tego zadania badawczego ukazało się sześć raportów:

- trzy raporty zawierające wyniki monitoringu i oceny zmian konkurencyjności polskich producentów żywności po akcesji do UE, tj.: I. Szczepaniak, *Ocena konkurencyjności polskich producentów żywności*, Raport PW nr 15, 2005 rok; I. Szczepaniak (red.), *Ocena zmian konkurencyjności polskich producentów żywności po wejściu do UE*, Raport PW nr 37, 2006 rok; I. Szczepaniak (red.), *Ocena rozwoju konkurencyjności polskich producentów żywności po integracji z Unią Europejską*, Raport PW nr 99, 2008 rok;
- trzy raporty problemowe, tj.: A. Judzińska, M. Szczególska, I. Szczepaniak, *Ocena konkurencyjności głównych sektorów gospodarki żywnościowej* (red. I. Szczepaniak), Raport PW nr 63, 2007 rok; I. Szczepaniak (red.), *Wybrane aspekty konkurencyjności polskich producentów żywności*, Raport PW nr 110, 2008 rok; Ł. Ambroziak, *Analiza zmian w handlu artykułami rolno-spożywczymi nowych państw członkowskich po akcesji do Unii Europejskiej*, (red. I. Szczepaniak, R. Urban), Raport PW nr 130, 2009 rok.

Wszystkie raporty zostały wydane w serii raportów Programu Wieloletniego 2005-2009, publikowanej przez IERiGŻ-PIB w Warszawie.

Wyniki realizacji zadania nr 4003 (podobnie jak zadań 4001, 4002, 4004 i 4005) były także przedmiotem międzynarodowej konferencji pt. „Zmiany w sektorze żywnościowym po rozszerzeniu UE”, która odbyła się w Wigrach

w dniach 13-16 czerwca 2007 roku (na konferencję tę przygotowano publikację pod tym samym tytułem, Raport PW nr 57 i w języku angielskim nr 57.1, 2007 rok) oraz były upowszechniane w 75 artykułach i 49 referatach, wygłoszonych na konferencjach krajowych i zagranicznych¹.

Wejście Polski do Unii Europejskiej zasadniczo zmieniło warunki ekonomiczne funkcjonowania polskich producentów żywności. Polska uzyskała swobodny dostęp do dużego i rozwiniętego rynku europejskiego, który jest jednym z bardziej wymagających rynków rolno-spożywczych na świecie. Wykorzystanie powstałych możliwości lokowania żywności na rynkach państw UE zależne było przede wszystkim od konkurencyjności polskich produktów i ich akceptacji przez konsumentów z tych krajów. Przyjęta w badaniach IERiGŻ-PIB **definicja konkurencyjności polskich producentów żywności – zdolność lokowania się krajowych producentów na rynkach zagranicznych oraz zdolność rozwijania eksportu** – kładzie właśnie nacisk na międzynarodowy aspekt tego pojęcia. Z tego też względu jednym z najważniejszych przejawów kształtowania się pozycji konkurencyjnej polskich producentów żywności stały się wyniki handlu zagranicznego produktami rolno-spożywczymi, którym to zagadnieniom poświęcono drugi, trzeci i czwarty rozdział niniejszego raportu.

Rozdział drugi (dr Iwona Szczepaniak) w sposób syntetyczny przedstawia wyniki handlu zagranicznego produktami rolno-spożywczymi w kolejnych latach po integracji Polski z Unią Europejską. Dane, które wykorzystano w ocenie tych wyników pochodzą głównie z Centralnego Inspektoratu Handlu Zagranicznego (CIHZ) i Centrum Analitycznego Administracji Celnej (CAAC) i częściowo opublikowane zostały przez IERiGŻ-PIB w Analizach Rynkowych *Handel zagraniczny produktami rolno-spożywczymi. Stan i perspektywy*. Dotyczą one lat 2003-2009.

W rozdziale trzecim (dr Iwona Szczepaniak) zaprezentowano analizę relacji wartości eksportu z Polski, importu do Polski oraz salda tych obrotów w głównych działach rolnictwa i przemysłu spożywczego do wartości produkcji sprzedanej w tych działach. Analiza ta dotyczy zarówno obrotów handlu zagranicznego ogółem, jak i samej wymiany handlowej z UE, i została przeprowadzona dla lat 2004-2008 (dla przemysłu spożywczego dodatkowo dla I półrocza 2009 roku). Źródłem danych były informacje Głównego Urzędu Statystycznego (GUS) oraz CIHZ i CAAC. Systematyczna ocena ww. relacji jest jednym z elementów oceny konkurencyjności polskich producentów żywności po wstąpieniu Polski do Unii Europejskiej.

¹ Pełen wykaz publikacji przedstawiających wyniki badań prowadzonych w ramach zadania 4003 pt. „Ocena zmian konkurencyjności polskich producentów żywności na Wspólnym Rynku Europejskim i na rynkach innych krajów” zawiera załącznik 1.

W rozdziale czwartym, autorstwa mgr. Łukasza Ambroziaka (Instytut Badań Rynku, Konsumpcji i Koniunktur w Warszawie) i dr Iwony Szczepaniak, omówiono zmiany konkurencyjności polskiego handlu rolno-spożywczego, wykorzystując wybrane wskaźniki konkurencyjności, tj. wskaźnik ujawnionych przewag komparatywnych (RCA) w eksporcie i wskaźnik Lafaya (LFI) oraz wskaźnik handlu wewnątrzgałęziowego H. Grubela i P. Lloyda (GL). Analizę tę oparto na danych handlowych z bazy WITS – *World Integrated Trade Solution* i wykonano ją dla lat 2003-2008.

Wzrost koncentracji przemysłu spożywczego, rosnące znaczenie podmiotów zagranicznych na polskim rynku żywnościowym, szybki rozwój oferty handlowej firm krajowych i związany z tymi zjawiskami wysoki poziom nasycenia rynku spożywczego w Polsce, jak również zderzenie się z niczym nieograniczoną konkurencją na ogromnym rynku unijnym i konieczność pozyskiwania nowych pozaunijnych rynków eksportowych zmuszają polskie przedsiębiorstwa przemysłu spożywczego do ciągłego poszukiwania nowych źródeł przewag konkurencyjnych. Przewagi te miały dotychczas głównie charakter przewag cenowych, a ich źródłem były niższe ceny produktów rolnictwa, niższe koszty pracy i pozostałych czynników produkcji, jak również niższe marże przetwórcze. Kolejne dwa rozdziały obejmują zatem analizę stanu przewag cenowych polskich producentów żywności nad producentami z innych krajów członkowskich Unii Europejskich. W rozdziale piątym mgr Agnieszka Judzińska przedstawiła, w oparciu o dane Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi (opracowywane w ramach Zintegrowanego Systemu Rolniczej Informacji Rynkowej), przewagi cenowe na rynku podstawowych produktów rolnictwa. W rozdziale szóstym mgr Jadwiga Drożdż ukazała przewagi cenowe na rynku wybranych produktów przetwórstwa spożywczego. Materiał do porównań pochodził ze źródeł statystyki polskiej i niemieckiej.

Istotnym instrumentem Wspólnej Polityki Rolnej (WPR), sprzyjającym równowadze popytowo-podażowej w okresach nadprodukcji żywności są subsydia do eksportu wybranych produktów rolno-spożywczych na rynki krajów nie należących do Unii Europejskiej. Refundacje eksportowe, rekompensując różnicę pomiędzy ceną produktów na rynku wewnętrznym a niższą ceną na rynku światowym, służą pobudzeniu i wsparciu eksportu na rynki krajów trzecich. Rozdział siódmy, autorstwa mgr Mirosławy Tereszczuk, charakteryzuje system subsydiów, jaki funkcjonuje w naszym eksporcie rolno-spożywczym oraz podejmuje próbę oceny wpływu tych subsydiów na konkurencyjność polskiego sektora żywnościowego. Źródłem informacji były dane Agencji Rynku Rolnego (ARR).

Kolejną część raportu stanowi analiza wewnętrznych czynników i zewnętrznych uwarunkowań konkurencyjności polskich producentów żywności, dokonana przez dr hab. Małgorzatę Juchniewicz, prof. Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego (UWM) w Olsztynie. Autorka, wykorzystując wyniki badań z tego zakresu, prowadzonych w IERiGŻ-PIB, jak również studia literaturowe i własne refleksje, w sposób syntetyczny przedstawia szerokie spektrum zagadnień, przeprowadzając tym samym wielopłaszczyznową analizę determinant konkurencyjności polskich producentów żywności.

Raport zamykają uwagi końcowe (dr Iwona Szczepaniak), w których podjęto próbę syntezy oceny konkurencyjności polskich producentów żywności w okresie członkostwa w Unii Europejskiej.

Kończąc tą syntezą realizację badań, prowadzonych w ramach zadania „Ocena zmian konkurencyjności polskich producentów żywności na Wspólnym Rynku Europejskim i na rynkach innych krajów”, składam serdeczne podziękowania wszystkim Autorom i Współpracownikom, z IERiGŻ-PIB i z zaprzyjaźnionych jednostek naukowo-badawczych, bez których badania te nie mogłyby być przeprowadzone. Oczywiście mam świadomość, że przedstawione zagadnienia nadal nie wyczerpują tematyki konkurencyjności polskich producentów żywności, ale mam nadzieję, że będą stanowić dla Państwa i dla mnie inspirację do prowadzenia dalszych analiz.

Iwona Szczepaniak

2. Wyniki handlu zagranicznego produktami rolno-spożywczymi

Akcesja Polski do Unii Europejskiej zasadniczo zmieniła warunki ekonomiczne funkcjonowania polskich producentów żywności i przyczyniła się do przyspieszenia rozwoju polskiej gospodarki żywnościowej. Najważniejszym powodem tych zmian, obok uwarunkowań makroekonomicznych i globalnych, było włączenie Polski do obszaru Wspólnego Rynku Europejskiego (WRE), a w konsekwencji wejście polskiej gospodarki do strefy wolnego handlu. Było to równoznaczne ze zniesieniem w obrotach z innymi krajami członkowskimi ceł oraz innych ograniczeń handlowych, objęciem naszego kraju zewnętrzną taryfą UE i umowami handlowymi zawartymi przez Unię przed dniem rozszerzenia oraz wymówieniem wszystkich umów handlowych zawartych przez Polskę.

Wzajemne pełne otwarcie rynków oznaczało w praktyce nie tylko możliwość wzrostu eksportu polskich produktów rolno-spożywczych na rynki pozostałych państw członkowskich UE, ale również wzrostu przywozu na rynek polski artykułów tej grupy, produkowanych w innych krajach unijnych. W tych warunkach podstawowym problemem polskiej gospodarki żywnościowej stała się zatem kwestia, czy nieuchronna utrata części własnego rynku zostanie zrekompensowana większym zbytem na rynkach innych państw członkowskich UE. Porównując jednak wielkość WRE z rynkiem polskim, można było sądzić, że efektem rozwoju handlu rolno-spożywczego z państwami UE po akcesji powinno być dodatnie saldo wymiany. Polska otwierając bowiem rynek niespełna 40 mln konsumentów, o relatywnie niskiej sile nabywczej, otrzymała swobodny dostęp do rozwiniętego rynku europejskiego, liczącego – po rozszerzeniu UE o Bułgarię i Rumunię – około dziesięciokrotnie więcej konsumentów, mających przeważnie znacznie wyższe dochody niż ludność Polski.

Z formalnego punktu widzenia warunkiem wystarczającym do lokowania produktów rolno-spożywczych na rynkach krajów członkowskich Unii było przestrzeganie przez polskich producentów unijnych standardów sanitarnych, weterynaryjnych, fitosanitarnych oraz dobrostanu zwierząt i ochrony środowiska. Spełnienie tych standardów umożliwiło polskim producentom żywności od dnia akcesji konkurowanie na równych warunkach z producentami z innych państw członkowskich UE. Rzeczywiste wykorzystanie możliwości wzrostu eksportu polskiej żywności na rynki pozostałych państw członkowskich Unii tak naprawdę zależne było jednak od konkurencyjności polskiej oferty i akceptacji polskich produktów przez konsumentów z tych krajów.

Członkostwo Polski w UE w istotny sposób zmieniło także warunki handlu z państwami nie będącymi członkami Unii Europejskiej. Z dniem akcesji Polska straciła możliwość prowadzenia samodzielnej polityki handlowej i musiała wypowiedzieć wszystkie umowy handlowe, w tym także o handlu preferencyjnym. W rezultacie pogorszeniu uległy warunki dostępu do rynków pozaunijnych.

Po rozszerzeniu UE, mimo ratyfikowania przez Rosję Układu o partnerstwie i współpracy, pojawiły się problemy z realizowaniem przez państwa członkowskie UE, w tym Polskę, eksportu produktów rolno-spożywczych do Rosji. Narzucane przez Rosjan warunki, które muszą spełnić przedsiębiorstwa eksportujące żywność oraz ostre kontrole rosyjskich służb utrudniają otrzymanie uprawnień eksportowych przez przedsiębiorstwa. Przejawem utrudnień w handlu z Rosją było także okresowe wprowadzenie embarga na import polskiego mięsa i produktów roślinnych, które dotknęło przede wszystkim polskie przedsiębiorstwa przemysłu mięsnego i owocowo-warzywnego.

W warunkach członkostwa Polski w Unii Europejskiej i otwarcia się naszej gospodarki na niczym nieograniczoną konkurencję, jednym z najważniejszych przejawów kształtowania się pozycji konkurencyjnej polskich producentów żywności stały się wyniki handlu zagranicznego produktami rolno-spożywczymi oraz miejsce i znaczenie naszego kraju w międzynarodowym handlu rolno-spożywczym. W analizach handlu zagranicznego można wykorzystać szereg miar i wskaźników, które pozwalają na identyfikację charakteru, prawidłowości oraz zmian w strumieniach handlu. Odnoszą się one do eksportu, importu oraz salda obrotów. Podstawowe znaczenie w tych analizach odgrywają miary poziomu, dynamiki i struktury tych wielkości.

Ponad pięć lat po przystąpieniu Polski do Wspólnoty Europejskiej widać wyraźnie, że wejście w struktury WRE okazało się dla polskiej gospodarki żywnościowej korzystne. Wyniki handlu zagranicznego produktami rolno-spożywczymi są bardzo dobre. Mimo różnych uwarunkowań, potwierdzają one dobre przygotowanie tego sektora do prowadzenia działalności na WRE i na większości innych rynków. Producenci żywności z powodzeniem wykorzystują przewagi konkurencyjne, nie tylko o charakterze cenowym. Nastąpił niezwykle szybki wzrost eksportu polskich produktów rolno-spożywczych, który z nadwyżką zrekompensował mniejszy wzrost importu tych artykułów. Polscy producenci żywności poprawili swoją pozycję na rynku rozszerzonej Unii. Wzajemne pełne otwarcie rynków nie było, jak przewidywała część ekonomistów i polityków, hamulcem rozwoju polskiej gospodarki żywnościowej, a wręcz odwrotnie

– stało się dla niej silnym impulsem rozwoju, o czym świadczą wyniki handlu zagranicznego produktami rolno-spożywczymi (por. aneksy 2.1 i 2.2).

W 2004 roku wartość eksportu produktów rolno-spożywczych w porównaniu z rokiem 2003 zwiększyła się o blisko 31%. Wolniejszy był wzrost importu, który w tym czasie zwiększył się o prawie 24%. Tak szybki wzrost eksportu w 2004 roku nie był jednorazowym skokiem, spowodowanym impulsem integracyjnym. W następnych latach wzrost wymiany zagranicznej produktami rolno-spożywczymi był kontynuowany. W 2005 roku eksport zwiększył się o ponad 34%, a import o blisko 22%; w 2006 roku o kolejne odpowiednio: 21% i 19%. W 2007 roku następował dalszy rozwój naszej wymiany handlowej, ale po raz pierwszy wyższe było tempo wzrostu importu niż eksportu, tj. eksport wzrósł o 18%, a import o 25%. Relacja ta utrzymała się także w 2008 roku, a wskaźniki dynamiki wzrostu eksportu i importu wyniosły odpowiednio: 15% i 27%. Wstępne wyniki handlu zagranicznego produktami rolno-spożywczymi za I półrocze 2009 roku są lepsze od spodziewanych. Wartość eksportu w porównaniu z I półroczem 2008 roku zmniejszyła się co prawda o 1,2%, ale wartość importu zmniejszyła się o 12%. W całym okresie członkostwa Polski we Wspólnocie eksport produktów rolno-spożywczych zwiększył się trzykrotnie, a import dwuipółkrotnie.

Tabela 2.1. Wyniki handlu zagranicznego produktami rolno-spożywczymi (w mln euro)

Wyszczególnienie	2003	2004	2005	2006	2007	2008	I-VI 2009 ^b
Eksport produktów rolno-spożywczych	4 010,4	5 242,2	7 028,0	8 468,8	9 942,5	11 421,6	5 349,1
w tym: do UE-25/27 ^a	2 616,7	3 781,8	5 190,8	6 481,0	8 001,4	9 218,1	4 228,9
z tego: do UE-15	2 041,6	2 988,2	4 063,0	4 915,5	5 941,2	6 676,4	3 134,6
do UE-10/12 ^a	575,1	793,6	1 127,8	1 565,5	2 060,2	2 541,7	1 094,3
Import produktów rolno-spożywczych	3 556,9	4 406,5	5 373,5	6 391,1	7 972,3	10 088,7	4 289,2
w tym: z UE-25/27 ^a	2 175,9	2 763,8	3 388,1	3 997,4	5 347,4	7 023,0	3 043,3
z tego: z UE-15	1 848,5	2 395,9	2 938,0	3 415,1	4 484,6	5 985,0	2 646,9
z UE-10/12 ^a	327,4	367,9	450,2	582,3	862,8	1 038,0	396,4
Saldo handlu zagranicznego produktami rolno-spożywczymi	453,5	835,7	1 654,5	2 077,7	1 970,2	1 332,9	1 059,9
w tym: z UE-25/27 ^a	440,8	1 018,0	1 802,7	2 483,6	2 654,0	2 195,1	1 185,5
z tego: z UE-15	193,1	592,3	1 125,0	1 500,4	1 456,6	691,4	487,6
z UE-10/12 ^a	247,7	425,7	677,7	983,2	1 197,4	1 503,7	697,9

^a do 2006 roku dane dla UE-25, od 2007 roku dla UE-27 (odpowiednio dla UE-10 i UE-12),

^b dane wstępne

Źródło: opracowanie własne na podstawie *Handel zagraniczny produktami rolno-spożywczymi. Stan i perspektywy, nr 21-30, „Analizy Rynkowe” 2005-2009, IERiGŻ-PIB, ARR, MRiRW, Warszawa oraz niepublikowanych danych Centrum Analitycznego Administracji Celnej (CAAC).*

Powiązania handlowe Polski z zagranicą są asymetryczne, tj. dominującymi partnerami w tej wymianie pozostają kraje członkowskie UE. Obroty handlowe produktami rolno-spożywczymi z tymi krajami wzrastały po akcesji znacznie szybciej niż z krajami trzecimi. Dostawy żywności z Polski do UE w 2005 roku zwiększyły się w stosunku do roku 2003 niemal dwukrotnie, a przywóz do naszego kraju wzrósł o prawie 56%. W 2006 roku wskaźniki wzrostu obrotów handlowych z krajami Wspólnoty w porównaniu z rokiem poprzednim wyniosły odpowiednio: eksportu – blisko 25%, a importu – 18%. W 2007 roku tempo wzrostu eksportu do Unii było wolniejsze niż importu i wyniosło przeszło 23%, podczas gdy import zwiększył się aż o prawie 34% (poszerzenie obszaru wolnego handlu o Bułgarię i Rumunię nie miało większego wpływu na łączny udział UE w obrotach handlu zagranicznego). Jeszcze większą różnicę w dynamice wzrostu eksportu i importu odnotowano w 2008 roku – wzrost eksportu do UE przekroczył 15%, a importu z UE 31%. W I półroczu 2009 roku zarówno eksport, jak i import zmniejszyły się, odpowiednio o 3,5% i 10%.

Tabela 2.2. Dynamika wyników handlu zagranicznego produktami rolno-spożywczymi

Wyszczególnienie	2004	2006	2008	I-VI 2009	2004	2006	2008	I-VI 2009 ^b
	analogiczny okres 2003 roku = 100				analogiczny okres roku poprzedniego = 100			
Eksport produktów rolno-spożywczych	130,7	211,2	285,3	300,1	130,7	120,5	114,9	98,8
w tym: do UE-25/27 ^a	143,5	247,7	336,6	362,5	143,5	124,9	115,2	96,5
z tego: do UE-15	145,4	240,8	327,0	374,8	145,4	121,0	112,4	98,8
do UE-10/12 ^a	138,0	272,2	365,1	331,2	138,0	138,8	123,4	90,4
Import produktów rolno-spożywczych	123,9	179,7	283,7	251,3	123,9	118,9	126,5	88,0
w tym: z UE-25/27 ^a	125,1	183,7	314,8	278,9	125,1	118,0	131,3	90,0
z tego: z UE-15	127,1	184,7	322,6	290,5	127,1	116,2	133,5	92,1
z UE-10/12 ^a	112,4	177,9	276,1	220,2	112,4	129,3	120,3	78,2
Saldo handlu zagranicznego produktami rolno-spożywczymi	184,3	458,1	298,5	1 408,1	184,3	125,6	67,7	195,0
w tym: z UE-25/27 ^a	234,3	563,4	432,8	1 571,1	234,3	137,8	82,7	118,2
z tego: z UE-15	321,0	777,0	369,9	-650,5	321,0	133,4	47,5	163,1
z UE-10/12 ^a	171,9	396,9	469,5	464,0	171,9	145,1	125,6	99,2

^a do 2006 roku dane dla UE-25, od 2007 roku dla UE-27 (odpowiednio dla UE-10 i UE-12),

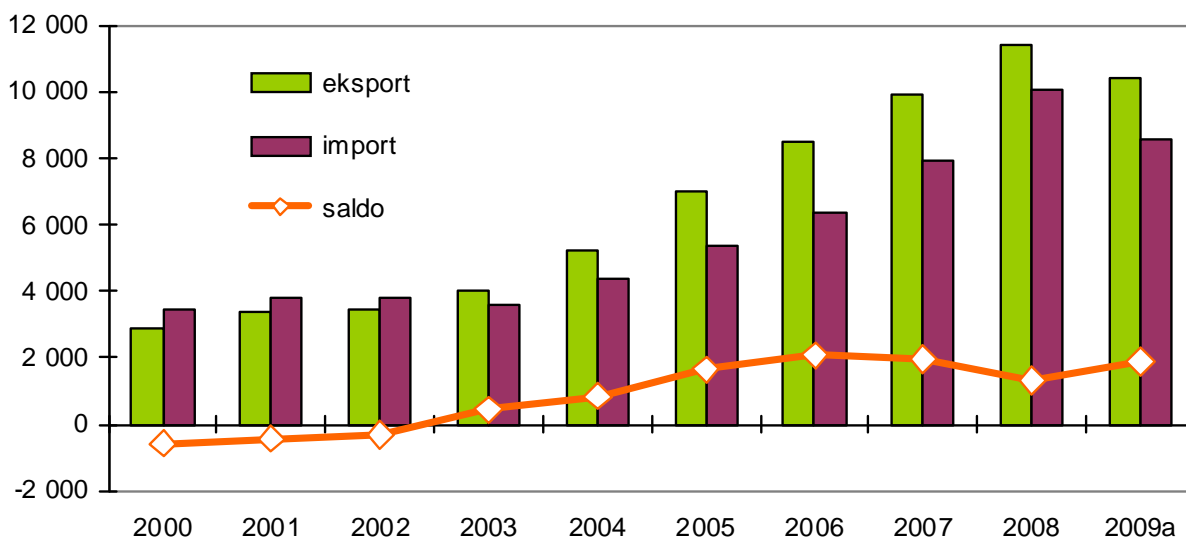
^b dane wstępne

Źródło: opracowanie własne na podstawie *Handel zagraniczny produktami rolno-spożywczymi. Stan i perspektywy, nr 21-30, „Analizy Rynkowe” 2005-2009, IERiGŻ-PIB, ARR, MRiRW, Warszawa oraz niepublikowanych danych CAAC.*

W efekcie asymetrycznych powiązań handlowych Polski z zagranicą, WRE już w pierwszym roku po akcesji stał się dla polskiego sektora rolno-spożywczego dominującym rynkiem zaopatrzenia i zbytu. W kolejnych latach naszego członkostwa szczególnie szybko wzrastał udział UE w eksporcie tej grupy towarów – z ok. 65% w 2003 roku do blisko 74% w 2005 roku i aż ponad 80% w latach 2007-2008. Udział Unii w imporcie produktów rolno-spożywczych był bardziej stabilny i w latach 2003-2006 wahał się w granicach 61-63%, by dopiero w 2007 roku przekroczyć 67%, a w 2008 roku zbliżyć się do 70%. I półrocze 2009 roku przyniosło niewielki spadek udziału UE w naszym eksporcie (do ok. 79%) oraz dalszy wzrost jej udziału w imporcie (do 71%). Dane te świadczą o bardzo silnym uzależnieniu polskiego handlu rolno-spożywczego od jednolitego rynku europejskiego.

Rozwój wymiany handlowej z krajami Unii dotyczył nie tylko krajów UE-15, ale i „nowych” państw członkowskich. Członkostwo w UE nadało nowy, bardzo silny i nieoczekiwany impuls wymianie handlowej polskimi produktami rolno-spożywczymi z krajami UE-10/12 (a zwłaszcza eksportowi). W latach 2003-2008 eksport tych produktów do krajów UE-15 zwiększył się o 227%, a do krajów UE-10/12 wzrósł aż o ponad 265%. W imporcie produktów rolno-spożywczych relacja była odwrotna – import z UE-15 zwiększył się o blisko 223%, a z UE-10/12 o ponad 176%.

Wykres 2.1. Wyniki handlu zagranicznego produktami rolno-spożywczymi (w mln euro)



^a prognoza IERiGŻ-PIB

Źródło: opracowanie własne na podstawie *Handel zagraniczny produktami rolno-spożywczymi. Stan i perspektywy, nr 18-30, „Analizy Rynkowe” 2003-2009, IERiGŻ-PIB, ARR, MRiRW, Warszawa oraz niepublikowanych danych CAAC.*

Przejęta przez zagranicznych, w tym unijnych, producentów część polskiego rynku żywnościowego była znacznie mniejsza niż zdobyta przez polskich producentów część rynku światowego i unijnego. W efekcie, w latach 2003-2007 znacząco poprawiło się saldo handlu zagranicznego produktami rolno-spożywczymi (które do 2002 roku było ujemne):

- całkowite z 453,5 mln euro w 2003 roku do 2011,1 mln euro w 2007 roku,
- z krajami UE-25/27 odpowiednio z 440,8 mln euro do 2682,4 mln euro.

W 2008 roku nastąpił jednak istotny spadek dodatniego salda obrotów, zarówno z krajami UE (do 2195,1 mln euro, tj. o przeszło 17% w porównaniu z 2007 rokiem), jak i w handlu ogółem (do 1332,9 mln euro, tj. o ponad 32%), chociaż nadal pozostało ono wysokie. W I półroczu 2009 roku, w efekcie mniejszego spadku eksportu niż importu, saldo obrotów produktami rolno-spożywczymi w porównaniu z analogicznym okresem roku poprzedniego ponownie zwiększyło się: całkowite – blisko dwukrotnie, a z krajami UE – o ponad 18%. Prognoza IERiGŻ-PIB² przewiduje, że nadwyżka w handlu produktami rolno-spożywczymi w całym 2009 roku wyniesie blisko 1,9 mld euro (w efekcie spadku wpływów z eksportu do 10,5 mld euro i zmniejszenia wydatków na import do 8,6 mld euro).

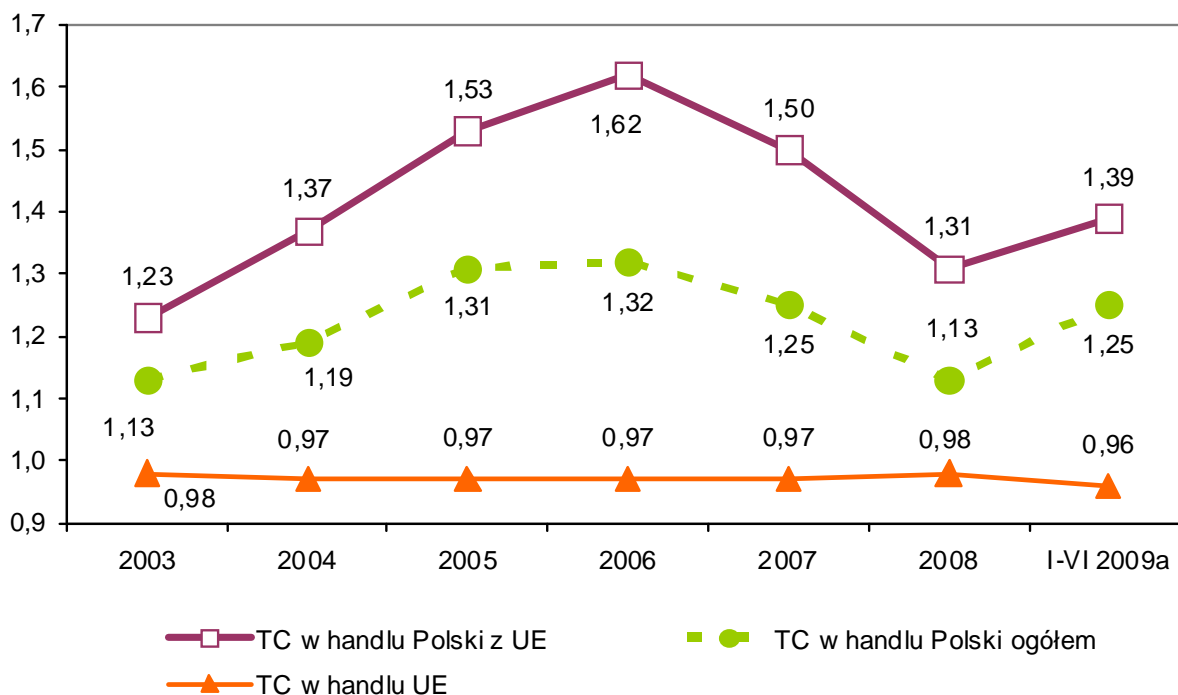
Nadwyżka eksportu nad importem tej samej grupy produktów jest zjawiskiem zdecydowanie pozytywnym. Stopień pokrycia importu danej grupy produktów ich eksportem, czyli relacja wartości eksportu do wartości importu – TC (*Trade Coverage*), jest jednym z mierników przewagi komparatywnej. Wartość tego wskaźnika powyżej jednego oznacza, że kraj posiada specjalizację w produkcji danej grupy produktów. Pozwala to również przypuszczać, że kraj ten dysponuje w tym zakresie przewagą komparatywną. Wskaźnik TC poniżej jedności świadczy o deficycie w obrotach daną grupą towarową i braku względnej przewagi.

Wskaźnik pokrycia importu produktów rolno-spożywczych eksportem tych produktów w okresie naszego członkostwa w UE wykazywał wahania, ale we wszystkich latach jego poziom był wyższy od jedności. W latach 2003-2006 wskaźnik TC wzrósł z 1,13 do 1,32, w 2007 roku obniżył się do 1,25, a w 2008 roku powrócił do poziomu bezpośrednio sprzed akcesji (1,13). I półrocze 2009 roku przyniosło ponowny wzrost tego wskaźnika – do poziomu 1,25. Wskaźnik pokrycia importu produktów rolno-spożywczych z krajów UE eksportem tych produktów do Unii był jeszcze wyższy i w początkowym okresie po akcesji

² *Handel zagraniczny produktami rolno-spożywczymi. Stan i perspektywy*, nr 30, „Analizy Rynkowe” 2009, IERiGŻ-PIB, ARR, MRiRW, Warszawa.

szybciej wzrastał – z 1,20 w 2003 roku aż do 1,62 w 2006 roku. W kolejnych latach następował spadek tego wskaźnika – do poziomu 1,31 w 2008 roku. W I półroczu 2009 roku wskaźnik TC był już nieco wyższy i wyniósł 1,39. Wyższe od jednego wartości wskaźnika pokrycia importu produktów rolno-spożywczych eksportem tych produktów (zarówno w handlu z krajami UE, jak i w handlu ogółem) pozwalają sądzić, że Polska posiada przewagi komparatywne w handlu zagranicznym produktami rolno-spożywczymi³. Wniosek ten potwierdza porównanie wskaźników uzyskanych w Polsce ze wskaźnikami uzyskanymi na poziomie całej Unii Europejskiej. Wskaźnik pokrycia importu produktów rolno-spożywczych eksportem tych produktów w UE był znacznie niższy niż w Polsce i w analizowanym okresie nie przekraczał jednego.

Wykres 2.2. Wskaźnik pokrycia importu produktów rolno-spożywczych eksportem tych produktów (TC)



^a dane wstępne

Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Handel zagraniczny produktami rolno-spożywczymi. Stan i perspektywy*, nr 18-30, „Analizy Rynkowe” 2003-2009, IERiGŻ-PIB, ARR, MRiRW, Warszawa; niepublikowane dane CAAC; *External and intra-EU trade – statistical yearbook – Data 1958-2007*, EUROSTAT, European Commission 2009; *External and intra-EU trade – statistical yearbook – Monthly statistics – Issue number 10/2009*, EUROSTAT, European Commission 2009.

³ Analiza przewag komparatywnych w polskim handlu produktami rolno-spożywczymi kontynuowana jest w rozdziale 4.

Słabsze wyniki handlu zagranicznego produktami rolno-spożywczymi w 2008 roku i w pierwszym półroczu 2009 roku były efektem skumulowania się wielu zjawisk. Wśród nich jest z całą pewnością światowy kryzys gospodarczy, ale również takie zjawiska, jak: wahania kursów złotego względem euro⁴, spadek światowych cen produktów rolno-spożywczych w drugiej połowie 2008 roku (po gwałtownym ich wzroście w sezonie 2007/08) oraz wyczerpywanie się potencjału eksportowego dwóch sektorów objętych kwotowaniem produkcji, tj. mleczarskiego i cukrowniczego. Mimo nieco słabszych w ostatnim roku wyników, korzyści osiągnięte w pierwszych pięciu latach naszego członkostwa we Wspólnocie są w dziedzinie handlu zagranicznego produktami rolno-spożywczymi bardzo duże i świadczą o wysokiej konkurencyjności naszych producentów. Swoboda dostępu do rynku unijnego oraz konieczność spełnienia przez polskich producentów unijnych standardów produkcyjnych okazały się *per saldo* korzystne dla polskiego sektora żywnościowego. Wstąpienie w struktury WRE zaowocowało blisko trzykrotnym wzrostem zarówno eksportu, jak i salda obrotów. Wbrew obawom, akcesja nie spowodowała także zalewu polskiego rynku żywnością importowaną.

Państwa Europy Zachodniej zawsze były najważniejszym rynkiem zbytu polskich produktów rolno-spożywczych. Już w latach 90. udział eksportu do UE-15 sięgał ok. 50% całego eksportu rolno-spożywczego. Drugim pod względem znaczenia rynkiem zbytu dla tych produktów były kraje Wspólnoty Niepodległych Państw (WNP), z których najważniejszymi były: Rosja, a następnie Ukraina i Białoruś. Po wprowadzeniu jednak zakazu importu z Polski mięsa i produktów roślinnych przez Rosję oraz zakazu przywozu polskiego mięsa przez Ukrainę rola tego rynku zbytu bardzo zmniejszyła się⁵. Udział sprzedaży

⁴ Od połowy 2004 r. aż do połowy 2008 r. miała miejsce znaczna aprecjacja złotego (według notowań NBP średni kurs EUR/PLN wynosił: w 2004 r. – 4,5340; w 2005 r. – 4,0354; w 2006 r. – 3,8951; w 2007 r. – 3,7829, w 2008 r. – 3,5166), która nie spowodowała jednak dużego ograniczenia tempa wzrostu eksportu rolno-spożywczego, choć niewątpliwie zmniejszyła się jego opłacalność, a niektóre transakcje mogły przynosić nawet straty. Począwszy od sierpnia 2008 r. następuje stopniowa deprecjacja złotego (z niewielkimi zmianami tendencji i szczytem słabości w lutym 2009 r.), w efekcie której średni kurs EUR/PLN w pierwszym półroczu 2009 r. wyniósł 4,4707 zł. W III kwartale 2009 r. nastąpiło niewielkie wzmocnienie złotego, a kurs EUR wyniósł 4,200 zł (w całym okresie I-IX 2009 r. – 4,3804 zł). Kurs euro kształtujący się powyżej 4,00 zł niewątpliwie zapewnia opłacalność eksportu rolno-spożywczego.

⁵ Rosja wprowadziła zakaz importu z Polski mięsa w dniu 10 listopada 2005 r., a produktów roślinnych w dniu 14 listopada 2005 r. Zakazy te obowiązywały ponad dwa lata i zostały odwołane dopiero: mięsa w dniu 19 grudnia 2007 r., a produktów roślinnych w dniu 20 stycznia 2008 r. W dniu 25 marca 2006 r. zakaz importu mięsa z Polski wprowadziła również Ukraina. Obowiązywał on do dnia 14 lutego 2007 r. Według stanu na dzień 19 października 2009 r. 103 zakładom mięsnym przywrócono prawo do eksportu mięsa na Ukrainę.

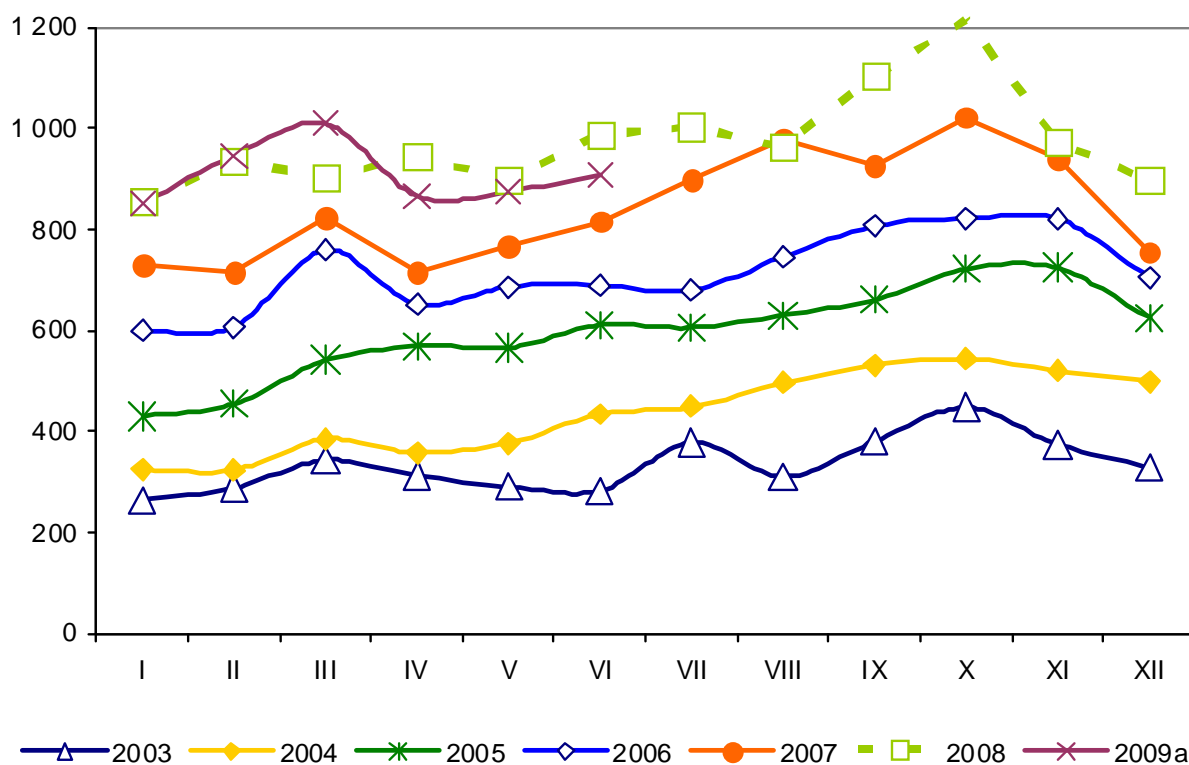
do państw WNP w naszym eksporcie produktów rolno-spożywczych ogółem obniżył się z blisko 16% w 2003 roku do ok. 12% w 2005 roku i zaledwie niecałych 9% w 2007 roku. Częściowa utrata „rynków wschodnich” była dotkliwa dla polskiego sektora rolno-spożywczego i sprawa odbudowy pozycji polskich producentów żywności na tych rynkach nabrała znaczenia priorytetowego⁶. Kraje WNP mogą odgrywać znaczącą rolę jako rynki potencjalnego wzrostu polskiego eksportu rolno-spożywczego. Polscy eksporterzy muszą jednak na nowo zbudować kanały zbytu na – ponownie otwartych dla polskiego eksportu – rynkach rosyjskim i ukraińskim. Pierwsze efekty zniesienia embarga zaczynają już być widoczne, zwłaszcza jeśli weźmie się pod uwagę ograniczenie popytu ze względu na kryzys ekonomiczny. W 2008 roku udział państw WNP w naszym eksporcie rolno-spożywczym wzrósł do 9,6%, a w I półroczu 2009 roku przekroczył 10%.

Pozostałe rynki mają niewielkie znaczenie dla polskiego eksportu rolno-spożywczego. Wynika stąd, że polscy producenci żywności ograniczają swoje zainteresowania do rynku europejskiego. Jest to niewątpliwie rynek bardzo rozwinięty i pojemny, ale możliwości lokowania na nim polskich artykułów rolno-spożywczych są ograniczone. Stały wzrost produkcji żywności w Polsce już obecnie wymaga energicznych starań, ukierunkowanych na poszukiwanie możliwości wejścia na rynki pozaeuropejskie. Wiąże się to jednak z wieloma problemami, m.in. związanymi z siecią dystrybucji, transportem, logistyką, jak również dostosowaniem do odmiennych gustów i wymagań konsumentów. Dywersyfikacja rynków zbytu powinna też być odpowiedzią naszych producentów na coraz trudniejsze – w obliczu kryzysu gospodarczego – warunki sprzedaży.

Z danych o eksporcie produktów rolno-spożywczych w poszczególnych miesiącach lat 2003-2008 wynika, że wartość tego eksportu począwszy od maja 2004 roku wykazywała tendencję wzrostową. Rosnąca krzywa wartości eksportu wygasła co prawda na przełomie lat, co wynika przede wszystkim z sezonowości polskiego eksportu rolno-spożywczego, ale mimo tych okresowych spadków miesięczna wartość eksportu z każdym kolejnym rokiem wzrastała. W kolejnych miesiącach I półroczu 2009 roku wzrostowa tendencja eksportu uległa zahamowaniu, ale w porównaniu z okresem poprzedzającym nasze członkostwo w Unii Europejskiej poziom eksportu rolno-spożywczego jest obecnie w każdym miesiącu ponad dwuipółkrotnie wyższy.

⁶ Zdaniem Ministra Marka Sawickiego, będącego 11 listopada 2009 roku z wizytą w Moskwie, „warto uczynić wszystko, aby rosyjski konsument mógł rozkoszować się dobrym smakiem i dobrą jakością polskiej żywności” (por. www.portalspozywczy.pl, 12.11.2009).

Wykres 2.3. Eksport produktów rolno-spożywczych (w mln euro)

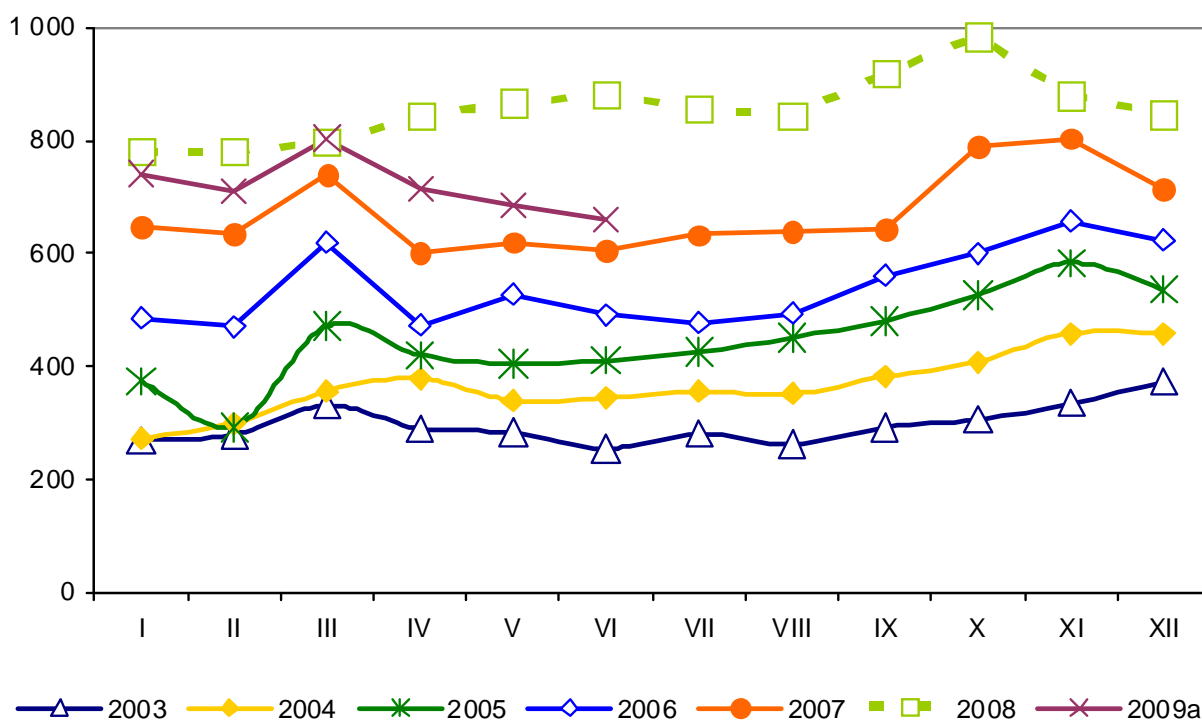


^a dane wstępne

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych pochodzących z opracowań A. Pachnickiego: *Handel zagraniczny artykułami rolno-spożywczymi*, MRiRW (por. www.minrol.gov.pl).

Import produktów rolno-spożywczych po 1 maja 2004 r. nie ulegał tak dużym zmianom jak eksport. Krzywa wartości importu podnosiła się co prawda w ostatnich kwartałach kolejnych lat, co wynikało z sezonowego, większego zapotrzebowania na świeże produkty rolne, ale dane miesięczne za lata 2003-2007 świadczą o raczej umiarkowanym wzroście przywozu. Zdecydowany wzrost importu nastąpił dopiero w kolejnych miesiącach 2008 roku, ale już w I półroczu 2009 roku został on ponownie zahamowany. Obecnie w każdym miesiącu wartość importu jest około dwukrotnie wyższa niż w okresie poprzedzającym naszą akcesję do Unii Europejskiej. Produkty rolno-spożywcze, importowane z innych państw Unii Europejskiej, to w większości nie produkowana w Polsce żywność z innych stref klimatycznych (owoce cytrusowe, winogrona, banany i inne owoce południowe, tłuszcze roślinne, kakao, ekstrakty, esencje oraz koncentraty kawy i herbaty, wino), tytoń, produkty wytwarzane w Polsce sezonowo, jak również produkty „delikatesowe”. Taka struktura importu świadczy o tym, że polski sektor rolno-spożywczy osiągnął już tak wysoki poziom rozwoju, że import żywności standardowej, która jest produkowana w Polsce ma charakter tylko uzupełniający.

Wykres 2.4. Import produktów rolno-spożywczych (w mln euro)



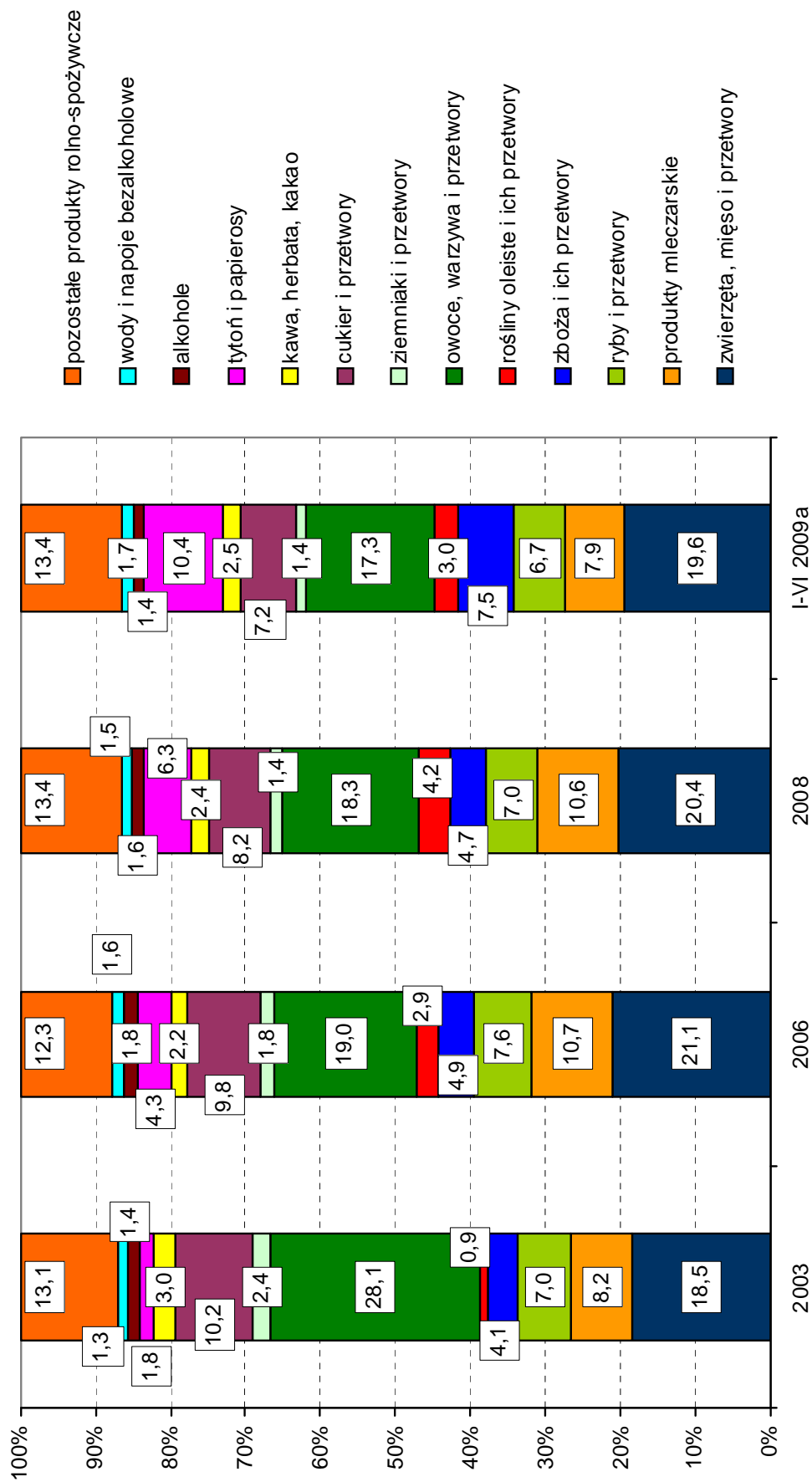
^a dane wstępne

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych pochodzących z opracowań A. Pachnickiego: *Handel zagraniczny artykułami rolno-spożywczymi, MRiRW* (por. www.minrol.gov.pl).

Wyniki handlu zagranicznego podstawowymi produktami rolno-spożywczymi w latach 2004-2009 wskazują, że rozwój wymiany handlowej tą grupą produktów był zjawiskiem powszechnym, ale jednocześnie bardzo zróżnicowanym (por. aneksy 2.3 i 2.4). Zjawisko to świadczy również o zróżnicowaniu konkurencyjności poszczególnych działów produkcji żywności. Pod tym względem zwracają uwagę następujące kwestie:

- W strukturze eksportu rolno-spożywczego we wszystkich latach dominowały produkty pochodzenia roślinnego, chociaż w początkowym okresie wyższą dynamikę wzrostu wykazywał eksport produktów pochodzenia zwierzęcego.
- Działami produkcji żywności o szczególnie dużej wartości eksportu były: produkcja i przetwórstwo mięsa, przetwórstwo mleka oraz produkcja i przetwórstwo owoców i warzyw. Są to działy ściśle związane z krajowym rolnictwem, chociaż przemysł mięsny importuje także niektóre asortymenty mięsa wieprzowego i drobiowego (do produkcji wędlin) oraz flaki, a przemysł owocowo-warzywny przetwarza również surowce z innych stref klimatycznych. Mleczarstwo przetwarza niemal wyłącznie mleko krajowe. Działy te charakteryzowały się także wysoką dynamiką wzrostu eksportu.

Wykres 2.5. Struktura wartości eksportu produktów rolno-spożywczych (w procentach)



^a dane wstępne

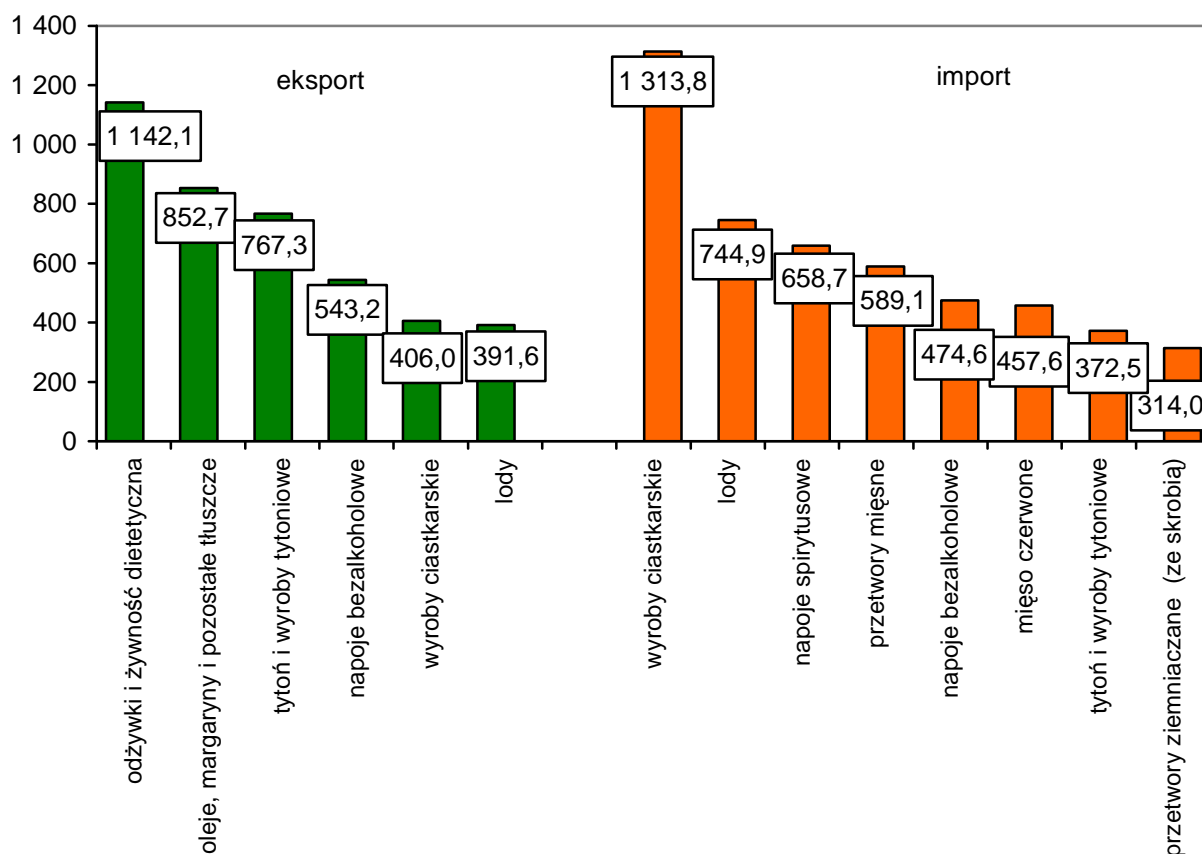
Źródło: opracowanie własne na podstawie *Handel zagraniczny produktami rolno-spożywczymi. Stan i perspektywy, nr 25-30, „Analizy Rynkowe” 2007-2009, IERIGŻ-PIB, ARR, MRiRW, Warszawa oraz niepublikowanych danych CAAC.*

- Z innych działów produkcji żywności, szybko rósł również eksport roślin oleistych i ich przetworów (głównie oleju rzepakowego i śruty rzepakowej), tytoniu i papierosów oraz ryb i ich przetworów (głównie wyprodukowanych z importowanych surowców). Nieco wolniej wzrastał także eksport artykułów wtórnego przetwórstwa, tj. wyrobów cukierniczych, ciastkarskich, koncentratów spożywczych, napojów bezalkoholowych, a także przetworzonej i konfekcjonowanej kawy i herbaty. Asortymenty te stanowią coraz ważniejsze pozycje w eksporcie sektora rolno-spożywczego.
- W strukturze importu rolno-spożywczego jeszcze większa była dominacja produktów pochodzenia roślinnego, chociaż znacznie wyższą dynamikę wzrostu wykazywał na ogół import produktów pochodzenia zwierzęcego.
- Grupami produktów rolno-spożywczych o szczególnie dużej wartości importu były: rośliny oleiste i ich przetwory (głównie olej palmowy, sojowy i słonecznikowy oraz śruta sojowa), owoce i ich przetwory, ryby i ich przetwory oraz grupa złożona z kawy, herbaty i kakao. W ostatnim okresie wzrosło również znaczenie importu mięsa i jego przetworów oraz zbóż i przetworów zbożowych. Wysoką dynamikę wzrostu importu odnotowano ponadto w grupie przetworów mleczarskich (głównie serów), alkoholi, przetworów ziemniaczanych (głównie produktów skrobiowych), warzyw (głównie pomidorów) oraz tytoniu i papierosów. W większości działów o wysokim udziale i dynamice importu zakupy zagraniczne miały charakter surowcowy.
- Działami odznaczającymi się dużą nadwyżką eksportu nad importem były: sektor mięsny (łącznie z drobiarskim), mleczarski, owocowo-warzywny, wtórne przetwórstwo zbóż oraz sektor tytoniowy. Sektory te należą do niezwykle ważnych branż przemysłu rolno-spożywczego, gdyż w procesie produkcji wykorzystują surowce dostarczane przez podstawowe dla dochodów rolniczych gałęzie polskiego rolnictwa.
- Głównymi grupami produktów o ujemnym saldzie obrotów handlowych były: rośliny oleiste i ich przetwory, grupa złożona z kawy, herbaty i kakao, alkohole, ryby i przetwory rybne oraz ziemniaki i ich przetwory. Większość z tych branż uzależniona jest od importu surowców.

Dynamika handlu zagranicznego wybranymi produktami przemysłu spożywczego w latach 2003-2008 (por. aneks 2.5 i 2.6) wykazuje duże zróżnicowanie. Spośród tych produktów największą dynamikę eksportu odnotowano w grupie odżywek i żywności dietetycznej, olejów, margaryn i pozostałych tłuszczów, lodów, wyrobów ciastkarskich, tytoniu i wyrobów tytoniowych oraz przetworów zbożowych. W latach 2004-2006 miał miejsce również istotny wzrost eksportu

mięsa (zarówno czerwonego, jak i białego) oraz napojów spirytusowych i bezalkoholowych, a w latach 2005-2007 – przetworów mięsnych i słodczy. W grupach wyrobów ciastkarskich, lodów, mięsa czerwonego i przetworów mięsnych oraz napojów spirytusowych i bezalkoholowych wysoka była również dynamika wzrostu importu. Trwałą tendencję wzrostową wykazywał ponadto import przetworów mleczarskich i ziemniaczanych. W pozostałych grupach produktów zarówno eksport, jak i import charakteryzowały się okresowymi wahaniami. Okres porównań jest jednak na razie zbyt krótki, by na tej podstawie wnioskować o trwałych tendencjach rozwoju handlu zagranicznego.

Wykres 2.6. Produkty przemysłu spożywczego o najwyższej dynamice eksportu i importu w latach 2003-2008 (rok 2003 = 100)

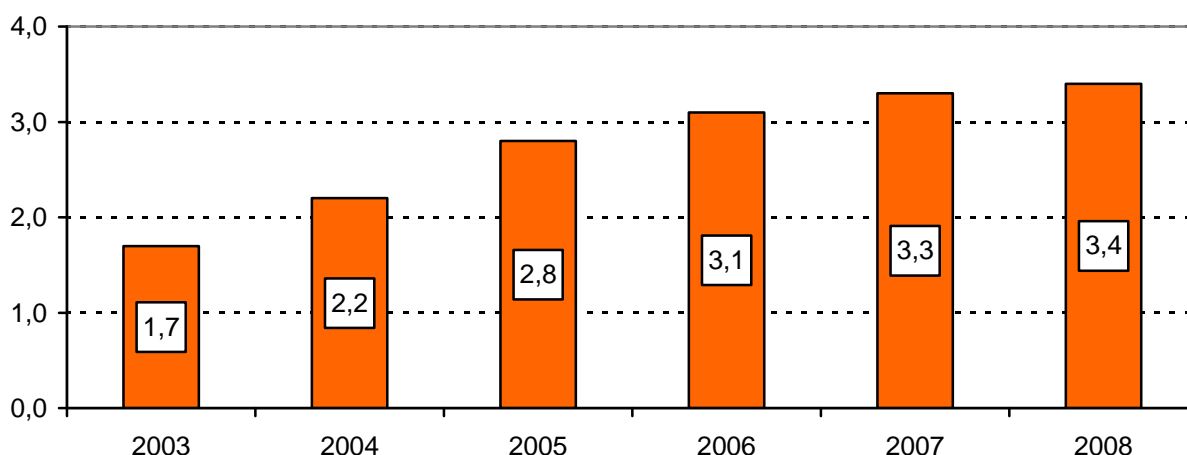


Źródło: obliczenia własne na podstawie danych Centrum Informatyki Handlu Zagranicznego (CIHZ) i Centrum Analitycznego Administracji Celnej (CAAC).

Ukazując niezwykle szybki rozwój handlu zagranicznego produktami rolno-spożywczymi w okresie naszego członkostwa w UE, nie sposób pominąć oceny pozycji Polski w międzynarodowym handlu rolno-spożywczym. Przedstawiony poniżej udział Polski w eksporcie rolno-spożywczym UE (łącznie eksporcie wewnętrznym i zewnętrznym UE – *intra UE i extra UE*) ukazuje słabą pozycję

Polski na rynku unijnym. Co prawda w okresie członkostwa nastąpiło podwojenie naszego udziału w unijnym eksporcie (z 1,7% w 2003 roku do 3,4% w 2008 roku), ale mimo to trudno zaliczyć nasz kraj do najbardziej liczących się eksporterów (na niektórych rynkach jesteśmy jednak ważnymi partnerami). Z całą pewnością pozycja Polski na unijnym rynku rolno-spożywczym nie odpowiada ani potencjałowi polskiego sektora żywnościowego, który w dalszym ciągu pozostaje jeszcze niedostatecznie wykorzystany, ani też ambicjom i oczekiwaniom naszych producentów⁷.

Wykres 2.7. Udział Polski w eksporcie rolno-spożywczym Unii Europejskiej (w procentach)



Źródło: obliczenia własne na podstawie: *External and intra-EU trade – statistical yearbook – Data 1958-2007*, EUROSTAT, European Commission 2009; *External and intra-EU trade – statistical yearbook – Monthly statistics – Issue number 10/2009*, EUROSTAT, European Commission 2009.

Obroty polskiego handlu zagranicznego produktami rolno-spożywczymi od połowy lat 90. aż do 2002 roku utrzymywały się na podobnym poziomie, a trudne warunki dostępu do zagranicznych rynków zbytu uniemożliwiały osiągnięcie dodatniego salda obrotów.

⁷ J. Rowiński charakteryzując pozycję polskiej gospodarki żywnościowej na jednolitym rynku europejskim analizuje wskaźnik intensywności eksportu, mierzonej jego wartością na hektar użytków rolnych i odnoszonej do przeciętnej intensywności w UE-27. Z analizy tego wskaźnika w 2007 roku wynika, że Polska wśród państw członkowskich UE znajduje się na czwartej pozycji od końca. Świadczy to o słabszej niż możliwa pozycji Polski na europejskim rynku artykułów rolno-spożywczych (por. J. Rowiński, *Wpływ integracji z Unią Europejską na handel zagraniczny artykułami rolno-spożywczymi* [w:] R. Urban (red.), *Stan polskiej gospodarki żywnościowej po przystąpieniu do Unii Europejskiej, Raport 6 (synteza)*, seria Program Wieloletni 2005-2009, Raport nr 145, IERiGŻ-PIB, Warszawa 2009).

W prognozach przedakcesyjnych przewidywano, że uzyskanie swobodnego dostępu do WRE będzie korzystne dla polskiego handlu zagranicznego produktami rolno-spożywczymi, ale z drugiej strony wskazywano na liczne zagrożenia wynikające z równoczesnego otwarcia polskiego rynku rolno-spożywczego dla unijnych producentów. Nikt nie spodziewał się jednak aż tak pomyślnego rozwoju sytuacji. Pierwsze lata naszego członkostwa w Unii Europejskiej były okresem niezwykle szybkiego wzrostu obrotów polskiego handlu zagranicznego produktami rolno-spożywczymi, nie tylko eksportu, ale i importu. W efekcie Polska z importera netto produktów rolno-spożywczych przekształciła się w ważnego eksportera netto. W początkowym okresie po akcesji zastanawiano się także, czy tak szybki wzrost eksportu nie jest zjawiskiem precedensowym, spowodowanym impulsem integracyjnym, i czy wkrótce nie ulegnie on spowolnieniu. Tymczasem pewne ograniczenie tempa wzrostu eksportu rolno-spożywczego i niewielki spadek salda wymiany nastąpił dopiero w 2007 roku. Bardziej znaczący spadek dodatniego salda obrotów handlu zagranicznego produktami rolno-spożywczymi miał miejsce w 2008 roku, ale wynikał on nie tyle z niższego tempa wzrostu eksportu, co ze znacznie większego niż w latach poprzednich tempa wzrostu importu. Wyniki handlu zagranicznego produktami rolno-spożywczymi za I półrocze 2009 roku są lepsze od spodziewanych. W porównaniu z I półroczem 2008 roku, niewielki spadek eksportu, przy jednoczesnym dużym ograniczeniu importu spowodował blisko dwukrotny wzrost dodatniego salda obrotów produktami rolno-spożywczymi.

Wzrost eksportu produktów rolno-spożywczych po wejściu do Unii Europejskiej był jednym z głównych czynników rozwoju przemysłu spożywczego. Udział eksportu w produkcji sprzedanej tego przemysłu wykazywał systematyczną tendencję wzrostową i w latach 2003-2008 zwiększył się o prawie 9 punktów procentowych (z blisko 14% do 23%). W tym czasie około 45% przyrostu produkcji tego sektora ulokowane zostało na rynkach zagranicznych. Oznacza to, że bez rozwoju eksportu, będącego efektem integracji z UE, przyrost produkcji sektora (w cenach stałych) wynosiłby w ostatnich latach nie 40%, lecz tylko około 22%⁸. Sprzedaż zagraniczna była nie tylko ważnym kanałem zbytu dla krajowego przemysłu spożywczego, gdyż zagospodarowywała dużą część rosnącej podaży produktów tego sektora, ale także stymulowała koniunkturę w wielu branżach i przyczyniła się do wzrostu rentowności sprzedaży przemysłu spożywczego (ze względu na wyższe ceny uzyskiwane w eksporcie produktów, lokowanych głównie na rynku unijnym).

⁸ R. Urban, *Wpływ integracji z Unią Europejską na polski przemysł spożywczy* [w:] R. Urban (red.), *Stan polskiej... Raport 6 (synteza)*, op. cit.

Handel rolno-spożywczy od lat był ważną częścią polskiego handlu zagranicznego. Udział eksportu rolno-spożywczego w eksporcie ogółem w latach 2000-2004 kształtował się w granicach 8-9%. W latach 2005-2008 wskaźnik ten wzrósł do blisko 10%. Udział importu rolno-spożywczego w imporcie ogółem był bardziej stabilny – chociaż niższy – i w latach 2000-2008 wahał się w przedziale 6-7%. W I półroczu 2009 roku udział eksportu rolno-spożywczego w eksporcie ogółem zwiększył się aż do 11,5%, a importu do 7,3%⁹. Rozwój handlu rolno-spożywczego ma zatem duże znaczenie dla rozwoju całego polskiego handlu zagranicznego. W warunkach, gdy obroty handlu zagranicznego produktami innych sektorów gospodarki spadają, wzrost nadwyżki w handlu produktami rolno-spożywczymi wpływa bowiem na zmniejszenie deficytu w polskim bilansie handlowym i płatniczym.

Tak dynamiczny wzrost eksportu produktów przemysłu spożywczego po 1 maja 2004 roku wynikał oczywiście ze swobody handlu Polski z innymi krajami UE. Nie mógłby się on jednak dokonać, gdyby nasza oferta handlowa nie była zarówno bezpieczna i dobra jakościowo, jak i atrakcyjna cenowo dla zagranicznych konsumentów. Rozwój eksportu produktów rolno-spożywczych i wysokie saldo obrotów handlu zagranicznego świadczą o dużej konkurencyjności polskich producentów żywności na rynkach zagranicznych i akceptacji naszych produktów przez konsumentów z innych krajów. W rozwoju eksportu dużą rolę odegrał także reeksport, tj. eksport wyrobów gotowych, wyprodukowanych z surowców importowanych z innych stref klimatycznych.

Najbliższe lata powinny być okresem dalszego rozwoju handlu zagranicznego produktami rolno-spożywczymi. Mimo głębokiej recesji w krajach będących odbiorcami polskiej żywności, brak jest wyraźnych oznak świadczących o wygasaniu tej korzystnej tendencji. Deprecjacja waluty krajowej pozwala na realizowanie relatywnie dużego polskiego eksportu żywności i zahamowuje tendencje wzrostowe jej importu. W efekcie pozwala to polskim producentom żywności na utrzymanie przewag konkurencyjnych i zachowanie względnie dobrej pozycji naszych produktów rolno-spożywczych na rynku światowym. Tak silne proeksportowe nastawienie polskiego sektora rolno-spożywczego spowoduje jednak, że będzie on coraz bardziej wrażliwy na zmiany czynników wpływających na handel rolno-spożywczy.

Obecnie trudno jest prognozować, jak będą się kształtować poszczególne czynniki wywierające silny wpływ na polski handel rolno-spożywczy. Najważ-

⁹ *Handel zagraniczny produktami rolno-spożywczymi. Stan i perspektywy*, nr 18-30, „Analizy Rynkowe” 2003-2009, IERiGŻ-PIB, ARR, MRiRW, Warszawa.

niejszy z nich jest z całą pewnością kurs wymiany złotego w stosunku do euro. Coraz silniejszy złoty redukuje opłacalność eksportu rolno-spożywczego (przy innych warunkach niezmiennych) i staje się zagrożeniem dla dalszej ekspansji eksportowej, bez której rozwój sektora żywnościowego będzie utrudniony. Aprecjacja złotego zwiększa jednocześnie opłacalność importu, a zatem jest czynnikiem stymulującym rozwój importu rolno-spożywczego. Deprecjacja złotego działa oczywiście odwrotnie – sprzyja rozwojowi eksportu i ogranicza tendencje wzrostowe importu. Wprawdzie wysoki obecnie eksport i dodatnie saldo obrotów handlu zagranicznego świadczą o konkurencyjności naszych producentów żywności i utrzymującej się opłacalności eksportu rolno-spożywczego, ale nie można lekceważyć wpływu wahań kursów walutowych na dalszy rozwój handlu zagranicznego. Według J. Rowińskiego eksporterzy, wiążąc się z odbiorcami na dłuższe okresy, powinni w średniookresowych kalkulacjach przyjmować kurs w wysokości około 4 złotych za 1 euro lub nieco niższy (wykazując większą ostrożność), np. 3,8 złotego za 1 euro¹⁰.

Wyniki handlu zagranicznego produktami rolno-spożywczymi będą determinowane także przez zmiany warunków lokowania towarów na zagranicznych rynkach zbytu, tj. przede wszystkim przez zmiany sytuacji cenowej na rynku światowym. Wzrost cen żywności na rynkach międzynarodowych może spowodować poprawę opłacalności eksportu większości produktów rolno-spożywczych, a ich spadek pogorszenie tej opłacalności i większe zainteresowanie importem. Nie można również zapominać o znaczeniu, jakie mają relacje cenowe między różnymi produktami, w tym między importowanymi surowcami i komponentami a eksportowanymi produktami przetworzonymi.

Nie sposób przewidzieć także, kiedy i czym zakończą się wielostronne negocjacje handlowe w ramach Światowej Organizacji Handlu (WTO), zwane Rundą Doha, i jak wpłyną one na sytuację na światowym i unijnym rynku rolno-spożywczym. J. Rowiński¹¹ uważa, że wprowadzenie w życie postanowień Rundy Doha może spowodować poważne pogorszenie warunków funkcjonowania gospodarek żywnościowych państw UE, w tym m.in. trwałą utratę części rynku międzynarodowego na skutek likwidacji wszystkich form wspierania eksportu rolno-spożywczego poza UE oraz utratę części rynku wewnętrznego, gdyż cła *ad valorem* w wysokości 20-30% mogą stanowić zbyt słabą ochronę

¹⁰ J. Rowiński, *Wpływ integracji z Unią Europejską na handel zagraniczny...*, op. cit.

¹¹ J. Rowiński, *Liberalizacja międzynarodowego handlu rolnego a Wspólna Polityka Rolna i konkurencyjność rolnictwa Unii Europejskiej* [w:] I. Szczepaniak (red.), *Wybrane aspekty konkurencyjności polskich producentów żywności*, seria Program Wieloletni 2005-2009, Raport nr 110, IERiGŻ-PIB, Warszawa 2009.

dla niektórych unijnych rynków rolnych. Ostateczną konsekwencją postanowień Rundy Doha może być w długim okresie zmniejszenie poziomu samowystarczalności żywnościowej i uzależnienie pełnego zaopatrzenia UE od importu niektórych podstawowych artykułów żywnościowych strefy klimatu umiarkowanego, w tym niektórych rodzajów mięsa i artykułów mleczarskich. Import żywności i surowców rolnych produkowanych w tej strefie, ale spoza obszaru Wspólnoty, mający obecnie charakter uzupełniający, konkurowałby na niemal równych warunkach z produkcją sektora żywnościowego Unii Europejskiej.

3. Rola wymiany zagranicznej w sprzedaży podstawowych działów produkcji rolniczej i poszczególnych branż przemysłu spożywczego

Z powszechnie stosowanej w badaniach nad konkurencyjnością definicji OECD wynika, że konkurencyjność gospodarki to zdolność do sprostania konkurencji międzynarodowej, a więc zdolność realizowania znaczącego eksportu, przy jednoczesnym utrzymaniu wysokiego poziomu i tempa wzrostu popytu wewnętrznego, bez pogorszenia salda obrotów bieżących¹². Zgodnie z metodologią przyjętą w poprzednich raportach¹³, konkurencyjność polskich producentów żywności można określić zatem jako zdolność lokowania się krajowych producentów żywności na rynkach zagranicznych – zarówno na rynku unijnym, jak i na rynkach trzecich – oraz zdolność rozwijania efektywnego eksportu.

Takie podejście do zagadnień konkurencji i konkurencyjności wynika z faktu, że konkurencja obecnie niezwykle rzadko ogranicza się tylko do danego państwa czy regionu geograficznego, a niemal wszystkie podmioty gospodarcze muszą zmierzać się z silną konkurencją o charakterze międzynarodowym. Ostatnie lata, naznaczone zjawiskiem przyspieszonej transformacji systemowej, jak również rozwojem procesów globalizacji i integracji międzynarodowej doprowadziły bowiem do diametralnej zmiany warunków konkurencji. Obecnie konkurencja międzynarodowa z reguły nie jest już ograniczana przez czynniki geograficzne oraz bariery instytucjonalne tworzone przez poszczególne państwa lub ich ugrupowania, a zatem nie dotyczy tylko rynków regionalnych lub narodowych.

Międzynarodowa konkurencyjność nabrała również szczególnego znaczenia dla polskiej gospodarki żywnościowej, która w pogoni za gospodarkami krajów wyżej rozwiniętych, przechodzi znaczne przeobrażenia rynkowe, dostosowujące ją do wymogów konkurencyjnego rynku. W epoce internacjonalizacji życia gospodarczego została ona z całą bezwzględnością wystawiona na niczym nieograniczoną konkurencję międzynarodową. Oczywiście stało się, że polscy producenci żywności, aby rozwijać się i odnosić sukcesy, powinni być konkurencyjni w stosunku do przedsiębiorstw funkcjonujących zarówno na Wspólnym Rynku Europejskim, jak i na rynkach trzecich.

¹² E. Skawińska (red.), *Konkurencyjność przedsiębiorstw – nowe podejście*, PWN, Warszawa 2002.

¹³ I. Szczepaniak, *Ocena konkurencyjności polskich producentów żywności*, seria Program Wieloletni 2005-2009, Raport nr 15, IERiGŻ-PIB, Warszawa 2005; I. Szczepaniak (red.), *Ocena zmian konkurencyjności polskich producentów żywności po wejściu do UE*, seria Program Wieloletni 2005-2009, Raport nr 37, IERiGŻ-PIB, Warszawa 2006; I. Szczepaniak (red.), *Ocena rozwoju konkurencyjności polskich producentów żywności po integracji z Unią Europejską*, seria Program Wieloletni 2005-2009, Raport nr 99, IERiGŻ-PIB, Warszawa 2008.

Zgodnie z przyjętą metodologią, jednym z podstawowych wskaźników służących do oceny konkurencyjności jest wskaźnik orientacji eksportowej, czyli udział eksportu w sprzedaży. Na potrzeby analizy konkurencyjności polskich producentów żywności po wejściu Polski do UE systematycznie od 2004 roku prowadzona jest zatem ocena następujących relacji:

- wartości eksportu z Polski (ogółem i do UE-25/27), importu do Polski (ogółem i z UE-25/27) oraz salda tych obrotów w głównych działach rolnictwa do wartości produkcji sprzedanej w tych działach;
- wartości eksportu z Polski (ogółem i do UE-25/27), importu do Polski (ogółem i z UE-25/27) oraz salda tych obrotów w głównych działach przemysłu spożywczego do wartości produkcji sprzedanej w tych działach.

Podstawowe działy produkcji rolniczej charakteryzują się bardzo zróżnicowaną konkurencyjnością (por. aneks 3.1). Relacja wartości wymiany zagranicznej do wartości sprzedaży produktów rolnictwa wskazuje, że silną orientację eksportową w latach 2004-2008 wykazywały takie działy produkcji rolniczej, jak: produkcja owoców i warzyw, chów bydła i cieląt oraz owiec i kóz (tab. 3.1). Znaczący był również eksport koni. W tych działach, z wyjątkiem sektora produkcji owoców, występowała także duża nadwyżka eksportu nad importem. W sektorze produkcji owoców, mimo dużego eksportu, odnotowano ujemne saldo obrotów, co związane jest z wysoką rolą importu owoców pochodzących z innych stref klimatycznych.

W latach 2004-2008 wskaźniki orientacji eksportowej produktów rolnictwa wykazywały różnokierunkowe zmiany. W produkcji warzyw nastąpił istotny wzrost orientacji eksportowej, a w przypadku owoców udział eksportu w sprzedaży był względnie stabilny, chociaż wzrosło znaczenie importu, co skutkowało pogłębieniem się ujemnego salda obrotów owocami. W takich grupach produktów, jak bydło i cielęta, owce i kozy oraz konie wskaźnik orientacji eksportowej wykazywał tendencję spadkową, ale nadal pozostał dość znaczący.

Pozostałe grupy produktów rolnictwa charakteryzowały się we wszystkich latach znacznie niższą orientacją eksportową (tab. 3.2). Niewielka była także na ogół w tych sektorach rola importu. Jedynie w sektorze produkcji zbóż (za sprawą kukurydzy i jęczmienia) rola importu była bardziej znacząca i w sektorze tym odnotowano ujemne saldo wymiany zagranicznej. W latach 2005-2007 istotną tendencją wzrostową charakteryzował się eksport zbóż, w tym zwłaszcza owsa i jęczmienia. Nowym zjawiskiem był postępujący z każdym rokiem wzrost udziału eksportu w sprzedaży jaj konsumpcyjnych, co zaowocowało znaczącym zwiększeniem salda obrotów handlowych tą grupą produktów.

Tabela 3.1. Produkty rolnictwa o najwyższym udziale wartości eksportu w wartości sprzedaży

Wyszczególnienie	Rok	Udział procentowy wyników handlu zagranicznego w wartości sprzedaży produktów rolnictwa (w cenach bazowych)		
		eksport	import	eksport netto
Warzywa	2004	32,8	19,5	13,3
	2006	41,8	25,8	16,0
	2008	49,7	38,0	11,7
Owoce	2004	35,5	83,7	-48,2
	2006	28,2	85,5	-57,3
	2008	37,8	107,6	-69,8
Bydło i cielęta	2004	30,4	0,4	30,0
	2006	24,4	0,2	24,2
	2008	11,7	0,2	11,5
Owce i kozy	2004	106,5	5,5	101,0
	2006	79,8	0,2	79,6
	2008	38,6	2,3	36,3
Konie	2004	86,5	7,7	78,8
	2006	57,2	4,5	52,7
	2008	30,7	3,9	26,8

Źródło: obliczenia własne na podstawie zestawień wartości sprzedaży produktów rolnictwa (w cenach bazowych) i wyników handlu zagranicznego produktami żywnościowymi, przygotowanych przez D. Zawadzka i P. Szajnera przy wykorzystaniu danych GUS oraz MF i CAAC.

Tabela 3.2. Produkty rolnictwa o przeciętnym i najniższym udziale wartości eksportu w wartości sprzedaży (poniżej 25%)

Wyszczególnienie	Rok	Udział procentowy wyników handlu zagranicznego w wartości sprzedaży produktów rolnictwa (w cenach bazowych)		
		eksport	import	eksport netto
Zboża	2004	3,5	18,2	-14,7
	2006	18,5	22,3	-3,8
	2008	9,0	39,1	-30,1
Ziemniaki	2004	2,0	3,5	-1,5
	2006	0,3	5,2	-4,9
	2008	0,5	3,0	-2,5
Trzoda chlewna	2004	0,7	0,9	-0,2
	2006	3,3	0,8	2,5
	2008	2,2	3,5	-1,3
Drób	2004	1,1	3,0	-1,9
	2006	1,7	4,4	-2,7
	2008	1,2	3,3	-2,1
Jaja	2004	4,4	1,8	2,6
	2006	9,6	3,4	6,2
	2008	17,8	4,1	13,7
Mleko	2004	0,5	0,0	0,5
	2006	2,6	0,4	2,2
	2008	2,0	0,5	1,5

Źródło: obliczenia własne na podstawie zestawień wartości sprzedaży produktów rolnictwa (w cenach bazowych) i wyników handlu zagranicznego produktami żywnościowymi, przygotowanych przez D. Zawadzka i P. Szajnera przy wykorzystaniu danych GUS, MF i CAAC.

Poszczególne działy przetwórstwa spożywczego również charakteryzują się bardzo zróżnicowaną konkurencyjnością (por. aneks 3.2-3.9). Relacja wartości wymiany zagranicznej wybranymi produktami przemysłu spożywczego do wartości ich sprzedaży wskazuje, że szczególnie silną orientację eksportową w latach 2004-2008 wykazywały takie branże przemysłu spożywczego, jak: przetwórstwo ryb, przetwórstwo ziemniaków i produkcja skrobi, produkcja soków i napojów owocowych i warzywnych oraz pozostałych przetworów owocowo-warzywnych, produkcja karmy dla zwierząt domowych, produkcja pieczywa cukierniczego trwałego oraz czekolady i pozostałych słodczy, przetwórstwo kawy i herbaty, produkcja przypraw oraz odżywek i żywności dietetycznej, a także tytoniu i wyrobów tytoniowych (tab. 3.3). W kolejnych latach naszego członkostwa w Unii Europejskiej te działy produkcji żywności z reguły utrzymały lub zwiększyły udział eksportu w sprzedaży swoich produktów, chociaż odnotowano również pojedyncze przykłady spadku roli eksportu. Równocześnie można zauważyć, że większość działów przemysłu spożywczego charakteryzujących się największą orientacją eksportową zależna była jednocześnie od importu surowców.

