



**INSTYTUT EKONOMIKI ROLNICTWA
I GOSPODARKI ŻYWNOŚCIOWEJ
PAŃSTWOWY INSTYTUT BADAWCZY**

**Monitoring i ocena
konkurencyjności
polskich producentów
żywności (3)**

**Potencjał konkurencyjny
– wybrane elementy**

nr 73

Warszawa 2013



**KONKURENCYJNOŚĆ POLSKIEJ GOSPODARKI
ŻYWNOŚCIOWEJ W WARUNKACH GLOBALIZACJI
I INTEGRACJI EUROPEJSKIEJ**

**Monitoring i ocena
konkurencyjności
polskich producentów
żywności (3)
Potencjał konkurencyjny
– wybrane elementy**



INSTYTUT EKONOMIKI ROLNICTWA
I GOSPODARKI ŻYWNOŚCIOWEJ
PAŃSTWOWY INSTYTUT BADAWCZY

**Monitoring i ocena
konkurencyjności
polskich producentów
żywności (3)
Potencjał konkurencyjny
– wybrane elementy**

*Redakcja naukowa
dr Iwona Szczepaniak*

*Autorzy:
mgr Jadwiga Drożdż
dr hab. Krzysztof Firlej, prof. UEK
dr hab. Małgorzata Juchniewicz, prof. UWM
mgr Agnieszka Judzińska
dr Iwona Szczepaniak
mgr Mirosława Tereszczuk*

*Współpraca
mgr Małgorzata Bulkowska*



KONKURENCYJNOŚĆ POLSKIEJ GOSPODARKI
ŻYWNOŚCIOWEJ W WARUNKACH GLOBALIZACJI
I INTEGRACJI EUROPEJSKIEJ

Warszawa 2013

Prof. dr hab. Krzysztof Firlej jest pracownikiem Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie

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:

Monitoring rynków rolno-spożywczych w warunkach zmieniającej się sytuacji ekonomicznej,

w zadaniu: *Monitoring stanu konkurencyjności polskich producentów żywności*

Celem pracy jest przedstawienie wybranych elementów potencjału konkurencyjnego polskiego sektora spożywczego.

Recenzenci:

dr hab. Adam Sadowski, prof. Uniwersytetu w Białymstoku

prof. dr hab. Stanisław Zięba

Opracowanie komputerowe

Anna Staszczak

Korekta

Barbara Walkiewicz

Redakcja techniczna

Leszek Ślipki

Projekt okładki

AKME Projekty Sp. z o.o.

ISBN 978-83-7658-387-7

Instytut Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej

– Państwowy Instytut Badawczy

ul. Świętokrzyska 20, 00-002 Warszawa

tel.: (22) 50 54 444

faks: (22) 50 54 636

e-mail: dw@ierigz.waw.pl

<http://www.ierigz.waw.pl>

Spis treści

Wstęp	7
<i>(dr Iwona Szczepaniak)</i>	
1. Zróżnicowanie cen konsumenta żywności w Unii Europejskiej	11
<i>(dr Iwona Szczepaniak)</i>	
2. Stan przewag cenowych na rynku wybranych produktów przetwórstwa spożywczego	24
<i>(mgr Jadwiga Drożdż)</i>	
3. Stan przewag cenowych na rynku podstawowych produktów rolnictwa	42
<i>(mgr Agnieszka Judzińska)</i>	
4. Wpływ Wspólnej Polityki Rolnej na konkurencyjność polskiego przemysłu spożywczego	61
<i>(mgr Mirosława Tereszczuk)</i>	
5. Klastry a konkurencyjność przemysłu spożywczego	83
<i>(dr hab. Małgorzata Juchniewicz, prof. UMW)</i>	
6. Wzrost konkurencyjności przedsiębiorstw przemysłu spożywczego poprzez doskonalenie działań w obszarze zarządzania wiedzą	101
<i>(dr hab. Krzysztof Firlej, prof. UEK)</i>	
Aneks statystyczny	113
Literatura	127

Wstęp

Niniejsze opracowanie jest trzecim raportem z wykonania zadania badawczego „Monitoring stanu konkurencyjności polskich producentów żywności”. Zadanie to jest częścią tematu badawczego „Monitoring rynków rolno-spożywczych w warunkach zmieniającej się sytuacji ekonomicznej”, realizowanego w ramach Programu Wieloletniego „Konkurencyjność polskiej gospodarki żywnościowej w warunkach globalizacji i integracji europejskiej”. Badania objęte tym programem będą kontynuowane do roku 2014 włącznie.

Podstawowym celem prac prowadzonych w ramach zadania nr 4203 jest formułowanie ocen, monitoring i prognozowanie zmian konkurencyjności polskiego sektora spożywczego, wynikających z postępu integracji europejskiej i dokonujących się pod wpływem zmian o charakterze globalnym. Blisko dziesięć lat członkostwa Polski w Unii Europejskiej (UE) upoważnia do oceny wpływu akcesji na polski sektor spożywczy, w tym na jego konkurencyjność, a także do weryfikowania opinii na temat uwarunkowań sukcesu i konkurencyjności podmiotów tego sektora.

Przemysł spożywczy, zaliczany do sektora tzw. niskiej techniki, należy do ważniejszych dziedzin polskiej gospodarki. Mimo rosnącego znaczenia branż wysokiej techniki, ranga przemysłu spożywczego nadal nie zmniejsza się. Branża ta posiada znaczący udział w gospodarce narodowej, m.in. w wartości dodanej brutto, liczbie przedsiębiorstw, zatrudnieniu czy produkcji sprzedanej. Wynika to przede wszystkim ze specyfiki produktów żywnościowych, które są absolutnie niezbędne dla konsumentów, a także ze wzrostu zamożności społeczeństwa oraz coraz bardziej rosnących oczekiwań konsumentów. Dynamiczny rozwój przemysłu spożywczego, zapoczątkowany jeszcze w okresie transformacji systemowej i w okresie przedakcesyjnym, kontynuowany jest do dzisiaj. Sektor ten posiada bezpieczną sytuację produkcyjno-finansową i osiąga bardzo dobre wyniki w handlu zagranicznym (jest ważnym eksporterem netto żywności).

Konkurencyjność przemysłu spożywczego jest pochodną bardzo wielu czynników. Wynika to przede wszystkim z samego pojęcia konkurencyjności, które wprowadzane jest z różnych teorii ekonomicznych, w tym przede wszystkim z teorii wzrostu gospodarczego, handlu międzynarodowego, mikroekonomii, a w ostatnich latach także z teorii międzynarodowej migracji czynników produkcji, teorii lokalizacji i zarządzania, oraz rozpatrywania konkurencyjności na różnych poziomach agregacji (mikro, mezo i makro). Procesy globalizacji gospodarki światowej i konieczność konfrontacji z międzynarodową konkurencją na Jednolitym Rynku Europejskim także skłaniają do systematycznego weryfikowania poglądów na temat potencjału konkurencyjnego sektora spożywczego.