Podstawowe działy przemysłu spożywczego charakteryzowały się w latach 2004-2008 orientacją eksportową zbliżoną do przeciętnej w całym przemyśle spożywczym. Należały do nich takie sektory produkcji żywności, jak: produkcja mięsa (w tym zarówno czerwonego, jak i drobiowego), produkcja olejów, margaryn i pozostałych tłuszczów roślinnych, przetwórstwo mleka i produkcja lodów, a także produkcja cukru oraz napojów spirytusowych (tab. 3.4).

Jednocześnie w części z tych działów dało się zauważyć w kolejnych latach zjawisko znaczącego wzrostu udziału eksportu w sprzedaży. Chodzi tu przede wszystkim o sektor olejów, margaryn i pozostałych tłuszczów, a w dalszej kolejności także produkcję mięsa czerwonego i drobiowego oraz mleka, przetworów mleczarskich i lodów. W przyszłych okresach może to skutkować przemieszczeniem się tych działów do grupy branż o najwyższej konkurencyjności.

Działami przemysłu spożywczego o niskiej konkurencyjności i niewykazujących cech orientacji eksportowej w latach 2004-2008 były: produkcja pieczywa świeżego, produkcja pasz dla zwierząt hodowlanych oraz sektor winiarski i piwowarski, a w dalszej kolejności także produkcja wyrobów ciastkarskich i makaronów. Jednak i w tej grupie sektorów widoczne było zjawisko rosnącej orientacji eksportowej – zwłaszcza w produkcji przetworów mięsnych i zbożowych oraz napojów bezalkoholowych (tab. 3.5). Jeśli tendencja ta utrzyma się, to działy te również będą mogły przesunąć się do grupy działów o wyższej konkurencyjności.

Tabela 3.3. Działy przemysłu spożywczego o najwyższym udziale wartości eksportu w wartości sprzedaży

Wyszczególnienie	Rok	Udział procentowy wyników handlu zagranicznego w wartości sprzedaży przemysłu spożywczego (w cenach bazowych)		
		eksport	import	eksport netto
Ryby i przetwory rybne	2004	61,5	64,8	-3,3
	2006	57,6	61,1	-3,5
	2008	56,4	60,7	-4,3
	I półr. 2009	52,2	54,8	-2,6
Skrobia i przetwory ziemniaczane	2004	33,2	20,1	13,1
	2006	43,7	40,1	3,6
	2008	82,6	72,0	10,6
	I półr. 2009	38,8	30,4	8,4
Soki i napoje owocowe i warzywne	2004	43,7	10,7	33,0
	2006	47,4	12,9	34,5
	2008	43,6	11,7	31,9
	I półr. 2009	37,7	12,7	25,0
Przetwory owocowo-warzywne	2004	42,2	13,4	28,8
	2006	38,0	16,6	21,4
	2008	38,1	17,9	20,2
	I półr. 2009	53,1	24,1	29,0
Karma dla zwierząt domowych	2004	30,6	18,2	12,4
	2006	33,0	21,3	11,7
	2008	22,1	25,8	-3,7
	I półr. 2009	11,4	18,8	-7,4
Pieczywo cukiernicze trwałe	2004	51,8	15,8	36,0
	2006	64,1	16,9	47,2
	2008	71,9	22,9	49,0
	I półr. 2009	74,8	21,9	52,9
Kakao, czekolada i pozostałe słodyczne	2004	29,8	25,0	4,8
	2006	31,3	26,9	4,4
	2008	31,7	27,0	4,7
	I półr. 2009	37,9	28,7	9,2
Herbata i kawa	2004	51,8	100,7	-48,9
	2006	81,1	141,6	-60,5
	2008	79,8	130,5	-50,7
	I półr. 2009	79,7	125,4	-45,7
Przyprawy	2004	27,6	30,1	-2,5
	2006	22,4	26,1	-3,7
	2008	30,6	24,3	6,3
	I półr. 2009	15,8	11,2	4,6
Odżywki oraz żywność dietetyczna	2004	17,6	24,6	-7,0
	2006	22,4	26,1	-3,7
	2008	40,7	18,9	21,8
	I półr. 2009	34,4	20,4	14,0
Tytoń i wyroby tytoniowe	2004	16,4	32,7	-16,3
	2006	40,7	27,1	13,6
	2008	86,7	34,1	52,6
	I półr. 2009	89,2	43,3	45,9

Źródło: obliczenia własne na podstawie zestawień wartości sprzedaży przemysłu spożywczego (w cenach bazowych) i wyników handlu zagranicznego produktami żywnościowymi, przygotowanych przez J. Drożdż i P. Szajnera przy wykorzystaniu niepublikowanych danych GUS, MF, CAAC.

Tabela 3.4. Działy przemysłu spożywczego o przeciętnym udziale wartości eksportu w wartości sprzedaży

Wyszczególnienie	Rok	Udział procentowy wyników handlu zagranicznego w wartości sprzedaży przemysłu spożywczego (w cenach bazowych)		
		eksport	import	eksport netto
Mięso czerwone	2004	12,5	10,9	1,6
	2006	19,7	11,2	8,5
	2008	21,5	23,7	-2,2
	I półr. 2009	22,9	25,1	-2,2
Mięso drobiowe	2004	21,1	7,5	13,6
	2006	36,9	6,7	30,2
	2008	25,7	3,9	21,8
	I półr. 2009	20,5	3,8	16,7
Oleje, margaryny i pozostałe tłuszcze	2004	9,8	45,5	-35,7
	2006	25,7	43,1	-17,4
	2008	26,8	39,9	-13,1
	I półr. 2009	27,8	33,9	-6,1
Mleko i przetwory z mleka	2004	17,0	3,2	13,8
	2006	20,8	4,0	16,8
	2008	21,7	6,0	15,7
	I półr. 2009	19,1	5,9	13,2
Lody	2004	8,5	2,2	6,3
	2006	18,6	4,8	13,8
	2008	22,0	7,5	14,5
	I półr. 2009	18,8	6,7	12,1
Cukier	2004	14,9	1,7	13,2
	2006	20,9	4,2	16,7
	2008	15,3	6,2	9,1
	I półr. 2009	14,6	18,4	-3,8
Napoje spirytusowe	2004	13,4	8,7	4,7
	2006	15,0	12,7	2,3
	2008	10,4	18,6	-8,2
	I półr. 2009	12,7	19,5	-6,8

Źródło: obliczenia własne na podstawie zestawień wartości sprzedaży przemysłu spożywczego (w cenach bazowych) i wyników handlu zagranicznego produktami żywnościowymi, przygotowanych przez J. Drożdż i P. Szajnera przy wykorzystaniu niepublikowanych danych GUS, MF i CAAC.

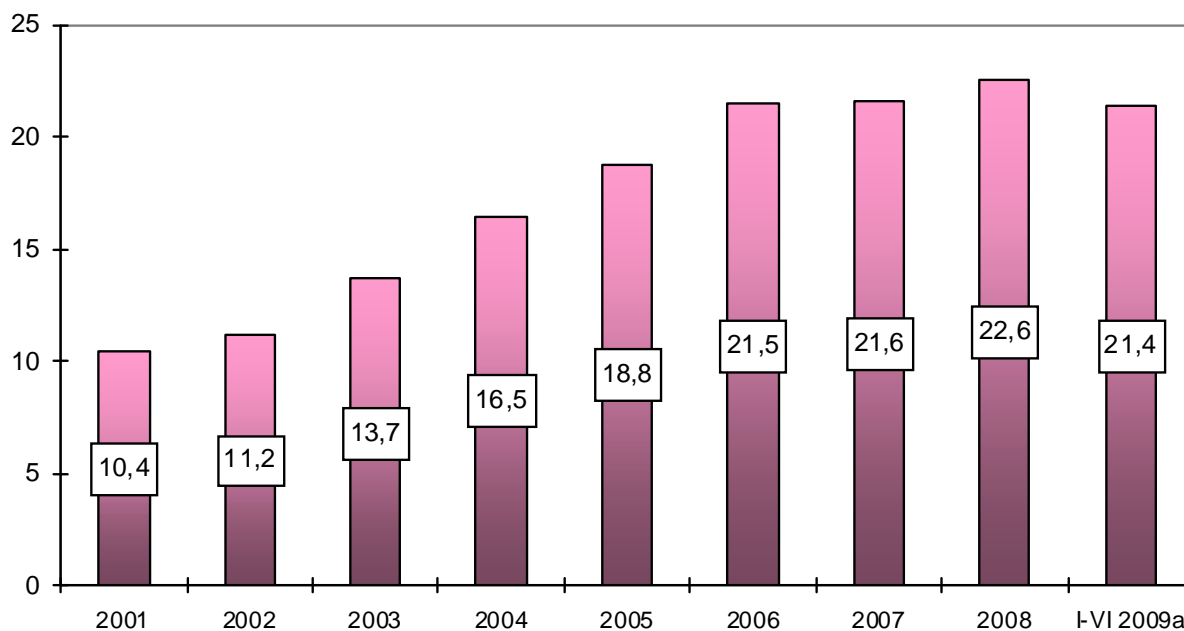
Tabela 3.5. Działy przemysłu spożywczego o najniższym udziale wartości eksportu w wartości sprzedaży

Wyszczególnienie	Rok	Udział procentowy wyników handlu zagranicznego w wartości sprzedaży przemysłu spożywczego (w cenach bazowych)		
		eksport	import	eksport netto
Przetwory z mięsa czerwonego i drobiowego	2004	7,9	0,7	7,2
	2006	8,5	1,2	7,3
	2008	11,0	2,2	8,8
	I półr. 2009	15,7	2,7	13,0
Przetwory zbożowe	2004	5,6	7,3	-1,7
	2006	8,6	7,8	0,8
	2008	11,3	8,2	3,1
	I półr. 2009	16,8	11,0	5,8
Pasze dla zwierząt hodowlanych	2004	0,0	23,9	-23,9
	2006	0,0	21,1	-21,1
	2008	0,0	21,9	-21,9
	I półr. 2009	0,0	38,5	-38,5
Pieczywo świeże	2004	0,4	0,3	0,1
	2006	0,4	0,4	0,0
	2008	0,5	0,6	-0,1
	I półr. 2009	0,5	0,8	-0,3
Wyroby ciastkarskie	2004	6,3	0,8	5,5
	2006	11,0	2,9	8,1
	2008	10,4	3,5	6,9
	I półr. 2009	5,4	4,2	1,2
Makarony	2004	11,8	13,2	-1,4
	2006	8,3	20,7	-12,4
	2008	6,0	28,9	-22,9
	I półr. 2009	6,2	21,6	-15,4
Wina	2004	1,4	41,1	-39,7
	2006	2,8	75,5	-72,7
	2008	2,5	53,1	-50,6
	I półr. 2009	4,6	79,4	-74,8
Piwo i słód	2004	2,4	4,7	-2,3
	2006	3,2	3,9	-0,7
	2008	3,9	7,5	-3,6
	I półr. 2009	3,6	6,0	-2,4
Napoje bezalkoholowe	2004	7,8	3,2	4,6
	2006	11,6	5,3	6,3
	2008	10,9	7,5	3,4
	I półr. 2009	9,1	3,9	5,2

Źródło: obliczenia własne na podstawie zestawień wartości sprzedaży przemysłu spożywczego (w cenach bazowych) i wyników handlu zagranicznego produktami żywnościowymi, przygotowanych przez J. Drożdż i P. Szajnera przy wykorzystaniu niepublikowanych danych GUS, MF i CAAC.

Wzrost udziału eksportu w sprzedaży poszczególnych działów przemysłu spożywczego miał bezpośrednie przełożenie na rozwój orientacji eksportowej i konkurencyjność całego przemysłu spożywczego. Udział sprzedaży zagranicznej w całkowitej sprzedaży tego przemysłu w latach 2003-2008 zwiększył się o prawie 9 punktów procentowych (z 13,7% do 22,6%). W porównaniu z rokiem 2001 oznacza to ponad dwukrotny wzrost wskaźnika orientacji eksportowej przemysłu spożywczego (por. wykres 3.1). W I półroczu 2009 roku udział eksportu w sprzedaży przemysłu spożywczego obniżył się o ponad 1 p.p., ale nadal pozostaje wysoki.

Wykres 3.1. Udział eksportu w produkcji sprzedanej przemysłu spożywczego (w procentach)

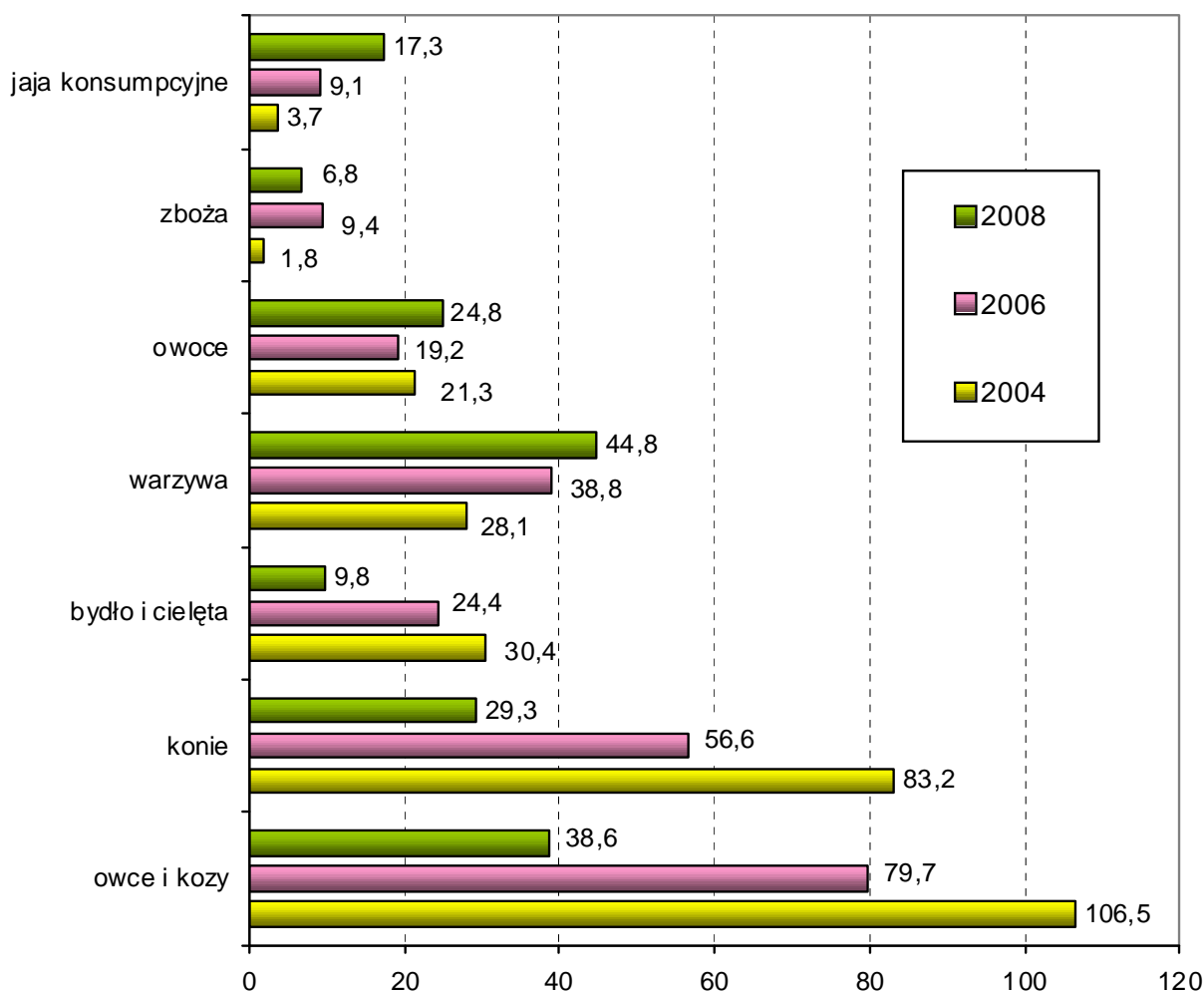


^a szacunek

Źródło: opracowanie R. Urbana na podstawie danych GUS i MRiRW.

Relacje wyników handlu zagranicznego wybranymi produktami rolnictwa z krajami członkowskimi Unii Europejskiej do wartości sprzedaży tych produktów w latach 2004-2008 potwierdzają zaobserwowane zróżnicowanie orientacji eksportowej. Wśród produktów rolnictwa najwyższą orientacją eksportową do UE charakteryzowała się produkcja owiec i kóz, koni, bydła i cieląt oraz owoców i warzyw (por. wykres 3.2, aneks 3.10).

Wykres 3.2. Produkty rolnictwa o najwyższym udziale wartości eksportu do UE-25/27^a w wartości sprzedaży (w procentach)



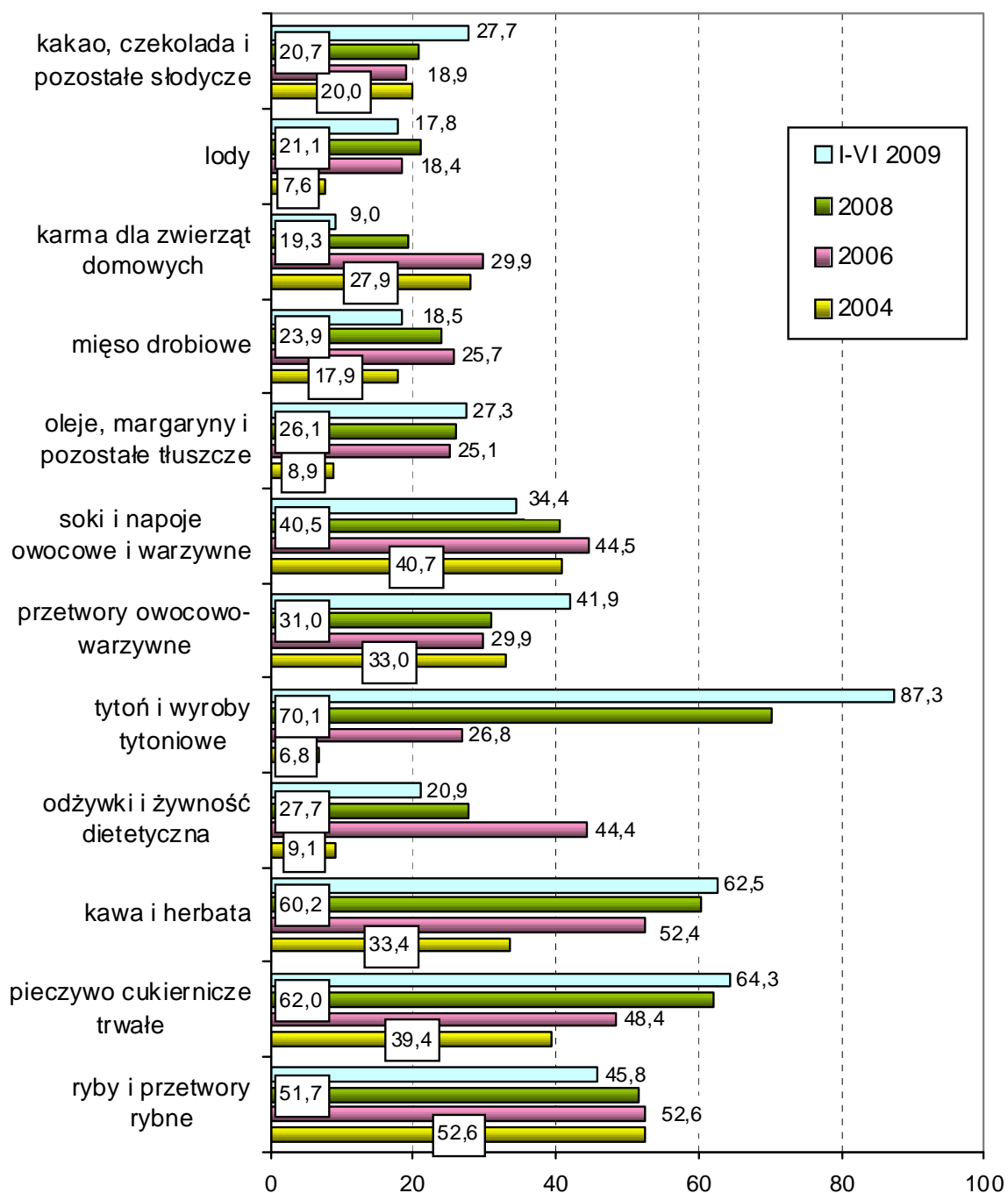
^a do 2006 roku dane dla UE-25, w 2008 roku dla UE-27

Źródło: obliczenia własne na podstawie zestawień wartości sprzedaży produktów rolnictwa (w cenach bazowych) i wyników handlu zagranicznego produktami żywnościowymi, przygotowanych przez D. Zawadzką i P. Szajnera przy wykorzystaniu danych GUS, MF i CAAC.

Spośród produktów przemysłu spożywczego najwyższy udział eksportu do Unii Europejskiej w przychodach ze sprzedaży odnotowano w następujących działach: przetwórstwo ryb, produkcja pieczywa cukierniczego trwałego oraz kawy i herbaty, produkcja tytoniu i wyrobów tytoniowych, a także produkcja soków i napojów owocowych i warzywnych oraz pozostałych przetworów owocowo-warzywnych (por. wykres 3.3, aneks 3.11-3.18). Większość tych branż zależna była także od importu surowców z krajów Unii.

Analiza udziału wymiany handlowej produktami rolno-spożywczymi z UE-25/27 w całkowitych obrotach tą grupą produktów w latach 2004-2009 (por. aneks 3.19-3.20) potwierdza natomiast powszechny, dominujący i rosnący udział w tej wymianie krajów rozszerzonej Wspólnoty.

Wykres 3.3. Działy przemysłu spożywczego o najwyższym udziale wartości eksportu do UE-25/27^a w wartości sprzedaży (w procentach)



^a do 2006 roku dane dla UE-25, a od 2008 roku dla UE-27

Źródło: obliczenia własne na podstawie zestawień wartości sprzedaży przemysłu spożywczego (w cenach bazowych) i wyników handlu zagranicznego produktami żywnościowymi, przygotowanych przez J. Drożdż i P. Szajnera przy wykorzystaniu niepublikowanych danych GUS, MF i CAAC.

Wzrost orientacji eksportowej poszczególnych działów rolnictwa i przemysłu spożywczego oraz umocnienie pozycji naszych producentów na rozszerzonym rynku europejskim w ciągu przeszło pięciu lat funkcjonowania Polski

w ramach Wspólnoty Europejskiej udowodniły, że polscy producenci żywności byli dobrze przygotowani do członkostwa w Unii Europejskiej i że znakomicie poradzi sobie na tym trudnym rynku. Wzrost pozycji polskich producentów żywności na rynku Unii Europejskiej nie byłby jednak możliwy, gdyby nie osiągnęli oni przewag konkurencyjnych nad producentami z innych państw UE, tj. gdyby nie zaoferowali unijnym konsumentom produktów odpowiadających ich oczekiwaniom, a jednocześnie lepszych niż oferty konkurencji. Podstawą budowania przewag konkurencyjnych w tym sektorze w pierwszym okresie po akcesji Polski do Unii Europejskiej były przede wszystkim niższe ceny produktów. Z każdym rokiem naszego członkostwa, wraz z procesem wyrównywania się cen między poszczególnymi państwami Unii, coraz większego znaczenia nabierają przewagi o charakterze jakościowym, innowacyjnym, czy też wynikające z zastosowania wyższego kapitału intelektualnego. Także pozyskanie i właściwe wykorzystanie funduszy unijnych może stanowić ważny instrument budowania przewag konkurencyjnych polskich firm spożywczych.

4. Ocena wskaźnikowa konkurencyjności handlu produktami rolno-spożywczymi¹⁴

W rozdziale tym omówiono zmiany konkurencyjności polskiego handlu rolno-spożywczego, wykorzystując wybrane wskaźniki konkurencyjności, tj. wskaźnik ujawnionych przewag komparatywnych (RCA) w eksporcie i wskaźnik Lafaya (LFI) oraz wskaźnik handlu wewnątrzgałęziowego H. Grubela i P. Lloyda (GL).

Badanie ujawnionych przewag komparatywnych polega na ustaleniu, czy udział danego produktu w eksporcie danego kraju jest wyższy (niższy) od udziału tego produktu w światowym eksporcie na określony rynek. Produkt jest konkurencyjny, gdy dany kraj posiada ujawnione przewagi komparatywne w jego eksporcie na określony rynek, o czym świadczy wyższy udział danej grupy produktów w eksporcie danego kraju od udziału tej grupy produktów w światowym eksporcie na określony rynek.

Wskaźnik Lafaya jest natomiast wskaźnikiem konkurencyjności handlu zagranicznego, który bazuje na strumieniach eksportu i importu danego kraju, a w szczególności na charakterze salda obrotów handlowych. Nadwyżka w handlu danym produktem jest utożsamiana z posiadaniem przewag komparatywnych w eksporcie tego produktu, natomiast deficyt – z brakiem takich przewag.

Wskaźnik H. Grubela i P. Lloyda jest z kolei miernikiem intensywności handlu wewnątrzgałęziowego. Wartość tego wskaźnika oznacza przybliżony udział handlu wewnątrzgałęziowego w handlu ogółem. Im jest on wyższy, tym większą część wymiany handlowej można tłumaczyć rozwojem handlu wewnątrzgałęziowego, a im niższy – tym wyższy jest udział wymiany międzygałęziowej.

Dla zapewnienia pełnej porównywalności wyników obliczeń, analizę oparto na danych handlowych z bazy WITS – World Integrated Trade Solution (Comtrade, HS – Harmonized System, 2002 oraz 1996), wyrażonych w USD.

¹⁴ Rozdział ten został opracowany na podstawie: Ł. Ambroziak, *Analiza zmian w handlu artykułami rolno-spożywczymi nowych państw członkowskich po akcesji do Unii Europejskiej* (red. I. Szczepaniak, R. Urban), seria Program Wieloletni 2005-2009, Raport nr 130, IERiGŻ-PIB, Warszawa 2009 oraz Ł. Ambroziak, *Analiza zmian w handlu artykułami rolno-spożywczymi nowych państw członkowskich w 2008 roku*, materiał niepublikowany, IERiGŻ-PIB, Warszawa 2009.

4.1. Wskaźnik ujawnionych przewag komparatywnych (RCA) w eksporcie artykułów rolno-spożywczych

Jedną z miar poziomu konkurencyjności eksportu są wskaźniki ujawnionych przewag komparatywnych (*Revealed Comparative Advantage – RCA*). Ich istota polega na określeniu, czy udział danego produktu (grupy produktów) w eksporcie danego kraju jest wyższy (niższy) od udziału tego produktu (grupy produktów) w światowym eksporcie na określony rynek.

Wskaźniki RCA obliczono według następującego wzoru:

$$RCA_i = \frac{X_{ij}}{\sum_{i=1}^n X_{ij}} : \frac{X_{iw}}{\sum_{i=1}^n X_{iw}}$$

gdzie:

X_{ij} – eksport i -tego produktu przez kraj j na dany rynek m ,

X_{iw} – eksport i -tego produktu przez grupę krajów w na dany rynek m ,

n – liczba produktów (sekcji bądź działów HS) – tutaj całość wymiany handlowej danego kraju (tj. łącznie artykuły rolno-spożywcze, mineralne i przemysłowe).

Gdy wskaźnik RCA przyjmuje wartości wyższe od 1, tj. udział danego produktu czy grupy produktów w eksporcie danego kraju jest wyższy od udziału tego produktu czy grupy produktów w światowym eksporcie na określony rynek (np. światowy, unijny, pozaunijny) – badany kraj posiada ujawnione przewagi komparatywne w eksporcie na ten rynek. W przeciwnym razie, gdy wskaźnik przyjmuje wartości niższe od 1 (udział danego produktu/grupy produktów w eksporcie danego kraju jest niższy niż udział tego produktu/grupy produktów w światowym eksporcie na określony rynek) – badany kraj nie posiada ujawnionych przewag komparatywnych w eksporcie na ten rynek.

O posiadaniu czy braku ujawnionych przewag komparatywnych będzie zatem decydować to, czy udział danego produktu w eksporcie analizowanego kraju na wybrany rynek jest wyższy czy niższy niż odpowiedni udział tego produktu w eksporcie wszystkich państw świata na ten rynek.

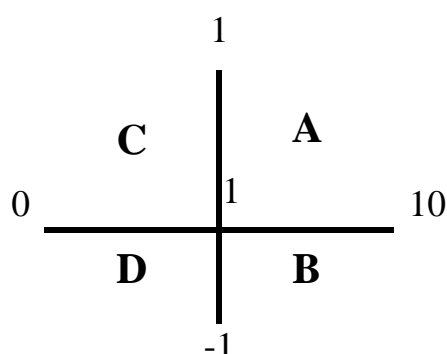
W niniejszej analizie wyznaczono wskaźniki ujawnionych przewag komparatywnych RCA w eksporcie rolno-spożywczym Polski na kilka wybranych rynków m , tj. rynek światowy, rynek państw UE-15, UE-10 oraz rynek państw trzecich (spoza UE-25¹⁵) – por. aneks 4.1.

¹⁵ Na potrzeby analizy, w celu zapewnienia porównywalności danych, wśród państw określanych jako „państwa spoza UE-25” znalazły się również Bułgaria i Rumunia, które wstąpiły do UE w dniu 1.01.2007 roku. O takim podziale zdecydował fakt, iż w okresie objętym analizą, państwa te były członkiem Wspólnoty Europejskiej tylko przez okres dwóch lat.

Na wykresie 4.1 przedstawiono wskaźniki RCA w 2008 roku oraz ich zmiany w latach 2003-2008 w eksporcie rolno-spożywczym Polski na rynek światowy według działów HS (działy 01-24 HS). Na osi poziomej wykresu odznaczono wartości wskaźników RCA w 2008 roku, a na osi pionowej zmiany wartości tego wskaźnika w latach 2003-2008. W celu zapewnienia jak największej przejrzystości danych dla osi poziomej (wskaźniki RCA) zastosowano logarytmiczną skalę wartości. Kombinacja tych dwóch wielkości pozwala podzielić obszar wykresu na cztery pola (por. poniższy schemat):

- A – wskaźnik RCA > 1 w 2008 roku i jego poprawa w latach 2003-2008,
- B – wskaźnik RCA > 1 w 2008 roku i jego pogorszenie w latach 2003-2008,
- C – wskaźnik RCA < 1 w 2008 roku i jego poprawa w latach 2003-2008,
- D – wskaźnik RCA < 1 w 2008 roku i jego pogorszenie w latach 2003-2008.

Schemat wykresów przedstawiających wartości wskaźnika RCA i jego zmiany

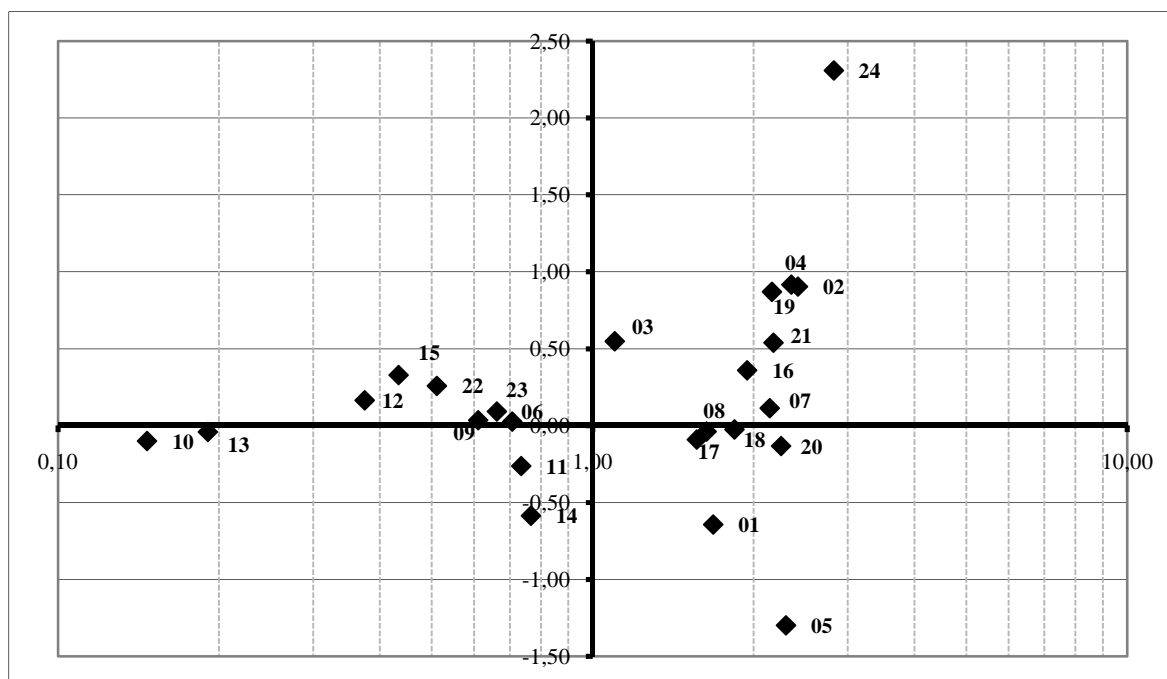


W polu A znajdują się te działy, w których w pierwszych latach członkostwa w UE nastąpiło umocnienie pozycji konkurencyjnej i w 2008 roku posiadały ujawnione przewagi komparatywne w eksporcie tych grup towarów. Pole B obejmuje grupy produktów, które pogorszyły swoją pozycję konkurencyjną w omawianym okresie, a mimo to udało im się utrzymać ujawnione przewagi komparatywne w eksporcie. Natomiast w polu C znajdują się działy, które mimo umocnienia pozycji konkurencyjnej po akcesji nie zdołały osiągnąć ujawnionych przewag komparatywnych. Z kolei pole D obejmuje te grupy towarów, w których nastąpiło pogorszenie pozycji konkurencyjnej przy braku ujawnionych przewag komparatywnych w 2008 roku.

W polskim eksporcie rolno-spożywczym na rynek światowy najwyższe wskaźniki RCA charakteryzowały tytoń i wyroby tytoniowe (24), mięso i podroby jadalne (02), produkty mleczarskie (04), pozostałe produkty pochodzenia zwierzęcego (05) oraz przetwory z warzyw i owoców (20) – por. wykres 4.1. Pozycja

konkurencyjna tych dwóch ostatnich grup po akcesji osłabiła się, a pierwszych trzech – wyraźnie umocniła. W przypadku wyrobów tytoniowych szczególnie wyraźny wzrost przewag komparatywnych miał miejsce w eksporcie do pozostałych nowych państw członkowskich (por. aneks 4.1). W 2008 roku udział tych wyrobów w polskim eksporcie (ogółem) na rynki państw UE-10 był aż ponad siedmiokrotnie wyższy niż odpowiedni udział w światowym eksporcie (ogółem) na te rynki. Podobnie w eksporcie mięsa i podrobów jadalnych największa poprawa pozycji konkurencyjnej dotyczyła krajów UE-10. Natomiast w eksporcie produktów mleczarskich pozycja konkurencyjna najbardziej poprawiła się w stosunku do krajów UE-15. W tych dwóch ostatnich przypadkach w dostawach do krajów trzecich nastąpiło znaczne pogorszenie naszej pozycji konkurencyjnej.

Wykres 4.1. Wskaźniki RCA w eksporcie artykułów rolno-spożywczych Polski na rynek światowy w 2008 roku oraz jego zmiany w latach 2003-2008 według działów HS^a



^a opis działów HS znajduje się w aneksie 4.4.

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy WITS-Comtrade.

W latach 2003-2008 osłabienie silnej pozycji konkurencyjnej sprzed akcesji nastąpiło w eksporcie pozostałych produktów pochodzenia zwierzęcego (05), zwierząt żywych (01), przetworów z warzyw i owoców (20), produktów przemysłu młynarskiego (11), a także owoców i orzechów (08). Warto zauważyć, że z wymienionych działów, w 2008 roku Polska nie posiadała ujawnionych korzyści komparatywnych jedynie w eksporcie produktów przemysłu młynarskiego.

Tabela 4.1. Wskaźniki ujawnionych przewag komparatywnych (RCA) w polskim eksporcie rolno-spożywczym na rynek światowy

Wyszczególnienie	2003	2005	2007	2008	Zmiana w latach 2003-2008
Zwierzęta żywe	2,32	3,21	2,18	1,68	-0,64
Mięso i podroby jadalne	1,52	2,21	2,48	2,42	+0,90
Ryby, skorupiaki, mięczaki i inne	0,55	0,86	0,96	1,10	+0,55
Produkty uboczne zwierzęce	3,60	3,00	2,78	2,30	-1,30
Przetwory z mięsa i ryb	1,58	1,59	1,84	1,94	+0,36
Produkty mleczarskie	1,44	2,89	2,68	2,35	+0,91
Warzywa	2,03	2,15	2,04	2,14	+0,11
Owoce i orzechy	1,66	1,36	1,41	1,57	-0,09
Przetwory z owoców i warzyw	2,38	2,48	2,19	2,25	-0,13
Kawa, herbata i przyprawy	0,58	0,59	0,53	0,61	+0,03
Zboża	0,25	0,49	0,26	0,15	-0,10
Produkty młynarskie, sład, skrobie	0,99	0,88	0,80	0,73	-0,26
Przetwory zbożowe i pieczywo cukiernicze	1,29	2,12	2,35	2,16	+0,87
Nasiona i owoce oleiste	0,21	0,48	0,67	0,37	-0,16
Tłuszcze i oleje zwierzęce lub roślinne	0,10	0,43	0,54	0,43	+0,33
Odpady i pasze dla zwierząt	0,57	0,83	0,73	0,66	+0,09
Cukry i wyroby cukiernicze	1,67	1,98	1,57	1,63	-0,04
Kakao i przetwory z kakao	1,87	2,04	2,07	1,84	-0,03
Różne przetwory spożywcze	1,64	1,97	2,18	2,18	+0,54
Napoje bezalkoholowe i alkoholowe	0,25	0,60	0,49	0,51	+0,26
Tytoń i wyroby tytoniowe	0,52	1,22	2,54	2,82	+2,30
Produkty rolno-spożywcze ogółem	1,08	1,46	1,44	1,34	+0,26

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy WITS-Comtrade.

Z punktu widzenia konkurencyjności handlu, pozytywne zmiany po akcesji dotyczyły także tłuszczów i olejów pochodzenia zwierzęcego lub roślinnego (15), napojów bezalkoholowych i alkoholowych (22), nasion i owoców oleistych oraz roślin przemysłowych (12), a także pozostałości i odpadów przemysłu spożywczego oraz pasz dla zwierząt (23). Mimo poprawy pozycji konkurencyjnej tych grup towarów, w 2008 roku w ich eksporcie nadal brak było ujawnionych przewag komparatywnych.

Najniższe wskaźniki RCA w polskim eksporcie na rynek światowy występowały w przypadku zbóż (10) oraz szelaku, gumy, żywic, innych soków i ekstraktów roślinnych (13).

Reasumując, w 2008 roku posiadanie ujawnionych przewag komparatywnych charakteryzowało około 86% polskiego eksportu rolno-spożywczego na rynek światowy. Najbardziej konkurencyjnymi grupami towarowymi były: tytoń i wyroby tytoniowe (24), mięso i podroby jadalne (02), produkty mleczarskie (04), pozostałe produkty pochodzenia zwierzęcego (05), przetwory z warzyw i owoców (20), przetwory ze zbóż i pieczywo cukiernicze (19), warzywa (07) oraz tzw. różne przetwory spożywcze (21). Po akcesji poprawa pozycji konkurencyjnej dotyczyła blisko 73% eksportu rolno-spożywczego Polski.

4.2. Wskaźnik Lafaya w handlu rolno-spożywczym

Jednym z powszechnie stosowanych wskaźników konkurencyjności handlu zagranicznego jest także wskaźnik Lafaya (*Lafay's Index* – LFI), będący jedną z odmian wskaźnika ujawnionych przewag komparatywnych (RCA). Bazuje on na strumieniach eksportu i importu danego kraju, a w szczególności na charakterze salda obrotów handlowych. Nadwyżka w handlu danym produktem czy grupą produktów jest utożsamiana z posiadaniem przewag komparatywnych w eksporcie danego produktu czy grupy produktów, natomiast deficyt – z brakiem takich przewag.

Wskaźniki Lafaya obliczono według następującego wzoru¹⁶:

$$LFI_j^i = 100 \left(\frac{x_j^i - m_j^i}{x_j^i + m_j^i} - \frac{\sum_{j=1}^N (x_j^i - m_j^i)}{\sum_{j=1}^N (x_j^i + m_j^i)} \right) \frac{x_j^i + m_j^i}{\sum_{j=1}^N (x_j^i + m_j^i)}$$

gdzie:

x_j^i – eksport j -tego produktu i -tego kraju,

m_j^i – import j -tego produktu i -tego kraju,

N – liczba produktów (sekcji bądź działów HS).

Wskaźnik ten interpretuje się następująco: gdy przyjmuje on wartości wyższe od zera, oznacza to, że badany kraj ma względem zagranicy przewagę komparatywną w eksporcie danego produktu czy grupy produktów. Natomiast, jeżeli wartość obliczonego wskaźnika jest niższa od zera, występuje sytuacja odwrotna, tj. badany kraj nie ma przewagi komparatywnej względem zagranicy w eksporcie danego produktu czy grupy produktów.

¹⁶ Na potrzeby analizy przyjęto, że liczba produktów będzie ograniczona tylko do produktów rolno-spożywczych, a zatem $\sum_{j=1}^N (x_j^i + m_j^i)$ i $\sum_{j=1}^N (x_j^i - m_j^i)$ będą oznaczać wyłącznie obroty i saldo obrotów w handlu rolno-spożywczym, a nie w handlu ogółem.

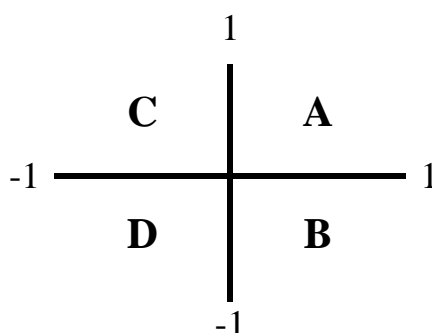
W przeciwieństwie do wskaźnika RCA, o posiadaniu czy braku ujawnionych przewag komparatywnych nie decyduje to, czy udział danego produktu/grupy produktów w eksporcie analizowanego kraju na określony rynek jest wyższy czy niższy niż odpowiedni udział tego produktu/grupy produktów w eksporcie wszystkich państw świata, ale charakter i wielkość salda obrotów handlowych danym produktem czy grupą produktów.

W niniejszej analizie wyznaczono wskaźniki Lafaya w handlu rolno-spożywczym Polski z kilkoma wybranymi rynkami, tj. rynkiem światowym, rynkiem państw UE-15, UE-10 oraz rynkiem państw trzecich (spoza UE-25) – por. aneks 4.2.

Na wykresie 4.2 przedstawiono wskaźniki Lafaya w 2008 roku oraz zmiany ich wartości w latach 2003-2008 w handlu rolno-spożywczym Polski według działów HS (działy 01-24 HS). Na osi poziomej wykresu odznaczono wartości wskaźników Lafaya w 2008 roku, a na osi pionowej zmiany wartości tego wskaźnika w latach 2003-2008. Kombinacja tych dwóch wielkości pozwala podzielić obszar wykresu na cztery pola (por. poniższy schemat):

- A – dodatni wskaźnik Lafaya w 2008 roku i wzrost tego wskaźnika w latach 2003-2008,
- B – dodatni wskaźnik Lafaya w 2008 roku i spadek tego wskaźnika w latach 2003-2008,
- C – ujemny wskaźnik Lafaya w 2008 roku i wzrost tego wskaźnika w latach 2003-2008,
- D – ujemny wskaźnik Lafaya w 2008 roku i spadek tego wskaźnika w latach 2003-2008.

Schemat wykresów przedstawiających wartość wskaźnika Lafaya i jego zmiany

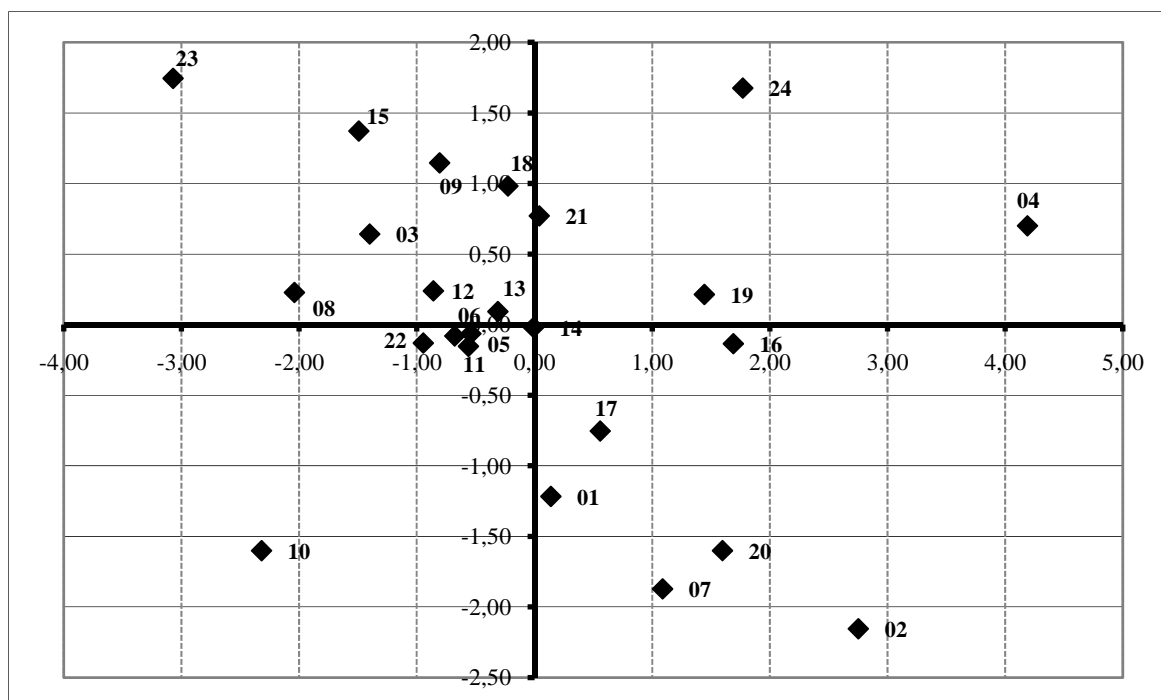


Przedstawienie obliczeń w takim układzie jest pomocne z punktu widzenia analizy zmian konkurencyjności. W polu A znajdują się bowiem te działy, w których w pierwszych latach członkostwa Polski w Unii Europejskiej nastąpiła poprawa pozycji konkurencyjnej i w 2008 roku posiadały przewagi komparatywne w handlu wyrobami tych działów. Pole B obejmuje grupy towarów, które pogorszyły swoją pozycję konkurencyjną w omawianym okresie, a mimo to

udało im się utrzymać przewagi komparatywne. Z kolei w polu C znajdują się działy, które mimo poprawy wartości wskaźnika Lafaya po akcesji nie zdołały osiągnąć przewag komparatywnych w handlu. Natomiast pole D obejmuje działy, w których nastąpiło pogorszenie pozycji konkurencyjnej przy braku przewag komparatywnych w 2008 roku.

W 2008 roku najwyższe wskaźniki Lafaya cechowały polski handel produktami mleczarskimi (04), mięsem i podrobami jadalnymi (02), tytoniem i wyrobami tytoniowymi (24), przetworami z mięsa i ryb (16), przetworami z warzyw i owoców (20) oraz przetworami ze zbóż i pieczywem cukierniczym (19) – por. wykres 4.2. Odmienne były natomiast kierunki zmian poziomu konkurencyjności tych towarów. W latach 2003-2008 pozycja konkurencyjna Polski w handlu produktami mleczarskimi, tytoniem i wyrobami tytoniowymi oraz przetworami ze zbóż i pieczywem cukierniczym umocniła się, a w handlu mięsem i podrobami jadalnymi, przetworami z mięsa i ryb oraz przetworami z warzyw i owoców – osłabiła. Po akcesji poprawa przewag komparatywnych, osiągniętych wcześniej, miała także miejsce w przypadku pozostałości i odpadów przemysłu spożywczego oraz pasz dla zwierząt (23), tłuszczów i olejów zwierzęcych lub roślinnych (15), kawy, herbaty i przypraw (09), a także kakao i przetworów z kakao (18).

Wykres 4.2. Wskaźniki Lafaya w handlu rolno-spożywczym Polski ogółem w 2008 roku oraz jego zmiany w latach 2003-2008 według działów HS^a



^a opis działów HS znajduje się w aneksie 4.4.

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy WITS-Comtrade.

W niektórych grupach towarów (podobnie jak w handlu mięsem i podrobami jadalnymi, przetworami z mięsa i ryb oraz przetworami z warzyw i owoców), mimo spadku wskaźnika Lafaya po akcesji, udało się utrzymać osiągnięte wcześniej przewagi komparatywne. Dotyczyło to takich grup towarów, jak: warzywa (07), cukry i wyroby cukiernicze (17) oraz zwierzęta żywe (01). Szczególnie duży spadek analizowanego wskaźnika zanotowano w przypadku mięsa i podrobów jadalnych, warzyw oraz przetworów z warzyw i owoców.

Tabela 4.2. Wskaźniki Lafaya w polskim handlu rolno-spożywczym ogółem

Wyszczególnienie	2003	2005	2007	2008	Zmiana w latach 2003-2008
Zwierzęta żywe	1,36	1,11	0,55	0,14	-1,22
Mięso i podroby jadalne	4,91	3,61	3,87	2,75	-2,16
Ryby, skorupiaki, mięczaki i inne	-2,04	-2,02	-1,63	-1,40	+0,64
Produkty uboczne zwierzęce	-0,48	-0,62	-0,34	-0,54	-0,06
Przetwory z mięsa i ryb	1,83	1,33	1,55	1,69	-0,14
Produkty mleczarskie	3,49	5,13	4,33	4,19	+0,70
Warzywa	2,96	1,53	1,04	1,09	-1,87
Owoce i orzechy	-2,27	-2,98	-2,68	-2,04	+0,23
Przetwory z owoców i warzyw	3,20	1,31	1,05	1,60	-1,60
Kawa, herbata i przyprawy	-1,95	-1,46	-0,95	-0,81	+1,14
Zboża	-0,72	0,02	-1,89	-2,32	-1,60
Produkty młynarskie, sód, skrobie	-0,41	-0,50	-0,60	-0,56	-0,15
Przetwory zbożowe i pieczywo cukiernicze	1,23	1,41	1,50	1,44	+0,21
Nasiona i owoce oleiste	-1,10	-0,69	-0,10	-0,86	+0,24
Tłuszcze i oleje zwierzęce lub roślinne	-2,86	-1,75	-1,17	-1,49	+1,37
Odpady i pasze dla zwierząt	-4,82	-3,72	-3,17	-3,07	+1,75
Cukry i wyroby cukiernicze	1,31	1,07	0,40	0,56	-0,75
Kakao i przetwory z kakao	-1,21	-0,56	-0,38	-0,23	+0,98
Różne przetwory spożywcze	-0,73	-0,51	-0,07	0,04	+0,77
Napoje bezalkoholowe i alkoholowe	-0,81	-0,26	-1,14	-0,95	-0,14
Tytoń i wyroby tytoniowe	0,10	-0,31	0,84	1,77	+1,67

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy WITS-Comtrade.

Najsłabsza pozycja konkurencyjna w 2008 roku – mimo znacznego jej umocnienia po akcesji – charakteryzowała handel pozostałościami i odpadami przemysłu spożywczego oraz paszami dla zwierząt (23). W podobnej sytuacji (brak przewag konkurencyjnych w 2008 roku mimo wzrostu wskaźnika po akcesji) znalazły się także: tłuszcze i oleje pochodzenia zwierzęcego lub roślin-

nego (15), ryby i owoce morza (03), kawa, herbata, i przyprawy (09), kakao i przetwory z kakao (18), owoce i orzechy (08), nasiona i owoce oleiste oraz inne rośliny przemysłowe (12).

Wyraźne spadki wskaźnika Lafaya w handlu niektórych grup towarów pogorszyły słabą pozycję konkurencyjną osiągniętą przed akcesją. W szczególności dotyczyło to następujących grup wyrobów: zboża (10), napoje bezalkoholowe i alkoholowe (22), produkty przemysłu młynarskiego, sład i skrobia (11) oraz pozostałe produkty pochodzenia zwierzęcego (05).

Reasumując, najwyższe wskaźniki konkurencyjności charakteryzowały w 2008 roku polski handel produktami mleczarskimi (04) oraz mięsem i podrobami jadalnymi (02), a w dalszej kolejności także tytoniem i wyrobami tytoniowymi (24), przetworami z mięsa i ryb (16) oraz przetworami z warzyw i owoców (20). Najniższe zaś – handel odpadami przemysłu spożywczego oraz gotowymi paszami dla zwierząt (23), zbożami (10), owocami i orzechami (08), a także tłuszczami i olejami zwierzęcymi lub roślinnymi (15) oraz rybami (03). Wyraźne pogorszenie pozycji konkurencyjnej miało miejsce w przypadku mięsa i podrobów jadalnych, warzyw, zbóż oraz przetworów z warzyw i owoców.

4.3. Wskaźnik handlu wewnątrzgałęziowego w handlu rolno-spożywczym

Specjalizacja wewnątrzgałęziowa uważana jest niekiedy za najwyższą formę integracji gospodarczej i handlowej. Jej istota polega na jednoczesnym eksporcie i imporcie przez dany kraj produktów pochodzących z tej samej gałęzi produkcji. Wymiana wewnątrzgałęziowa (zwana także dwukierunkową) w przeważającej części dotyczy produktów zróżnicowanych, wykazujących wysoki stopień substytucyjności względem siebie¹⁷. W dużo mniejszym zakresie może także dotyczyć produktów jednorodnych¹⁸.

¹⁷ H. Grubel i P. Lloyd wyróżnili obroty trzema grupami produktów substytucyjnych: produktami substytucyjnymi w produkcji, produktami substytucyjnymi w konsumpcji oraz produktami substytucyjnymi zarówno w produkcji, jak i konsumpcji (por. H.G. Grubel, P.J. Lloyd, *Intra-Industry Trade: the Theory and Measurement of Intra-Industry Trade in Differentiated Products*, Macmillan, London 1975, s. 85-101).

¹⁸ Najczęstszymi formami wewnątrzgałęziowej wymiany handlowej produktami jednorodnymi są: handel przygraniczny, reeksport oraz handel cykliczny. W handlu artykułami rolno-spożywczymi relatywnie największe znaczenie ma handel cykliczny, gdyż jest on powodowany m.in. zmiennymi warunkami atmosferycznymi czy też urodzajem bądź nieurodzajem (np. import i eksport określonych zbóż, owoców czy warzyw w danym okresie). Nie mniej ważny jest również reeksport, polegający na przywozie określonych wyrobów i ich szybkim wywozie po przeprowadzeniu zabiegów o charakterze produkcyjno-handlowym (takich, jak: sortowanie, pakowanie czy uszlachetnianie). Stosunkowo najmniejsze znaczenie w wymianie handlowej ma handel przygraniczny, którego celem jest minimalizacja kosztów transportu.

Powszechnie stosowanym miernikiem intensywności handlu wewnątrzgałęziowego jest wskaźnik zaproponowany przez H. Grubela i P. Lloyda¹⁹ (dalej zwany jako wskaźnik GL):

$$GL = \sum_{i=1}^n w_i GL_i = \sum_{i=1}^n \frac{X_i + M_i}{\sum_{i=1}^n (X_i + M_i)} GL_i = \frac{\sum_{i=1}^n (X_i + M_i) - \sum_{i=1}^n |X_i - M_i|}{\sum_{i=1}^n (X_i + M_i)}$$

gdzie:

GL – wskaźnik handlu wewnątrzgałęziowego dla całości wymiany handlowej bądź dla grupy produktów, np. sekcji HS,

GL_i – wskaźnik handlu wewnątrzgałęziowego dla i -tej gałęzi (w tym przypadku grupy produktów według czterocyfrowej klasyfikacji HS),

w_i – udział produktów i -tej gałęzi w handlu ogółem,

X_i – eksport produktów i -tej gałęzi z danego kraju do innego kraju (grupy krajów),

M_i – import produktów i -tej gałęzi do danego kraju z innego kraju (grupy krajów),

n – liczba gałęzi przemysłu (tutaj: maksymalnie 200 grup produktów rolno-spożywczych HS).

W celu bardziej przejrzystej prezentacji wyników obliczeń, otrzymane wskaźniki pomnożono przez 100. Wartość danego wskaźnika oznacza w przybliżeniu udział handlu wewnątrzgałęziowego w handlu ogółem (łącznie wewnątrzgałęziowym i międzygałęziowym). Im wartość ta jest wyższa, tym większą część wymiany handlowej można tłumaczyć rozwojem handlu wewnątrzgałęziowego, a im niższa – tym wyższy jest udział wymiany międzygałęziowej.

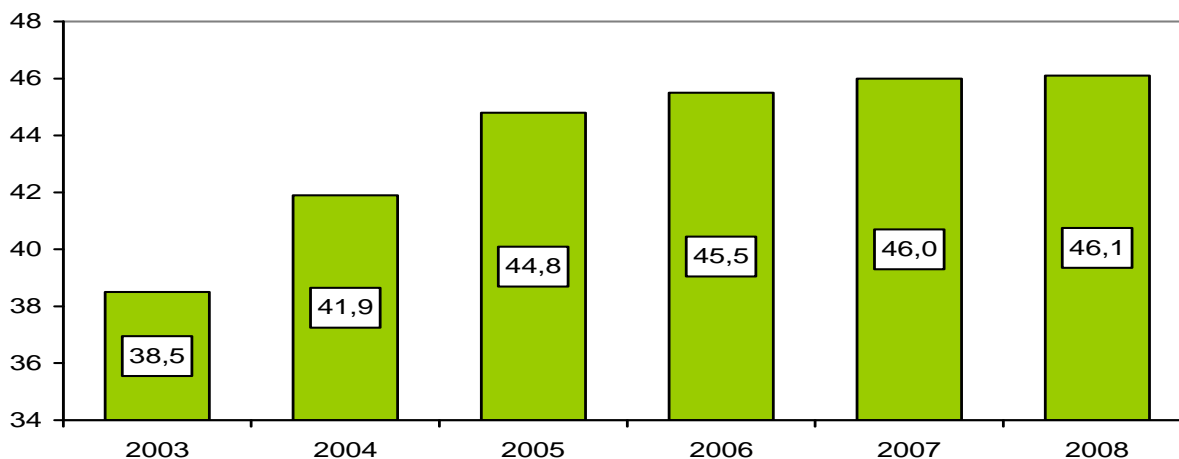
Z punktu widzenia obliczeń i interpretacji wskaźników handlu wewnątrzgałęziowego niezwykle istotne jest pojęcie gałęzi (branży). Może ona zostać wyróżniona na podstawie kryterium popytowego lub kryterium podażowego. W ujęciu popytowym o kwestii wyodrębnienia gałęzi stanowi produkcja dóbr, będących bliskimi substytutami ze względu na wartość użytkową danych produktów (np. czekolada gorzka i czekolada mleczna). Z kolei w ujęciu podażowym o gałęzi stanowią produkty wytwarzane za pomocą tej samej (albo prawie tej samej) liczby tych samych czynników wytwórczych (np. spirytus i denaturat). Pojęcie gałęzi jest zatem bardzo elastyczne. Właściwe zdefiniowanie gałęzi jest istotne z punktu widzenia doboru danych statystycznych o odpowiednim poziomie agregacji. Im bardziej szczegółowe dane będą wykorzystane (niższy poziom agregacji, np. ośmiocyfrowa klasyfikacja CN), tym wskaźniki handlu wewnątrz-

¹⁹ H.G. Grubel, P.J. Lloyd, *Intra-Industry Trade...*, op. cit., s. 21-23.

gałęziowego będą bardziej zaniżone. Z kolei stosując do obliczeń dane na wyższym poziomie agregacji (np. dwucyfrowe działy HS), można dokonać sztucznego zawyżenia wskaźników tego handlu. Z tego punktu widzenia czterocyfrowa klasyfikacja HS wydaje się być rozwiązaniem optymalnym.

W latach 2003-2008 wskaźniki handlu wewnątrzgałęziowego artykułami rolno-spożywczymi w Polsce systematycznie rosły – początkowo bardzo szybko, a od 2006 roku powoli (por. wykres 4.3). W całym okresie naszego członkostwa w Unii Europejskiej znaczenie wymiany wewnątrzgałęziowej w polskim handlu rolno-spożywczym wzrosło o 7,6 p.p. (w latach 2003-2008). W 2008 roku aż blisko połowa wymiany handlowej artykułami rolno-spożywczymi miała charakter wewnątrzgałęziowy (46,1%).

Wykres 4.3. Wskaźniki wymiany wewnątrzgałęziowej w handlu rolno-spożywczym Polski (w procentach)



Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy WITS-Comtrade.

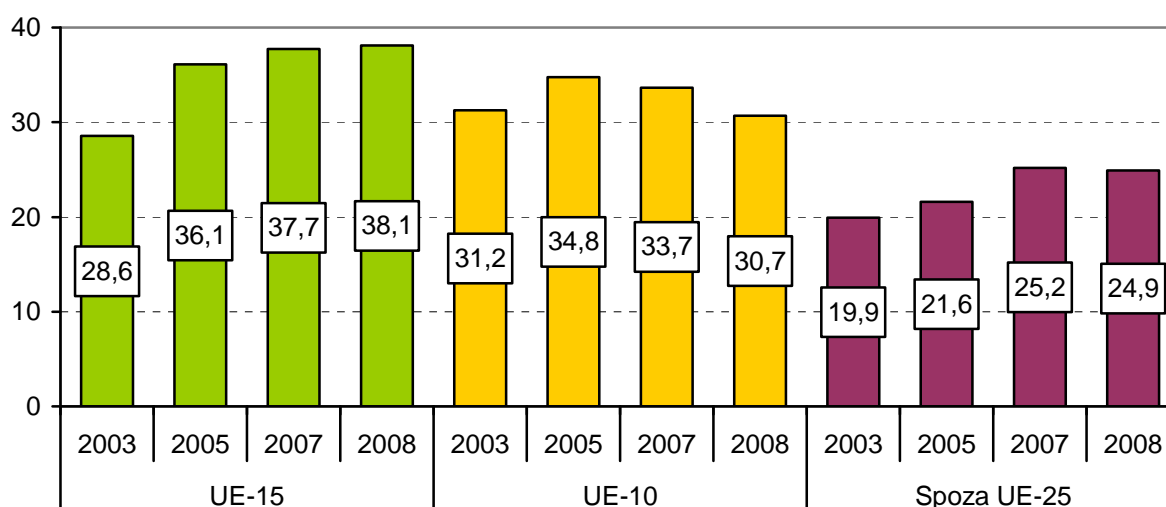
Wzrost poziomu intensywności wymiany wewnątrzgałęziowej po przystąpieniu Polski do UE wynikał przede wszystkim ze zniesienia barier w handlu rolno-spożywczym w ramach Wspólnoty. Poziom otwartości gospodarki, rozumiany m.in. jako wysokość barier celnych jest uważany za jeden z ważniejszych czynników determinujących rozwój handlu wewnątrzgałęziowego. Ponieważ popyt na dobra zróżnicowane – będące głównie treścią wymiany dwukierunkowej – jest względnie elastyczny cenowo (mają one wiele substytutów), dlatego handel takimi towarami podlega większym ograniczeniom wskutek istnienia protekcji niż handel międzygałęziowy. Ponadto dobra będące przedmiotem handlu wewnątrzgałęziowego wytwarza się w branżach cechujących się rosnącymi korzyściami skali, co sprzyja obniżkom cen po otwarciu gospodarki i powiększeniu rynków zbytu.

Nie mniej istotnym czynnikiem wpływającym na wzrost intensywności wymiany wewnątrzgałęziowej był rosnący poziom dochodu *per capita*. Wraz z rosnącym poziomem zamożności nabywców rośnie bowiem ich skłonność do różnorodności. Po integracji z UE krajowa oferta artykułów rolno-spożywczych – wskutek pełnej liberalizacji obrotów handlowych tymi produktami – mogła być w większym stopniu wzbogacona o dostawy pochodzące z zagranicy.

Z drugiej strony, poprawa dostępu produktów rolno-spożywczych do rynku Wspólnoty i poszerzenie oferty eksportowej tych produktów oraz inwestycje w przemyśle spożywczym, przy utrzymującym się wysokim popycie wśród nabywców unijnych, były przyczyną szybkiego wzrostu polskiego eksportu. W znacznie większym stopniu niż przed akcesją strumienie eksportu do pozostałych krajów Wspólnoty i importu z tego kierunku stanowiły produkty pochodzące z tej samej gałęzi.

W Polsce najwyższy poziom intensywności handlu wewnątrzgałęziowego po akcesji cechował obroty handlowe ze „starymi” państwami członkowskimi Unii (UE-15). Jednocześnie w pierwszym okresie naszego członkostwa w UE znaczenie tego charakteru wymiany handlowej dość istotnie wzrosło (o 9,5 p.p. w latach 2003-2008). Poziom intensywności wymiany wewnątrzgałęziowej z państwami UE-10, również dość wysoki, wzrastał do 2007 roku (o 2,5 p.p.), ale w 2008 roku obniżył się aż o 3 p.p. Najniższą intensywnością handlu wewnątrzgałęziowego charakteryzowała się wymiana z krajami pozaunijnymi, ale i jej poziom w latach 2003-2008 wzrósł o 5 p.p. (por. aneks 4.3).

Wykres 4.4. Wskaźniki handlu wewnątrzgałęziowego w handlu rolno-spożywczym Polski w ujęciu geograficznym (w procentach)



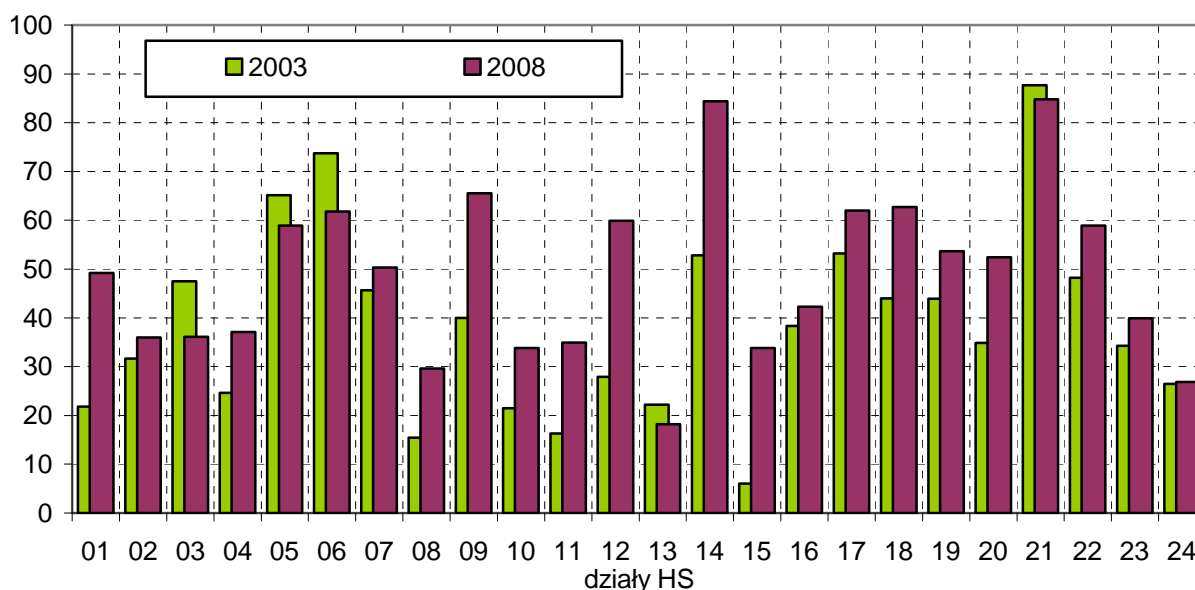
Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy WITS-Comtrade.

Jak już wyżej wspomniano, większość wymiany wewnątrzgałęziowej stanowią produkty zróżnicowane. Im wyższy stopień przetworzenia produktu, tym większe możliwości różnicowania produktów. W przypadku artykułów rolno-spożywczych szczególnie ważnym dla konsumenta kryterium wyboru produktu może być:

- kraj pochodzenia (np. fińska wódka Finlandia i polska wódka Wyborowa),
- marka (np. czekolada Lindt i Wedel),
- barwa (np. ser żółty i ser niebieski),
- smak (np. jogurt naturalny i truskawkowy),
- opakowanie (np. orzeszki solone w puszcze i w paczce, mleko w kartonie i w butelce),
- właściwości funkcjonalne (np. spirytus i denaturat),
- inne właściwości (np. kawa mielona i kawa rozpuszczalna).

Intensywność handlu wewnątrzgałęziowego w poszczególnych grupach artykułów rolno-spożywczych była w Polsce bardzo zróżnicowana. W 2008 roku w niektórych grupach produktów ponad 60% obrotów handlowych miało charakter wewnątrzgałęziowy. W szczególności były to: różne przetwory spożywcze (21), różne produkty pochodzenia roślinnego (14), kawa, herbata i przyprawy (09), kakao i przetwory z kakao (18), cukry i wyroby cukiernicze (17), nasiona i owoce oleiste oraz inne rośliny przemysłowe (12), a także różne produkty pochodzenia zwierzęcego (05) oraz napoje alkoholowe i bezalkoholowe (22).

Wykres 4.5. Wskaźniki handlu wewnątrzgałęziowego artykułami rolno-spożywczymi Polski w latach 2003 i 2008 w ujęciu towarowym (w procentach)



Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy WITS-Comtrade.

Analiza poziomu intensywności handlu wewnątrzgałęziowego artykułami rolno-spożywczymi na poziomie pozycji HS ukazuje, że w niektórych grupach produktów rolno-spożywczych nawet 75-95% wymiany handlowej miało charakter wewnątrzgałęziowy. W większości przypadków jednoczesny eksport i import dotyczył produktów zróżnicowanych, o relatywnie wysokim stopniu przetworzenia. W Polsce w 2008 roku były to m.in.: przetwory spożywcze, gdzie indziej niewymienione (99%), ekstrakty, esencje i koncentraty kawy i herbaty oraz preparaty stosowane do karmienia zwierząt (po 83%) oraz wody, zawierające dodatek cukru lub innego środka słodzącego (82%), a w dalszej kolejności także filety rybne i pozostałe mięso rybne (świeże, schłodzone lub zamrożone) oraz czekolada i inne przetwory zawierające kakao (po 75%). Produkty należące do poszczególnych pozycji HS były bardzo bliskimi substytutami, głównie ze względu na ich wartość użytkową. O zakupie przez konsumentów decydowały indywidualne, specyficzne cechy tych produktów, takie jak np.: kraj pochodzenia, smak, kształt lub opakowanie.

Tabela 4.3. Pozycje w handlu rolno-spożywczym Polski o wskaźniku intensywności wymiany wewnątrzgałęziowej w 2008 roku powyżej 60%^a

Kod HS	Opis kodu	Wskaźnik GL	Udział w handlu rolno-spożywczym ^b
2106	Przetwory spożywcze, gdzie indziej niewymienione ani niewłączone	98,9	3,1
2101	Ekstrakty, esencje i koncentraty kawy, herbaty lub maté oraz przetwory na bazie tych produktów	83,2	1,1
2309	Preparaty, w rodzaju stosowanych do karmienia zwierząt	82,8	1,5
2202	Wody, włącznie z wodami mineralnymi i wodami gazowanymi, zawierające dodatek cukru lub innego środka słodzącego	82,4	1,1
0304	Filety rybne i pozostałe mięso rybne (nawet rozdrobione), świeże, schłodzone lub zamrożone	75,3	1,8
1806	Czekolada i pozostałe przetwory spożywcze zawierające kakao	74,5	2,4
0203	Mięso ze świń, świeże, schłodzone lub zamrożone	61,1	3,8

^a Wyboru dokonano spośród tych pozycji (według czterocyfrowej klasyfikacji HS), w przypadku których udział wymiany wewnątrzgałęziowej w całkowitej wymianie handlowej artykułami rolno-spożywczymi był wyższy niż 1%.

^b Udział wymiany wewnątrzgałęziowej w danej grupie towarów (według czterocyfrowej klasyfikacji HS) w handlu artykułami rolno-spożywczymi ogółem.

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy WITS-Comtrade.

Zwraca uwagę ponadto fakt, że wymiana wewnątrzgałęziowa zachodziła także w obrębie surowców rolnych i artykułów rolno-spożywczych o niskim stopniu przetworzenia. Takim przykładem w Polsce, oprócz handlu mięsem rybnym, jest także handel mięsem wieprzowym (świeżym, schłodzonym lub zamrożonym). Ponad 61% wartości obrotów tym produktem w 2008 roku miało charakter wewnątrzgałęziowy (w 2007 roku było to nawet prawie 84%). Polska eksportowała głównie tusze i półtusze wieprzowe oraz podroby wieprzowe, a importowała – szynki, łopatki i ich części.

Tabela 4.4. Wskaźniki handlu wewnątrzgałęziowego w polskim handlu rolno-spożywczym ogółem

Wyszczególnienie	2003	2005	2007	2008	Zmiana w latach 2003-2008
Zwierzęta żywe	21,8	37,0	38,6	49,2	+27,4
Mięso i podroby jadalne	31,7	48,5	41,7	36,0	+4,3
Ryby, skorupiaki, mięczaki i inne	47,5	37,6	38,5	36,1	-11,4
Produkty uboczne zwierzęce	65,1	61,6	64,4	58,9	-6,2
Przetwory z mięsa i ryb	38,4	40,0	39,3	42,3	+3,9
Produkty mleczarskie	24,7	22,2	36,6	37,1	+12,4
Warzywa	45,7	46,1	47,0	50,3	+4,6
Owoce i orzechy	15,4	32,1	31,4	29,6	+14,2
Przetwory z owoców i warzyw	34,9	50,7	58,4	52,4	+17,5
Kawa, herbata i przyprawy	40,0	49,3	60,2	65,5	+25,5
Zboża	21,5	56,6	48,0	33,8	+12,3
Produkty młynarskie, sód, skrobie	16,3	35,4	32,5	34,9	+18,6
Przetwory zbożowe i pieczywo cukiernicze	43,9	48,1	49,3	53,7	+9,8
Nasiona i owoce oleiste	27,9	37,7	35,8	59,9	+32,0
Tłuszcze i oleje zwierzęce lub roślinne	6,0	19,5	19,4	33,8	+27,8
Odpady i pasze dla zwierząt	34,3	43,3	42,8	39,9	+5,6
Cukry i wyroby cukiernicze	53,2	43,6	52,0	62,0	+8,8
Kakao i przetwory z kakao	44,0	55,4	57,7	62,7	+18,7
Różne przetwory spożywcze	87,7	82,9	87,0	84,8	-2,9
Napoje bezalkoholowe i alkoholowe	48,3	53,2	59,8	58,9	+10,6
Tytoń i wyroby tytoniowe	26,5	35,9	30,0	26,9	+0,4
Produkty rolno-spożywcze ogółem	38,5	44,8	46,0	46,1	+7,6

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy WITS-Comtrade.

Reasumując, po akcesji znaczenie handlu wewnątrzgałęziowego artykułami rolno-spożywczymi w Polsce istotnie wzrosło. Pełna liberalizacja handlu rolno-spożywczego w ramach Wspólnoty po 1 maja 2004 roku, rosnący poziom

dochodu *per capita*, a w rezultacie wzrost siły nabywczej ludności i jej skłonności do różnorodności, a także poszerzenie asortymentu eksportowanych produktów, wskutek zrealizowanych inwestycji i wdrożonych innowacji, przyczyniły się do wzrostu intensywności wymiany dwukierunkowej.

W 2008 roku blisko połowa wymiany handlowej produktami rolno-spożywczymi miała w Polsce charakter wewnątrzgałęziowy. Głównym przedmiotem wymiany dwukierunkowej był handel produktami zróżnicowanymi (w ramach danej gałęzi), o relatywnie wysokim stopniu przetworzenia. Handel wewnątrzgałęziowy dotyczył także produktów zróżnicowanych, ale o niskim stopniu przetworzenia, a nawet surowców rolnych. Było to m.in. mięso rybne i wieprzowe (zarówno świeże, jak i schłodzone lub zamrożone).

4.4. Podsumowanie

Analiza konkurencyjności polskiego handlu rolno-spożywczego, przedstawiona za pomocą wybranych wskaźników konkurencyjności, tj. wskaźnika ujawnionych przewag komparatywnych w eksporcie (RCA) i wskaźnika Lafaya (LFI) oraz wskaźnika handlu wewnątrzgałęziowego H. Grubela i P. Lloyda (GL), potwierdza dość wysoki poziom konkurencyjności naszych producentów żywności. Jednocześnie wskazuje na wzrost naszych przewag konkurencyjnych w okresie po akcesji Polski do Unii Europejskiej.

W polskim eksporcie produktów rolno-spożywczych na rynek światowy wskaźnik RCA w przypadku większości grup produktów przyjmuje wartości większe od 1, tj. udział tych grup produktów w eksporcie naszego kraju jest wyższy od ich udziału w światowym eksporcie na ten rynek. Polska posiada zatem znaczne przewagi komparatywne w eksporcie rolno-spożywczym na rynek światowy. W 2008 roku wskaźnik ujawnionych przewag komparatywnych RCA w całkowitym eksporcie rolno-spożywczym Polski na rynek światowy wynosił 1,34, a aż około 86% tego eksportu charakteryzowało posiadanie ujawnionych przewag komparatywnych. W przypadku oceny konkurencyjności przy użyciu wskaźnika Lafaya o posiadaniu czy braku ujawnionych przewag komparatywnych w handlu zagranicznym decyduje charakter i wielkość salda obrotów handlowych danym produktem. Gdy wskaźnik ten przyjmuje wartości wyższe od zera, oznacza to, że badany kraj ma względem zagranicy przewagę komparatywną w eksporcie danego produktu czy grupy produktów. W polskim handlu rolno-spożywczym sytuacja ta występuje w prawie połowie grup produktów.

Konkurencyjność poszczególnych grup produktów rolno-spożywczych w Polsce zarówno mierzona wskaźnikiem RCA, jak i wskaźnikiem Lafaya była jednak bardzo zróżnicowana. Według oceny na podstawie obu tych wskaźni-

ków, w 2008 roku konkurencyjne były ($RCA > 1,0$ i $LFI > 0,0$) następujące grupy produktów: zwierzęta żywe, mięso i podroby jadalne, przetwory z mięsa i ryb, produkty mleczarskie, warzywa, przetwory z warzyw i owoców, przetwory zbożowe i pieczywo cukiernicze, cukry i wyroby cukiernicze, tytoń i wyroby tytoniowe oraz tzw. inne przetwory spożywcze. Nie mieliśmy natomiast przewag konkurencyjnych ($RCA < 1,0$ i $LFI < 0,0$) w handlu: zbożami i produktami młynarskimi (łącznie ze sładem i skrobią), nasionami i owocami oleistymi oraz tłuszczami i olejami zwierzęcymi lub roślinnymi, napojami bezalkoholowymi i alkoholowymi oraz odpadami i paszami dla zwierząt. Handel pozostałymi grupami produktów był konkurencyjny tylko przy ocenie na podstawie jednego z wyżej wymienionych wskaźników.

Zestawienie 4.1. Produkty rolno-spożywcze (działy HS) według wartości wskaźnika RCA i wskaźnika Lafaya w 2008 roku

		Wskaźnik RCA	
		powyżej 1,0	poniżej 1,0
Wskaźnik Lafaya	powyżej 0,0	Zwierzęta żywe (01) Mięso i podroby jadalne (02) Przetwory z mięsa i ryb (16) Produkty mleczarskie (04) Warzywa (07) Przetwory z owoców i warzyw (20) Przetwory zbożowe i pieczywo cukiernicze (19) Cukry i wyroby cukiernicze (17) Różne przetwory spożywcze (21) Tytoń i wyroby tytoniowe (24)	
	poniżej 0,0	Ryby, skorupiaki, mięczaki i in. (03) Produkty uboczne zwierzęce (05) Owoce i orzechy (08) Kawa, herbata i przyprawy (09) Kakao i przetwory z kakao (18)	Zboża (10) Produkty młynarskie, sład, skrobie (11) Nasiona i owoce oleiste oraz inne rośliny przemysłowe (12) Tłuszcze i oleje zwierzęce lub roślinne (15) Odpady i pasze dla zwierząt (23) Napoje bezalkoholowe i alkoholowe (22)

Źródło: opracowanie własne na podstawie aneksu 4.1 i 4.2.

W okresie naszego członkostwa w UE poprawa pozycji konkurencyjnej dotyczyła ok. 75% polskiego eksportu rolno-spożywczego na rynek światowy. Poprawiła się w Polsce większość wskaźników ujawnionych przewag komparatywnych RCA. Zwiększył się także wskaźnik RCA w całkowitym eksporcie rolno-spożywczym na rynek światowy – z 1,08 przed akcesją Polski do Unii Europejskiej (w 2003 roku) do 1,34 w 2008 roku.

W latach 2003-2008 pozycja konkurencyjna Polski, według oceny na podstawie wskaźnika RCA i wskaźnika Lafaya, umocniła się w handlu: produktami mleczarskimi, przetworami zbożowymi i pieczywem cukierniczym, tytoniem i wyrobami tytoniowymi oraz tzw. innymi przetworami spożywczymi. W niektórych grupach produktów, mimo spadku obu ww. wskaźników po akcesji, udało się utrzymać osiągnięte wcześniej przewagi komparatywne – dotyczy to handlu zwierzętami żywymi, przetworami z owoców i warzyw, cukrami i wyrobami cukierniczymi. Wyraźne spadki obu wskaźników w handlu niektórymi grupami produktów pogorszyły słabą pozycję konkurencyjną sprzed akcesji, dotyczyło to m.in. takich grup produktów, jak zboża oraz produkty młynarskie (łącznie ze sładem i skrobią).

W okresie członkostwa w Unii Europejskiej istotnie zwiększył się w Polsce poziom intensywności wymiany wewnątrzgałęziowej artykułami rolno-spożywczymi. W latach 2003-2008 znaczenie wymiany wewnątrzgałęziowej w polskim handlu rolno-spożywczym wzrosło o prawie 8 p.p. W efekcie w 2008 roku ponad 46% wymiany handlowej artykułami rolno-spożywczymi miała charakter wewnątrzgałęziowy. Przeważającą część tej wymiany stanowił handel towarami zróżnicowanymi w ramach danej gałęzi o relatywnie wysokim stopniu przetworzenia. Mniej intensywny był handel wewnątrzgałęziowy towarami zróżnicowanymi o niskim stopniu przetworzenia, w tym surowcami rolnymi, a także towarami jednorodnymi.

Poziom intensywności wymiany wewnątrzgałęziowej artykułami rolno-spożywczymi, mierzony wskaźnikiem GL, był jednak zróżnicowany. Najwyższy był on ($GL > 60\%$) w handlu tzw. różnymi przetworami spożywczymi, kawą, herbatą i przyprawami, kakao i przetworami z kakao, cukrami i wyrobami cukierniczymi, a najniższy ($GL < 30\%$) – w handlu owocami i orzechami oraz tytoniem i wyrobami tytoniowymi.

Po integracji z UE intensywność wymiany wewnątrzgałęziowej kawą, herbatą i przyprawami, kakao i przetworami z kakao oraz cukrami i wyrobami cukierniczymi istotnie się zwiększyła. Podobnie, dość silnie wzrósł udział wymiany wewnątrzgałęziowej w handlu nasionami oleistymi i innymi roślinami przemysłowymi oraz tłuszczami i olejami zwierzęcymi lub roślinnymi, żywcem, produktami przemysłu młynarskiego, a także owocami i przetworami z owoców i warzyw. Obniżyła się intensywność wymiany wewnątrzgałęziowej w handlu rybami. Najwyższy poziom intensywności handlu wewnątrzgałęziowego po akcesji cechował obroty handlowe Polski z krajami „Piętnastki” (UE-15), a w dalszej kolejności z nowymi państwami członkowskimi Unii (UE-10).