Pojęcie potencjału konkurencyjnego jest różnie ujmowane. Najczęściej potencjał konkurencyjności definiuje się jednak jako ogół zasobów materialnych i niematerialnych przedsiębiorstwa (na poziomie mezo sektora), niezbędnych do tego, aby mogło ono funkcjonować na rynkowej arenie konkurencji. Efektem wykorzystania tak rozumianego potencjału, przy uwzględnieniu uwarunkowań zewnętrznych, jest osiągnięcie

określonej przewagi konkurencyjnej. Przewaga ta z kolei daje podstawy do zastosowania określonych instrumentów konkurowania (środków świadomie kreowanych przez podmioty w celu uzyskania przewagi), które – po ocenie przez rynek – pozwalają na osiągnięcie określonej pozycji konkurencyjnej. Posiadany potencjał konkurencyjny jest zatem podstawowym rezerwuarem źródeł przewagi konkurencyjnej, chociaż sam w sobie nie decyduje o konkurencyjności¹.

Posiadanie unikalnych zasobów i umiejętności, innymi słowy czynników sukcesu, jest z całą pewnością jednym ze źródeł budowania przewagi konkurencyjnej na rynku. Same zasoby są jednak różnie postrzegane. W naukach ekonomicznych pod pojęciem zasobów rozumie się na ogół czynniki produkcji (ziemia, kapitał, praca), podczas gdy w naukach o zarządzaniu zasoby są to wszystkie elementy, które wiążą się z funkcjonowaniem przedsiębiorstwa jako organizacji, jego obecnością na rynku czy relacjami z otoczeniem. Potencjał konkurencyjny zależy zatem od uwarunkowań rynkowych i pozarynkowych, wewnętrznych (zależnych od przedsiębiorstwa) oraz zewnętrznych (makro- i mezoekonomicznych). W wąskim znaczeniu obejmuje wszystkie zasoby wykorzystywane w przedsiębiorstwie, w szerszym zaś uwzględnia wiele innych elementów, wynikających z funkcjonowania w otoczeniu².

W prowadzonych w IERiGŻ-PIB od 2005 roku badaniach konkurencyjności polskiego sektora żywnościowego³, które to pojęcie na użytek tych badań zdefiniowano jako zdolność do lokowania się krajowych producentów żywności na rynkach zagranicznych – zarówno na rynku unijnym, jak i na rynkach trzecich – oraz zdolność rozwijania eksportu, niejednokrotnie odnoszono się do zagadnienia potencjału konkurencyjnego i warunkowanych przezeń przewag konkurencyjnych. Problematykę tę traktowano bardzo szeroko, analizując w kolejnych publikacjach różne jej aspekty.

Badania z tego zakresu obejmują 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 producentów żywności jest wpływ Wspólnej Polityki Rolnej i Wspólnej Polityki Handlowej na decyzje przez nie podejmowane. Dostrzeżenie szans i zagrożeń w dynamicznie zmieniającym się świecie zewnętrznym umożliwia analiza otoczenia,

¹ M.J. Stankiewicz, *Konkurencyjność przedsiębiorstwa. Budowanie konkurencyjności przedsiębiorstwa w warunkach globalizacji*, Dom Organizatora, Toruń 2005, s. 89-91.

² J. Bednarz, *Konkurencyjność polskich przedsiębiorstw na rynkach europejskich, na przykładzie wybranych branż*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2013, s. 175.

³ M.in. I. Szczepaniak (red.), *Ocena konkurencyjności polskich producentów żywności po akcesji do Unii Europejskiej (synteza)*, seria „Program Wieloletni 2005-2009”, Raport nr 150, IERiGŻ-PIB, Warszawa 2009; I. Szczepaniak (red.), *Monitoring i ocena konkurencyjności polskich producentów żywności (1)*, seria „Program Wieloletni 2011-2014”, Raport nr 25, IERiGŻ-PIB, Warszawa 2011; I. Szczepaniak (red.), *Monitoring i ocena konkurencyjności polskich producentów żywności (2)*, seria „Program Wieloletni 2011-2014”, Raport nr 40, IERiGŻ-PIB, Warszawa 2012.

która powinna być podstawą do opracowania strategii działania i sposobu budowania przewagi konkurencyjnej. Analiza zewnętrznych uwarunkowań konkurencyjności producentów żywności powinna obejmować nie tylko zachodzące między nimi procesy konkurencji. Ważną sferą ich działalności powinny być także procesy współdziałania i współpracy umożliwiające uzyskanie efektu synergii.

Dotychczasowe badania wskazują na stopniowe, ale systematyczne zmniejszanie się przewag cenowych na rynkach produktów rolnictwa i przetwórstwa spożywczego, wynikające z postępującej konwergencji cen krajowych z cenami w Unii Europejskiej. W konsekwencji wzrasta znaczenie klienta w relacjach z producentami oraz poszukuje się efektywnych relacji przychodowo-kosztowych. W coraz większym stopniu niezbędne staje się wykorzystywanie przez producentów pozacenowych instrumentów konkurencyjności. Badania wskazują, że producenci żywności w coraz większym stopniu doceniają znaczenie jakości i innowacyjności jako instrumentów konkurencyjności. Jest to przesłanka wskazująca, że przynajmniej niektóre z polskich przedsiębiorstw przemysłu spożywczego stosują konkurencję przez wyróżnianie, która może umożliwić im zbudowanie trwałej przewagi konkurencyjnej. Niezbędne jest w związku z tym wprowadzanie w przedsiębiorstwach takich rozwiązań przychodowo-kosztowych, które sprzyjają zapewnieniu systemów zapewniania jakości i bezpieczeństwa zdrowotnego. 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 przede wszystkim są niskie koszty i cena oferowanych produktów oraz coraz większa świadomość i wdrażanie konkurencji jakościowej. W perspektywie długookresowej sukces przedsiębiorstwa determinuje jednak jego efektywność i produktywność oraz zdolność do proinnowacyjnych działań.

W niniejszym opracowaniu kontynuowana jest problematyka czynników konkurencyjności i osiągniętych przy ich udziale przewag konkurencyjnych. Z uwagi na przeświadczenie, że w warunkach globalizacji gospodarka konkurencyjna musi odznaczać się nie tylko konkurencyjnością na rynku wewnętrznym, ale przede wszystkim powinna być konkurencyjna na rynku międzynarodowym, przedmiotem stałego monitoringu są przewagi kosztowo-cenowe na rynku produktów przetwórstwa spożywczego i produktów rolnictwa. Analizę zróżnicowania cen pomiędzy poszczególnymi państwami Unii Europejskiej rozpoczęto od analizy cen żywności na poziomie konsumenta. Badanie to było przedmiotem rozdziału pierwszego, autorstwa dr Iwony Szczepaniak, i pozwoliło ocenić, jaką pozycję wśród tych krajów zajmuje Polska, tj. jak kształtują się cenowe przewagi konkurencyjne polskich dostawców na unijnym rynku żywności (a więc w trzecim ogniwie łańcucha żywnościowego). Analizę poprzedzono rozważaniami teoretycznymi na temat konwergencji cen. W badaniu uwzględniono notowania cen dóbr i usług konsumpcyjnych wykorzystywanych w gospodarstwach domowych, systematycznie prowadzone przez Eurostat.

W rozdziale drugim mgr Jadwiga Drożdż ukazała nasze przewagi cenowe na rynku niemieckim w zakresie wybranych produktów przetwórstwa spożywczego. Materiał do tych porównań pochodził ze źródeł statystyki polskiej i niemieckiej. W rozdziale trzecim 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, wzbogacając je o analizę relacji cenowych względem rynku światowego.

Zaprezentowana w rozdziale czwartym analiza oddziaływania Wspólnej Polityki Rolnej na konkurencyjność polskiego przemysłu spożywczego, dokonana przez mgr Mirosławę Tereszczuk, odnosi się zarówno do wsparcia inwestycji z różnych programów pomocowych UE, jak i wsparcia rynkowego w ramach WPR. W rozdziale tym podjęto próbę oceny wykorzystania przez polski przemysł spożywczy środków publicznych, które zostały postawione do jego dyspozycji w okresie przedakcesyjnym i w pierwszych latach członkostwa w UE oraz ich wpływu na rozwój i wzrost międzynarodowej konkurencyjności tego sektora. Źródłem informacji były dane Agencji Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa (ARiMR) oraz Agencji Rynku Rolnego (ARR).

Kolejną część raportu stanowi ocena i porównanie siły klastrów przemysłu spożywczego w UE z ich międzynarodową konkurencyjnością, dokonana przez dr hab. Małgorzatę Juchniewicz, prof. Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie (UWM). Autorka w przeprowadzonej analizie pozytywnie zweryfikowała tezę mówiącą, że poprawę poziomu konkurencyjności przemysłu spożywczego powinno się postrzegać przez pryzmat możliwości tworzenia relacji między organizacjami, klientami, dostawcami, konkurentami, publicznymi i prywatnymi instytucjami badawczymi lub przedsiębiorstwami, nawet pozornie niepowiązanymi, innymi słowy powiązań występujących w ramach struktur klastrowych. W analizie wykorzystano informacje z *European Cluster Observatory* (ECO) oraz bazę danych Organizacji Narodów Zjednoczonych UN Comtrade.

W rozdziale szóstym dr hab. Krzysztof Firlej, prof. Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie (UEK), odniósł się do działań ukierunkowanych na doskonalenie zarządzania wiedzą w przedsiębiorstwach przemysłu spożywczego, które także można uznać za czynnik rozwoju przedsiębiorstw w warunkach gospodarki rynkowej. Udowodnił, że działania te mogą wpływać na poprawę pozycji konkurencyjnej podmiotów tego sektora. Przedstawiona analiza jest efektem przeprowadzonych badań ankietowych.

1. Zróżnicowanie cen konsumenta żywności w Unii Europejskiej

1.1. Uwagi wstępne

W ostatnim dziesięcioleciu w Polsce miał miejsce dynamiczny wzrost obrotów handlowych produktami rolno-spożywczymi. W latach 2003-2013 wartość eksportu rolno-spożywczego zwiększyła się z 4,0 do ponad 19 mld euro, tj. w przeliczeniu na jednego mieszkańca – z 105 do 495 euro⁴. Wzrost eksportu wynikał przede wszystkim z postępującej liberalizacji handlu światowego, napływu bezpośrednich inwestycji zagranicznych oraz restrukturyzacji przedsiębiorstw przemysłu spożywczego, wymuszonej koniecznością dostosowania się do wymogów Unii Europejskiej (UE). Wzrost eksportu po akcesji Polski do UE był także w dużym stopniu efektem kreacji handlu, wynikającym z uzyskania przez Polskę dostępu do Jednolitego Rynku Europejskiego (JRE), w tym ze zniesienia ceł i innych ograniczeń w wymianie handlowej. W konsekwencji Polska stała się eksporterem netto żywności, osiągając w 2013 roku dodatnie saldo obrotów handlowych o wartości ok. 5,5 mld euro (wobec 454 i 836 mln euro w latach 2003 i 2004).

Od wielu lat głównym partnerem handlowym Polski jest Unia Europejska. W 2003 roku, a więc w ostatnim roku przed rozszerzeniem UE, na rynek ten kierowane było 65% polskiego eksportu produktów rolno-spożywczych, a z Unii pochodziło 61% importowanych przez Polskę produktów rolno-spożywczych. W 2013 roku udział UE w polskim eksporcie rolno-spożywczym zwiększył się do 78%, a w imporcie do 69%. Dodatkowo saldo wymiany produktami rolno-spożywczymi z krajami Wspólnoty wzrosło w tym okresie około dwunastokrotnie, tj. do blisko 5,5 mld euro. Te asymetryczne powiązania handlowe polskiego sektora rolno-spożywczego z zagranicą w głównej mierze są konsekwencją pełnej integracji Polski z Unią Europejską oraz objęcia jej Wspólną Polityką Rolną i Wspólną Polityką Handlową. Tak znaczący udział UE w strukturze obrotów handlowych oraz wysoka wartość salda wymiany z krajami Wspólnoty są dowodem na to, że pozycja konkurencyjna polskich producentów żywności jest wysoka i że niewątpliwie odnieśli oni sukces na JRE.

Przewagi konkurencyjne polskich producentów żywności na rynku UE miały dotychczas głównie charakter przewag kosztowo-cenowych. Już w 2005 roku R. Urban zauważył, że ceny w sektorze rolno-spożywczym w Polsce są niższe niż w rozwiniętych krajach UE, przy czym różnice te zwiększają się w kolejnych ogniwach łańcucha żywnościowego. Według obliczeń R. Urbana największe były one na poziomie konsumenta (ok. 44%), mniejsze na poziomie przetwórstwa (ok. 30%), a najmniejsze na poziomie rolnictwa (ok. 20%)⁵. Źródłem tych przewag była przede wszystkim kilkakrotnie niższa w Polsce opłata pracy, nie tylko rolników, lecz także pracowników przetwórstwa,

⁴ Dane za cały 2013 rok są szacunkiem, opartym na wstępnych danych za okres I-XI 2013 roku, pochodzących z CAAC.

⁵ R. Urban, *Polski przemysł spożywczy w Unii Europejskiej – konkurencyjność i szanse rozwojowe*, „Zagadnienia Ekonomiki Rolnej” 2005, nr 3(304).

z dużą nadwyżką kompensująca mniejszą wydajność pracy. Niższe były także ceny energii, ziemi i innych czynników produkcji. Przewagi cenowe polskich producentów żywności pozwalały im rekompensować brak przewag wynikających ze skali wytwarzania i efektywności gospodarowania.

Wzrost koncentracji przemysłu spożywczego, rosnące znaczenie podmiotów zagranicznych na polskim rynku żywnościowym i wysoki poziom nasycenia tego rynku, jak również powoli zmniejszający się dystans dzielący Polskę od największych producentów żywności w UE oraz zderzenie się z niczym nieograniczoną konkurencją na ogromnym rynku unijnym i konieczność pozyskiwania nowych pozaunijnych rynków eksportowych zmuszają polskich producentów żywności do poszukiwania nowych źródeł przewag konkurencyjnych. Mimo to ceny nadal pozostają ważnym czynnikiem wzrostu konkurencyjności⁶.