5. Stan przewag cenowych na rynku podstawowych produktów rolnictwa

Ceny podstawowych produktów rolnictwa są jednym z głównych czynników determinujących poziom konkurencyjności polskich producentów żywności na rynkach zagranicznych. Źródłem naszych przewag cenowych jest przede wszystkim kilkakrotnie niższa opłata pracy, z dużą nadwyżką kompensującą mniejszą jej wydajność. W Polsce niższe są również ceny ziemi, energii oraz pozostałych czynników produkcji.

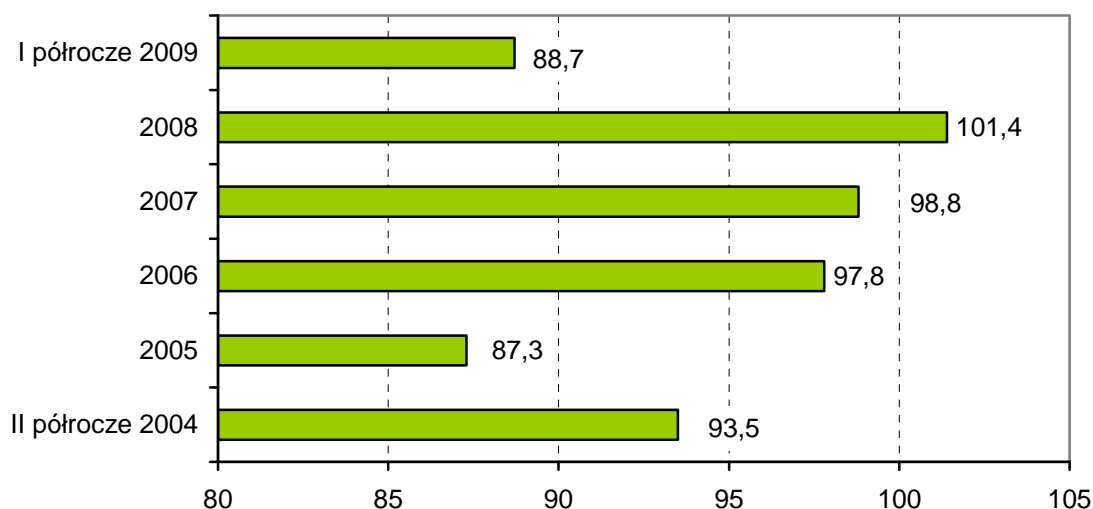
Na potrzeby oceny konkurencyjności systematycznie prowadzona jest analiza relacji krajowych cen producenta podstawowych produktów rolnictwa do cen tych produktów notowanych zarówno w całej Wspólnocie, jak i w poszczególnych państwach członkowskich. Dane wykorzystywane do analizy pochodzą z MRiRW, gdzie są gromadzone w Zintegrowanym Systemie Rolniczej Informacji Rynkowej, który zawiera cotygodniowe notowania cen podstawowych produktów rolnictwa.

5.1. Pszenica konsumpcyjna

W 2005 roku w UE średnia cena pszenicy konsumpcyjnej kształtowała się na poziomie 110 euro/t i była o 5% niższa niż w II półroczu 2004 roku. W Polsce redukcja cen była bardziej odczuwalna. Pszenica potaniała o ponad 11%, ze 108 do 96 euro/t. W kolejnych latach ceny pszenicy zarówno na rynku krajowym, jak i Wspólnotowym wykazywały wyraźną i trwałą tendencję wzrostową. Zwyżka cen pszenicy, podobnie jak i pozostałych zbóż była rezultatem niskich plonów wywołanych niekorzystnymi warunkami pogodowymi. W 2006 roku w Polsce za tonę pszenicy płacono 120 euro, a w 2007 roku o blisko 53% więcej, tj. ok. 184 euro. W Unii Europejskiej dynamika wzrostu cen była bardzo podobna. Średnia cena pszenicy zwiększyła się ze 123 do 186 euro/t, tj. o ok. 52%. Tak gwałtowny wzrost cen przyczynił się do znacznego osłabienia konkurencyjności polskich producentów na rynku wspólnotowym. W latach 2006-2007 nasze przewagi cenowe były marginalne i wynosiły ok. 1-2%, podczas gdy w 2005 roku stosunek ceny krajowej do średniej w UE był bardziej korzystny, gdyż wynosił ponad 87%. W 2008 roku na obszarze całej Wspólnoty kontynuowana była wzrostowa tendencja cen pszenicy. W Polsce jej cena zwiększyła się do 203 euro i była o 1,5% wyższa od średniej unijnej (201 euro/t).

Postępująca od połowy 2008 roku deprecjacja złotego oraz wzrost cen żywności na świecie przyczyniły się do znaczącej poprawy naszej pozycji konkurencyjnej na rynku Wspólnotowym. W I połowie 2009 roku krajowa cena pszenicy wróciła do poziomu notowanego w 2006 roku. Wyniosła ona 120 euro za tonę, co stanowiło 89% średniej ceny unijnej.

Wykres 5.1. Relacja procentowa średnich cen pszenicy konsumpcyjnej w Polsce do średnich cen w UE-25/27 w latach 2004-2009



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych MRiRW (www.minrol.gov.pl).

W I półroczu 2009 roku pszenica konsumpcyjna była w Polsce tańsza niż w większości krajów członkowskich. Znacznie wyższe ceny odnotowaliśmy jedynie względem producentów z Bułgarii (o 15%). W porównaniu z Niemcami i Francją, krajowa pszenica była odpowiednio o 10 i 15% tańsza. Polscy producenci najbardziej konkurencyjni cenowo byli względem producentów z Wielkiej Brytanii oraz Portugalii. W tych państwach pszenica konsumpcyjna była droższa od polskiej średnio o 32%.

5.2. Kukurydza paszowa

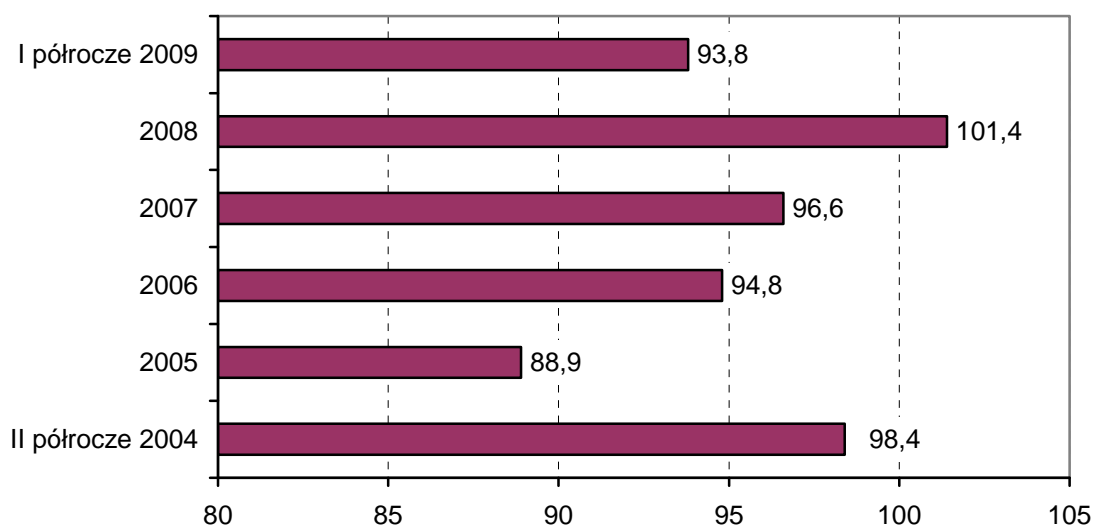
W 2005 roku we wszystkich państwach członkowskich średnie ceny kukurydzy paszowej w stosunku do II półrocza 2004 roku znacząco się obniżyły. W Polsce cena kukurydzy zmniejszyła się o ponad 15% do 100 euro/t, co stanowiło ok. 89% średniej unijnej (112 euro/t). W kolejnych latach ceny kukurydzy zarówno na rynku krajowym, jak i wspólnotowym wykazywały wyraźną i trwałą tendencję wzrostową. W 2006 roku w Polsce za tonę kukurydzy płacono 120 euro, a w 2007 roku o blisko 50% więcej, tj. ok. 176 euro. W Unii Europej-

skiej tempo zmian cen było relatywnie wolniejsze. Cena kukurydzy paszowej zwiększyła się ze 126 do 182 euro/t, tj. o niespełna 45%. Dynamiczny wzrost cen sprawił, że konkurencyjność polskich producentów na rynku wspólnotowym istotnie osłabła. W latach 2005-2007 relacje procentowe cen kukurydzy w Polsce do średniej unijnej zwiększyły się z 89 do 97%.

W 2008 roku trend wzrostowy został utrzymany na obu rynkach, przy czym jego dynamika była znacznie niższa niż w latach poprzednich. W Polsce średnia cena kukurydzy przekroczyła 187 euro/t i była o blisko 1,5% wyższa niż przeciętnie w UE (185 euro/t).

W pierwszym półroczu 2009 roku na obszarze całej Wspólnoty ceny kukurydzy paszowej znacząco się obniżyły. W nowych państwach członkowskich dynamika spadku cen była o ponad 1/3 wyższa niż w UE-15 i wyniosła ok. 40%. W Polsce cena kukurydzy kształtowała się na poziomie 116 euro/tonę i była o blisko 6% niższa niż przeciętnie w UE (123 euro/t).

Wykres 5.2. Relacja procentowa średnich cen kukurydzy paszowej w Polsce do średnich cen w UE-25/27 w latach 2004-2009



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych MRiRW (www.minrol.gov.pl).

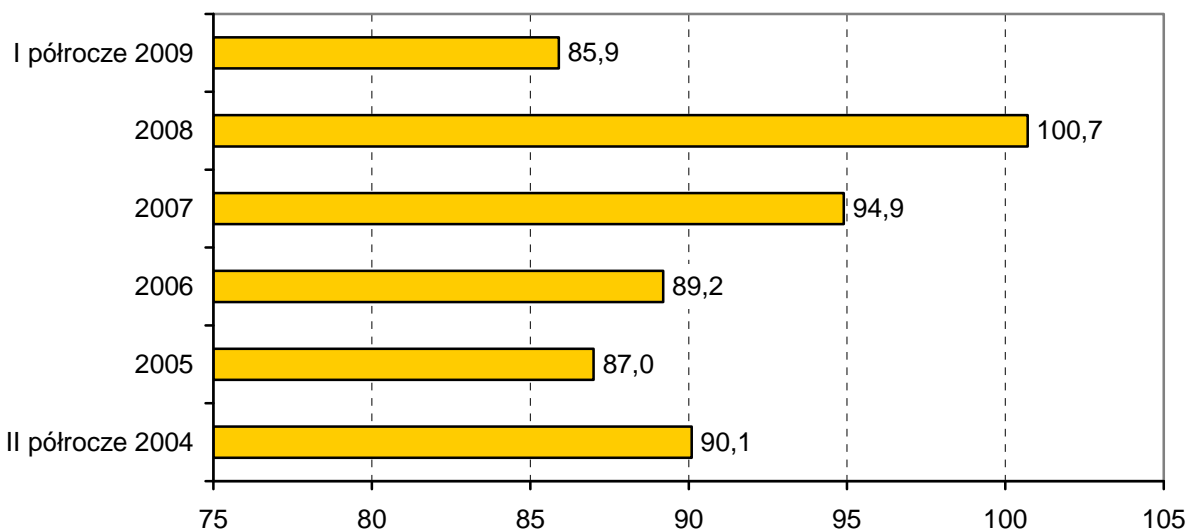
W I półroczu 2009 roku cena kukurydzy paszowej w Polsce była średnio o 11% wyższa niż w innych nowych państwach członkowskich. Krajowi producenci byli najmniej konkurencyjni względem producentów ze Słowacji, gdzie kukurydza była tańsza o ponad 18%. Na rynku niemieckim i francuskim ceny kukurydzy były odpowiednio o 14 i 16% wyższe niż u nas. Wyraźnie wyższe niż w Polsce (o ok. 27%) ceny kukurydzy odnotowano w Hiszpanii oraz Portugalii.

5.3. Jęczmień paszowy

W latach 2004-2005 średnia cena jęczmienia paszowego w UE utrzymywała się na stabilnym poziomie 105 euro/t. W kolejnych latach ceny jęczmienia systematycznie rosły. Najbardziej dynamiczny ich wzrost odnotowano w 2007 roku. W tym czasie za tonę jęczmienia płacono 172 euro, tj. o ponad 50% więcej niż rok wcześniej. W 2008 roku trend wzrostowy został zahamowany. Średnia cena jęczmienia zwiększyła się zaledwie o 1,5%, do poziomu 175 euro/t.

W Polsce bezpośrednio po akcesji do UE średnia cena jęczmienia paszowego obniżyła się z 95 do 91 euro/t. W następnych latach ceny krajowe zachowywały się podobnie jak ceny unijne, przy czym dynamika zmian w Polsce była znacznie wyższa niż we Wspólnocie. W 2006 roku cena jęczmienia przekroczyła poziom 100 euro/t. Niskie zbiory zbóż odnotowane w 2007 roku przyczyniły się do dalszego, bardziej gwałtownego, wzrostu ich cen. W tym czasie tona jęczmienia zdrożała o ponad 60%, do 164 euro/t. W kolejnym roku trend wzrostowy był kontynuowany, jednakże z mniejszym natężeniem. Średnia cena jęczmienia zwiększyła się o 8% i wyniosła 176 euro/t.

Wykres 5.3. Relacja procentowa średnich cen jęczmienia paszowego w Polsce do średnich cen w UE-25/27 w latach 2004-2009



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych MRiRW (www.minrol.gov.pl).

Od momentu integracji przewagi cenowe polskich producentów jęczmienia na rynku UE systematycznie malały. W 2007 roku przeciętna cena jęczmienia paszowego w Polsce stanowiła 95% średniej unijnej, podczas gdy w 2005 roku stosunek ten był bardziej korzystny, gdyż wynosił 87%. W 2008 roku średnia cena jęczmienia była w Polsce już o ok. 1% wyższa niż w Unii Europejskiej.

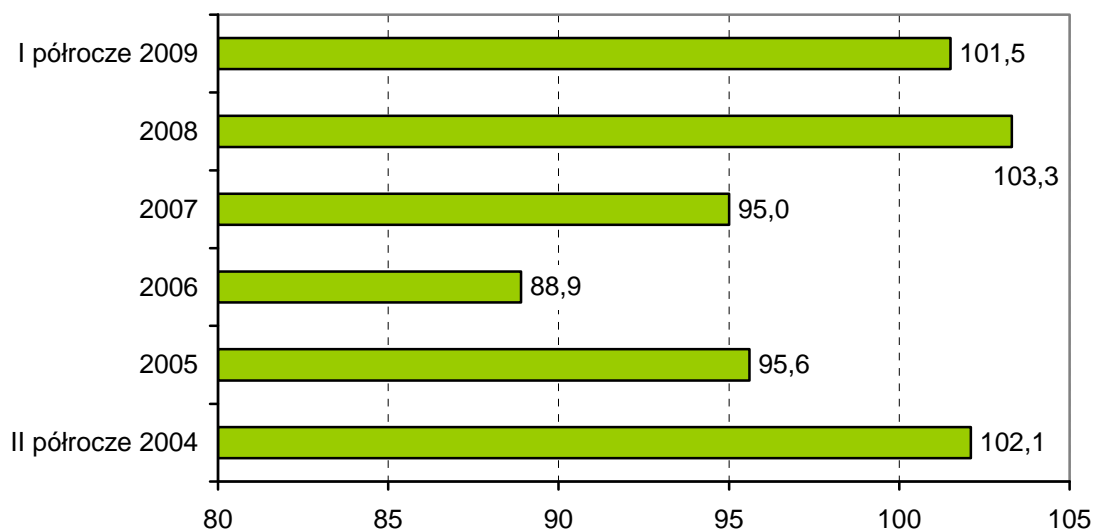
W I połowie 2009 roku krajowi producenci jęczmienia odzyskali przewagi cenowe względem rynku wspólnotowego. W Polsce jego cena obniżyła się o blisko połowę ze 176 do 96 euro za tonę, co stanowiło 86% średniej ceny UE-27.

W tym okresie ceny jęczmienia paszowego na rynku krajowym były niższe od notowanych w większości państw członkowskich. Najbardziej korzystne różnice cenowe były widoczne w odniesieniu do krajów Europy Południowej. W Portugalii, Hiszpanii, Włoszech oraz Grecji jęczmień był o 26-31% droższy niż w Polsce. W krajach głównych producentów, tj. w Niemczech oraz we Francji, jego ceny były wyższe odpowiednio o 13 i 15%. Natomiast nieznaczne przewagi cenowe względem polskich producentów odnotowali jedynie producenci z Czech oraz Słowacji.

5.4. Mięso wieprzowe

W 2005 roku przeciętna cena mięsa wieprzowego (cena trzody w przeliczeniu na mięso) w UE-25 wyniosła 139 euro/100 kg i była o ok. 5% niższa od średniej za II półrocze 2004 roku. W kolejnych latach średnie ceny wieprzowiny ulegały silnym wahanom. W 2006 roku wróciły one do poziomu z 2004 roku, a w 2007 roku ponownie się obniżyły do 135 euro/100 kg (tj. o 7%). W Polsce w latach 2004-2007 mięso wieprzowe systematycznie taniało. Jego średnie ceny obniżyły się z 149 do 128 euro/100 kg i stanowiły odpowiednio 89-96% średniej ceny europejskiej. Najwyższa dynamika spadku cen wystąpiła w 2005 roku i wyniosła ok. 11%.

Wykres 5.4. Relacja procentowa średnich cen mięsa wieprzowego w Polsce do średnich cen w UE-25/27 w latach 2004-2009



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych MRiRW (www.minrol.gov.pl).

Gwałtowny wzrost cen pasz, jaki odnotowano w 2007 roku, przyczynił się do załamania równowagi na unijnym rynku wieprzowiny. Wzrost kosztów produkcji, spadek cen żywca oraz problemy w eksporcie sprawiły, że w 2008 roku we wszystkich państwach członkowskich mięso wieprzowe znacząco zdrożało. Średnia cena na rynku unijnym wzrosła o ponad 13% i wyniosła 153 euro/100 kg. W Polsce proces ten przebiegał z większym natężeniem. Cena wieprzowiny wzrosła do poziomu 158 euro/100 kg (tj. o 24%) i była o ponad 3% wyższa od średniej unijnej.

W I połowie 2009 roku średnia cena wieprzowiny w UE-27 obniżyła się o 8% do poziomu 141 euro/100 kg. W Polsce spadek cen był o 2 punkty procentowe wyższy, mimo to krajowi producenci nie zdołali odzyskać pozycji konkurencyjnej. Cena wieprzowiny wyniosła 143 euro/100 kg i była nadal nieco wyższa (o 1,5%) od notowanej we Wspólnocie.

W latach 2007-2009 przewagi cenowe polskich producentów na unijnym rynku wieprzowiny istotnie zmalały. W I półroczu 2009 roku w większości państw UE-15 ceny mięsa wieprzowego były niższe niż w Polsce. Dużo wyższe ceny odnotowaliśmy względem Danii (18%), Holandii (10%), a także Francji i Belgii (po 8%). Natomiast w stosunku do rynku niemieckiego nasza wieprzowina była tańsza o niespełna 2%. Najbardziej konkurencyjne ceny polscy producenci utrzymują w stosunku do producentów z Grecji oraz Bułgarii, gdzie mięso wieprzowe jest droższe niż u nas średnio o 18%.

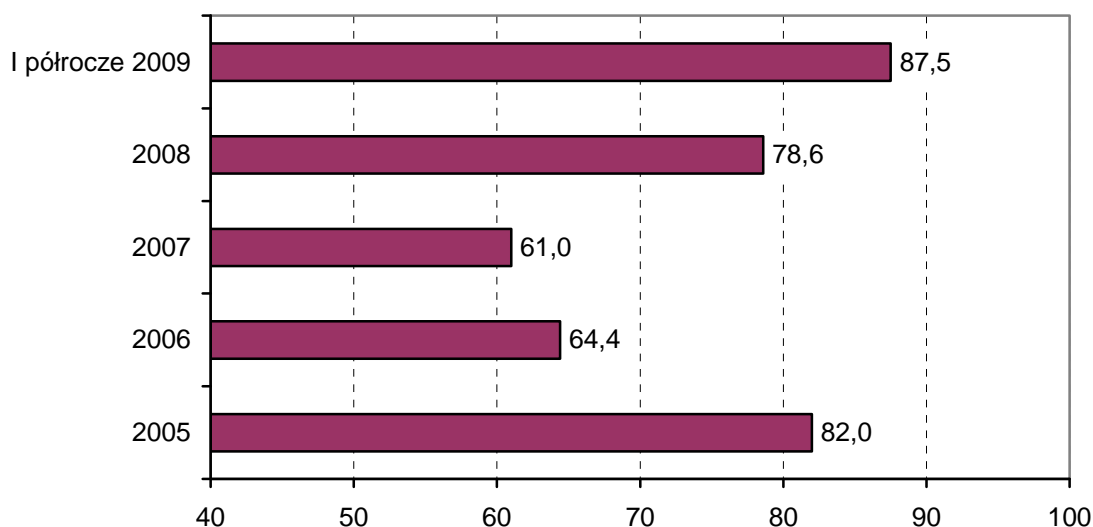
5.5. Prosięta

Od momentu integracji ceny prosiąt w Polsce kształtowały się na poziomie niższym niż średnio w Unii Europejskiej. W latach 2005-2007 ceny prosiąt w Polsce wykazywały wyraźną i trwałą tendencję spadkową. Zmniejszyły się one z 33,5 do 21 euro/szt., tj. o ponad 20% w skali roku. W efekcie tych zmian relacje procentowe średnich cen prosiąt w Polsce do ich cen w całej Unii Europejskiej zmniejszyły się z 82 do 61%. W Unii spadek cen przebiegał łagodniej. Największa ich redukcja wystąpiła w 2007 roku, w którym za sztukę płacono 34,4 euro, tj. o blisko 20% mniej niż w 2006 roku. W 2008 roku zarówno na rynku krajowym, jak i na rynku unijnym ceny prosiąt istotnie wzrosły. W Unii Europejskiej prosięta podrożały średnio o 7%, z 34 do 37 euro/szt. Na rynku krajowym wzrost cen był ponad pięciokrotnie wyższy. Cena prosiąt zwiększyła się o 38% do 29 euro/szt. Systematyczny spadek pogłowia oraz niekorzystna sytuacja na rynku wieprzowiny sprawiły, że ceny trzody w I półroczu 2009 roku w dalszym ciągu wzrastały. Średnia cena unijna zwiększyła się o 25%, podczas

gdy w Polsce wzrost cen był o ponad 14 punktów procentowych wyższy. Cena za sztukę zwiększyła się z 29 do 40 euro.

Pomimo tak gwałtownego wzrostu, ceny prosiąt w Polsce są w dalszym ciągu konkurencyjne, gdyż stanowią ponad 87% średniej ceny europejskiej. Jednak widać wyraźnie, że z każdym rokiem relacja ta staje się coraz mniej korzystna dla producentów krajowych.

Wykres 5.5. Relacja procentowa średnich cen prosiąt w Polsce do średnich cen w UE-25/27 w latach 2005-2009



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych MRiRW (www.minrol.gov.pl).

W I półroczu 2009 roku ceny prosiąt w Polsce były średnio o 12% niższe od średnich cen notowanych we Wspólnocie. Dla porównania, w latach 2006-2007 różnica ta wynosiła blisko 40% na naszą korzyść. W pierwszych miesiącach 2009 roku największe przewagi cenowe krajowi producenci osiągnęli względem Słowacji, gdzie prosięta były o 40% droższe niż w Polsce. Wysokie, ponad 30-procentowe przewagi odnotowaliśmy wobec producentów włoskich, niemieckich oraz brytyjskich. Niekonkurencyjni cenowo jesteśmy natomiast w stosunku do Portugalii (ceny prosiąt w Polsce były wyższe o 24%), a także wobec Francji i Danii (ceny wyższe odpowiednio o 12 i 8%).

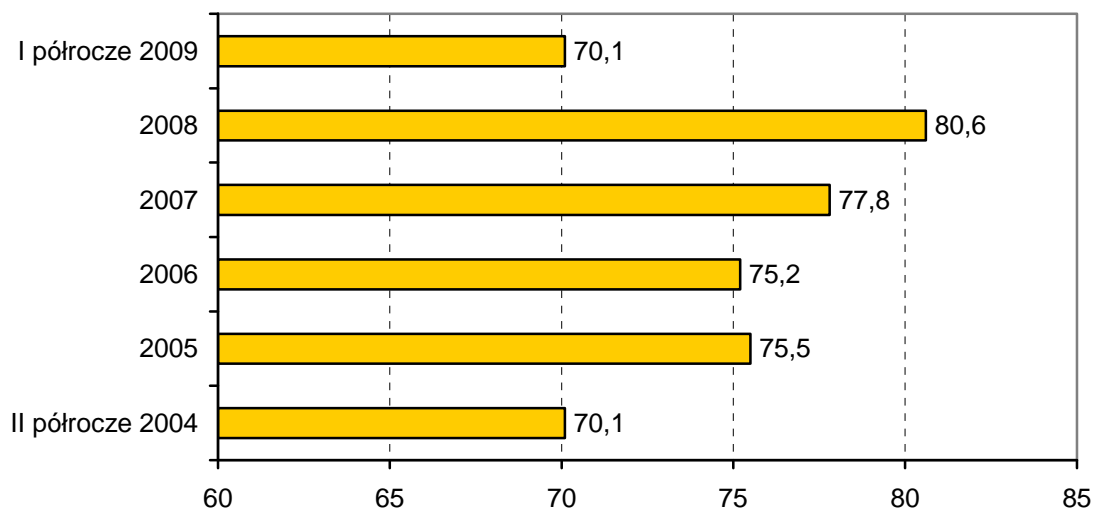
5.6. Mięso wołowe

W latach 2004-2006 ceny mięsa wołowego (cena bydła rzeźnego w przeliczeniu na mięso) w UE wykazywały powolną i trwałą tendencję wzrostową. Zwiększyły się one z 275 do 318 euro/100 kg, tj. o ok. 7% w skali roku. W 2007 roku wołowina potaniała o 4% (do 304 euro/100 kg), a w 2008 roku ponownie

zdrożała, osiągając 322 euro/100 kg. W Polsce średnie ceny wołowiny kształtowały się na poziomie znacznie niższym niż we Wspólnocie, ale kierunki ich zmian, pomimo różnic w natężeniu, były takie same. W pierwszych dwóch latach po integracji wołowina zdrożała ze 193 do 239 euro/100 kg, tj. o 23,8%. W 2007 roku cena mięsa wołowego obniżyła się o niespełna 1,5% (do 236 euro/100 kg), a 2008 roku ponownie wzrosła do 260 euro/100 kg (tj. o 10%).

W I półroczu 2009 roku w większości państw członkowskich trend wzrostowy był kontynuowany. Średnia cena unijna zwiększyła się o ok. 3% do poziomu 331 euro/100 kg. Na rynku krajowym cena bydła (a nie mięsa) zwiększyła się także (o 146%), ale z powodu osłabienia waluty krajowej cena ta wyrażona w euro obniżyła się o 11% (do 232 euro za 100 kg).

Wykres 5.6. Relacja procentowa średnich cen mięsa wołowego w Polsce do średnich cen w UE-25/27 w latach 2004-2009



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych MRiRW (www.minrol.gov.pl).

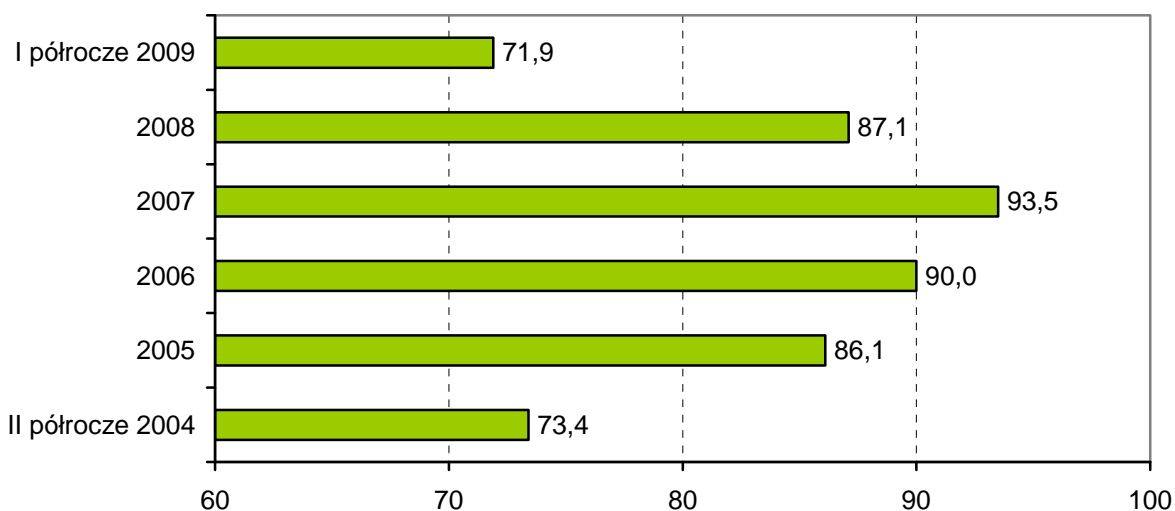
Polska wołowina jest jedną z tańszych w Unii Europejskiej. W latach 2004-2008 przewagi cenowe polskich producentów mięsa wołowego w stosunku do unijnych systematycznie się zmniejszały. W 2008 roku wyniosły one 20%, podczas gdy w 2004 roku były o 10 punktów procentowych wyższe.

W I półroczu 2009 roku cena mięsa wołowego w Polsce była wyższa jedynie w stosunku do cen notowanych w niektórych państwach UE-12, tj. na Węgrzech, Litwie, Łotwie oraz w Rumunii. W porównaniu z głównymi producentami UE przewagi cenowe krajowych producentów mieściły się w przedziale od ok. 28-31% (Francja i Niemcy) do blisko 38% (Włochy). Najbardziej konkurencyjni cenowo byliśmy względem rynku greckiego, gdzie wołowina była droższa o 45%.

5.7. Mleko

Bezpośrednio po akcesji średnia cena skupu mleka w Polsce wzrosła o ok. 12% do 22,3 euro/100 kg. Od tego czasu wzrostowa tendencja cen mleka jest kontynuowana, z sezonowymi obniżkami w okresie wiosenno-letnim. W 2005 roku średnia cena skupu wyniosła 25 euro/100 kg, a w roku 2006 wzrosła o 2% do 25,4 euro/100 kg. Odmienne tendencje wystąpiły na rynku unijnym. W latach 2004-2006 średnie ceny skupu mleka zmniejszały się średnio o 2,5% rocznie, z 29,7 do 28,9 euro/100 kg.

Wykres 5.7. Relacja procentowa średnich cen mleka w Polsce do średnich cen w UE-25/27 w latach 2004-2009



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych MRiRW (www.minrol.gov.pl).

W 2007 roku we wszystkich państwach członkowskich ceny mleka wyraźnie wzrosły. W Polsce dynamika wzrostu cen była nieco wyższa, cena mleka zwiększyła się do 29,5 euro/100 kg, tj. o ponad 16%. W 2008 roku trend wzrostowy był kontynuowany, jednakże z mniejszym natężeniem. Na rynku krajowym średnia cena mleka zwiększyła się o około 5%, do poziomu 31 euro/100 kg. Na rynku unijnym natomiast dynamika wzrostu cen była wyraźnie wyższa, mleko zdrożało o około 11%, do 35,2 euro/100 kg. W I kwartale 2009 roku we wszystkich państwach członkowskich Unii Europejskiej, z wyjątkiem Finlandii, ceny mleka wyraźnie się obniżyły, średnio o 15%. Największy, ponad 30-procentowy spadek cen odnotowano w czterech państwach UE-12, tj. w Czechach, Polsce, na Węgrzech oraz Słowacji.

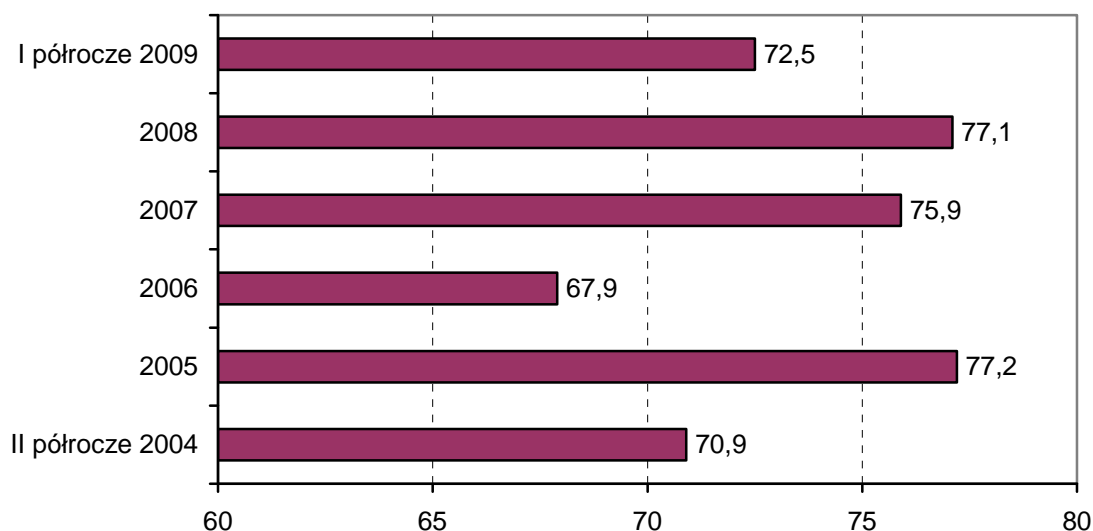
W latach 2004-2008 krajowe ceny skupu mleka stanowiły przeciętnie 84% średniej ceny europejskiej. Największe przewagi cenowe osiągnęliśmy w 2004 i 2009 roku, wyniosły one po ok. 28% na korzyść Polski. W I półroczu 2009 roku

cena mleka w skupie w Polsce była wyższa od cen notowanych jedynie na Litwie, Łotwie i Słowacji. W porównaniu z głównymi producentami mleka we Wspólnocie przewagi cenowe polskich producentów mieściły się w przedziale od 13-19% w Niemczech i Wielkiej Brytanii do 32-34% we Francji i Włoszech. Najwyższe, stanowiące ponad 46%, różnice cen na korzyść Polski odnotowano względem Grecji, Finlandii oraz Cypru, przy czym kraje te odgrywają marginalną rolę w produkcji mleka we Wspólnocie.

5.8. Mięso drobiowe

W latach 2004-2006 ceny mięsa drobiowego (ceny kurcząt brojlerów) w Unii Europejskiej utrzymywały się na stabilnym poziomie ok. 150 euro/100 kg, przy czym w krajach UE-15 były one przeciętnie o ok. 8% wyższe niż w nowych państwach członkowskich. W 2007 roku we wszystkich krajach Wspólnoty odnotowano znaczący wzrost cen mięsa drobiowego. Jego średnia cena w UE-27 zwiększyła się o ponad 17% (do 175 euro/100 kg). W roku 2008 wzrostowy trend był kontynuowany, jednakże z mniejszym natężeniem. Średnie unijne ceny drobiu wzrosły o 3%, do poziomu 180 euro/100 kg. W nowych państwach członkowskich dynamika wzrostu cen była dwukrotnie wyższa niż w UE-15 i wyniosła ponad 9%.

Wykres 5.8. Relacja procentowa średnich cen mięsa drobiowego w Polsce do średnich cen w UE-25/27 w latach 2004-2009



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych MRiRW (www.minrol.gov.pl).

W latach 2004-2008 ceny mięsa drobiowego w Polsce były średnio o 26% niższe od średnich cen notowanych w Unii Europejskiej. W pierwszym roku po integracji średnia cena mięsa drobiowego wyniosła ok. 116 euro/100 kg i była

o blisko 9% wyższa niż w II półroczu 2004 roku. Doniesienia o ptasiej grypie spowodowały, że w 2006 roku ceny tuszek z kurczaka spadły o 12% (do 102 euro/100 kg). W kolejnych dwóch latach na krajowym rynku drobiu, podobnie jak w całej UE, odnotowano wyraźny wzrost cen mięsa drobiowego. W 2008 roku dynamika zmian cen w Polsce była zbliżona do notowanej w krajach UE-15. W tym czasie wzrosły one o ponad 4,5%, osiągając poziom 140 euro/100 kg.

W I połowie 2009 roku wzrostowy trend cen drobiu został zahamowany. Średnia cena mięsa drobiowego w UE obniżyła się o 3,5% do 174 euro/100 kg. W Polsce ceny drobiu wzrosły (o 9%), ale w wyniku osłabienia złotego cena kurcząt wyrażona w euro obniżyła się o 10%. Podobny spadek cen drobiu odnotowano w Wielkiej Brytanii. We Francji i w Hiszpanii zmniejszyły się one o 2-4%. Natomiast w Niemczech ceny mięsa drobiowego wzrosły o 3%.

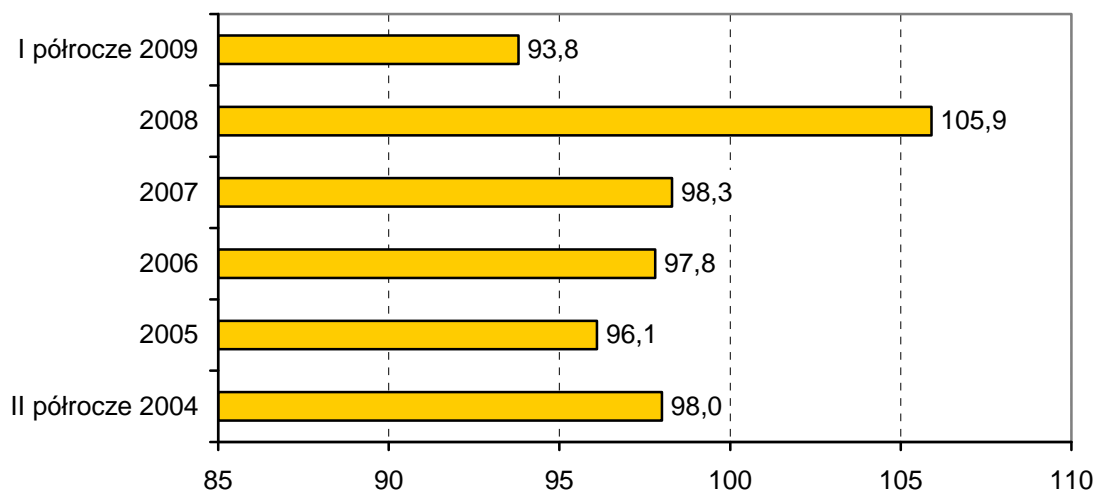
Od 2007 roku ceny tuszek z kurczaka w Polsce oraz w Wielkiej Brytanii są najniższe spośród notowanych w UE-27. W I półroczu 2009 roku najmniejsze procentowe przewagi cenowe (ok. 15-18%) krajowi producenci drobiu osiągnęli względem producentów z UE-12, w tym głównie z Bułgarii, Rumunii oraz Łotwy. Natomiast najbardziej konkurencyjni cenowo byli względem producentów z Niemiec, Finlandii, Grecji oraz Francji. W tych państwach mięso drobiowe było o 40-46% droższe niż w Polsce.

5.9. Jaja konsumpcyjne

Od momentu poszerzenia Wspólnoty do 2007 roku średnie ceny jaj konsumpcyjnych w UE znacząco wzrosły – z 79 do 110 euro/100 kg (tj. o ok. 12% w skali roku). W latach 2008-2009 wzrostowy trend utrzymał się, jednakże jego dynamika była dużo niższa niż w latach poprzednich. W tym okresie cena jaj konsumpcyjnych w UE-27 wzrastała średnio o 2,5% rocznie, osiągając poziom 115 euro/100 kg.

W Polsce ceny jaj konsumpcyjnych są zbliżone do średnich cen notowanych w Unii Europejskiej. W latach 2004-2007 oscylowały one wokół 96-98% cen unijnych i podobnie jak w całej Wspólnocie również dynamicznie wzrastały. W tym okresie średnia cena jaj konsumpcyjnych na rynku krajowym zwiększyła się z poziomu 77 do 108 euro/100 kg (tj. o 40%). W 2008 roku tendencja wzrostowa była kontynuowana. Cena jaj konsumpcyjnych wzrosła do 120 euro/100 kg i była o 6% wyższa niż w UE. Ta utrata przewag cenowych względem rynku unijnego miała charakter przejściowy. W I półroczu 2009 roku w Polsce cena jaj konsumpcyjnych obniżyła się o 10% do 108 euro/100kg, co stanowiło ok. 94% przeciętnej ceny notowanej w Unii Europejskiej.

Wykres 5.9. Relacja procentowa średnich cen jaj konsumpcyjnych w Polsce do średnich cen w UE-25/27 w latach 2004-2009



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych MRiRW (www.minrol.gov.pl).

W I połowie 2009 roku ceny jaj konsumpcyjnych w Polsce były niższe od notowanych w większości państw członkowskich. Znaczące, ponad 30-procentowe przewagi cenowe polscy producenci utrzymali względem producentów ze Szwecji, Danii oraz Włoch. We Francji cena jaj była wyższa o niespełna 5%. Najbardziej niekorzystne relacje cenowe odnotowano w stosunku do krajów Beneluksu, gdzie jaja konsumpcyjne były o 10-30% tańsze niż w Polsce. Systematycznie maleją przewagi cenowe producentów z Niemiec. W I połowie 2009 roku cena jaj konsumpcyjnych w Niemczech była o ok. 2% niższa niż w Polsce, podczas gdy w latach 2004-2008 różnica ta wynosiła średnio 13% na naszą niekorzyść.

5.10. Podsumowanie

Analiza zmian cen podstawowych produktów rolnictwa w Polsce i Unii Europejskiej w latach 2004-2009 wykazała, że:

- Zmiany cen na rynku krajowym są w dużym stopniu analogiczne do zmian zachodzących w innych państwach członkowskich. Przybierają one podobny kierunek, jednakże ich dynamika (zarówno spadku, jak i wzrostu) w Polsce jest zazwyczaj wyższa niż przeciętnie w Unii Europejskiej.
- Polscy producenci podstawowych produktów rolnictwa osiągają wyższe przewagi cenowe w stosunku do producentów z krajów UE-15, niższe zaś względem producentów z nowych krajów członkowskich.
- Biorąc pod uwagę kierunek produkcji, poziom konkurencyjności cenowej jest wyższy na rynkach związanych z produkcją zwierzęcą niż roślinną.

W latach 2004-2009 możemy wyróżnić trzy główne etapy zmian:

- 1) W latach 2004-2007 następował powolny proces konwergencji cen podstawowych produktów rolnictwa między Polską a całą Wspólnotą. Pomimo to, polscy producenci utrzymywali przewagi cenowe nad konkurentami z Unii Europejskiej. W tym okresie ceny wszystkich omawianych produktów były niższe od średnich cen unijnych. Ziarno zbóż, mięso wieprzowe oraz mleko były w Polsce od 5 do 10% tańsze niż przeciętnie w Unii Europejskiej. Ponad 20-procentowe przewagi cenowe odnotowaliśmy na rynku mięsa wołowego, drobiowego oraz prosiąt.

Proces systematycznego wyrównywania się cen krajowych z cenami unijnymi był najbardziej widoczny na rynku wołowiny oraz mleka. Na rynku zbóż, mięsa wieprzowego oraz drobiu był on zdecydowanie mniej jednorodny, z uwagi na silne wahania cen. Relacja cen jaj konsumpcyjnych była stabilna i wyniosła ok. 2% na korzyść Polski. Zwiększyły się natomiast różnice cenowe na rynku prosiąt.

Należy podkreślić, że w latach 2004-2007 zrównywanie się cen między Polską a Unią Europejską przebiegało najszybciej na rynkach objętych regulacjami wspólnotowymi (kwoty, skup interwencyjny), tj. w sektorze zbożowym oraz mleczarskim. W sektorach pozbawionych interwencji zamiany cen były bardziej podatne na działanie mechanizmów rynkowych.

Tabela 5.1. Ceny podstawowych produktów rolnictwa w Polsce w stosunku do średnich cen w UE-25/27^a (UE-25/27 = 100)

Wyszczególnienie	II półrocze 2004	2005	2006	2007	2008	I półrocze 2009
Pszemica konsumpcyjna	93,5	87,3	97,8	98,8	101,4	88,7
Jęczmień paszowy	90,1	87,0	89,2	94,9	100,7	85,9
Kukurydza paszowa	98,4	88,9	94,8	96,6	101,4	93,8
Mięso wieprzowe	102,1	95,6	88,9	95,0	103,3	101,5
Prosięta	.	82,0	64,4	61,0	78,5	87,5
Mięso wołowe	70,1	75,5	75,2	77,8	80,6	70,1
Mleko	73,4	86,1	90,0	93,5	87,1	71,9 ^b
Mięso drobiowe	70,9	77,2	67,9	75,9	77,1	72,5
Jaja konsumpcyjne	98,0	96,1	97,8	98,3	105,9	93,8

^a do 2006 roku dane dla UE-25, w latach 2007-2009 dla UE-27;

^b notowania cen z I kwartału 2009 roku

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych MRiRW (por. www.minrol.gov.pl).

- 2) W 2008 roku stan przewag cenowych na rynku podstawowych produktów rolnictwa zasadniczo się zmienił. Wzrost cen żywności w Polsce i na świecie oraz aprecjacja złotego do połowy roku spowodowały utratę przez polskich producentów pozycji konkurencyjnej na rynku zbóż, mięsa wieprzowego oraz jaj konsumpcyjnych. W tych sektorach ceny krajowe były od 1,5 do 7% wyższe niż średnio w UE. Znaczne przewagi cenowe utrzymaliśmy jedynie na rynku wołowiny, drobiu, prosiąt oraz mleka.
- 3) Notowania cen w I półroczu 2009 roku świadczą o tym, że częściowa utrata konkurencyjności była zjawiskiem przejściowym. Deprecjacja złotówki, postępująca systematycznie od połowy 2008 roku, przyczyniła się do ponownego wzmocnienia naszych przewag cenowych w stosunku do producentów z Unii Europejskiej. W tym czasie wskaźniki relacji cen krajowych do średnich cen w UE-27, w większości analizowanych produktów, były zbliżone do notowanych w pierwszych latach członkostwa.

W I półroczu 2009 roku ziarno zbóż, prosięta oraz jaja konsumpcyjne były na rynku krajowym od 6 do 15% tańsze niż przeciętnie w Unii Europejskiej. Ponad 27-procentowe przewagi cenowe odnotowaliśmy na rynku mięsa wołowego, drobiowego oraz mleka. Jedynie na rynku wieprzowiny krajowi producenci nie odzyskali przewag cenowych. Średnia cena mięsa wieprzowego w Polsce była o ok. 2% wyższa niż w UE-27.

Jeszcze nie można stwierdzić, czy odbudowa cenowych przewag konkurencyjnych przez polskich producentów będzie zjawiskiem trwałym. Powolne umacnianie się złotego notowane od lipca 2009 roku może w przyszłości ponownie osłabić pozycję konkurencyjną Polski na Wspólnym Rynku Europejskim. Brak wyraźnych różnic cenowych między Polską a Wspólnotą oraz znaczne uzależnienie poziomu przewag konkurencyjnych od kursu walut powinny wymusić na krajowych producentach większą aktywność w wykorzystywaniu istniejących, jak również w poszukiwaniu nowych, pozacenowych czynników, dzięki którym będą w stanie zachować pozycję konkurencyjną na Wspólnym Rynku Europejskim.

6. Stan przewag cenowych na rynku wybranych produktów przetwórstwa spożywczego

Ocenę przewag cenowych polskich producentów żywności na poziomie przetwórstwa, zgodnie z przyjętą metodologią badań nad konkurencyjnością polskich producentów żywności²⁰, oparto na porównaniu cen producenta wybranych produktów przemysłu spożywczego na rynku polskim i niemieckim. Wybór rynku niemieckiego uznano za zasadny, ponieważ jest to jeden z większych producentów żywności w UE oraz nasz bezpośredni konkurent w handlu na rynku unijnym, a jednocześnie Niemcy są istotnym rynkiem eksportowym dla polskiego sektora żywnościowego.

Uznając zatem Niemcy za naszego strategicznego partnera gospodarczego, jak również mając świadomość podobnych warunków funkcjonowania i gospodarowania, w niniejszym raporcie analizie poddano różnice między cenami wybranych produktów spożywczych lub ich grup w Polsce a cenami tych produktów w Niemczech. Syntetyczna analiza tego zjawiska została przeprowadzona dla lat 2002-2007.

Porównując średnie ceny poszczególnych grup produktów, trzeba mieć świadomość, że ich szczegółowa struktura asortymentowa może być różna, co wymaga ostrożności w formułowaniu ocen. Istotne jest także to, że w badanym okresie oba kraje różniły się również stopą inflacji, wpływającą na dynamiki cen wszystkich produktów oraz to, że w Polsce po wejściu do UE nastąpiło istotne wzmocnienie waluty krajowej, a w Niemczech marka (DM) zastąpiona została w 2002 roku przez euro.

6.1. Stan przewag cenowych na rynku podstawowych produktów przemysłu spożywczego

Polscy producenci wielu podstawowych produktów przemysłu spożywczego są konkurencyjni cenowo względem partnerów niemieckich. Analiza cen 34 podstawowych produktów spożywczych wskazuje, że w przypadku 2/3 tych wyrobów ceny w Polsce są niższe niż u naszych sąsiadów, a w pozostałej 1/3 przekraczają ceny niemieckie od 2 do ponad 40%. Badania wskazują, że w latach 2002-2007 zaobserwowano następujące zjawiska:

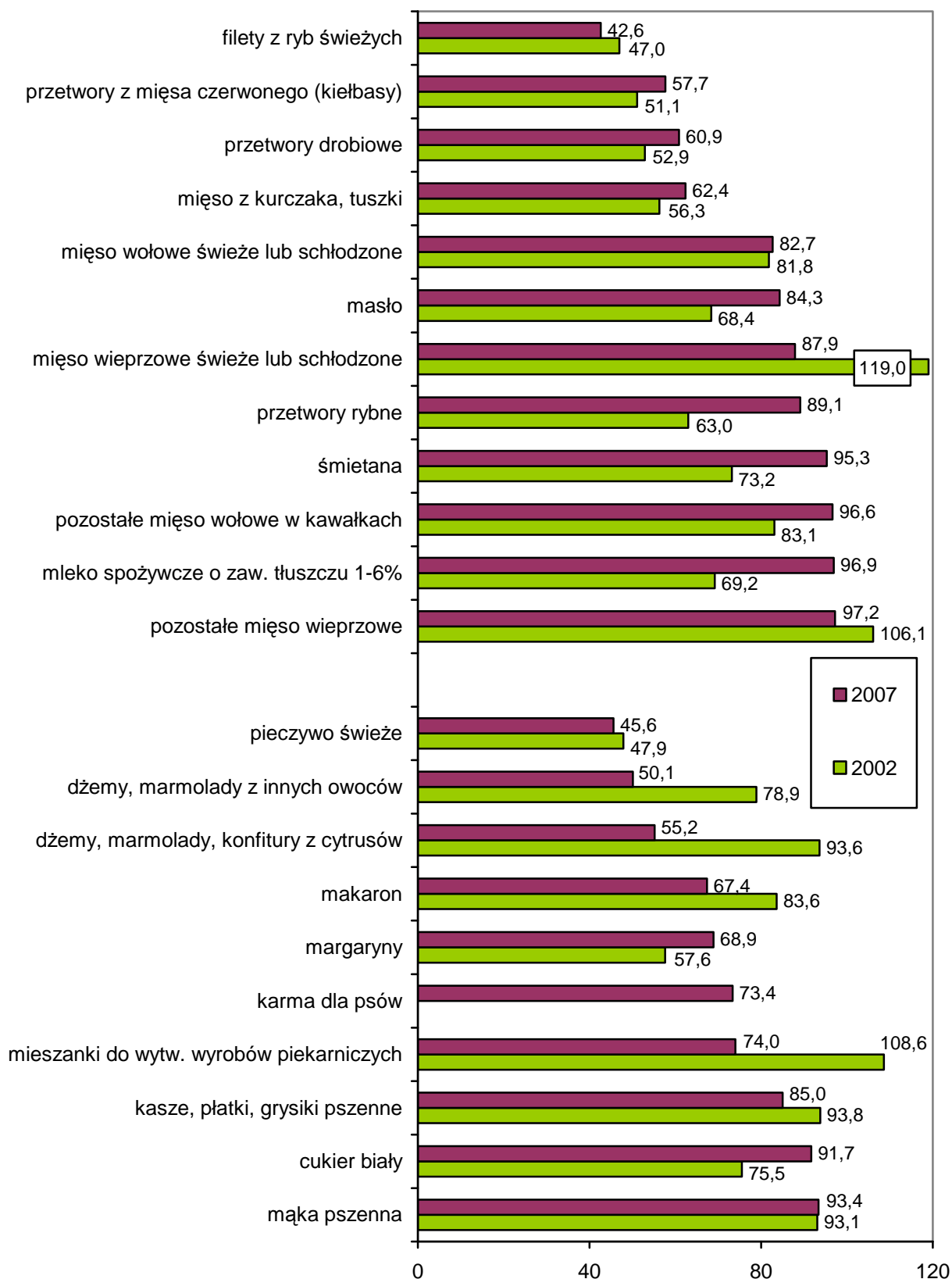
²⁰ I. Szczepaniak, *Ocena konkurencyjności...*, op. cit., s. 12.

- Zmniejszenie przewag cenowych na rynku większości produktów pochodzenia zwierzęcego, w tym wszystkich badanych produktów mleczarskich i drobiarskich (por. wykresy 6.1, 6.2). Nadal jednak duże przewagi cenowe osiągamy w sektorze drobiarskim i rybnym.
- Powiększenie przewag cenowych w przypadku połowy badanych produktów pochodzenia roślinnego (por. wykresy 6.1, 6.2). Relacje cen tych wyrobów charakteryzuje dwubiegunowość. Jest grupa towarów, których ceny w Polsce są zdecydowanie niższe niż u naszych sąsiadów. Dotyczy to większości produktów przetwórstwa zbóż, a także pojedynczych wyrobów pozostałych sektorów tego kierunku przetwórstwa. Zdecydowanie droższe w Polsce niż w Niemczech są przede wszystkim produkty przemysłu olejarskiego.

Nadal posiadamy znaczące przewagi cenowe w sektorze drobiarskim, aczkolwiek są one coraz mniejsze (por. wykres 6.1). Jeszcze w 2006 roku ceny tuszek i przetworów drobiowych były w Polsce o około 45% niższe niż w Niemczech, ale już w 2007 roku różnice tych cen zmalały o ponad 5 punktów procentowych. Na rynku mięsa drobiowego było to rezultatem większego wzrostu cen w Polsce niż u naszych sąsiadów, aczkolwiek i u nich dynamika tych cen była dodatnia (por. tab. 6.1, wykres 6.3). Zjawisko drożenia tych produktów wystąpiło w 2007 roku, gdyż w okresie wcześniejszym w obu krajach notowano niewielkie wahania cen tuszek. Zmniejszenie konkurencyjności naszych przetworów drobiowych wobec wyrobów niemieckich w latach 2002-2007 nastąpiło w wyniku dużego (o ponad 11%) wzrostu ich cen w Polsce, przy niewielkim spadku cen w Niemczech.

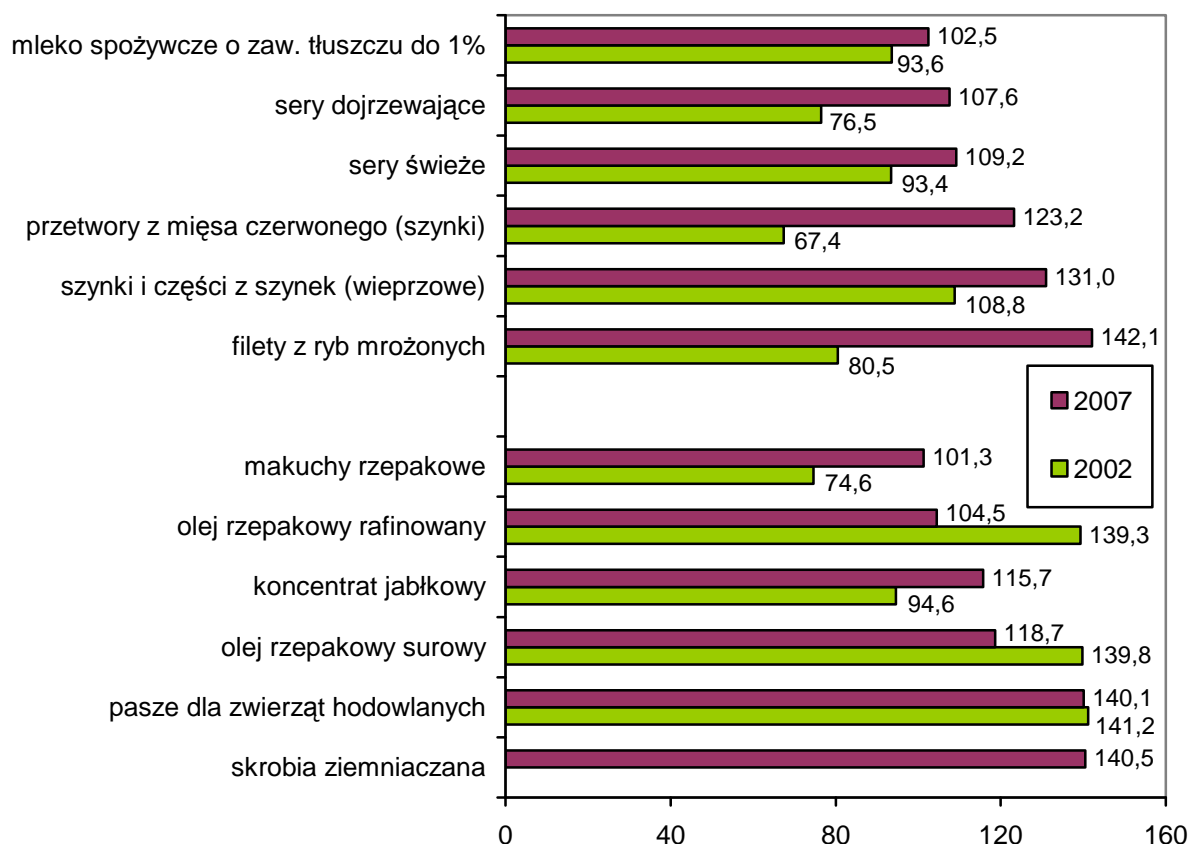
W przetwórstwie ryb mieliśmy przewagi cenowe na rynku filetów z ryb świeżych oraz przetworów rybnych (por. wykres 6.1). W 2007 roku filety były w Polsce tańsze niż w Niemczech o 57%, a przetwory tylko o 11%. W latach 2002-2007 nieznacznie zwiększyła się nasza przewaga cenowa w przypadku filetów z ryb świeżych, co było skutkiem wolniejszego wzrostu cen w Polsce niż w Niemczech (choć w obu państwach dynamika ta była dodatnia). Jednocześnie zanotowano zmniejszenie się konkurencyjności przetworów rybnych, co było spowodowane wysokim wzrostem ich cen w Polsce (o ponad 1/3), przy niewielkim spadku (rzędu 2%) cen w Niemczech (por. tab. 6.1, wykres 6.3). W badanym okresie straciliśmy przewagi cenowe na rynku filetów z ryb mrożonych (por. wykres 6.2). W 2002 roku były one jeszcze o około 20% tańsze niż w Niemczech, ale już w 2007 roku polskie ceny tych produktów przekraczały niemieckie o ponad 40%. Utrata pozycji konkurencyjnej na rynku filetów z ryb mrożonych była rezultatem dużego (ok. 30%) wzrostu ich cen w Polsce oraz spadku (o ok. 25%) cen tych filetów w Niemczech (por. tab. 6.1, wykres 6.3).

Wykres 6.1. Porównanie cen producenta podstawowych produktów przemysłu spożywczego w Polsce i w Niemczech (Niemcy = 100)



Źródło: obliczenia własne na podstawie niepublikowanych danych GUS oraz Statistisches Jahrbuch über Ernährung Landwirtschaft und Forsten 2003, 2008.

Wykres 6.2. Porównanie cen producenta podstawowych produktów przemysłu spożywczego w Polsce i w Niemczech (Niemcy = 100)



Źródło: obliczenia własne na podstawie niepublikowanych danych GUS oraz Statistisches Jahrbuch über Ernährung Landwirtschaft und Forsten 2003, 2008.

Konkurencyjny, choć w mniejszym stopniu, pozostaje polski sektor mięsny (por. wykres 6.1). Największe przewagi cenowe mamy na rynku kielbas. Ceny ich w Polsce są o ponad 40% niższe niż w Niemczech. Mniejsze (o 12-17%), lecz także znaczące różnice występują w poziomie cen mięsa zarówno wołowego, jak i wieprzowego świeżego lub schłodzonego. Natomiast relatywnie drogie są polskie szynki wieprzowe (por. wykres 6.2). W 2007 roku szynki (przetwory) były o prawie 1/4 droższe niż w Niemczech, a ceny szynek surowych przekraczały ich poziom u naszych sąsiadów o ponad 30%. W latach 2002-2007 nieznacznie zmniejszyły się przewagi cenowe na rynku kielbas, co było skutkiem dużego wzrostu ich cen w Polsce, przy niewielkim (ok. 1%) wzroście cen w Niemczech (por. tab. 6.1, wykres 6.3). W analizowanym okresie nieznacznie pogorszyła się konkurencyjność cenowa polskiego mięsa wołowego. W obu krajach dynamika cen tego mięsa była bardzo wysoka i dodatnia, a w przypadku pozostałego mięsa wołowego ceny w Polsce wzrastały zdecydowanie szybciej niż u naszego zachodniego sąsiada. Jednocześnie odwróciły się relacje cen na rynku pozostałego mięsa wieprzowego świeżego i schłodzonego. W 2007 roku polscy producenci mieli

dwunastoprocentową przewagą cenową, podczas gdy w 2002 roku ceny w Polsce były prawie o 20% wyższe niż w Niemczech. Zwiększenie konkurencyjności tego mięsa dokonało się dzięki dużemu spadkowi cen w Polsce (o ponad 25%), przy równoczesnym ich wzroście w Niemczech (o kilka procent). Jeszcze w 2002 roku polscy producenci szynek (przetworów) mogli z powodzeniem konkurować z producentami niemieckimi. Ceny przez nich oferowane były o 1/3 niższe niż w Niemczech. Natomiast obecnie straciliśmy te przewagi, ponieważ szynki wieprzowe w Polsce zarówno surowe, jak i szynki (przetwory) drożały, a u naszych sąsiadów ich ceny spadały.

Tabela 6.1. Porównanie dynamiki cen podstawowych produktów przemysłu spożywczego w Polsce i w Niemczech

Produkty	Dynamika cen ^a 2002-2007		Relacje indeksów cen w Polsce w porównaniu z Niemcami	Cena w Polsce (cena w Niemczech = 100)	
	Niemcy	Polska		2002	2007
Mięso wołowe świeże lub schłodzone	133,6	132,7	99,3	81,8	82,7
Pozostałe mięso wołowe w kawałkach	133,8	152,7	114,1	83,1	96,6
Mięso wieprzowe świeże lub schłodzone	102,7	74,4	72,4	119,0	87,9
Szynki i części z szynek (wieprzowe)	90,3	106,7	118,2	108,8	131,0
Inne mięso wieprzowe	110,2	99,0	89,8	106,1	97,2
Mięso z kurczaka, tuszki	112,2	121,9	108,6	56,3	62,4
Przetwory z mięsa czerwonego (kiełbasy)	101,1	112,1	110,9	49,8	57,7
Przetwory z mięsa czerwonego (szynki)	60,4	108,2	179,1	67,4	123,2
Przetwory drobiowe	98,9	111,8	113,0	52,9	60,9
Filety z ryb świeżych	112,2	106,0	94,5	47,0	42,6
Filety z ryb mrożonych	75,3	130,5	173,3	80,5	142,1
Przetwory rybne	98,3	136,6	139,0	63,0	89,1
Mleko spożywcze o zawartości tłuszczu do 1%	123,6	132,9	107,5	93,6	102,5
Mleko spożywcze o zawartości tłuszczu 1-6%	100,0	137,5	137,5	69,2	96,9
Śmietana	96,0	122,7	127,8	73,2	95,3
Masło	108,6	131,3	120,9	68,4	84,3
Sery świeże	97,8	112,2	114,7	93,4	109,2
Sery dojrzewające	96,5	133,0	137,8	76,5	107,6

^a podstawą liczenia wskaźników dynamiki cen w Polsce były ceny w zł, a w Niemczech w euro
Źródło: obliczenia własne na podstawie danych zawartych w aneksie 6.1.

W grupie produktów pochodzenia zwierzęcego konkurencyjność cenową w największym stopniu utraciły produkty mleczarskie (por. wykresy 6.1 i 6.2). Większe (piętnastoprocentowe) przewagi cenowe mieliśmy tylko na rynku masła, a w przypadku pozostałych tradycyjnych produktów mleczarskich (śmietany i mleka spożywczego o zawartości tłuszczu 1-6%) nasze przewagi nie przekraczały 5%. Zdecydowanie droższe na rynku polskim w porównaniu z niemieckim były sery. W 2006 roku ceny serów dojrzewających w Polsce zrównały się z cenami w Niemczech, a w 2007 roku przekroczyły je o ponad 7%. W latach 2002-2007 straciliśmy także przewagę cenową na rynku serów świeżych, które w Polsce są o prawie 10% droższe niż u naszych sąsiadów. Proces wyrównywania się cen produktów mleczarskich w kraju i u naszego zachodniego sąsiada był skutkiem niewielkiego spadku niemieckich cen śmietany, serów dojrzewających i świeżych, ale przede wszystkim był to rezultat ogólnego drożenia produktów mleczarskich w Polsce (por. tab. 6.1, wykres 6.3). Najmniej zdrożały sery świeże (o ok. 12%) i śmietana (o ponad 22%), a ceny pozostałych podstawowych produktów mleczarskich w Polsce wzrosły aż o 1/3. Tylko dwa podstawowe produkty mleczarskie (masło i odtłuszczone mleko spożywcze) drożały na obu rynkach, aczkolwiek dynamika tych zmian w Polsce była większa niż u naszych sąsiadów.

Największe przewagi cenowe na rynku podstawowych produktów pochodzenia roślinnego mamy w sektorze zbożowym i piekarniczym (por. wykresy 6.1 i 6.2). Nasze pieczywo świeże jest o ponad połowę tańsze od niemieckiego. Znaczące (od 15 do 33%) są także różnice w poziomie cen makaronu, mieszanek do wytwarzania wyrobów piekarniczych oraz kasz, płatków i grysików, a nieco mniejsze (około 7%) mąki pszennej. Polski przemysł już od 2003 roku nie jest konkurencyjny na rynku skrobi ziemniaczanej, której ceny u nas są o kilkadziesiąt procent wyższe niż w Niemczech. Wzrost konkurencyjności cenowej produktów zbożowych był wynikiem spadku ich cen w Polsce (dotyczy to mieszanek do wytwarzania wyrobów piekarniczych, makaronu i pieczywa świeżego) oraz dużego wzrostu cen na rynku niemieckim, przede wszystkim: kasz, płatków i grysików, mieszanek do wytwarzania wyrobów piekarniczych oraz makaronu (por. tab. 6.2, wykres 6.3). Jedynym produktem tego sektora, który taniał na rynku niemieckim była skrobia ziemniaczana (dopiero w 2007 roku jej ceny wzrosły), tymczasem w Polsce był to produkt sukcesywnie drożejący (szczególnie w 2004, 2006 i 2007 roku), dlatego też nigdy nie mieliśmy przewag cenowych na tym rynku.

Wśród tradycyjnych wyrobów pochodzenia roślinnego niekonkurencyjne cenowo są podstawowe produkty sektora olejarskiego (por. wykresy 6.1 i 6.2) z wyjątkiem margaryny (jej ceny w Polsce są o 1/3 niższe niż w Niemczech).

W przypadku pozostałych produktów tego sektora nasze wyroby są dużo droższe od niemieckich. Największe różnice występują w cenie oleju rzepakowego surowego, który w całym badanym okresie w Polsce był droższy. W 2007 roku różnica w poziomie jego cen wyniosła prawie 20%. Mniejsze były natomiast rozbieżności między polskimi i niemieckimi cenami oleju rzepakowego rafinowanego i makuchu rzepakowego (od 1 do 4,5%). W latach 2002-2007 zmniejszyły się nasze przewagi cenowe na rynku margaryn, co było wynikiem dużego wzrostu ich cen w Polsce (por. tab. 6.2, wykres 6.3). Pomimo iż nadal nie jesteśmy konkurencyjni na rynku oleju rzepakowego surowego i rafinowanego, to mamy do czynienia z procesem wyrównywania ich cen w Polsce i w Niemczech. Proces ten następuje w wyniku drożenia tych produktów na obu rynkach, lecz tempo tych zmian u naszych zachodnich sąsiadów jest większe. Utrata przewag cenowych na rynku makuchów rzepakowych była wynikiem dużego wzrostu ich cen na rynku polskim.

Producenci tradycyjnych przetworów owocowo-warzywnych mogą konkurować z naszymi zachodnimi sąsiadami tylko na rynku dżemów (por. wykresy 6.1 i 6.2). Ich ceny w Polsce są prawie o połowę niższe niż w Niemczech. Niekonkurencyjni cenowo jesteśmy natomiast na rynku koncentratu jabłkowego, który w 2007 roku był u nas o ponad 15% droższy. W badanym okresie nasze przewagi cenowe na rynku dżemów znacząco wzrosły (por. tab. 6.2, wykres 6.3). Przyczyną tego był zarówno duży spadek cen dżemów w Polsce, jak i bardzo duży ich wzrost w Niemczech. Dynamika cen koncentratu jabłkowego w obu krajach była dodatnia, lecz wyższe jej tempo w Polsce było bezpośrednią przyczyną utraty przewag cenowych na rynku tego produktu.

Wśród pozostałych standardowych produktów pochodzenia roślinnego największe przewagi cenowe (około 26%) mamy na rynku karmy dla psów, a zdecydowanie mniejsze (około 8%) na rynku cukru (por. wykresy 6.1 i 6.2). Niekonkurencyjni cenowo jesteśmy natomiast na rynku pasz dla zwierząt hodowlanych, których ceny w Polsce w całym badanym okresie były o ponad 40% wyższe niż w Niemczech. Na rynku karmy dla psów następuje wyrównywanie cen (por. tab. 6.2, wykres 6.3), co jest wynikiem tanienia tych wyrobów na rynku niemieckim, przy względnie stabilnych cenach w Polsce. W wyniku dużego wzrostu cen w Polsce, maleją nasze przewagi cenowe na rynku cukru. Ceny tego produktu w Niemczech były stabilne. Dynamika cen pasz dla zwierząt hodowlanych w obu krajach jest dodatnia i porównywalna, co nie zmienia naszej pozycji wobec niemieckich konkurentów.

Tabela 6.2. Porównanie dynamiki cen podstawowych produktów przemysłu spożywczego w Polsce i w Niemczech

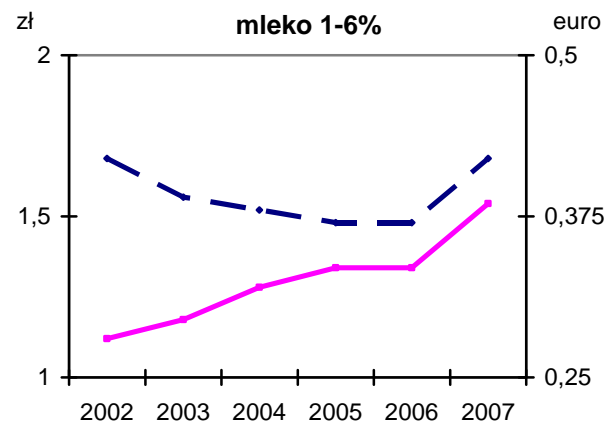
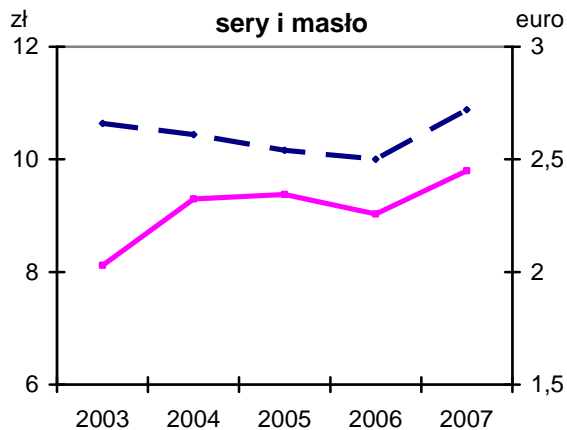
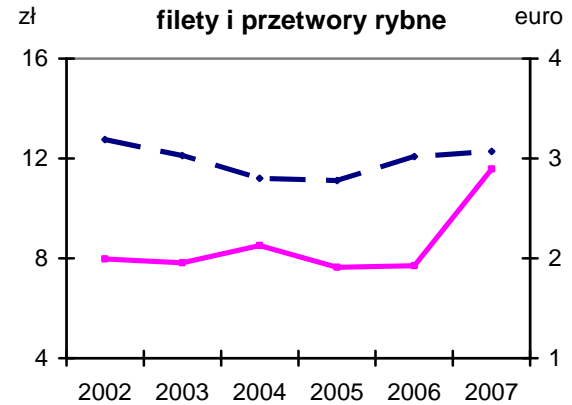
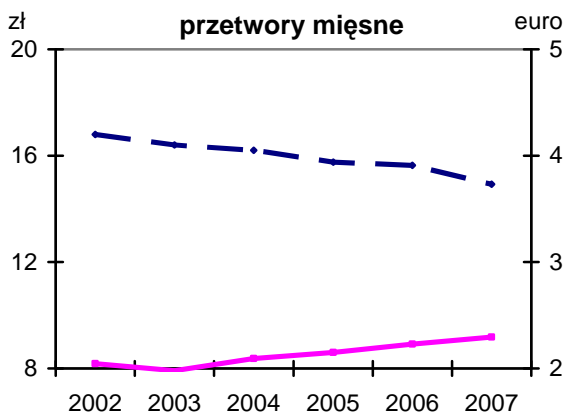
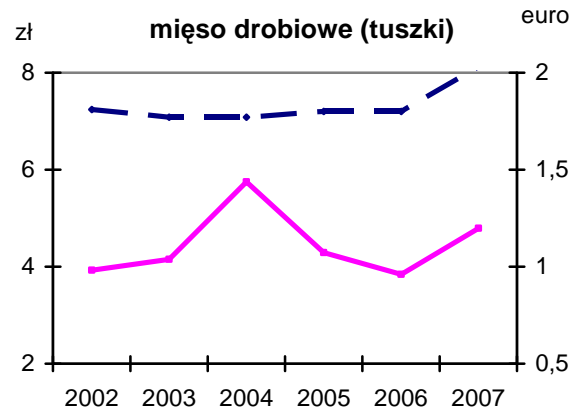
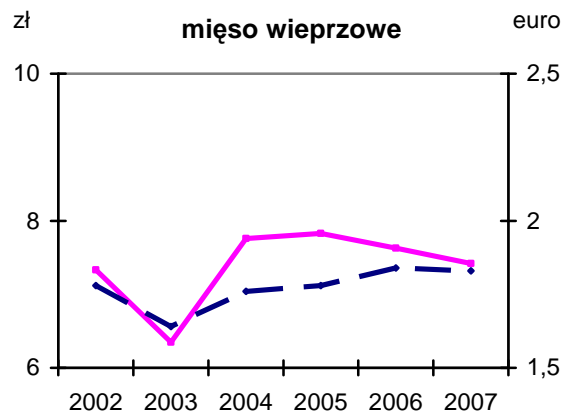
Produkty	Dynamika cen ^a 2002-2007		Relacje indeksów cen w Polsce w porównaniu z Niemcami	Cena w Polsce (cena w Niemczech = 100)	
	Niemcy	Polska		2002	2007
Olej rzepakowy surowy	138,5	115,4	83,3	139,8	118,7
Olej rzepakowy rafinowany	145,7	107,3	73,6	139,3	104,5
Margaryny	103,0	120,9	117,4	57,6	68,9
Makuchy rzepakowe	98,7	131,4	133,1	74,6	101,3
Mąka pszenna	127,3	125,3	98,4	93,1	93,4
Kasze, płatki, grysiki pszenne	114,4	101,7	88,9	93,8	85,0
Mieszanki do wytwarzania wyrobów piekarniczych	114,8	76,7	66,8	108,6	74,0
Pasze dla zwierząt hodowlanych	114,6	111,6	97,4	141,2	140,1
Karma dla psów	94,2	.	.	.	73,4
Pieczywo świeże	103,3	96,4	93,3	47,9	45,6
Makaron	117,4	92,8	79,0	83,6	67,4
Cukier biały	100,7	120,0	119,2	75,5	91,7
Skrobia ziemniaczana	.	148,3	.	.	140,5
Koncentrat jabłkowy	133,1	159,8	120,1	94,6	115,7
Dżemy, marmolady, konfitury z cytrusów	143,9	83,3	57,9	93,6	55,2
Dżemy, marmolady z innych owoców	138,2	86,1	62,3	78,9	50,1

^a podstawą liczenia wskaźników dynamiki cen w Polsce były ceny w zł, a w Niemczech w euro

Źródło: obliczenia własne na podstawie danych zawartych w aneksie 6.2.

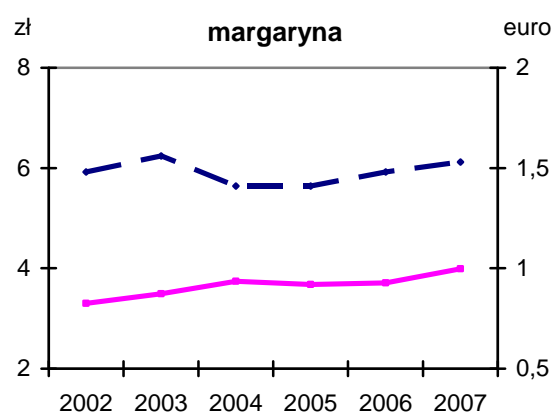
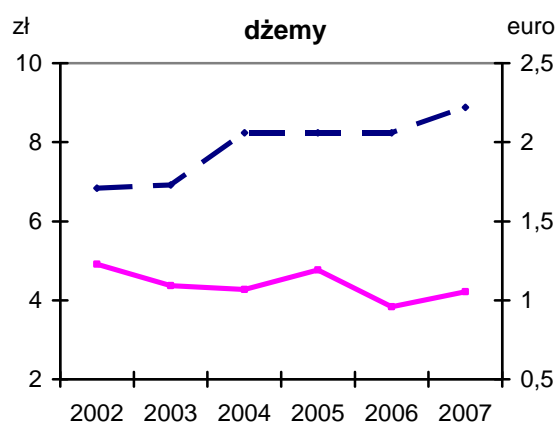
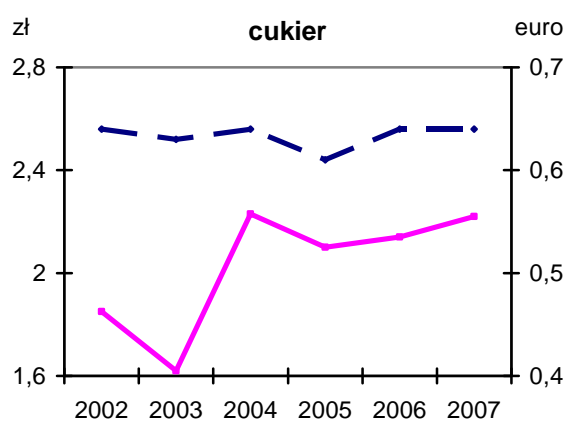
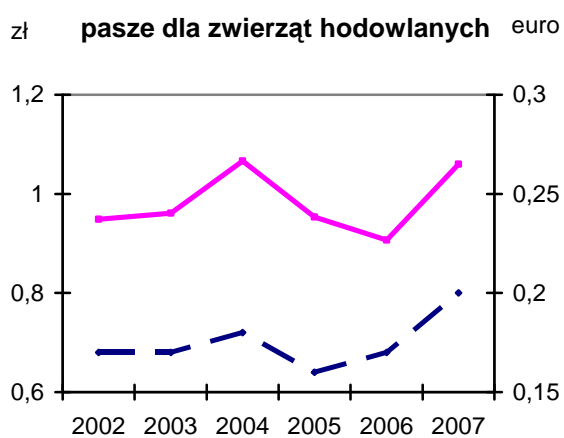
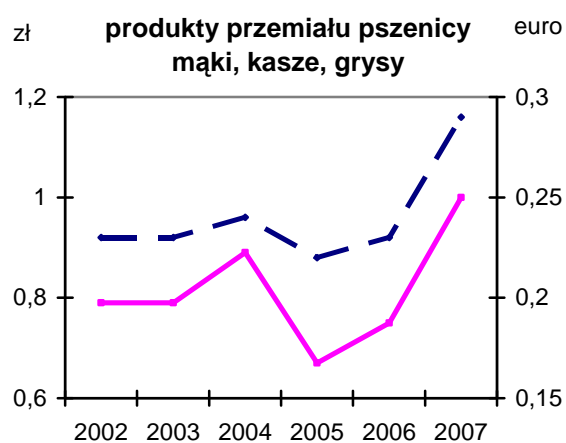
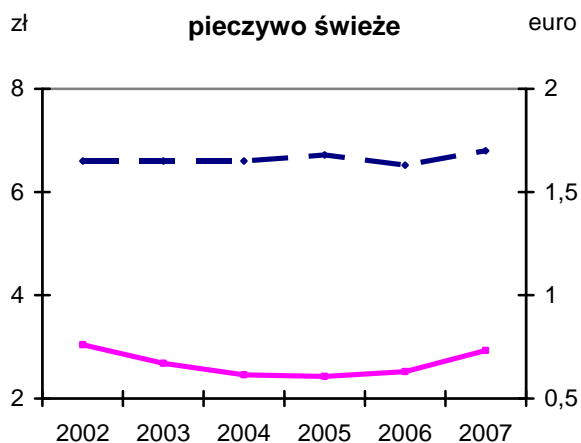
Proces stopniowego wyrównywania się cen podstawowych produktów spożywczych w Polsce i w Niemczech powoduje, że rodzimi producenci, pomimo ciągle jeszcze atrakcyjnej oferty cenowej swoich produktów, będą musieli aktywnie poszukiwać innych niż cenowe czynniki pozwalających im na zachowanie pozycji konkurencyjnej na Wspólnym Rynku Europejskim.

Wykres 6.3. Porównanie cen producenta podstawowych produktów przemysłu spożywczego w Polsce (w zł) i w Niemczech (w euro) za jednostkę (kg, l)



— w Niemczech (w euro)

— w Polsce (w zł)



— w Niemczech (w euro)

— w Polsce (w zł)

Źródło: obliczenia własne na podstawie niepublikowanych danych GUS oraz Statistisches Jahrbuch über Ernährung Landwirtschaft und Forsten z lat 2003-2008.