W rozważaniach na temat cenowych przewag konkurencyjnych niezbędne jest wskazanie na „prawo jednej ceny”, które stwierdza, że „na konkurencyjnym rynku pozbawionym kosztów transportu oraz oficjalnych barier handlowych (takich jak np. cła), identyczne dobra sprzedawane w dwóch różnych krajach muszą być sprzedawane po tej samej cenie, kiedy ceny stosowane w tych krajach wyrazimy w jednej walucie”⁷. Prawo to stwarza przesłanki do przepływu towarów z krajów, w których są one tańsze, do krajów, w których są droższe, ale tylko do czasu, w którym ceny w obu krajach wyrównają się. Zagadnienia związane z „prawem jednej ceny” można odnaleźć w pracach wielu ekonomistów, np. według Marshalla – im bardziej idealny jest rynek, tym występuje silniejsza tendencja do płacenia tej samej ceny za to samo dobro na różnych obszarach tego rynku, natomiast według Stillera – rynek jest to obszar, w ramach którego ceny tych samych towarów zmierzają do wyrównania się po uwzględnieniu kosztów transportu oraz różnych barier handlowych⁸. Prawo to obowiązuje niezależnie od tego, czy rozpatrywane rynki są częścią jednego kraju, czy pochodzą z różnych krajów. Jeżeli w krajach tych obowiązują różne waluty, to prawo to implikuje, że ceny tych samych dóbr po przeliczeniu na tę samą walutę powinny być identyczne⁹.

Wobec tego, że współczesne rynki są mniej lub bardziej niedoskonałe, a pod względem geograficznym bardzo duże i odległe od siebie, często dochodzi do różnego rodzaju różnicowania cen. Segmentacji rynków sprzyja także istnienie granic państwowych, występowanie barier handlowych, działanie instrumentów regulacji rynków, a także brak jednolitej waluty. Nie bez znaczenia jest także specyfika poszczególnych rynków, wynikająca chociażby z historycznych czy kulturowych uwarunkowań. Często również pojedyncze firmy stosują strategie różnicowania cen, tj. w celu uzyskania dodatkowych zysków, utrzymują różne ceny tych samych produktów sprzedawanych na

⁶ I. Szczepaniak (red.), *Monitoring i ocena konkurencyjności polskich producentów żywności (2)*, op. cit.

⁷ P.R. Krugman, M. Obstfeld, *Ekonomia międzynarodowa. Teoria i praktyka*, t. 2, PWN, Warszawa 2007.

⁸ J. Wolszczak-Derlacz, *Wspólna Europa, różne ceny – analiza procesów konwergencji*, Wydawnictwo Fachowe CeDeWu Sp. z o.o., Warszawa 2007.

⁹ J. Wolszczak-Derlacz, *Cenowa konkurencyjność w ujęciu międzynarodowym*, [w:] N. Daszkiewicz (red.), *Konkurencyjność. Poziom makro, mezo i mikro*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008, s. 76.

różnych rynkach. W sytuacji, gdy rynki te reprezentują poszczególne kraje, mamy do czynienia z międzynarodowym różnicowaniem cen¹⁰.

Oprócz ww. czynników prowadzących do różnicowania cen, występuje także wiele czynników stymulujących ich wyrównywanie. Jednym z takich czynników jest ekonomiczna integracja rynków, która powinna przyczyniać się do zmniejszania różnic w cenach tych samych produktów. Szczególnie silna konwergencja cen na obszarze zintegrowanym występuje w zakresie dóbr handlowych w sektorach, które do tej pory charakteryzowały się wysokimi barierami handlowymi i pozahandlowymi. J. Wolszczak-Derlacz wskazuje ponadto, że ujednolicenie cen jest źródłem korzyści zarówno dla krajów o wysokich cenach, w których konwergencja powoduje obniżanie cen (korzyści osiągają wtedy konsumenci), jak i dla krajów o niskich cenach, dla których konwergencja oznacza wzrost cen (korzyści osiągają producenci)¹¹.

Utworzenie Jednolitego Rynku Europejskiego, w którym zapewniony został swobodny przepływ towarów, osób, usług i kapitału, również przyczyniło się do konwergencji cen, stanowiąc jednocześnie dowód skuteczności działania tego rynku. Jak pisze A. Zielińska-Głębocka: „Konwergencja cen, a więc spadek dyspersji, to najbardziej syntetyczny miernik integracji rynkowej”¹². Z drugiej jednak strony, wciąż występujące – mimo postępującej konwergencji – zróżnicowanie cen między poszczególnymi krajami UE dowodzi utrzymującej się segmentacji JRE.

Badania dotyczące zróżnicowania cen w sektorze żywnościowym Unii Europejskiej, prowadzone w IERiGŻ-PIB, wskazują na stopniowe zmniejszanie się naszych przewag cenowych na unijnym rynku produktów rolnictwa i przetwórstwa spożywczego, wynikające właśnie z postępującej konwergencji cen polskich producentów z cenami producentów z innych krajów UE¹³. Zjawisko to świadczy o rozwoju integracji polskiego rynku rolno-spożywczego z rynkiem UE, ale równocześnie o dystansie dzielącym wciąż nasz kraj od najbardziej rozwiniętych krajów Unii.

1.2. Cel i metoda

W niniejszym rozdziale kontynuowana jest analiza czynników umożliwiających wnioskowanie o przyczynach osiągnięcia przez polskich producentów żywności określonej pozycji konkurencyjnej oraz możliwościach dalszego ich konkurowania na rynkach zagranicznych. Powołując się na prowadzone w poprzednich latach badania na rynku produktów rolnictwa i przetwórstwa spożywczego (a więc w dwóch pierwszych ogniwach łańcucha żywnościowego)¹⁴, za najważniejsze takie czynniki wciąż uznaje

¹⁰ I. Szczepaniak, *Analiza porównawcza cen żywności w Unii Europejskiej*, „Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu” 2012, t. XIV, z. 2, s. 152-157.

¹¹ J. Wolszczak-Derlacz, *Wspólna Europa...*, op. cit.

¹² Wypowiedź A. Zielińskiej-Głębockiej zamieszczona na stronie Uniwersytetu Gdańskiego (za: J. Wolszczak-Derlacz, *Cenowa konkurencyjność...*, op. cit., s. 86).

¹³ I. Szczepaniak (red.), *Monitoring i ocena konkurencyjności polskich producentów żywności (1)*, op. cit.; I. Szczepaniak (red.), *Monitoring i ocena konkurencyjności polskich producentów żywności (2)*, op. cit.

¹⁴ Ibidem. Badania te kontynuowane są w rozdziale 3 i 4 niniejszego raportu.

się czynniki o charakterze kosztowo-cenowym. Prowadzoną dotychczas analizę zróżnicowania cen pomiędzy poszczególnymi państwami Unii Europejskiej rozszerzono o analizę cen żywności na poziomie konsumenta. Pozwoliła ona ocenić, jaką pozycję wśród tych krajów zajmuje Polska, tj. jak kształtują się cenowe przewagi konkurencyjne polskich producentów na unijnym rynku żywności (a więc w trzecim, kolejnym ogniwie łańcucha żywnościowego).

Międzynarodowe porównanie cen jest przedsięwzięciem skomplikowanym zarówno pod względem operacyjnym, jak i technicznym. Prawidłowy wybór oraz wycena produktów, tak aby były jeśli nie identyczne, to przynajmniej porównywalne, napotyka bowiem wiele problemów. Wynikają one nie tylko z samych cech fizycznych produktów, ale także z różnych gustów klientów i pozycjonowania przez nich produktów na rynku¹⁵. Notowania cen dóbr i usług konsumpcyjnych oraz metodologia badań wykorzystywana przez Eurostat w analizie zróżnicowania tych cen wydają się jednak być materiałem adekwatnym do oceny zróżnicowania cen produktów żywnościowych w Unii Europejskiej.