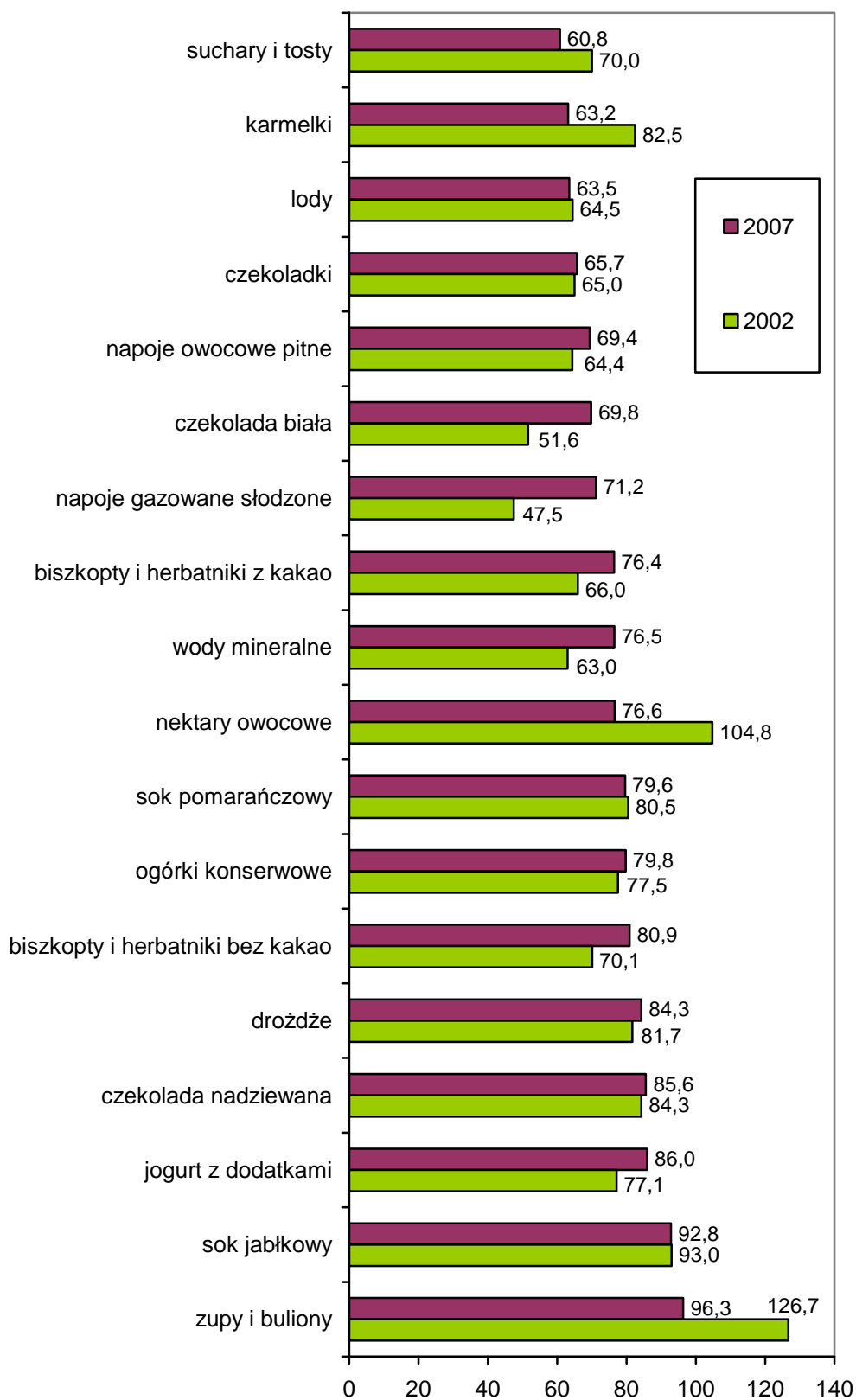
6.2. Stan przewag cenowych na rynku produktów wysoko przetworzonych

Porównanie cen dwudziestu ośmiu grup wysoko przetworzonych produktów spożywczych na rynkach polskim i niemieckim wskazuje, że wciąż jesteśmy konkurencyjni cenowo na rynkach większości tych wyrobów (por. wykresy 6.4 i 6.5). Nasze przewagi cenowe systematycznie jednak maleją. Powiększenie różnic cenowych wystąpiło tylko w 8 badanych produktach. Proces wyrównywania cen następuje w obu krajach, co jest rezultatem niewielkiego spadku cen szeregu produktów wysoko przetworzonych u naszych sąsiadów oraz powszechnego wzrostu cen tych wyrobów w Polsce.

Największą konkurencyjnością cenową (por. wykres 6.4) wśród wyrobów wysoko przetworzonych charakteryzują się produkty sektora soków i napojów owocowych pitnych oraz napojów bezalkoholowych. Napoje owocowe pitne, oranżady, wody mineralne, nektary owocowe i sok pomarańczowy były w 2007 roku w Polsce o 20-30% tańsze niż u naszych sąsiadów. Mniejsze przewagi mieliśmy na rynku soku jabłkowego, gdyż nie przekraczały one 10%. W 2007 roku zwiększyła się konkurencyjność cenowa nektarów owocowych oraz minimalnie soku pomarańczowego i jabłkowego. Było to rezultatem spadku cen nektarów w Polsce, przy ich wzroście w Niemczech oraz wolniejszego wzrostu cen soku pomarańczowego i jabłkowego w porównaniu ze zmianami u sąsiadów (por. tab. 6.3 i wykres 6.6). Na rynkach pozostałych wyrobów tego sektora, tj. wód mineralnych oraz napojów gazowanych słodzonych, w wyniku dużej zwyżki ich cen w Polsce zmalały nasze przewagi cenowe, aczkolwiek są one jeszcze znaczące.

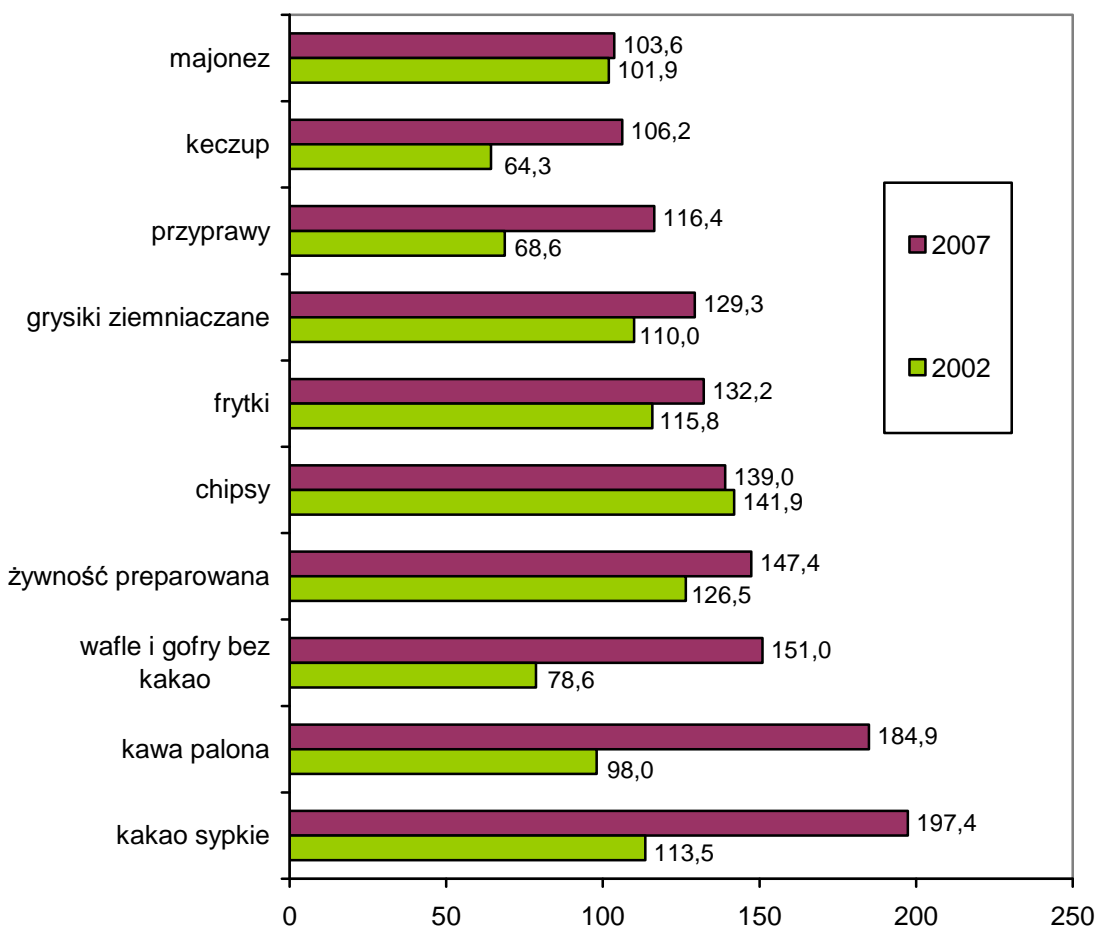
Duże przewagi cenowe mają także polscy producenci słodocy (por. wykres 6.4). Największą konkurencyjnością cenową z tej grupy produktów odznaczają się: karmelki (zarówno twarde, jak i miękkie), czekoladki tzw. praliny oraz czekolada biała. Ich ceny w Polsce w 2007 roku były o 30-37% niższe niż w Niemczech. Nieco mniejsze, aczkolwiek znaczące, różnice odnotowano w cenie czekolady nadziewanej, która w Polsce była o 15% tańsza niż u naszych sąsiadów. W 2007 roku (w porównaniu z 2002 rokiem) zwiększyła się konkurencyjność cenowa tylko na rynkach karmelków. Było to rezultatem szybkiego tempa wzrostu cen tych słodocy w Niemczech (por. tab. 6.3, wykres 6.6). Drożały one także w Polsce, lecz tempo tych zmian było niewspółmiernie mniejsze niż u sąsiadów. Na rynku pozostałych słodocy nasze przewagi cenowe zmniejszyły się, co było wynikiem dużego wzrostu cen w Polsce (czekolada biała), przy mniejszym tempie tego zjawiska w Niemczech.

Wykres 6.4. Porównanie cen producenta wysoko przetworzonych produktów spożywczych w Polsce i w Niemczech (Niemcy = 100)



Źródło: obliczenia własne na podstawie niepublikowanych danych GUS oraz Statistisches Jahrbuch über Ernährung Landwirtschaft und Forsten 2003, 2008.

Wykres 6.5. Porównanie cen producenta wysoko przetworzonych produktów spożywczych w Polsce i w Niemczech (Niemcy = 100)



Źródło: obliczenia własne na podstawie niepublikowanych danych GUS oraz Statistisches Jahrbuch über Ernährung Landwirtschaft und Forsten 2003, 2008.

Polscy producenci są konkurencyjni cenowo także na rynku pieczywa cukierniczego trwałego (por. wykres 6.4). Największe przewagi cenowe mają na rynku sucharów i tostów, których ceny są prawie o 40% niższe niż w Niemczech. Nieco mniejsze są różnice cen biszkoptów i herbatników (zarówno z kakao, jak i bez kakao), które w Polsce są tańsze o 20-25% niż u naszych zachodnich sąsiadów. Nie możemy konkurować z niemieckimi producentami wafli i gofrów bez kakao, gdyż są one u nas o ponad połowę droższe niż w Niemczech. W 2007 roku odnotowano wzrost konkurencyjności polskich producentów tylko na rynku sucharów i tostów, co było rezultatem wzrostu cen tych wyrobów w Niemczech, przy niewielkim ich spadku w Polsce (por. tab. 6.3, wykres 6.6). W wyniku wzrostu cen pieczywa cukierniczego trwałego w Polsce, zmałyły nasze przewagi cenowe na rynku biszkoptów i herbatników, a straciliśmy je na rynku wafli i gofrów bez kakao.

Tabela 6.3. Porównanie dynamiki cen producenta produktów wysoko przetworzonych w Polsce i w Niemczech

Produkty	Dynamika cen ^a 2002-2007		Relacje indeksów cen w Polsce w porównaniu z Niemcami	Cena w Polsce (cena w Niemczech = 100)	
	Niemcy	Polska		2002	2007
Jogurt z dodatkami	111,1	121,6	109,5	77,1	86,0
Lody	112,0	108,3	96,9	64,5	63,5
Żywność preparowana otrzymana przez prażenie lub spęcznienie zbóż	80,7	92,3	114,4	126,5	147,4
Frytki	110,7	124,0	112,0	115,8	132,2
Chipsy	99,6	95,8	96,2	141,9	139,0
Ziemniaki suszone w postaci mąk, płatków i grysików	102,2	117,9	115,4	110,0	129,3
Sok pomarańczowy	132,8	128,9	97,1	80,5	79,6
Sok jabłkowy	119,5	117,0	97,9	93,0	92,8
Ogórki konserwowe	105,4	106,6	101,1	77,5	79,8
Czekolada nadziewana	87,4	87,1	99,7	84,3	85,6
Czekolada biała	100,5	133,4	132,7	51,6	69,8
Czekoladki	101,3	100,5	99,2	65,0	65,7
Karmelki	150,2	112,9	75,2	82,5	63,2
Kakao sypkie bez cukru	50,8	86,7	170,7	113,5	197,4
Ketchup	85,3	138,1	161,9	64,3	106,2
Majonez	122,9	122,6	99,8	101,9	103,6
Zupy i buliony	102,5	76,4	74,5	126,7	96,3
Drożdże	91,9	93,1	101,3	98,0	84,3
Przyprawy	63,4	105,6	166,6	68,6	116,4
Suchary i tosty	116,3	99,0	85,1	70,0	60,8
Biszkopty i herbatniki z kakao	89,0	101,2	113,7	66,0	76,4
Biszkopty i herbatniki bez kakao	100,4	113,7	113,2	70,1	80,9
Wafle i gofry bez kakao	90,0	169,6	188,4	78,6	151,0
Kawa palona	78,6	145,6	185,2	98,0	184,9
Wody mineralne	90,5	107,8	119,1	63,0	76,5
Napoje owocowe pitne	94,4	100,0	105,9	64,4	69,4
Nektary owocowe	113,7	81,6	71,8	104,8	76,6
Napoje gazowane słodzone	83,0	122,1	147,1	47,5	71,2

^a podstawą liczenia wskaźników dynamiki cen w Polsce były ceny w zł, a w Niemczech w euro

Źródło: obliczenia własne na podstawie danych zawartych w aneksie 6.1.

Stosunkowo duże przewagi cenowe posiadamy także na rynku niektórych wysoko przetworzonych wyrobów mleczarskich (por. wykres 6.4). Największą przewagą cenową mamy na rynku lodów, które są o 1/3 tańsze niż w Niemczech.

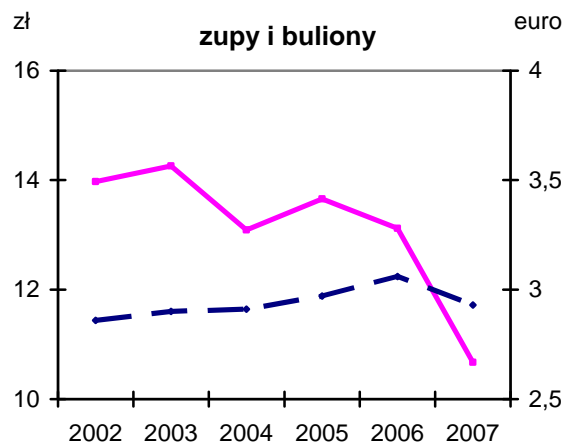
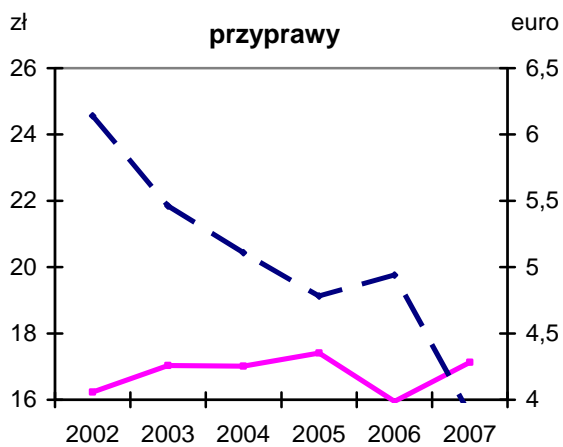
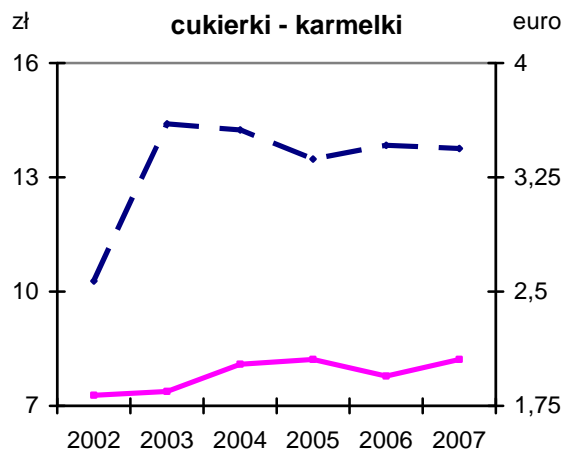
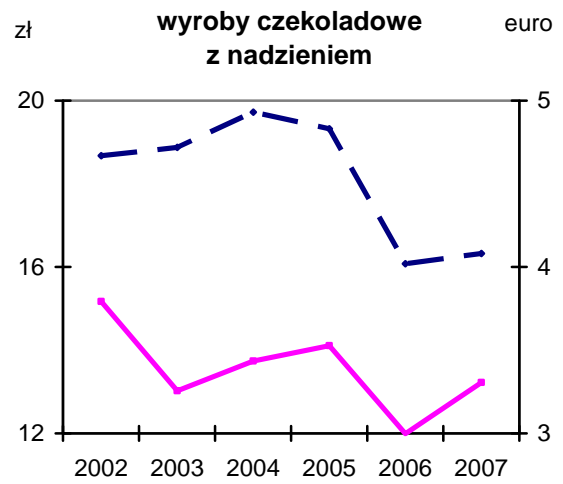
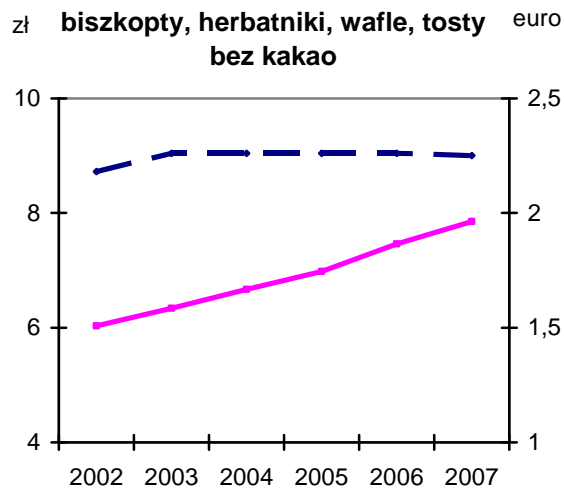
Nasze przewagi cenowe na rynku tych produktów w latach 2002-2007 nieco się zwiększyły, a było to wynikiem większego tempa wzrostu ich cen w Niemczech niż u nas (por. tab. 6.3, wykres 6.6). Polscy producenci galanterii mleczarskiej mogą konkurować także na rynku jogurtów, ponieważ ich cena stanowi około 86% ceny niemieckiej. W badanym okresie nasze przewagi na rynku napojów mlecznych jednak zmalały. Obniżenie konkurencyjności cenowej tej grupy produktów mleczarskich było wynikiem szybszego wzrostu ich cen w Polsce niż w Niemczech.

Konkurencyjni cenowo są jeszcze producenci niektórych tzw. pozostałych wysoko przetworzonych wyrobów spożywczych, takich jak: drożdże oraz zupy i buliony (por. wykres 6.4). Ich ceny były o 4-16% niższe niż w Niemczech. Zmalały nasze przewagi na rynku drożdży, czego bezpośrednią przyczyną było szybsze tanienie tego produktu w Niemczech niż w Polsce (por. tab. 6.3, wykres 6.6). W latach 2002-2007 zyskałyśmy przewagi cenowe na rynku zup i bulionów. Ich ceny w Polsce spadły o prawie 1/4, co przy niewielkim ich wzroście w Niemczech, stworzyło dobre warunki do konkurencji z niemieckimi producentami tych wyrobów.

Polska nie jest konkurencyjna cenowo (por. wykres 6.5) na rynku kilku grup produktów, takich jak: kakao sypkie, kawa palona, żywność preparowana otrzymywana przez spęcznienie i prażenie zbóż, chipsy, frytki, grysiki ziemniaczane, przyprawy, keczup oraz majonez. Ceny tych produktów w Polsce w 2007 roku były o 4-100% większe niż w Niemczech. W krajach tych zmalała rozpiętość tylko między ceną chipsów, aczkolwiek w Polsce były one stale dużo droższe. Nadal, w wyniku drożenia w Polsce takich produktów, jak: kawa, przyprawy, majonez, keczup, grysiki ziemniaczane i frytki następuje proces pogłębiania się różnic cenowych.

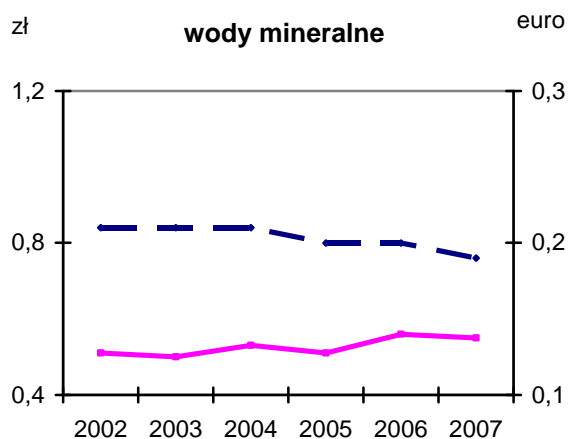
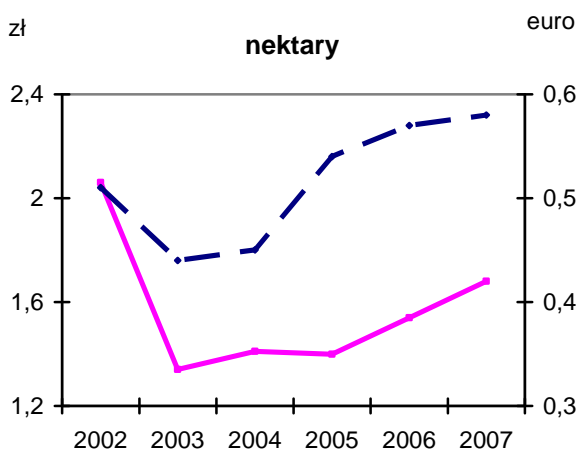
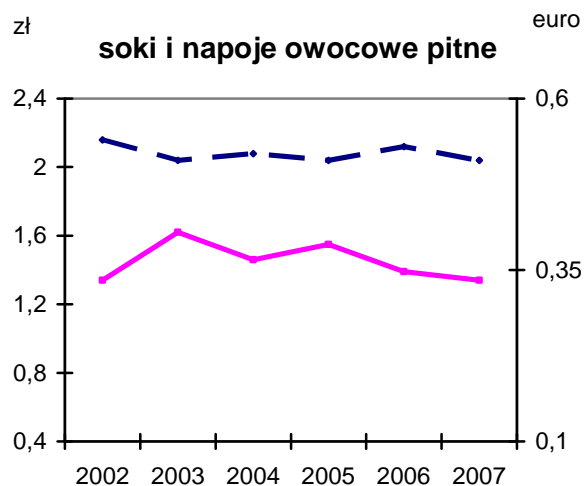
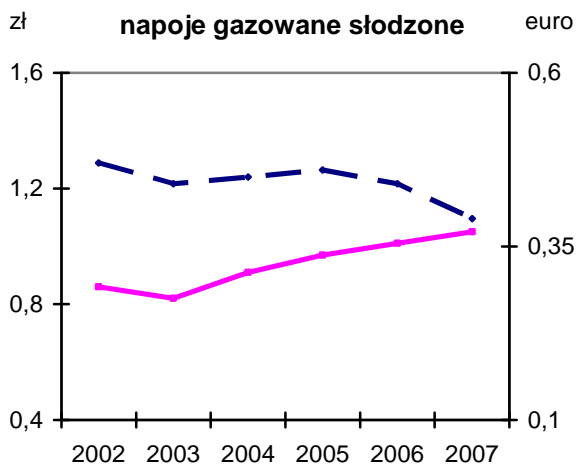
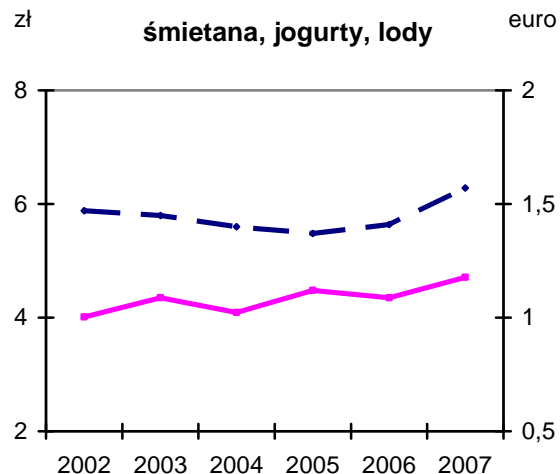
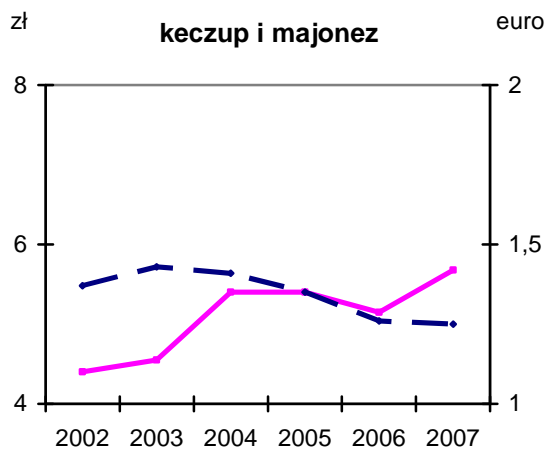
Trwa proces wyrównywania cen wyrobów wysoko przetworzonych na rynku polskim i niemieckim. Najbardziej widoczny jest on na rynkach pieczywa cukierniczego trwałego, galanterii mleczarskiej (śmietany, jogurtów i lodów) oraz napojów gazowanych słodzonych. Nadal duże różnice cenowe utrzymują się w grupie wszelkiego rodzaju wyrobów czekoladowych, cukierków, nektarów, wód mineralnych, a ostatnio także soków i napojów owocowych pitnych. Wyrównywanie cen produktów spożywczych w krajach sąsiadujących będzie niewątpliwie jednym z czynników, który zmusi producentów żywności wysoko przetworzonej do konkurowania czynnikami pozacenowymi, takimi jak: jakość i funkcjonalność artykułów żywnościowych oraz atrakcyjność i różnorodność oferty towarowej. W przypadku wyrobów wysoko przetworzonych czynniki te będą miały szczególne znaczenie.

Wykres 6.6. Porównanie cen producenta wysoko przetworzonych produktów przemysłu spożywczego w Polsce (w zł) i w Niemczech (w euro) za jednostkę (kg, l)



— w Niemczech (w euro)

— w Polsce (w zł)



— w Niemczech (w euro)

— w Polsce (w zł)

Źródło: obliczenia własne na podstawie niepublikowanych danych GUS oraz Statistisches Jahrbuch über Ernährung Landwirtschaft und Forsten z lat 2003-2008.

6.3. Podsumowanie

Analiza krajowych cen producenta podstawowych produktów przemysłu spożywczego i wyrobów wysoko przetworzonych w Polsce oraz cen tych produktów w Niemczech wskazuje, że w zdecydowanej większości badanych artykułów polscy producenci są nadal konkurencyjni. Zróżnicowany jest jednak poziom przewag cenowych zarówno pomiędzy poszczególnymi branżami, jak i wewnątrz nich.

Największe przewagi cenowe na rynku podstawowych produktów przemysłu spożywczego osiągamy w przetwórstwie ryb, gdzie możemy konkurować zarówno na rynku filetów z ryb świeżych, jak i przetworów rybnych oraz w sektorze piekarskim. Dużą konkurencyjność utrzymujemy w zakresie przetwórstwa mięsa (szczególnie kiełbas, przetworów i tuszek drobiowych oraz świeżego lub schłodzonego mięsa wołowego i wieprzowego), a także w zakresie pierwotnego przetwórstwa zbóż (kasza, płatków, grysików i mieszanek do wytwarzania wyrobów piekarniczych). Nadal jesteśmy konkurencyjni na rynku niektórych produktów mleczarskich (masła i śmietany), owocowo-warzywnych (dżemów) oraz margaryn. Jedynie sektor olejarski pozostaje niekonkurencyjny cenowo względem niemieckiego zarówno na rynku makuchów, jak i oleju rzepakowego surowego i rafinowanego. Nie mamy także przewag cenowych na rynku pasz dla zwierząt hodowlanych, szynki wieprzowych surowych i przetworzonych oraz serów.

Porównanie cen wyrobów wysoko przetworzonych na rynku polskim i niemieckim wskazuje, że największe przewagi cenowe na tym rynku mają producenci soków i napojów owocowych pitnych oraz napojów bezalkoholowych. Duże przewagi cenowe mają polscy producenci słodczy oraz pieczywa cukierniczego trwałego, a także niektórych przetworów mlecznych, na przykład jogurtów i lodów. Nadal konkurencyjni cenowo są producenci innych wysoko przetworzonych produktów spożywczych, takich jak: drożdże oraz zupy i buliony. Polska nie jest konkurencyjna na rynku galanterii ziemniaczanej (frytek, chipsów i grysików ziemniaczanych) oraz kilku pozostałych przetworów wysoko przetworzonych, a mianowicie: kakao sypkiego, kawy palonej, żywności preparowanej, przypraw, keczupu i majonezu.

Trwa proces wyrównywania cen żywności na rynku polskim i niemieckim. Jest on rezultatem zarówno rosnących cen tych produktów w Polsce, jak i taniejących wielu artykułów żywnościowych w Niemczech. Proces ten jest jednym z czynników, który zmusza polskich producentów żywności do konkurowania jakością, atrakcyjnością i różnorodnością oferty towarowej.

7. Analiza zasięgu i poziomu subsydiowania eksportu rolno-spożywczego

7.1. Uwagi wstępne

Subsydiowanie eksportu produktów rolno-spożywczych to jeden z głównych instrumentów działań interwencyjnych mający na celu zdjęcie z rynku nadwyżki produktów w okresie nadprodukcji i dzięki temu utrzymanie równowagi popytowo-podażowej. Subsydia eksportowe, rekompensując różnicę pomiędzy ceną produktów na rynku wewnętrznym a niższą ceną na rynku światowym, służą również pobudzeniu i wsparciu eksportu na rynki krajów trzecich.

Na mocy Traktatu akcesyjnego Polska przejęła dorobek prawny Wspólnoty dotyczący polityki handlowej, w tym wszystkie instrumenty i reguły wspólnej polityki handlowej, np. zewnętrzną taryfę celną i środki pozataryfowe, jak również system umów z partnerami handlowymi spoza Unii Europejskiej. Przystąpienie do UE oznaczało więc rozciągnięcie na Polskę większych barier ochronnych w przywozie produktów rolnych z krajów trzecich oraz możliwość korzystania przez polskich przedsiębiorców na równych prawach z unijnymi z refundacji (subsydiów) eksportowych²¹ do produktów rolno-spożywczych wywożonych do krajów trzecich²².

O refundacje mogą starać się przedsiębiorcy posiadający zarejestrowaną działalność w jednym z państw członkowskich UE, którzy dokonują wywozu towarów rolno-spożywczych pochodzenia wspólnotowego poza terytorium Unii Europejskiej. Towary te muszą spełniać określone w przepisach unijnych wymagania jakościowe.

Zgodnie z rozporządzeniem Rady (WE) nr 1234/2007²³, Komisja Europejska może stosować refundacje eksportowe do wywozu poza UE produktów sektorów: zbóż, ryżu, cukru, wołowiny i cielęciny, wieprzowiny, jaj, drobiu, mleka i przetworów mlecznych, jak również do produktów rolnych wykorzystywanych do produkcji towarów przetworzonych Non-aneks I (cukru, mleka i przetworów mlecznych, zbóż oraz ryżu i jaj).

²¹ W tekście subsydia eksportowe i refundacje wywozowe funkcjonują zamiennie i oznaczają wsparcie eksportu produktów rolno-spożywczych wywożonych do krajów poza Unię Europejską.

²² Zasady stosowania refundacji wywozowych określa Rozporządzenie Komisji (WE) nr 800/1999 z dnia 15 kwietnia 1999 r. ustanawiające wspólne szczegółowe zasady stosowania systemu refundacji wywozowych do produktów rolnych, Dz. Urz. L 102 z 17.04.1999 z późn. zm.

²³ Rozporządzenie z dnia 27 października 2007 r. ustanawiające wspólną organizację rynków rolnych oraz przepisy szczegółowe dotyczące niektórych rynków rolnych, Dz. Urz. L 299 z 16.11.2007, s. 1-149.

Administrowaniem handlem zagranicznym produktami rolno-spożywczymi w Polsce zajmuje się Agencja Rynku Rolnego (ARR), która jako akredytowana agencja płatnicza realizuje środki wsparcia eksportu produktów rolno-spożywczych do krajów trzecich poprzez udzielanie pozwoleń na wywóz i wypłatę refundacji eksportowych. Refundacje te przyczyniają się m.in. do poprawy konkurencyjności cenowej polskich produktów rolno-spożywczych na rynkach krajów trzecich. Są także głównym instrumentem, który wspomaga przedsiębiorców i handlowców w eksporcie nadwyżek rynkowych sektora rolno-spożywczego poza Unię Europejską. Zgodnie z przepisami unijnymi, przedsiębiorca zamierzający ubiegać się o refundacje do wywozu jest zobowiązany, przed rozpoczęciem procedury wywozu, zwrócić się z wnioskiem do ARR o pozwolenie na wywóz z refundacją.

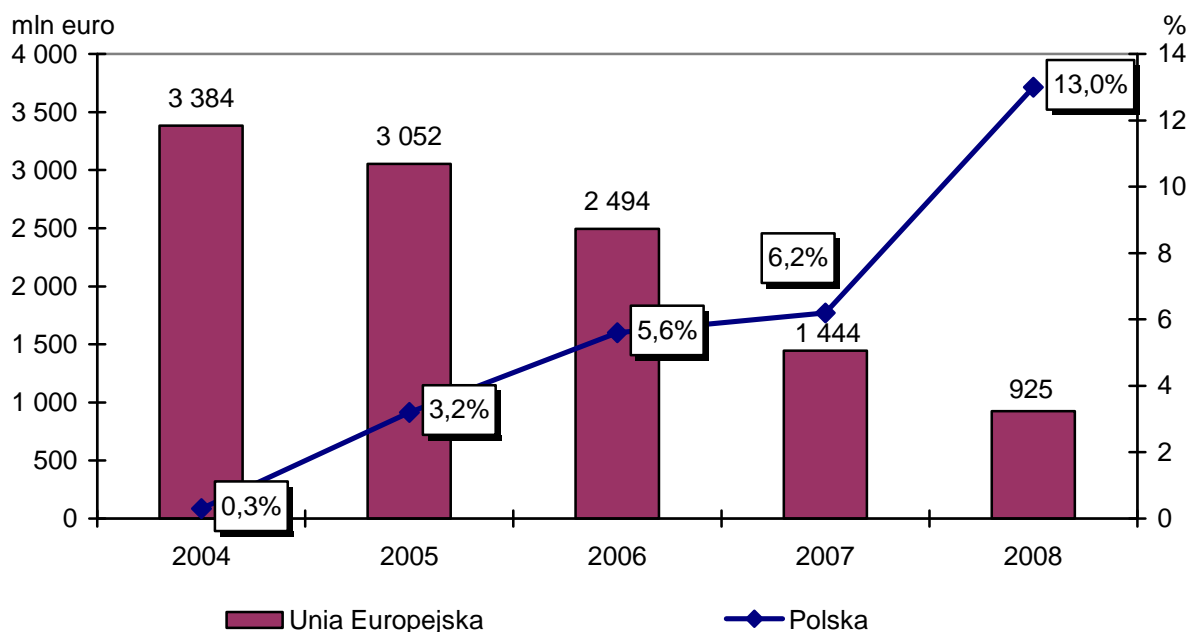
Wykaz produktów objętych systemem refundacji do wywozu oraz poziom obowiązujących stawek refundacji ustalany jest przez Komisję Europejską (KE). Poziom refundacji jest zmienny w zależności od sytuacji kształtującej się na rynku UE oraz na rynku światowym. Dla niektórych produktów stawki refundacji wywozowych mogą być określone w drodze przetargu organizowanego przez KE i realizowanego przez ARR (np. cukier, mleko i produkty mleczne). Wyróżnia się dwie kategorie stawek refundacji: niezróżnicowane (stała stawka refundacji niezależnie od kraju przeznaczenia) i zróżnicowane (stawka refundacji uzależniona od kraju, do którego następuje wywóz towaru)²⁴. Refundacje eksportowe są takie same dla wszystkich krajów Wspólnoty Europejskiej.

W 2004 roku ogólna kwota wydatkowana przez Komisję Europejską na wsparcie eksportu produktów rolno-spożywczych wyniosła 3384 mln euro. Płatności te w podziale na państwa członkowskie WE przedstawiały się następująco: Francja – 567 mln euro (17%), Holandia – 519 mln euro (16%), Belgia – 485 mln euro (15%), Niemcy – 470 mln euro (14%), Wielka Brytania – 325 mln euro (10%), Dania – 258 mln euro (7%), Irlandia – 223 mln euro (6%), Włochy – 175 mln euro (5%), Hiszpania – 125 mln euro (3%), pozostałe państwa UE – 237 mln euro (7%). Polska znalazła się na piętnastej pozycji wśród UE-25, wydając zaledwie 11 mln euro (0,3%). W 2005 roku UE wydatkowała 3052 mln euro (prawie 10% mniej niż rok wcześniej), przy czym Polska, która wydatkowała 99 mln euro (3,2% ogółu wypłaconych refundacji) przesunęła się na dziewiątą pozycję wśród krajów UE-25. W 2006 roku Wspólnota Europejska wydatkowała na wsparcie eksportu produktów rolno-spożywczych kwotę 2494 mln euro (o 18% mniej niż w 2005 roku), w 2007 roku – już tylko 1444 mln euro (o 42%

²⁴ Na potrzeby stosowania zróżnicowanych stawek refundacji KE podzieliła kraje trzecie na strefy, którym są przyporządkowane odmienne stawki refundacji.

mniej niż w 2006 roku), zaś w 2008 roku – zaledwie 925 mln euro, co w porównaniu z 2004 rokiem oznacza spadek o 73%²⁵.

Wykres 7.1. Udział Polski w subsydiach eksportowych Unii Europejskiej wypłaconych do produktów rolno-spożywczych



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Komisji Europejskiej.

W 2006 roku ARR wypłaciła 141 mln euro (5,6% refundacji wypłaconych przez KE), w 2007 roku – 89 mln euro (6,2%), szósta pozycja wśród krajów UE-25), zaś w 2008 roku 119 mln euro (13%), co pozwoliło uplasować się Polsce na trzecim miejscu wśród krajów UE-27, wyprzedzając nawet Holandię, Niemcy, Danię i Hiszpanię. Tak wysoką pozycję w 2008 roku zawdzięczamy wprowadzonym przez KE pod koniec 2007 roku subsydiom eksportowym do półtuszy wieprzowych i elementów mięsa wieprzowego, które poprawiły sytuację polskich producentów i eksporterów wieprzowiny. Subsydia te obowiązywały tylko przez 8 miesięcy, tj. od 30 listopada 2007 r. do 8 sierpnia 2008 r. Polska w 2008 roku dopłaciła do eksportu wieprzowiny 19 mln euro, co stanowiło 20% kwoty wydatkowanej przez UE na ten cel (najwięcej z całej UE-27) i tym samym wyprzedziła Danię i Niemcy, które wydatkowały po 15 mln euro.

Ogółem od dnia akcesji polscy przedsiębiorcy uzyskali wsparcie do eksportu produktów rolno-spożywczych w wysokości prawie 460 mln euro, najwięcej z krajów UE-10/12. Na drugim miejscu znalazła się Litwa (142 mln euro), na trzecim Węgry (91 mln euro), a w dalszej kolejności Czechy (62 mln euro)

²⁵ Dane Komisji Europejskiej.

i Słowacja (27 mln euro). Pozostałe kraje UE-10/12 wypłaciły marginalne kwoty na wsparcie eksportu żywności poza UE. Kwota wypłaconych przez Polskę refundacji do wywozu produktów rolno-spożywczych pokazuje, że kraj nasz był dobrze przygotowany do funkcjonowania w strukturach Wspólnoty Europejskiej. Przygotowana była zarówno agencja płatnicza (ARR), która realizowała płatności, jak i polscy przedsiębiorcy, którzy sprościli wymaganiom wynikającym z przepisów Komisji Europejskiej.

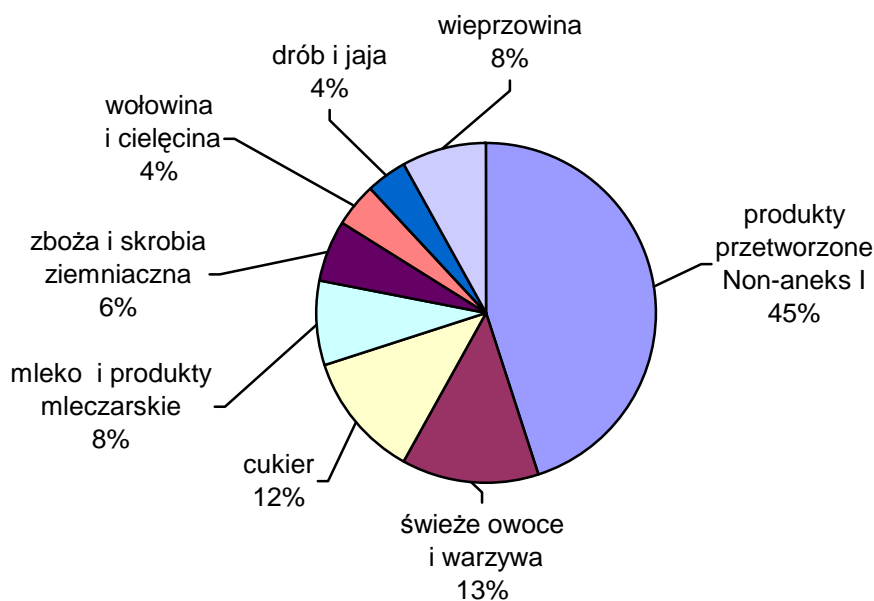
Od 1 maja 2004 r. do 31 grudnia 2008 r. do ARR wpłynęło 75 tys. wniosków o wypłatę refundacji do wywozu produktów rolno-spożywczych. Dotyczyły one następujących sektorów:

• wołowina i cielęcina	-	3,1 tys.
• wieprzowina	-	5,8 tys.
• drób i jaja	-	2,7 tys.
• mleko i produkty mleczarskie	-	5,8 tys.
• cukier	-	8,9 tys.
• zboża i skrobia ziemniaczana	-	4,6 tys.
• świeże owoce i warzywa	-	9,9 tys.
• produkty przetworzone Non-aneks I	-	34,2 tys.

RAZEM

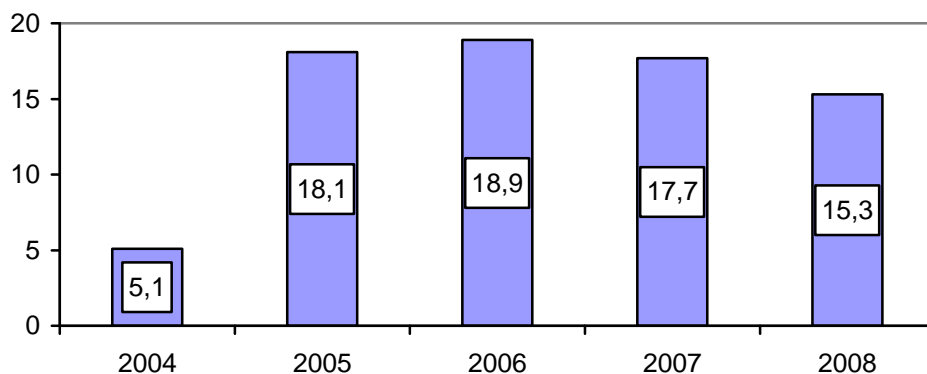
75 tys. wniosków

Wykres 7.2. Struktura wniosków o wypłatę refundacji, złożonych od 1 maja 2004 r. do 31 grudnia 2008 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych ARR.

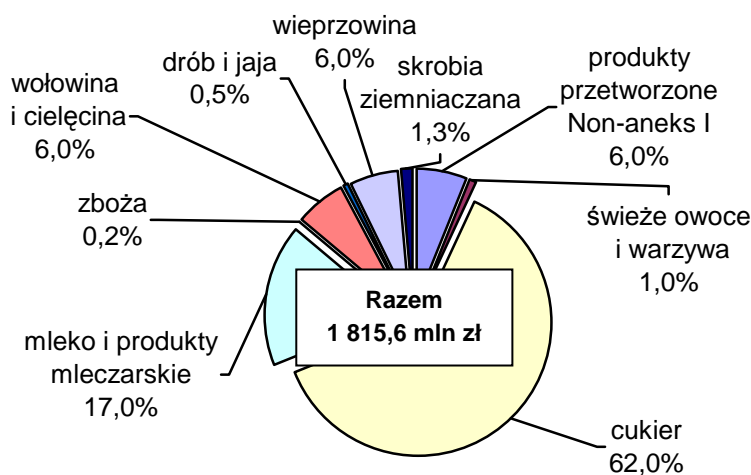
Wykres 7.3. Liczba wniosków o wypłatę refundacji od 1 maja 2004 r. do 31 grudnia 2008 r. (w tys.)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych ARR.

Od czasu akcesji z każdym rokiem wzrastało zainteresowanie polskich przedsiębiorców korzystaniem z refundacji do wywozu produktów rolno-spożywczych. W 2004 roku do ARR wpłynęło zaledwie 5 tys. wniosków o refundacje (głównie do wywozu mleka i jego przetworów oraz wołowiny i cielęciny), w 2005 roku już ponad 18 tys. wniosków (trzy razy więcej niż rok wcześniej), a w 2006 roku – ok. 19 tys. wniosków. W 2007 roku prawie 18 tys. wniosków, a w 2008 roku już tylko niewiele ponad 15 tys. (wykres 7.3). Mniejsza liczba wniosków o refundacje w 2008 roku wynikała z ograniczania przez Komisję Europejską zasięgu subsydiowania niektórych towarów rolno-spożywczych (zboże, mleko, skrobia ziemniaczana, świeże owoce i warzywa, a od 26 września 2008 r. – cukier), a także obniżenia stawek refundacji do pozostałych produktów.

Wykres 7.4. Struktura wypłat refundacji eksportowych w okresie od 1 maja 2004 do 31 grudnia 2008 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych ARR.

Tabela 7.1. Refundacje eksportowe w okresie
od 1 maja 2004 r. do 31 grudnia 2008 r.

Produkty rolno-spożywcze	Kwota wypłat refundacji (w mln zł)	Ilość produktów wywiezionych z refundacją (w tys. ton)	Główne kierunki wywozu
Wołowina i cielęcina świeża/chłodzona/mrożona z kością i bez kości	102,6	41,0	Rosja, Kazachstan, Kosowo, Macedonia
Wieprzowina: – konserwy – kiełbasy – szynki gotowane – półtusze wieprzowe i elementy (tylko w okresie 30.11.2007– –08.08.2008)	104,4	100,6	USA, Azerbejdżan, Republika Korei, Ukraina (półtusze wieprzowe)
Drób i jaja: • drób żywy i jaja wylęgowe (w mln szt.) • mięso drobiowe (w tys. ton)	9,5	165,1 2,8	Ukraina, Białoruś, Mołdawia, Azerbejdżan, Zjednoczone Emiraty Arabskie
Mleko i produkty mleczarskie: – masło – mleko w proszku – sery	301,5	145,9	Rosja, Algieria, Egipt, Maroko, Irak, Tunezja, Arabia Saudyjska
Cukier	1 134,7	813,1	Rosja, Uzbekistan, Tadżykistan
Zboża	3,1	114,1	Białoruś, Rosja, Ukraina
Skrobia ziemniaczana	25,1	117,9	Białoruś, Rosja, Ukraina
Świeże owoce i warzywa	21,4	185,4	Rosja, Białoruś, Mołdawia, Ukraina
Produkty przetworzone Non-aneks I	113,3	282,1	Rosja, Turcja, Egipt, Arabia Saudyjska
RAZEM	1 815,6	1 802,9 tys. ton 165,1 mln szt.	×

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych ARR.

W ciągu pięciu lat funkcjonowania Polski w strukturach Unii Europejskiej, w formie refundacji do wywozu wypłacono ponad 1,8 mld zł, obejmując nimi 1,8 mln ton produktów rolno-spożywczych oraz 165,1 mln szt. piskląt jednoodnionych i jaj wylęgowych. Największym wsparciem finansowym w latach 2004-2008 zostali objęci eksporterzy (tab. 7.1, wykres 7.4): cukru – 1134,7 mln zł (62% ogółu wypłaconych refundacji), mleka i produktów mleczarskich – 301,5 mln zł (17%), produktów przetworzonych Non-aneks I – 113,3 mln zł (6%) oraz wieprzowiny – 104,4 mln zł (6%), a także wołowiny i cielęciny – 102,6 mln zł (6%).

7.2. Wołowina i cielęcina

Jednym z warunków otrzymania refundacji do wywozu wołowiny i cielęciny jest wcześniejsze uzyskanie pozwolenia na wywóz w agencji płatniczej. Refundacje przyznawane są do eksportu mięsa wołowego, które spełnia określone wymagania jakościowe²⁶, w szczególności w zakresie przygotowania w zatwierdzonym zakładzie i zgodności z wymogami dotyczącymi znaków identyfikacyjnych. W eksporcie wołowiny funkcjonują „specjalne refundacje wywozowe” – SER, które są wypłacane wyłącznie do mięsa wołowego pochodzącego z dorosłego bydła płci męskiej, spełniającego ściśle określone wymogi, dla których mają zastosowanie najwyższe stawki refundacji²⁷. To właśnie mięso było w przeważającej większości wywożone z refundacją przez polskich eksporterów.

Przez cały 2008 rok stawki refundacji do eksportu wołowiny i cielęciny były na takim samym poziomie jak w 2007 roku i wynosiły:

- żywych zwierząt czystej krwi – 25,9 euro/100 kg,
- tusz, półtusz i ćwierćtusz wołowych świeżych/chłodzonych z kością – 21,5-61,0 euro/100 kg,
- świeżej wołowiny i cielęciny bez kości – 29,9-84,7 euro/100 kg,
- mrożonej wołowiny i cielęciny – 7,5-22,6 euro/100 kg,
- przetworzonego lub zakonserwowanego mięsa wołowego – 20,7-23,3 euro/100 kg.

Stawki refundacji do eksportu wołowiny i cielęciny są zróżnicowane w zależności od kierunku wywozu towaru (tab. 7.2), w związku z czym przedsiębiorca zobowiązany jest dostarczyć dokumenty potwierdzające dopuszczenie towaru do obrotu w kraju przeznaczenia. Przedstawiona poniżej wysokość stawek refundacji ukazuje wyraźny ich spadek w ciągu pięciu lat naszego członkostwa, sięgający aż 50%.

²⁶ Rozporządzenie (WE) Nr 852/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 29 kwietnia 2004 r. w sprawie higieny środków spożywczych i Rozporządzenie (WE) Nr 853/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 29 kwietnia 2004 r. ustanawiające szczególne przepisy dotyczące higieny w odniesieniu do żywności pochodzenia zwierzęcego.

²⁷ Warunkiem uzyskania specjalnych refundacji wywozowych (SER) jest spełnienie określonych wymogów dotyczących produkcji, przechowywania, pakowania i transportu mięsa wołowego. Przedsiębiorca ubiegający się o tego rodzaju refundacje, zobowiązany jest uzyskać zaświadczenie Wojewódzkiego Inspektora Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych (WIJHARS), potwierdzające pochodzenie wołowiny z dorosłego bydła płci męskiej.

Tabela 7.2. Wysokość stawek refundacji^a do wywozu wołowiny i cielęciny (w euro/100 kg)

Wyszczególnienie	2004		2005		2006		2007		2008	
	ilość (tys. ton)	kwota (mln zł)	ilość (tys. ton)	kwota (mln zł)	ilość (tys. ton)	kwota (mln zł)	ilość (tys. ton)	kwota (mln zł)	ilość (tys. ton)	kwota (mln zł)
Świeża, chłodzona wołowina i cielęcina z kością, tusze i półtusze	0201 20 20 9110	56,5 - 97,0	41,1 - 97,0	28,7 - 69,8	28,7 - 48,8	28,7 - 48,8	21,5 - 52,4	21,5 - 36,6	21,5 - 36,6	21,5 - 36,6
	0201 20 30 9110	43,0 - 71,5	30,8 - 71,5	35,9 - 87,3	35,9 - 61,0	35,9 - 61,0	35,9 - 87,3	35,9 - 61,0	35,9 - 61,0	35,9 - 61,0
	0201 20 50 9110	71,5 - 123,0	51,4 - 123,0							
Świeża, chłodzona wołowina i cielęcina bez kości	0201 30 00 9100	102,0 - 172,0	71,3 - 172,0	49,8 - 121,3	49,8 - 84,7	49,8 - 84,7	49,8 - 121,3	49,8 - 84,7	49,8 - 84,7	49,8 - 84,7
	0201 30 00 9120	56,5 - 94,5	42,8 - 94,5	29,9 - 72,8	29,9 - 50,8	29,9 - 50,8	29,9 - 72,8	29,9 - 50,8	29,9 - 50,8	29,9 - 50,8
	0202 30 90 9200	13,3 - 46,0	10,8 - 46,0	7,5 - 32,3	7,5 - 22,6	7,5 - 22,6	7,5 - 32,3	7,5 - 22,6	7,5 - 22,6	7,5 - 22,6

^a stawki refundacji zróżnicowane w zależności od kraju przeznaczenia wywożonego mięsa

Źródło: opracowanie własne na podstawie rozporządzeń Komisji Europejskiej.

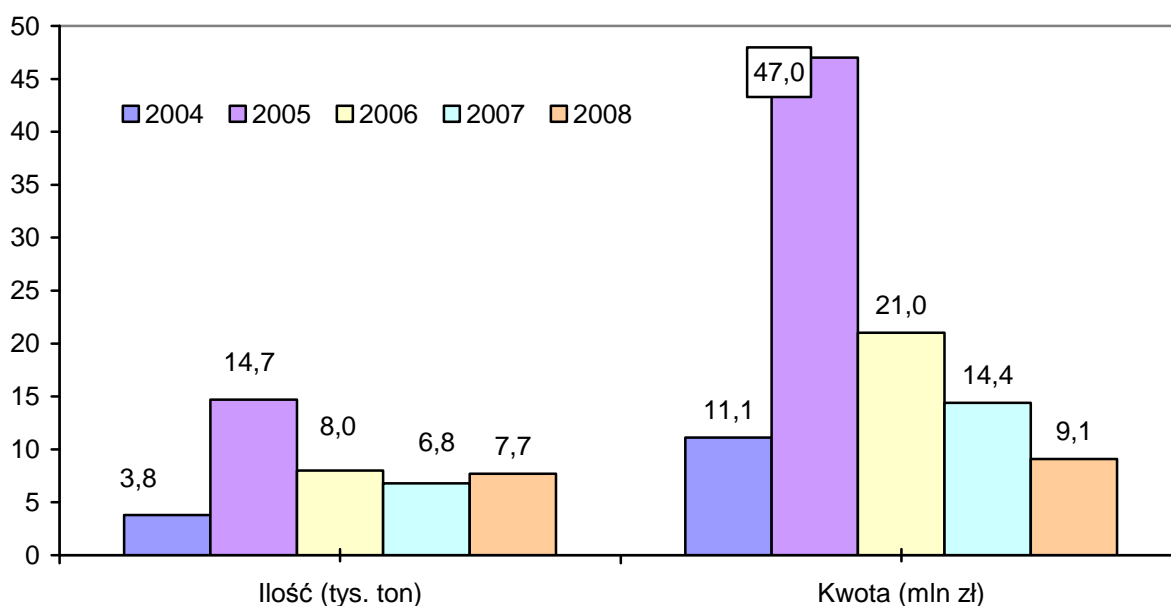
Tabela 7.3. Refundacje wypłacone do eksportu wołowiny i cielęciny

Wyszczególnienie	2004 (od 1 maja)		2005		2006		2007		2008	
	ilość (tys. ton)	kwota (mln zł)	ilość (tys. ton)	kwota (mln zł)	ilość (tys. ton)	kwota (mln zł)	ilość (tys. ton)	kwota (mln zł)	ilość (tys. ton)	kwota (mln zł)
Świeża, chłodzona wołowina i cielęcina z kością, tusze i półtusze	2,3	5,8	9,6	21,3	3,7	6,1	2,0	2,3	3,3	3,2
	0,5	3,2	3,8	23,4	3,3	13,7	3,4	10,8	1,7	3,8
Mrożona wołowina i cielęcina bez kości	1,0	2,1	1,3	2,3	1,0	1,2	1,4	1,3	2,7	2,1
	3,8	11,1	14,7	47,0	8,0	21,0	6,8	14,4	7,7	9,1

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych ARR.

Najwyższa kwota refundacji na rynku wołowiny i cielęciny została wypłacona przez ARR w 2005 roku – 47,0 mln zł do wywozu prawie 15 tys. ton mięsa wołowego (świeża/chłodzona wołowina z kością i bez kości). W 2006 roku wypłacono już o ponad połowę mniej w porównaniu do roku poprzedniego, na co duży wpływ miało obniżenie przez Komisję Europejską wysokości stawek refundacji, a także wprowadzony przez Rosję w listopadzie 2005 roku zakaz importu mięsa z Polski. W kolejnych latach obserwowany jest dalszy spadek kwot wypłaconych refundacji.

Wykres 7.5. Refundacje eksportowe do wywozu wołowiny i cielęciny



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych ARR.

Największa ilość wołowiny z refundacją została wywieziona do krajów bałkańskich: Macedonia, Kosowo. Było to mięso wołowe świeże/chłodzone z kością pochodzące z osobników męskich („ćwierci kompensowane”). Natomiast wołowinę bez kości wywożono głównie do Kazachstanu, a od 2008 roku także do Rosji (efekt odblokowania granicy przez służby rosyjskie po prawie dwuipółletnim *embargo*). Ogółem od 1 maja 2004 r. do 31 grudnia 2008 r. polscy przedsiębiorcy wyeksportowali ponad 40 tys. ton mięsa wołowego, uzyskując wsparcie w wysokości 102,6 mln zł, co stanowiło w ujęciu ilościowym 73% udział w eksporcie wołowiny poza UE, zaś wartościowo było to 30%. Najwięcej mięsa wołowego z refundacją wywieziono w 2005 roku – 14,7 tys. ton, co stanowiło 90% ogółu eksportu tego mięsa do krajów trzecich (por. aneks 7.1). Przez kolejne lata udział eksportu subsydiowanego w eksporcie do krajów trzecich kształtował

się na jeszcze wyższym poziomie (w 2006 roku – 98%, w 2007 roku – 108%)²⁸. Oznacza to, że praktycznie cały eksport wołowiny do krajów trzecich był subsydiowany. Dzięki tym subsydiom polska wołowina mogła konkurować cenowo na rynkach takich krajów, jak: Rosja, Kazachstan czy Kosowo i Macedonia. Głównym jednak rynkiem zbytu jest nadal rynek Unii Europejskiej, gdzie trafia ponad 90% polskiej wołowiny.

7.3. Wieprzowina

Podobnie jak w przypadku wołowiny i cielęciny, również ubieganie się o wypłatę refundacji do wywozu wieprzowiny wymaga wcześniejszego uzyskania w ARR pozwolenia na wywóz z ustaloną stawką refundacji. Jednym z warunków uzyskania takiego pozwolenia jest dodatkowo udowodnienie przez przedsiębiorcę, że przez co najmniej 12 miesięcy przed złożeniem wniosku zajmował się on handlem wieprzowiną.

Warunkiem otrzymania refundacji do wywozu wieprzowiny jest odpowiednia jakość wywożonego mięsa²⁹, w szczególności w zakresie przygotowywania w zatwierdzonym zakładzie i zgodności z wymogami dotyczącymi znaków identyfikacyjnych.

Refundacje eksportowe w 2008 roku stosowane były m.in. do wywozu:

- mięsa wieprzowego (póltusze wieprzowe) 31,1 euro/100 kg,
- boczków 19,4 euro/100 kg,
- kielbasy 15,2 euro/100 kg,
- szynki gotowanej 29,0 euro/100 kg,
- produktów zakonserwowanych 17,1 euro/100 kg.

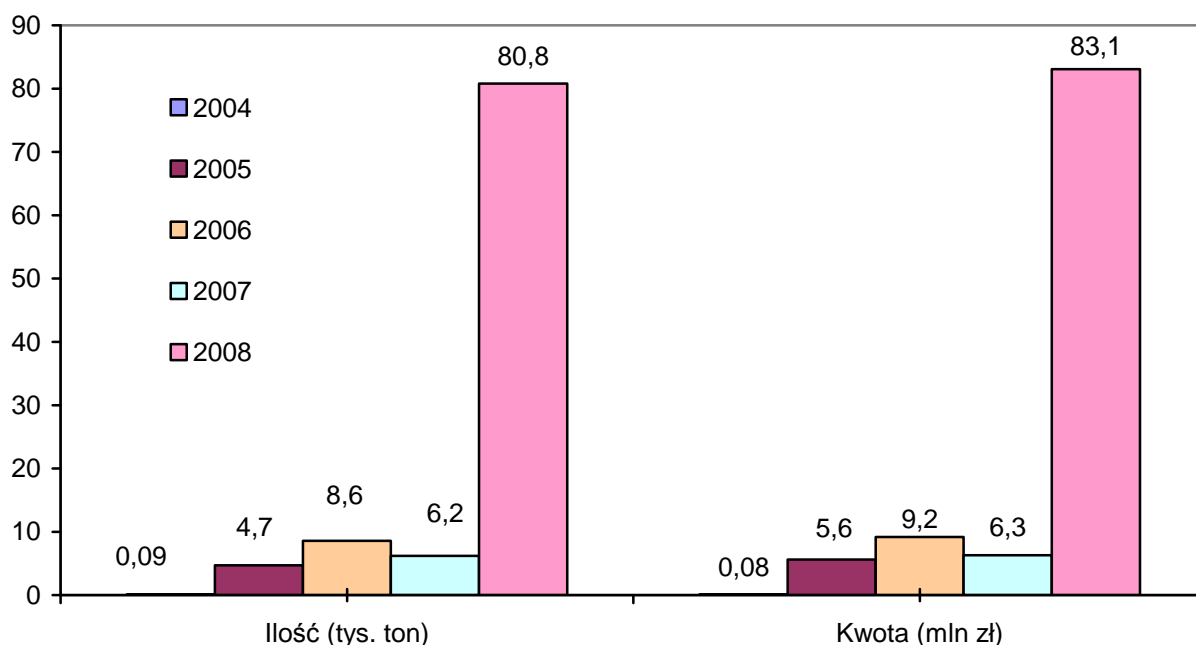
Od czasu akcesji, wysokość stawek refundacji do wywozu wieprzowiny ulegała zmianom, jednak nie tak częstym jak do innych produktów. W początkowych latach członkostwa Polski w Unii Europejskiej, refundacje wywozowe wspierały wyłącznie wywóz mięsa wieprzowego przetworzonego. Dało to polskim przedsiębiorcom możliwość eksportu z refundacją asortymentów mięsa

²⁸ Tak wysoki udział procentowy w 2007 roku wynikał z wypłaty refundacji do wywozu, który nastąpił w latach wcześniejszych, a dopiero w 2007 roku przedsiębiorcy dostarczyli do ARR wymagane dokumenty, które pozwoliły sfinalizować wypłaty.

²⁹ Rozporządzenie Komisji (WE) Nr 2331/97 z dnia 25 listopada 1997 r. w sprawie specjalnych warunków przyznawania refundacji wywozowych do niektórych produktów z wieprzowiny (kolagen/białko).

wcześniej niedotowanego, tj.: szynki, konserw, kiełbas i łopatek. Największe jednak kwoty refundacji zostały wypłacone przez ARR w 2008 roku³⁰ – 83,1 mln zł, obejmując 80,8 tys. ton wieprzowiny, z czego prawie 80% stanowiły półtusze wieprzowe wywożone głównie na Ukrainę. Dzięki nim zdjęta została z rynku nadwyżka i ograniczona tendencja spadkowa cen wieprzowiny. Oprócz półtuszy wieprzowych polscy przedsiębiorcy wywozili również z refundacją szynki konserwowe do USA, a także kiełbasy do Azerbejdżanu i boczki do Republiki Korei.

Wykres 7.6. Refundacje eksportowe do wywozu wieprzowiny



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych ARR.

Od 1 maja 2004 r. do 31 grudnia 2008 r. z refundacji do wywozu wieprzowiny skorzystało ponad 20 przedsiębiorców, którzy wywieźli łącznie ponad 100 tys. ton wieprzowiny, w tym 81 tys. ton w 2008 r. (70 tys. ton stanowiły półtusze wieprzowe i elementy mięsa wieprzowego). Rok 2008 był wyjątkowy, jeżeli chodzi o wywóz z refundacją wieprzowiny. Udział ilościowy subsydiowanego mięsa wieprzowego w eksporcie ogółem tego mięsa do krajów trzecich stanowił 54%. Natomiast udział subsydiowanej wieprzowiny przetworzonej w eksporcie do krajów trzecich w ciągu ostatnich pięciu lat ukształtował się na poziomie ponad 90% (por. aneks 7.1).

³⁰ Komisja Europejska z dniem 30 listopada 2007 r. wprowadziła refundacje do wywozu półtuszy wieprzowych i elementów mięsa wieprzowego, które obowiązywały do 8 sierpnia 2008 r.

Tabela 7.4. Wysokość stawek refundacji^a do wywozu wieprzowiny (w euro/100 kg)

Wyszczególnienie	2004		2005		2006		2007		2008	
	ilość (tys. ton)	kwota (mln zł)	ilość (tys. ton)	kwota (mln zł)	ilość (tys. ton)	kwota (mln zł)	ilość (tys. ton)	kwota (mln zł)	ilość (tys. ton)	kwota (mln zł)
Mięso wieprzowe (półtusze świeże, chłodzone, mrożone)	-	-	-	-	-	-	31,1 ^b	31,1 ^b	31,1 ^b	31,1 ^b
Elementy mięsa wieprzowego	-	-	-	-	-	-	19,4 ^b	19,4 ^b	19,4 ^b	19,4 ^b
Kiełbasy										
160100999110			15,5 - 16,5	16,5 - 16,0	15,2	15,2	15,2	15,2	15,2	15,2
Konserwy										
160241109130			18,0 - 19,0	19,0 - 18,0	17,1	17,1	17,1	17,1	17,1	17,1
Szynki gotowane										
160241109110			30,5 - 32,0	32,0 - 30,5	29,0	29,0	29,0	29,0	29,0	29,0

^a stawki refundacji zmienne w ciągu roku, ^b stawki refundacji obowiązywały od 30 listopada 2007 r. do 8 sierpnia 2008 r.

Źródło: opracowanie własne na podstawie rozporządzeń Komisji Europejskiej.

Tabela 7.5. Refundacje wypłacone do eksportu wieprzowiny

Wyszczególnienie	2004 (od 1 maja)		2005		2006		2007		2008	
	ilość (tys. ton)	kwota (mln zł)	ilość (tys. ton)	kwota (mln zł)	ilość (tys. ton)	kwota (mln zł)	ilość (tys. ton)	kwota (mln zł)	ilość (tys. ton)	kwota (mln zł)
Kiełbasy	0,08	0,06	0,6	0,4	0,6	0,3	0,5	0,3	0,2	0,1
Konserwy	-	-	0,03	0,03	0,6	0,4	0,6	0,4	0,7	0,5
Szynki gotowane	0,01	0,02	4,1	5,2	7,4	8,5	5,1	5,6	9,5	9,7
Mięso wieprzowe – półtusze świeże, chłodzone, mrożone	-	-	-	-	-	-	-	-	63,2	66,9
Elementy mięsa wieprzowego	-	-	-	-	-	-	-	-	7,2	5,9
RAZEM	0,09	0,08	4,7	5,6	8,6	9,2	6,2	6,3	80,8	83,1

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych ARR.

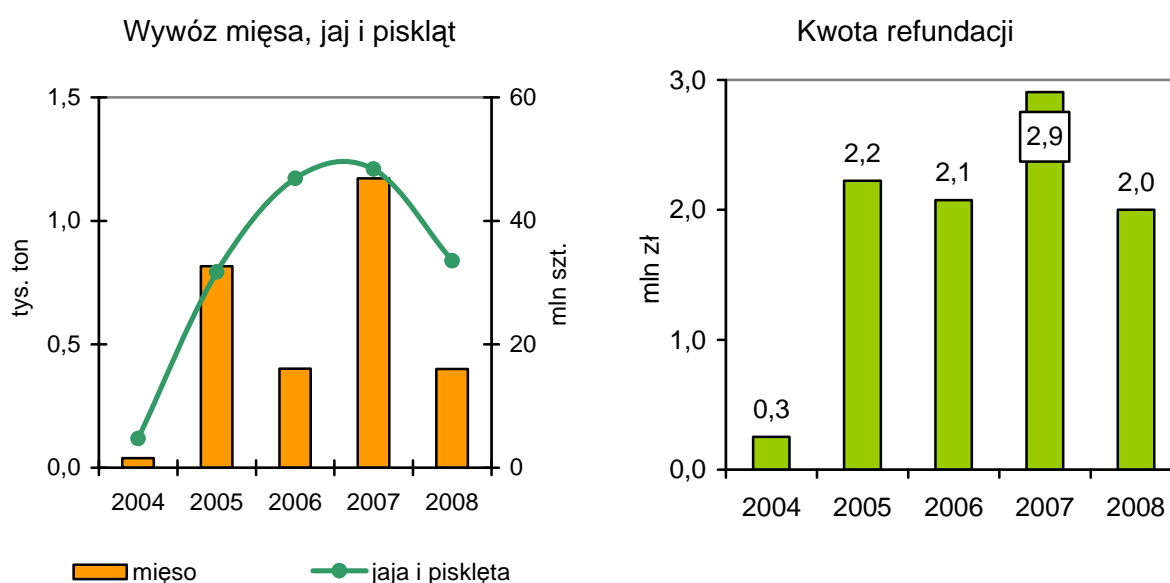
7.4. Drób i jaja

Refundacje wywozowe wypłacane są m.in. do: piskląt jednodniowych, kaczek, gęsi, indyków, mięsa i podrobów jadalnych z drobiu oraz jaj ptasich w skorupkach i bez skorupki oraz żółtek jaj.

Aby otrzymać refundację do wywozu ww. produktów muszą one spełniać wymagania jakościowe i być opatrzone znakiem jakości zdrowotnej³¹, w szczególności w zakresie przygotowywania w zatwierdzonym zakładzie i zgodności z wymogami dotyczącymi znaków identyfikacyjnych. Pisklęta jednodniowe i jaja wylęgowe powinny posiadać oznakowanie umożliwiające identyfikację zakładu³².

W ciągu pięciu lat naszego członkostwa w UE wysokość stawek refundacji do drobiu i jaj ulegała częstym zmianom, na co wpływ miała przede wszystkim sytuacja popytowo-podażowa na rynku drobiu i jaj (tab. 7.6). Największy spadek refundacji odnotowano w 2008 roku. Stawki refundacji do drobiu domowego żywego w ciągu roku uległy zmniejszeniu o 66%, tyle samo do jaj wylęgowych, zaś do mięsa o 45%.

Wykres 7.7. Refundacje eksportowe do wywozu drobiu i jaj



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych ARR.

³¹ Rozporządzenie (WE) Nr 852/2004, op. cit. i Rozporządzenie (WE) Nr 853/2004, op. cit.

³² Rozporządzenie Rady (WE) Nr 2782/75 z dnia 29 października 1975 r. w sprawie produkcji i obrotu jajami wylęgowymi i pisklętami drobiu hodowlanego i Rozporządzenie Komisji (WE) Nr 1868/77 z dnia 29 lipca 1977 r. ustanawiające szczegółowe zasady stosowania rozporządzenia (EWG) Nr 2782/75.

Tabela 7.6. Wysokość stawek refundacji^a do wywozu drobiu i jaj

Wyszczególnienie	2004		2005		2006		2007		2008	
	ilość	kwota (mln zł)	ilość	kwota (mln zł)	ilość	kwota (mln zł)	ilość	kwota (mln zł)	ilość	kwota (mln zł)
Drób domowy żywy (euro/100 szt.)	0,8		0,8 - 1,0		1,0 - 0,8		0,8 - 1,2		1,2 - 1,4 - 0,47	
Jaja wylęgowe (euro/100 szt.)	0,8		0,7 - 0,9		0,9 - 0,4		0,4 - 0,99		0,99 - 1,16 - 0,39	
Mięso drobiowe (euro/100 kg)	45,0		41,0 - 24,0		26,0 - 53,0		41,0 - 52,0		52,0 - 55,0 - 30,0	

^a stawki refundacji zmienne w ciągu roku

Źródło: opracowanie własne na podstawie rozporządzeń Komisji Europejskiej.

Tabela 7.7. Refundacje wypłacone do eksportu drobiu i jaj

Wyszczególnienie	2004 (od 1 maja)		2005		2006		2007		2008	
	ilość	kwota (mln zł)	ilość	kwota (mln zł)	ilość	kwota (mln zł)	ilość	kwota (mln zł)	ilość	kwota (mln zł)
Drób domowy żywy (pisklęta) (mln szt.)	4,7	0,2	22,4	0,7	32,7	1,1	33,4	0,9	16,8	0,7
Jaja wylęgowe (mln szt.)	-	-	9,3	0,3	14,1	0,4	15,0	0,3	16,6	0,6
Jaja w skorupkach (tys. ton)	-	-	0,1	0,01	0,02	0,01	-	-	-	-
Mięso drobiowe (tys. ton)	0,04	0,08	0,7	1,2	0,4	0,6	1,2	1,7	0,4	0,7
RAZEM	×	0,3	×	2,2	×	2,1	×	2,9	×	2,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych ARR.

Największym zainteresowaniem wśród polskich przedsiębiorców cieszyły się refundacje do wywozu piskląt jednodniowych i jaj wylęgowych, których udział w eksporcie do krajów trzecich stanowił prawie 90% (por. tab. 7.7, aneks 7.2). Zupełnie inaczej przedstawiała się sytuacja w wywozie mięsa drobiowego – mimo że Komisja Europejska dotuje eksport tego produktu na dość wysokim poziomie, to jednak nie spotkało się to z zainteresowaniem wśród polskich przedsiębiorców. Udział subsydiowanego eksportu mięsa drobiowego w eksporcie poza UE stanowił w 2008 roku zaledwie 1% (w 2006 roku 3,5%). Głównym odbiorcą polskiego mięsa drobiowego są nadal kraje Unii Europejskiej, gdzie trafia prawie 80% eksportu.

Od 1 maja 2004 r. do 31 grudnia 2008 r. z refundacji do wywozu drobiu i jaj skorzystało 26 przedsiębiorców, którzy łącznie uzyskali wsparcie w wysokości 9,5 mln zł do wywozu prawie 3 tys. ton mięsa drobiowego oraz 165 mln sztuk drobiu żywego i jaj wylęgowych. Największą kwotę refundacji wypłacono w 2007 roku – prawie 3 mln zł, w pozostałych latach była ona na poziomie 2 mln zł rocznie. Głównymi kierunkami wywozu subsydiowanego drobiu i jaj były: Ukraina i Białoruś (pisklęta jednodniowe i jaja wylęgowe) oraz Mołdawia i Zjednoczone Emiraty Arabskie (mięso drobiowe).

7.5. Mleko i produkty mleczarskie

W pierwszych latach naszej obecności na wspólnym rynku europejskim, eksport produktów mleczarskich był subsydiowany na dość wysokim poziomie. Jednak z roku na rok wysokość stawek refundacji do mleka i produktów mleczarskich ulegała częstym i istotnym zmianom, na co wpływ miała przede wszystkim sytuacja rynkowa. Z dniem 16 czerwca 2006 r. zawieszono zostały stawki refundacji do wywozu odtłuszczonego mleka w proszku, z dniem 26 stycznia 2007 r. do wywozu pełnego mleka w proszku, a od 15 czerwca 2007 r. Komisja Europejska zawiesiła stawki refundacji do pozostałych produktów mleczarskich (m.in. masła i serów). Jedną z przyczyn takiej decyzji był spadek podaży produktów mleczarskich w Unii Europejskiej w 2006 roku, co wiązało się ze wzrostem ich cen i czyniło bezzasadnym subsydiowanie eksportu. Wzrost cen produktów mleczarskich w 2007 roku spowodowany był także bardzo dobrą koniunkturą na rynku światowym i wzrostem popytu na produkty mleczarskie. Przez cały 2008 rok stawki refundacji do eksportu mleka i produktów mleczarskich były zawieszono do zera. ARR realizowała płatności do wniosków o refundacje złożonych w okresie wcześniejszym.

Tabela 7.8. Refundacje wypłacone do eksportu mleka i produktów mleczarskich

Wyszczególnienie	2004 (od 1 maja)		2005		2006		2007		2008	
	ilość (tys. ton)	kwota (mln zł)	ilość (tys. ton)	kwota (mln zł)	ilość (tys. ton)	kwota (mln zł)	ilość (tys. ton)	kwota (mln zł)	ilość (tys. ton)	kwota (mln zł)
Mleko w proszku	13,5	23,4	54,2	82,1	18,9	17,8	0,2	0,1	0,1	0,4
Masło i pozostałe tłuszcze	1,0	7,2	8,4	44,7	14,1	56,5	10,3	39,4	0,2	0,6
Sery i twarogi	0,4	1,3	5,4	9,1	8,7	11,3	10,2	7,3	0,2	0,3
RAZEM	14,9	31,9	68,0	135,9	41,7	85,6	20,7	46,8	0,5	1,3

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych ARR.

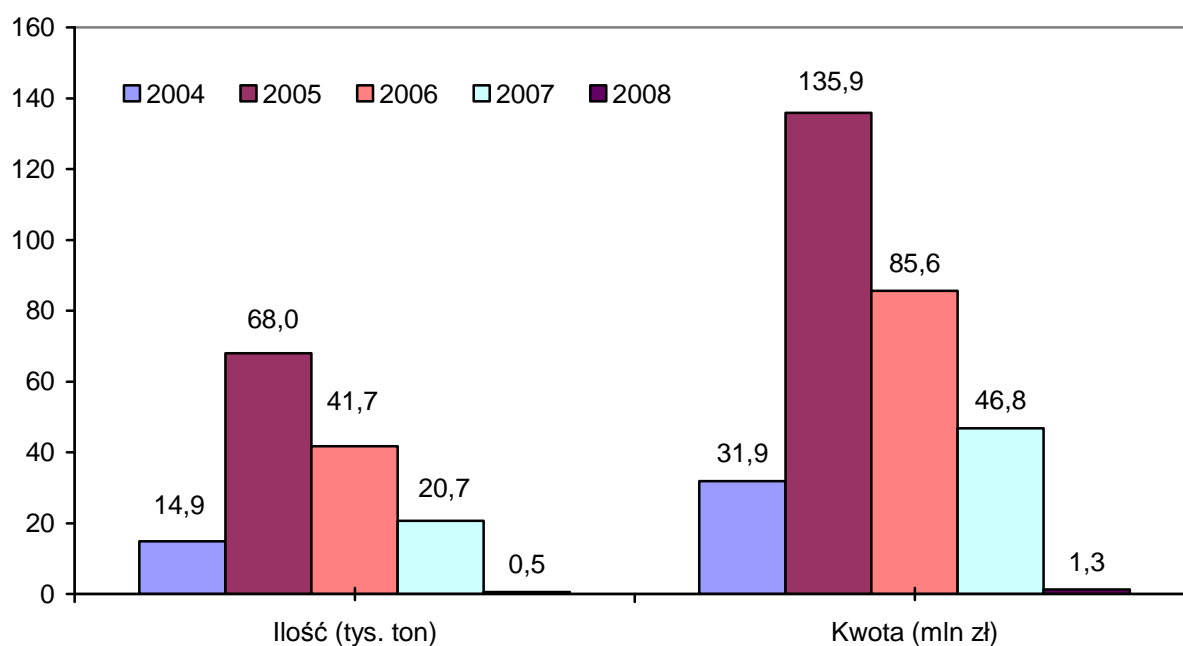
Tabela 7.9. Wysokość stawek refundacji^a do eksportu mleka i produktów mleczarskich (w euro/100 kg)

Wyszczególnienie	2004	2005	2006	2007	2008
Odtłuszczone mleko w proszku (OMP)	35,0 - 29,0	28,0 - 12,0	10,0 - 0	0,0	0,0
Pełne mleko w proszku (PMP)	84,0 - 70,0	70,0 - 52,1	50,0 - 54,0	21,0 - 0,0	0,0
Masło i pozostałe tłuszcze	150,0 - 131,0	131,0 - 92,0	93,0 - 99,5	97,0 - 0,0	0,0
Sery i twarogi	80,45 - 62,77	62,77 - 52,42	52,42 - 47,76	40,50 - 0,0	0,0

^a stawki refundacji zmienne w ciągu roku

Źródło: opracowanie własne na podstawie rozporządzeń Komisji Europejskiej.

Wykres 7.8. Refundacje eksportowe do wywozu mleka i produktów mleczarskich



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych ARR.

Od 1 maja 2004 r. do 31 grudnia 2008 r. z refundacji do wywozu mleka i produktów mleczarskich skorzystało ponad 40 przedsiębiorców, w tym 16 z innych krajów członkowskich Unii Europejskiej (Holandia, Niemcy, Belgia). Z refundacją wywieziono łącznie 145,9 tys. ton mleka i jego produktów, przy wsparciu w formie subsydiów eksportowych kwotą 301,5 mln zł. Mleko i jego produkty wywożone były głównie do Rosji, Egiptu, Algierii, Arabii Saudyjskiej, Maroka i Tunezji. Struktura wywozu z refundacją produktów sektora mleczarskiego ulegała zmianom. Początkowo największym zainteresowaniem wśród polskich przedsiębiorców cieszył się wywóz z refundacją mleka w proszku (stawka refundacji do wywozu OMP w 2004 roku wynosiła 35 euro/100 kg, zaś do PMP – 84 euro/100 kg). Eksportowano je głównie do Algierii, Maroka i Egiptu. Następnie, ze względu na obniżenie stawek refundacji do mleka w proszku, coraz więcej zaczęto wywozić serów i masła (stawka refundacji do wywozu sera wynosiła średnio ok. 60 euro/100 kg, zaś masła – ok. 100 euro/100 kg). Głównymi odbiorcami polskiego sera z refundacją były Ukraina i Egipt, zaś masła – Rosja. Udział eksportu subsydiowanego w eksporcie do krajów trzecich był zróżnicowany w zależności od asortymentu wywożonego towaru, największy w przypadku mleka w proszku i masła (por. aneks 7.3).

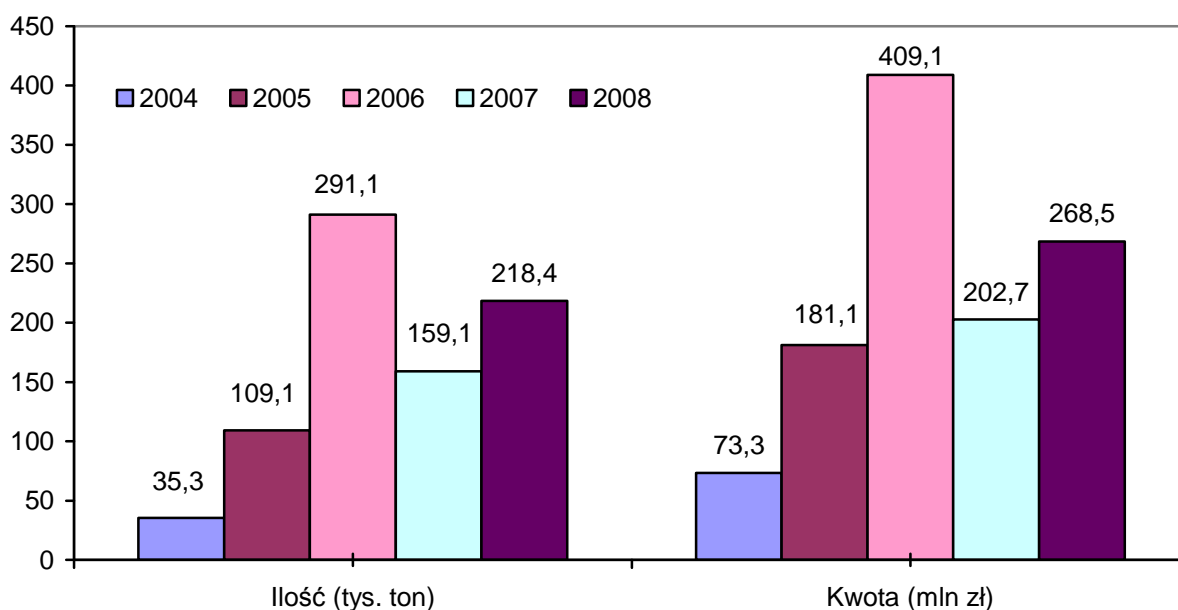
Nadal największym odbiorcą polskich produktów branży mleczarskiej są kraje Unii Europejskiej.

7.6. Cukier

Na rynku cukru stawki refundacji eksportowych ustalane są przez KE w drodze przetargu oraz okresowo. W przypadku wywozu ze stawką refundacji ustaloną w drodze przetargu, stosowana jest stawka refundacji podana przez przedsiębiorcę w ofercie przetargowej i zaakceptowana przez KE. W przypadku wywozu ze stawką refundacji ustaloną okresowo, stosuje się stawkę refundacji obowiązującą w dniu złożenia wniosku o wydanie pozwolenia na wywóz cukru. Wywóz cukru z refundacją w 90% odbywał się w oparciu o system przetargowy. Stawki refundacji są stosowane do wywozu cukru w stanie naturalnym oraz do niektórych produktów dodanych do przetworów owocowych i warzywnych.

Przedsiębiorcy z sektora cukrowniczego najbardziej skorzystali z tej formy wsparcia eksportu. Z roku na rok kwoty wypłacanych refundacji do wywozu cukru dynamicznie wzrastały. W 2004 roku było to 73,3 mln zł, ale już w 2006 roku aż 409,1 mln zł. W kolejnych latach odnotowano nieznaczny spadek, ale i tak było to powyżej 200 mln zł rocznie (tab. 7.10).

Wykres 7.9. Refundacje eksportowe do wywozu cukru



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych ARR.

W analizowanym okresie wysokość stawek refundacji na rynku cukru ulegała bardzo częstym zmianom, osiągając pod koniec 2007 roku poziom z 2004 roku. W 2008 roku stawki refundacji ustalone w drodze przetargu kształtowały się na poziomie 30-35 euro/100 kg.

Tabela 7.10. Refundacje wypłacone do eksportu cukru

Wyszczególnienie	2004 (od 1 maja)		2005		2006		2007		2008	
	ilość (tys. ton)	kwota (mln zł)	ilość (tys. ton)	kwota (mln zł)	ilość (tys. ton)	kwota (mln zł)	ilość (tys. ton)	kwota (mln zł)	ilość (tys. ton)	kwota (mln zł)
Syrop glukozowy i izoglukozowy	-	-	0,1	0,1	0,8	0,5	0,4	0,2	0,3	0,1
Syrop cukrowy	-	-	0,1	0,1	0,3	0,2	0,03	0,02	-	-
Przetworzone owoce	0,6	0,4	11,5	7,2	14,3	7,4	10,1	4,6	7,5	3,9
Cukier biały	34,7	72,9	97,4	173,7	275,7	401,0	148,6	197,9	210,6	264,5
RAZEM	35,3	73,3	109,1	181,1	291,1	409,1	159,1	202,7	218,4	268,5

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych ARR.

Tabela 7.11. Wysokość stawek refundacji^a do eksportu cukru (w euro/100 kg)

Wyszczególnienie	2004	2005	2006	2007	2008
Cukier	45,0 - 48,5	37,0 - 44,0	25,5 - 37,0	27,0 - 42,0 35,0 - 47,0 przetarg	22,11 - 28,83 - 0,0 30,5 - 35,0 przetarg

^a stawki refundacji zmienne w ciągu roku

Źródło: opracowanie własne na podstawie rozporządzeń Komisji Europejskiej.

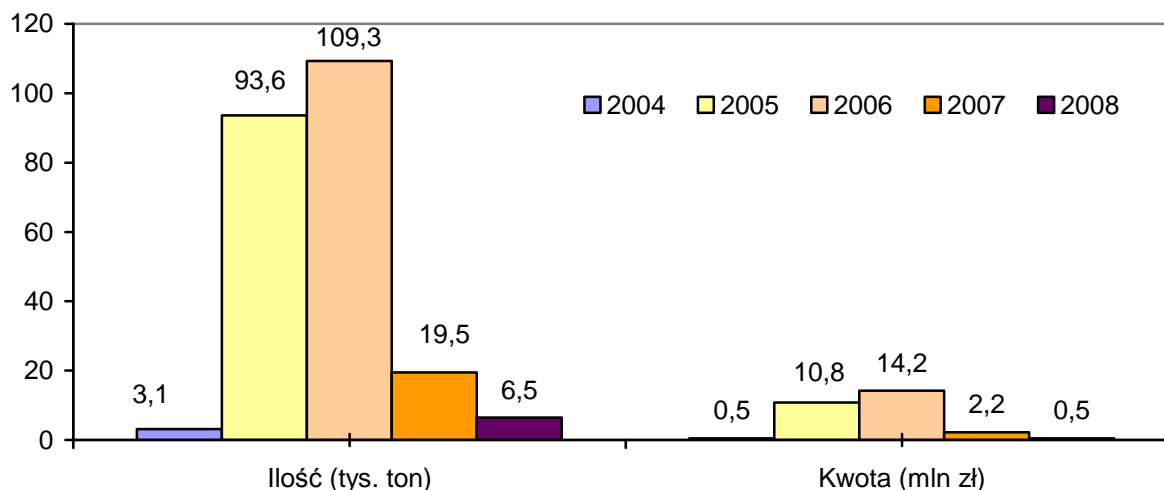
Od 1 maja 2004 r. do 31 grudnia 2008 r. z refundacji do wywozu cukru skorzystało prawie 50 przedsiębiorców, którzy wywieźli łącznie 813 tys. ton cukru, uzyskując wsparcie w wysokości 1,13 mld zł. Cukier z refundacją był wywożony przede wszystkim do krajów WNP, w tym głównie do Rosji, Uzbekistanu, Tadżykistanu i Turkmenistanu. Udział eksportu subsydiowanego w eksporcie do krajów trzecich z roku na rok ulegał zwiększeniu (por. aneks 7.4), osiągając w 2007 r. poziom prawie 90% (w 2006 r. – 44%, a w 2005 r. – 18%).

Na mocy rozporządzenia Komisji (WE) nr 947/2008, od 26 września 2008 roku zawieszono refundacje wywozowe dla cukru białego oraz cukru surowego wywożonego w stanie nieprzetworzonym.

7.7. Zboża i skrobia ziemniaczana

Od 1 maja 2004 r. wysokość stawek refundacji do zbóż ulegała częstym i istotnym zmianom, co wynikało z sytuacji rynkowej i miało wpływ na kwoty wypłacanych przez ARR refundacji. Światowe ceny podstawowych zbóż, względnie stabilne w sezonie 2006/2007, zaczęły gwałtownie rosnać w sezonie 2007/2008. Wynikało to z takich czynników, jak: relatywnie niskie zbiory, spadek zapasów oraz rozwój rynku biopaliw. Komisja Europejska jesienią 2006 roku zawiesiła refundacje do pszenicy i skrobi ziemniaczanej. Wiosną 2007 roku refundacje do wywozu skrobi ziemniaczanej zostały jednak przywrócone. Początkowo wynosiły one 19,42 euro/tonę, później wahały się od 1,06 euro/tonę (26 października – 8 listopada 2007 r.) do 34,10 euro/tonę (27 lipca – 9 sierpnia 2007 r.), a 9 listopada 2007 r. zostały ponownie zawieszono. Przez cały 2008 rok stawki refundacji do produktów objętych rynkiem zbóż były zerowe, a ARR realizowała płatności do wniosków złożonych w okresie wcześniejszym.

Wykres 7.10. Refundacje eksportowe do wywozu zbóż i skrobi ziemniaczanej



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych ARR.

Tabela 7.12. Wysokość stawek refundacji^a do eksportu produktów objętych rynkiem zbroż (w euro/tonę)

Wyszczególnienie	2004		2005		2006		2007		2008	
	ilość (tys. ton)	kwota (mln zł)	ilość (tys. ton)	kwota (mln zł)	ilość (tys. ton)	kwota (mln zł)	ilość (tys. ton)	kwota (mln zł)	ilość (tys. ton)	kwota (mln zł)
Kasza i grysiki		20,77 - 55,33		39,84 - 55,38		0,00 - 46,84		0,00 - 25,57 - 0,00		0,0
Mąka		0,0		2,74 - 13,70		12,33 - 0,00		0,0		0,0
Pszemica		0,0		4,00 - 6,97		0,00 - 6,70		0,0		0,0
Skrobia ziemniaczana		27,70 - 62,16		65,49 - 73,84		62,45 - 0,00		0,00 - 34,10 - 0,00		0,0

^a stawki refundacji zmienne w ciągu roku

Źródło: opracowanie własne na podstawie rozporządzeń Komisji Europejskiej.

Tabela 7.13. Refundacje wypłacone do eksportu zbroż i skrobi ziemniaczanej

Wyszczególnienie	2004 (od 1 maja)		2005		2006		2007		2008	
	ilość (tys. ton)	kwota (mln zł)	ilość (tys. ton)	kwota (mln zł)	ilość (tys. ton)	kwota (mln zł)	ilość (tys. ton)	kwota (mln zł)	ilość (tys. ton)	kwota (mln zł)
Syrop cukrowy	-	-	0,04	0,01	0,6	0,1	0,3	0,04	0,9	0,2
Przetwory spożywcze	-	-	-	-	0,01	0,01	0	0	0	0
Kasza i grysiki	-	-	0,2	0,06	0,1	0,02	0,02	0,01	0	0
Mąka	-	-	0,5	0,03	1,6	0,05	0,03	0,01	0	0
Pszemica	-	-	52,5	1,4	53,6	1,1	3,6	0,07	0	0
Skrobia ziemniaczana	3,1	0,5	40,3	9,3	53,3	12,9	15,6	2,1	5,6	0,3
RAZEM	3,1	0,5	93,6	10,8	109,3	14,2	19,5	2,2	6,5	0,5

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych ARR.

Od 1 maja 2004 r. do 31 grudnia 2008 r. z refundacji do wywozu produktów objętych rynkiem zbóż skorzystało 30 przedsiębiorców, uzyskując wsparcie w wysokości 28,2 mln zł, w tym 25,1 mln zł wypłacono do eksportu skrobi ziemniaczanej. W latach 2004-2007 wywieziono z refundacją 117,9 tys. ton, co stanowiło ponad 75% eksportu zrealizowanego w tym okresie poza Unię Europejską (por. aneks 7.5). Głównymi krajami wywozu skrobi ziemniaczanej były: Rosja, Białoruś i Hongkong.

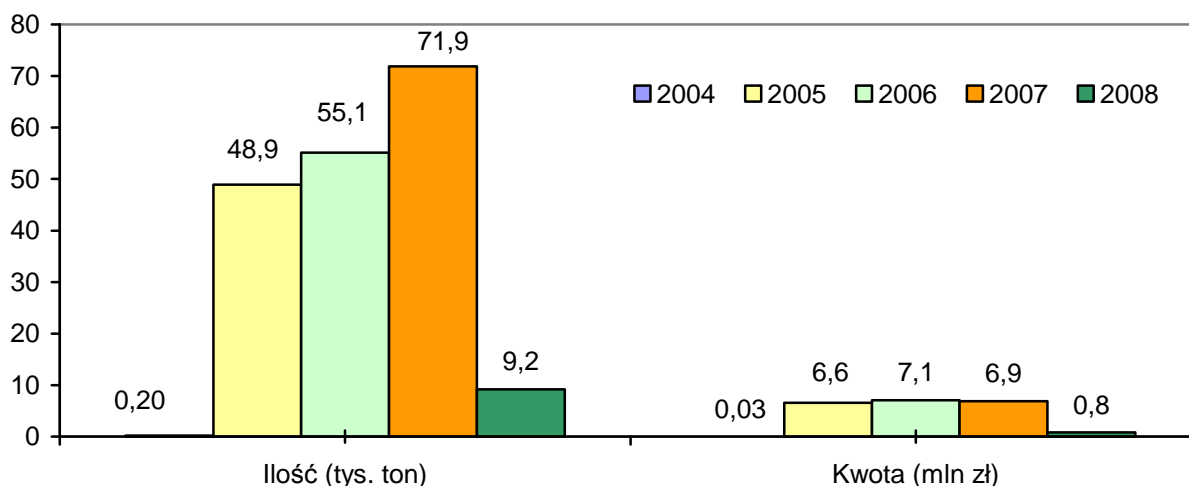
7.8. Owoce i warzywa

Na rynku owoców i warzyw przedsiębiorcy mogli ubiegać się o refundacje do wywozu: świeżych pomidorów, migdałów, orzechów laskowych, orzechów włoskich w łupinach, pomarańczy, cytryn, winogron stołowych, świeżych jabłek, brzoskwiń i nektarynek. Wymienione owoce i warzywa musiały być pochodzenia unijnego.

Podstawowym produktem eksportowanym z refundacją były świeże jabłka, wywożone do Rosji (do czasu wprowadzenia zakazu), na Białoruś, Ukrainę i do Mołdawii. Refundacje obowiązywały również do wywozu pomidorów, mandarynek i brzoskwiń, które wywożono w minimalnych ilościach.

Od 1 maja 2004 r. wysokość stawek refundacji na rynku większości świeżych owoców i warzyw ulegała zmianom, co miało wpływ na kwoty wypłacanych przez ARR refundacji. Stawka refundacji do jabłek od 2004 roku utrzymywała się na niezmiennym poziomie, tj. ok. 22 euro/tonę. W związku z reformą rynku owoców i warzyw, z dniem 1 stycznia 2008 r. refundacje do świeżych owoców i warzyw zostały zniesione, a ARR realizowała płatności do wniosków złożonych w okresie wcześniejszym.

Wykres 7.11. Refundacje eksportowe do wywozu świeżych owoców i warzyw



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych ARR.

Tabela 7.14. Refundacje wypłacone do eksportu świeżych owoców i warzyw

Wyszczególnienie	2004 (od 1 maja)		2005		2006		2007		2008	
	ilość (tys. ton)	kwota (mln zł)	ilość (tys. ton)	kwota (mln zł)	ilość (tys. ton)	kwota (mln zł)	ilość (tys. ton)	kwota (mln zł)	ilość (tys. ton)	kwota (mln zł)
Pomarańcze	-	-	-	-	0,1	0,02	0,1	0,01	0	0
Brzoskwinie i nektarynki	-	-	-	-	-	-	0,5	0,02	0,3	0,02
Cytryny	-	-	-	-	0,2	0,04	0,07	0,01	0	0
Winogrona	-	-	-	-	-	-	0,03	0,01	0	0
Pomidory	-	-	0,3	0,04	1,2	0,1	0,2	0,01	0	0
Jabłka	0,2	0,03	48,6	6,6	53,6	6,9	71,0	6,8	8,9	0,8
RAZEM	0,2	0,03	48,9	6,6	55,1	7,1	71,9	6,9	9,2	0,8

^a produkty pochodzenia unijnego

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych ARR.

Tabela 7.15. Refundacje wypłacone do eksportu produktów przetworzonych

Wyszczególnienie	2004 (od 1 maja)		2005		2006		2007		2008	
	ilość (tys. ton)	kwota (mln zł)	ilość (tys. ton)	kwota (mln zł)	ilość (tys. ton)	kwota (mln zł)	ilość (tys. ton)	kwota (mln zł)	ilość (tys. ton)	kwota (mln zł)
Produkty przetworzone Non-aneks I	2,0	0,4	48,8	31,2	79,8	33,2	80,1	25,9	71,4	22,6

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych ARR.

W pierwszym roku członkostwa Polski w Unii Europejskiej polscy przedsiębiorcy wykazywali niewielkie zainteresowanie refundacjami do wywozu świeżych owoców i warzyw. Wyjątkiem były jabłka, których wywóz z każdym rokiem wzrastał. Największą ilość jabłek z refundacją wywieziono w 2007 roku – prawie 72 tys. ton (wzrost w porównaniu do 2005 roku o 50%), wypłacając 7 mln zł rocznie. W mechanizmie tym uczestniczyło 123 przedsiębiorców, którzy od 1 maja 2004 r. do 31 grudnia 2007 r. wywieźli z refundacją ponad 180 tys. ton jabłek, uzyskując wsparcie w wysokości ponad 20 mln zł. Udział eksportu subsydiowanego w eksporcie do krajów trzecich wahał się od prawie 15% w 2005 roku do 29% w 2007 roku (por. aneks 7.6).

Od dnia 1 stycznia 2008 roku Komisja Europejska zniosła refundacje do wywozu świeżych owoców i warzyw.

7.9. Produkty przetworzone Non-aneks I

Produkty przetworzone Non-aneks I są to produkty nie objęte załącznikiem I do Traktatu Amsterdamskiego, tj. np.: ciastka, czekolady, lody, pieczywo cukiernicze, cukierki, środki wykańczalnicze na bazie substancji skrobiowych, do wytworzenia których wykorzystuje się podstawowe produkty rolne, takie jak: zboże, ryż, cukier, jaja, mleko i produkty mleczarskie.

Przedsiębiorcy mogą ubiegać się o przyznanie refundacji wywozowych do podstawowych produktów rolnych wykorzystywanych w produkcji towarów przetworzonych, tj.: cukru, jaj, zbóż, mleka w proszku, masła, śmietany, skrobi ziemniaczanej, mąki, grysiku, syropu glukozowego.

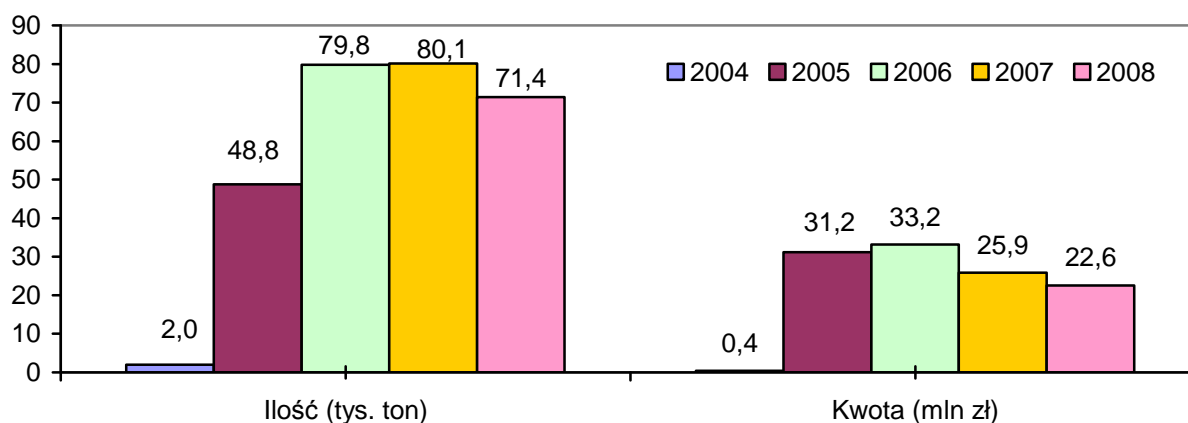
Podstawą wyliczenia kwoty refundacji jest zużycie (waga) produktu rolnego w wywozonym towarze przetworzonym. W przypadku większości towarów przetworzonych, warunkiem uzyskania refundacji wywozowej jest zarejestrowanie w ARR receptury wywożonego towaru.

Refundacja wywozowa jest wypłacana przez ARR wyłącznie do ilości produktu podstawowego, faktycznie zużytego do produkcji i ilości towaru rzeczywiście wywiezionego.

Od 1 maja 2004 r. do 31 grudnia 2008 r. z refundacji do wywozu produktów przetworzonych skorzystało prawie 100 przedsiębiorców. Wywieźli oni z refundacją 282 tys. ton produktów, uzyskując wsparcie w wysokości 113 mln zł. Z roku na rok wzrasta liczba przedsiębiorców korzystających z tego mechanizmu wsparcia, mimo że KE zawiesza lub likwiduje refundacje do niektórych produktów podstawowych (np. masła, mleka w proszku, zbóż czy cukru). Produkty przetworzone z refundacją były wywożone m.in. do Rosji, Turcji, Arabii Saudyjskiej i Egiptu, a także na Ukrainę i Białoruś. Refundacje do wywozu produktów

przetworzonych Non-aneks I wpłynęły na ożywienie handlu zagranicznego tymi produktami i tym samym dały szansę polskim eksporterom na konkutowanie na rynkach krajów trzecich nie tylko ceną, ale także jakością i innowacyjnością.

Wykres 7.12. Refundacje eksportowe do wywozu produktów przetworzonych



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych ARR.

W ramach administrowania handlem zagranicznym produktami przetworzonymi Non-aneks I, w 2008 roku wypłacono refundacje wywozowe do: cukru na kwotę 22 226 tys. zł (98% ogółu wypłat), mleka i produktów mlecznych na kwotę 278 tys. zł (z tego do: OMP – 72 tys. zł, PMP – 95 tys. zł i masła – 111 tys. zł), zbóż oraz jaj w kwocie odpowiednio 74 tys. zł i 22 tys. zł. Ze względu na zawieszenie refundacji do eksportu mleka i produktów mlecznych od 14 czerwca 2007 r. oraz na zboża od 25 października 2007 r., wypłaty do tych produktów rolnych dotyczyły wywozu zrealizowanego w latach poprzednich. Od 26 września 2008 r. zawieszono zostały refundacje wywozowe do cukru. Wywóz produktów przetworzonych Non-aneks I odbywał się głównie do Rosji, Turcji i na Ukrainę.

7.10. Podsumowanie

Kwota, jaką wypłaciła ARR w formie refundacji do wywozu produktów rolno-spożywczych od 1 maja 2004 r. do 31 grudnia 2008 r. (ponad 1,8 mld zł) świadczy o dużym zainteresowaniu polskich przedsiębiorców tą formą wsparcia eksportu. Z roku na rok udział Polski w wykorzystaniu środków unijnych przeznaczonych na subsydiowanie eksportu produktów żywnościowych wzrastał. W 2004 roku było to zaledwie 0,3%, ale już w 2008 roku udział naszego kraju w tej formie wsparcia osiągnął 13% i tym samym znaleźliśmy się na trzeciej pozycji wśród krajów UE-27, ustępując jedynie Francji (24%) i nieznacznie Belgii (13,2%). Polskie produkty rolno-spożywcze z refundacją trafiły do ponad 120 krajów na całym świecie, z czego prawie 60% stanowiły kraje WNP. Jest to największy pozaunijny odbiorca polskich produktów żywnościowych.

Tabela 7.16. Subsydia do eksportu produktów rolno-spożywczych (w mln zł)

Wyszczególnienie	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Razem 2004-2008
Wołowina i cielęcina	-	11,1	47,0	21,0	14,4	9,1	102,6
Wieprzowina	91,4	39,7 ^a 0,08	5,6	9,2	6,3	83,2	104,4
Drób i jaja	-	0,3	2,2	2,1	2,9	2,0	9,5
Mleko i produkty mleczarskie	13,7	31,9	135,9	85,6	46,8	1,3	301,5
Cukier	-	73,3	181,1	409,1	202,7	268,5	1 134,7
Produkty przetworzone Non-aneks I	-	0,4	31,2	33,2	25,9	22,6	113,3
Zboża i skrobia ziemniaczana	14,8	8,8 ^a 0,5	10,8	14,2	2,2	0,5	28,2
Owoce i warzywa	-	0,03	6,6	7,1	6,9	0,8	21,4
RAZEM	119,9	166,1^b	420,4	581,5	308,1	388,0	1 815,6
Wartość eksportu produktów rolno-spożywczych do krajów trzecich	8 625,1	6 649,1	7 433,6	7 762,3	7 402,2	7 733,9	36 981,1
Udział subsydiów w wartości eksportu do krajów trzecich (w proc.)	1,4	2,5	5,6	7,5	4,2	5,0	4,9

^a refundacje wypłacone do 30 kwietnia 2004 r. z budżetu krajowego; ^b w tym 48,5 mln zł wypłacone z budżetu krajowego do eksportu zrealizowanego do 30 kwietnia 2004 r.

Źródło: obliczenia własne na podstawie danych Agencji Rynku Rolnego (ARR), Centrum Informatyki Handlu Zagranicznego (CIHZ), Centrum Analitycznego Administracji Celnej (CAAC) i Ministerstwa Finansów (MF).

W grupie beneficjentów, którzy zostali objęci największym wsparciem finansowym znaleźli się przede wszystkim eksporterzy cukru (62% ogółu wypłaconych w latach 2004-2008 refundacji), w mniejszym stopniu mleka i produktów mlecznych (17%), mięsa i przetworów mięsnych (11,4%), a także produktów przetworzonych Non-aneks I (6%).

Analizując zasięg i poziom subsydiowania eksportu produktów rolno-spożywczych w latach 2004-2008 można stwierdzić, że po przystąpieniu Polski do Unii Europejskiej refundacje eksportowe nie odgrywały zbyt dużej roli w eksporcie. W latach 2004-2008 udział subsydiów eksportowych w wartości eksportu produktów rolno-spożywczych do krajów trzecich kształtował się w granicach 2,5-7,5% (średnio 5%), przy czym eksport poza UE stanowił zaledwie ok. 20% eksportu ogółem tych produktów.

Subsydia eksportowe są instrumentem polityki handlowej będącym pochodną instrumentów interwencyjnych Wspólnej Polityki Rolnej i wraz z ich zniesieniem (około 2013 roku) stosowanie tego mechanizmu zostanie zaniechane. Biorąc pod uwagę udział subsydiów w wartości polskiego eksportu produktów rolno-spożywczych do krajów trzecich, nie powinno to znacząco wpłynąć na ograniczenie eksportu po 2013 roku. Subsydia eksportowe pozwalają jedynie na wsparcie konkurencyjności w aspekcie cenowym. Nie wpływają one natomiast znacząco na poziom inwestycji i innowacyjność. Stąd też najwłaściwszym rozwiązaniem, w ramach przygotowań polskich eksporterów do zniesienia refundacji wywozowych, wydają się być działania mające na celu wzrost konkurencyjności polskich przedsiębiorstw, tak aby nie zależała ona tylko od ceny, ale przede wszystkim od innych cech charakteryzujących produkty, w tym jakość, funkcjonalność, unikalność (wyjątkowość). Takimi działaniami może być na przykład promocja produktów rolno-spożywczych.

8. Wewnętrzne czynniki i zewnętrzne uwarunkowania konkurencyjności polskich producentów żywności

8.1. Wprowadzenie

Konkurencyjność można rozważać w odniesieniu do różnych poziomów: podmiotu gospodarczego (poziom mikroekonomiczny), sektora (branży) czy regionu (poziom mezoekonomiczny) oraz gospodarek narodowych (poziom makroekonomiczny). Konkurencyjność rozpatrywana na poziomie producentów rolnych i przedsiębiorstw przemysłu spożywczego jest niewątpliwie konkurencyjnością w ujęciu mezoekonomicznym. Warto zwrócić uwagę, że konkurencyjność nie ma jednoznacznej i ścisłej definicji, mimo że jest ona przedmiotem zainteresowań ekonomii od połowy XVII wieku. Na ogół pod tym terminem rozumie się uzyskanie przewagi na rynku towarów i usług. W prowadzonych przez IERiGŻ-PIB badaniach wskazuje się, że producenci żywności w Polsce powinni być konkurencyjni w porównaniu do przedsiębiorstw funkcjonujących na Wspólnym Rynku Europejskim, jak i na rynkach trzecich. Skutkowało to przyjęciem definicji konkurencyjności producentów żywności, jako zdolności do lokowania się krajowych producentów żywności na rynkach zagranicznych – zarówno na rynku unijnym, jak i na rynkach trzecich – oraz zdolności rozwijania efektywnego eksportu³³. Takie podejście jest zgodne z powszechnie przyjmowaną definicją OECD, z której wynika, że konkurencyjność gospodarki to zdolność do sprostania konkurencji międzynarodowej, a więc realizowania znaczącego eksportu oraz utrzymania wysokiego poziomu i tempa wzrostu popytu wewnętrznego, bez pogorszenia salda rachunku obrotów bieżących³⁴. Międzynarodowy wymiar konkurencyjności polskich producentów żywności wymaga oceny zdolności ich konkurowania na rynkach zagranicznych. Budowanie, wzmacnianie i utrzymanie konkurencyjności międzynarodowej przemysłu spożywczego to szczególne wyzwanie w sytuacji integracji z UE. Integracja z rynkiem Wspólnoty oznacza z jednej strony usunięcie barier handlowych w swobodnym przepływie dóbr i usług, z drugiej zaś wzmocnienie konkurencji ze strony unijnych eksporterów na polskim rynku. W kontekście prowadzonych rozważań można zatem stwierdzić, że celem podejmowanych przez przedsiębiorstwa działań jest wzrost konkurencyjności, który wyraża się lepszą pozycją konkurencyjną na rynku oraz zdobyciem przewagi konkurencyjnej w długim okresie. Jednym z celów badań konkurencyjności jest zatem wskazanie czynni-

³³ I. Szczepaniak (red.), *Ocena rozwoju konkurencyjności...*, op. cit.

³⁴ *Industrial Structure Statistics*, OECD, Paris 1996.

ków oraz mechanizmów działania, które na nią wpływają oraz decydują o jej osiągnięciu i utrzymaniu. W związku z tym w badaniach IERiGŻ-PIB zwrócono uwagę zarówno na zewnętrzne uwarunkowania konkurencyjności producentów żywności w Polsce, jak i wewnętrzne czynniki ją kształtujące. Konkurencyjność poszczególnych branż i sektorów wynika bowiem z ich wewnętrznych charakterystyk i umiejętności radzenia sobie z uwarunkowaniami zewnętrznymi.

8.2. Uwarunkowania zewnętrzne konkurencyjności

8.2.1. Globalizacja a konkurencyjność producentów żywności

Prowadzenie działalności gospodarczej, także w sektorze gospodarki żywnościowej, wymaga uwzględnienia uwarunkowań i możliwości konkurowania płynących z procesu globalizacji. Wynika to z konieczności podejmowania decyzji alokacyjnych z punktu widzenia globalnego rynku. W ramach badań przeprowadzonych przez IERiGŻ-PIB, interesujące opracowanie, którego przedmiotem zainteresowania jest wpływ globalizacji na wyzwania konkurencyjne przedsiębiorstw, przedstawił W. Szymański³⁵. Zwrócił on uwagę na kilka aspektów globalizacji w procesie konkurencji, do których zaliczył: nowe uwarunkowania zdobywania przewagi konkurencyjnej, mechanizm rozkooperowania produkcji i jego wpływ na konkurencyjność przedsiębiorstw, monopsonizację w sferze produkcji i dystrybucji żywności oraz specyfikę konkurencji w sferze produkcji żywności. Wśród nowych uwarunkowań zdobywania przewagi konkurencyjnej Autor wskazuje przede wszystkim na wzrost niepewności i coraz większe trudności z ekstrapolowaniem starych doświadczeń na przyszłość, a tym samym jej antycypowania. Wskazując, że podejścia zasobowe, strukturalne i przedsiębiorczo-innowacyjne tworzenia przewagi konkurencyjnej są działaniami równoległymi, uznaje jednak, że globalizacja i internacjonalizacja spowodowały największe zmiany w kształtowaniu nowych struktur organizacyjnych. Powoduje to rozwój transnarodowych korporacji, sieciowy charakter firm, zmiany organizacji produkcji, jej rozkooperowanie czy też rozwój dostawy dokładnie na czas i pracy zleconej. Potwierdzeniem tej tezy są wyniki analiz P. Chechelskiego³⁶, który stwierdza, że w latach 2003-2007 przychody ze sprzedaży korporacji transnarodowych (KTN) w Polsce wzrosły o ponad 22 mld zł (o ok. 54%), a całego

³⁵ W. Szymański, *Globalizacja a wyzwania konkurencyjne przedsiębiorstw gospodarki żywnościowej* [w:] I. Szczepaniak (red.), *Wybrane aspekty konkurencyjności...*, op. cit., s. 23-43.

³⁶ P. Chechelski, *Procesy globalizacji na polskim rynku żywnościowym po integracji z Unią Europejską* [w:] R. Urban (red.), *Stan polskiej gospodarki żywnościowej po przystąpieniu do Unii Europejskiej. Raport 5*, seria Program Wieloletni 2005-2009, Raport nr 109, IERiGŻ-PIB, Warszawa 2008.

przemysłu spożywczego o 55 mld zł (blisko o 48%). W ujęciu branżowym największy wzrost udziału KTN nastąpił w przemyśle olejarskim, spirytusowym oraz napojów bezalkoholowych. W pierwszym przypadku wynikało to z fuzji przedsiębiorstw, natomiast w drugim z uwzględnienia w zestawieniu nowej korporacji transnarodowej CEDC. Należy nadmienić, że inwestycje KTN stanowiły ważne źródło finansowania działalności działów przemysłu spożywczego o bardzo wysokim i wysokim stopniu globalizacji. D.K. Zuzek³⁷ dodaje przy tym, że firmy globalne inwestujące w polskim przemyśle spożywczym koncentrują się głównie na opanowaniu rynku krajowego. Jest to pewną cechą szczególną, różnicującą firmy zagraniczne inwestujące w przemyśle spożywczym od przedsiębiorstw inwestujących w innych gałęziach przemysłu w kraju, gdzie najwięksi producenci są zarazem największymi eksporterami. P. Chechelski³⁸ podkreśla, że nasilenie procesów globalizacji w poszczególnych działach przemysłu spożywczego wynika m.in. z: możliwości stosunkowo taniego zakupu dużych przedsiębiorstw (często wraz z udziałami w rynku), wysokiej rentowności branży, przewidywanego bardzo szybkiego rozwoju danego rynku lub jego segmentu, możliwości zablokowania lub ograniczenia konkurencji dostępu do rynku oraz możliwości uzyskania niższych kosztów produkcji z tytułu taniej i dobrze wykwalifikowanej siły roboczej i taniego surowca.

Kolejnym elementem wpływającym na konkurencyjność przedsiębiorstw w dobie globalizacji jest, zdaniem W. Szymańskiego³⁹, rozczłonkowanie operacji produkcyjnych i handlowych oraz większa możliwość rozmieszczenia ich na globalnym rynku. Wymaga to prawidłowej oceny kosztów alternatywnych, gdyż rynek globalny oferuje znacznie więcej możliwości i wariantów, a tym samym podnosi poziom kosztów utraconych korzyści. W konsekwencji wszyscy producenci, którzy nie potrafią dokonać alokacji zasobów zgodnie z ofertą rynku globalnego, z punktu widzenia ekonomicznego działają nieracjonalnie. Prowadzi to zatem do zmiany oceny zysku ekonomicznego. Cytowany Autor twierdzi przy tym, że rozczłonkowanie i rozkooperowanie produkcji nie wynika tylko i wyłącznie z podziału pracy i specjalizacji oraz wykorzystania różnic warunków na rynku globalnym, ale także z możliwości przerzucenia kosztów zmian z firm wiodących na poddostawców i wykonawców. Prowadzi to do sytuacji, w której rozkooperowanie korzystnie wpływa na poziom kosztów produkcji i na koszty zmian, obejmujących również koszty wyzwiania elastyczności (w tym koszty

³⁷ D.K. Zuzek, *Procesy globalizacyjne a konkurencyjność przedsiębiorstw w polskim przemyśle spożywczym*, „Roczniki Naukowe SERiA” 2008, t. X, z. 3, s. 605-610.

³⁸ P. Chechelski, *Ocena globalizacji łańcucha żywnościowego w Polsce*, „Roczniki Naukowe SERiA” 2009, t. XI, z. 3, s. 55-60.

³⁹ W. Szymański, *Globalizacja...*, op. cit.

dostosowań do zmian rynku i potrzeb klientów). W konsekwencji maleje pozycja poddostawców i pracobiorców, gdyż wzrost konkurencji na tym rynku powoduje, że jest on rynkiem niskiej elastyczności cenowej ich podaży, a tym samym niewielkiej pozycji przetargowej.

Monopsonistyczne oddziaływanie dotyczy nie tylko firm produkcyjnych, ale również wielkich firm handlowych, które opierają swoją działalność na wygrywaniu konkurencji przez dostawców wyrobów finalnych. A. Wroczyński⁴⁰ podaje, że najwięcej fuzji i przejęć między przedsiębiorstwami handlowymi w Polsce odbyło się w 2006 roku, głównie za sprawą transakcji pomiędzy operatorami hipermarketów. Za najistotniejsze zalety zintegrowanych sieci B. Pokorska i E. Maleszyk⁴¹ uznają: redukcje kosztów logistycznych, podwyższanie standardów obsługi nabywców, efekty wynikające ze skali i zakresu współdziałania, rozszerzenie działalności oraz zwiększenie siły rynkowej, zwiększenie szans na skuteczną obronę przed konkurencją oraz większy dostęp do nowoczesnych technik i technologii. Praktyki monopsoniczne sieci handlowych powodują jednak, na co wskazują U. Kłosiewicz i B. Słomińska⁴², że realizują one wysokie prowizje przy narzucaniu dostawcom jak najniższych cen detalicznych sprzedaży w ich placówkach. Podobne wnioski wynikają z badań R. Urbana⁴³, który wskazuje, że wskaźniki dynamiki cen przetwórcy są niższe niż cen detalicznych. Oznacza to zwiększenie presji przedsiębiorstw przemysłu spożywczego i handlu na redukcję cen producentów rolnych, a tym samym możliwość wzrostu marż handlowych. Coraz częściej stosowaną praktyką jest także narzucanie dostawcom sprzedaży produktów pod szyldem własnej marki handlowej.

Procesy globalizacji gospodarki mają charakter uniwersalny, jednak warto zwrócić uwagę na specyfikę ich oddziaływania w sferze produkcji żywności. W. Szymański⁴⁴ wskazuje, że przyspieszenie dynamiki rozwoju gospodarczego świata (zwłaszcza Chin, Indii, Brazylii, Meksyku i Indonezji – krajów o największym odsetku ludności) może w perspektywie wpłynąć na zmianę w bilansie popytu i podaży żywności. Kolejnym czynnikiem jest wzrost cen ropy naftowej, a tym samym zwiększenie przeznaczenia produktów rolnych na produkcję biopaliw. W przyszłości może to ograniczać podaż i zwiększyć ceny żywności.

⁴⁰ A. Wroczyński, *Franczyza na rynku FMCH w roku 2007*, www.franczyzawpolsce.pl.

⁴¹ B. Pokorska, E. Maleszyk, *Integracja przedsiębiorstw handlowych a procesy konkurencji*, PWE, Warszawa 2006.

⁴² U. Kłosiewicz, B. Słomińska, *Rynek artykułów spożywczych w Polsce*, Wyd. Instytut Rynku Wewnętrznego i Konkurencji, Warszawa 1998.

⁴³ R. Urban, *Rozwój cen producenta żywności (przetwórcy) na tle cen skupu i detalicznych cen żywności* [w:] R. Urban (red.), *Stan polskiej... Raport 5*, op. cit., s. 38-46.

⁴⁴ W. Szymański, *Globalizacja...*, op. cit.

Wspomniany Autor twierdzi na tej podstawie, że rynek nadwyżek rolnych i niskich cen może przekształcić się w rynek niedoborów i wysokich cen. Należy zgodzić się z przedstawioną przez niego konkluzją, że rozważania dotyczące sytuacji rynku rolnego w perspektywie najbliższych lat zawierają duży zakres niepewności, związany zwłaszcza z obecną sytuacją kryzysową na świecie i tempem odbudowy światowego wzrostu gospodarczego. Można natomiast wyróżnić wyraźne tendencje występujące na rynku żywności w różnych obszarach. G. Hofstede⁴⁵ w obszarze ekonomiki wskazuje na wyraźny wzrost znaczenia klienta w relacjach z przedsiębiorcami i szukaniu efektywnych relacji przychodowo-kosztowych. Wynika to, jego zdaniem, z następujących przesłanek: określania zgodności systemów produkcji i dystrybucji żywności z oczekiwaniami klientów – w głównej mierze przez wprowadzanie innowacji; określania rozwiązań przychodowo-kosztowych związanych z systemami zapewniania jakości i bezpieczeństwa zdrowotnego oraz, na co wskazują P. Luning i in.⁴⁶, wpływu prawa unijnego z obszaru zdrowia na zewnętrzne warunki konkurencji. W obszarach: demografii, społeczno-kulturowym i prawnym czynnikami wpływającymi na rynek żywności, zdaniem W. Szymanowskiego⁴⁷ oraz M. Meulenberg i J. Viaene⁴⁸ są: przepisy prawa unijnego i krajowego, a także innych instytucji międzynarodowych; oczekiwania i zachowania konsumentów względem żywności oraz zmiany w strukturze demograficznej konsumentów. Wpływ przepisów prawnych na konkurencyjność producentów żywności był przedmiotem badań prowadzonych przez IERiGŻ-PIB i zostanie przedstawiony w dalszej części opracowania. Wydaje się jednak zasadne odniesienie w tym podrozdziale do dwóch pozostałych czynników. Oczekiwania i zachowania konsumentów względem żywności są coraz bardziej homogeniczne. C. Bywalec⁴⁹ twierdzi, że poza wspomnianą wcześniej globalizacją i sferami jej oddziaływania, wpływ na taką postawę konsumentów ma wzrost mobilności ludzi w wymiarze przestrzennym i społeczno-zawodowym, przyspieszone procesy urbanizacji, przesuwanie się i zacieranie faz życia ludzkiego oraz upodabnianie się stylów życia

⁴⁵ G. Hofstede, *Globalisation, Culture&Netchains* [w:] *Dynamics in Chains and Networks* (red. H. Bremmers, S. Omta, J. Trienekens, E. Wubben), Wageningen Academic Publishers, Ede (Holandia) 2004.

⁴⁶ P.A. Luning, W.J. Marcelis, W.M.F. Jongen, *Zarządzanie jakością żywności – ujęcie techniczno-menedżerskie*, Wydawnictwo Naukowo-Techniczne, Warszawa 2005.

⁴⁷ W. Szymanowski, *Zarządzanie łańcuchami dostaw żywności w Polsce. Kierunki zmian*, Difin, Warszawa 2008.

⁴⁸ M. Meulenberg, J. Viaene, *Changing Agri-Food Systems in Western Countries. A Marketing Approach* [w:] *Innovation in Agri-Food Systems* (red. W. Jongen, M. Meulenberg), Wageningen Academic Publishers, Ede (Holandia) 2005.

⁴⁹ C. Bywalec, *Konsumpcja w teorii i praktyce gospodarowania*, PWN, Warszawa 2007.

różnych grup wiekowych i społecznych. Z drugiej strony reakcją na postępującą globalizację konsumpcji jest tzw. etnocentryzm konsumencki. W sferze rynku przejawia się to w świadomym preferowaniu przez konsumentów produktów krajowych. Wiele badań (G. Holt, V. Amilien⁵⁰, C.C. Hinrichs⁵¹) wskazuje bowiem na tzw. paradoks globalizacji, polegający na odrodzeniu oraz rekonstrukcji lokalnych i regionalnych wartości. W sferze konsumpcji produktów żywnościowych przejawia się to rosnącym popytem na produkty tradycyjne i regionalne. W Unii Europejskiej stworzono przepisy promujące żywność wytworzoną tradycyjnymi metodami. Umożliwiają one jednocześnie, przez zastosowanie jednolitych oznaczeń, łatwiejszą identyfikację takich produktów przez konsumentów. W połowie 2009 roku było zarejestrowanych przez KE 699 produktów regionalnych i tradycyjnych – najwięcej z nich we Włoszech, Francji, Portugalii i Hiszpanii. Konkludując można stwierdzić, że procesy globalizacji, powodując unifikację wzorców konsumpcji (upodobnianie wzorów spożycia i zachowań konsumenckich), wyzwalają także postawy sprzyjające konsumpcji i promocji żywności tradycyjnej.

8.2.2. Otoczenie w kształtowaniu konkurencyjności przedsiębiorstw

Otoczenie, w jakim działają przedsiębiorstwa, branże, sektory czy gospodarki narodowe, charakteryzuje się nieciągłością procesów oraz nieprzewidywalnością zjawisk. Powoduje to, że wzrasta ryzyko i niepewność działalności przedsiębiorstw. H.J. Ansoff⁵², wprowadził nawet pojęcie „turbulentnego” otoczenia, a więc otoczenia burzliwego, w którym zmiany mają charakter nieuporządkowany, chaotyczny, wielokierunkowy i wielopoziomowy. W takim otoczeniu występują zarówno sytuacje sprzyjające funkcjonowaniu i rozwojowi przedsiębiorstwa, jak i sytuacje stanowiące zagrożenia. Umiejętność dostosowania się do nich czy też ich antycypacji wpływa na możliwość uzyskania przez przedsiębiorstwo przewagi konkurencyjnej. W badaniach prowadzonych przez IERiGŻ-PIB problematyka ta została omówiona przez A.P. Wiatraka⁵³. Autor postawił tezę, że wykorzystanie czynników wewnętrznych wpływających na konkurencyjność przedsiębiorstw (a właśnie te są najczęściej przedmiotem badań wielu naukowców) zależy od czynników zewnętrznych, które kształtują arenę

⁵⁰ G. Holt, V. Amilien, *Introduction: from local food to localised food*, “Anthropology of Food” 2007, March, [<http://aof.revues.org>].

⁵¹ C.C. Hinrichs, *The Practice and Politics of Food Systems Localization*, “Journal of Rural Studies” 2003, vol. 19, s. 33-45.

⁵² H.J. Ansoff, *Zarządzanie strategiczne*, PWE, Warszawa 1985.

⁵³ A.P. Wiatrak, *Zewnętrzne uwarunkowania konkurencyjności przedsiębiorstw sektora agrobiznesu* [w:] I. Szczepaniak (red.), *Wybrane aspekty konkurencyjności...*, op. cit., s. 9-22.

konkurowania i jej przebieg. Zwrócenie uwagi na ten aspekt konkurencyjności przedsiębiorstw wydaje się bardzo istotny. Badanie zewnętrznych warunków działalności przedsiębiorstw stanowi bowiem podstawowy element w procesie zarządzania strategicznego. Celem analizy otoczenia jest umożliwienie dostrzeżenia szans i zagrożeń w dynamicznie zmieniającym się świecie zewnętrznym i opracowanie na tej podstawie strategii działania i sposobu budowania przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa. W opracowaniu zastosowano klasyczny podział otoczenia przedsiębiorstwa na makrootoczenie i mezootoczenie (z podkreśleniem istotności procesu globalizacji, jakiej podlega współczesny świat – co omówiono w poprzednim podrozdziale).

Wpływ czynników makrootoczenia na konkurencyjność przedsiębiorstw omówiono, dokonując ich podziału zgodnie z metodą PEST na cztery grupy: polityczne, ekonomiczne, społeczno-kulturowe i technologiczne. Zwrócono uwagę, że polityka ekonomiczna zarówno w skali kraju, jak i porozumień międzynarodowych powinna określać nie tylko kierunki rozwoju, ale także związane z nimi środki działania. Takie podejście sprzyja bowiem poprawie nie tylko konkurencyjności regionów, ale zgodnie ze Strategią Rozwoju Kraju⁵⁴ wyrównaniu szans rozwojowych tych obszarów, które bez pomocy państwa skazane byłyby na marginalizację. Istotnym elementem polityki ekonomicznej jest wytwarzanie produktów rolniczych na cele energetyczne. Zwiększenie pozyskiwania biopaliw z upraw wzmacnia potencjał konkurencyjny rolnictwa, zapewniając stabilny popyt. Konkurencja o areal uprawny między roślinami przeznaczanymi na cele energetyczne a roślinami spożywczymi wskazuje jednak na konieczność bardzo przemyślanych decyzji w tym obszarze. W związku z tym, wśród celów polityki społeczno-ekonomicznej A.P. Wiatrak⁵⁵ wskazuje na jeszcze jeden, bardzo ważny aspekt konkurencyjności przedsiębiorstw agrobiznesu – bezpieczeństwo żywnościowe i samowystarczalność żywnościową. Zewnętrzna analiza uwarunkowań konkurencyjności przedsiębiorstw gospodarki żywnościowej powinna zatem uwzględniać zapotrzebowanie na produkty żywnościowe, które kształtują w dużym stopniu: liczba ludności, siła nabywcza i nawyki żywieniowe – a więc czynniki o charakterze ekonomicznym i społecznym. Za jeden z ważniejszych czynników konkurencyjności przedsiębiorstw w sferze technologicznej Autor uznaje wiedzę i innowacje, które są następstwem prowadzonej polityki ekonomicznej, a także stopniem rozwoju gospodarczego.

Następnym etapem analizy otoczenia przedsiębiorstwa jest analiza otoczenia mezo- i mikrootoczenia. Analiza sektora, w którym działa przedsiębiorstwo,

⁵⁴ *Strategia Rozwoju Kraju 2007-2015*, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Warszawa 2006.

⁵⁵ A.P. Wiatrak, *Zewnętrzne uwarunkowania...*, op. cit.

dostarcza istotnych informacji na temat szans i zagrożeń związanych z wiekiem i dynamiką sektora, zachowaniem się dostawców i klientów, a przede wszystkim na temat zachowań istniejących konkurentów i możliwości pojawienia się nowych uczestników sektora. Stosując Model 5 Sił Portera, A.P. Wiatrak⁵⁶ wskazał na czynniki wywierające zewnętrzny wpływ na konkurencyjność przedsiębiorstw agrobiznesu. Podstawą wyjścia była analiza nabywców, na którą należy patrzeć nie tylko pod kątem potencjalnego popytu na żywność, lecz również pozostałych produktów i usług generowanych na tym rynku – Autor wskazuje np. na turystykę wiejską. W kształtowaniu konkurencyjności producentów żywności istotnym elementem są dostawcy – ich wiarygodność, terminowość i jakość dostarczanych produktów. Zwrócono uwagę, że w warunkach niedostatecznego rozwoju infrastruktury, transportu i logistyki ograniczone są dostawy zewnętrzne. Tym samym wzmacnia to konkurencyjność producentów żywności w skali lokalnej i regionalnej. Konkurencja wewnątrz sektora określa charakter rywalizacji w sektorze, a tym samym określa strategię konkurowania przyjęte przez przedsiębiorstwa. Podobna sytuacja ma miejsce w przypadku zagrożenia ze strony nowych produktów i substytutów. Wskazano także, że analizując zewnętrzne uwarunkowania konkurencyjności przedsiębiorstw należy zwrócić uwagę nie tylko na procesy konkurencji między nimi, ale także na możliwość podjęcia przez nie współdziałania i współpracy. Podejście takie jest zgodne z coraz szerzej funkcjonującą w teorii i praktyce gospodarczej teorią klastrów. Zgodnie z definicją M. Portera⁵⁷ są to geograficzne skupiska wzajemnie powiązanych firm, wyspecjalizowanych dostawców, jednostek świadczących usługi, firm działających w pokrewnych sektorach i związanych z nimi instytucji, które zarówno konkurują ze sobą, jak i współpracują. W przypadku gospodarki żywnościowej, w której istnieje silny związek między cechami regionów i potencjałem wytwórczym tego sektora, jest to niewątpliwie jeden z elementów wzmacniania pozycji konkurencyjnej.

Poszerzeniem problematyki wpływu makro- i mikrootoczenia na konkurencyjność przedsiębiorstw przemysłu spożywczego są badania przeprowadzone przez K. Firleja⁵⁸. Dokonał on analizy scenariuszowej makro- i mikrootoczenia warunkujących konkurencyjność tych przedsiębiorstw w pięciu największych branżach: owocowo-warzywnej, mięsnej, mleczarskiej, zbożowej i cukierniczej. W branży owocowo-warzywnej odnotowano dużą rozpiętość między scenariu-

⁵⁶ Ibidem.

⁵⁷ M. Porter, *Porter o konkurencji*, PWE, Warszawa 2001.

⁵⁸ K. Firlej, *Wpływ otoczenia zewnętrznego na rozwój i konkurencyjność przedsiębiorstw przemysłu spożywczego – wyniki analizy scenariuszowej* [w:] I. Szczepaniak (red.), *Wybrane aspekty konkurencyjności...*, op. cit., s. 75-100.

szem optymistycznym a pesymistycznym. W szczególności dotyczy to otoczenia społeczno-kulturowego, demograficznego i technologiczno-naukowego. Za bardzo istotne i skonsolidowane należy uznać otoczenie polityczno-prawne, które pozytywnie wpływa na rozwój i konkurencyjność przedsiębiorstw branży. Pozytywny wpływ na konkurencyjność branży odnotowano także w przypadku otoczenia społeczno-kulturowego i technologiczno-naukowego, pomimo że jest ono najbardziej niejednorodne. Przeprowadzona przez Autora analiza mikrootoczenia wskazuje natomiast, że największą rozpiętość między scenariuszem optymistycznym a pesymistycznym odnotowano w przypadku otoczenia środowiskowego i infrastrukturalnego. Analiza rozpiętości scenariusza najbardziej prawdopodobnego dla branży owocowo-warzywnej wskazuje, że nie odnotowano większych odchyśleń od corocznego poziomu jej funkcjonowania. W przypadku branży mięsnej istotny wpływ na stabilizację jej funkcjonowania ma otoczenie ekonomiczne, polityczno-prawne oraz społeczno-kulturowe. Sfera polityczno-prawna oraz społeczno-kulturowa charakteryzują się ponadto dużą rozpiętością, co świadczy o ich pozytywnym wpływie na konkurencyjność branży. Czynniki mikrootoczenia oddziałujące na branżę mięsną to otoczenie infrastrukturalne i kapitałowe, chociaż aktualnie ich wpływ na rozwój i konkurencyjność branży jest nieznaczny. Dokonując oceny wpływu czynników makrootoczenia na konkurencyjność branży mleczarskiej, K. Firlej⁵⁹ stwierdza, że konkurencyjność branży mleczarskiej zależy w największym stopniu od otoczenia polityczno-prawnego i technologiczno-naukowego oraz ekonomicznego, a zatem powinny zapewnić największy rozwój przedsiębiorstw branży. Jako najbardziej jednolite wskazuje otoczenie polityczno-prawne, a jako stabilne otoczenie ekonomiczne i technologiczno-naukowe. Wśród czynników mikrootoczenia, żaden z badanych czynników nie wykazuje silnego wpływu na omawianą branżę. Największy wpływ na jej rozwój mają natomiast otoczenie kapitałowe oraz infrastrukturalne. W branży zbożowej wszystkie elementy otoczenia makroekonomicznego mają bardzo duży wpływ na konkurencyjność przedsiębiorstw w niej funkcjonujących. Największą rozpiętość wśród czynników makrootoczenia odnotowano w sferze otoczenia techniczno-naukowego. Największą rozpiętość między scenariuszem optymistycznym a pesymistycznym wśród czynników mikrootoczenia omawianej branży stwierdzono w otoczeniu kapitałowym i infrastrukturalnym. Zatem te czynniki mają największy wpływ na rozwój i konkurencyjność branży zbożowej. Makrootoczenie branży cukierniczej odznacza się największą rozpiętością w przypadku otoczenia technologiczno-naukowego i to w znacznej mierze decyduje o konkurencyjności tej branży. Jako najbardziej jednolite wśród wszystkich sce-

⁵⁹ Ibidem.

nariuszy rozwoju uważane jest otoczenie polityczno-prawne, które ze względu na dużą burzliwość należy uznać za jeden z istotnych czynników rozwoju branży cukierniczej. Elementy mikrootoczenia branży nie wykazują na nią silnego wpływu, a branża funkcjonuje na stabilnym poziomie. Przedstawione scenariusze rozwoju mogą być wykorzystane przez menadżerów przedsiębiorstw w konstruowaniu i bieżącej realizacji strategii konkurencyjności w celu dostosowania się do zmiennych uwarunkowań rynkowych.

8.2.3. Wpływ Wspólnej Polityki Rolnej na procesy konkurencyjności

Istotnym czynnikiem regulującym proces konkurencyjności w sektorze gospodarki żywnościowej Unii Europejskiej jest Wspólna Polityka Rolna (WPR). WPR ewoluowała w trakcie jej obowiązywania. Przyczyną zachodzących w niej zmian były procesy ograniczania polityki protekcjonistycznej, inspirowane decyzjami Światowej Organizacji Handlu (WTO). Decyzje podejmowane w sferze liberalizacji międzynarodowego handlu rolnego mają bezpośredni wpływ na konkurencyjność podmiotów funkcjonujących na tym rynku. Ważne jest zatem określenie wpływu na WPR i rolnictwo UE postanowień wynikających z Rundy Urugwajskiej (RU) oraz spodziewanych wyników Rundy Doha (DDA). Zagadnienie to, w badaniach IERiGŻ-PIB, szeroko przedstawił J. Rowiński⁶⁰. Po szczegółowym omówieniu założeń i postanowień wynikających z RU i Rundy Doha skupił uwagę na wynikających z nich implikacji w WPR. Postanowienia RU znalazły odzwierciedlenie w reformie WPR określanej jako Program Mac Sharry'ego (warto przypomnieć, że pierwsze, mało skuteczne próby korygowania WPR, podjęto już pod koniec lat 60. – tzw. plan Mansholta). Nastąpiły wówczas ważne zmiany systemowe, które wynikały z nieskuteczności dotychczas stosowanych rozwiązań. Konsekwencją WPR była bowiem długookresowa stabilność rynków rolnych Wspólnoty przy relatywnie wysokim poziomie cen. Powodowało to intensyfikację i wzrost produkcji (z towarzyszącymi temu ujemnymi skutkami dla środowiska naturalnego) oraz wzrost kosztów WPR. Z tego względu głównym celem zaproponowanych zmian było dążenie do zbliżenia cen wewnętrznych we Wspólnocie do cen na rynkach światowych i jednocześnie bezpośrednie wspieranie dochodów rolniczych. Najważniejsze decyzje dotyczyły: obniżenia cen gwarantowanych zbóż, wprowadzenia programu płatności bezpośrednich, subwencjonowania przymusowego i dobrowolnego odłogowania gruntów, ograniczenia subwencjonowanej powierzchni upraw do powierzchni „podstawowej” oraz wprowadzenia regionalnego zróżnicowania płatności bezpośrednich.

⁶⁰ J. Rowiński, *Liberalizacja międzynarodowego...*, op. cit. [w:] I. Szczepaniak (red.), *Wybrane aspekty konkurencyjności...*, op. cit., s. 44-74.

J. Rowiński⁶¹ podkreśla przy tym, że dostosowanie WPR do postanowień RU nie było biernym wykonywaniem jej postanowień. Wskazuje, że np. cła „staryfikowano” na możliwie najwyższym poziomie, tak aby wypełnienie zobowiązań redukcyjnych nie zmniejszyło nadmiernie ochrony rynku krajowego. Także w dziedzinie subwencjonowania rolnictwa zastosowano rozwiązania, które zapobiegały zmniejszaniu ogólnej kwoty subwencji otrzymywanych przez rolnictwo – płatności bezpośrednie uzyskały tzw. „klauzulę pokoju”, która gwarantowała, że członkowie WTO nie będą kwestionowali przez kilka lat tej formy płatności. Konkludując, Autor stwierdza, że zmiany te nie stanowiły zagrożenia dla gospodarki żywnościowej Unii Europejskiej. Cła na artykuły rolne pozostały bowiem na tyle wysokie, że stanowiły wystarczającą ochronę rynku unijnego przed konkurencją zewnętrzną. Ponadto, kwoty udzielanych przez UE subwencji eksportowych były niższe od tych, które UE miała prawo udzielić. Wynikało to z korzystnej sytuacji na rynkach międzynarodowych. Wymienione czynniki spowodowały, że eksport rolny Wspólnoty nie został w istotny sposób ograniczony.

Do chwili obecnej międzynarodowy handel rolny funkcjonuje zgodnie z postanowieniami Rundy Urugwajskiej. Rzeczywista skala liberalizacji handlu rolnego była jednak niewielka, co stworzyło przesłanki do dalszych negocjacji w ramach Rundy Doha. Były one kontynuacją trzech głównych problemów RU, czyli: subwencjonowania rolnictwa, subwencjonowania eksportu rolnego oraz dostępu zagranicznych rynków produktów do rynków wewnętrznych. Przyjmując, że ostateczna treść porozumienia DDA będzie identyczna lub zbliżona do propozycji sformułowanych w raporcie Falconera, J. Rowiński⁶² dokonał jej oceny w trzech wymienionych wcześniej obszarach. Analizując likwidację wsparcia eksportu rolnego stwierdził, że polityka zbliżania cen wewnętrznych będzie przez UE kontynuowana, gdyż ceny na rynkach międzynarodowych będą w najbliższych kilku latach wyższe niż przed okresem destabilizacji (lata 2007-2008). Dlatego w propozycji unijnej znajduje się zgoda na likwidację subsydiowania eksportu. Pomimo że subwencje mają malejące znaczenie jako środek wspierający eksport rolny państw Unii Europejskiej, wpłynie to na zmianę sytuacji ekonomicznej gospodarstw unijnej gospodarki żywnościowej. Potwierdzeniem tej tezy są rachunki symulacyjne – R.H. Peters i D. Vanzetti⁶³. Wynika z nich, że po wprowadzeniu DDA, eksport rolny UE poza obszar Wspólnoty zmniejszy się

⁶¹ Ibidem.

⁶² Ibidem.

⁶³ R.H. Peters, D. Vanzetti, *Searching for a Compromise. A Game-Theoretic Approach to the WTO*, Paper presented at ESTG Conference, Madrid, 15-17th September 2003. Cyt. za: J. Hagemeyer, J.J. Michałek, *Skutki liberalizacji handlu rolnego w ramach Rundy Doha (WTO) dla Polski*, Ekspertyza dla UKIE, maszynopis, 2006.

o ok. 10%. Badania A. Poczty-Wajdy⁶⁴ wskazują, że ograniczenia będą dotyczyły przede wszystkim wołowiny i artykułów mleczarskich.

Polityka celna była jednym z najważniejszych instrumentów ochrony rynku wewnętrznego Wspólnoty. Wyrażenie przez UE zgody na zawarte w raporcie Falconera propozycje ułatwienia dostępu do rynków wewnętrznych państw rozwiniętych oznacza zatem zmianę polityki silnej protekcji i zastąpienie jej polityką umiarkowanej protekcji. Kraje rozwinięte, w tym UE, nie zniosą wprawdzie ceł na artykuły rolne, ale zostaną zobowiązane do bardzo poważnych ich obniżek. Zdaniem J. Rowińskiego⁶⁵ nie można wykluczyć sytuacji, w której poziom ceł na niektóre artykuły rolne może być na tyle niski, że nie zrekompensuje wyższych kosztów producentów państw UE. Wskazuje również na dwa inne czynniki osłabiające pozycję konkurencyjną unijnych rolników. Pierwszym z nich są mniej korzystne warunki naturalne prowadzenia działalności rolnej w Europie w porównaniu do najefektywniejszych producentów – jest to czynnik obiektywny. Drugi wynika ze struktury produkcyjnej rolnictwa europejskiego, która nie zapewnia minimalizacji kosztów produkcji. Efektywność prowadzenia działalności rolnej jest zatem niska. Wskazują na to także badania L. Goraja⁶⁶, który stwierdził, że aż w 12 państwach UE wskaźnik efektywności finansowej wynosił ponad 1,0. Zbiorowość gospodarstw prowadzących rachunkowość rolną systemu FADN była w tych państwach grupą prowadzącą nieopłacalną działalność. Niższa, w porównaniu z innymi regionami świata, pozycja konkurencyjna produkcji rolnej w państwach UE wynika także z rygorystycznych przepisów o ochronie środowiska i właściwego traktowania zwierząt. Zwiększa to koszty produkcji rolników Wspólnoty, a w raporcie Falconera brak jest propozycji umożliwiających ochronę przed dumpingiem środowiskowym. Niebagatelny wpływ na koszty produkcji rolnictwa europejskiego ma także wysoki poziom ochrony socjalnej i świadczeń socjalnych. Można także przypuszczać, że niektórzy eksporterzy, aby wejść na unijny rynek będą stosować dumping cenowy. W konsekwencji, po wprowadzeniu w życie postanowień Rundy Doha, pozycja konkurencyjna produkcji rolnej Wspólnoty może zmniejszyć się i doprowadzić jednocześnie do utraty części rynku wewnętrznego. Stwarza to kolejne zagrożenia. S. Gburczyk

⁶⁴ A. Poczta-Wajda, *Konkurencyjność produktów rolno-żywnościowych z krajów wysoko rozwiniętych na światowych rynkach rolnych w świetle różnych scenariuszy liberalizacji*, „Roczniki Naukowe SERiA” 2008, t. X, z. 4, s. 347-353.

⁶⁵ J. Rowiński, *Liberalizacja...*, op. cit.

⁶⁶ L. Goraj, *Analiza porównawcza gospodarstw rolnych pod względem głównych parametrów techniczno-ekonomicznych. Polska na tle innych krajów UE [w:] Rozwój rolnictwa, gospodarki żywnościowej i obszarów wiejskich Polski w Unii Europejskiej* (red. S. Zięba, A. Kowalski), Almamer i IERiGŻ-PIB, Warszawa 2007, s. 21-43.

i J. Rowiński⁶⁷ twierdzą, że wejście rolników z krajów trzecich na rynek Wspólnoty oznacza nadwyżkę siły roboczej w tym sektorze i uwolnienie znacznej ilości ziemi. Mogłoby to prowadzić do zwiększenia liczby bezrobotnych i problemu bezpieczeństwa żywnościowego.

Polska stając się członkiem UE, pomimo że w trakcie trwania Rundy Doha nie miała wpływu na formułowane przez Wspólnotę stanowisko negocjacyjne, zaakceptowała zawarte w niej porozumienia. Wymienione czynniki osłabiające potencjał konkurencyjny unijnych producentów rolnych, będą zatem miały wpływ także na krajowych producentów. J. Rowiński⁶⁸ wskazuje, że ułatwienie dostępu do unijnego rynku artykułów rolno-spożywczych, spowoduje nie tylko zmniejszenie eksportu na ten rynek, ale także częściową utratę rynku wewnętrznego. Polska należy zatem do tych państw UE, którym zależy na nieznaczących zmianach w stosunku do tych, zawartych podczas Rundy Urugwajskiej. Istnieją ponadto sygnały, że występują poważne różnice między stanowiskiem KE a ministrami rolnictwa państw członkowskich i środowiskami rolniczymi. Konkludując stwierdza zatem, że słuszną byłaby decyzja o niecelowości kontynuowania rozmów przez Unię Europejską. Porozumienie DDA podpisane bez podpisu Wspólnoty nie miałyby większego znaczenia, natomiast zerwanie rozmów oznaczałoby stan po wprowadzeniu porozumienia RU. Mogłoby wówczas dojść do kompromisu, w którym zawarte porozumienia miałyby mniejszy wpływ na konkurencyjność rolnictwa unijnego w przyszłości.

8.3. Determinanty konkurencyjności producentów żywności

8.3.1. Cena w tworzeniu przewagi konkurencyjnej

Konkurencja jest procesem, który ujawnia się zawsze na rynku. Funkcjonowanie mechanizmu rynkowego jest związane natomiast z przedmiotowym aspektem rynku oraz zmianami poszczególnych jego elementów, czyli popytu, podaży i ceny. Konkurencja cenowa występuje w wyniku gry podaży i popytu, której efektem jest określona ilość oferowanych dóbr. W tworzeniu przewagi konkurencyjnej cena jest zatem istotnym instrumentem konkurowania. Ma ona szczególne znaczenie w strategii przywództwa kosztowego, której istotą jest uzyskanie trwałej przewagi kosztów nad konkurentami. Niższe koszty umożliwiają oferowanie niższych cen niż konkurenci. W procesie wyróżniania się na

⁶⁷ S. Gburczyk, J. Rowiński, *Polskie rolnictwo wobec wyzwań przyszłości*, „Nowe Życie Gospodarcze” 2006, nr 10, dodatek specjalny IERiGŻ-PIB: *Polska wieś i rolnictwo po dwóch latach w Unii Europejskiej*, s. 23.

⁶⁸ J. Rowiński, *Liberalizacja...*, op. cit.

rynku podmioty mogą stosować także pozacenowe instrumenty konkurencyjności, tj. jakość produktów, nowość produktu, różnorodność oferty, marka produktu czy renoma przedsiębiorstwa. W dobie internacjonalizacji i globalizacji ich wpływ na osiągnięcie trwałej przewagi konkurencyjnej gospodarki ma coraz większe znaczenie. A. Woś⁶⁹ zakłada jednak, że jakość produktów znajdujących się w obrocie międzynarodowym (dotyczy to szczególnie towarów rolnych) jest ściśle określona w formie obowiązujących standardów. Wówczas konkurencyjność kosztowo-cenowa jest strategicznym problemem eksporterów, w tym producentów żywności. Niezależnie od siły oddziaływań instrumentów cenowych i pozacenowych w budowaniu trwałej przewagi konkurencyjnej, kształtowanie się cen ma bardzo istotne znaczenie, stąd też IERiGŻ-PIB prowadzi bieżący monitoring relacji krajowych cen producentów żywności do cen tych produktów osiągniętych w poszczególnych krajach Unii Europejskiej⁷⁰.

Punktem wyjścia w rozważaniach cenowej efektywności rynków jest prawo jednej ceny (PJC). Prawo to mówi, że w wyniku swobodnego arbitrażu, po uwzględnieniu cen transakcyjnych, ceny tych samych produktów w obrębie danego rynku, ulegają wyrównaniu. Stwarza to przesłanki do przepływu towarów z obszarów, gdzie są tańsze, do regionów droższych do czasu, gdy ceny na obu rynkach wyrównają się. Uczestnicy rynku nie mają już wówczas motywacji do prowadzenia dalszych transakcji kupna-sprzedaży. Według A. Marshalla⁷¹ im bardziej doskonały jest rynek, tym występuje silniejsza tendencja do wyrównywania się na nim cen tych samych dóbr. W rzeczywistości gospodarczej rynki są mniej lub bardziej niedoskonałe. Z tego względu dochodzi do różnego typu różnicowania cen. W przypadku odchylenia od PJC najistotniejsze jest przestrzenne różnicowanie cen. Występuje ono wówczas, gdy ten sam sprzedawca proponuje ten sam produkt na różnym obszarze, po różnych cenach. W przypadku, gdy obszary te reprezentują kraje, to występuje międzynarodowe różnicowanie cen. Warto dodać, że międzynarodowa segmentacja rynku jest ułatwiona przez odległość, granice państwowe, bariery handlowe i inne czynniki handlowe przeciwdziałające potencjalnemu arbitrażowi. Wpływ na konkurencyjność cenową produktów pochodzących z różnych krajów (w przypadku braku jednolitej waluty) mają także koszty związane z wymianą walut, jak i koszty ryzyka walutowego. D.E. Staszczak⁷² oceniając wpływ zmiany kursów walutowych na saldo bilansu

⁶⁹ A. Woś, *Rolnictwo w obliczu narastającego kryzysu*, IERiGŻ, Warszawa 2000.

⁷⁰ Por. I. Szczepaniak, *Ocena konkurencyjności...*, op. cit.; I. Szczepaniak (red.), *Ocena zmian konkurencyjności...*, op. cit.; I. Szczepaniak (red.), *Ocena rozwoju konkurencyjności...*, op. cit.

⁷¹ A. Marshall, *Principles of Economics*, Macmillan, London 1920.

⁷² D.E. Staszczak, *Wpływ zmian kursowych na globalną konkurencyjność produktów rolnych*, „Roczniki Naukowe SERiA” 2009, t. XI, z. 3, s. 325-330.

handlu zagranicznego artykułami rolno-spożywczymi stwierdził, że zależy to w głównej mierze od rodzaju salda. Kraje posiadające dodatnie saldo bilansu handlu zagranicznego produktami rolno-spożywczymi wykazują pewne zależności między wymienionymi elementami. W przypadku obniżki kursu walut następuje wzrost ich dodatniego salda, natomiast gdy kurs walut wzrasta, to ich dodatnie saldo zmniejsza się. Kraje posiadające ujemne saldo w handlu artykułami rolno-spożywczymi nie wykazują istotnych zmian powiązanych ze zmianami kursu walut. Autor nadmienia jednak, że nawet w krajach o dodatnim saldzie bilansu handlu rolno-spożywczego, zależność tego salda od kursu ich waluty jest niewielka i nie dotyczy wszystkich tych krajów. Potwierdza to tezę, że największy wpływ na konkurencyjność produktów żywnościowych mają regulacje rynku rolnego.

Poza czynnikami prowadzącymi do różnicowania cen, występują także czynniki stymulujące ich wyrównywanie. Konwergencja cen jest powszechnie związana z integracją rynków. Niektórzy naukowcy (W. Molle⁷³, A. Zielińska-Głębocka⁷⁴) miary dyspersji cen używają jako wskaźnika stopnia integracji rynków, chociaż konwergencja cen nie jest końcowym etapem ani idealnym wskaźnikiem pozwalającym na określenie ekonomicznej integracji rynków. Ekonomiczna integracja rynków powinna jednak przyczyniać się do zmniejszania różnic w cenach tych samych produktów. Wskaźniki dyspersji cen dają zatem pogląd na temat skuteczności działania wspólnych rynków. Na poziomie rolnictwa istotne przewagi cenowe dotyczą większości produktów rolnych (M. Hamulczuk⁷⁵, M. Juchniewicz⁷⁶, Ł. Menart, M. Juchniewicz⁷⁷, I. Szczepaniak⁷⁸). Badania te wskazują również na stopniowe, ale systematyczne zmniejszanie się przewag cenowych na rynkach produktów rolnych, wynikające z postępującej konwergencji cen krajowych z cenami w Unii Europejskiej. S. Gędek⁷⁹ twierdzi,

⁷³ W. Molle, *Ekonomika integracji europejskiej. Teoria, praktyka, polityka*, Fundacja Gospodarcza NSZZ „Solidarność”, Gdańsk 1995.

⁷⁴ A. Zielińska-Głębocka, *Jednolity rynek Unii Europejskiej*, Wypowiedź zamieszczona na stronie UG <http://panda.bg.univ.gda.pl/~europ/jrue.pdf> (lipiec 2008).

⁷⁵ M. Hamulczuk, *Powiązania cen wieprzowiny w Polsce z cenami europejskimi*, „Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu” 2006, nr 1118, t. 1, s. 299-304.

⁷⁶ M. Juchniewicz, *Rynek żywca wieprzowego w Polsce po wstąpieniu do Unii Europejskiej*, „Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu” 2005, nr 1070, t. 1, s. 371-376.

⁷⁷ Ł. Menart, M. Juchniewicz, *Konkurencyjność eksportu polskiego przemysłu mięsnego na tle UE-15*, „Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu” 2006, nr 1118, t. 2, s. 86-92.

⁷⁸ I. Szczepaniak, *Konkurencyjność polskich producentów żywności*, „Przemysł Spożywczy” 2006, nr 8, s. 28-32.

⁷⁹ S. Gędek, *Analiza powiązań pomiędzy cenami wieprzowiny na rynku polskim i wybranych rynkach krajów Unii Europejskiej*, „Roczniki Naukowe SERiA” 2009, t. XI, z. 3, s. 92-96.

opierając swoje badania na rynku wieprzowiny, że nastąpiło wyraźne przyspieszenie reakcji rynku polskiego na impulsy cenowe, co świadczy o postępującej integracji rynku polskiego z rynkiem Unii Europejskiej. Dodaje jednak, że impulsy cenowe płynęły przede wszystkim w jednym kierunku – z rynków państw Unii Europejskiej na polski rynek⁸⁰.

W badaniach IERiGŻ-PIB konkurencyjność cenową rozpatrywano także na wybranych rynkach produktów żywnościowych. I. Szczepaniak⁸¹ podaje, że ceny w sektorze rolno-spożywczym w Polsce są niższe od cen w krajach Unii Europejskiej. R. Urban⁸², rozpatrując różnice cen w kolejnych ogniwach łańcucha marketingowego stwierdza przy tym, że są one największe na poziomie konsumenta (ok. 44%), mniejsze na poziomie przetwórstwa (ok. 30%), a najmniejsze na poziomie rolnictwa (ok. 20%). Jest to niewątpliwie, jak podają cytowani Autorzy, wynikiem niższej niż w krajach UE opłaty pracy w Polsce (zarówno rolników, jak i pracowników przetwórstwa), która znacznie kompensuje niższą wydajność pracy. Na niższym poziomie kształtują się także ceny pozostałych czynników produkcji, takich jak energia i ziemia. Powoduje to występowanie znacznych przewag kosztowo-cenowych⁸³. Porównując relatywne poziomy cen w poszczególnych latach, należy zwrócić uwagę, że są to wskaźniki obliczone dla warunków określonych w danym roku. Dotyczy to przede wszystkim parytetu siły nabywczej odpowiadającej aktualnej strukturze PKB oraz bieżących kursów walutowych. Ponadto średni poziom cen dla UE wynosi 100, co nie oznacza, że w wymiarze bezwzględny wielkość ta nie ulega zmianom. W kontekście przeprowadzonych rozważań można jednak stwierdzić, że na rynkach żywnościowych w Unii Europejskiej następuje proces konwergencji cen. Coraz mniejsze różnice w cenach będą wymagały od przedsiębiorców podjęcia działań w celu wykorzystania w większym stopniu pozacenowych instrumentów konkurencyjności. W kształtowaniu przewagi konkurencyjnej producenci żywności powinni zatem dążyć do łączenia cenowych i pozacenowych instrumentów konkurencyjności i osiągać efekty synergii tych działań.

⁸⁰ Aktualne tendencje kształtowania się cen produktów rolnych w Polsce w porównaniu do innych państw UE przedstawiono szczegółowo w rozdziale 5.

⁸¹ I. Szczepaniak, *Konkurencyjność polskich producentów żywności na rynkach zagranicznych* [w:] Materiały konferencyjne „Ekonomiczne i społeczne uwarunkowania rozwoju polskiej gospodarki żywnościowej po wstąpieniu Polski do Unii Europejskiej”, IERiGŻ-PIB, Pułtusk 11-12.12.2006 r.

⁸² Urban R., *Polski przemysł spożywczy w Unii Europejskiej – konkurencyjność i szanse rozwojowe*, „Zagadnienia Ekonomiki Rolnej” 2005, nr 3(304), s. 14-23.

⁸³ Aktualne tendencje kształtowania się cen produktów żywnościowych w Polsce w porównaniu do Niemiec przedstawiono szczegółowo w rozdziale 6.

8.3.2. Jakość jako instrument konkurencyjności

Przedsiębiorstwa dążąc do uzyskania przewagi konkurencyjnej mogą kierować się strategią kosztową lub strategią wyróżniania. Przedsiębiorstwa przemysłu spożywczego są w znacznej mierze zorientowane na utrzymywanie przewagi kosztowej. Podstawowymi narzędziami konkurencyjności w tej strategii są niższe ceny produktów i korzystniejsze (obniżające koszt dla odbiorcy) koszty dostawy. W teorii ekonomii wyraża się pogląd, że taka pozycja konkurencyjna jest strategicznie niekorzystna; tym bardziej że w rozwoju gospodarczym Polski, dotyczy to również krajowych producentów żywności, wyczerpywać się będą dotychczasowe źródła wzrostu gospodarczego, takie jak: niskie koszty pracy, tanie surowce czy akcesja do Unii Europejskiej⁸⁴. Podejmowanie konkurencyjności przez wyróżnianie jest zatem niezbędnym działaniem, które może umożliwić zbudowanie trwałej przewagi konkurencyjnej. Istotnym instrumentem konkurencyjności jest wówczas jakość wytwarzanych produktów. Dyskutując nad potrzebą wykreowania trwałej przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw przemysłu spożywczego, nie można zatem pomijać tego podstawowego czynnika konkurencyjności. W ramach badań prowadzonych w IERiGŻ-PIB zagadnienie jakości przedstawiono w dwóch aspektach: instrumentów konkurencyjności⁸⁵ i czynników ją kształtujących⁸⁶.

Postrzeganie jakości jako instrumentu konkurencyjności jest powszechnie uznane. Konkurencyjność jakościowa polega na oferowaniu przez konkurentów produktów zróżnicowanych pod względem jakościowym. Zróżnicowanie to może polegać na zmianach jakości rynkowej oferowanego wyrobu lub zmianie dotychczasowych warunków sprzedaży produktu, przy zachowaniu ich jakości. Produkty nie pełnią jednak funkcji instrumentu konkurencyjności, jeśli nie zaspokajają potrzeb nabywców. Wykorzystywanie poszczególnych instrumentów konkurencyjności przez przedsiębiorstwa powinno być zatem zbieżne z ich percepcją przez konsumentów⁸⁷. Wielu Autorów (E. Babicz-Zielińska⁸⁸, H. Górską-Warsewicz⁸⁹,

⁸⁴ *Kierunki zwiększania innowacyjności gospodarki na lata 2007-2013*, Ministerstwo Gospodarki, Departament Rozwoju Gospodarki, Warszawa 2006.

⁸⁵ M. Juchniewicz, *Jakość jako czynnik wzrostu konkurencyjności przemysłu spożywczego w Polsce* [w:] I. Szczepaniak (red.), *Wybrane aspekty konkurencyjności...*, op. cit., s. 101-120.

⁸⁶ T. Cebulak, *Czynniki kształtujące jakość polskiej żywności* [w:] I. Szczepaniak (red.), *Wybrane aspekty konkurencyjności...*, op. cit., s. 121-138.

⁸⁷ M. Juchniewicz, *Jakość jako czynnik wzrostu...*, op. cit.

⁸⁸ E. Babicz-Zielińska, *Rola konsumentckiej oceny jakości produktów żywnościowych w warunkach konkurencyjności*, „Biuletyn Naukowy UWM” 2003, nr 20, s. 151-155.

⁸⁹ H. Górską-Warsewicz, *Konsumentcka ocena jakości*, „Przemysł Spożywczy” 2001, nr 12, s. 35-37.

M. Grzybowska-Brzezińska⁹⁰, B. Grzybowska i M. Juchniewicz⁹¹, I. Żuchowski⁹²) wskazuje, że jakość jest jedną z głównych determinant wyboru produktu żywnościowego przez klientów. M. Góralczyk⁹³ dodaje, że poprawa konkurencyjności produktów w zakresie dostępności i przestrzegania terminów ważności do spożycia jest także ściśle związana z postrzeganiem jakości nabywanego wyrobu. Podobne tendencje występują w krajach Unii Europejskiej. Z badań przeprowadzonych przez M. Lennernäs, C. Fjellström⁹⁴ wynika, że świeżość i jakość produktów spożywczych były dla badanych respondentów najważniejszymi czynnikami wyboru. Ważnym czynnikiem w ocenie jakości produktów spożywczych przez 1/3 ankietowanych jest ich wpływ na zdrowie. Prozdrowotne nastawienie konsumentów do produktów żywnościowych w ostatnich latach nabiera jeszcze większego znaczenia. Na rynku Unii Europejskiej wśród innowacji produktowych blisko 20% stanowią artykuły o walorach prozdrowotnych. Na rynku amerykańskim ich udział jest jeszcze większy i wynosi ok. 45%⁹⁵. Według danych CIAA⁹⁶ priorytetem producentów żywności jest pomoc konsumentom w osiągnięciu zbilansowanej diety. Kreowanie oferty dla rosnącego segmentu prozdrowotnie zorientowanych konsumentów, dla których będzie to wyznacznikiem jakości oferowanego produktu, będzie ważnym czynnikiem w umacnianiu pozycji konkurencyjnej. Wymagania konsumentów co do jakości żywności wymuszają zatem, na co wskazują P. Luning i in.⁹⁷, by zarządzanie jakością w agrobiznesie i przemyśle żywnościowym stało się zagadnieniem strategicznym przy wprowadzaniu ulepszeń w produkcji.

⁹⁰ M. Grzybowska-Brzezińska, *Marketingowe aspekty jakości produktów spożywczych*, „Marketing i Rynek” 2008, nr 6, s. 26-32.

⁹¹ B. Grzybowska, M. Juchniewicz, *Czynniki determinujące zachowania nabywców produktów żywnościowych*, „Prace Naukowe Katedry Polityki Agrarnej i Marketingu SGGW” 2005, nr 34, s. 145-154.