W niniejszej analizie wykorzystano zatem dane Eurostatu, który za pośrednictwem narodowych urzędów statystycznych cyklicznie bada i porównuje ceny dóbr i usług wykorzystywanych w gospodarstwach domowych w 37 krajach, w tym we wszystkich 27 państwach członkowskich UE, 3 państwach kandydujących (Chorwacja¹⁶, Macedonia i Turcja), 3 państwach EFTA (Islandia, Norwegia i Szwajcaria) oraz 4 państwach Bałkanów Zachodnich (Albania, Bośnia i Hercegowina, Czarnogóra i Serbia)¹⁷.

Spośród produktów żywnościowych, analizą porównawczą we wszystkich 37 krajach objęte są ceny około 500 porównywalnych produktów. Objęcie badaniem tak dużej grupy produktów umożliwiło wszystkim państwom uwzględnienie w obliczeniach wystarczającej liczby produktów odzwierciedlających ich wzorce konsumpcji, innymi słowy charakterystycznych dla tych państw. Dla każdego kraju obliczane są względne indeksy poziomu cen (*Price Level Index* – PLI) żywności, napojów bezalkoholowych,

¹⁵ J. Wolszczak-Derlacz, *Cenowa konkurencyjność...*, op. cit., s. 88.

¹⁶ Ponieważ niniejsza analiza dotyczy lat 2003-2012, Chorwacja, która wstąpiła do UE w dniu 1 lipca 2013 r., traktowana jest jeszcze jako państwo kandydujące.

¹⁷ E. Borchert, S. Reinecke, *Eating, drinking, smoking – comparative price levels in 37 European countries for 2006*, Statistics in focus, Economy and Finance, no 90, Eurostat 2007; B. Kurkowiak, *Price levels for food, beverages and tobacco across the European market differ significantly. Comparative price levels in 37 European countries for 2009*, Statistics in focus, Economy and Finance, no 30, Eurostat 2010; B. Kurkowiak, *Significant differences in consumer price across Europe. Comparative price levels in 37 European countries for 2010*, Statistics in focus, Economy and Finance, no 28, Eurostat 2011; B. Kurkowiak, *Major dispersion in consumer price across Europe. Comparative price levels in 37 European countries for 2011*, Statistics in focus, Economy and Finance, no 26, Eurostat 2012; B. Kurkowiak, *Comparative price levels for food, beverages and tobacco. Significant differences in price level for food, beverages and tobacco across Europe in 2012*, Statistics in focus, Economy and Finance, no 15, Eurostat 2013; M. Lehmuskoski, S. Reinecke, *Eating, drinking, smoking – comparative price levels in EU, EFTA and Candidate Countries for 2003*, Statistics in focus, Economy and Finance, no 30, Eurostat 2004.

napojów alkoholowych i tytoniu¹⁸, za pomocą których możliwe jest porównanie poziomów cen w poszczególnych krajach w odniesieniu do średniego poziomu cen produktów żywnościowych w UE. Wartości względnych wskaźników poziomu cen są liczone z uwzględnieniem relacji parytetu siły nabywczej (*Purchasing Power Parity – PPP*) do oficjalnego kursu walutowego każdego kraju do euro (w przypadku państw spoza strefy euro), co umożliwi porównywanie poziomu cen tych samych produktów żywnościowych w jednej wspólnej walucie. Wartość indeksu poziomu cen wyższa od 100 oznacza, że w danym kraju ceny określonej grupy produktów są wyższe niż przeciętnie w UE, podczas gdy wartość tego wskaźnika poniżej 100 świadczy o niższych cenach w danym kraju niż we Wspólnocie, a zatem o cenowych przewagach konkurencyjnych producentów żywności z tego kraju¹⁹.

Do analizy stopnia zmienności cen poszczególnych grup produktów żywnościowych w UE wykorzystano współczynniki zmienności²⁰ (*Variation coefficients*), które obliczono dla poszczególnych grup produktów żywnościowych, wykorzystując dane Eurostat. W niniejszej analizie współczynnik zmienności cen danej grupy produktów żywnościowych został wyznaczony jako stosunek procentowy odchylenia standardowego względnych indeksów cen do średniego indeksu cen. Im wyższy jest współczynnik zmienności, tym większy jest rozrzut (dyspersja) cen w danej grupie produktów. Z kolei im niższy jest współczynnik zmienności, tym mniejsze jest rozproszenie cen wokół wartości średniej (gdy wynosi 0%, ceny w ogóle nie są zróżnicowane).

W poniższym opracowaniu analizę porównawczą zróżnicowania cen produktów żywnościowych ograniczono do 27 państw członkowskich UE. Okres objęty analizą obejmuje lata 2003-2012, tj. zarówno rok poprzedzający akcesję Polski do UE, jak i pierwsze lata naszego członkostwa.

¹⁸ W grupie „żywność” wydzielane są jeszcze takie podgrupy produktów, jak: zboża, przetwory zbożowe i pieczywo; mięso i przetwory z mięsa; ryby i przetwory z ryb; mleko, przetwory z mleka i jaja; oleje i pozostałe tłuszcze; owoce, warzywa, ziemniaki i przetwory z nich oraz tzw. pozostała żywność (m.in. cukier, słodycze, lody, koncentraty spożywcze). W grupie napojów bezalkoholowych uwzględniono wody mineralne, soki i napoje owocowe i warzywne, napoje gazowane oraz kawę, herbatę i kakao. Napoje alkoholowe to zarówno wyroby spirytusowe, jak i wino oraz piwo.

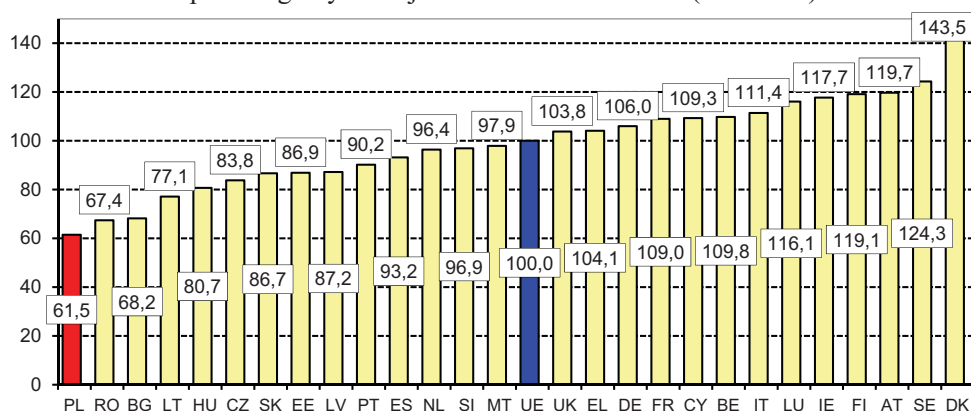
¹⁹ Porównując relatywne poziomy cen z poszczególnych lat trzeba mieć świadomość, że są to wskaźniki obliczane dla określonych warunków z danych lat. Porównywane poziomy cen nie charakteryzują zmian cen, lecz określają jedynie w każdym roku proporcje cen między krajami. Ponadto, średni poziom cen w UE we wszystkich latach wynosi 100, co nie oznacza oczywiście, że w wymiarze bezwzględny wartość ta nie ulega zmianie. Pewne zastrzeżenia może również budzić wykorzystanie do porównań cen danych zagregowanych, gdyż mogą one niewystarczająco doszacowywać wartość dyspersji cen w wyniku tzw. błędu agregacji.