⁹² I. Żuchowski, *Konsumencka ocena jakości produktów branży mięsnej*, „Handel Wewnętrzny” 2002, numer specjalny – październik, s. 277-281.

⁹³ M. Góralczyk, *Jakość produktów spożywczych determinantą konsumpcji – studium przypadku*, „Problemy Jakości” 2006, nr 11, s. 44-46; M. Góralczyk, *Konsumenckie uwarunkowania spożycia wyrobów mięsnych*, „Marketing i Rynek” 2006, nr 7, s. 26-32.

⁹⁴ M. Lennernäs, C. Fjellström, *Influences on food choice perceived to be important by nationally-representative samples of adults in the European Union*, “European Journal of Clinical Nutrition” 1997, vol. 51, s. 8-15.

⁹⁵ *Data & Trends of the European Food and Drink Industry*, CIAA, Brussels 2006.

⁹⁶ *GDA Nutrition Labels Gaining Ground Throughout Europe, Survey Shows*, http://www.ciaa.be/documents/press_releases/pr_20080702-2.pdf, 02.07.2008 r.

⁹⁷ P. Luning, W. Marcelis, *Food Quality Management and Innovation* [w:] *Innovation in Agri-Food Systems* (red. W. Jongen, M. Meulenberg), Wageningen Academic Publishers, Ede (Holandia) 2005; P.A. Luning, W.J. Marcelis, W.M.F. Jongen, *Zarządzanie jakością...*, op. cit.

W kontekście przeprowadzonych rozważań można stwierdzić, że w związku z rosnącą wśród konsumentów świadomością zdrowotno-żywnościową coraz większe znaczenie będą miały produkty żywnościowe o wysokich walorach biologicznych. W badaniach przeprowadzonych przez IERiGŻ-PIB wskazuje się, że jakość artykułów spożywczych (szczególnie biologicznych) zależy w znacznym stopniu od czynników środowiskowo-uprawowych. T. Cebulak⁹⁸ stwierdza, że w Polsce tereny rolnicze sprzyjają produkcji żywności o niskiej zawartości metali ciężkich, azotanów czy pestycydów. Badania geochemiczne wskazują, że wierzchnie warstwy, jak i podglebia gleb w Polsce zawierają jedne z najniższych poziomów metali ciężkich w krajach Unii Europejskiej. Cytowany Autor stwierdza jednak, że produkcja żywności o niskiej zawartości metali ciężkich może być w Polsce zagrożona w wyniku nieatestowanego stosowania nawozów mineralnych. Kolejnym zagrożeniem jest intensywna ochrona chemiczna upraw, która powoduje obniżenie jakości zdrowotnej żywności. Sytuacja w Polsce pod względem zużycia środków ochrony roślin jest jednak w porównaniu z innymi krajami Unii Europejskiej korzystna – średnie zużycie pestycydów w Polsce wynosi ok. 1,2 kg/ha, czyli ok. 2-krotnie mniej niż średnio w „starych” państwach UE. Jakość produktów pochodzenia zwierzęcego (mleko, mięso) związana jest natomiast z procesem intensyfikacji produkcji zwierzęcej, która w głównej mierze oparta jest na wykorzystaniu pasz przemysłowych w żywieniu zwierząt. Ponieważ wyróżniki smaku są najczęstszym motywem konsumenckiej oceny jakości, a rodzaj skarmianej paszy w zasadniczy sposób determinuje smak oraz zapach mięsa i mleka, jest to niewątpliwie jeden z czynników wzrostu potencjału konkurencyjnego producentów żywności. T. Cebulak⁹⁹ wskazuje, że warunki takiego żywienia najłatwiej spełnić w małych i średnich przedsiębiorstwach, czyli na terenie Polski południowej i wschodniej, gdzie występują najkorzystniejsze warunki do takiej produkcji.

Realizacja oczekiwań konsumenta powoduje, że przedsiębiorcy przemysłu spożywczego w coraz większym stopniu doceniają znaczenie jakości jako instrumentu konkurowania. Z badań przeprowadzonych przez R. Zalewskiego¹⁰⁰ wynika, że na pierwszym miejscu w rankingu ważności jest jakość. Kolejne miejsce zajęła głębokość przetwarzania, nowe technologie, niski koszt jednostkowy, dobry wizerunek firmy, rozwój produktu, innowacje, marka i szerokość

⁹⁸ T. Cebulak, *Czynniki kształtujące jakość...*, op. cit.

⁹⁹ Ibidem.

¹⁰⁰ R. Zalewski, *Konkurencyjność przedsiębiorstw przemysłu spożywczego – case studies* [w:] *Konkurencyjność przedsiębiorstw – nowe podejście* (red. E. Skawińska), Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa–Poznań 2002.

asortymentu. Wyniki te nie odbiegają od przytaczanych przez M. Gorynię¹⁰¹, a dotyczących przedsiębiorstw przemysłu przetwórczego. Podobne badania przeprowadzone przez I. Szczepaniak¹⁰² wskazują także na duże znaczenie jakości jako instrumentu konkurencji. Przedsiębiorcy uznali bowiem, że ich konkurencyjność najbardziej determinuje jakość i bezpieczeństwo zdrowotne produktów, jakość handlowa (asortyment, sposób obsługi klienta, kontakt z odbiorcami itp.), a także innowacyjność (produktowa, technologiczna, organizacyjna). Należy podkreślić, że według badań GUS¹⁰³, w latach 2004-2006 za najważniejszy efekt prowadzenia działalności innowacyjnej blisko 40% przedsiębiorstw wskazało poprawę jakości produktów. Poprawę jakości produktów można powiązać ze spełnianiem przez nie norm oraz odpowiednich standardów, dlatego też nie może dziwić fakt, że podobny odsetek przedsiębiorstw wskazało jako efekt wypełnianie przepisów i norm. A. Arend¹⁰⁴ potwierdził w swoich badaniach tezę, że jakość obok poziomu cen jest najważniejszym instrumentem konkurencji przedsiębiorstw przetwórstwa spożywczego. Wskazał jednocześnie, że elementem oferty najczęściej zmienianym pod wpływem sugestii klientów jest również jakość produktów. Pozostałe czynniki, tj.: szerokość asortymentu, poziom cen czy atrakcyjność opakowania, miały 2-, 4-krotnie mniejsze znaczenie. Umieszczenie jakości i terminowości dostaw w zestawie najważniejszych instrumentów konkurencji wśród polskich przedsiębiorstw przemysłu spożywczego pozwala sądzić, że dostrzegają one konieczność stosowania strategii przez różnicowanie.

Warunkiem zdobycia trwałej przewagi konkurencyjnej przy wykorzystaniu strategii zróżnicowania jest wykorzystanie w walce o klienta czegoś, co w danej branży uważane jest za unikatowe. C.K. Prahalad i G. Hamel¹⁰⁵ postawili tezę, że możliwości osiągnięcia przewagi konkurencyjnej zależą od kluczowych kompetencji (*core competencies*). Istota kluczowych kompetencji została określona jako gromadzenie przez firmę właśnie unikatowych umiejętności. R. Haffer¹⁰⁶, nawiązując do kluczowych kompetencji, uznaje za takie systemy zarządzania

¹⁰¹ M. Gorynia, *Międzynarodowa konkurencyjność polskich przedsiębiorstw – wyniki badań empirycznych*, PTE, Warszawa 2001.

¹⁰² I. Szczepaniak, *Konkurencyjność głównych sektorów gospodarki żywnościowej w opinii przedsiębiorców* [w:] *Uwarunkowania rynkowe konkurencyjności przedsiębiorstw* (red. A. Birski), UWM, Olsztyn 2008.

¹⁰³ *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2004-2006*, GUS, Warszawa 2008.

¹⁰⁴ A. Arend, *Źródła przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw sfery agrobiznesu*, „Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu” 2006, nr 1118, t. 1, s. 31-36.

¹⁰⁵ C.K. Prahalad, G. Hamel, *The Core Competence of the Corporation*, “Harvard Business Review” 1990, May-June.

¹⁰⁶ R. Haffer, *Systemy zarządzania jakością w budowaniu przewag konkurencyjnych przedsiębiorstw*, Wydawnictwo Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń 2003.

jakością. Mogą mieć one charakter systemów obligatoryjnych lub dobrowolnych. Do obligatoryjnych systemów zarządzania jakością w Polsce należą: Dobra Praktyka Higieniczna (GHP), Dobra Praktyka Produkcyjna (GMP) – obowiązujące od 20 lipca 2000 roku oraz System Analizy Zagrożeń i Krytycznych Punktów Kontrolnych (HACCP) – obowiązujący od 1 maja 2004 roku. Czynnikiem dynamizującym wdrażanie tych systemów było wejście Polski do UE. T. Cebulak¹⁰⁷ oceniając stan wdrożenia systemu HACCP w poszczególnych branżach stwierdził, że w zakładach przetwarzających surowce pochodzenia niezwierzęcego był on mniej zaawansowany niż w przetwórnictwach surowców pochodzenia zwierzęcego. Niepokojącym zjawiskiem jest fakt, że według stanu na 1 sierpnia 2008 roku tylko 31% przedsiębiorstw wdrożyło ten system¹⁰⁸. Istotne różnice we wdrażaniu tego systemu występują między przedsiębiorstwami dużymi i średnimi a małymi i mikro – w tych pierwszych odsetek przedsiębiorstw stosujących system HACCP jest znacznie wyższy. Zróżnicowanie odnotowano także między poszczególnymi branżami przemysłu spożywczego. Najbardziej zaawansowany jest proces wdrażania systemu HACCP w branży mleczarskiej, cukrowniczej, piwowarskiej oraz przetwórstwa kawy i herbaty. Najmniejsze postępy w procedurze wdrażania tego systemu występują wśród przedsiębiorstw piekarskich, zbożowo-młynarskich i pozostałych artykułów spożywczych.

Obligatoryjne systemy zarządzania jakością są standardem, który powinien obowiązywać we wszystkich przedsiębiorstwach przemysłu spożywczego. Trwałym źródłem przewagi konkurencyjnej, szczególnie na rynkach zagranicznych, mogą być systemy jakości wprowadzane dobrowolnie przez przedsiębiorstwa. Do nieobligatoryjnych systemów zarządzania jakością w przedsiębiorstwach przemysłu spożywczego należą: system zarządzania jakością według norm ISO serii 9000 (ISO 9001), system zarządzania bezpieczeństwem żywności według normy ISO 22000 (ISO 22000), punkty kontrolne zapewnienia jakości (QACP), zintegrowany system zarządzania jakością (ZSZJ), zintegrowany system zarządzania (ZAZ), standard International Food Standard (IFS) i standard British Retail, produkcja na światowym poziomie (WCM) oraz własne zakładowe systemy zarządzania jakością¹⁰⁹. Odsetek przedsiębiorstw posiadających aktualny certyfikat na wdrożony i stosowany nieobligatoryjnie system zarządzania jakością jest nieznaczący. G. Morkis¹¹⁰ podaje, że aktualny certyfikat na wdrożony

¹⁰⁷ T. Cebulak, *Czynniki kształtujące jakość...*, op. cit.

¹⁰⁸ G. Morkis, *Systemy zarządzania jakością w przedsiębiorstwach przemysłu spożywczego*, „Roczniki Naukowe SERiA” 2009, t. XI, z. 1, s. 310-313.

¹⁰⁹ A. Wierzbicka, *Nowoczesne metody kontroli jakości wytwarzania surowców rolno-spożywczych w wybranych krajach UE i w Polsce*, „Inżynieria Rolnicza” 2007, nr 9(97), s. 269-278.

¹¹⁰ G. Morkis, *Systemy zarządzania jakością...*, op. cit.

i stosowany system zarządzania jakością według normy ISO 9001 posiada 240 przedsiębiorstw przemysłu spożywczego. Znacznie mniej przedsiębiorstw posiada pozostałe systemy zarządzania – system zarządzania bezpieczeństwem żywności (95 przedsiębiorstw), standard BRC (99 przedsiębiorstw) i standard IFS (90 przedsiębiorstw). Zintegrowane systemy zarządzania jakością ma wdrożonych zaledwie 11 przedsiębiorstw przemysłu spożywczego.

8.3.3. Działalność innowacyjna w procesie konkurencji

Przewaga konkurencyjna uzyskana w krótkim okresie przez polskich producentów żywności jest ważna i przynosi niewątpliwie określone korzyści. W procesie konkurowania decydujące znaczenie ma jednak poszukiwanie źródeł przewagi nad rywalami o względnie trwałym charakterze. Osiągnięcie niskich kosztów i wysokiej jakości nie jest gwarantem długookresowego sukcesu przedsiębiorstw przemysłu spożywczego na rynku. U jej podstaw leży przede wszystkim zdolność przedsiębiorstw do przyjmowania proinnowacyjnego zachowania. W badaniach prowadzonych przez IERiGŻ-PIB skoncentrowano się na istocie innowacyjności jako źródle budowania przewagi konkurencyjnej na rynku oraz jej regionalnemu zróżnicowaniu¹¹¹. Poziom innowacyjności określono w oparciu o analizę mierników charakteryzujących nakłady (*input*) i wyniki (*output*). Przyjęto, że nakłady określają możliwości tworzenia i komercjalizacji nowych idei, zatem określają zdolność jednostek do tworzenia innowacji. Z kolei wyniki pozwalają określić efekty działalności innowacyjnej i tym samym wskazują na określoną pozycję innowacyjną podmiotów. Innowacje w wymiarze regionalnym rozpatrywano w aspekcie inter- oraz intraregionalnym.

Prowadzenie działalności innowacyjnej, niezależnie od rodzaju wprowadzanych innowacji, związane jest zawsze z ponoszeniem określonych nakładów finansowych. Nakłady na działalność innowacyjną przedsiębiorstw przemysłu spożywczego wynosiły w 2007 roku 2236,8 mln zł i były niższe od rekordowego 2006 roku o 602,7 mln zł, tj. o 21%. Średnio w latach 2005-2007 przedsiębiorstwa przemysłu spożywczego przeznaczyły na działalność innowacyjną 2419,3 mln zł. Należy podkreślić, że udział przedsiębiorstw przemysłu spożywczego w strukturze nakładów na działalność innowacyjną w przemyśle był jednym z najwyższych i w latach 2005-2007 wynosił od 11,6 do 15,9%. Przedsiębiorstwa przemysłu spożywczego należą do sektora niskiej techniki, które ze swej natury są mniej innowacyjne niż działające w sektorach średniej lub wysokiej techniki. Znajduje

¹¹¹ M. Juchniewicz, *Innowacyjność jako czynnik wzrostu konkurencyjności polskiego przemysłu spożywczego* [w:] I. Szczepaniak (red.), *Ocena rozwoju konkurencyjności...*, op. cit.

to odzwierciedlenie we wszystkich miernikach nakładów na działalność innowacyjną. W 2005 roku przedsiębiorstwa przemysłu spożywczego w Polsce wydatkowały na ten cel nieco ponad 5 tys. zł/zatrudnionego. W porównaniu do przedsiębiorstw w przemyśle było to o 14,3%, a do przedsiębiorstw przetwórstwa przemysłowego o 22,2% mniej. Nieco mniejsze różnice odnotowano, analizując wartość nakładów przypadających na jedno przedsiębiorstwo prowadzące działalność innowacyjną. Średnio w latach 2005-2007 była ona niższa w porównaniu do przetwórstwa przemysłowego o 9,8%, a przedsiębiorstw przemysłowych ogółem o 13,4%. Interesujące są porównania innowacyjności przedsiębiorstw przemysłu spożywczego z innymi branżami niskiej techniki¹¹². Wskazują one, że w latach 2005-2007 nakłady tego sektora stanowiły ok. 54% nakładów na działalność innowacyjną sektora niskiej techniki. Wynika to jednak z dużego udziału przedsiębiorstw przemysłu spożywczego w liczbie przedsiębiorstw niskiej techniki. Sprowadzając dane do porównywalnych, tzn. w przeliczeniu na podmiot lub przedsiębiorstwo prowadzące działalność innowacyjną można stwierdzić, że przedsiębiorstwa przemysłu spożywczego plasują się na trzecim miejscu. Niekwestionowanym liderem jest przemysł tytoniowy, który w porównaniu z drugim w kolejności przemysłem produkującym masę włóknistą i przemysłem spożywczym przeznacza prawie pięć razy więcej środków na działalność innowacyjną. Regionalne zróżnicowanie nakładów na działalność innowacyjną na zatrudnionego wskazuje, że najczęściej na ten cel przeznaczały przedsiębiorstwa z woj. opolskiego – ponad dwa razy więcej niż średnio w kraju. Nakłady na działalność innowacyjną powyżej wartości referencyjnej przeznaczały przedsiębiorstwa jeszcze tylko z trzech województw: lubelskiego, mazowieckiego i podlaskiego. Zdecydowanie najmniej środków wydatkowały na tę działalność przedsiębiorstwa z woj. łódzkiego i dolnośląskiego. Jest to zjawisko niekorzystne, ponieważ zarówno woj. łódzkie, jak i śląskie należą do jednych z pięciu o najwyższej koncentracji zatrudnionych w przemyśle spożywczym¹¹³. W strukturze nakładów na działalność innowacyjną producentów żywności w Polsce dominują nakłady przeznaczane na zakup środków trwałych. Tendencja ta dotyczy przedsiębiorstw wszystkich branż, jednak przedsiębiorstwa przemysłu spożywczego wydatkują na nabycie maszyn, urządzeń technicznych i narzędzi oraz środków transportu nieco więcej. Udział tego typu nakładów w strukturze nakładów innowacyjnych przemysłu spożywczego wynosi ok. 65-70%, podczas gdy w przemyśle i przetwórstwie przemysłowym ok. 58-62%. Jest to zrozumiałe

¹¹² M. Juchniewicz, *Innowacyjność przedsiębiorstw przemysłu spożywczego w kontekście innowacyjności sektora niskiej techniki*, „Roczniki Naukowe SERiA” 2009, t. XI, z. 1, s. 163-167.

¹¹³ M. Juchniewicz, B. Grzybowska, *Innowacyjność przedsiębiorstw przemysłu spożywczego w Polsce w ujęciu regionalnym*, „Roczniki Naukowe SERiA” 2007, t. IX, z. 3, s. 98-102.

w kontekście dążeń do niwelowania luki technologicznej dzielącej firmy krajowe od przedsiębiorstw z krajów wysoko rozwiniętych. W przypadku przemysłu spożywczego wiele przedsiębiorstw musiało dostosować się ponadto do standardów weterynaryjnych uprawniających do handlu na rynku unijnym, co spowodowało znaczne ożywienie inwestycyjne. R. Urban¹¹⁴ podkreśla zaistniałą od 2005 roku korzystną zmianę struktury inwestowania. Zakończenie procesów dostosowawczych do standardów Unii Europejskiej przełożyło się na przyspieszenie modernizacji linii technologicznych i zwiększenie inwestycji rozwojowych. Niewątpliwie jest to jedna z przyczyn wysokiej konkurencyjności polskich producentów żywności na wspólnym rynku europejskim. Niepokojącym sygnałem jest natomiast bardzo niski udział w strukturze nakładów innowacyjnych przedsiębiorstw przemysłu spożywczego wydatków na działalność B+R. Oscyluje on w granicach 1,8-2,7% i jest 3-5-krotnie niższy od średniej w przemyśle i przetwórstwie przemysłowym. W kontekście konkurencyjności przedsiębiorstw przemysłu spożywczego zwiększenie nakładów na tworzenie i nabywanie wiedzy wydaje się w dłuższej perspektywie niezbędne.

Prowadzenie działalności innowacyjnej powinno znaleźć odzwierciedlenie na rynku przez wprowadzenie nowego lub ulepszanego produktu. Efektywność działalności innowacyjnej przedsiębiorstw przemysłu spożywczego mierzona wartością produkcji sprzedanej wyrobów nowych i zmodernizowanych na zatrudnionego w porównaniu do przedsiębiorstw przemysłowych ogółem i przetwórstwa przemysłowego jest niższa. Wynika ona, jak już wcześniej wspomniano, z naturalnie niższego poziomu innowacyjności branż niskiej techniki. Porównania branżowe wśród przedsiębiorstw niskiej techniki¹¹⁵ potwierdzają, że aktywność innowacyjna producentów żywności nie znajduje pełnego odzwierciedlenia w efektach ekonomicznych. Biorąc pod uwagę udział produktów nowych i zmodernizowanych w produkcji ogółem, przedsiębiorstwa przemysłu spożywczego wśród dziesięciu branż niskiej techniki, plasują się dopiero na szóstym miejscu. W tej sytuacji należy przypuszczać, że biorąc pod uwagę kryterium przedmiotu innowacji produkcyjnych, przedsiębiorstwa przemysłu spożywczego znacznie więcej środków przeznaczają na innowacje procesowe niż produktowe. Innowacje procesowe polegają na zmianach w sposobie wytwarzania, tworzenia i dystrybucji produktu – mają zatem charakter wertykalnego różnicowania produktów, którego celem jest poprawa jakości lub obniżenia kosztów produkcji. Jedną z przyczyn takiej sytuacji jest wejście wielu zagranicznych inwestorów strate-

¹¹⁴ R. Urban, *Stan przemysłu spożywczego po wejściu Polski do Unii Europejskiej*, „Przemysł Spożywczy” 2006, nr 4, s. 2-8.

¹¹⁵ M. Juchniewicz, *Innowacyjność przedsiębiorstw... sektora niskiej techniki*, op. cit.

gicznych do krajowych przedsiębiorstw oraz aktywność międzynarodowych sieci handlowych. W dłuższej perspektywie może to być jednym z czynników zwiększających potencjał krajowych producentów żywności. Regionalne zróżnicowanie wartości nowych i zmodernizowanych produktów pokrywa się w znacznym stopniu z nakładami ponoszonymi na prowadzenie działalności innowacyjnej. Najwyższą wartość sprzedaży innowacji produktowych w przeliczeniu na zatrudnionego uzyskały przedsiębiorstwa przemysłu spożywczego zlokalizowane na terenie województwa mazowieckiego. Znaczny poziom sprzedaży wyrobów nowych i zmodernizowanych – wyższy od wartości referencyjnej – odnotowano w woj. opolskim, warmińsko-mazurskim, podlaskim i lubuskim. W województwach tych poziom nakładów na innowacje był także wysoki. Najniższą wartość sprzedaży innowacji produktowych uzyskały przedsiębiorstwa w woj. łódzkim i śląskim, czyli te, których poziom nakładów na działalność innowacyjną był jednym z najniższych.

Uwzględniając wartość nakładów ponoszonych na działania przypadające na 1 przedsiębiorstwo prowadzące działalność innowacyjną oraz udział sprzedaży wyrobów nowych i zmodernizowanych w produkcji sprzedanej wyrobów, dokonano grupowania branż niskiej techniki w jednorodne grupy¹¹⁶. Wśród najbardziej innowacyjnych branż niskiej techniki na trzecim miejscu plasowały się przedsiębiorstwa produkujące artykuły spożywcze i napoje. Wyższą pozycję zajmowały tylko przedsiębiorstwa produkujące wyroby tytoniowe oraz zajmujące się produkcją masy włóknistej, papieru i wyrobów z papieru. Należy zaznaczyć, że biorąc pod uwagę syntetyczny wskaźnik innowacyjności obliczony przez M. Gomułkę¹¹⁷, branża wyrobów tytoniowych zajmuje drugie lub trzecie miejsce (w zależności od roku przeprowadzanej analizy) wśród przedsiębiorstw przemysłowych w Polsce. Pozostałe branże niskiej techniki były mniej innowacyjne w porównaniu z przedsiębiorstwami przemysłu spożywczego. Biorąc pod uwagę mierniki wejścia i wyjścia działalności innowacyjnej, oznacza to, że konkurencyjność producentów żywności wśród przedsiębiorstw niskiej techniki jest wysoka. Relacja między wartością nakładów na działalność innowacyjną oraz wartością sprzedaży wyrobów nowych i zmodernizowanych była także podstawą wyodrębnienia wiązek przedsiębiorstw przemysłu spożywczego o podobnym poziomie innowacyjności zlokalizowanych w poszczególnych województwach¹¹⁸. Najbardziej innowacyjne przedsiębiorstwa przemysłu spożywczego funkcyjono-

¹¹⁶ Ibidem.

¹¹⁷ M. Gomółka, *Czy branże usługowe w Polsce są mniej innowacyjne od przemysłowych?* [w:] *Polska. Raport o konkurencyjności 2008. Konkurencyjność sektora usług* (red. M.A. Weresa), Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa 2008, s. 295-306.

¹¹⁸ M. Juchniewicz, *Innowacyjność jako czynnik...*, op. cit.

wały na terenie województw: mazowieckiego, opolskiego i podlaskiego. Najniższy poziom innowacyjności odnotowano wśród przedsiębiorstw przemysłu spożywczego prowadzących działalność w aż ośmiu województwach: dolnośląskim, kujawsko-pomorskim, łódzkim, małopolskim, podkarpackim, pomorskim, śląskim i wielkopolskim. Niepokojąca jest zatem niska innowacyjność przedsiębiorstw przemysłu spożywczego w czterech województwach o istotnym udziale w strukturze przemysłu spożywczego – dotyczy to województw: kujawsko-pomorskiego, łódzkiego, śląskiego i wielkopolskiego. Należy jednak podkreślić, że branża spożywcza w wewnętrznej strukturze przemysłu tych regionów nie odgrywa kluczowej roli. Inna sytuacja występuje np. w województwie podlaskim. Przemysł spożywczy generuje w tym regionie prawie połowę produkcji sprzedanej przemysłu, a branża zalicza się do najbardziej innowacyjnych w Polsce. Regionalne zróżnicowanie innowacyjności przedsiębiorstw przemysłu spożywczego wskazuje zatem na korelację poziomu nakładów na działalność innowacyjną z jej efektami. Innowacyjność przedsiębiorstw przemysłu spożywczego zależała także od znaczenia branży w danym województwie i ogólnego potencjału innowacyjnego regionu. Jest to zgodne z teorią systemów innowacyjnych, w której podkreśla się, że innowacyjność przedsiębiorstw zależy od otoczenia, w którym funkcjonują.

8.3.4. Kapitał intelektualny jako źródło konkurencyjności

Koncepcja gospodarki opartej na wiedzy (GOW) zawdzięcza swoją popularyzację raportowi OECD z 1996 roku¹¹⁹ oraz Strategii Lizbońskiej¹²⁰. Akcentuje się w nich to, że nie „klasyczne” czynniki produkcji, ani też spójność społeczna czy ochrona środowiska są obecnie czynnikami przesadzającymi o wygrywaniu międzynarodowej walki konkurencyjnej – stają się one raczej siłami ograniczającymi niż prowadzącymi. Krytycznym czynnikiem produkcji staje się wiedza. Podstawę konkurencyjności przedsiębiorstw powinien zatem stanowić zasób i poziom wiedzy w niej skoncentrowany. Jej podstawą jest suma wiedzy i umiejętności pracowników oraz występujących między nimi interakcji. Zagadnienie kapitału intelektualnego jako źródła konkurencyjności przedsiębiorstw w badaniach IERiGŻ-PIB przedstawiła I. Szczepaniak¹²¹. Wskazuje ona, że do źródeł przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw przemysłu spożywczego należy zali-

¹¹⁹ *The Knowledge-Based Economy*, OECD, Paryż 1996.

¹²⁰ *Strategia Lizbońska: Droga do sukcesu Zjednoczonej Europy*, Departament Analiz Ekonomicznych i Społecznych Urzędu Komitetu Integracji Europejskiej, Warszawa, maj 2002.

¹²¹ I. Szczepaniak, *Kapitał intelektualny jako źródło konkurencyjności polskiego przemysłu spożywczego* [w:] I. Szczepaniak (red.), *Wybrane aspekty konkurencyjności...*, op. cit., s. 139-151.

czyć nie tylko wcześniej omówione czynniki związane z produktem (tj. cena, jakość, systemy zarządzania jakością – czy też inne instrumenty konkurencyjne), ale także zasoby niematerialne przedsiębiorstwa. Przyjmując, że kapitał intelektualny stanowi ważny czynnik rozwoju i źródło przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw, należy zwrócić uwagę na trzy jego elementy: kapitał ludzki, kapitał rynkowy i kapitał organizacyjny. Kapitał ludzki związany jest z prawidłowo realizowaną polityką kadrową. Obejmuje ona m.in. inwestowanie w kapitał ludzki, zatrudnianie pracowników o odpowiednich kompetencjach, uzależnienie poziomu płac od jej rezultatów, systematyczne doskonalenie kompetencji pracowników, stwarzanie możliwości rozwoju i awansu. Zwracając uwagę na zmianę paradygmatu w podejściu do pracowników, A. Pulić¹²² stwierdza, że przesunięcie pracownika z pozycji „koszty” do pozycji „inwestycje” to nieomal kopernikański przewrót w relacjach gospodarczych, odnoszących się do tworzenia wartości, a tym samym budowania trwałej przewagi konkurencyjnej. Kapitał rynkowy przedsiębiorstwa oznacza jego orientację na rynek, a tym samym na spełnianie potrzeb i oczekiwań konsumentów. Związany jest on m.in. z: rozpoznaniem potrzeb rynków sprzedaży i zaopatrzenia, segmentacją rynku i wynikającym z niej wyborem niszy rynkowej, spełnianiem potrzeb wybranego segmentu rynku, elastycznym reagowaniem na zmienność potrzeb klientów, oferowaniem konsumentom produktów o preferowanej przez nich relacji ceny do jakości, budową marki i rozwojem systemu promocji. Kapitał organizacyjny, często niedoceniany jako źródło przewagi konkurencyjnej, polega na racjonalizacji procesu organizowania przedsiębiorstwa. Proces ten związany jest z ustaleniem właściwych celów i zadań do wykonania, doborze środków i przedmiotów pracy (maszyn, urządzeń, surowców i materiałów, informacji). Bardzo istotnym elementem tej sfery jest koordynacja przebiegu założonych celów na wszystkich szczeblach funkcjonowania przedsiębiorstwa. Przyspieszone zmiany otoczenia przedsiębiorstwa powodują, że menedżerowie muszą umiejętnie przekształcać i restrukturyzować posiadane zasoby w przyszły potencjał konkurencyjny. Dotyczy to także dokonywania zmian w organizacji przedsiębiorstwa w kierunku jego usprawnienia i udoskonalenia. Warto podkreślić, że jak wskazują wyniki badań G.L. Neilsona i in.¹²³, organizacje osiągające sukces dokonały w pierwszym rzędzie zmian restrukturyzacyjnych w zakresie uprawnień decyzyjnych i przepływie informacji. Istotność tych czynników potwierdzają badania przeprowa-

¹²² A. Pulić, *Kapitał intelektualny – czy to działa?*, Rozmowa A. Kowalika z prof. A. Puliciem, CFO Magazyn Finansistów z dnia 1.06.2004 r., www.cfo.cxo.pl/artykuły.

¹²³ G.L. Neilson, K.L. Martin, E. Powers, *Jak z powodzeniem wdrożyć strategię?*, „Harvard Business Review, Polska” 2009, styczeń.

dzione wśród polskich menadżerów, którzy kluczową rolę przyporządkowują wewnętrznej komunikacji ograniczającej napięcia w organizacji¹²⁴.

Wiedza w odróżnieniu od niematerialnych czynników produkcji, a szczególnie bogactw naturalnych, nie zużywa się – jest w zasięgu każdego, kto chce z niej skorzystać, ponadto przetworzona zyskuje na wartości. Najczęściej stosowanym miernikiem wartości kapitału intelektualnego jest różnica między wartością rynkową a wartością księgową znanych korporacji transnarodowych, ale w dziedzinie pomiaru kapitału intelektualnego panuje generalnie duże zamieszanie. Jeszcze istotniejsze od pomiaru kapitału intelektualnego jest efektywne nim zarządzanie. Opracowano wiele metod zarządzania kapitałem intelektualnym, ale najbardziej popularne to: monitor aktywów niematerialnych, zbilansowana karta wyników oraz Skandia Navigator. Metody te są jednak dość rzadko wykorzystywane w przedsiębiorstwach przemysłu spożywczego w Polsce. Badania przeprowadzone w IERiGŻ-PIB przez I. Szczepaniak¹²⁵ wskazują, że w przedsiębiorstwach zaawansowanych technologicznie i produkujących bardziej przetworzone produkty żywnościowe poziom wykształcenia pracowników jest wyższy niż w pozostałych. Producenci wyrobów gotowych zatrudniali najwyższy odsetek osób z wyższym i średnim wykształceniem, więcej specjalistów z dziedziny marketingu i systemów jakości, czy też z zakresu nowoczesnych technologii produkcji, informatyki, bezpieczeństwa i higieny żywności. Wysoki poziom kapitału ludzkiego był jednym z czynników podejmowania przez nie skutecznych działań innowacyjnych – wszystkie przedsiębiorstwa deklarowały wprowadzenie w ostatnich latach innowacji technologicznych, polegających na nowych technologiach przetwarzania produktów, nowych technologiach przetwórstwa wtórnego oraz nowych sposobach konfekcjonowania i pakowania wyrobów. Producenci wyrobów gotowych wprowadzili także najwięcej zmian usprawniających struktury organizacyjne. Działania te znalazły odzwierciedlenie we wzroście wydajności pracy i rentowności produkcji oraz poprawie bieżącej płynności finansowej, co poprawia ich konkurencyjność na rynku. I. Szczepaniak¹²⁶ wskazuje jednak na niekorzystne zjawisko zwiększania się różnic w poziomie kompetencji kapitału intelektualnego między podmiotami krajowymi a korporacjami transnarodowymi. KTN działające w przemyśle spożywczym jako bardzo ważne źródło konkurencyjności uznały rozwój kapitału intelektualnego, a w szczegól-

¹²⁴ A. Grzebiech, *Cel biznesowy określa strukturę organizacji*, „Harvard Business Review, Polska” 2009, luty.

¹²⁵ I. Szczepaniak, *Czynniki i uwarunkowania rozwoju średnich przedsiębiorstw przemysłu spożywczego (na przykładzie przemysłu owocowo-warzywnego i mięsnego)*, Rozprawa doktorska, IERiGŻ-PIB, Warszawa 2005.

¹²⁶ I. Szczepaniak, *Kapitał intelektualny...*, op. cit.

ności kapitału ludzkiego. P. Chechelski¹²⁷ zwraca uwagę, że nowoczesne zarządzanie zasobami ludzkimi w KTN spowodowało, że przedsiębiorstwa te znacznie efektywniej w porównaniu do firm z kapitałem polskim wykorzystują zatrudnionych pracowników i są bardziej konkurencyjne. Wyższe płace i możliwości rozwojowe w KTN powodują ponadto przechodzenie do nich pracowników z wyższymi kwalifikacjami z firm krajowych, a tym samym niekorzystne zwiększenie się luki w zarządzaniu pomiędzy tymi firmami. Dostrzeganie znaczenia kapitału ludzkiego jako źródła przewagi konkurencyjnej przez KTN powoduje, że działy przemysłu spożywczego, w których dominują firmy globalne są bardziej konkurencyjne na rynku międzynarodowym. Przedsiębiorstwa krajowe wykorzystują jeszcze swoje przewagi cenowe, ale jak już wcześniej wspomniano, są to wygasające i nietrwałe podstawy konkurowania. W procesie konkurencji coraz większą rolę odgrywa tworzenie tak zwanych niewidocznych dla konkurenta (niematerialnych) zasobów zapewniających długotrwałą przewagę konkurencyjną. Zaliczyć można do nich niewątpliwie kapitał intelektualny, który krajowi producenci żywności powinni w coraz większym stopniu brać pod uwagę w poszukiwaniu źródeł konkurencyjności.

8.4. Podsumowanie

Konkurencyjność przedsiębiorstw przemysłu spożywczego determinowana jest przez wiele czynników. Badania z tego zakresu, prowadzone przez IERiGŻ-PIB, były kompleksowe i obejmowały szerokie spektrum zagadnień – od zewnętrznych uwarunkowań do wewnętrznych czynników konkurencyjności. Takie podejście umożliwiło wielopłaszczyznową analizę konkurencyjności podmiotów gospodarki żywnościowej. Zewnętrzne uwarunkowania konkurencyjności wynikają w głównej mierze z procesów globalizacji, które wpływają na konieczność podejmowania decyzji alokacyjnych zgodnie z ofertą globalnego rynku. W tym kontekście istotnym elementem działalności przedsiębiorstw agrobiznesu jest wpływ Wspólnej Polityki Rolnej na decyzje przez nie podejmowane. Dostrzeżenie szans i zagrożeń w dynamicznie zmieniającym się świecie zewnętrznym umożliwia analiza otoczenia, która powinna być podstawą do opracowania strategii działania i sposobu budowania przewagi konkurencyjnej. Jak wykazały badania prowadzone przez IERiGŻ-PIB, można w tym celu zastosować metody scenariuszowe. Analiza zewnętrznych uwarunkowań konkurencyjności producentów żywności powinna obejmować nie tylko zachodzące między

¹²⁷ P. Chechelski, *Wpływ procesów globalizacji na polski przemysł spożywczy*, „Studia i Monografie”, nr 145, IERiGŻ-PIB, Warszawa 2008.

nimi procesy konkurencji. Ważną sferą działalności przedsiębiorstw agrobiznesu powinny być także procesy współdziałania i współpracy umożliwiające uzyskanie efektu synergii.

Obecna sytuacja na świecie związana z kryzysem i różnymi koncepcjami jego przebiegu powoduje, że rozważania dotyczące rynku rolnego w perspektywie najbliższych lat zawierają duży zakres niepewności. Można jednak wyróżnić wyraźne tendencje, które w głównej mierze związane są ze wzrostem znaczenia klienta w relacjach z przedsiębiorcami i szukaniu efektywnych relacji przychodowo-kosztowych. Badania przeprowadzone przez IERiGŻ-PIB wskazują na stopniowe, ale systematyczne zmniejszanie się przewag cenowych na rynkach produktów rolnych, wynikające z postępującej konwergencji cen krajowych z cenami w UE. W konsekwencji niezbędne jest wykorzystywanie przez producentów w coraz większym stopniu pozacenowych instrumentów konkurowania. Badania wskazują, że przedsiębiorcy przemysłu spożywczego w coraz większym stopniu doceniają znaczenie jakości i terminowości dostaw jako instrumentu konkurowania. Jest to przesłanka wskazująca, że przynajmniej niektórzy z polskich producentów żywności stosują konkurencję przez wyróżnianie, która może umożliwić im zbudowanie trwałej przewagi konkurencyjnej. Niezbędne jest zatem wprowadzanie w przedsiębiorstwach takich rozwiązań przychodowo-kosztowych, które sprzyjają zapewnieniu systemów zapewniania jakości i bezpieczeństwa zdrowotnego. Warto także nadmienić, że w związku z rosnącą wśród konsumentów świadomością zdrowotno-żywnościową coraz większe znaczenie wśród produktów żywnościowych będą miały także produkty o wysokich walorach prozdrowotnych.

W kontekście przeprowadzonych rozważań można stwierdzić, że źródłami przewagi konkurencyjnej polskich producentów żywności są niskie koszty i cena oferowanych produktów oraz coraz większa świadomość i wdrażanie konkurencji jakościowej. W perspektywie długookresowej sukces przedsiębiorstwa determinuje jednak jego zdolność do proinnowacyjnych działań. Przemysł spożywczy, będący przemysłem tradycyjnym, ze swojej natury nie należy do najbardziej innowacyjnych sektorów gospodarki. Badania przeprowadzone przez IERiGŻ-PIB wskazują jednak, że biorąc pod uwagę mierniki wejścia i wyjścia działalności innowacyjnej, konkurencyjność producentów żywności wśród innych przedsiębiorstw niskiej techniki jest wysoka. Przedsiębiorstwa produkujące artykuły spożywcze i napoje plasowały się na trzecim miejscu wśród najbardziej innowacyjnych branż niskiej techniki. Tak wysoka lokata producentów żywności wskazuje, że doceniają oni znaczenie innowacji jako ważnego instrumentu konkurowania na globalnym rynku. Zdolność do prowadzenia działań

innowacyjnych w Gospodarce Opartej na Wiedzy determinuje kapitał intelektualny. Badania IERiGŻ-PIB wskazują na niekorzystne zjawisko zwiększania się różnic w poziomie kompetencji kapitału intelektualnego między podmiotami krajowymi a korporacjami transnarodowymi. Działy przemysłu spożywczego, w których dominują firmy globalne w znacznie większym stopniu niż przedsiębiorstwa krajowe dostrzegają znaczenia kapitału ludzkiego jako źródła przewagi konkurencyjnej, tworząc tym samym podstawy ich wyższej konkurencyjności na rynku międzynarodowym. Powinno to być przesłanką, którą krajowi producenci żywności powinni brać pod uwagę w poszukiwaniu determinant konkurencyjności swoich przedsiębiorstw.

9. Uwagi końcowe

Pierwsze lata naszego członkostwa w Unii Europejskiej zaznaczyły się niezwykle szybkim wzrostem obrotów polskiego handlu zagranicznego produktami rolno-spożywczymi, zarówno eksportu, jak i importu. W wyniku takiego rozwoju sytuacji Polska z importera netto produktów rolno-spożywczych przekształciła się w ważnego eksportera netto. W ponad pięć lat po przystąpieniu Polski do Wspólnoty widać wyraźnie, że wejście w struktury Wspólnego Rynku Europejskiego okazało się dla polskiego sektora żywnościowego korzystne. Wzajemne pełne otwarcie rynków nie było, jak przewidywała część ekonomistów i polityków, hamulcem rozwoju polskiej gospodarki żywnościowej, a wręcz odwrotnie – stało się dla niej silnym impulsem rozwoju.

Międzynarodowy wymiar konkurencyjności polskich producentów żywności wymaga oceny zdolności ich konkutowania na rynkach zagranicznych. Budowanie, wzmacnianie i utrzymanie konkurencyjności międzynarodowej to szczególne wyzwanie w warunkach integracji z UE. Analiza konkurencyjności polskich producentów żywności, dokonana za pomocą oceny wyników handlu zagranicznego produktami rolno-spożywczymi oraz wybranych wskaźników konkurencyjności, tj. wskaźnika orientacji eksportowej produkcji (udziału eksportu w produkcji sprzedanej), wskaźnika ujawnionych przewag komparatywnych eksportu według Balassy (RCA) i według Lafaya (LFI), wskaźnika pokrycia importu produktów rolno-spożywczych eksportem tych produktów (TC), jak również oceny pozycji Polski w unijnym eksporcie rolno-spożywczym świadczy o dość wysokim poziomie konkurencyjności naszych producentów żywności na rynku unijnym i światowym. Jednocześnie wskazuje na wzrost naszych przewag komparatywnych w okresie po akcesji Polski do Unii Europejskiej.

Do najbardziej konkurencyjnych działów polskiej gospodarki żywnościowej można zaliczyć następujące sektory: mięsny, mleczarski, owocowo-warzywny, cukierniczy, wtórne przetwórstwo zbóż oraz produkcję wyrobów tytoniowych. Do działów o niskiej konkurencyjności należą natomiast sektory: produkcja zbóż i pierwotne przetwórstwo zbóż, olejarski, cukrowniczy, paszowy, produkcja napojów alkoholowych.

Celem podejmowanych przez przedsiębiorstwa działań jest wzrost konkurencyjności, który wyraża się lepszą pozycją konkurencyjną na rynku oraz zdobyciem przewag konkurencyjnych w długim okresie. Dotychczasowym źródłem przewag konkurencyjnych na rynku unijnym i światowym były przede wszystkim przewagi kosztowo-cenowe. Osiągnięcie tych przewag było możliwe dzięki niższym cenom produktów rolnictwa, niższym kosztom pracy i pozostałych czynników produkcji, jak również dzięki niższym marżom przetwórczym.

Do innych źródeł konkurencyjności zalicza się m.in.: jakość (jakość i unikalność produktów, umiejętność identyfikowania i zaspokajania indywidualnych potrzeb klientów, wszechstronne działania promocyjne, jak również kreowanie wizerunku firmy, opartego na zaufaniu do jakości i niezawodności produktów oraz jakości obsługi klientów), innowacyjność (produktowa, procesowa, organizacyjna i marketingowa), przedsiębiorczość oraz wiedzę i kapitał intelektualny.

Zjawiska, jakie obserwujemy od połowy 2008 roku wskazują, że polska gospodarka żywnościowa pod wpływem zjawisk globalnych utraciła wysoką dynamikę rozwojową, ale dotychczas dość skutecznie broni się przed recesją i kryzysem gospodarczym. Sektor ten w dalszym ciągu pozostaje konkurencyjny (przede wszystkim na rynku UE). Sytuacja jest co prawda bardzo niestabilna i nieprzewidywalna, ale rodzaj zaspokajanych potrzeb (niska elastyczność dochodowa popytu na żywność) powoduje, że zagrożenie kryzysem sektora rolno-spożywczego jest mniejsze niż innych działów polskiej gospodarki.

Mimo głębokiej recesji w krajach będących odbiorcami polskiej żywności, deprecjacja waluty krajowej pozwala na realizowanie relatywnie dużego polskiego eksportu żywności i zahamowuje tendencje wzrostowe jej importu. W efekcie pozwala to polskim producentom żywności na utrzymanie przewag konkurencyjnych i zachowanie względnie dobrej pozycji naszych produktów rolno-spożywczych na rynku światowym.

Trudno obecnie ocenić, jak będą się kształtować poszczególne czynniki mające wpływ na polski handel rolno-spożywczy. Do najważniejszych z nich należy na pewno kurs walutowy złotego w stosunku do euro. Coraz silniejszy złoty redukuje opłacalność eksportu rolno-spożywczego i zwiększa opłacalność importu rolno-spożywczego (przy innych warunkach niezmiennych), a zatem staje się zagrożeniem dla dalszego rozwoju sektora żywnościowego. Deprecjacja złotego działa odwrotnie – sprzyja rozwojowi eksportu i ogranicza tendencje wzrostowe importu. Wprawdzie wysoki obecnie eksport i dodatnie saldo wymiany zagranicznej świadczą o konkurencyjności naszych producentów żywności i utrzymywaniu się opłacalności eksportu rolno-spożywczego, ale nie można lekceważyć wpływu wahań kursów walutowych na dalszy rozwój handlu zagranicznego.

Wyniki handlu zagranicznego produktami rolno-spożywczymi będą determinowane także przez zmiany sytuacji cenowej na rynku światowym. Wzrost cen żywności na rynkach międzynarodowych może spowodować poprawę opłacalności i rozwój eksportu większości produktów rolno-spożywczych, a ich spadek pogorszenie tej opłacalności i wzrost zainteresowania importem.

Przewidywany rozwój procesu liberalizacji światowego handlu rolno-spożywczego może doprowadzić do utraty części rynku przez producentów żywności z Polski i UE, a w rezultacie spowodować spadek wartości eksportu i wzrost wartości importu produktów rolno-spożywczych. Jednocześnie wzmocnieniu ulegnie presja konkurencyjna ze strony krajów o niższym poziomie rozwoju gospodarczego i niższych kosztach wytwarzania. Zwiększy się siła konkurencji zarówno na rynku krajowym, jak i międzynarodowym, co osłabi dynamikę rozwoju eksportu produktów rolno-spożywczych i pogorszy wyniki handlu zagranicznego tymi produktami. W perspektywie najbliższych kilku lat nie stwarza to jednak większego zagrożenia dla dodatniego salda obrotów w polskim handlu rolno-spożywczym. Na rynku Wspólnoty nadal możemy uzyskiwać przewagi komparatywne w zakresie dominujących w polskim eksporcie grup produktów rolno-spożywczych.

O dynamice rozwoju sektora żywnościowego w większym stopniu decydować będzie tempo wzrostu krajowego popytu na żywność oraz dalszy wzrost udziału przemysłu spożywczego w zagospodarowaniu produkcji rolnej i w dostawach żywności.

Wzrost koncentracji przemysłu spożywczego, rosnące znaczenie podmiotów zagranicznych na polskim rynku żywnościowym, szybki rozwój oferty handlowej firm krajowych i związany z tymi zjawiskami wysoki poziom nasycenia rynku spożywczego w Polsce, jak również zderzenie się z niczym nieograniczoną konkurencją na ogromnym rynku unijnym i konieczność pozyskiwania nowych rynków eksportowych poza obszarem Wspólnoty (w tym wejście na rynki niektórych krajów rozwijających się) zmuszają polskie przedsiębiorstwa przemysłu spożywczego do ciągłego poszukiwania nowych źródeł przewag konkurencyjnych. W warunkach globalizacji i integracji europejskiej konkuruje się bowiem głównie czynnikami pozacenowymi. Jest to podstawowa przesłanka, którą krajowi producenci żywności powinni brać pod uwagę w poszukiwaniu determinant konkurencyjności swoich przedsiębiorstw.

Polscy producenci żywności, którym przyświeca idea konkurencyjności o przyszłość, powinni także zastanowić się nad tym, co ich firmy mogą wnieść na rynek unijny czy światowy, a w istocie, które polskie produkty rolno-spożywcze są w stanie sprostać z powodzeniem międzynarodowej konkurencji i dzięki którym można będzie promować w świecie polską żywność, jej producentów i całą polską gospodarkę.

Aneks statystyczny

Cd. aneksu 2.1.

Wyszczególnienie	2007			2008			I-VI 2009 ^b		
	w mln euro	2006 = 100	2003 = 100	w mln euro	2007 = 100	2003 = 100	w mln euro	I-VI 2008 = 100	I-VI 2003 = 100
	Ekspert produktów rolno-spożywczych	9 942,5	117,4	247,9	11 421,6	114,9	285,3	5 349,1	98,8
w tym: do UE-25/27 ^a	8 001,4	123,4	305,8	9 218,1	115,2	336,6	4 228,9	96,5	362,5
z tego: do UE-15	5 941,2	120,9	291,0	6 676,4	112,4	327,0	3 134,6	98,8	374,8
do UE-10/12 ^a	2 060,2	131,4	358,2	2 541,7	123,4	365,1	1 094,3	90,4	331,2
Import produktów rolno-spożywczych	7 972,3	124,7	224,1	10 088,7	126,5	283,7	4 289,2	88,0	251,3
w tym: z UE-25/27 ^a	5 347,4	133,8	245,8	7 023,0	131,3	314,8	3 043,3	90,0	278,9
z tego: z UE-15	4 484,6	131,3	242,6	5 985,0	133,5	322,6	2 646,9	92,1	290,5
z UE-10/12 ^a	862,8	148,2	263,5	1 038,0	120,3	276,1	396,4	78,2	220,2
Saldo handlu zagranicznego produktami rolno-spożywczymi	1 970,2	94,8	434,4	1 332,9	67,7	298,5	1 059,9	195,0	1 408,1
w tym: z UE-25/27 ^a	2 654,0	106,9	602,1	2 195,1	82,7	432,8	1 185,5	118,2	1 571,1
z tego: z UE-15	1 456,6	97,2	754,3	691,4	47,5	369,9	487,6	163,1	-650,5
z UE-10/12 ^a	1 197,4	121,8	483,4	1 503,7	125,6	469,5	697,9	99,2	464,0

^a do 2006 roku dane dla UE-25, w 2007 roku dla UE-27 (odpowiednio dla UE-10 i UE-12)

Źródło: opracowanie własne na podstawie *Handel zagraniczny produktami rolno-spożywczymi. Stan i perspektywy, nr 21-30, „Analizy Rynkowe” 2005-2009, IERiGŻ-PIB, ARR, MRiRW, Warszawa oraz niepublikowanych danych CAAC.*

Aneks 2.2. Udział Unii Europejskiej w polskim handlu zagranicznym produktami rolno-spożywczymi w latach 2003-2009

Wyszczególnienie	2003		2004			2005			2006			2007			2008			I-VI 2009 ^b		
	w proc.	2003 = 100	w proc.	2004 = 100	2005 = 100	w proc.	2004 = 100	2005 = 100	2006 = 100	w proc.	2006 = 100	2007 = 100	2008 = 100	w proc.	2007 = 100	2008 = 100	w proc.	I-VI 2008 = 100	I-VI 2009 = 100	
																				w p.p.
Eksport do UE-25/27 ^a	65,2	72,1	73,9	+1,8	+8,7	76,5	+2,6	+11,3	80,5	+4,0	+15,3	80,7	+0,2	+15,5	79,1	-1,8	+13,6			
z tego:																				
do UE-15	50,9	57,0	57,8	+0,8	+6,9	58,0	+0,2	+7,1	59,8	+1,8	+8,9	58,5	-1,3	+7,6	58,6	0,0	+11,6			
do UE-10/12 ^a	14,3	15,1	16,1	+1,0	+1,8	18,5	+2,4	+4,2	20,7	+2,2	+6,4	22,2	+1,5	+7,9	20,5	-1,8	+2,0			
Import z UE-25/27 ^a	61,2	62,7	63,1	+0,4	+1,9	62,5	-0,6	+1,3	67,1	+4,6	+5,9	69,6	+2,5	+8,4	71,0	+1,6	+7,1			
z tego:																				
z UE-15	52,0	54,4	54,7	+0,3	+2,7	53,4	-1,3	+1,4	56,3	+2,9	+4,3	59,3	+3,0	+7,3	61,7	+2,7	+8,3			
z UE-10/12 ^a	9,2	8,3	8,4	+0,1	-0,8	9,1	+0,7	-0,1	10,8	+1,7	+1,6	10,3	-0,5	+1,1	9,3	-1,1	-1,2			

^a do 2006 roku dane dla UE-25, w 2007 roku dla UE-27 (odpowiednio dla UE-10 i UE-12); ^b dane wstępne

Źródło: opracowanie własne na podstawie *Handel zagraniczny produktami rolno-spożywczymi. Stan i perspektywy, nr 21-30*, „Analizy Rynkowe” 2005-2009, IERIGŻ-PIB, ARR, MRiRW, Warszawa oraz niepublikowanych danych CAAC.

Aneks 2.3. Eksport podstawowych produktów rolno-spożywczych w latach 2004-2009 (wartość, dynamika, struktura)

Produkty	2004			2005			2006		
	wartość w mln euro	2003 = 100	struktura w proc.	wartość w mln euro	2004 = 100	struktura w proc.	wartość w mln euro	2005 = 100	struktura w proc.
Produkty zwierzęce	1 995,3	135,7	38,1	2 935,6	147,1	41,8	3 545,4	120,8	41,9
Zwierzęta żywe	221,1	147,3	4,2	282,4	127,7	4,0	342,9	121,4	4,0
Mięso i przetwory	752,8	126,5	14,4	1 141,2	151,6	16,2	1 445,2	126,6	17,1
Produkty mleczarskie	560,9	170,5	10,7	879,3	156,8	12,5	908,1	103,3	10,7
Ryby i przetwory	345,5	123,6	6,6	486,4	140,8	6,9	643,6	132,3	7,6
Pozostałe produkty zwierzęce	115,0	98,0	2,2	146,3	127,2	2,2	205,6	140,6	2,5
Produkty roślinne	2 887,2	126,3	55,1	3 573,5	123,8	50,8	4 452,1	124,6	52,6
Zboża i ich przetwory	190,9	114,9	3,6	375,0	196,4	5,3	409,5	109,2	4,9
Rośliny oleiste i ich przetwory	116,3	286,5	2,2	168,4	144,8	2,4	247,6	147,8	2,9
Owoce i przetwory	737,3	106,2	14,1	822,6	111,6	11,7	992,8	120,7	11,7
Warzywa i przetwory	296,0	114,8	5,6	344,6	116,4	4,9	385,8	112,0	4,6
Grzyby i przetwory	182,9	103,5	3,5	195,3	106,8	2,8	225,7	115,5	2,7
Ziemniaki i przetwory	106,8	108,4	2,0	134,4	125,8	1,9	154,0	114,6	1,8
Cukier i przetwory	593,5	145,6	11,3	669,4	112,8	9,5	828,2	123,7	9,8
Kawa, herbata, kakao	122,4	101,1	2,3	146,5	119,7	2,1	185,1	126,3	2,2
Tytoń i papierosy	128,4	174,9	2,5	213,4	166,2	3,0	365,1	171,1	4,3
Alkohole	81,4	142,5	1,6	127,4	129,4	1,8	156,4	122,8	1,8
Wody i napoje bezalkoholowe	72,0	132,6	1,4	129,7	180,1	1,9	139,7	107,7	1,6
Pozostałe produkty roślinne	259,3	181,7	5,0	246,8	95,2	3,5	362,3	146,8	4,3
Pozostałe produkty rolno-spożywcze	359,7	141,4	6,8	518,9	144,3	7,4	471,4	90,8	5,5
OGÓLEM PRODUKTY ROLNO-SPOŻYWCZE	5 242,2	130,7	100,0	7 028,0	134,1	100,0	8 468,9	120,5	100,0

Cd. aneksu 2.3.

Produkty	2007			2008			I-VI 2009 ^a		
	wartość w mln euro	2006 = 100	struktura w proc.	wartość w mln euro	2007 = 100	struktura w proc.	wartość w mln euro	I-VI 2008 = 100	struktura w proc.
Produkty zwierzęce	4 037,0	113,9	40,6	4 614,4	114,3	40,4	1 968,8	86,1	36,8
Zwierzęta żywe	252,8	73,7	2,5	219,9	87,0	1,9	121,0	106,2	2,3
Mięso i przetwory	1 694,0	117,2	17,0	2 111,5	124,6	18,5	925,9	91,8	17,3
Produkty mleczarskie	1 163,6	128,1	11,7	1 206,7	103,7	10,6	423,8	65,3	7,9
Ryby i przetwory	693,9	107,8	7,0	799,8	115,3	7,0	356,8	93,6	6,7
Pozostałe produkty zwierzęce	232,7	113,2	2,4	276,5	118,8	2,4	141,3	106,2	2,6
Produkty roślinne	5 372,1	120,7	54,0	6 206,2	115,5	54,3	3 095,5	109,2	57,9
Zboża i ich przetwory	477,4	116,6	4,8	540,6	113,2	4,7	403,2	152,6	7,5
Rośliny oleiste i ich przetwory	428,1	172,9	4,3	474,2	110,8	4,2	161,8	98,5	3,0
Owoce i przetwory	1 150,5	115,9	11,6	1 276,6	111,0	11,2	581,8	105,7	10,9
Warzywa i przetwory	456,5	118,3	4,6	513,2	112,4	4,5	220,4	87,5	4,1
Grzyby i przetwory	255,4	113,2	2,6	293,6	115,0	2,6	121,7	85,1	2,3
Ziemniaki i przetwory	148,3	96,3	1,5	160,6	108,3	1,4	74,5	91,1	1,4
Cukier i przetwory	824,7	99,6	8,3	940,3	114,0	8,2	387,0	99,2	7,2
Kawa, herbata, kakao	229,8	124,1	2,3	278,0	121,0	2,4	135,1	105,3	2,5
Tytoń i papierosy	538,8	147,6	5,4	716,2	132,9	6,3	554,2	156,4	10,4
Alkohole	155,3	99,3	1,6	178,4	114,9	1,6	75,1	90,3	1,4
Wody i napoje bezalkoholowe	145,8	104,4	1,5	170,5	116,9	1,5	90,2	108,2	1,7
Pozostałe produkty roślinne	561,5	155,0	5,5	664,0	118,3	5,7	290,5	85,8	5,5
Pozostałe produkty rolno-spożywcze	533,4	113,5	5,4	601,0	112,7	5,3	284,8	96,2	5,3
OGÓLEM PRODUKTY ROLNO-SPOŻYWCZE	9 942,5	117,4	100,0	11 421,6	114,9	100,0	5 349,1	98,8	100,0

^a dane wstępne

Źródło: opracowanie własne na podstawie *Handel zagraniczny produktami rolno-spożywczymi. Stan i perspektywy, nr 21-30*, „Analizy Rynkowe” 2005-2009, IERIGŻ-PIB, ARR, MRiRW, Warszawa.

Aneks 2.4. Import podstawowych produktów rolno-spożywczych w latach 2004-2009 (wartość, dynamika, struktura)

Produkty	2004			2005			2006		
	wartość w mln euro	2003 = 100	struktura w proc.	wartość w mln euro	2004 = 100	struktura w proc.	wartość w mln euro	2005 = 100	struktura w proc.
Produkty zwierzęce	951,8	144,2	21,6	1 316,6	138,3	24,5	1 501,2	114,0	23,5
Zwierzęta żywe	66,1	171,7	1,5	93,9	142,1	1,7	84,8	90,3	1,3
Mięso i przetwory	252,2	241,6	5,7	391,1	155,1	7,3	413,1	105,6	6,5
Produkty mleczarskie	62,3	122,6	1,4	97,7	156,8	1,8	140,0	143,3	2,2
Ryby i przetwory	401,5	119,8	9,1	547,6	136,4	10,2	672,9	122,9	10,5
Pozostałe produkty zwierzęce	169,7	129,3	3,9	186,3	109,8	3,5	190,4	102,2	3,0
Produkty roślinne	3 140,5	123,0	71,3	3 663,1	116,6	68,2	4 615,9	126,0	72,2
Zboża i ich przetwory	316,4	152,8	7,2	254,6	80,5	4,7	374,9	147,3	5,9
Rośliny oleiste i ich przetwory	572,4	103,1	13,0	625,9	109,3	11,6	753,2	120,3	11,8
Owoce i przetwory	678,1	109,4	15,4	874,4	128,9	16,3	980,0	112,1	15,3
Warzywa i przetwory	182,3	123,1	4,1	217,4	119,3	4,1	259,4	119,3	4,1
Ziemniaki i przetwory	86,5	160,8	2,0	74,9	86,6	1,4	178,1	237,8	2,8
Cukier i przetwory	190,3	91,5	4,3	259,8	136,5	4,8	354,3	136,4	5,5
Kawa, herbata, kakao	410,2	101,4	9,3	458,3	111,7	8,5	512,1	111,7	8,0
Tytoń i papierosy	138,7	233,1	3,1	200,6	144,6	3,7	245,1	122,2	3,8
Alkohole	104,0	110,3	2,4	175,4	168,7	3,3	218,8	124,7	3,4
Wody i napoje bezalkoholowe	27,1	109,8	0,6	51,7	190,8	1,0	62,4	120,7	1,0
Pozostałe produkty roślinne	434,5	170,3	9,9	470,1	108,2	8,8	677,5	144,1	10,6
Pozostałe produkty rolno-spożywcze	314,1	91,4	7,1	393,9	125,4	7,3	274,1	69,6	4,3
OGÓLEM PRODUKTY ROLNO-SPOŻYWCZE	4 406,5	123,9	100,0	5 373,5	121,9	100,0	6 391,1	118,9	100,0

Cd. aneksu 2.4.

Produkty	2007			2008			I-VI 2009 ^a		
	wartość w mln euro	2006 = 100	struktura w proc.	wartość w mln euro	2007 = 100	struktura w proc.	wartość w mln euro	I-VI 2008 = 100	struktura w proc.
	Produkty zwierzęce	1 869,9	124,6	23,5	2 692,2	144,0	26,7	1 227,0	104,4
Zwierzęta żywe	113,4	133,7	1,4	165,0	145,5	1,6	87,2	130,1	2,0
Mięso i przetwory	578,4	140,0	7,3	1 106,2	191,3	11,0	515,1	116,8	12,0
Produkty mleczarskie	256,4	183,1	3,2	276,5	107,8	2,7	119,2	86,3	2,8
Ryby i przetwory	728,0	108,2	9,1	863,6	118,6	8,6	374,3	95,5	8,7
Pozostałe produkty zwierzęce	193,7	101,7	2,5	280,9	145,0	2,8	131,2	95,3	3,1
Produkty roślinne	5 562,1	120,5	69,8	6 793,7	122,1	67,3	2 801,1	82,4	65,3
Zboża i ich przetwory	686,5	183,1	8,6	905,7	131,9	9,0	266,3	51,3	6,2
Rośliny oleiste i ich przetwory	843,7	112,0	10,6	1 258,2	149,1	12,5	501,2	86,1	11,7
Owoce i przetwory	1 218,4	124,3	15,3	1 297,6	106,5	12,9	483,9	74,2	11,3
Warzywa i przetwory	355,0	136,9	4,5	448,1	126,2	4,4	257,4	91,6	6,0
Ziemiaki i przetwory	260,2	146,1	3,3	196,3	75,4	1,9	92,6	82,3	2,2
Cukier i przetwory	363,3	102,5	4,6	487,6	134,2	4,8	236,1	112,2	5,5
Kawa, herbata, kakao	524,7	102,5	6,6	630,3	120,1	6,2	290,3	102,3	6,8
Tytoń i papierosy	302,8	123,5	3,8	278,3	91,9	2,8	138,0	134,8	3,2
Alkohole	318,9	145,7	4,0	383,1	120,1	3,8	143,1	89,6	3,3
Wody i napoje bezalkoholowe	102,9	164,9	1,3	116,4	113,1	1,2	38,9	57,5	0,9
Pozostałe produkty roślinne	585,7	86,5	7,2	792,1	135,2	7,8	353,3	82,7	8,2
Pozostałe produkty rolno-spożywcze	540,3	197,1	6,7	602,8	111,6	6,0	261,1	87,5	6,1
OGÓLEM PRODUKTY ROLNO-SPOŻYWCZE	7 972,3	124,7	100,0	10 088,7	126,5	100,0	4 289,2	88,0	100,0

^a dane wstępne

Źródło: opracowanie własne na podstawie Handel zagraniczny produktami rolno-spożywczymi. Stan i perspektywy, nr 21-30, „Analizy Rynkowe” 2005-2009, IERIGŻ-PIB, ARR, MRiRW, Warszawa.

Aneks 2.5. Dynamika eksportu wybranych produktów przemysłu spożywczego
(analogiczny okres roku poprzedniego = 100)

Produkty	2004	2005	2006	2007	2008
Mięso i przetwory z mięsa ogółem	124,8	132,2	132,4	102,5	113,6
- mięso czerwone	126,7	142,5	131,4	95,0	120,4
- mięso drobiowe	116,6	131,7	137,8	99,5	102,0
- przetwory z mięsa czerwonego i drobiowego	140,2	100,7	120,7	149,3	118,2
Ryby i przetwory rybne	145,0	114,7	125,6	106,5	107,2
Przetwory ziemniaczane (łącznie ze skrobią)	109,3	117,0	107,8	99,1	102,3
Soki i napoje owocowe i warzywne	102,3	109,4	127,4	98,4	103,4
Przetwory owocowo-warzywne	103,4	89,2	119,5	110,4	101,2
Oleje, margaryny i pozostałe tłuszcze	157,1	209,6	159,5	139,0	116,8
Mleko i przetwory z mleka	172,2	136,6	98,1	122,8	95,9
Lody	116,3	183,7	149,8	113,6	107,7
Przetwory zbożowe	130,6	132,9	110,4	140,8	129,2
Pasze dla zwierząt hodowlanych	69,1
Karma dla zwierząt domowych	177,1	119,0	93,9	85,9	101,7
Pieczywo świeże	182,8	116,5	101,5	152,2	123,2
Wyroby ciastkarskie	206,8	132,6	111,8	135,0	98,1
Pieczywo cukiernicze trwałe	158,9	123,5	116,1	117,3	102,0
Cukier	162,9	107,2	110,0	60,2	111,5
Kakao, czekolada i pozostałe słodczyce	139,8	96,9	124,7	113,2	104,3
Makarony	116,8	95,5	63,8	109,7	80,7
Herbata i kawa	145,8	110,5	118,6	107,8	109,3
Przyprawy	122,0	120,8	81,7	124,9	145,8
Odżywki oraz żywność dietetyczna	220,1	293,2	128,6	121,9	112,9
Napoje spirytusowe	120,9	141,7	114,9	84,0	104,2
Wina	262,3	110,8	109,8	125,9	135,7
Piwo i sód	168,2	112,6	130,1	139,8	102,9
Napoje bezalkoholowe	297,9	148,1	113,7	101,4	106,8
Tytoń i wyroby tytoniowe	178,4	149,3	166,4	145,0	119,4

Źródło: obliczenia własne na podstawie zestawień wyników handlu zagranicznego produktami żywnościowymi, przygotowanych przez P. Szajnera przy wykorzystaniu danych MF i CAAC.

Aneks 2.6. Dynamika importu wybranych produktów przemysłu spożywczego
(analogiczny okres roku poprzedniego = 100)

Produkty	2004	2005	2006	2007	2008
Mięso i przetwory z mięsa ogółem	174,5	117,5	100,0	123,8	161,7
- mięso czerwone	168,7	120,3	101,0	124,1	179,9
- mięso drobiowe	210,1	97,3	96,2	109,1	78,3
- przetwory z mięsa czerwonego i drobiowego	120,4	211,9	95,8	180,0	133,9
Ryby i przetwory rybne	123,3	122,0	119,0	104,8	110,4
Przetwory ziemniaczane (łącznie ze skrobią)	171,2	137,5	138,4	126,0	76,5
Soki i napoje owocowe i warzywne	110,2	157,7	99,0	135,9	73,4
Przetwory owocowo-warzywne	123,3	124,6	117,5	116,6	102,9
Oleje, margaryny i pozostałe tłuszcze	119,1	92,4	130,4	106,6	134,7
Mleko i przetwory z mleka	127,4	116,8	117,7	168,4	100,0
Lody	171,1	169,2	157,1	130,2	125,8
Przetwory zbożowe	151,3	90,3	112,4	129,1	113,1
Pasze dla zwierząt hodowlanych	118,9	93,0	98,4	115,0	117,8
Karma dla zwierząt domowych	128,2	115,2	105,4	122,5	128,9
Pieczywo świeże	150,0	107,9	133,5	176,3	106,0
Wyroby ciastkarskie	185,3	202,3	205,0	147,0	116,3
Pieczywo cukiernicze trwałe	196,3	110,5	111,8	110,4	131,4
Cukier	108,5	122,9	169,0	79,1	172,1
Kakao, czekolada i pozostałe słodczyce	104,0	103,7	119,1	108,3	108,1
Makarony	133,3	108,1	126,4	136,9	124,3
Herbata i kawa	122,0	106,3	110,8	95,0	116,1
Przyprawy	111,1	97,7	108,1	119,9	103,5
Odżywki oraz żywność dietetyczna	235,1	95,7	114,6	140,6	111,7
Napoje spirytusowe	176,1	145,0	139,4	159,4	116,1
Wina	114,8	98,3	111,3	126,5	107,4
Piwo i sód	97,6	91,2	104,9	149,8	149,1
Napoje bezalkoholowe	156,5	150,2	123,4	158,1	103,5
Tytoń i wyroby tytoniowe	439,7	69,8	118,8	119,5	85,5

Źródło: obliczenia własne na podstawie zestawień wyników handlu zagranicznego produktami żywnościowymi, przygotowanych przez P. Szajnera przy wykorzystaniu danych MF i CAAC.

Aneks 3.1. Stosunek procentowy wyników handlu zagranicznego do wartości sprzedaży produktów rolnictwa
(w cenach bazowych) w latach 2004-2008

Produkty	2004			2005			2006			2007			2008		
	eksport	import	eksport netto	eksport	import	eksport netto	eksport	import	eksport netto	eksport	import	eksport netto	eksport	import	eksport netto
Zboża:	3,5	18,2	-14,7	18,8	13,0	5,8	18,5	22,3	-3,8	10,9	33,5	-22,6	9,0	39,1	-30,1
- pszenica	3,4	6,1	-2,7	9,5	5,3	4,2	15,4	15,5	-0,1	8,5	24,3	-15,8	7,8	24,3	-16,5
- kukurydza	1,4	60,8	-59,4	30,6	29,5	1,1	37,9	60,6	-22,7	11,3	87,9	-76,6	13,7	173,5	-159,8
- jęczmień	0,0	44,2	-44,2	25,3	18,5	6,8	34,5	32,9	1,6	40,6	78,6	-38,0	14,0	106,1	-92,1
- żyto	8,0	1,6	6,4	38,3	2,3	36,0	8,0	3,3	4,7	6,9	11,3	-4,4	6,5	5,4	1,1
- owies	0,7	2,6	-1,9	84,3	1,3	83,0	72,4	1,6	70,8	51,1	4,4	46,7	21,1	9,8	11,3
- pszenżyto	0,5	0,5	0,0	13,7	0,6	13,1	7,6	1,1	6,5	4,4	0,9	3,5	5,5	13,9	-8,4
Ziemniaki	2,0	3,5	-1,5	0,7	7,9	-7,2	0,3	5,2	-4,9	0,4	7,5	-7,1	0,5	3,0	-2,5
Warzywa	32,8	19,5	13,3	43,5	23,9	19,6	41,8	25,8	16,0	53,3	32,5	20,8	49,7	38,0	11,7
Owoce	35,5	83,7	-48,2	36,1	93,0	-56,9	28,2	85,5	-57,3	38,5	108,3	-69,8	37,8	107,6	-69,8
Bydło i cielęta	30,4	0,4	30,0	29,1	0,7	28,4	24,4	0,2	24,2	16,9	0,4	16,5	11,7	0,2	11,5
Trzoda chlewna	0,7	0,9	-0,2	1,4	1,5	-0,1	3,3	0,8	2,5	2,4	1,1	1,3	2,2	3,5	-1,3
Owce i kozy	106,5	5,5	101,0	90,6	0,4	90,2	79,8	0,2	79,6	65,9	0,0	65,9	38,6	2,3	36,3
Konie	86,5	7,7	78,8	63,5	3,9	59,6	57,2	4,5	52,7	43,8	6,4	37,4	30,7	3,9	26,8
Drób	1,1	3,0	-1,9	1,3	3,3	-2,0	1,7	4,4	-2,7	1,3	4,2	-2,9	1,2	3,3	-2,1
Jaja	4,4	1,8	2,6	7,5	3,3	4,2	9,6	3,4	6,2	15,2	3,5	11,7	17,8	4,1	13,7
Mleko	0,5	0,0	0,5	1,9	0,0	1,9	2,6	0,4	2,2	1,3	0,5	0,8	2,0	0,5	1,5

Źródło: obliczenia własne na podstawie zestawień wartości sprzedaży produktów rolnictwa (w cenach bazowych) i wyników handlu zagranicznego produktami żywnościowymi, przygotowanych przez D. Zawadzką i P. Szajnera przy wykorzystaniu danych GUS, MF i CAAC.

Aneks 3.2. Stosunek procentowy wyników handlu zagranicznego
do wartości sprzedaży przemysłu spożywczego (w cenach bazowych)
w 2004 roku

Produkty	Eksport	Import	Eksport netto
Mięso i przetwory z mięsa ogółem	13,2	7,5	5,7
- mięso czerwone	12,5	10,9	1,6
- mięso drobiowe	21,1	7,5	13,6
- przetwory z mięsa czerwonego i drobiowego	7,9	0,7	7,2
Ryby i przetwory rybne	61,5	64,8	-3,3
Przetwory ziemniaczane (łącznie ze skrobią)	33,2	20,1	13,1
Soki i napoje owocowe i warzywne	43,7	10,7	33,0
Przetwory owocowo-warzywne	42,2	13,4	28,8
Oleje, margaryny i pozostałe tłuszcze	9,8	45,5	-35,7
Mleko i przetwory z mleka	17,0	3,2	13,8
Lody	8,5	2,2	6,3
Przetwory zbożowe	5,6	7,3	-1,7
Pasze dla zwierząt hodowlanych	0,0	23,9	-23,9
Karma dla zwierząt domowych	30,6	18,2	12,4
Pieczywo świeże	0,4	0,3	0,1
Wyroby ciastkarskie	8,8	0,8	8,0
Pieczywo cukiernicze trwałe	51,8	15,8	36,0
Cukier	14,9	1,7	13,2
Kakao, czekolada i pozostałe słodycze	29,8	25,0	4,8
Makarony	11,8	13,2	-1,4
Herbata i kawa	51,8	100,7	-48,9
Przyprawy	27,6	30,1	-2,5
Odżywki oraz żywność dietetyczna	17,6	24,6	-7,0
Napoje spirytusowe	13,4	8,7	4,7
Wina	1,4	41,1	-39,7
Piwo i słód	2,4	4,4	-2,0
Napoje bezalkoholowe	7,8	3,2	4,6
Tytoń i wyroby tytoniowe	16,4	32,7	-16,3

Źródło: obliczenia własne na podstawie zestawień wartości sprzedaży przemysłu spożywczego (w cenach bazowych) i wyników handlu zagranicznego produktami żywnościowymi, przygotowanych przez J. Drożdż i P. Szajnera przy wykorzystaniu niepublikowanych danych GUS, MF i CAAC.

Aneks 3.3. Stosunek procentowy wyników handlu zagranicznego
do wartości sprzedaży przemysłu spożywczego (w cenach bazowych)
w 2005 roku

Produkty	Eksport	Import	Eksport netto
Mięso i przetwory z mięsa ogółem	16,2	8,2	8,0
- mięso czerwone	17,3	12,7	4,6
- mięso drobiowe	25,4	6,6	18,8
- przetwory z mięsa czerwonego i drobiowego	6,9	1,2	5,7
Ryby i przetwory rybne	58,3	65,4	-7,1
Przetwory ziemniaczane (łącznie ze skrobią)	41,2	29,4	11,8
Soki i napoje owocowe i warzywne	39,6	13,9	25,7
Przetwory owocowo-warzywne	34,9	15,5	19,4
Oleje, margaryny i pozostałe tłuszcze	20,4	42,0	-21,6
Mleko i przetwory z mleka	21,9	3,5	18,4
Lody	14,6	3,5	11,1
Przetwory zbożowe	8,6	7,6	1,0
Pasze dla zwierząt hodowlanych	0,0	23,3	-23,3
Karma dla zwierząt domowych	38,1	21,9	16,2
Pieczywo świeże	0,4	0,4	0,0
Wyroby ciastkarskie	11,5	1,6	9,9
Pieczywo cukiernicze trwałe	58,0	15,9	42,1
Cukier	20,3	2,6	17,7
Kakao, czekolada i pozostałe słodycze	28,1	25,3	2,8
Makarony	14,6	18,5	-3,9
Herbata i kawa	59,6	111,5	-51,9
Przyprawy	28,6	25,2	3,4
Odżywki oraz żywność dietetyczna	54,0	24,7	29,3
Napoje spirytusowe	15,4	10,7	4,7
Wina	2,5	65,2	-62,7
Piwo i słód	2,4	3,6	-1,2
Napoje bezalkoholowe	11,0	4,6	6,4
Tytoń i wyroby tytoniowe	23,1	21,6	1,5

Źródło: obliczenia własne na podstawie zestawień wartości sprzedaży przemysłu spożywczego (w cenach bazowych) i wyników handlu zagranicznego produktami żywnościowymi, przygotowanych przez J. Drożdż i P. Szajnera przy wykorzystaniu niepublikowanych danych GUS i CAAC.

Aneks 3.4. Stosunek procentowy wyników handlu zagranicznego
do wartości sprzedaży przemysłu spożywczego (w cenach bazowych)
w 2006 roku

Produkty	Eksport	Import	Eksport netto
Mięso i przetwory z mięsa ogółem	20,3	7,7	12,6
- mięso czerwone	19,7	11,2	8,5
- mięso drobiowe	36,9	6,7	30,2
- przetwory z mięsa czerwonego i drobiowego	8,5	1,2	7,3
Ryby i przetwory rybne	57,6	61,1	-3,5
Przetwory ziemniaczane (łącznie ze skrobią)	43,7	40,1	3,6
Soki i napoje owocowe i warzywne	47,4	12,9	34,5
Przetwory owocowo-warzywne	38,0	16,6	21,4
Oleje, margaryny i pozostałe tłuszcze	25,7	43,1	-17,4
Mleko i przetwory z mleka	20,8	4,0	16,8
Lody	18,6	4,8	13,8
Przetwory zbożowe	8,6	7,8	0,8
Pasze dla zwierząt hodowlanych	0,0	21,1	-21,1
Karma dla zwierząt domowych	33,0	21,3	11,7
Pieczywo świeże	0,4	0,4	0,0
Wyroby ciastkarskie	11,0	2,9	8,1
Pieczywo cukiernicze trwałe	64,1	16,9	47,2
Cukier	20,9	4,2	16,7
Kakao, czekolada i pozostałe słodycze	31,3	26,9	4,4
Makarony	8,3	20,7	-12,4
Herbata i kawa	81,1	141,6	-60,5
Przyprawy	22,4	26,1	-3,7
Odżywki oraz żywność dietetyczna	62,1	25,3	36,8
Napoje spirytusowe	15,0	12,7	2,3
Wina	2,8	75,5	-72,7
Piwo i słód	3,2	3,9	-0,7
Napoje bezalkoholowe	11,6	5,3	6,3
Tytoń i wyroby tytoniowe	40,7	27,1	13,6

Źródło: obliczenia własne na podstawie zestawień wartości sprzedaży przemysłu spożywczego (w cenach bazowych) i wyników handlu zagranicznego produktami żywnościowymi, przygotowanych przez J. Drożdż i P. Szajnera przy wykorzystaniu niepublikowanych danych GUS i CAAC.

Aneks 3.5. Stosunek procentowy wyników handlu zagranicznego
do wartości sprzedaży przemysłu spożywczego (w cenach bazowych)
w 2007 roku

Produkty	Eksport	Import	Eksport netto
Mięso i przetwory z mięsa ogółem	18,4	8,5	9,9
- mięso czerwone	18,2	13,5	4,7
- mięso drobiowe	28,0	5,6	22,4
- przetwory z mięsa czerwonego i drobiowego	10,7	1,9	8,8
Ryby i przetwory rybne	58,1	60,7	-2,6
Przetwory ziemniaczane (łącznie ze skrobią)	35,0	40,8	-5,8
Soki i napoje owocowe i warzywne	33,8	12,7	21,1
Przetwory owocowo-warzywne	38,7	17,9	20,8
Oleje, margaryny i pozostałe tłuszcze	32,0	41,2	-9,2
Mleko i przetwory z mleka	21,5	5,7	15,8
Lody	23,1	6,8	16,3
Przetwory zbożowe	9,4	7,8	1,6
Pasze dla zwierząt hodowlanych	0,0	20,4	-20,4
Karma dla zwierząt domowych	23,8	21,9	1,9
Pieczywo świeże	0,5	0,7	-0,2
Wyroby ciastkarskie	13,2	3,7	9,5
Pieczywo cukiernicze trwałe	61,3	15,2	46,1
Cukier	13,9	3,6	10,3
Kakao, czekolada i pozostałe słodycze	32,1	26,3	5,8
Makarony	8,3	25,9	-17,6
Herbata i kawa	74,9	115,3	-40,4
Przyprawy	24,3	27,2	-2,9
Odżywki oraz żywność dietetyczna	56,1	26,4	29,7
Napoje spirytusowe	11,1	17,8	-6,7
Wina	1,9	51,3	-49,4
Piwo i słód	4,3	5,6	-1,3
Napoje bezalkoholowe	10,4	7,4	3,0
Tytoń i wyroby tytoniowe	49,2	27,1	22,1

Źródło: obliczenia własne na podstawie zestawień wartości sprzedaży przemysłu spożywczego (w cenach bazowych) i wyników handlu zagranicznego produktami żywnościowymi, przygotowanych przez J. Drożdż i P. Szajnera przy wykorzystaniu niepublikowanych danych GUS i CAAC.

Aneks 3.6. Stosunek procentowy wyników handlu zagranicznego
do wartości sprzedaży przemysłu spożywczego (w cenach bazowych)
w I półroczu 2008 roku

Produkty	Eksport	Import	Eksport netto
Mięso i przetwory z mięsa ogółem	19,5	11,1	8,4
- mięso czerwone	21,3	19,3	2,0
- mięso drobiowe	24,8	4,1	20,7
- przetwory z mięsa czerwonego i drobiowego	11,8	2,2	9,6
Ryby i przetwory rybne	60,8	62,9	-2,1
Przetwory ziemniaczane (łącznie ze skrobią)	82,9	76,5	6,4
Soki i napoje owocowe i warzywne	41,8	13,7	28,1
Przetwory owocowo-warzywne	41,2	18,7	22,5
Oleje, margaryny i pozostałe tłuszcze	24,8	43,0	-18,2
Mleko i przetwory z mleka	22,5	5,9	16,6
Lody	27,0	9,0	18,0
Przetwory zbożowe	10,6	8,5	2,1
Pasze dla zwierząt hodowlanych	0,0	23,0	-23,0
Karma dla zwierząt domowych	22,2	24,0	-1,8
Pieczynko świeże	0,5	0,5	0,0
Wyroby ciastkarskie	16,5	3,4	13,1
Pieczynko cukiernicze trwałe	67,2	20,6	46,6
Cukier	13,9	6,5	7,4
Kakao, czekolada i pozostałe słodczy	31,0	27,5	3,5
Makarony	5,2	27,5	-22,3
Herbata i kawa	75,8	120,8	-45,0
Przyprawy	30,6	26,7	3,9
Odżywki oraz żywność dietetyczna	41,5	21,5	20,0
Napoje spirytusowe	10,1	15,6	-5,5
Wina	2,1	44,3	-42,2
Piwo i sód	4,1	8,6	-4,5
Napoje bezalkoholowe	11,9	9,8	2,1
Tytoń i wyroby tytoniowe	98,2	28,3	69,9

Źródło: obliczenia własne na podstawie zestawień wartości sprzedaży przemysłu spożywczego (w cenach bazowych) i wyników handlu zagranicznego produktami żywnościowymi, przygotowanych przez J. Drożdż i P. Szajnera przy wykorzystaniu niepublikowanych danych GUS i CAAC.

Aneks 3.7. Stosunek procentowy wyników handlu zagranicznego
do wartości sprzedaży przemysłu spożywczego (w cenach bazowych)
w II półroczu 2008 roku

Produkty	Eksport	Import	Eksport netto
Mięso i przetwory z mięsa ogółem	19,4	14,3	5,1
- mięso czerwone	21,7	28,1	-6,4
- mięso drobiowe	26,5	3,8	22,7
- przetwory z mięsa czerwonego i drobiowego	10,4	2,2	8,2
Ryby i przetwory rybne	52,9	58,9	-6,0
Przetwory ziemniaczane (łącznie ze skrobią)	82,3	67,7	14,6
Soki i napoje owocowe i warzywne	45,0	10,0	35,0
Przetwory owocowo-warzywne	35,5	17,2	18,4
Oleje, margaryny i pozostałe tłuszcze	28,5	37,3	-8,8
Mleko i przetwory z mleka	20,9	6,1	14,8
Lody	15,4	5,5	9,9
Przetwory zbożowe	12,1	7,9	4,2
Pasze dla zwierząt hodowlanych	0,0	20,8	-20,8
Karma dla zwierząt domowych	21,9	27,6	-5,7
Pieczywo świeże	0,4	0,6	-0,2
Wyroby ciastkarskie	5,3	3,6	1,7
Pieczywo cukiernicze trwałe	76,6	25,3	51,3
Cukier	16,7	5,8	10,9
Kakao, czekolada i pozostałe słodczyce	32,2	26,7	5,5
Makarony	6,8	30,3	-23,5
Herbata i kawa	83,9	140,6	-56,7
Przyprawy	30,7	22,4	8,3
Odżywki oraz żywność dietetyczna	39,9	16,5	23,4
Napoje spirytusowe	10,7	21,3	-10,6
Wina	2,9	62,3	-59,4
Piwo i sód	3,8	6,5	-2,7
Napoje bezalkoholowe	10,1	5,7	4,4
Tytoń i wyroby tytoniowe	77,5	38,8	38,7

Źródło: obliczenia własne na podstawie zestawień wartości sprzedaży przemysłu spożywczego (w cenach bazowych) i wyników handlu zagranicznego produktami żywnościowymi, przygotowanych przez J. Drożdż i P. Szajnera przy wykorzystaniu niepublikowanych danych GUS i CAAC.

Aneks 3.8. Stosunek procentowy wyników handlu zagranicznego
do wartości sprzedaży przemysłu spożywczego (w cenach bazowych)
w 2008 roku

Produkty	Eksport	Import	Eksport netto
Mięso i przetwory z mięsa ogółem	19,5	12,8	6,7
- mięso czerwone	21,5	23,7	-2,2
- mięso drobiowe	25,7	3,9	21,8
- przetwory z mięsa czerwonego i drobiowego	11,0	2,2	8,8
Ryby i przetwory rybne	56,4	60,7	-4,3
Przetwory ziemniaczane (łącznie ze skrobią)	82,6	72,0	10,6
Soki i napoje owocowe i warzywne	43,6	11,7	31,9
Przetwory owocowo-warzywne	38,1	17,9	20,2
Oleje, margaryny i pozostałe tłuszcze	26,8	39,9	-13,1
Mleko i przetwory z mleka	21,7	6,0	15,7
Lody	22,0	7,5	14,5
Przetwory zbożowe	11,3	8,2	3,1
Pasze dla zwierząt hodowlanych	0,0	21,9	-21,9
Karma dla zwierząt domowych	22,1	25,8	-3,7
Pieczynko świeże	0,5	0,6	-0,1
Wyroby ciastkarskie	10,4	3,5	6,9
Pieczynko cukiernicze trwałe	71,9	22,9	49,0
Cukier	15,3	6,2	9,1
Kakao, czekolada i pozostałe słodczyce	31,7	27,0	4,7
Makarony	6,0	28,9	-22,9
Herbata i kawa	79,8	130,5	-50,7
Przyprawy	30,6	24,3	6,3
Odżywki oraz żywność dietetyczna	40,7	18,9	21,8
Napoje spirytusowe	10,4	18,6	-8,2
Wina	2,5	53,1	-50,6
Piwo i sód	3,9	7,5	-3,6
Napoje bezalkoholowe	10,9	7,5	3,4
Tytoń i wyroby tytoniowe	86,7	34,1	52,6

Źródło: obliczenia własne na podstawie zestawień wartości sprzedaży przemysłu spożywczego (w cenach bazowych) i wyników handlu zagranicznego produktami żywnościowymi, przygotowanych przez J. Drożdż i P. Szajnera przy wykorzystaniu niepublikowanych danych GUS i CAAC.

Aneks 3.9. Stosunek procentowy wyników handlu zagranicznego
do wartości sprzedaży przemysłu spożywczego (w cenach bazowych)
w I półroczu 2009 roku

Produkty	Eksport	Import	Eksport netto
Mięso i przetwory z mięsa ogółem	20,5	14,0	6,5
- mięso czerwone	22,9	25,1	-2,2
- mięso drobiowe	20,5	3,8	16,7
- przetwory z mięsa czerwonego i drobiowego	15,7	2,7	13,0
Ryby i przetwory rybne	52,2	54,8	-2,6
Przetwory ziemniaczane (łącznie ze skrobią)	38,8	30,4	8,4
Soki i napoje owocowe i warzywne	37,7	12,7	25,0
Przetwory owocowo-warzywne	53,1	24,1	29,0
Oleje, margaryny i pozostałe tłuszcze	27,8	33,9	-6,1
Mleko i przetwory z mleka	19,1	5,9	13,2
Lody	18,8	6,7	12,1
Przetwory zbożowe	16,8	11,0	5,8
Pasze dla zwierząt hodowlanych	0,0	38,5	-38,5
Karma dla zwierząt domowych	11,4	18,8	-7,4
Pieczynko świeże	0,5	0,8	-0,3
Wyroby ciastkarskie	5,4	4,2	1,2
Pieczynko cukiernicze trwałe	74,8	21,9	52,9
Cukier	14,6	18,4	-3,8
Kakao, czekolada i pozostałe słodyczne	37,9	28,7	9,2
Makarony	6,2	21,6	-15,4
Herbata i kawa	79,7	125,4	-45,7
Przyprawy	15,8	11,2	4,6
Odżywki oraz żywność dietetyczna	34,4	20,4	14,0
Napoje spirytusowe	12,7	19,5	-6,8
Wina	4,6	79,4	-74,8
Piwo i sód	3,6	6,0	-2,4
Napoje bezalkoholowe	9,1	3,9	5,2
Tytoń i wyroby tytoniowe	89,2	43,3	45,9

Źródło: obliczenia własne na podstawie zestawień wartości sprzedaży przemysłu spożywczego (w cenach bazowych) i wyników handlu zagranicznego produktami żywnościowymi, przygotowanych przez J. Drożdż i P. Szajnera przy wykorzystaniu niepublikowanych danych GUS i CAAC.

Aneks 3.10. Stosunek procentowy wyników handlu zagranicznego z Unią Europejską (UE-25/27^a) do wartości sprzedaży produktów rolnictwa (w cenach bazowych) w latach 2004-2008

Produkty	2004			2005			2006			2007			2008		
	eksport	import	eksport netto	eksport	import	eksport netto	eksport	import	eksport netto	eksport	import	eksport netto	eksport	import	eksport netto
Zboża:	1,8	12,2	-10,4	15,1	12,2	2,9	9,4	21,0	-11,6	8,1	31,4	-23,3	6,8	32,8	-26,0
- pszenica	0,7	5,3	-4,6	3,4	4,4	-1,0	3,5	13,8	-10,3	4,4	23,2	-18,8	4,6	22,2	-17,6
- kukurydza	1,4	32,6	-31,2	30,5	29,3	1,2	37,3	59,5	-22,2	11,3	86,6	-75,3	13,0	124,2	-111,2
- jęczmień	0,0	42,5	-42,5	24,4	18,5	5,9	14,0	31,7	-17,7	36,5	76,3	39,8	13,9	105,5	-91,6
- żyto	8,0	1,6	6,4	37,9	2,3	35,6	7,5	3,3	4,2	6,9	10,4	-3,5	6,5	5,3	1,2
- owies	0,7	2,6	-1,9	84,3	1,3	83,0	72,4	1,6	70,8	51,1	4,4	46,7	21,1	9,8	11,3
- pszenżyto	0,5	0,5	0,0	13,5	0,6	12,9	7,4	1,1	6,3	4,3	0,9	3,4	5,4	13,9	-8,5
Ziemiaki	0,7	3,1	-2,4	0,0	7,2	-7,2	0,1	4,8	-4,7	0,1	7,1	-7,0	0,2	2,7	-2,5
Warzywa	28,1	17,5	10,6	36,8	20,9	15,9	38,8	22,7	16,1	48,5	28,7	19,8	44,8	33,8	11,0
Owoce	21,3	48,0	-26,7	20,6	46,5	-25,9	19,2	45,2	-26,0	23,7	61,3	-37,6	24,8	60,5	-35,7
Bydło i cielęta	30,4	0,4	30,0	29,1	0,7	28,4	24,4	0,2	24,2	15,0	0,4	14,6	9,8	0,2	9,6
Trzoda chlewna	0,1	0,9	-0,8	0,3	1,5	-1,2	2,1	0,8	1,3	1,8	1,1	0,7	1,2	3,5	-2,3
Owce i kozy	106,5	5,5	101,0	90,6	0,4	90,2	79,7	0,2	79,5	65,9	0,0	65,9	38,6	2,3	36,3
Konie	83,2	4,3	78,9	61,3	2,1	59,2	56,6	3,5	53,1	41,9	5,8	36,1	29,3	2,9	26,4
Drób	0,2	2,9	-2,7	0,3	3,3	-3,0	0,3	4,4	-4,1	0,2	4,2	-4,0	0,3	3,3	-3,0
Jaja	3,7	1,6	2,1	6,8	3,1	3,7	9,1	3,0	6,1	14,6	3,2	11,4	17,3	3,8	13,5
Mleko	0,5	0,0	0,5	1,9	0,0	1,9	2,5	0,4	2,1	1,3	0,5	0,8	2,0	0,5	1,5

^a do 2006 roku dane dla UE-25, a od 2007 roku dla UE-27

Źródło: obliczenia własne na podstawie zestawień wartości sprzedaży produktów rolnictwa (w cenach bazowych) i wyników handlu zagranicznego produktami żywnościowymi, przygotowanych przez D. Zawadzki i P. Szajnera przy wykorzystaniu danych GUS oraz MF i CAAC.

Aneks 3.11. Stosunek procentowy wyników handlu zagranicznego
z Unią Europejską (UE-25) do wartości sprzedaży przemysłu spożywczego
(w cenach bazowych) w 2004 roku

Produkty	Eksport	Import	Eksport netto
Mięso i przetwory z mięsa ogółem	9,6	5,4	4,2
- mięso czerwone	8,3	7,4	0,9
- mięso drobiowe	17,9	6,0	11,9
- przetwory z mięsa czerwonego i drobiowego	5,3	0,7	4,6
Ryby i przetwory rybne	52,6	18,6	34,0
Przetwory ziemniaczane (łącznie ze skrobią)	14,5	19,1	-4,6
Soki i napoje owocowe i warzywne	40,7	2,9	37,8
Przetwory owocowo-warzywne	33,0	7,1	25,9
Oleje, margaryny i pozostałe tłuszcze	8,9	34,2	-25,3
Mleko i przetwory z mleka	11,2	1,7	9,5
Lody	7,6	2,2	5,4
Przetwory zbożowe	2,9	6,9	-4,0
Pasze dla zwierząt hodowlanych	0,0	8,4	-8,4
Karma dla zwierząt domowych	27,9	17,3	10,6
Pieczywo świeże	0,3	0,3	0,0
Wyroby ciastkarskie	7,5	0,7	6,8
Pieczywo cukiernicze trwałe	39,4	13,8	25,6
Cukier	11,3	1,6	9,7
Kakao, czekolada i pozostałe słodycze	20,0	17,9	2,1
Makarony	10,4	8,7	1,7
Herbata i kawa	33,4	54,7	-21,3
Przyprawy	12,8	21,9	-9,1
Odżywki oraz żywność dietetyczna	9,1	24,1	-15,0
Napoje spirytusowe	3,4	7,9	-4,5
Wina	1,0	26,7	-25,7
Piwo i słód	0,9	4,4	-3,5
Napoje bezalkoholowe	6,6	3,0	3,6
Tytoń i wyroby tytoniowe	6,8	9,5	-2,7

Źródło: obliczenia własne na podstawie zestawień wartości sprzedaży przemysłu spożywczego (w cenach bazowych) i wyników handlu zagranicznego produktami żywnościowymi, przygotowanych przez J. Drożdż i P. Szajnera przy wykorzystaniu niepublikowanych danych GUS, MF i CAAC.

Aneks 3.12. Stosunek procentowy wyników handlu zagranicznego
z Unią Europejską (UE-25) do wartości sprzedaży przemysłu spożywczego
(w cenach bazowych) w 2005 roku

Produkty	Eksport	Import	Eksport netto
Mięso i przetwory z mięsa ogółem	12,7	6,8	5,9
- mięso czerwone	12,8	10,3	2,5
- mięso drobiowe	22,4	5,9	16,5
- przetwory z mięsa czerwonego i drobiowego	4,8	1,2	3,6
Ryby i przetwory rybne	52,3	17,9	34,4
Przetwory ziemniaczane (łącznie ze skrobią)	16,3	28,4	-12,1
Soki i napoje owocowe i warzywne	36,9	4,3	32,6
Przetwory owocowo-warzywne	26,4	7,4	19,0
Oleje, margaryny i pozostałe tłuszcze	19,9	34,3	-14,4
Mleko i przetwory z mleka	16,5	2,4	14,1
Lody	14,1	3,5	10,6
Przetwory zbożowe	5,3	6,7	-1,4
Pasze dla zwierząt hodowlanych	0,0	6,0	-6,0
Karma dla zwierząt domowych	35,3	21,6	13,7
Pieczywo świeże	0,3	0,4	-0,1
Wyroby ciastkarskie	10,3	1,0	9,3
Pieczywo cukiernicze trwałe	43,2	14,1	29,1
Cukier	8,9	2,0	6,9
Kakao, czekolada i pozostałe słodycze	18,9	18,1	0,8
Makarony	13,1	13,5	-0,4
Herbata i kawa	36,2	60,0	-23,8
Przyprawy	16,1	18,2	-2,1
Odżywki oraz żywność dietetyczna	39,0	23,8	15,2
Napoje spirytusowe	7,8	9,9	-2,1
Wina	1,6	38,2	-36,6
Piwo i słód	1,4	3,6	-2,2
Napoje bezalkoholowe	8,9	4,1	4,8
Tytoń i wyroby tytoniowe	11,5	8,5	3,0

Źródło: obliczenia własne na podstawie zestawień wartości sprzedaży przemysłu spożywczego (w cenach bazowych) i wyników handlu zagranicznego produktami żywnościowymi, przygotowanych przez J. Drożdż i P. Szajnera przy wykorzystaniu niepublikowanych danych GUS i CAAC.

Aneks 3.13. Stosunek procentowy wyników handlu zagranicznego
z Unią Europejską (UE-25) do wartości sprzedaży przemysłu spożywczego
(w cenach bazowych) w 2006 roku

Produkty	Eksport	Import	Eksport netto
Mięso i przetwory z mięsa ogółem	15,6	6,4	9,2
- mięso czerwone	16,0	9,0	7,0
- mięso drobiowe	25,7	5,9	19,8
- przetwory z mięsa czerwonego i drobiowego	6,8	1,1	5,7
Ryby i przetwory rybne	52,6	14,3	38,3
Przetwory ziemniaczane (łącznie ze skrobią)	19,4	16,5	2,9
Soki i napoje owocowe i warzywne	44,5	4,1	40,4
Przetwory owocowo-warzywne	29,9	7,8	22,1
Oleje, margaryny i pozostałe tłuszcze	13,1	14,1	-1,0
Mleko i przetwory z mleka	16,9	3,2	13,7
Lody	18,4	4,8	13,6
Przetwory zbożowe	5,3	7,0	-1,7
Pasze dla zwierząt hodowlanych	0,0	3,2	-3,2
Karma dla zwierząt domowych	29,9	19,7	10,2
Pieczywo świeże	0,3	0,4	-0,1
Wyroby ciastkarskie	9,6	2,4	7,2
Pieczywo cukiernicze trwałe	48,4	15,3	33,1
Cukier	6,0	3,2	2,8
Kakao, czekolada i pozostałe słodycze	18,9	19,1	-0,2
Makarony	7,1	13,9	-6,8
Herbata i kawa	52,4	76,4	-24,0
Przyprawy	9,4	18,6	-9,2
Odżywki oraz żywność dietetyczna	44,4	24,8	19,6
Napoje spirytusowe	7,8	11,7	-3,9
Wina	2,0	41,9	-39,9
Piwo i słód	2,5	3,9	-1,4
Napoje bezalkoholowe	9,4	4,7	4,7
Tytoń i wyroby tytoniowe	26,8	12,7	14,1

Źródło: obliczenia własne na podstawie zestawień wartości sprzedaży przemysłu spożywczego (w cenach bazowych) i wyników handlu zagranicznego produktami żywnościowymi, przygotowanych przez J. Drożdż i P. Szajnera przy wykorzystaniu niepublikowanych danych GUS i CAAC.

Aneks 3.14. Stosunek procentowy wyników handlu zagranicznego
z Unią Europejską (UE-27) do wartości sprzedaży przemysłu spożywczego
(w cenach bazowych) w 2007 roku

Produkty	Eksport	Import	Eksport netto
Mięso i przetwory z mięsa ogółem	16,6	7,5	9,1
- mięso czerwone	16,5	11,7	4,8
- mięso drobiowe	25,9	5,3	20,6
- przetwory z mięsa czerwonego i drobiowego	9,0	1,5	7,5
Ryby i przetwory rybne	52,9	14,8	38,1
Przetwory ziemniaczane (łącznie ze skrobią)	16,7	39,0	-22,3
Soki i napoje owocowe i warzywne	31,3	4,6	26,7
Przetwory owocowo-warzywne	31,4	9,1	22,3
Oleje, margaryny i pozostałe tłuszcze	31,5	29,2	2,3
Mleko i przetwory z mleka	16,2	4,9	11,3
Lody	22,2	4,8	17,4
Przetwory zbożowe	6,8	7,1	-0,3
Pasze dla zwierząt hodowlanych	0,0	2,3	-2,3
Karma dla zwierząt domowych	21,5	19,8	1,7
Pieczywo świeże	0,4	0,5	-0,1
Wyroby ciastkarskie	11,1	3,7	7,4
Pieczywo cukiernicze trwałe	51,3	14,6	36,7
Cukier	10,3	2,2	8,1
Kakao, czekolada i pozostałe słodycze	19,6	20,9	-1,3
Makarony	7,1	18,2	-11,1
Herbata i kawa	51,1	69,6	-18,5
Przyprawy	12,6	18,9	-6,3
Odżywki oraz żywność dietetyczna	39,6	26,0	13,6
Napoje spirytusowe	3,7	15,6	-11,9
Wina	1,4	36,9	-35,5
Piwo i słód	3,5	5,5	-2,0
Napoje bezalkoholowe	8,8	7,0	1,8
Tytoń i wyroby tytoniowe	38,1	11,4	26,7

Źródło: obliczenia własne na podstawie zestawień wartości sprzedaży przemysłu spożywczego (w cenach bazowych) i wyników handlu zagranicznego produktami żywnościowymi, przygotowanych przez J. Drożdż i P. Szajnera przy wykorzystaniu niepublikowanych danych GUS i CAAC.

Aneks 3.15. Stosunek procentowy wyników handlu zagranicznego
z Unią Europejską (UE-27) do wartości sprzedaży przemysłu spożywczego
(w cenach bazowych) w I półroczu 2008 roku

Produkty	Eksport	Import	Eksport netto
Mięso i przetwory z mięsa ogółem	16,8	9,8	7,0
- mięso czerwone	17,3	17,0	0,3
- mięso drobiowe	23,3	3,9	19,4
- przetwory z mięsa czerwonego i drobiowego	10,4	2,0	8,4
Ryby i przetwory rybne	55,9	19,0	36,9
Przetwory ziemniaczane (łącznie ze skrobią)	42,0	73,5	-31,5
Soki i napoje owocowe i warzywne	38,3	6,2	32,1
Przetwory owocowo-warzywne	33,1	9,8	23,3
Oleje, margaryny i pozostałe tłuszcze	23,9	31,8	-7,9
Mleko i przetwory z mleka	17,6	4,8	12,8
Lody	26,1	4,7	21,4
Przetwory zbożowe	7,8	7,9	-0,1
Pasze dla zwierząt hodowlanych	0,0	5,3	-5,3
Karma dla zwierząt domowych	19,5	22,1	-2,6
Pieczywo świeże	0,4	0,4	0,0
Wyroby ciastkarskie	13,7	3,4	10,3
Pieczywo cukiernicze trwałe	58,2	19,7	38,5
Cukier	10,0	3,2	6,8
Kakao, czekolada i pozostałe słodycze	21,4	22,7	-1,3
Makarony	4,1	20,2	-16,1
Herbata i kawa	57,1	69,8	-12,7
Przyprawy	19,2	18,9	0,3
Odżywki oraz żywność dietetyczna	28,9	21,1	7,8
Napoje spirytusowe	3,1	13,7	-10,6
Wina	1,7	30,9	-29,2
Piwo i słód	3,4	7,8	-4,4
Napoje bezalkoholowe	10,5	9,4	1,1
Tytoń i wyroby tytoniowe	81,2	13,8	67,4

Źródło: obliczenia własne na podstawie zestawień wartości sprzedaży przemysłu spożywczego (w cenach bazowych) i wyników handlu zagranicznego produktami żywnościowymi, przygotowanych przez J. Drożdż i P. Szajnera przy wykorzystaniu niepublikowanych danych GUS i CAAC.

Aneks 3.16. Stosunek procentowy wyników handlu zagranicznego
z Unią Europejską (UE-27) do wartości sprzedaży przemysłu spożywczego
(w cenach bazowych) w II półroczu 2008 roku

Produkty	Eksport	Import	Eksport netto
Mięso i przetwory z mięsa ogółem	15,8	13,3	2,5
- mięso czerwone	15,6	25,9	-10,3
- mięso drobiowe	24,5	3,7	20,8
- przetwory z mięsa czerwonego i drobiowego	9,1	2,1	7,0
Ryby i przetwory rybne	48,4	20,5	27,9
Przetwory ziemniaczane (łącznie ze skrobią)	43,8	65,0	-21,2
Soki i napoje owocowe i warzywne	42,3	4,4	37,9
Przetwory owocowo-warzywne	29,2	9,3	19,9
Oleje, margaryny i pozostałe tłuszcze	27,8	27,6	0,2
Mleko i przetwory z mleka	17,2	5,2	12,0
Lody	14,5	4,0	10,5
Przetwory zbożowe	9,1	7,4	1,7
Pasze dla zwierząt hodowlanych	0,0	3,9	-3,9
Karma dla zwierząt domowych	19,0	25,5	-6,5
Pieczywo świeże	0,4	0,5	-0,1
Wyroby ciastkarskie	4,1	3,6	0,5
Pieczywo cukiernicze trwałe	66,0	24,1	41,9
Cukier	14,0	5,0	9,0
Kakao, czekolada i pozostałe słodycze	20,2	22,2	-2,0
Makarony	5,4	20,2	-14,8
Herbata i kawa	63,3	86,8	-23,5
Przyprawy	20,3	15,8	4,5
Odżywki oraz żywność dietetyczna	26,6	16,4	10,2
Napoje spirytusowe	3,9	18,3	-14,4
Wina	2,3	44,6	-42,3
Piwo i słód	3,1	5,8	-2,7
Napoje bezalkoholowe	8,6	5,2	3,4
Tytoń i wyroby tytoniowe	61,2	18,8	42,4

Źródło: obliczenia własne na podstawie zestawień wartości sprzedaży przemysłu spożywczego (w cenach bazowych) i wyników handlu zagranicznego produktami żywnościowymi, przygotowanych przez J. Drożdż i P. Szajnera przy wykorzystaniu niepublikowanych danych GUS i CAAC.

Aneks 3.17. Stosunek procentowy wyników handlu zagranicznego
z Unią Europejską (UE-27) do wartości sprzedaży przemysłu spożywczego
(w cenach bazowych) w 2008 roku

Produkty	Eksport	Import	Eksport netto
Mięso i przetwory z mięsa ogółem	16,3	11,6	4,7
- mięso czerwone	16,4	21,4	-5,0
- mięso drobiowe	23,9	3,8	20,1
- przetwory z mięsa czerwonego i drobiowego	9,7	2,1	7,6
Ryby i przetwory rybne	51,7	19,8	31,9
Przetwory ziemniaczane (łącznie ze skrobią)	42,9	69,1	-26,2
Soki i napoje owocowe i warzywne	40,5	5,2	35,3
Przetwory owocowo-warzywne	31,0	9,5	21,5
Oleje, margaryny i pozostałe tłuszcze	26,1	29,5	-3,4
Mleko i przetwory z mleka	17,4	5,0	12,4
Lody	21,1	4,4	16,7
Przetwory zbożowe	8,4	7,7	0,7
Pasze dla zwierząt hodowlanych	0,0	4,6	-4,6
Karma dla zwierząt domowych	19,3	23,8	-4,5
Pieczywo świeże	0,4	0,5	-0,1
Wyroby ciastkarskie	8,5	3,5	5,0
Pieczywo cukiernicze trwałe	62,0	21,9	40,1
Cukier	12,0	4,1	7,9
Kakao, czekolada i pozostałe słodycze	20,7	22,4	-1,7
Makarony	4,8	20,2	-15,4
Herbata i kawa	60,2	78,2	-18,0
Przyprawy	19,8	17,2	2,6
Odżywki oraz żywność dietetyczna	27,7	18,6	9,1
Napoje spirytusowe	3,5	16,1	-12,6
Wina	2,0	37,6	-35,6
Piwo i słód	3,3	6,8	-3,5
Napoje bezalkoholowe	9,5	7,1	2,4
Tytoń i wyroby tytoniowe	70,1	16,6	53,5

Źródło: obliczenia własne na podstawie zestawień wartości sprzedaży przemysłu spożywczego (w cenach bazowych) i wyników handlu zagranicznego produktami żywnościowymi, przygotowanych przez J. Drożdż i P. Szajnera przy wykorzystaniu niepublikowanych danych GUS i CAAC.

Aneks 3.18. Stosunek procentowy wyników handlu zagranicznego
z Unią Europejską (UE-27) do wartości sprzedaży przemysłu spożywczego
(w cenach bazowych) w I półroczu 2009 roku

Produkty	Eksport	Import	Eksport netto
Mięso i przetwory z mięsa ogółem	17,3	12,7	4,6
- mięso czerwone	18,7	22,7	-4,0
- mięso drobiowe	18,5	3,6	14,9
- przetwory z mięsa czerwonego i drobiowego	13,4	2,6	10,8
Ryby i przetwory rybne	45,8	23,0	22,8
Przetwory ziemniaczane (łącznie ze skrobią)	17,4	29,5	-12,1
Soki i napoje owocowe i warzywne	34,4	5,3	29,1
Przetwory owocowo-warzywne	41,9	13,6	28,3
Oleje, margaryny i pozostałe tłuszcze	27,3	26,0	1,3
Mleko i przetwory z mleka	15,2	5,3	9,9
Lody	17,8	6,6	11,2
Przetwory zbożowe	12,8	10,6	2,2
Pasze dla zwierząt hodowlanych	0,0	6,1	-6,1
Karma dla zwierząt domowych	9,0	17,1	-8,1
Pieczywo świeże	0,4	0,7	-0,3
Wyroby ciastkarskie	4,5	4,2	0,3
Pieczywo cukiernicze trwałe	64,3	20,5	43,8
Cukier	14,1	15,5	-1,4
Kakao, czekolada i pozostałe słodycze	27,7	22,3	5,4
Makarony	5,0	15,0	-10,0
Herbata i kawa	62,5	83,6	-21,1
Przyprawy	11,0	8,5	2,5
Odżywki oraz żywność dietetyczna	20,9	20,1	0,8
Napoje spirytusowe	4,2	16,9	-12,7
Wina	3,4	54,4	-51,0
Piwo i słód	2,9	5,8	-2,9
Napoje bezalkoholowe	7,3	3,5	3,8
Tytoń i wyroby tytoniowe	87,3	15,1	62,2

Źródło: obliczenia własne na podstawie zestawień wartości sprzedaży przemysłu spożywczego (w cenach bazowych) i wyników handlu zagranicznego produktami żywnościowymi, przygotowanych przez J. Drożdż i P. Szajnera przy wykorzystaniu niepublikowanych danych GUS i CAAC.

Aneks 3.19. Udział procentowy wyników handlu zagranicznego z Unią Europejską^a w wynikach handlu zagranicznego produktami rolnictwa ogółem w latach 2004-2009

Produkty	2004		2005		2006		2007		2008		I półrocze 2009	
	eksport	import	eksport	import	eksport	import	eksport	import	eksport	import	eksport	import
Zboża:	51,9	67,1	80,2	94,2	50,8	94,3	73,9	93,6	74,8	83,8	63,6	90,6
- pszenica	19,9	86,6	36,1	83,3	22,9	89,3	51,7	95,2	58,6	91,3	51,1	90,1
- kukurydza	100,0	53,7	99,7	99,1	98,5	98,2	99,8	98,5	95,0	71,5	98,7	90,7
- jęczmień	100,0	96,2	96,4	100,0	40,5	96,4	89,7	97,1	99,6	99,4	95,3	100,0
- żyto	99,8	100,0	99,0	100,0	93,3	100,0	100,0	92,1	99,4	98,8	99,9	100,0
- owies	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	99,8	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
- pszenżyto	88,9	100,0	98,8	100,0	98,1	100,0	97,6	99,9	97,4	100,0	100,0	100,0
Ziemniaki	32,9	89,1	2,5	91,6	25,6	93,3	36,1	94,0	43,3	90,1	37,3	95,0
Rośliny przemysłowe pozostałe ^b	77,6	38,0	63,2	27,5	83,7	32,0	87,7	31,9	88,2	31,4	81,1	33,3
Warzywa	85,6	89,8	84,6	87,6	92,9	88,0	91,0	88,3	90,0	88,8	80,7	86,6
Owoce	60,1	57,4	57,2	50,1	68,2	52,8	61,5	56,6	65,4	56,2	21,7	50,3
Bydło i cielęta	82,6	100,0	85,4	98,9	91,8	100,0	88,6	100,0	83,6	100,0	84,7	100,0
w tym: bydło	55,8	100,0	73,2	99,1	98,7	100,0	98,5	100,0	91,2	100,0	93,7	100,0
cielęta	86,8	100,0	87,8	98,6	90,7	100,0	86,5	100,0	81,9	100,0	82,8	100,0
Trzoda chlewna	11,3	99,6	23,4	100,0	63,2	99,0	75,8	99,2	52,3	99,9	25,6	99,9
Owce i kozy	100,0	100,0	100,0	100,0	99,8	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	99,0	-
Konie	96,2	55,1	96,6	55,3	99,0	76,6	95,7	89,4	95,4	74,4	98,4	100,0
Drób	18,2	95,5	20,5	97,9	14,9	99,3	17,2	99,5	22,9	98,9	25,7	99,7
Króliki i pozostałe zwierzęta	95,2	85,2	90,6	90,3	93,2	93,9	83,8	86,5	98,1	87,0	90,8	71,9
Jaja	83,1	86,7	90,2	93,8	94,1	89,6	96,2	90,7	96,9	92,6	99,5	91,0
Mleko	97,2	100,0	99,5	100,0	99,1	100,0	99,3	100,0	99,0	100,0	98,8	99,6
Pozostałe produkty ^c	90,3	77,8	95,4	75,7	95,4	68,2	95,8	70,1	96,7	70,6	98,0	61,9

^a do 2006 roku dane dla UE-25, a od 2007 roku dla UE-27; ^b tj. rzepak, rzepik, soja, słonecznik, len, kopra, tytoń, chmiel, cykoria, orzeszki ziemne i inne; ^c tj. miód naturalny, ślimaki, kokony, woski, skóry i inne

Źródło: obliczenia własne na podstawie zestawień wyników handlu zagranicznego produktami rolnictwa, przygotowanych przez P. Szajnera przy wykorzystaniu danych MF i CAAC.

Aneks 3.20. Udział procentowy wyników handlu zagranicznego z Unią Europejską^a w wynikach handlu zagranicznego produktami przemysłu spożywczego ogółem w latach 2004-2009

Produkty	2004		2005		2006		2007		2008		I półrocze 2009	
	eksport	import	eksport	import	eksport	import	eksport	import	eksport	import	eksport	import
Mięso i przetwory z mięsa ogółem	72,9	71,6	78,3	83,2	76,8	82,6	90,2	87,8	83,5	90,9	84,5	91,2
- mięso czerwone	66,7	68,2	74,0	81,1	81,1	81,1	90,4	86,7	76,4	90,3	81,5	90,6
- mięso drobiowe	84,7	80,6	88,0	88,5	69,8	87,7	92,5	95,5	93,1	95,7	90,3	95,4
- przetwory z mięsa czerwonego i drobiowego	66,4	99,0	69,7	98,8	79,2	90,9	84,3	82,5	87,8	94,7	85,6	95,9
Ryby i przetwory rybne	85,5	28,7	89,7	27,4	91,4	23,3	91,1	24,4	91,7	32,7	87,8	41,9
Przetwory ziemniaczane (łącznie ze skrobią)	43,6	94,8	39,5	96,7	44,3	95,2	47,6	95,6	51,9	96,0	44,9	96,8
Soki i napoje owocowe i warzywne	93,3	27,0	93,2	31,0	94,0	31,6	92,7	35,8	93,0	44,9	91,4	41,3
Przetwory owocowo-warzywne	78,2	53,2	75,7	47,7	78,5	46,8	81,2	51,1	81,4	53,4	79,0	56,5
Oleje, margaryny i pozostałe tłuszcze	91,6	75,1	97,1	81,7	97,9	72,4	98,3	70,9	97,1	74,0	98,2	76,6
Mleko i przetwory z mleka	66,2	53,9	75,2	66,8	81,2	79,9	75,2	85,6	80,1	82,5	79,4	88,6
Lody	90,0	100,0	97,1	100,0	98,8	100,0	96,1	71,3	95,9	58,7	95,0	99,7
Przetwory zbożowe	52,3	94,0	62,1	88,4	61,1	90,3	72,6	91,0	74,2	93,2	76,3	96,3
Pasze dla zwierząt hodowlanych	0,0	35,1	0,0	25,8	.	15,1	.	11,3	90,0	21,1	0,0	15,7
Karma dla zwierząt domowych	91,0	94,9	92,6	98,8	90,6	92,5	90,6	90,3	87,4	92,3	79,2	90,9
Pieczywo świeże	75,9	100,0	75,3	100,0	78,5	96,6	88,9	83,6	84,4	85,8	82,8	84,2
Wyroby ciastkarskie	86,1	84,7	89,7	62,1	86,8	81,9	84,0	99,7	81,4	99,5	83,9	99,7
Pieczywo cukiernicze trwałe	76,1	87,2	74,4	88,8	75,5	90,9	83,7	96,1	86,3	95,4	85,9	93,5
Cukier	75,6	94,9	43,9	74,6	28,8	75,8	74,1	61,5	78,3	66,4	96,0	84,5
Kakao, czekolada i pozostałe słodczyce	67,1	71,4	67,0	71,5	60,3	70,9	61,2	79,4	65,4	82,9	73,1	77,5
Makarony	88,3	65,8	90,0	73,3	85,5	67,1	85,3	70,2	79,2	69,8	81,2	69,2
Herbata i kawa	64,4	54,3	60,8	53,8	64,7	53,9	68,3	60,4	75,4	59,9	78,4	66,7
Przyprawy	46,4	72,7	56,3	72,2	42,0	71,1	51,8	69,3	64,7	70,6	69,6	75,7
Odżywki oraz żywność dietetyczna	51,6	97,8	72,2	96,5	71,5	98,2	70,7	98,8	68,2	98,5	60,7	98,8
Napoje spirytusowe	26,3	90,8	50,7	92,5	51,9	92,3	33,6	87,6	33,7	86,6	33,2	86,7
Wina	72,7	64,8	63,6	58,6	71,0	55,6	72,3	72,0	80,3	70,8	73,1	68,5
Piwo i sód	38,8	99,3	58,8	99,1	78,5	99,0	82,1	97,4	82,7	90,2	80,8	96,4
Napoje bezalkoholowe	84,9	91,8	80,3	89,6	80,6	89,7	84,3	94,0	86,5	94,4	80,9	88,9
Tytoń i wyroby tytoniowe	41,5	29,0	49,9	39,6	65,9	46,6	77,3	42,2	80,8	48,6	86,3	34,9

^a do 2006 roku dane dla UE-25, a od 2007 roku dla UE-27

Źródło: obliczenia własne na podstawie zestawień wyników handlu zagranicznego produktami przemysłu spożywczego, przygotowanych przez P. Szajnera przy wykorzystaniu danych MF i CAAC.

Aneks 4.1. Wskaźniki RCA w handlu artykułami rolno-spożywczymi Polski w latach 2003-2008 (według działów HS)

Dział	Ogółem					UE-15					UE-10					Spoza UE-25				
	2003	2005	2007	2008	zmiana wartości w latach 2003-2008	2003	2005	2007	2008	zmiana wartości w latach 2003-2008	2003	2005	2007	2008	zmiana wartości w latach 2003-2008	2003	2005	2007	2008	zmiana wartości w latach 2003-2008
01	2,32	3,21	2,18	1,68	-0,64	1,90	2,55	1,60	1,10	-0,80	1,23	1,64	3,99	2,04	+0,81	3,23	3,92	2,24	2,46	-0,77
02	1,52	2,21	2,48	2,42	+0,90	1,01	1,71	2,15	2,18	+1,17	0,85	3,30	3,88	2,86	+2,01	3,48	2,29	1,26	2,12	-1,36
03	0,55	0,86	0,96	1,10	+0,55	0,59	1,04	1,11	1,27	+0,68	0,75	0,19	0,20	0,31	-0,44	0,30	0,35	0,40	0,46	+0,16
04	1,44	2,89	2,68	2,35	+0,91	0,38	1,69	1,57	1,46	+1,08	4,27	6,08	4,48	4,58	+0,31	6,40	4,28	4,10	2,88	-3,52
05	3,60	3,00	2,78	2,30	-1,30	4,34	3,26	3,36	2,99	-1,35	0,16	0,39	0,28	0,24	+0,08	2,96	3,25	2,67	1,92	-1,04
06	0,68	0,74	0,61	0,71	+0,03	0,46	0,42	0,35	0,38	-0,08	0,38	0,31	0,37	0,42	+0,04	0,81	1,77	1,19	1,65	+0,84
07	2,03	2,15	2,04	2,14	+0,11	1,37	1,60	1,61	1,90	+0,53	5,05	2,71	2,58	3,84	-1,21	2,31	2,44	1,70	1,62	-0,69
08	1,66	1,36	1,41	1,57	-0,09	1,22	0,89	0,92	1,15	-0,07	1,37	1,05	1,33	1,69	+0,32	2,10	2,24	2,03	1,77	-0,33
09	0,58	0,59	0,53	0,61	+0,03	0,12	0,16	0,27	0,35	+0,23	2,61	2,55	1,31	1,63	-0,98	1,04	0,82	0,69	0,57	-0,47
10	0,25	0,49	0,26	0,15	-0,10	0,05	0,93	0,44	0,29	+0,24	0,13	0,39	0,27	0,18	+0,05	0,87	0,34	0,24	0,12	-0,75
11	0,99	0,88	0,80	0,73	-0,26	0,36	0,26	0,39	0,58	+0,22	0,71	0,59	0,50	0,55	-0,16	3,15	2,59	2,10	1,49	-1,66
12	0,21	0,48	0,67	0,37	-0,16	0,27	0,60	1,08	0,62	+0,35	0,73	0,74	0,75	0,45	-0,28	0,12	0,41	0,27	0,15	+0,03
13	0,23	0,16	0,21	0,19	-0,04	0,29	0,07	0,06	0,05	-0,24	0,09	0,09	0,25	0,31	+0,22	0,21	0,47	0,62	0,50	+0,29
14	1,35	0,89	1,00	0,77	-0,58	1,96	1,47	1,29	0,86	-1,10	1,00	1,54	6,44	5,86	+4,86	0,00	0,24	0,21	0,15	+0,15
15	0,10	0,43	0,54	0,43	+0,33	0,04	0,46	0,71	0,46	+0,42	0,59	0,94	1,43	2,08	+1,49	0,15	0,10	0,08	0,08	-0,07
16	1,58	1,59	1,84	1,94	+0,36	1,20	1,27	1,50	1,69	+0,49	2,66	2,87	3,20	3,22	+0,56	2,49	1,68	1,49	1,21	-1,28
17	1,67	1,98	1,57	1,63	-0,04	0,74	1,16	0,97	1,23	+0,49	4,22	3,16	3,78	3,68	-0,54	4,14	3,98	2,23	1,98	-2,16
18	1,87	2,04	2,07	1,84	-0,03	0,60	0,86	0,84	0,93	+0,33	3,21	2,89	1,96	1,68	-1,53	5,74	4,37	5,32	3,67	-2,07
19	1,29	2,12	2,35	2,16	+0,87	0,37	1,05	1,35	1,27	+0,90	5,58	5,26	4,41	3,77	-1,81	2,60	3,09	3,24	2,89	+0,29
20	2,38	2,48	2,19	2,25	-0,13	1,53	1,52	1,50	1,58	+0,05	4,30	3,90	3,01	3,35	-0,95	3,59	3,66	2,60	2,48	-1,11
21	1,64	1,97	2,18	2,18	+0,54	0,52	0,91	1,20	1,39	+0,87	3,54	3,37	2,78	2,83	-0,71	3,49	3,47	3,61	2,93	-0,56
22	0,25	0,60	0,49	0,51	+0,26	0,10	0,32	0,22	0,25	+0,15	0,28	1,76	1,21	1,18	+0,90	0,84	0,96	0,87	0,82	-0,02
23	0,57	0,83	0,73	0,66	+0,09	0,37	0,58	0,44	0,42	+0,05	0,44	0,65	0,90	0,84	+0,40	1,08	1,10	1,01	0,86	-0,22
24	0,52	1,22	2,54	2,82	+2,30	0,02	0,30	1,36	1,64	+1,62	0,95	2,38	4,97	7,14	+6,19	2,51	3,39	3,57	3,23	+0,72
Ogółem	1,08	1,46	1,44	1,34	+0,26	0,67	1,04	1,11	1,11	+0,44	2,02	2,29	2,22	2,20	+0,18	2,06	1,91	1,54	1,31	-0,75

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy WITS-Comtrade.

Aneks 4.2. Wskaźniki Lafaya w handlu artykułami rolno-spożywczymi Polski w latach 2003-2008 (według działów HS)

Dział	Ogółem					UE-15					UE-10					Spoza UE-25				
	2003	2005	2007	2008	zmiana wartości w latach 2003-2008	2003	2005	2007	2008	zmiana wartości w latach 2003-2008	2003	2005	2007	2008	zmiana wartości w latach 2003-2008	2003	2005	2007	2008	zmiana wartości w latach 2003-2008
01	1,36	1,11	0,55	0,14	-1,22	1,89	1,18	0,53	-0,20	-2,09	-0,25	-0,78	-1,10	-0,64	-0,39	1,64	1,08	1,08	1,19	-0,45
02	4,91	3,61	3,87	2,75	-2,16	5,19	2,10	3,25	0,55	-4,64	0,52	3,99	4,44	3,71	+3,19	5,26	3,06	3,05	6,72	+1,46
03	-2,04	-2,02	-1,63	-1,40	+0,64	1,90	1,86	2,27	1,79	-0,11	0,31	-0,11	-0,15	-0,02	-0,33	-8,59	-8,71	-8,73	-7,65	+0,94
04	3,49	5,13	4,33	4,19	+0,70	1,63	5,10	3,70	3,62	+1,99	1,88	3,52	1,14	2,92	+1,04	5,18	6,65	6,66	5,42	+0,24
05	-0,48	-0,62	-0,34	-0,54	-0,06	1,25	0,04	0,04	-0,04	-1,29	-0,13	-0,05	-0,10	-0,13	0,00	-1,68	-0,94	-0,94	-1,48	+0,20
06	-0,60	-0,77	-0,70	-0,68	-0,08	-1,16	-1,53	-1,37	-1,33	-0,17	-0,01	-0,05	0,07	0,12	+0,13	0,32	0,26	0,26	0,44	+0,12
07	2,96	1,53	1,04	1,09	-1,87	3,55	1,33	0,64	0,73	-2,82	3,50	0,95	1,45	1,61	-1,89	1,90	1,25	1,25	1,37	-0,53
08	-2,27	-2,98	-2,68	-2,04	+0,23	-0,64	-1,82	-2,18	-1,36	-0,72	1,20	0,43	0,90	1,72	+0,52	-5,31	-4,40	-4,39	-4,47	+0,84
09	-1,95	-1,46	-0,95	-0,81	+1,14	-0,94	-0,71	-0,47	-0,29	+0,65	1,13	0,86	0,41	0,45	-0,68	-3,40	-2,25	-2,25	-2,40	+1,00
10	-0,72	0,02	-1,89	-2,32	-1,60	-0,78	0,30	-1,81	-1,53	-0,75	-4,75	-3,14	-7,80	-9,54	-4,79	0,56	0,32	0,32	-0,89	-1,45
11	-0,41	-0,50	-0,60	-0,56	-0,15	-0,36	-0,55	-0,63	-0,33	+0,03	-6,63	-4,58	-3,93	-5,07	+1,56	1,09	1,01	1,01	0,94	-0,15
12	-1,10	-0,69	-0,10	-0,86	+0,24	-0,42	-0,38	0,62	0,36	+0,78	-2,53	-1,70	-1,52	-2,48	+0,05	-0,80	-0,88	-0,88	-2,48	-1,68
13	-0,40	-0,38	-0,30	-0,31	+0,09	-0,62	-0,54	-0,43	-0,37	+0,25	-0,18	-0,10	-0,04	-0,03	+0,15	-0,19	-0,14	-0,14	-0,26	-0,07
14	0,01	0,00	0,00	-0,01	-0,02	0,06	0,02	0,02	0,01	-0,05	0,00	0,01	0,03	0,02	+0,02	-0,04	-0,06	-0,06	-0,06	-0,02
15	-2,86	-1,75	-1,17	-1,49	+1,37	-4,49	-2,47	-1,31	-2,00	+2,49	0,28	-0,89	0,43	0,85	+0,57	-1,02	-1,84	-1,84	-2,01	-0,99
16	1,83	1,33	1,55	1,69	-0,14	2,42	1,53	1,75	2,10	-0,32	0,92	0,32	1,25	1,21	+0,29	1,18	1,03	1,03	0,83	-0,35
17	1,31	1,07	0,40	0,56	-0,75	-0,31	0,27	-0,46	-0,13	+0,18	1,41	-1,74	0,05	0,64	-0,77	3,72	2,11	2,12	1,77	-1,95
18	-1,21	-0,56	-0,38	-0,23	+0,98	-1,59	-1,28	-1,57	-1,13	+0,46	-0,93	0,10	-0,09	-0,28	+0,65	0,35	2,14	2,14	1,82	+1,47
19	1,23	1,41	1,50	1,44	+0,21	-0,50	0,03	0,19	0,28	+0,78	5,11	2,77	2,21	1,86	-3,25	2,64	3,32	3,32	3,29	+0,65
20	3,20	1,31	1,05	1,60	-1,60	5,28	2,15	1,91	2,29	-2,99	0,84	0,64	0,12	0,66	-0,18	0,11	-0,10	-0,10	0,65	+0,54
21	-0,73	-0,51	-0,07	0,04	+0,77	-4,02	-2,70	-1,90	-1,27	+2,75	2,54	0,41	1,07	1,30	-1,24	2,60	3,00	3,01	2,02	-0,58
22	-0,81	-0,26	-1,14	-0,95	-0,14	-1,76	-1,19	-2,20	-1,90	-0,14	-1,15	0,53	-0,63	-0,23	+0,92	0,88	0,70	0,71	0,66	-0,22
23	-4,82	-3,72	-3,17	-3,07	+1,75	-5,23	-2,15	-1,40	-1,56	+3,67	-4,05	-2,55	-1,27	-1,87	+2,18	-6,34	-6,61	-6,63	-6,21	+0,13
24	0,10	-0,31	0,84	1,77	+1,67	-0,36	-0,58	0,78	1,71	+2,07	0,98	1,17	3,05	3,22	+2,24	-0,05	0,00	0,00	0,80	+0,85

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy WITS-Comtrade.

Aneks 4.3. Wskaźniki handlu wewnątrzgałęziowego w handlu artykułami rolno-spożywczymi Polski w latach 2003-2008
(według działów HS, w procentach)

Dział	Ogółem				UE-15				UE-10				Spoza UE-25							
	2003	2005	2007	2008	zmiana wartości w latach 2003-2008	2003	2005	2007	2008	zmiana wartości w latach 2003-2008	2003	2005	2007	2008	zmiana wartości w latach 2003-2008					
01	21,8	37,0	38,6	49,2	+27,4	18,7	15,1	17,7	12,2	-6,5	43,0	33,6	20,8	24,2	-18,8	12,0	6,0	6,0	6,7	-5,3
02	31,7	48,5	41,7	36,0	+4,3	18,6	27,5	23,8	13,4	-5,2	39,3	16,7	17,7	22,4	-16,9	19,5	6,0	9,3	4,6	-14,9
03	47,5	37,6	38,5	36,1	-11,4	22,0	20,1	18,2	22,8	+0,8	10,8	33,1	42,2	39,1	+28,3	12,7	13,9	14,4	13,8	+1,1
04	24,7	22,2	36,6	37,1	+12,4	39,4	26,7	43,1	48,7	+9,3	14,8	20,6	36,4	28,4	+13,6	8,2	7,7	6,2	4,8	-3,4
05	65,1	61,6	64,4	58,9	-6,2	46,8	82,8	81,8	85,8	+39,0	61,0	41,5	64,8	47,3	-13,7	10,0	20,9	31,1	22,3	+12,3
06	73,7	68,7	61,8	61,8	-11,9	66,2	55,1	49,2	44,7	-21,5	74,0	84,2	33,8	22,5	-51,5	55,6	43,3	33,9	31,4	-24,2
07	45,7	46,1	47,0	50,3	+4,6	34,7	39,6	40,2	40,7	+6,0	24,9	23,9	19,3	17,7	-7,2	40,9	42,6	46,5	52,6	+11,7
08	15,4	32,1	31,4	29,6	+14,2	10,0	16,3	16,0	17,8	+7,8	6,7	21,7	31,4	11,1	+4,4	15,3	19,9	32,1	27,9	+12,6
09	40,0	49,3	60,2	65,5	+25,5	18,4	35,3	41,0	52,5	+34,1	34,5	26,0	36,2	38,6	+4,1	21,2	24,4	29,2	25,3	+4,1
10	21,5	56,6	48,0	33,8	+12,3	12,5	34,9	51,8	44,9	+32,4	1,6	5,4	6,3	2,1	+0,5	25,2	25,6	37,9	36,7	+11,5
11	16,3	35,4	32,5	34,9	+18,6	21,0	30,2	35,7	53,1	+32,1	2,8	7,9	9,0	9,6	+6,8	1,2	1,7	11,4	4,3	+3,1
12	27,9	37,7	35,8	59,9	+32,0	25,0	27,1	20,1	32,0	+7,0	16,6	23,0	28,7	22,9	+6,3	18,7	38,6	34,1	19,4	+0,7
13	22,2	14,5	20,0	18,2	-4,0	21,5	4,4	5,8	5,3	-16,2	21,0	19,1	84,9	99,2	+78,2	25,7	40,3	47,7	32,4	+6,7
14	52,8	74,3	90,9	84,4	+31,6	5,4	22,4	23,4	54,3	+48,9	0,0	11,1	13,8	10,0	+10,0	0,0	18,1	14,5	8,9	+8,9
15	6,0	19,5	19,4	33,8	+27,8	4,0	8,8	13,0	26,7	+22,7	21,2	44,8	39,7	40,2	+19,0	0,0	4,1	8,5	15,3	+15,3
16	38,4	40,0	39,3	42,3	+3,9	31,9	36,2	37,8	41,2	+9,3	27,3	47,8	19,6	22,3	-5,0	35,7	42,1	55,6	60,8	+25,1
17	53,2	43,6	52,0	62,0	+8,8	69,3	52,6	61,3	72,2	+2,9	39,6	69,8	45,7	45,9	+6,3	13,1	19,7	28,7	47,8	+34,7
18	44,0	55,4	57,7	62,7	+18,7	61,7	73,3	76,2	79,3	+17,6	52,3	46,8	51,6	56,2	+3,9	21,8	28,4	21,0	21,5	-0,3
19	43,9	48,1	49,3	53,7	+9,8	50,6	58,0	54,0	57,6	+7,0	22,9	25,9	28,0	30,2	+7,3	27,6	23,2	19,9	23,0	-4,6
20	34,9	50,7	58,4	52,4	+17,5	16,5	32,6	35,4	39,0	+22,5	41,3	39,9	58,4	43,6	+2,3	26,0	33,5	41,9	45,0	+19,0
21	87,7	82,9	87,0	84,8	-2,9	42,4	56,4	64,8	66,8	+24,4	54,2	54,6	48,0	43,7	-10,5	58,8	56,6	57,9	59,9	+1,1
22	48,3	53,2	59,8	58,9	+10,6	44,9	47,8	44,2	47,0	+2,1	40,9	29,8	60,0	51,2	+10,3	9,4	17,7	29,7	34,1	+24,7
23	34,3	43,3	42,8	39,9	+5,6	20,9	48,1	40,0	29,2	+8,3	45,4	81,1	66,7	79,3	+33,9	14,8	8,0	7,5	7,8	-7,0
24	26,5	35,9	30,0	26,9	+0,4	21,0	66,5	42,4	36,0	+15,0	0,0	23,8	13,8	13,7	+13,7	16,2	14,9	16,8	20,1	+3,9
Ogółem	38,5	44,8	46,0	46,1	+7,6	28,6	36,1	37,7	38,1	+9,5	31,2	34,8	33,7	30,7	-0,5	19,9	21,6	25,2	24,9	+5,0

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy WITS-Comtrade.

Aneks 4.4. Opis działów i sekcji HS

Dział	Nazwa
Sekcja I. Zwierzęta żywe; produkty pochodzenia zwierzęcego	
01	Zwierzęta żywe
02	Mięso i podroby jadalne
03	Ryby i skorupiaki, mięczaki i pozostałe bezkręgowce wodne
04	Produkty mleczarskie; jaja ptasie; miód naturalny; jadalne produkty pochodzenia zwierzęcego, gdzie indziej niewymienione ani niewłączone
05	Produkty pochodzenia zwierzęcego, gdzie indziej niewymienione ani niewłączone
Sekcja II. Produkty pochodzenia roślinnego	
06	Żywe drzewa i inne rośliny; bulwy, korzenie i podobne; cięte kwiaty i ozdobne liście
07	Warzywa oraz niektóre korzenie i bulwy jadalne
08	Owoce i orzechy jadalne; skórki owoców cytrusowych lub melonów
09	Kawa, herbata, herbata paragwajska i przyprawy
10	Zboża
11	Produkty przemysłu młynarskiego; sód; skrobie; inulina; gluten pszenny
12	Nasiona i owoce oleiste; ziarna, nasiona i owoce różne; rośliny przemysłowe i lecznicze
13	Szelak; gumy, żywice oraz inne soki i ekstrakty roślinne
14	Materiały roślinne do wyplatania, produkty pochodzenia roślinnego, gdzie indziej niewymienione
Sekcja III. Tłuszcze i oleje pochodzenia zwierzęcego lub roślinnego	
15	Tłuszcze i oleje pochodzenia zwierzęcego lub roślinnego oraz produkty ich rozkładu
Sekcja IV. Gotowe artykuły spożywcze; napoje; tytoń	
16	Przetwory z mięsa, ryb lub skorupiaków, mięczaków lub innych bezkręgowców wodnych
17	Cukry i wyroby cukiernicze
18	Kakao i przetwory z kakao
19	Przetwory ze zbóż, mąki, skrobi lub mleka; pieczywa cukiernicze
20	Przetwory z warzyw, owoców, orzechów lub pozostałych części roślin
21	Różne przetwory spożywcze
22	Napoje bezalkoholowe, alkoholowe i ocet
23	Pozostałości i odpady przemysłu spożywczego; gotowe pasze dla zwierząt
24	Tytoń i przemysłowe namiastki tytoniu

Aneks 5.1. Ceny pszenicy konsumpcyjnej^a w Polsce w procentach cen
w wybranych państwach UE-25/27^b
(usystematyzowane według wartości w I półroczu 2009 roku)

Wyszczególnienie	II półrocze 2004	2005	2006	2007	2008	I półrocze 2009
Wielka Brytania	79,8	74,5	88,6	87,7	83,2	65,0
Portugalia	76,0	71,0	79,0	91,0	86,9	70,9
Szwecja	97,4	87,7	98,6	96,9	91,2	73,5
Słowenia	84,2	77,8	95,3	94,7	88,5	74,5
Austria	106,9	95,9	101,2	90,0	95,4	80,7
Włochy	85,3	77,4	85,6	89,8	95,7	81,3
Hiszpania	77,4	67,5	84,7	90,3	98,9	82,0
Łotwa	104,6	96,3	102,4	102,2	106,7	82,1
Dania	93,8	84,3	98,0	100,9	92,7	82,6
Francja	101,2	90,3	95,7	93,2	103,1	85,1
Belgia	94,8	87,5	91,5	93,7	101,4	85,8
Grecja	87,5	80,6	95,2	96,3	102,7	87,4
UE	93,5	87,3	97,8	98,8	101,4	88,7
Niemcy	100,5	92,2	95,5	96,7	102,1	90,2
Słowacja	102,8	101,7	114,5	107,5	98,2	91,0
Estonia	91,8	93,1	104,5	102,7	110,8	95,1
Litwa	108,2	102,2	107,6	106,0	106,6	96,5
Węgry	115,2	109,5	122,5	105,9	108,7	100,2
Rumunia	.	.	.	100,5	113,3	101,0
Finlandia	93,6	87,5	106,2	111,8	102,7	101,2
Czechy	101,1	102,2	110,0	108,2	96,0	104,0
Bułgaria	.	.	.	101,7	112,6	114,8

^a ceny referencyjne; ^b do 2006 roku dane dla UE-25, a w latach 2007-2009 dla UE-27

Źródło: obliczenia własne na podstawie Biuletynów Zintegrowanego Systemu Rolniczej Informacji Rynkowej MRiRW (por. strona internetowa www.minrol.gov.pl).

Aneks 5.2. Ceny kukurydzy paszowej^a w Polsce
w procentach cen w wybranych państwach UE-25/27^b
(usystematyzowane według wartości w I półroczu 2009 roku)

Wyszczególnienie	II półrocze 2004	2005	2006	2007	2008	I półrocze 2009
Portugalia	84,1	70,9	78,0	84,1	91,4	72,1
Hiszpania	81,8	69,7	78,9	87,5	94,2	74,5
Belgia	94,8	82,1	84,7	91,1	96,3	80,0
Francja	104,0	85,2	88,8	93,4	106,3	83,7
Włochy	90,6	78,8	84,5	92,9	97,2	84,0
Niemcy	101,8	87,2	90,4	93,8	103,1	86,1
UE	98,4	88,9	94,8	96,6	101,4	93,8
Słowenia	105,4	96,3	103,6	96,6	91,1	98,5
Austria	102,4	99,1	106,0	109,1	115,7	103,0
Grecja	97,8	92,1	97,7	96,4	96,7	107,2
Rumunia	.	.	.	97,1	101,8	109,6
Litwa	84,1	80,5	90,3	87,9	117,5	109,7
Bułgaria	.	.	.	96,8	96,0	109,8
Czechy	113,8	105,7	112,3	106,7	103,7	109,8
Węgry	133,9	114,1	124,8	103,7	122,1	110,0
Słowacja	109,6	116,9	122,4	110,4	109,0	118,2

^a ceny referencyjne; ^b do 2006 roku dane dla UE-25, a w latach 2007-2009 dla UE-27

Źródło: obliczenia własne na podstawie Biuletynów Zintegrowanego Systemu Rolniczej Informacji Rynkowej MRiRW (por. strona internetowa www.minrol.gov.pl).

Aneks 5.3. Ceny jęczmienia paszowego^a w Polsce
w procentach cen w wybranych państwach UE-25/27^b
(usystematyzowane według wartości w I półroczu 2009 roku)

Wyszczególnienie	II półrocze 2004	2005	2006	2007	2008	I półrocze 2009
Portugalia	71,4	69,3	73,4	77,9	84,8	68,5
Grecja	77,4	74,8	78,5	89,0	91,5	71,7
Hiszpania	77,6	69,1	77,0	89,6	95,6	72,5
Włochy	73,1	70,9	72,7	82,0	90,2	74,1
Irlandia	79,4	76,8	74,2	83,8	95,4	76,5
Holandia	83,4	78,1	78,7	83,1	98,0	77,5
Belgia	87,4	81,0	85,0	87,1	100,4	78,7
Szwecja	92,0	87,4	88,1	92,6	99,7	84,3
Francja	92,4	86,0	88,0	88,4	106,1	85,2
Wielka Brytania	94,1	87,2	84,2	94,4	115,6	85,2
Łotwa	112,4	111,9	106,0	114,9	120,9	85,4
UE	90,1	87,0	89,2	94,9	100,7	85,9
Estonia	99,4	99,1	101,1	106,9	114,8	86,5
Dania	88,3	87,0	91,7	92,8	97,2	87,1
Niemcy	95,2	91,0	91,7	94,0	101,5	87,3
Austria	93,3	90,3	90,8	93,4	93,9	89,6
Rumunia	.	.	.	104,0	117,9	95,5
Finlandia	93,7	92,5	95,9	109,5	115,9	95,6
Węgry	111,6	109,7	115,4	90,1	117,3	98,2
Litwa	110,4	102,5	99,4	102,9	111,1	99,4
Bułgaria	.	.	.	89,5	104,4	100,2
Czechy	101,7	111,7	111,6	113,4	99,2	101,4
Słowacja	108,3	114,3	115,1	116,7	113,7	106,4

^a ceny referencyjne; ^b do 2006 roku dane dla UE-25, a w latach 2007-2009 dla UE-27

Źródło: obliczenia własne na podstawie Biuletynów Zintegrowanego Systemu Rolniczej Informacji Rynkowej MRiRW (por. strona internetowa www.minrol.gov.pl).

Aneks 5.4. Ceny mięsa wieprzowego^a w Polsce
w procentach cen w wybranych państwach UE-25/27^b
(usystematyzowane według wartości w I półroczu 2009 roku)

Wyszczególnienie	II półrocze 2004	2005	2006	2007	2008	I półrocze 2009
Malta	95,5	82,9	80,4	84,3	97,8	78,5
Bułgaria	.	.	.	75,3	89,6	81,3
Grecja	85,2	74,5	68,6	79,4	85,8	81,9
Litwa	95,1	91,8	90,0	91,3	93,2	90,2
Wielka Brytania	102,0	90,3	86,4	84,0	102,7	91,2
Łotwa	98,9	91,1	84,0	86,2	92,9	92,0
Rumunia	.	.	.	68,0	91,6	92,5
Słowacja	99,8	92,5	87,5	92,2	94,4	94,1
Portugalia	104,1	90,1	80,4	87,1	101,1	94,5
Cypr	95,5	79,6	67,4	82,8	102,7	94,7
Estonia	101,7	96,5	92,4	90,8	101,5	95,4
Czechy	98,1	92,4	87,5	92,6	97,1	96,2
Finlandia	111,7	96,5	97,1	92,9	105,5	96,6
Węgry	100,6	92,5	89,0	93,9	98,8	96,8
Luksemburg	94,4	90,0	83,5	91,7	98,1	97,2
Niemcy	95,2	90,4	83,8	92,3	98,6	98,3
Hiszpania	107,4	92,7	83,8	92,5	104,6	99,5
Włochy	87,6	93,6	81,9	89,1	95,3	100,2
UE	102,1	95,6	88,9	95,0	103,3	101,5
Austria	96,5	91,7	85,4	93,2	102,1	103,9
Słowenia	99,9	89,5	87,4	92,9	105,5	106,1
Irlandia	109,5	101,6	92,2	96,9	109,8	106,2
Belgia	103,2	97,7	91,6	99,4	109,0	107,5
Francja	107,7	98,6	91,2	100,6	111,4	108,1
Holandia	107,5	101,9	94,1	103,8	110,8	110,4
Dania	116,9	109,0	100,6	109,2	121,3	117,9

^a ceny referencyjne; ^b do 2006 roku dane dla UE-25, a w latach 2007-2009 dla UE-27

Źródło: obliczenia własne na podstawie Biuletynów Zintegrowanego Systemu Rolniczej Informacji Rynkowej MRiRW (por. strona internetowa www.minrol.gov.pl).

Aneks 5.5. Ceny psziąt^a w Polsce w procentach cen w wybranych państwach UE-25/27^b (usystematyzowane według wartości w I półroczu 2009 roku)

Wyszczególnienie	2005	2006	2007	2008	I półrocze 2009
Słowacja	72,1	50,3	47,8	57,2	60,1
Włochy	60,2	46,9	38,0	56,7	64,6
Niemcy	67,8	51,5	51,7	60,5	68,4
Wielka Brytania	66,7	54,7	43,7	60,0	69,2
Węgry	68,8	65,6	55,3	78,2	70,4
Malta	60,7	49,3	37,9	52,4	72,4
Czechy	80,1	63,5	56,0	67,0	74,1
Szwecja	59,9	47,2	36,7	50,5	77,0
Finlandia	65,4	55,8	42,5	59,7	78,3
Belgia	105,2	59,7	58,7	69,7	82,6
UE	82,0	64,4	61,0	78,6	87,5
Luksemburg	100,0	72,9	63,0	89,3	98,3
Austria	86,5	70,5	79,1	92,2	102,0
Hiszpania	86,3	64,4	72,8	105,6	104,5
Estonia	105,6	79,9	61,9	92,2	105,4
Dania	84,1	64,1	56,2	78,1	108,3
Francja	95,3	73,4	66,8	108,0	111,9
Portugalia	73,7	57,1	58,7	90,7	123,8

^a ceny referencyjne; ^b do 2006 roku dane dla UE-25, a w latach 2007-2009 dla UE-27

Źródło: obliczenia własne na podstawie Biuletynów Zintegrowanego Systemu Rolniczej Informacji Rynkowej MRiRW (por. strona internetowa www.minrol.gov.pl).

Aneks 5.6. Ceny mięsa wołowego^a w Polsce
w procentach cen w wybranych państwach UE-25/27^b
(usystematyzowane według wartości w I półroczu 2009 roku)

Wyszczególnienie	II półrocze 2004	2005	2006	2007	2008	I półrocze 2009
Grecja	52,4	59,8	61,6	59,3	64,1	55,2
Włochy	61,1	67,2	66,7	71,0	72,0	62,4
Portugalia	70,2	73,5	68,9	66,6	79,2	65,6
Finlandia	67,7	74,8	78,5	73,9	76,2	66,2
Hiszpania	71,3	74,2	69,3	70,6	81,9	68,7
Niemcy	71,6	75,3	77,8	81,1	82,9	69,4
Dania	71,0	77,9	76,0	79,0	81,6	69,7
Austria	70,7	75,1	78,2	79,9	83,5	70,0
UE	70,1	75,5	75,2	77,8	80,6	70,1
Francja	67,4	72,6	73,4	78,1	81,7	71,6
Słowenia	77,9	81,8	83,2	82,2	88,8	74,6
Wielka Brytania	68,5	78,2	77,9	76,1	78,5	75,9
Luksemburg	68,6	74,6	76,0	77,9	81,3	76,2
Holandia	78,4	82,5	81,8	84,8	89,2	76,3
Irlandia	77,1	82,5	83,3	84,5	79,6	77,6
Malta	59,9	66,1	67,0	65,8	72,5	80,0
Czechy	86,9	88,2	88,9	90,0	89,6	82,2
Słowacja	91,3	92,1	93,1	92,2	95,9	83,4
Belgia	81,9	86,4	82,6	83,8	89,2	84,9
Estonia	108,9	111,7	106,3	96,3	106,1	86,7
Szwecja	85,0	86,6	86,9	85,6	82,5	92,2
Litwa	132,2	110,2	110,7	124,1	105,6	100,9
Łotwa	138,1	134,1	139,1	133,5	119,5	164,2
Rumunia	.	.	.	125,4	126,7	167,6
Węgry	82,8	86,9	97,0	100,2	108,1	185,8

^a ceny referencyjne; ^b do 2006 roku dane dla UE-25, a w latach 2007-2009 dla UE-27

Źródło: obliczenia własne na podstawie Biuletynów Zintegrowanego Systemu Rolniczej Informacji Rynkowej MRiRW (por. strona internetowa www.minrol.gov.pl).

Aneks 5.7. Ceny mleka^a w Polsce w procentach cen w wybranych państwach UE-25/27^b (usystematyzowane według wartości w I półroczu 2009 roku)

Wyszczególnienie	II półrocze 2004	2005	2006	2007	2008	I półrocze 2009
Cypr	54,4	62,1	63,0	71,4	62,6	41,7
Finlandia	58,7	72,5	73,3	78,6	68,2	51,1
Grecja	59,6	68,9	72,7	76,4	71,2	54,0
Włochy	62,4	73,8	79,3	86,1	80,3	66,7
Austria	73,2	84,3	84,9	86,0	80,0	67,5
Hiszpania	70,6	82,1	85,8	87,4	81,1	68,0
Portugalia	65,5	87,2	92,8	96,1	84,3	68,0
UE	73,4	86,1	90,0	93,5	87,1	71,9
Słowenia	78,3	91,9	96,2	105,4	93,7	73,4
Dania	70,7	85,6	87,7	93,4	92,6	76,6
Bułgaria	.	.	.	118,0	97,7	80,5
Wielka Brytania	80,2	93,4	99,3	99,7	96,7	81,1
Szwecja	68,0	84,5	88,7	94,4	85,0	83,0
Holandia	68,8	86,8	91,4	90,0	85,4	85,0
Francja	66,3	81,3	86,8	95,3	84,8	86,2
Irlandia	73,2	87,6	93,4	86,1	96,5	86,8
Niemcy	73,2	87,0	94,3	90,6	92,2	87,1
Belgia	73,8	90,1	94,1	87,2	95,2	93,3
Czechy	86,1	92,0	94,5	100,2	92,0	95,0
Estonia	90,2	98,0	104,5	109,9	103,0	97,2
Węgry	85,5	97,6	107,7	104,5	96,0	99,5
Słowacja	93,8	101,3	101,6	102,1	94,3	105,0
Łotwa	121,8	117,5	108,2	112,0	110,3	109,4
Litwa	120,0	125,7	124,8	121,3	119,7	119,3

^a ceny referencyjne; ^b do 2006 roku dane dla UE-25, a w latach 2007-2009 dla UE-27

Źródło: obliczenia własne na podstawie Biuletynów Zintegrowanego Systemu Rolniczej Informacji Rynkowej MRiRW (por. strona internetowa www.minrol.gov.pl).

Aneks 5.8. Ceny mięsa drobiowego^a w Polsce
w procentach cen w wybranych państwach UE-25/27^b
(usystematyzowane według wartości w I półroczu 2009 roku)

Wyszczególnienie	II półrocze 2004	2005	2006	2007	2008	I półrocze 2009
Cypr	56,6	63,3	54,9	60,8	56,6	52,6
Niemcy	68,0	68,6	57,9	60,8	60,9	53,7
Finlandia	53,8	58,6	52,9	68,2	61,3	57,2
Grecja	61,4	67,5	59,2	97,0	65,4	57,4
Francja	59,8	67,3	58,6	65,3	63,0	59,7
Litwa	77,9	83,8	71,6	75,2	70,5	63,4
Włochy	74,5	83,5	66,0	67,5	71,3	64,0
Szwecja	56,6	64,8	60,3	74,4	68,5	65,4
Malta	66,0	72,7	61,4	78,5	79,0	65,6
Słowenia	57,6	64,5	59,1	72,7	71,0	66,6
Austria	58,8	64,3	56,3	71,9	73,4	67,1
Dania	71,8	70,9	66,2	78,6	69,6	67,2
Portugalia	63,7	79,2	66,0	78,2	82,8	68,7
Irlandia	57,9	65,7	60,1	77,1	78,1	70,5
Holandia	74,3	78,7	72,4	79,4	78,9	70,7
Słowacja	72,8	78,5	69,2	74,7	76,2	72,3
UE	70,9	77,2	67,9	75,9	77,1	72,5
Estonia	87,6	79,9	69,6	72,8	70,2	74,0
Czechy	80,1	82,0	78,5	84,1	70,1	74,1
Węgry	69,6	74,5	69,9	73,4	69,7	74,9
Hiszpania	68,9	78,5	61,7	72,7	82,3	76,2
Belgia	70,6	76,3	73,2	81,4	83,9	76,8
Łotwa	81,4	86,4	77,8	88,6	84,5	81,9
Bułgaria	.	.	.	96,5	87,5	82,3
Rumuna	.	.	.	76,5	81,0	85,3
Wielka Brytania	77,0	82,8	75,9	90,4	101,9	103,1

^a ceny referencyjne; ^b do 2006 roku dane dla UE-25, a w latach 2007-2009 dla UE-27

Źródło: obliczenia własne na podstawie Biuletynów Zintegrowanego Systemu Rolniczej Informacji Rynkowej MRiRW (por. strona internetowa www.minrol.gov.pl).

Aneks 5.9. Ceny jaj konsumpcyjnych^a w Polsce
w procentach cen w wybranych państwach UE-25/27^b
(usystematyzowane według wartości w I półroczu 2009 roku)

Wyszczególnienie	II półrocze 2004	2005	2006	2007	2008	I półrocze 2009
Cypr	62,7	67,2	80,2	81,1	70,7	62,2
Szwecja	53,9	61,5	62,6	66,3	64,4	63,9
Dania	59,2	62,6	68,3	76,7	75,7	65,2
Włochy	70,4	68,5	69,6	71,1	76,2	66,4
Irlandia	54,7	64,0	80,2	79,1	79,9	73,9
Grecja	72,5	77,7	90,5	92,3	90,4	78,7
Litwa	89,0	93,0	96,2	101,9	90,2	82,1
Słowenia	58,9	67,6	79,6	90,7	93,3	85,6
Austria	95,6	97,4	101,6	107,6	117,3	86,7
Rumunia	.	.	.	99,7	109,4	88,4
Łotwa	107,4	103,9	113,0	106,1	98,1	90,1
Finlandia	63,0	91,4	119,6	95,8	98,5	93,3
Słowacja	98,2	110,4	110,4	108,9	107,0	93,6
UE	98,0	96,1	97,8	98,3	105,9	93,8
Francja	115,4	109,2	111,0	106,4	119,6	95,5
Estonia	104,1	104,0	107,2	115,2	100,8	97,8
Portugalia	126,7	114,2	107,5	103,8	117,4	99,1
Hiszpania	150,2	126,1	116,0	108,3	116,2	99,3
Węgry	74,5	86,0	96,8	98,7	101,5	99,8
Bułgaria	.	.	.	111,8	114,6	100,8
Niemcy	122,5	108,2	108,9	106,3	121,2	102,3
Wielka Brytania	73,8	82,6	88,9	98,2	104,0	105,7
Czechy	94,6	104,2	110,9	109,2	108,8	106,6
Belgia	156,9	128,8	122,2	115,6	128,5	108,1
Malta	93,5	101,4	108,6	128,0	132,0	112,1
Holandia	130,7	112,4	108,5	114,5	151,3	130,6

^a ceny referencyjne; ^b do 2006 roku dane dla UE-25, a w latach 2007-2009 dla UE-27

Źródło: obliczenia własne na podstawie Biuletynów Zintegrowanego Systemu Rolniczej Informacji Rynkowej MRiRW (por. strona internetowa www.minrol.gov.pl).

Aneks 6.1. Porównanie cen producenta podstawowych produktów pochodzenia zwierzęcego przemysłu spożywczego w Polsce i w Niemczech

Produkty	Cena w Niemczech				Cena w Polsce	
	2002		2007		2002	2007
	euro/kg	zł/kg ^a	euro/kg	zł/kg ^a	zł/kg	zł/kg
Mięso wołowe świeże lub schłodzone	2,06	7,94	2,75	10,41	6,49	8,61
Pozostałe mięso wołowe w kawałkach	2,35	9,05	3,14	11,88	7,52	11,48
Mięso wieprzowe świeże lub schłodzone	1,58	6,08	1,62	6,13	7,24	5,39
Szynki i części z szynek (wieprzowe)	1,80	6,96	1,63	6,17	7,57	8,08
Inne mięso wieprzowe	1,77	6,82	1,95	7,38	7,24	7,17
Mięso z kurczaka, tuszki	1,81	6,98	2,03	7,68	3,93	4,79
Przetwory z mięsa czerwonego (kielbasy)	4,20	16,21	4,25	16,08	8,07	9,28
Przetwory z mięsa czerwonego (szynki)	4,54	17,50	2,74	10,37	11,80	12,77
Przetwory drobiowe	3,58	13,80	3,54	13,39	7,30	8,16
Filety z ryb świeżych	6,17	23,79	6,92	26,95	11,17	11,84
Filety z ryb mrożonych	3,73	14,39	2,81	10,63	11,58	15,11
Przetwory rybne	3,06	11,80	3,01	11,39	7,43	10,15
Mleko spożywcze o zawartości tłuszczu do 1% ^b	0,20	0,78	0,25	0,95	0,73	0,97
Mleko spożywcze o zawartości tłuszczu 1-6% ^b	0,42	1,62	0,42	1,59	1,12	1,54
Śmietana ^b	1,50	5,78	1,44	5,45	4,23	5,19
Masło	3,04	11,72	3,30	12,49	8,02	10,53
Sery świeże	1,86	7,18	1,82	6,89	6,70	7,52
Sery dojrzewające	3,28	12,63	3,16	11,96	9,67	12,86

^a cena w euro przeliczona średniorocznym kursem publikowanym przez NBP;

^b cena w zł lub euro za litr

Źródło: obliczenia własne na podstawie niepublikowanych danych GUS oraz Statistisches Jahrbuch über Ernährung Landwirtschaft und Forsten 2003, 2008.

Aneks 6.2. Porównanie cen producenta podstawowych produktów pochodzenia roślinnego przemysłu spożywczego w Polsce i w Niemczech

Produkty	Cena w Niemczech				Cena w Polsce	
	2002		2007		2002	2007
	euro/kg	zł/kg ^a	euro/kg	zł/kg ^a	zł/kg	zł/kg
Olej rzepakowy surowy	0,40	1,53	0,55	2,08	2,14	2,47
Olej rzepakowy rafinowany	0,46	1,77	0,67	2,54	2,47	2,65
Margaryny	1,48	5,73	1,53	5,79	3,30	3,99
Makuchy rzepakowe	0,12	0,47	0,12	0,45	0,35	0,46
Mąka pszenna	0,22	0,85	0,28	1,06	0,79	0,99
Kasze, płatki, grysiki pszenne	0,32	1,25	0,37	1,40	1,17	1,19
Mieszanki do wytwarzania wyrobów piekarniczych	1,91	7,36	2,19	8,29	7,99	6,13
Pasze dla zwierząt hodowlanych	0,17	0,67	0,20	0,76	0,95	1,06
Karma dla psów	1,01	3,89	0,95	3,59	.	2,64
Pieczywo świeże	1,65	6,34	1,70	6,43	3,04	2,93
Makaron	1,04	4,01	1,22	4,62	3,35	3,11
Cukier biały	0,64	2,45	0,64	2,42	1,85	2,22
Skrobia ziemniaczana	.	.	0,41	1,55	1,47	2,18
Koncentrat jabłkowy	0,81	3,13	1,08	4,09	2,96	4,73
Dżemy, marmolady, konfitury z cytrusów	1,56	6,00	2,24	8,48	5,62	4,68
Dżemy, marmolady z innych owoców	1,61	6,19	2,22	8,40	4,89	4,21

^a cena w euro przeliczona średniorocznym kursem publikowanym przez NBP

Źródło: obliczenia własne na podstawie niepublikowanych danych GUS oraz Statistisches Jahrbuch über Ernährung Landwirtschaft und Forsten 2003, 2008.

Aneks 6.3. Porównanie cen producenta produktów wysoko przetworzonych
w Polsce i w Niemczech

Wyszczególnienie	Ceny w Niemczech				Ceny w Polsce	
	2002		2007		2002	2007
	euro/kg	zł/kg ^a	euro/kg	zł/kg ^a	zł/kg	zł/kg
Jogurt z dodatkami	1,17	4,51	1,30	4,92	3,48	4,23
Lody ^b	1,75	6,75	1,96	7,42	4,35	4,71
Żywność preparowana otrzymana przez prażenie lub spęcznienie zbóż	2,17	8,37	1,75	6,62	10,58	9,76
Frytki	0,56	2,16	0,62	2,35	2,50	3,10
Chipsy	2,71	10,45	2,70	10,22	14,83	14,20
Ziemniaki suszone w postaci mąk, płatków i grysików	0,91	3,51	0,93	3,52	3,86	4,55
Sok pomarańczowy ^b	0,58	2,24	0,77	2,91	1,80	2,32
Sok jabłkowy ^b	0,41	1,58	0,49	1,85	1,47	1,72
Ogórki konserwowe	0,92	3,55	0,97	3,67	2,75	2,93
Czekolada nadziewana	4,67	18,01	4,08	15,44	15,17	13,22
Czekolada biała	3,99	15,38	4,01	15,17	7,94	10,59
Czekoladki	7,59	29,26	7,69	29,10	19,01	19,11
Karmelki	2,29	8,83	3,44	13,02	7,28	8,22
Kakao sypkie bez cukru	1,89	7,29	0,96	3,63	8,27	7,17
Keczup	1,29	4,97	1,10	4,16	3,20	4,42
Majonez	1,44	5,55	1,77	6,70	5,66	6,94
Zupy i buliony	2,86	11,03	2,93	11,09	13,97	10,67
Drożdże	0,74	2,85	0,68	2,57	2,33	2,17
Przyprawy	6,14	23,67	3,89	14,72	16,23	17,13
Suchary i tosty	1,90	7,33	2,21	8,36	5,13	5,08
Biszkopty i herbatniki z kakao	3,74	14,42	3,33	12,60	9,51	9,62
Biszkopty i herbatniki bez kakao	2,33	8,98	2,34	8,85	6,30	7,16
Wafle i gofry bez kakao	2,20	8,48	1,98	7,49	6,67	11,31
Kawa palona	2,29	8,83	1,80	6,81	8,65	12,59
Wody mineralne ^b	0,21	0,81	0,19	0,72	0,51	0,55
Napoje owocowe pitne ^b	0,54	2,08	0,51	1,93	1,34	1,34
Nektary owocowe ^b	0,51	1,97	0,58	2,19	2,06	1,68
Napoje gazowane słodzone ^b	0,47	1,81	0,39	1,48	0,86	1,05

^a cena w euro przeliczona średniorocznym kursem publikowanym przez NBP;

^b cena w zł lub euro za litr

Źródło: obliczenia własne na podstawie niepublikowanych danych GUS oraz Statistisches Jahrbuch über Ernährung Landwirtschaft und Forsten 2003, 2008.