²⁰ Współczynnik zmienności jest względną miarą zróżnicowania, będącą stosunkiem bezwzględnej miary zróżnicowania (odchylenia przeciętnego, standardowego lub ćwiartkowego) do średniej, wyrażoną w procentach. Pozwala on ocenić zróżnicowanie dwóch lub więcej zbiorowości względem tej samej cechy lub zróżnicowanie tej samej zbiorowości według dwóch lub więcej różnych cech. Por. B. Pułaska-Turyńska, *Statystyka dla ekonomistów*, Difin, Warszawa 2011, s. 85-87.

1.3. Zróżnicowanie cen produktów żywnościowych w UE w 2012 roku

Wskaźniki poziomu cen żywności i napojów bezalkoholowych (podstawowej kategorii wśród produktów żywnościowych) są bardzo zróżnicowane pomiędzy poszczególnymi państwami członkowskimi UE, ale Polska od lat lokuje się wśród krajów o najniższych względnych wskaźnikach poziomu cen tej grupy produktów. W 2012 roku najniższą wartość tego wskaźnika odnotowano właśnie w Polsce (61,5%), a najwyższą w Danii (143,5%). Oznacza to, że porównywalny koszyk żywności i napojów bezalkoholowych w Danii był droższy niż przeciętnie w UE o 43,5%, a w Polsce był tańszy niż średnio w UE o 38,5%. Ceny żywności i napojów bezalkoholowych w Danii były tym samym ponad dwukrotnie wyższe niż w Polsce (wykres 1.1).

Wykres 1.1. Względne indeksy poziomu cen żywności i napojów bezalkoholowych w poszczególnych krajach UE-27 w 2012 roku (UE = 100)



Oznaczenia krajów: AT – Austria, BE – Belgia, BG – Bułgaria, CY – Cypr, CZ – Czechy, DE – Niemcy, DK – Dania, EE – Estonia, EL – Grecja, ES – Hiszpania, FI – Finlandia, FR – Francja, HU – Węgry, IE – Irlandia, IT – Włochy, LT – Litwa, LU – Luksemburg, LV – Łotwa, MT – Malta, NL – Holandia, PL – Polska, PT – Portugalia, RO – Rumunia, SE – Szwecja, SI – Słowenia, SK – Słowacja, UK – Wielka Brytania.

Źródło: opracowanie na podstawie danych Eurostat, www.epp.eurostat.ec.europa.eu, 16.07.2013.

Całą zbiorowość państw Unii Europejskiej, w zależności od wartości względnych wskaźników poziomu cen żywności i napojów bezalkoholowych, można podzielić na cztery grupy państw. W 2012 roku podział ten kształtował się następująco:

- Grupa I ($\geq 120\%$ średniej w UE): Szwecja i Dania. Do tej grupy należą państwa, w których poziom cen jest równy bądź wyższy niż przeciętnie w UE o 20%. Jest to grupa państw, w których ceny żywności i napojów bezalkoholowych są najwyższe, a zatem najmniej konkurencyjne na rynku unijnym.
- Grupa II ($< 120\%$ i $\geq 100\%$ średniej w UE): Austria, Finlandia, Irlandia, Luksemburg, Włochy, Belgia, Cypr, Francja, Niemcy, Grecja i Wielka Brytania. W tej grupie państw poziom cen żywności i napojów bezalkoholowych jest równy średniej unijnej bądź wyższy, ale mniej niż o 20%. Są to „stare” państwa członkowskie UE

(UE-15), w których ceny żywności również nie zapewniają przewag konkurencyjnych, ale w mniejszym stopniu niż państwa grupy I.

- Grupa III (< 100% i \geq 80% średniej w UE): Malta, Słowenia, Holandia, Hiszpania, Portugalia, Łotwa, Estonia, Słowacja, Czechy i Węgry. Ta grupa państw osiąga względne cenowe przewagi konkurencyjne (ceny są niższe od przeciętnych w UE o nie więcej niż 20%), ale nie są one zbyt wysokie. Do grupy tej należy m.in. część „nowych” państw członkowskich (UE-12).
- Grupa IV (< 80% średniej w UE): Litwa, Bułgaria, Rumunia i Polska. Jest to grupa państw, w których ceny żywności i napojów bezalkoholowych są niższe niż przeciętnie w UE o ponad 20%, a zatem będące najbardziej konkurencyjne cenowo. Do grupy tej należą pozostałe „nowe” państwa członkowskie, w tym Polska.

Analiza względnych indeksów cen produktów żywnościowych ukazuje, że poziom cen tych produktów w „nowych” państwach członkowskich UE jest zdecydowanie niższy niż w „starych” państwach członkowskich. W obu grupach krajów ceny te są również bardzo zróżnicowane, zarówno jeśli chodzi o poszczególne grupy produktów żywnościowych, jak i ich podgrupy. Spośród krajów UE-15, w 2012 roku żywność najdroższa była w Danii, Szwecji i Austrii, a najtańsza w Portugalii, Hiszpanii i Holandii (tab. 1.1). W Danii szczególnie drogie były zboża, przetwory zbożowe i pieczywo, oleje i pozostałe tłuszcze oraz tzw. pozostała żywność. W Szwecji najdroższe były owoce, warzywa, ziemniaki i przetwory z nich oraz zboża, przetwory zbożowe i pieczywo. W Portugalii najtańsze było mięso i przetwory z mięsa oraz ryby i przetwory z ryb, a w Hiszpanii – oprócz mięsa i przetworów z mięsa – także oleje i pozostałe tłuszcze. W Holandii relatywnie tanie były oleje i pozostałe tłuszcze oraz zboża, przetwory zbożowe i pieczywo. Napoje bezalkoholowe najdroższe były w Danii i Irlandii, napoje alkoholowe – w Finlandii, Irlandii i Szwecji, a tytoń – w Irlandii i Wielkiej Brytanii. Relatywnie najtaniej napoje bezalkoholowe sprzedawane były natomiast w Hiszpanii, Włoszech i Holandii, napoje alkoholowe – w Niemczech, Hiszpanii, Francji i Portugalii, a tytoń – w Portugalii, Grecji i Hiszpanii.

Spośród krajów UE-12, w 2012 roku najwyższe ceny osiągała żywność na Cyprze (była nawet droższa niż przeciętnie w UE), Malcie i w Słowenii, przy czym dotyczyło to zdecydowanej większości grup produktów, tj. zbóż, przetworów zbożowych i pieczywa, ryb i przetworów rybnych, mleka i przetworów mleczarskich oraz olejów i pozostałych tłuszczów (tab. 1.1). Na uwagę zasługują ponadto również dość wysokie ceny olejów i pozostałych tłuszczów na Słowacji i Łotwie oraz w Estonii. Najniższe ceny osiągała żywność w Polsce, Rumunii i Bułgarii. W Polsce najtańsze było mięso i przetwory z mięsa, ryby i przetwory z ryb, mleko i przetwory z mleka, oleje i pozostałe tłuszcze oraz owoce, warzywa, ziemniaki i przetwory z nich. W Bułgarii odnotowano najniższe ceny zbóż i przetworów zbożowych oraz pieczywa. Napoje bezalkoholowe najdroższe były na Cyprze, Łotwie i Malcie, a najtańsze – w Rumunii, Bułgarii i Polsce, podczas gdy napoje alkoholowe najwięcej kosztowały na Łotwie, Cyprze i Malcie, a najmniej – w Bułgarii i Rumunii. Tytoń najdroższy był na Malcie i Cyprze, a najtańszy – na Węgrzech i Litwie oraz w Bułgarii i Polsce.

Tabela 1.1. Względne indeksy cen głównych grup produktów żywnościowych w państwach Unii Europejskiej w 2012 roku (UE = 100)

Wyszczególnienie	Państwa UE-15															
	BE	DK	DE	IE	EL	ES	FR	IT	LU	NL	AT	PT	FI	SE	UK	
Żywność i napoje bezalkoholowe	109,8	143,5	106,0	117,7	104,1	93,2	109,0	111,4	116,1	96,4	119,7	90,2	119,1	124,3	103,8	
w tym:																
Żywność	110,4	138,7	106,3	116,6	103,5	93,9	110,4	113,5	118,6	97,0	120,7	89,8	118,2	124,2	102,2	
pieczywo i zboża	107,8	159,0	104,0	109,5	115,2	111,4	105,6	114,1	116,8	90,5	133,8	98,3	129,8	135,4	89,4	
mięso	117,7	132,0	128,2	110,2	90,8	83,4	123,2	115,1	129,3	117,1	131,9	75,2	118,6	126,5	99,6	
ryby	118,5	124,9	109,6	109,2	114,0	88,0	108,8	114,5	121,3	104,0	120,0	80,7	108,2	112,0	96,1	
mleko, sery i jaja	111,5	116,7	91,9	119,2	132,3	94,7	99,6	126,0	118,8	92,9	101,1	104,9	114,4	112,3	107,0	
oleje i tłuszcze	113,7	154,9	99,2	102,9	123,1	86,6	99,0	104,0	113,5	81,1	120,6	97,1	109,8	114,5	104,8	
owoce, warzywa i ziemniaki	103,7	134,2	108,7	138,3	78,7	96,1	120,0	105,5	119,8	98,5	124,1	87,6	120,5	141,3	118,8	
pozostała żywność	108,7	172,2	95,6	117,6	121,6	103,0	102,4	116,4	107,8	88,8	112,8	114,4	114,9	117,0	102,8	
Napoje bezalkoholowe	104,0	189,7	103,9	130,7	110,9	85,2	95,7	89,9	100,8	90,2	113,5	94,7	127,5	125,6	118,4	
Napoje alkoholowe	96,7	139,9	82,0	162,0	130,9	87,2	88,4	98,4	89,5	96,5	95,5	88,5	174,7	161,2	142,6	
Tytoń	94,9	115,2	102,0	198,7	74,4	83,3	128,6	99,1	80,9	107,8	85,8	83,7	102,1	132,2	193,8	
Dobra i usługi konsumpcyjne ogółem	109,4	141,9	101,8	115,0	93,0	95,5	109,1	104,5	121,8	108,1	105,8	86,6	124,0	128,4	107,8	
Państwa UE-12																
Wyszczególnienie	BG	CZ	CY	EE	LV	LT	HU	MT	PL	RO	SI	SK				
Żywność i napoje bezalkoholowe	68,2	83,8	109,3	86,9	87,2	77,1	80,7	97,9	61,5	67,4	96,9	86,7				
w tym:																
Żywność	67,2	82,4	108,9	85,8	85,2	75,3	80,1	96,8	59,9	66,8	97,7	85,3				
pieczywo i zboża	56,6	73,8	121,4	84,2	80,1	75,2	74,3	94,1	58,1	63,2	100,6	81,7				
mięso	58,7	72,7	88,7	79,1	74,8	63,4	71,8	79,7	55,1	57,4	92,8	71,1				
ryby	73,4	101,0	86,6	87,6	80,3	73,1	121,3	103,2	67,1	67,8	101,9	100,3				
mleko, sery i jaja	92,3	90,7	141,0	86,8	96,5	89,8	87,8	112,7	63,0	93,5	101,5	97,5				
oleje i tłuszcze	99,2	103,0	118,2	112,9	116,3	103,1	101,4	115,3	73,6	92,5	120,9	119,4				
owoce, warzywa i ziemniaki	60,9	84,8	92,0	87,3	86,4	73,9	78,3	98,7	55,0	58,7	91,6	87,8				
pozostała żywność	87,5	96,7	124,2	96,4	98,6	86,5	97,9	114,5	73,1	86,0	108,0	96,3				
Napoje bezalkoholowe	78,5	97,7	113,9	98,3	111,4	100,3	86,8	109,1	79,1	73,9	91,3	103,9				
Napoje alkoholowe	66,7	96,4	109,5	102,1	111,4	94,2	78,9	109,3	93,3	75,3	100,6	91,2				
Tytoń	57,0	68,9	81,5	62,0	64,3	55,1	52,3	88,1	58,2	68,5	67,5	72,6				
Dobra i usługi konsumpcyjne ogółem	48,9	74,5	88,0	79,9	74,8	65,9	61,8	78,2	58,3	57,4	85,0	71,5				

Oznaczenia krajów: AT – Austria, BE – Belgia, BG – Bułgaria, CY – Cypr, CZ – Czechy, DE – Niemcy, DK – Dania, EE – Estonia, EL – Grecja, ES – Hiszpania, FI – Finlandia, FR – Francja, HU – Węgry, IE – Irlandia, IT – Włochy, LT – Litwa, LU – Luksemburg, LV – Łotwa, MT – Malta, NL – Holandia, PL – Polska, PT – Portugalia, RO – Rumunia, SE – Szwecja, SI – Słowenia, SK – Słowacja, UK – Wielka Brytania.

Źródło: opracowanie na podstawie danych Eurostat, www.epp.eurostat.ec.europa.eu, 16.07.2013.

Badając zmiany względnych indeksów cen produktów żywnościowych w czasie, można zaobserwować, że mimo pewnego zbliżenia tych indeksów między poszczególnymi krajami, były one relatywnie stabilne, a istotne zmiany w badanym okresie zaistniały tylko w nielicznych przypadkach. Zmiany tych wskaźników nie miały większego wpływu na relacje między krajami, tj. kraje relatywnie najdroższe przed dziesięciu laty nadal znajdują się w tej samej grupie krajów, podobnie kraje najtańsze pozostały wśród tej samej grupy krajów.

Warto zauważyć ponadto, że zróżnicowanie cen żywności w UE jest zgodne z geograficznym położeniem krajów. Kraje położone na północy Europy charakteryzują się najwyższymi cenami. Najtaniej żywność można kupić w krajach Europy Środkowo-Wschodniej. Kraje tzw. rdzenia, które od początku tworzyły wspólnoty, charakteryzują się natomiast zbliżonym poziomem cen do średniej unijnej.