Aneks 7.1. Eksport mięsa wołowego, wieprzowego i przetworów wieprzowych, w tym eksport subsydiowany

Wyszczególnienie	Ilość (w tys. ton)						Wartość (w mln zł)					
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Eksport mięsa wołowego i cielęcego (CN 0201, 0202) ogółem	44,1	67,1	118,2	160,9	171,0	195,5	277,3	555,2	1 081,8	1 483,7	1 569,4	1 899,4
w tym: do UE-15/25/27 ^a	19,6	53,7	101,9	152,7	164,7	183,7	168,9	485,3	978,6	1 435,3	1 535,7	1 814,9
do pozostałych krajów	24,5	13,4	16,3	8,2	6,3	11,8	108,4	70,0	103,2	48,4	33,7	84,5
Eksport subsydiowany	0,0	3,8	14,7	8,0	6,8	7,7	×	×	×	×	×	×
Subsidia eksportowe	×	×	×	×	×	×	0,0	11,1	47,0	21,0	14,4	9,1
Udział eksportu subsydiowanego w eksporcie do pozostałych krajów (w proc.)	0,0	28,4	90,2	98,0	108,0 ^b	65,3	×	×	×	×	×	×
Udział subsydiów w wartości eksportu do pozostałych krajów (w proc.)	×	×	×	×	×	×	0,0	15,8	45,5	43,4	42,7	10,7
Eksport mięsa wieprzowego (CN 0203) ogółem	199,7	147,1	159,9	230,3	210,2	244,0	702,7	774,0	992,8	1 394,7	1 210,2	1 424,2
w tym: do UE-15/25/27 ^a	10,7	43,0	85,2	147,9	175,5	113,5	86,0	327,2	590,2	936,0	1 020,6	774,8
do pozostałych krajów	189,0	104,1	74,7	82,4	34,7	130,5	616,7	446,8	402,6	458,7	189,6	649,4
Eksport subsydiowany	39,7	19,9 ^c	0,0	0,0	0,0	70,3	×	×	×	×	×	×
Subsidia eksportowe	×	×	×	×	×	×	91,4	39,7	0,0	0,0	0,0	72,5
Udział eksportu subsydiowanego w eksporcie do pozostałych krajów (w proc.)	21,0	×	0,0	0,0	0,0	53,9	×	×	×	×	×	×
Udział subsydiów w wartości eksportu do pozostałych krajów (w proc.)	×	×	×	×	×	×	14,8	×	0,0	0,0	0,0	11,2
Eksport kielbas (CN 1601 00) ogółem	7,5	11,2	16,7	23,1	25,8	31,5	54,3	104,6	132,3	181,1	224,0	281,0
w tym: do UE-15/25/27 ^a	1,4	6,5	13,6	19,4	22,7	29,0	25,9	81,1	121,0	170,7	212,8	267,5
do pozostałych krajów	6,1	4,7	3,1	3,7	3,1	2,5	28,4	23,5	11,3	10,4	11,2	13,5
Eksport subsydiowany	0,0	0,08	0,6	0,6	0,6	0,1	×	×	×	×	×	×
Subsidia eksportowe	×	×	×	×	×	×	0,0	0,06	0,4	0,3	0,3	0,1
Udział eksportu subsydiowanego w eksporcie do pozostałych krajów (w proc.)	0,0	1,7	18,9	16,2	19,3	4,0	×	×	×	×	×	×
Udział subsydiów w wartości eksportu do pozostałych krajów (w proc.)	×	×	×	×	×	×	0,0	0,2	3,5	3,0	3,6	0,7

Cd. aneksu 7.1.

Wyszczególnienie	Ilość (w tys. ton)					Wartość (w mln zł)						
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Eksport wieprzowiny przetworzonej ^d	8,5	7,8	14,1	18,7	23,9	28,6	117,3	117,9	205,1	239,8	288,2	307,8
w tym: do UE-15/25/27 ^a	3,2	3,3	5,4	10,2	14,3	19,0	49,2	51,5	71,0	125,6	149,4	199,1
do pozostałych krajów	5,3	4,5	8,7	8,5	9,6	9,6	68,1	66,4	134,1	114,2	138,8	108,7
Eksport subsydiowany	0,0	0,01	4,1	8,0	5,5	10,2	×	×	×	×	×	×
Subsidia eksportowe	×	×	×	×	×	×	0,0	0,02	5,2	8,9	6,0	10,1
Udział eksportu subsydiowanego w eksporcie do pozostałych krajów (w proc.)	0,0	0,2	47,1	94,5	57,3	106,2 ^e	×	×	×	×	×	×
Udział subsydiów w wartości eksportu do pozostałych krajów (w proc.)	×	×	×	×	×	×	0,0	0,03	3,9	7,8	4,3	9,3

^a w 2003 roku dane dla UE-15, w latach 2004-2006 dla UE-25, w 2007 roku dla UE-27; ^b dane dotyczą udziału eksportu subsydiowanego w eksporcie do krajów trzecich i odnoszą się do wywozu zrealizowanego w latach wcześniejszych, a wypłata refundacji nastąpiła dopiero w 2007 roku; ^c eksport półtuszy wieprzowiny z dopłatami zrealizowany w okresie 01.01. - 30.04.2004 r., finansowany z budżetu krajowego. Stanowił on 80% eksportu tego asortymentu mięsa w analizowanym okresie, ^d asortymenty wieprzowiny przetworzonej: CN 1602 41 10, 1602 42 10, 1602 49 19, ^e dane dotyczą udziału eksportu subsydiowanego w eksporcie do krajów trzecich i odnoszą się do wywozu zrealizowanego w latach wcześniejszych, a wypłata refundacji nastąpiła dopiero w 2007 roku

Źródło: obliczenia własne na podstawie danych Centrum Informatyki Handlu Zagranicznego (CIHZ), Centrum Analitycznego Administracji Celnej (CAAC), Ministerstwa Finansów (MF) i Agencji Rynku Rolnego (ARR).

Aneks 7.2. Eksport jaj, w tym eksport subsydiowany

Wyszczególnienie	Ilość						Wartość (w mln zł)					
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Eksport jaj wylęgowych (CN 0407 00 19) ogółem (w mln szt.)	8,6	13,1	18,8	16,0	23,3	39,1	4,1	7,5	14,6	10,9	17,5	29,4
w tym: do UE-15/25/27 ^a	0,4	2,1	5,4	2,2	6,8	25,2	0,2	1,5	4,3	2,0	5,4	18,4
do pozostałych krajów	8,2	11,0	13,4	13,8	16,5	13,9	3,9	6,0	10,3	8,9	12,1	11,0
Eksport subsydiowany (w mln szt.)	0,0	0,0	9,3	14,1	15,0	16,6	×	×	×	×	×	×
Subsidia eksportowe	×	×	×	×	×	×	0,0	0,0	0,3	0,4	0,3	0,6
Udział eksportu subsydiowanego w eksporcie do pozostałych krajów (w proc.)	0,0	0,0	69,4	102,2 ^b	90,9	119,4 ^c	×	×	×	×	×	×
Udział subsydiów w wartości eksportu do pozostałych krajów (w proc.)	×	×	×	×	×	×	0,0	0,0	2,9	4,5	2,5	5,4
Eksport jaj konsumpcyjnych (CN 0407 00 30) ogółem (w tys. ton)	24,5	27,2	49,7	57,1	86,4	120,4	84,9	78,1	130,1	193,4	298,1	399,0
w tym: do UE-15/25/27 ^a	22,9	25,5	48,5	56,1	86,0	119,8	78,2	70,6	125,8	190,1	296,5	396,7
do pozostałych krajów	1,6	1,7	1,2	1,0	0,4	0,6	6,7	7,5	4,3	3,3	1,6	2,3
Eksport subsydiowany (w tys. ton)	0,0	0,0	0,1	0,02	0,0	0,0	×	×	×	×	×	×
Subsidia eksportowe	×	×	×	×	×	×	0,0	0,0	0,01	0,01	0,0	0,0
Udział eksportu subsydiowanego w eksporcie do pozostałych krajów (w proc.)	0,0	0,0	8,6	2,0	0,0	0,0	×	×	×	×	×	×
Udział subsydiów w wartości eksportu do pozostałych krajów (w proc.)	×	×	×	×	×	×	0,0	0,0	0,3	0,3	0,0	0,0

^a w 2003 roku dane dla UE-15, w latach 2004-2006 dla UE-25, w 2007 roku dla UE-27; ^b dane dotyczą udziału eksportu subsydiowanego w eksporcie do krajów trzecich i odnoszą się do wywozu zrealizowanego w latach wcześniejszych, a wypłata refundacji nastąpiła dopiero w 2006 roku, ^c dane dotyczą udziału eksportu subsydiowanego w eksporcie do krajów trzecich i odnoszą się do wywozu zrealizowanego w latach wcześniejszych, a wypłata refundacji nastąpiła dopiero w 2008 roku

Źródło: obliczenia własne na podstawie danych CIHZ, CAAC, MF i ARR.

Aneks 7.3. Eksport żywego drobiu i mięsa drobiowego, w tym eksport subsydiowany

Wyszczególnienie	Ilość						Wartość (w mln zł)					
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Eksport drobiu żywego (CN 0105) ogółem (w mln szt.)	12,9	25,9	35,0	42,4	44,4	42,0	30,4	45,6	59,9	68,9	72,1	73,3
w tym: do UE-15/25/27 ^a do pozostałych krajów	3,2	2,1	6,1	5,1	5,1	3,6	16,2	8,3	12,3	10,3	12,2	16,8
Eksport subsydiowany (w mln szt.)	9,7	23,8	28,9	37,3	39,3	38,4	14,2	37,3	47,6	58,6	59,9	56,5
Subsidia eksportowe	0,0	4,7	22,4	32,7	33,4	16,8	×	×	×	×	×	×
Udział eksportu subsydiowanego w eksporcie do pozostałych krajów (w proc.)	×	×	×	×	×	×	0,0	0,2	0,7	1,1	0,9	0,7
Udział subsydiów w wartości eksportu do pozostałych krajów (w proc.)	0,0	19,7	77,5	87,7	85,0	43,7	×	×	×	×	×	×
Eksport mięsa drobiowego (CN 0207) ogółem (w tys. ton)	×	×	×	×	×	×	0,0	0,5	1,5	1,9	1,5	1,2
w tym: do UE-15/25/27 ^a do pozostałych krajów	100,7	115,1	174,1	199,7	232,2	275,9	953,8	1 084,6	1 518,8	1 643,9	2 207,3	2 263,2
Eksport subsydiowany (w tys. ton)	64,7	84,1	137,2	160,8	198,4	235,3	840,9	953,3	1 383,6	1 526,1	2 072,3	2 131,3
Subsidia eksportowe	35,3	31,0	36,9	38,9	33,8	40,6	109,3	108,2	135,2	117,8	135,0	131,9
Udział eksportu subsydiowanego w eksporcie do pozostałych krajów (w proc.)	0,0	0,04	0,7	0,4	1,2	0,4	×	×	×	×	×	×
Udział subsydiów w wartości eksportu do pozostałych krajów (w proc.)	×	×	×	×	×	×	0,0	0,08	1,2	0,6	1,7	0,7
	0,0	0,2	1,9	1,0	3,5	1,0	×	×	×	×	×	×
	×	×	×	×	×	×	0,0	0,1	0,1	0,5	1,2	0,5

^a w 2003 roku dane dla UE-15, w latach 2004-2006 dla UE-25, w 2007 roku dla UE-27

Źródło: obliczenia własne na podstawie danych CIHZ, CAAC, MF i ARR.

Aneks 7.4. Eksport produktów mleczarskich, w tym eksport subsydiowany

Wyszczególnienie	Ilość (w tys. ton)						Wartość (w mln zł)					
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Eksport masła (CN 0405) ogółem	9,2	27,6	36,8	24,1	32,2	30,5	83,5	304,2	347,9	173,4	336,2	273,9
w tym: do UE-15/25/27 ^a	8,9	23,5	27,3	9,7	22,9	27,3	80,4	273,5	285,7	90,3	274,2	243,0
do pozostałych krajów	0,3	4,1	9,5	14,4	9,3	3,2	3,1	30,7	62,2	83,1	62,0	30,9
Eksport subsydiowany	0,0	1,0	8,4	14,1	10,3	0,2	×	×	×	×	×	×
Subsidia eksportowe	×	×	×	×	×	×	0,0	7,2	44,7	56,5	39,4	0,6
Udział eksportu subsydiowanego w eksporcie do pozostałych krajów (w proc.)	0,0	24,4	88,4	98,0	110,7 ^b	6,2	×	×	×	×	×	×
Udział subsydiów w wartości eksportu do pozostałych krajów (w proc.)	×	×	×	×	×	×	0,0	23,4	72,0	68,0	51,1	1,9
Eksport OMP i PMP (CN 040210 i 040221) ogółem	103,2	119,6	143,3	102,4	90,4	114,5	624,1	902,7	1 089,9	818,8	1 045,4	916,8
w tym: do UE-15/25/27 ^a	21,6	69,7	90,8	87,8	62,1	79,7	131,6	549,7	713,8	710,3	689,3	176,4
do pozostałych krajów	81,6	49,9	52,5	14,6	28,3	34,8	492,5	353,0	376,1	108,5	356,1	740,4
Eksport subsydiowany	19,6	13,5	54,2	18,4	0,2	0,1	×	×	×	×	×	×
Subsidia eksportowe	×	×	×	×	×	×	13,7	23,4	82,1	17,1	0,1	0,4
Udział eksportu subsydiowanego w eksporcie do pozostałych krajów (w proc.)	24,0	27,0	103,4 ^b	126,1 ^b	0,7	0,3	×	×	×	×	×	×
Udział subsydiów w wartości eksportu do pozostałych krajów (w proc.)	×	×	×	×	×	×	2,8	6,6	22,0	15,8	0,02	0,05
Eksport serów (CN 0406) ogółem	52,0	81,3	104,5	120,6	133,4	153,2	518,3	868,8	1 101,6	1 240,0	1 404,2	1 659,9
w tym: do UE-15/25/27 ^a	12,6	52,5	79,8	95,8	107,1	127,9	130,6	603,6	871,6	982,5	1 115,5	1 351,2
do pozostałych krajów	39,4	28,8	24,7	24,8	26,3	25,3	387,7	265,2	230,0	257,5	288,7	308,7
Eksport subsydiowany	0,0	0,4	5,4	8,7	10,2	0,2	×	×	×	×	×	×
Subsidia eksportowe	×	×	×	×	×	×	0,0	1,3	9,1	11,3	7,3	0,3
Udział eksportu subsydiowanego w eksporcie do pozostałych krajów (w proc.)	0,0	1,5	21,9	35,1	38,4	0,8	×	×	×	×	×	×
Udział subsydiów w wartości eksportu do pozostałych krajów (w proc.)	×	×	×	×	×	×	0,0	0,5	4,0	4,4	2,5	0,1

^a w 2003 roku dane dla UE-15, w latach 2004-2006 dla UE-25, w 2007 roku dla UE-27; ^b dane dotyczą udziału eksportu subsydiowanego w eksporcie do krajów trzecich i odnoszą się do wywozu zrealizowanego w latach wcześniejszych, a wypłata refundacji nastąpiła w kolejnych latach po dostarczeniu wymaganych dokumentów

Źródło: obliczenia własne na podstawie danych CIHZ, CAAC, MF i ARR.

Aneks 7.5. Eksport cukru, w tym eksport subsydiowany

Wyszczególnienie	Ilość (w tys. ton)						Wartość (w mln zł)					
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Eksport cukru białego (CN 1701) ogółem	425,6	428,3	656,9	702,0	346,8	402,7	384,3	730,0	743,3	876,2	523,4	563,6
w tym: do UE-15/25/27 ^a	24,4	208,1	111,9	79,4	181,2	248,2	27,1	536,3	280,5	198,6	372,5	430,6
do pozostałych krajów	401,2	220,2	545,0	622,6	165,6	154,5	357,2	193,7	462,8	677,6	150,9	133,0
Eksport subsydiowany	24,9	34,7	97,4	275,7	148,6	210,6	×	×	×	×	×	×
Subsidia eksportowe	×	×	×	×	×	×	22,9	72,9	173,7	401,0	197,9	264,4
Udział eksportu subsydiowanego w eksporcie do pozostałych krajów (w proc.)	6,2	15,8	17,9	44,3	89,7	136,3	×	×	×	×	×	×
Udział subsydiów w wartości eksportu do pozostałych krajów (w proc.)	×	×	×	×	×	×	6,4	37,6	37,5	59,2	131,1	198,8
Subsidia do eksportu pozostałych produktów sektora cukrowniczego:												
- cukru zawartego w przetworzonych owocach	0,0	0,6	11,5	14,3	10,1	7,4	0,0	0,4	7,2	7,4	4,6	3,8
- syropu glukozowego i izoglukozowego	0,0	0,0	0,1	0,8	0,4	0,3	0,0	0,0	0,1	0,5	0,2	0,2
- syropu cukrowego	0,0	0,0	0,1	0,3	0,03	0,0	0,0	0,0	0,1	0,2	0,02	0,0

^a w 2003 roku dane dla UE-15, w latach 2004-2006 dla UE-25, w 2007 roku dla UE-27

Źródło: obliczenia własne na podstawie danych CIHZ, CAAC, MF i ARR.

Aneks 7.6. Eksport skrobi ziemniaczanej, pszenicy i mąki, w tym eksport subsydiowany

Wyszczególnienie	Ilość (w tys. ton)						Wartość (w mln zł)					
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Eksport skrobi ziemniaczanej (CN 1108 13) ogółem	46,3	60,6	58,9	44,1	23,5	31,5	57,7	90,9	65,9	57,9	49,9	52,1
w tym: do UE-15/25/27 ^a	8,3	14,5	5,1	2,1	2,6	10,1	10,1	23,8	6,8	3,5	5,8	16,1
do pozostałych krajów	38,0	46,1	53,8	42,0	20,9	21,4	47,6	67,1	59,1	54,4	44,1	36,0
Eksport subsydiowany	33,9	23,1 ^b	40,3	53,3	15,6	5,6	×	×	×	×	×	×
Subsidia eksportowe	×	×	×	×	×	×	14,8	9,3 ^b	9,3	12,9	2,1	0,3
Udział eksportu subsydiowanego w eksporcie do pozostałych krajów (w proc.)	89,2	50,1	75,0	126,9 ^c	74,6	26,2	×	×	×	×	×	×
Udział subsydiów w wartości eksportu do pozostałych krajów (w proc.)	×	×	×	×	×	×	31,1	13,9	15,7	23,7	4,8	0,8
Eksport pszenicy (CN 1001) ogółem	559,8	191,8	454,8	660,5	335,7	375,4	264,3	93,8	182,1	328,1	270,4	261,8
w tym: do UE-15/25/27 ^a	33,8	33,8	155,1	154,6	164,1	229,3	18,0	18,7	69,7	75,3	137,0	153,5
do pozostałych krajów	526,0	158,0	299,7	505,9	171,6	146,1	246,3	75,1	112,4	252,8	133,4	108,3
Eksport subsydiowany	0,0	0,0	52,5	53,6	3,6	0,0	×	×	×	×	×	×
Subsidia eksportowe	×	×	×	×	×	×	0,0	0,0	1,4	1,1	0,07	0,0
Udział eksportu subsydiowanego w eksporcie do pozostałych krajów (w proc.)	0,0	0,0	17,5	10,6	1,9	0,0	×	×	×	×	×	×
Udział subsydiów w wartości eksportu do pozostałych krajów (w proc.)	×	×	×	×	×	×	0,0	0,0	1,2	0,4	0,05	0,0
Eksport mąki (CN 1101, 1102) ogółem	10,6	7,2	16,8	13,2	15,0	35,2	8,6	7,1	12,9	11,2	19,8	41,3
w tym: do UE-15/25/27 ^a	0,7	1,7	12,7	12,2	14,1	32,4	0,6	1,9	9,6	9,7	18,3	37,7
do pozostałych krajów	9,9	5,5	4,1	1,0	0,9	2,8	8,0	5,2	3,3	1,5	1,5	3,6
Eksport subsydiowany	0,0	0,0	0,5	1,6	0,03	0,0	×	×	×	×	×	×
Subsidia eksportowe	×	×	×	×	×	×	0,0	0,0	0,03	0,05	0,01	0,0
Udział eksportu subsydiowanego w eksporcie do pozostałych krajów (w proc.)	0,0	0,0	12,2	160,0 ^c	3,3	0,0	×	×	×	×	×	×
Udział subsydiów w wartości eksportu do pozostałych krajów (w proc.)	×	×	×	×	×	×	0,0	0,0	0,9	3,3	0,0	0,0

^a w 2003 roku dane dla UE-15, w latach 2004-2006 dla UE-25, w 2007 roku dla UE-27; ^b w 2004 r. (do 30 kwietnia) eksport z subsydiami skrobi ziemniaczanej realizowany był zgodnie z regulacjami krajowymi, a od 1 maja finansowany był z budżetu UE; ^c dane odnoszą się do wywozu zrealizowanego w latach wcześniejszych, a wypłata refundacji nastąpiła dopiero w 2006 roku

Źródło: obliczenia własne na podstawie danych CIHZ, CAAC, MF i ARR.

Aneks 7.7. Eksport świeżych owoców i warzyw, w tym eksport subsydiowany

Wyszczególnienie	Ilość (w tys. ton)						Wartość (w mln zł)					
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Eksport jabłek (CN 0808 10) ogółem	352,6	433,5	426,3	398,4	434,5	407,3	267,7	415,0	372,0	375,3	492,1	471,9
w tym: do UE-15/25/27 ^a	16,2	141,4	95,9	186,7	192,0	217,2	18,7	165,3	98,1	221,7	287,9	293,2
do pozostałych krajów	336,4	292,1	330,4	211,7	242,5	190,1	249,0	249,7	273,9	153,6	204,2	178,7
Eksport subsydiowany	0,0	0,2	48,6	53,6	71,0	9,0	×	×	×	×	×	×
Subsidia eksportowe	×	×	×	×	×	×	0,0	0,03	6,6	6,9	6,8	0,8
Udział eksportu subsydiowanego w eksporcie do pozostałych krajów (w proc.)	0,0	0,07	14,7	25,3	29,3	4,7	×	×	×	×	×	×
Udział subsydiów w wartości eksportu do pozostałych krajów (w proc.)	×	×	×	×	×	×	0,0	0,01	2,4	4,5	3,3	0,5
Eksport pomidorów (CN 0702 00) ogółem	41,2	44,8	63,6	56,5	74,6	87,2	97,0	94,5	180,6	178,3	226,0	220,2
w tym: do UE-15/25/27 ^a	14,2	36,5	50,3	50,8	60,2	69,4	47,3	80,8	159,2	169,2	195,5	195,0
do pozostałych krajów	27,0	8,3	13,3	5,7	14,4	17,8	49,7	13,7	21,4	9,1	30,5	25,2
Eksport subsydiowany	0,0	0,0	0,3	1,2	0,2	0,0	×	×	×	×	×	×
Subsidia eksportowe	×	×	×	×	×	×	0,0	0,0	0,04	0,1	0,01	0,0
Udział eksportu subsydiowanego w eksporcie do pozostałych krajów (w proc.)	0,0	0,0	2,2	21,0	1,4	0,0	×	×	×	×	×	×
Udział subsydiów w wartości eksportu do pozostałych krajów (w proc.)	×	×	×	×	×	×	0,0	0,0	0,2	1,1	0,03	0,0

^a w 2003 roku dane dla UE-15, w latach 2004-2006 dla UE-25, w 2007 roku dla UE-27

Źródło: obliczenia własne na podstawie danych CIHZ, CAAC, MF i ARR.

Literatura

1. Ambroziak Ł., *Analiza zmian w handlu artykułami rolno-spożywczymi nowych państw członkowskich po akcesji do UE* (red. I. Szczepaniak, R. Urban), seria Program Wieloletni 2005-2009, Raport nr 130, IERiGŻ-PIB, Warszawa 2009.
2. Ambroziak Ł., *Analiza zmian w handlu artykułami rolno-spożywczymi nowych państw członkowskich w 2008 roku*, materiał niepublikowany, IERiGŻ-PIB, Warszawa 2009.
3. Ansoff H.J., *Zarządzanie strategiczne*, PWE, Warszawa 1985.
4. Arend A., *Źródła przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw sfery agrobiznesu*, „Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu” 2006, nr 1118, t. 1, s. 31-36.
5. Babicz-Zielińska E., *Rola konsumenckiej oceny jakości produktów żywnościowych w warunkach konkurencji*, „Biuletyn Naukowy UWM” 2003, nr 20, s. 151-155.
6. Bywalec C., *Konsumpcja w teorii i praktyce gospodarowania*, PWN, Warszawa 2007.
7. Chechelski P., *Ocena globalizacji łańcucha żywnościowego w Polsce*, „Roczniki Naukowe SERiA” 2009, t. XI, z. 3, s. 55-60.
8. Chechelski P., *Wpływ procesów globalizacji na polski przemysł spożywczy*, „Studia i Monografie”, nr 145, IERiGŻ-PIB, Warszawa 2008.
9. *Data & Trends of the European Food and Drink Industry*, CIAA, Brussels 2006.
10. *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2004-2006*, GUS, Warszawa 2008.
11. Gburczyk S., Rowiński J., *Polskie rolnictwo wobec wyzwań przyszłości*, „Nowe Życie Gospodarcze” 2006, nr 10, dodatek specjalny IERiGŻ-PIB: *Polska wieś i rolnictwo po dwóch latach w Unii Europejskiej*, s. 23.
12. *GDA Nutrition Labels Gaining Ground Throughout Europe, Survey Shows*, http://www.ciaa.be/documents/press_releases/pr_20080702-2.pdf, 02.07.2008 r.
13. Gędek S., *Analiza powiązań pomiędzy cenami wieprzowiny na rynku polskim i wybranych rynkach krajów Unii Europejskiej*, „Roczniki Naukowe SERiA” 2009, t. XI, z. 3, s. 92-96.
14. Gomułka M., *Czy branże usługowe w Polsce są mniej innowacyjne od przemysłowych?* [w:] *Polska. Raport o konkurencyjności 2008. Konkurencyjność sektora usług* (red. M.A. Weresa), SGH, Warszawa 2008.

15. Goraj L., *Analiza porównawcza gospodarstw rolnych pod względem głównych parametrów techniczno-ekonomicznych. Polska na tle innych krajów UE* [w:] *Rozwój rolnictwa, gospodarki żywnościowej i obszarów wiejskich Polski w Unii Europejskiej* (red. S. Zięba, A. Kowalski), Almamer, IERiGŻ-PIB, Warszawa 2007.
16. Gorynia M., *Międzynarodowa konkurencyjność polskich przedsiębiorstw – wyniki badań empirycznych*, PTE, Warszawa 2001.
17. Góralczyk M., *Jakość produktów spożywczych determinantą konsumpcji – studium przypadku*, „Problemy Jakości” 2006, nr 11, s. 44-46.
18. Góralczyk M., *Konsumenckie uwarunkowania spożycia wyrobów mięsnych*, „Marketing i Rynek” 2006b, nr 7, s. 26-32.
19. Górska-Warsewicz H., *Konsumencka ocena jakości*, „Przemysł Spożywczy” 2001, nr 12, s. 35-37.
20. Grubel H.G., Lloyd P.J., *Intra-Industry Trade: the Theory and Measurement of Intra-Industry Trade in Differentiated Products*, Macmillan, London 1975, s. 85-101.
21. Grzebiech A., *Cel biznesowy określa strukturę organizacji*, „Harvard Business Review, Polska” 2009, luty.
22. Grzybowska-Brzezińska M., *Marketingowe aspekty jakości produktów spożywczych*, „Marketing i Rynek” 2008, nr 6, s. 26-32.
23. Grzybowska B., Juchniewicz M., *Czynniki determinujące zachowania nabywców produktów żywnościowych*, „Prace Naukowe Katedry Polityki Agrarnej i Marketingu SGGW” 2005, nr 34, s. 145-154.
24. Haffer R., *Systemy zarządzania jakością w budowaniu przewag konkurencyjnych przedsiębiorstw*, Wydawnictwo Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń 2003.
25. Hamulczuk M., *Powiązania cen wieprzowiny w Polsce z cenami europejskimi*, „Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu” 2006, nr 1118, t. 1, s. 299-304.
26. Hinrichs C.C., *The Practice and Politics of Food Systems Localization*, “Journal of Rural Studies” 2003, vol. 19, s. 33-45.
27. Hofstede G., *Globalisation, Culture & Networks* [w:] *Dynamics in Chains and Networks* (red. H. Bremmers, S. Omta, J. Trienekens, E. Wubben), Wageningen Academic Publishers, Ede (Holandia) 2004.
28. Holt G., Amilien V., *Introduction: from local food to localised food*, “Anthropology of Food” 2007, March, <http://aof.revues.org>.
29. *Industrial Structure Statistics*, OECD, Paris 1996.

30. Juchniewicz M., *Innowacyjność przedsiębiorstw przemysłu spożywczego w kontekście innowacyjności sektora niskiej techniki*, „Roczniki Naukowe SERiA” 2009, t. XI, z. 1, s. 163-167.
31. Juchniewicz M., *Rynek żywca wieprzowego w Polsce po wstąpieniu do Unii Europejskiej*, „Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu” 2005, nr 1070, t. 1, s. 371-376.
32. Juchniewicz M., Grzybowska B., *Innowacyjność przedsiębiorstw przemysłu spożywczego w Polsce w ujęciu regionalnym*, „Roczniki Naukowe SERiA” 2007, t. IX, z. 3, s. 98-102.
33. *Kierunki zwiększania innowacyjności gospodarki na lata 2007-2013*, Ministerstwo Gospodarki, Departament Rozwoju Gospodarki, Warszawa 2006.
34. Kłósiewicz U., Słomińska B., *Rynek artykułów spożywczych w Polsce*, Wyd. Instytut Rynku Wewnętrznego i Konkurencji, Warszawa 1998.
35. Lennernäs M., Fjellström C., *Influences on food choice perceived to be important by nationally-representative samples of adults in the European Union*, “European Journal of Clinical Nutrition” 1997, vol. 51, s. 8-15.
36. Luning P., Marcelis W., *Food Quality Management and Innovation [w:] Innovation in Agri-Food Systems* (red. W. Jongen, M. Meulenberg), Wageningen Academic Publishers, Ede (Holandia) 2005.
37. Luning P.A., Marcelis W.J., Jongen W.M.F., *Zarządzanie jakością żywności – ujęcie techniczno-menedżerskie*, Wydawnictwo Naukowo-Techniczne, Warszawa 2005.
38. Marshall A., *Principles of Economics*, Macmillan, London 1920.
39. Menart Ł., Juchniewicz M., *Konkurencyjność eksportu polskiego przemysłu mięsnego na tle UE-15*, „Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu” 2006, nr 1118, t. 2, s. 86-92.
40. Meulenberg M., Viaene J., *Changing Agri-Food Systems in Western Countries. A Marketing Approach [w:] Innovation in Agri-Food Systems* (red. W. Jongen, M. Meulenberg), Wageningen Academic Publishers, Ede (Holandia) 2005.
41. Molle W., *Ekonomika integracji europejskiej. Teoria, praktyka, polityka*, Fundacja Gospodarcza NSZZ „Solidarność”, Gdańsk 1995.
42. Morkis G., *Systemy zarządzania jakością w przedsiębiorstwach przemysłu spożywczego*, „Roczniki Naukowe SERiA” 2009, t. XI, z. 1, s. 310-313.
43. Neilson G.L., Martin K.L., Powers E., *Jak z powodzeniem wdrożyć strategię?*, „Harvard Business Review, Polska” 2009, styczeń.
44. Peters R.H., Vanzetti D., *Searching for a Compromise. A Game-Theoretic Approach to the WTO*, Paper presented at ESTG Conference, Madrid, 15-17th September. Cyt. za: J. Hagemejer, J.J. Michałek, *Skutki liberalizacji*

- handlu rolnego w ramach Rundy Doha (WTO) dla Polski*, Ekspertyza dla UKIE, 2006, maszynopis.
45. Poczta-Wajda A., *Konkurencyjność produktów rolno-żywnościowych z krajów wysoko rozwiniętych na światowych rynkach rolnych w świetle różnych scenariuszy liberalizacji*, „Roczniki Naukowe SERiA” 2008, t. X, z. 4, s. 347-353.
 46. Pokorska B., Maleszyk E., *Integracja przedsiębiorstw handlowych a procesy konkurencji*, PWE, Warszawa 2006.
 47. Porter M., *Porter o konkurencji*, PWE, Warszawa 2001.
 48. Prahalad C.K., Hamel G., *The Core Competence of the Corporation*, “Harvard Business Review” 1990, May-June.
 49. Pulić A., *Kapitał intelektualny – czy to działa?*, Rozmowa A. Kowalika z prof. A. Puliciem, CFO Magazyn Finansistów z dnia 1.06.2004 r., www.cfo.cxo.pl/artykuły.
 50. Skawińska E. (red.), *Konkurencyjność przedsiębiorstw – nowe podejście*, PWN, Warszawa 2002.
 51. Staszczak D.E., *Wpływ zmian kursowych na globalną konkurencyjność produktów rolnych*, „Roczniki Naukowe SERiA” 2009, t. XI, z. 3, s. 325-330.
 52. *Strategia Lizbońska: Droga do sukcesu Zjednoczonej Europy*, Departament Analiz Ekonomicznych i Społecznych Urzędu Komitetu Integracji Europejskiej, Warszawa, maj 2002.
 53. *Strategia Rozwoju Kraju 2007-2015*, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Warszawa 2006.
 54. Szczepaniak I., *Czynniki i uwarunkowania rozwoju średnich przedsiębiorstw przemysłu spożywczego (na przykładzie przemysłu owocowo-warzywnego i mięsnego)*, Rozprawa doktorska, IERiGŻ-PIB, Warszawa 2005.
 55. Szczepaniak I., *Konkurencyjność głównych sektorów gospodarki żywnościowej w opinii przedsiębiorców [w:] Uwarunkowania rynkowe konkurencyjności przedsiębiorstw* (red. A. Birski), UWM, Olsztyn 2008.
 56. Szczepaniak I., *Konkurencyjność polskich producentów żywności*, „Przemysł Spożywczy” 2006, nr 8, s. 28-32.
 57. Szczepaniak I., *Konkurencyjność polskich producentów żywności na rynkach zagranicznych [w:] Materiały konferencyjne „Ekonomiczne i społeczne uwarunkowania rozwoju polskiej gospodarki żywnościowej po wstąpieniu Polski do Unii Europejskiej”*, IERiGŻ-PIB, Pułtusk 11-12.12.2006 r.
 58. Szczepaniak I., *Ocena konkurencyjności polskich producentów żywności*, seria Program Wieloletni 2005-2009, Raport nr 15, IERiGŻ-PIB, Warszawa 2005.

59. Szczepaniak I. (red.), *Ocena rozwoju konkurencyjności polskich producentów żywności po integracji z Unią Europejską*, seria Program Wieloletni 2005-2009, Raport nr 99, IERiGŻ-PIB, Warszawa 2008.
60. Szczepaniak I. (red.), *Ocena zmian konkurencyjności polskich producentów żywności po wejściu do UE*, seria Program Wieloletni 2005-2009, Raport nr 37, IERiGŻ-PIB, Warszawa 2006.
61. Szczepaniak I. (red.), *Wybrane aspekty konkurencyjności polskich producentów żywności*, seria Program Wieloletni 2005-2009, Raport nr 110, IERiGŻ-PIB, Warszawa 2008.
62. Szymanowski W., *Zarządzanie łańcuchami dostaw żywności w Polsce. Kierunki zmian*, Difin, Warszawa 2008.
63. *The Knowledge-Based Economy*, OECD, Paryż 1996.
64. Urban R., *Polski przemysł spożywczy w Unii Europejskiej – konkurencyjność i szanse rozwojowe*, „Zagadnienia Ekonomiki Rolnej” 2005, nr 3(304), s. 14-23.
65. Urban R. (red.), *Stan polskiej gospodarki żywnościowej po przystąpieniu do Unii Europejskiej. Raport 5*, seria Program Wieloletni 2005-2009, Raport nr 109, IERiGŻ-PIB, Warszawa 2008.
66. Urban R. (red.), *Stan polskiej gospodarki żywnościowej po przystąpieniu do Unii Europejskiej. Raport 6 (synteza)*, seria Program Wieloletni 2005-2009, Raport nr 145, IERiGŻ-PIB, Warszawa 2009.
67. Urban R., *Stan przemysłu spożywczego po wejściu Polski do Unii Europejskiej*, „Przemysł Spożywczy” 2006, nr 4, s. 2-8.
68. Wierzbička A., *Nowoczesne metody kontroli jakości wytwarzania surowców rolno-spożywczych w wybranych krajach UE i w Polsce*, „Inżynieria Rolnicza” 2007, nr 9(97), s. 269-278.
69. Woś A., *Rolnictwo w obliczu narastającego kryzysu*, IERiGŻ, Warszawa 2000.
70. Wroczyński A., *Franczyza na rynku FMCH w roku 2007*, www.franczyzawpolsce.pl.
71. Zalewski R., *Konkurencyjność przedsiębiorstw przemysłu spożywczego – case studies* [w:] *Konkurencyjność przedsiębiorstw – nowe podejście* (red. E. Skawińska), Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa–Poznań 2002.
72. Zielińska-Głębocka A., *Jednolity rynek Unii Europejskiej*, Wypowiedź zamieszczona na stronie UG <http://panda.bg.univ.gda.pl/~europ/jrue.pdf> (lipiec 2008).
73. Zuzek D.K., *Procesy globalizacyjne a konkurencyjność przedsiębiorstw w polskim przemyśle spożywczym*, „Roczniki Naukowe SERiA” 2008, t. X, z. 3, s. 605-610.
74. Żuchowski I., *Konsumencka ocena jakości produktów branży mięsnej*, „Handel Wewnętrzny” 2002, numer specjalny – październik, s. 277-281.

Załącznik 1. Wykaz publikacji i referatów przedstawiających wyniki badań prowadzonych w ramach zadania pt. „Ocena zmian konkurencyjności polskich producentów żywności na Wspólnym Rynku Europejskim i na rynkach innych krajów”

I. Raporty i artykuły w raportach Programu Wieloletniego

1. Ambroziak Ł., *Analiza zmian w handlu artykułami rolno-spożywczymi nowych państw członkowskich po akcesji do Unii Europejskiej* (red. I. Szczepaniak, R. Urban), seria Program Wieloletni 2005-2009, Raport nr 130, IERiGŻ-PIB, Warszawa 2009, s. 164.
2. Firlej K., *Dyskusja na temat sytuacji w przemyśle spożywczym. Grupa I* [w:] *Rozwój sektora rolno-spożywczego w Polsce na tle tendencji światowych* (red. A. Kowalski, M. Wigier), seria Program Wieloletni 2005-2009, Raport nr 101, IERiGŻ-PIB, Warszawa 2008, s. 175-188.
3. Jansik C., *Geographical Distribution and Rural Implications of Food Industry FDI in the New Member States of the EU* [w:] *The Structural Changes in the Rural Areas and Agriculture in the Selected European Countries*, seria Program Wieloletni 2005-2009, Raport nr 128.1, IERiGŻ-PIB, Warszawa 2009, s. 194-203.
4. Jansik C., *Rozkład geograficzny i skutki dla wsi zagranicznych inwestycji bezpośrednich w przemysł spożywczy w nowych państwach członkowskich UE* [w:] *Przemiany strukturalne wsi i rolnictwa w wybranych krajach europejskich*, seria Program Wieloletni 2005-2009, Raport nr 128, IERiGŻ-PIB, Warszawa 2009, s. 199-210.
5. Judzińska A., Szczególska M., Szczepaniak I., *Ocena konkurencyjności głównych sektorów gospodarki żywnościowej* (red. I. Szczepaniak), seria Program Wieloletni 2005-2009, Raport nr 63, IERiGŻ-PIB, Warszawa 2007, s. 101.
6. Szczepaniak I., *Competitiveness of the Polish food producers after the accession to the European Union* [w:] *The Polish agro-food economy after the four years of the EU membership* (red. M. Wigier, A. Kowalski), seria Program Wieloletni 2005-2009, Raport nr 67.1, IERiGŻ-PIB, Warszawa 2008, s. 29-39.
7. Szczepaniak I., *Competitiveness of the Polish Food Sector after the Accession to the European Union* [w:] *Changes in the Food Sector after the Enlargement of the EU*, seria Program Wieloletni 2005-2009, Raport nr 57.1, IERiGŻ-PIB, Warszawa 2007, s. 30-40.
8. Szczepaniak I., *Konkurencyjność polskiego sektora żywnościowego po wejściu do Unii Europejskiej* [w:] *Zmiany w sektorze żywnościowym po rozszerzeniu Unii Europejskiej*, seria Program Wieloletni 2005-2009, Raport nr 57, IERiGŻ-PIB, Warszawa 2007, s. 30-40.

9. Szczepaniak I., *Ocena konkurencyjności polskich producentów żywności*, seria Program Wieloletni 2005-2009, Raport nr 15, IERiGŻ-PIB, Warszawa 2005, s. 58.
10. Szczepaniak I. (red.), *Ocena konkurencyjności polskich producentów żywności po akcesji do Unii Europejskiej (synteza)*, seria Program Wieloletni 2005-2009, Raport nr 150, IERiGŻ-PIB, Warszawa 2009, s. 228 (niniejszy raport).
11. Szczepaniak I. (red.), *Ocena rozwoju konkurencyjności polskich producentów żywności po integracji z Unią Europejską*, seria Program Wieloletni 2005-2009, Raport nr 99, IERiGŻ-PIB, Warszawa 2008, s. 173.
12. Szczepaniak I., *Ocena zmian konkurencyjności polskich producentów żywności na Wspólnym Rynku Europejskim i na rynkach innych krajów [w:] Program Wieloletni. Synteza badań 2005 roku* (red. M. Wigier), seria Program Wieloletni 2005-2009, Raport nr 23, IERiGŻ-PIB, Warszawa 2005, s. 16-18.
13. Szczepaniak I., *Ocena zmian konkurencyjności polskich producentów żywności na wspólnym rynku europejskim i na rynkach innych krajów [w:] Program Wieloletni. Synteza badań 2006 roku* (red. M. Wigier), seria Program Wieloletni 2005-2009, Raport nr 56, IERiGŻ-PIB, Warszawa 2006, s. 22-25.
14. Szczepaniak I. (red.), *Ocena zmian konkurencyjności polskich producentów żywności po wejściu do UE*, seria Program Wieloletni 2005-2009, Raport nr 37, IERiGŻ-PIB, Warszawa 2006, s. 125.
15. Szczepaniak I., *The assessment of changes in the competitiveness of Polish food producers in the common European market and in markets of third countries [w:] Multi-Annual Research Programme. 2005 Research Synthesis* (red. M. Wigier), seria Program Wieloletni 2005-2009, Raport nr 23.1, IERiGŻ-PIB, Warszawa 2005, s. 16-19.
16. Szczepaniak I., *The assessment of changes in the competitiveness of Polish food producers in the common European market and in markets of third countries [w:] Multi-Annual Research Programme. 2006 Research Synthesis* (red. M. Wigier), seria Program Wieloletni 2005-2009, Raport nr 56.1, IERiGŻ-PIB, Warszawa 2006, s. 21-25.
17. Szczepaniak I. (red.), *Wybrane aspekty konkurencyjności polskich producentów żywności*, seria Program Wieloletni 2005-2009, Raport nr 110, IERiGŻ-PIB, Warszawa 2008, s. 151.

II. Pozostałe artykuły

1. Drożdż J., *Sytuacja ekonomiczno-finansowa przemysłu spożywczego w kontekście jego konkurencyjności*, „Roczniki Naukowe SERiA” 2009, t. XI, z. 3, s. 81-86.
2. Drożdż J., Nosecka B., Morkis G., Szczepaniak I., *Produkcja żywności i napojów w XXI wieku*, „Przemysł Fermentacyjny i Owocowo-Warzywny” 2009, nr 1, s. 12-13.
3. Horska E., Tereszczuk M., *Challenges for wider external European cooperation: a selected issues of trade between Poland, Slovakia and Ukraine*, „Wisnik Sumskowo nacjonalnowo agrarnowo uniwersitetu. Seria: ekonomika ta menedżment” 2009, nr 8(37), Sumi (Ukraina), s. 140-147.
4. Judzińska A., *Assessment of Competitiveness of the Polish Cereals Sector [w:] Conference Proceedings – Abstracts, Agri-Food Business: Global Challenges – Innovative Solutions*, IAMO Forum 2008, Leibniz Institute of Agricultural Development in Central and Eastern Europe in Halle (IAMO), Halle (Niemcy) 25-27.06.2008 r., s. 21.
5. Judzińska A., *Stan przewag cenowych na rynku podstawowych produktów rolnictwa [w:] Czynniki i źródła przewagi konkurencyjnej* (red. M. Juchniewicz), Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie, Olsztyn 2009, s. 259-266.
6. Mroczek R., *Konkurencyjność polskiego rolnictwa na rynkach zagranicznych [w:] Wieś i rolnictwo w procesie zmian* (red. S. Sokołowska, A. Bisaga), Uniwersytet Opolski, Opole 2008, s. 69-75.
7. Mroczek R., *Konkurencyjność produktów polskiego rolnictwa po wejściu do UE [w:] Problemy rolnictwa światowego, t. XVII, Rolnictwo i gospodarka żywnościowa Polski w ramach Unii Europejskiej*, SGGW, Warszawa 2007, s. 267-276.
8. Mroczek R., Szczepaniak I., Urban R., *Korzyści z integracji z Unią Europejską*, „Nowe Życie Gospodarcze” 2008, nr 10, dodatek specjalny IERiGŻ-PIB: *Rolnictwa dziś i jutro*, s. 15-21.
9. Nosecka B., Szczepaniak I., *Problemy rolnictwa zrównoważonego*, „Przemysł Fermentacyjny i Owocowo-Warzywny” 2008, nr 1, s. 13-14.
10. Nosecka B., Szczepaniak I., *Vitafoods 2009 r.*, „Przemysł Fermentacyjny i Owocowo-Warzywny” 2009, nr 10, s. 16.
11. Nosecka B., Szczepaniak I., *Wpływ globalnej sieci żywności na zatrudnienie w sektorze żywności i napojów*, „Przemysł Fermentacyjny i Owocowo-Warzywny” 2007, nr 11, s. 24.
12. Parzuchowski L., Szczepaniak I., *Na otwartym rynku*, „Nowe Życie Gospodarcze” 2009, nr 23-24, s. 20-22.

13. Parzuchowski L., Szczepaniak I., *Polska żywność ciągle konkurencyjna*, „Nowe Życie Gospodarcze” 2008, nr 15, s. 24-26.
14. Szajner P., *Abschaffung des Milchquotensystems 2015 und der Health Check 2008: Eine Bewertung aus Sicht der polnischen Milcherzeuger und Milchindustrie und der Einfluss und die Wettbewerbsfähigkeit*. Abstrakt [w:] *Preparing for Quota End-Date and Liberalisation of EU Market regulations: Perspectives for the dairy management in the EU-27*, Materiały konferencyjne, International Management Forum Milk, Ryga (Łotwa) 2007.
15. Szajner P., *Handel zagraniczny produktami mleczarskimi w latach 2003-2006*, „Przemysł Spożywczy” 2007, nr 3, s. 16-20.
16. Szajner P., Szczepaniak I., *Der Export als Bestimmungsfaktor für die Bewertung der Wettbewerbsfähigkeit der polnischen Milchbranche*. Abstract [w:] *Gesellschaft für Milchwissenschaft. Milchkonferenz 2007*, Society of Dairy Science, Wiedeń 2007, s. 59.
17. Szczególska M., *Analiza porównawcza poziomu cen żywności w wybranych państwach UE*, „Roczniki Naukowe SERiA” 2008, t. X, z. 4, s. 411-415.
18. Szczególska M., *Czynniki wzrostu konkurencyjności polskich producentów żywności*, „Roczniki Naukowe SERiA” 2007, t. IX, z. 3, s. 199-204.
19. Szczególska M., *Konkurencyjność cenowa polskich producentów żywności na rynkach Unii Europejskiej w 2005 r.* [w:] *Konkurencyjność przedsiębiorstw w gospodarce rynkowej* (red. B. Grzybowska), Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie, Olsztyn 2006, s. 469-474.
20. Szczególska M., *Konkurencyjność polskiego sektora mleczarskiego po przystąpieniu Polski do Unii Europejskiej* [w:] *Uwarunkowania rynkowe konkurencyjności przedsiębiorstw* (red. A. Birski), Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie, Olsztyn 2008, s. 277-282.
21. Szczególska M., *Porównanie sektora zbożowego, olejarskiego i cukrowniczego w Polsce i w Niemczech*, „Roczniki Naukowe SERiA” 2006, t. VIII, z. 2, s. 239-243.
22. Szczególska M., *Sektor mięsny w Polsce i w Niemczech*, „Przemysł Spożywczy” 2006, nr 12, s. 2-4.
23. Szczególska M., *Wahania kursu walutowego a poziom cen podstawowych produktów rolnictwa w Polsce* [w:] *Wybrane aspekty konkurencyjności przedsiębiorstw* (red. Z. Nasalski), Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie, Olsztyn 2007, s. 191-198.
24. Szczególska M., Szajner P., *Assessment of Competitiveness of the Polish Dairy Sector* [w:] *Conference Proceedings – Abstracts, Agri-Food Business: Global Challenges – Innovative Solutions*, IAMO Forum 2008, Leib-

- niz Institute of Agricultural Development in Central and Eastern Europe in Halle (IAMO), Halle, Germany, 25-27.06.2008 r., s. 22.
25. Szczepaniak I., *Competitiveness of Polish Food Producers*, wkładka do folderu IERiGŻ-PIB (w jęz. angielskim), Warszawa 2006, s. 6.
 26. Szczepaniak I., *Czynniki i uwarunkowania oraz bariery rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw* [w:] *Komunikacja i jakość w zarządzaniu* (red. T. Wawak), Uniwersytet Jagielloński, Kraków 2010 (w druku).
 27. Szczepaniak I., *Evaluation of the Competitiveness of Food Sector in Poland against the Background of the New Member States of the EU* [w:] *Hradecké Ekonomické Dny 2010. Ekonomický Rozvoj a management regionu*. Sborník príspevku, Univerzita Hradec Kralove, Hradec Kralove 2010 (w druku).
 28. Szczepaniak I., *Evaluation of the Competitiveness of Polish Food Producers after the Accession to the European Union* [w:] *Hradecké Ekonomické Dny 2009. Ekonomický Rozvoj a management regionu*. Sborník príspevku Dil. II, Univerzita Hradec Kralove, Hradec Kralove 2009, s. 276-284.
 29. Szczepaniak I., *Innowacyjność a konkurencyjność polskiego przemysłu spożywczego* [w:] *Przedsiębiorczość, innowacyjność, foresight* (red. L. Woźniak), Politechnika Rzeszowska, Rzeszów 2008, s. 449-457.
 30. Szczepaniak I., *Innowacyjność jako czynnik wzrostu konkurencyjności polskich producentów żywności* [w:] *Przedsiębiorczość i innowacyjność. Wyzwania współczesności*, „Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu” 2006, nr 1116, s. 172-182.
 31. Szczepaniak I., *Innowacyjność jako czynnik wzrostu konkurencyjności polskiego przemysłu spożywczego* [w:] *Nowoczesne zarządzanie przedsiębiorstwem*, Uniwersytet Zielonogórski, Zielona Góra 2010 (w druku).
 32. Szczepaniak I., *Innowacyjność szansą uzyskania trwałych przewag konkurencyjnych na polskim rynku spożywczym* [w:] *Przyszłość sektora rolno-spożywczego i obszarów wiejskich*, Materiały konferencyjne, I Kongres Nauk Rolniczych Nauka – Praktyce, MRiRW, IUNG-PIB, PIWet-PIB, Puławy 2009, s. 289-290.
 33. Szczepaniak I., *Intellectual Capital as a Source of Competitiveness of the Food Industry in Poland. Abstract* oraz *Kapitał intelektualny jako źródło konkurencyjności przemysłu spożywczego w Polsce. Zarys treści* [w:] *Contemporary Issues in Economy*, Materiały konferencyjne, Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu, Polskie Towarzystwo Ekonomiczne Oddział w Toruniu, Toruń 2009, s. 222-223.
 34. Szczepaniak I., *Intellectual Capital as a Source of Competitiveness of Polish Food Industry Enterprises* [w:] *Enterprise in Highly Competitive Environment: International Perspective*, Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu, Toruń 2010 (w druku).

35. Szczepaniak I., *International competitiveness of Polish food producers [w:] Agri-food sector in the face of current challenges (second edition)*, (ed. A. Ukrainets, P. Sabluk, A. Kowalski), National University of Food Technologies (Ukraine), NSC Institute of Agrarian Economy (Ukraine), NRI Institute of Agricultural and Food Economics (Poland), Centre of Sociological Research (Ukraine), Kiev 2009, s. 90-99.
36. Szczepaniak I., *Konkurencyjność głównych sektorów gospodarki żywnościowej w opinii przedsiębiorców [w:] Uwarunkowania rynkowe konkurencyjności przedsiębiorstw* (red. A. Birski), Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie, Olsztyn 2008, s. 283-289.
37. Szczepaniak I., *Konkurencyjność polskich artykułów spożywczych na rynku Unii Europejskiej w trzy lata po uzyskaniu członkostwa [w:] Wybrane aspekty konkurencyjności przedsiębiorstw* (red. Z. Nasalski), Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie, Olsztyn 2007, s. 325-332.
38. Szczepaniak I., *Konkurencyjność polskich producentów żywności*, wkładka do folderu IERiGŻ-PIB, Warszawa 2006, s. 6.
39. Szczepaniak I., *Konkurencyjność polskich producentów żywności na rynkach zagranicznych [w:] Materiały konferencyjne „Ekonomiczne i społeczne uwarunkowania rozwoju polskiej gospodarki żywnościowej po wstąpieniu Polski do Unii Europejskiej”*, IERiGŻ-PIB, Pułtusk 11-12.12.2006 r.
40. Szczepaniak I., *Konkurencyjność polskich producentów żywności pochodzenia zwierzęcego*, „Przemysł Spożywczy” 2009, nr 3, s. 2-8.
41. Szczepaniak I., *Konkurencyjność polskich producentów żywności po wejściu do Unii Europejskiej [w:] Materiały konferencyjne „Ekonomiczne i społeczne uwarunkowania rozwoju polskiej gospodarki żywnościowej po wstąpieniu Polski do Unii Europejskiej”*, IERiGŻ-PIB, Pułtusk 12-14.12.2007 r., s. 18.
42. Szczepaniak I., *Konkurencyjność polskiej gospodarki żywnościowej po wejściu do Unii Europejskiej [w:] Konkurencyjność przedsiębiorstw w gospodarce rynkowej* (red. B. Grzybowska), Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie, Olsztyn 2006, s. 475-481.
43. Szczepaniak I., *Międzynarodowa konkurencyjność polskiego sektora żywnościowego [w:] Konkurencyjność przedsiębiorstw – ujęcie mezoekonomiczne* (red. M. Juchniewicz), Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie, Olsztyn 2009, s. 217-226.
44. Szczepaniak I., *Ocena konkurencyjności polskich producentów żywności na rynku Unii Europejskiej*, „Roczniki Naukowe SERiA” 2008, t. X, z. 4, s. 416-421.
45. Szczepaniak I., *Ocena konkurencyjności polskiego przemysłu spożywczego w Unii Europejskiej [w:] Agrobiznes 2006. Konkurencja w agrobiznesie – jej uwarunkowania i następstwa* (red. S. Urban), „Prace Naukowe Akade-

- mii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu” 2006, nr 1118, t. 2, s. 384-391.
46. Szczepaniak I., *Ocena konkurencyjności sektora rolno-spożywczego w Polsce na tle innych nowych państw członkowskich UE*, „Journal of Agrobusiness and Rural Development” 2009, nr 2(12), Wydawnictwo Uniwersytetu Przyrodniczego w Poznaniu, s. 221-231.
 47. Szczepaniak I., *Ocena stanu konkurencyjności polskich producentów żywności [w:] Sposoby poprawy pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstwa będącego uczestnikiem rynku polipolistycznego* (red. D. Niezgoda), Akademia Rolnicza w Lublinie, Lublin 2005, s. 417-425.
 48. Szczepaniak I., *Po czterech latach w UE. Konkurencyjność polskich producentów*, „Nowe Życie Gospodarcze” 2007, nr 23, dodatek specjalny IERiGŻ-PIB: *Ekonomiczne i społeczne uwarunkowania rozwoju polskiej gospodarki żywnościowej po wstąpieniu Polski do Unii Europejskiej*, s. 6-9.
 49. Szczepaniak I., *Polska żywność nadal konkurencyjna*, „Nowe Życie Gospodarcze” 2009, nr 23-24, dodatek specjalny IERiGŻ-PIB: *Ekonomiczne i społeczne uwarunkowania rozwoju polskiej gospodarki żywnościowej po wstąpieniu Polski do Unii Europejskiej. 5 lat programu badawczego*, s. 16-17, 20.
 50. Szczepaniak I., *Polska żywność na rynku Unii Europejskiej*, „Biuletyn Informacyjny ARR” 2008, nr 10, s. 4-15.
 51. Szczepaniak I., *Polskie produkty pochodzenia zwierzęcego na rynku europejskim*, „Przemysł Spożywczy” 2006, nr 3, s. 2-8.
 52. Szczepaniak I., *Pomoc publiczna jako czynnik wzrostu konkurencyjności małych i średnich przedsiębiorstw (na przykładzie przemysłu spożywczego) [w:] Uwarunkowania funkcjonowania sektora publicznego* (red. M. Oliński), Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie, Olsztyn 2006, s. 121-128.
 53. Szczepaniak I., *Struktura podmiotowa przemysłu spożywczego w Polsce* (w jęz. ukraińskim) [w:] monografia *Gospodarstwo rolne. Przemysł spożywczy. Obszary wiejskie* (w jęz. ukraińskim), red. T. Mostenska, B. Chmielewska, J. Bilan, M. Wigier, Państwowy Uniwersytet Technologii Żywności w Kijowie, IERiGŻ-PIB, Centrum Badań Socjologicznych w Tarnopolu, Kijów–Warszawa 2009, s. 86-92.
 54. Szczepaniak I., *Wpływ światowego kryzysu gospodarczego na konkurencyjność polskich producentów żywności [w:] Wyzwania restrukturyzacyjne w obliczu globalnego kryzysu gospodarczego* (red. R. Borowiecki, A. Jaki), Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Kraków 2009, s. 307-318.
 55. Szczepaniak I., Szczególska M., *Competitiveness of the Polish Food Producers after the Accession to the European Union [w:] International Scientific Days 2008. Competitiveness and Economic Growth: European and*

- National Perspectives*, Book of Abstracts, Slovak University of Agriculture in Nitra, Nitra, the Slovak Republic 28-30.05.2008, s. 81.
56. Szczepaniak I., Szczególska M., *Competitiveness of the Polish Food Sector after the Accession to the European Union* [w:] Materiały konferencyjne "Agricultural Economics and Transition: What was expected, what we observed, the lessons learned", Corvinus University of Budapest (CUB), Budapeszt (Węgry) 6-8.09.2007, s. 11.
 57. Szczepaniak I., Szczególska M., *Konkurencyjność polskich produktów pochodzenia zwierzęcego*, „Przemysł Spożywczy” 2007, nr 3, s. 8-11.
 58. Szczepaniak I., Urban R., *Konkurencyjność na jednolitym rynku europejskim* [w:] *Rozwój rolnictwa, gospodarki żywnościowej i obszarów wiejskich Polski w Unii Europejskiej* (red. S. Zięba, A. Kowalski), ALMAMER, IERiGŻ-PIB, Warszawa 2007, s. 97-108.
 59. Szczepaniak I., Urban R., *Wpływ integracji z Unią Europejską na polski przemysł spożywczy* [w:] *Zarządzanie restrukturyzacją w procesach integracji i rozwoju nowej gospodarki*, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Kraków 2008, s. 217-232.
 60. Szczepaniak I., Wigier M., *Competitiveness of the Polish Food Sector – links between industry and science* [w:] Materiały konferencyjne "NUTRIGENOMICS 2008. Bridging science to concrete consumer health benefits", Université de Paris V, International Society of Antioxidants in Nutrition & Health, Paryż (Francja) 13-14.03.2008 r., s. 85-86.
 61. Tereszczuk M., *Assessment of competitiveness of Polish food producers on the Ukrainian market* [w:] *Agri-food sector in the face of current challenges* (ed. A. Ukrainets, P. Sabluk, A. Kowalski), National University of Food Technologies (Ukraine), NSC Institute of Agrarian Economy (Ukraine), NRI Institute of Agricultural and Food Economics (Poland), Centre of Sociological Research (Ukraine), Kiev 2009, s. 115-123.
 62. Tereszczuk M., *Assessment of competitiveness of Polish food producers on the Ukrainian market* [w:] *Agri-food sector in the face of current challenges (second edition)* (ed. A. Ukrainets, P. Sabluk, A. Kowalski), National University of Food Technologies (Ukraine), NSC Institute of Agrarian Economy (Ukraine), NRI Institute of Agricultural and Food Economics (Poland), Centre of Sociological Research (Ukraine), Kiev 2009, s. 125-133.
 63. Tereszczuk M., *Effect of Subsidizing export of Agro-food Products on Development of Export after the Accession of Poland to the European Union* [w:] *Hradecké Ekonomické Dny 2009. Ekonomický Rozvoj a management regionu*. Sborník príspevku Dil. II, Univerzita Hradec Kralove, Hradec Kralove 2009, s. 336-343.

64. Tereszczuk M., *Konkurencyjność polskich producentów żywności na rynkach wschodnich*, „Roczniki Naukowe SERiA” 2009, t. XI, z. 3, s. 372-377.
65. Tereszczuk M., *Konkurencyjność polskich producentów żywności na rynku ukraińskim*, „Przemysł Spożywczy” 2009, nr 9, s. 8-13.
66. Tereszczuk M., *Konkurencyjność polskich producentów żywności na rynku ukraińskim* [w:] *Współczesne problemy rozwoju wsi i rolnictwa w Europie Środkowo-Wschodniej* (red. W. Musiał, E. Tyran), Wydawnictwo Wieś Jutra, Warszawa 2009, s. 175-182.
67. Tereszczuk M., *Rola promocji produktów rolno-spożywczych po akcesji Polski do Unii Europejskiej*, „Zeszyty Naukowe SGGW w Warszawie. Problemy Rolnictwa Światowego” 2009, t. 8 (XXIII), s. 192-201.
68. Tereszczuk M., *Rola promocji produktów rolno-spożywczych we wzroście konkurencyjności polskich producentów żywności po akcesji Polski do Unii Europejskiej* (w jęz. białoruskim) [w:] czasopisma naukowe: „Wieści NAN Białorusi” i „Nauka i innowacje” oraz Materiały konferencyjne nt. „MŁODZIEŻ W NAUCE – 2009”, Państwowa Akademia Nauk Białorusi (NAN) w Mińsku (Białoruś) 2009 (w druku).
69. Tereszczuk M., *WTO – negocjacje rolne na konferencji Rundy Doha*, „Biuletyn Informacyjny ARR” 2008, nr 12, s. 59-65.
70. Urban R., *Polski przemysł spożywczy w Unii Europejskiej – konkurencyjność i szanse rozwojowe*, „Zagadnienia Ekonomiki Rolnej” 2005, nr 3(304), s. 14-23.
71. Urban R., Gburczyk S., Szczepaniak I., *Na wspólnym rynku. Rolnictwo i przemysł spożywczy były przygotowane do integracji z UE*, „Nowe Życie Gospodarcze” 2006, nr 10, dodatek specjalny IERiGŻ-PIB: *Polska wieś i rolnictwo po dwóch latach w Unii Europejskiej*, s. 3-5.
72. Urban R., Gburczyk S., Szczepaniak I., *Rynki żywnościowe. Wejście do UE ujawniło przewagi konkurencyjne polskiej gospodarki żywnościowej*, „Nowe Życie Gospodarcze” 2006, nr 23, dodatek specjalny IERiGŻ-PIB: *Ekonomiczne i społeczne uwarunkowania rozwoju polskiej gospodarki żywnościowej po wstąpieniu Polski do Unii Europejskiej*, s. 6-9.
73. Urban R., Gburczyk S., Szczepaniak I., Rowiński J., Wigier M., *Zmiany po rozszerzeniu UE w polskiej gospodarce żywnościowej*, „Nowe Życie Gospodarcze” 2007, nr 17, dodatek specjalny IERiGŻ-PIB: *Zmiany w sektorze żywnościowym po rozszerzeniu Unii Europejskiej*, s. 2-6.
74. Urban R., Szczepaniak I., *Ocena konkurencyjności polskich producentów żywności* [w:] Materiały konferencyjne nt. „Konkurencyjność polskich produktów spożywczych na rynkach Unii Europejskiej”, Deloitte & Touche Sp. z o.o., Warszawa 2005, s. 1-10.

75. Wigier M., Szczepaniak I., Mroczek R., *W nowych krajach członkowskich, „Nowe Życie Gospodarcze”* 2007, nr 17, dodatek specjalny IERiGŻ-PIB: *Zmiany w sektorze żywnościowym po rozszerzeniu Unii Europejskiej*, s. 7-12.

III. Referaty

1. Firlej K., Pełnienie funkcji moderatora sesji I podczas konferencji nt. „Ekonomiczne i społeczne uwarunkowania rozwoju polskiej gospodarki żywnościowej po wstąpieniu Polski do Unii Europejskiej”, zorganizowanej przez IERiGŻ-PIB, Pułtusk 12-14.12.2007 r.
2. Jansik C., *Geographical Distribution and Rural Implications of Food Industry FDI in the New Member States of the EU*. Referat na Międzynarodową Konferencję Naukową nt. „Ekonomiczne i społeczne uwarunkowania rozwoju polskiej gospodarki żywnościowej po wstąpieniu Polski do Unii Europejskiej”, zorganizowaną przez IERiGŻ-PIB, Sterdyń 1-3.06.2009 r.
3. Judzińska A., *Konkurencyjność głównych sektorów gospodarki żywnościowej – wyniki badań ankietowych*. Referat na Seminarium nt. „Ocena konkurencyjności polskich producentów żywności po wejściu do Unii Europejskiej”, zorganizowane przez IERiGŻ-PIB, Warszawa 11.07.2008 r.
4. Judzińska A., *Podstawowe działy gospodarki żywnościowej w Polsce i innych nowych krajach członkowskich*. Referat na warsztaty nt. „Doświadczenia młodych naukowców w realizacji Programu Wieloletniego – wstęp do rozwoju kariery naukowej”, zorganizowane przez IERiGŻ-PIB, Teresin 2-4.12.2007 r.
5. Judzińska A., *Stan przewag cenowych na rynku podstawowych produktów rolnictwa*. Referat na X Międzynarodową Konferencję Naukową nt. „Zarządzanie przedsiębiorstwem w warunkach konkurencji”, zorganizowaną przez Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie, Maradki 20-22.05.2009 r.
6. Mroczek R., *Konkurencyjność polskiego rolnictwa na rynkach zagranicznych*. Referat na Konferencję nt. „Wieś i rolnictwo w procesie zmian”, zorganizowaną przez Uniwersytet Opolski i Komisję Nauk Rolniczej PAN, Kamień Śląski 28-30.05.2008 r.
7. Mroczek R., *Konkurencyjność produktów polskiego rolnictwa po wejściu do UE*. Referat na Konferencję nt. „Rolnictwo i gospodarka żywnościowa Polski w ramach Unii Europejskiej”, zorganizowaną przez SGGW, Warszawa 16.11.2007 r.
8. Poczta W., *Ocena wpływu integracji z UE na rynki rolne, gospodarke żywnościową i jej konkurencyjność*. Koreferat do referatu R. Urbana, S. Gburczyka i I. Szczepaniak na Konferencję nt. „Ekonomiczne i społeczne uwarunkowa-

- nia rozwoju polskiej gospodarki żywnościowej po wstąpieniu Polski do Unii Europejskiej”, zorganizowaną przez IERiGŻ-PIB, Pułtusk 11-12.12.2006 r.
9. Rowiński J., *Potencjalny wpływ Rundy Doha na Wspólną Politykę Rolną*. Referat na Konferencję nt. „Polska wizja Wspólnej Polityki Rolnej po 2013 roku”, zorganizowaną przez Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Warszawa 26.01.2009 r.
 10. Szajner P., *Die Abschaffung des Milchquotensystems 2015 und der Health Check 2008: Eine Bewertung aus Sicht der polnischen Milcherzeuger und Milchindustrie und der Einfluss und die Wettbewerbsfähigkeit*. Referat na Konferencję nt. „Preparing for Quota End-Date and Liberalisation of EU Market regulations: Perspectives for the dairy management in the EU-27”, zorganizowaną przez Bundesforschungsanstalt für Ernährung und Lebensmittel z Kilonii (Niemcy), w ramach „International Management Forum Milk“ w Rydze i Jurmali (Łotwa) w dniach 31.05-1.06.2007 r.
 11. Szajner P., *Ocena konkurencyjności polskiego sektora żywnościowego na podstawie salda handlu zagranicznego*. Referat na Seminarium nt. „Międzynarodowa konkurencyjność polskiego sektora żywnościowego w kontekście wyników handlu zagranicznego”, zorganizowane przez IERiGŻ-PIB, Warszawa 9.10.2009 r.
 12. Szajner P., Szczepaniak I., *Der Export als Bestimmungsfaktor für die Bewertung der Wettbewerbsfähigkeit der polnischen Milchbranche*. Referat na Konferencję nt. „Gesellschaft für Milchwissenschaft. Milchkonferenz 2007”, zorganizowaną przez Society of Dairy Science, Wiedeń (Austria) 17-18.09.2007 r.
 13. Szczególska M., *Czynniki konkurencyjności polskich producentów żywności*. Referat na warsztaty nt. „Doświadczenia młodych naukowców w realizacji Programu Wieloletniego – wstęp do rozwoju kariery naukowej”, zorganizowane przez IERiGŻ-PIB, Teresin 2-4.12.2007 r.
 14. Szczególska M., *Czynniki wzrostu konkurencyjności polskich producentów żywności*. Referat na XIV Kongres SERiA nt. „Perspektywy rolniczej Polski w Unii Europejskiej”, Kraków 18-20.09.2007 r.
 15. Szczególska M., *Konkurencyjność cenowa polskich producentów żywności na rynkach Unii Europejskiej w 2005 r.* Referat na Konferencję nt. „Zarządzanie przedsiębiorstwem w warunkach konkurencji”, zorganizowaną przez Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie, Olsztyn 25-26.05.2006 r.
 16. Szczególska M., *Sektor zbożowy, olejarski i cukrowniczy w Polsce i w Niemczech*. Referat na XIII Kongres SERiA nt. „Rynek rolny i żywnościowy w otoczeniu krajowym i międzynarodowym”, Poznań 13-16.09.2006 r.
 17. Szczególska M., *Wahania kursu walutowego a poziom cen podstawowych produktów rolnictwa w Polsce*. Referat na Konferencję nt. „Zarządzanie

- przedsiębiorstwem w warunkach konkurencji”, zorganizowaną przez Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie, Maradki 23-25.05.2007 r.
18. Szczepaniak I., *Czynniki i uwarunkowania oraz bariery rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw*. Referat na Konferencję nt. „Komunikacja i jakość w zarządzaniu”, zorganizowaną przez Uniwersytet Jagielloński, Kraków 6-7.11.2009 r.
 19. Szczepaniak I., *Evaluation of the Competitiveness of Polish Food Producers after the Accession to the European Union*. Referat na Międzynarodową Konferencję Naukową nt. “Hradecké Ekonomické Dny 2009. Ekonomický Rozvoj a management regionu”, zorganizowaną przez Univerzita Hradec Kralove, Hradec Kralove (Republika Czeska) 3-4.02.2009 r.
 20. Szczepaniak I., *Innowacyjność jako czynnik wzrostu konkurencyjności polskich producentów żywności*. Referat na Konferencję nt. „Przedsiębiorczość i innowacyjność. Wyzwania współczesności”, zorganizowaną przez Politechnikę Rzeszowską i Akademię Ekonomiczną we Wrocławiu, Zakopane 7-9.09.2006 r.
 21. Szczepaniak I., *International competitiveness of Polish food producers*. Referat na Międzynarodową Konferencję nt. “Agri-food sector in the face of current challenges” (Sektor rolno-spożywczy wobec współczesnych wyzwań), zorganizowaną przez National University of Food Technologies (Ukraine), NSC Institute of Agrarian Economy (Ukraine), NRI Institute of Agricultural and Food Economics (Poland) i Centre of Sociological Research (Ukraine), Kijów, Jałta (Ukraina) 15-20.09.2009 r.
 22. Szczepaniak I., *Konkurencyjność głównych sektorów gospodarki żywnościowej – opinie przedsiębiorców*. Referat na Konferencję nt. „Zarządzanie przedsiębiorstwem w warunkach konkurencji”, zorganizowaną przez Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie, Maradki 14-16.05.2008 r.
 23. Szczepaniak I., *Konkurencyjność polskich artykułów spożywczych na rynku Unii Europejskiej w trzy lata po uzyskaniu członkostwa*. Referat na Konferencję nt. „Zarządzanie przedsiębiorstwem w warunkach konkurencji”, zorganizowaną przez Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie, Maradki 23-25.05.2007 r.
 24. Szczepaniak I., *Konkurencyjność polskich producentów żywności po wejściu do Unii Europejskiej*. Referat na konferencję nt. „Ekonomiczne i społeczne uwarunkowania rozwoju polskiej gospodarki żywnościowej po wstąpieniu Polski do Unii Europejskiej” (wygłoszony przez R. Urbana), zorganizowaną przez IERiGŻ-PIB, Pułtusk 12-14.12 2007 r.
 25. Szczepaniak I., *Konkurencyjność polskich producentów żywności – uwagi ogólne*. Referat na Seminarium nt. „Ocena konkurencyjności polskich pro-

- ducentów żywności po wejściu do Unii Europejskiej”, zorganizowane przez IERiGŻ-PIB, Warszawa 11.07.2008 r.
26. Szczepaniak I., *Konkurencyjność polskiej gospodarki żywnościowej po wejściu do Unii Europejskiej*. Referat na Seminarium, zorganizowane przez IERiGŻ-PIB, Warszawa 19.05.2006 r.
 27. Szczepaniak I., *Legal Structure and Innovativeness of Polish Food Industry as a Competitiveness Factor*. Referat na międzynarodowe seminarium nt. „Invitation to Influence Food Innovation Financing in Europe”, organizowane przez uczestników projektu Komisji Europejskiej “European Networking for Financing Food” (ENNFI) oraz IERiGŻ-PIB, Warszawa 28.09.2006 r.
 28. Szczepaniak I., *Międzynarodowa konkurencyjność polskiego sektora żywnościowego*. Referat na X Międzynarodową Konferencję naukową nt. „Zarządzanie przedsiębiorstwem w warunkach konkurencji”, zorganizowaną przez Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie, Maradki 20-22.05.2009 r.
 29. Szczepaniak I., *Ocena konkurencyjności polskich producentów żywności po integracji z Unią Europejską*. Referat na Konferencję nt. „Ekonomiczne i społeczne uwarunkowania rozwoju polskiej gospodarki żywnościowej po wstąpieniu Polski do Unii Europejskiej”, zorganizowaną przez IERiGŻ-PIB, Pułtusk 30.11-2.12.2009 r.
 30. Szczepaniak I., *Ocena konkurencyjności polskiego przemysłu spożywczego w Unii Europejskiej*. Referat na Konferencję nt. „Konkurencja w agrobiznesie – jej uwarunkowania i następstwa”, zorganizowaną przez Akademię Ekonomiczną we Wrocławiu, Wrocław–Polanica Zdrój 4-6.07.2006 r.
 31. Szczepaniak I., *Ocena konkurencyjności polskiego sektora żywnościowego*. Referat na Konferencję nt. „Ekonomiczne i społeczne aspekty uwarunkowania rozwoju polskiej gospodarki żywnościowej w pierwszym roku po wstąpieniu do UE”, zorganizowaną przez IERiGŻ-PIB, Warszawa 12-13.12.2005 r.
 32. Szczepaniak I., *Ocena stanu konkurencyjności polskich producentów żywności*. Referat na Konferencję nt. „Sposoby poprawy pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstwa będącego uczestnikiem rynku polipolistycznego”, zorganizowaną przez Akademię Rolniczą w Lublinie, Lublin 8-9.09.2005 r.
 33. Szczepaniak I., *Ocena stanu konkurencyjności polskich producentów żywności*. Referat na Konferencję nt. „Zarządzanie przedsiębiorstwem w warunkach konkurencji”, zorganizowaną przez Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie, Olsztyn 25-26.05.2006 r.
 34. Szczepaniak I., *Polski przemysł spożywczy po wejściu do Unii Europejskiej*. Referat na Sesję naukową nt. „Polska gospodarka żywnościowa. Zasoby. Technika. Ludzie”, zorganizowaną w ramach XXXVII Krajowego Zjazdu Delegatów SITSpoż., Warszawa 17.11.2006 r.

35. Szczepaniak I., *Pomoc publiczna jako czynnik wzrostu konkurencyjności małych i średnich przedsiębiorstw (na przykładzie przemysłu spożywczego)*. Referat na Konferencję nt. „Sektor publiczny we współczesnej gospodarce”, zorganizowaną przez Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie, Mierki k. Olsztyna 1-2.06.2006 r.
36. Szczepaniak I., *Tendencje rozwojowe polskiego sektora żywnościowego po wejściu do Unii Europejskiej*. Referat na Konferencję nt. „Polska wieś i rolnictwo po dwóch latach w UE”, zorganizowaną przez IERiGŻ-PIB, Pułtusk 31.05.2006 r.
37. Szczepaniak I., *Uwagi ogólne na temat konkurencyjności oraz wskaźnikowa ocena konkurencyjności polskiego sektora żywnościowego*. Referat na Seminarium nt. „Międzynarodowa konkurencyjność polskiego sektora żywnościowego w kontekście wyników handlu zagranicznego”, zorganizowane przez IERiGŻ-PIB, Warszawa 9.10.2009 r.
38. Tereszczuk M., *Analiza zasięgu i poziomu subsydiowania eksportu rolno-spożywczego*. Referat na Seminarium nt. „Ocena konkurencyjności polskich producentów żywności po wejściu do Unii Europejskiej”, zorganizowane przez IERiGŻ-PIB, Warszawa 11.07.2008 r.
39. Tereszczuk M., *Assessment of competitiveness of Polish food producers on the Ukrainian market*. Referat na Międzynarodową Konferencję nt. “Agri-food sector in the face of current challenges” (Sektor rolno-spożywczy wobec współczesnych wyzwań), zorganizowaną przez National University of Food Technologies (Ukraine), NSC Institute of Agrarian Economy (Ukraine), NRI Institute of Agricultural and Food Economics (Poland) i Centre of Sociological Research (Ukraine), Kijów, Jałta (Ukraina) 15-20.09.2009 r.
40. Tereszczuk M., *Effect of Subsidizing export of Agro-food Products on Development of Export after the Accession of Poland to the European Union*. Referat na Międzynarodową Konferencję Naukową nt. “Hradecké Ekonomické Dny 2009. Ekonomický Rozvoj a management regionu”, zorganizowaną przez Univerzita Hradec Kralove, Hradec Kralove (Republika Czeska) 3-4.02.2009 r.
41. Tereszczuk M., *Konkurencyjność polskich producentów żywności na rynkach wschodnich*. Referat na XVI Kongres SERiA nt. „Agrobiznes w warunkach globalizacji”, Olsztyn 8-10.09.2009 r.
42. Tereszczuk M., *Konkurencyjność polskich producentów żywności na rynku ukraińskim*. Referat na IV Międzynarodowe Forum Polska – Węgry – Czechy – Słowacja – Ukraina – Słowenia nt. „Problemy rozwoju „zielonego” agrobiznesu w i z Unią Europejską” zorganizowane przez Uniwersytet Rolniczy w Krakowie, Kraków 27-30.05.2009 r.

43. Tereszczuk M., *Rola promocji produktów rolno-spożywczych po akcesji Polski do Unii Europejskiej*. Referat na Konferencję nt. „Rolnictwo i gospodarka żywnościowa Polski w ramach Unii Europejskiej”, zorganizowaną przez SGGW, Warszawa 23.10.2009 r.
44. Tereszczuk M., *Rola promocji produktów rolno-spożywczych we wzroście konkurencyjności polskich producentów żywności po akcesji Polski do Unii Europejskiej*. Referat na Międzynarodową Konferencję Naukową nt. „Młodzież w nauce – 2009”, zorganizowaną przez Państwową Akademię Nauk Białorusi i Instytut Nauk Białorusi w Mińsku, Mińsk (Białoruś) 21-24.04.2009 r.
45. Urban R., Pełnienie funkcji moderatora sesji II pt. „Ekonomiczne przesłanki rozwoju przemysłu rolno-spożywczego” podczas konferencji nt. Ekonomiczne i społeczne przesłanki dalszego rozwoju rolnictwa, gospodarki żywnościowej i obszarów wiejskich Polski w Unii Europejskiej”, zorganizowanej przez ALMAMER i IERiGŻ-PIB, Warszawa 24.10.2007 r.
46. Urban R., Gburczyk S., Szczepaniak I., Wigier M., Rowiński J., *Polska gospodarka żywnościowa po wejściu do Unii Europejskiej – główne kierunki zmian*. Referat na Konferencję nt. „Zmiany w sektorze żywnościowym po rozszerzeniu Unii Europejskiej” (wygłoszony przez R. Urbana), zorganizowaną przez IERiGŻ-PIB, Wigry 13-16.06.2007 r.
47. Urban R., Gburczyk I., Szczepaniak I., *Wpływ integracji z Unią Europejską na rynki rolne i gospodarkę żywnościową i jej konkurencyjność*. Referat na Konferencję nt. „Ekonomiczne i społeczne uwarunkowania rozwoju polskiej gospodarki żywnościowej po wstąpieniu Polski do Unii Europejskiej”, zorganizowaną przez IERiGŻ-PIB, Pułtusk 11-12.12.2006 r.
48. Urban R., Szczepaniak I., *Międzynarodowa konkurencyjność polskiego sektora rolno-spożywczego*. Referat na Konferencję nt. „Polska wizja Wspólnej Polityki Rolnej po 2013 roku”, zorganizowaną przez Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Warszawa 26.01.2009 r.
49. Urban R., Szczepaniak I., *Ocena konkurencyjności polskich producentów żywności*. Referat na Konferencję nt. „Konkurencyjność polskich produktów spożywczych na rynkach Unii Europejskiej”, zorganizowaną przez Deloitte & Touche Sp. z o.o., Warszawa 15.06.2005 r.

IV. Postery

1. Judzińska A., *Competitiveness of the Polish Cereals Sector*. Poster na konferencję „Agri-Food Business: Global Challenges – Innovative Solutions. IAMO Forum 2008”, Leibniz Institute of Agricultural Development in Central and Eastern Europe in Halle (IAMO), Halle (Niemcy) 25-27.06.2008 r.

2. Szczególska M., Gradziuk K., Szajner P., *Competitiveness of the Polish Dairy Sector*. Poster na konferencję „Agri-Food Business: Global Challenges – Innovative Solutions. IAMO Forum 2008”, Leibniz Institute of Agricultural Development in Central and Eastern Europe in Halle (IAMO), Halle (Niemcy) 25-27.06.2008 r.
3. Szczepaniak I., Szczególska M., *Competitiveness of the Polish Food Sector after the Accession to the European Union*. Poster na konferencję “Agricultural Economics and Transition: What was expected, what we observed, the lessons learned”, Corvinus University of Budapest (CUB), Budapeszt (Węgry) 6-8.09.2007 r.
4. Szczepaniak I., Wigier M., *Competitiveness of the Polish Food Sector – links between industry and Science*. Poster na konferencję “NUTRIGENOMICS 2008. Bridging science to concrete consumer health benefits”, Université de Paris V, International Society of Antioxidants in Nutrition & Health, Paryż (Francja) 13-14.03.2008 r.

EGZEMPLARZ BEZPŁATNY

Nakład: 500 egz.

Druk i oprawa: EXPOL Włocławek