1.4. Analiza przewag cenowych polskich dostawców żywności na rynku UE

Analiza względnych indeksów cen głównych produktów żywnościowych wskazuje, że poziom cen w Polsce jest znacznie niższy aniżeli poziom cen w Unii Europejskiej. Zgodnie z danymi Eurostat ceny żywności i napojów bezalkoholowych w Polsce w 2012 roku były o 38,5% niższe niż przeciętnie w UE, w tym żywność tańsza była o 40,1%, a napoje bezalkoholowe o 20,9% (tab. 1.2). Pozostałe dwie analizowane grupy produktów żywnościowych, tj. napoje alkoholowe i tytoń były tańsze odpowiednio o: 6,7% i aż 41,8%. Jeśli chodzi o poszczególne podgrupy produktów w kategorii „żywność”, to najtańsze w Polsce w porównaniu z UE były: owoce, warzywa, ziemniaki i przetwory z nich (o 45%), mięso i przetwory z mięsa (o 44,9%), zboża, przetwory zbożowe i pieczywo (o 41,9%) oraz mleko, przetwory z mleka i jaja (o 37%). Najmniej konkurencyjne ceny miała grupa tzw. pozostałej żywności (ceny niższe o 26,9%) oraz grupa produktów złożona z olejów i pozostałych tłuszczów (o 26,4%).

Tabela 1.2. Względne indeksy cen głównych grup produktów żywnościowych w Polsce w latach 2003-2012 (UE = 100)

Wyszczególnienie	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Żywność i napoje bezalkoholowe	55,2	56,2	64,6	66,3	68,8	74,1	63,5	69,7	64,6	61,5
w tym:										
Żywność	54,4	55,5	63,1	64,8	67,2	72,7	62,4	68,6	63,2	59,9
pieczywo i zboża	51,0	51,8	58,4	60,2	62,2	67,7	57,8	63,4	59,3	58,1
mięso	49,5	52,4	53,2	52,3	54,7	63,8	56,1	59,6	57,8	55,1
ryby	55,9	65,1	67,2	68,0	68,5	77,6	69,0	76,1	68,9	67,1
mleko, sery i jaja	53,0	54,0	65,8	67,6	71,1	74,3	62,8	68,9	65,3	63,0
oleje i tłuszcze	72,8	76,1	87,1	84,2	88,7	90,1	78,9	86,6	77,0	73,6
owoce, warzywa i ziemniaki	54,5	53,9	64,9	69,8	73,0	78,9	66,5	77,6	61,1	55,0
pozostała żywność	66,4	68,1	80,7	83,0	85,2	84,4	72,1	77,7	77,8	73,1
Napoje bezalkoholowe	65,7	65,0	83,1	84,6	87,6	89,0	75,6	81,3	80,2	79,1
Napoje alkoholowe	87,1	85,5	88,4	90,2	91,5	102,4	89,3	95,7	94,7	93,3
Tytoń	35,8	34,8	43,2	44,6	47,7	58,3	52,7	58,8	61,5	58,2
Dobra i usługi konsumpcyjne ogółem	54,5	53,3	61,1	62,5	61,7	69,2	58,1	61,2	59,3	58,3

Źródło: opracowanie na podstawie danych Eurostat, www.epp.eurostat.ec.europa.eu, 16.07.2013.

Porównanie względnych indeksów cen produktów żywnościowych w latach 2003-2011 wskazuje na stopniowe zmniejszanie się przewag cenowych polskich dostawców żywności na rynku unijnym, mimo różnokierunkowych zmian w niektórych latach (tab. 1.2). W 2011 roku indeksy cen wszystkich analizowanych grup produktów żywnościowych były wyższe niż w 2003 roku: żywności – o 8,8 punktów procentowych (p.p.), napojów bezalkoholowych – o 14,5 p.p., napojów alkoholowych – o 7,6 p.p., a tytoniu – o 25,7 p.p. W tym samym okresie zmniejszyły się również przewagi cenowe Polski w zakresie wszystkich dóbr i usług konsumpcyjnych (o 4,8 p.p.). Rok 2012 przyniósł niewielkie odwrócenie tej tendencji w zakresie wszystkich analizowanych grup produktów żywnościowych. Przewagi cenowe polskich podmiotów zwiększyły się – w zależności od grupy produktów o 1-6 p.p.

1.5. Konwergencja cen produktów żywnościowych w UE

Porównanie dyspersji cen produktów żywnościowych w Unii Europejskiej w latach 2003-2012 wskazuje, że ceny tych produktów wewnątrz UE stopniowo wyrównują się (choć w 2012 roku mieliśmy do czynienia z niewielkim zwiększeniem się różnic cenowych). Świadczy o tym powszechny spadek wartości współczynników zmienności indeksów względnego poziomu cen wszystkich analizowanych produktów (tab. 1.3). Zaobserwowany proces konwergencji cen produktów żywnościowych najszybciej przebiegał w grupach: „tytoń” i „żywność”, wolniej w grupie „napoje alkoholowe”, a najwolniej w grupie „napoje bezalkoholowe”. Proces wyrównywania się cen produktów żywnościowych miał miejsce w całej minionej dekadzie, ale szczególnie wyraźny był do 2008 roku. Od tego roku tempo konwergencji cen tej grupy produktów zmalało, a w niektórych grupach produktów zaobserwowana tendencja zmian uległa nawet odwróceniu.

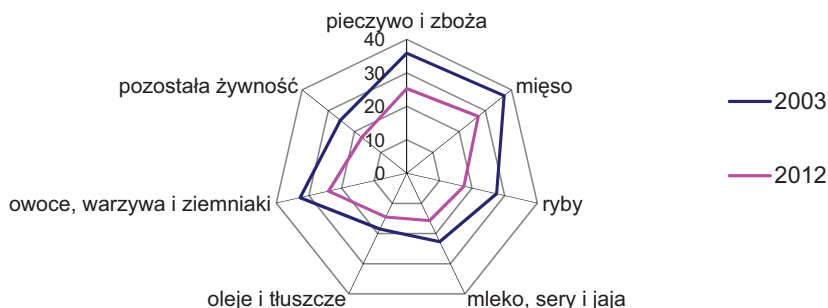
Tabela 1.3. Współczynnik zmienności indeksów względnego poziomu cen produktów żywnościowych w UE w latach 2003-2012 (w proc.)

Wyszczególnienie	2003	2005	2007	2009	2011	2012	Zmiana w latach 2003-2012 (w p.p.)
Żywność i napoje bezalkoholowe	29,2	25,6	22,0	20,2	18,2	19,5	-9,7
w tym:							
Żywność	29,7	26,1	22,5	20,6	18,5	19,8	-9,9
pieczywo i zboża	35,9	32,5	27,4	25,3	25,1	25,3	-10,6
mięso	37,2	34,6	31,9	26,5	24,8	27,3	-9,9
ryby	27,5	26,0	24,2	19,0	16,8	17,5	-10,0
mleko, sery i jaja	22,7	20,6	17,5	18,2	15,0	15,7	-7,0
oleje i tłuszcze	18,5	15,3	14,3	15,3	14,5	14,5	-4,0
owoce, warzywa i ziemniaki	32,7	30,2	25,0	25,4	22,6	24,0	-8,7
pozostała żywność	25,4	20,4	18,2	18,0	16,3	17,2	-8,2
Napoje bezalkoholowe	25,7	24,0	21,9	22,1	20,0	21,5	-4,2
Napoje alkoholowe	33,2	30,1	26,3	22,6	24,9	26,2	-7,0
Tytoń	55,1	53,7	50,5	42,6	39,5	40,3	-14,8
Dobra i usługi konsumpcyjne ogółem	33,5	30,3	26,7	25,4	26,3	27,0	-6,5

Źródło: obliczenia M. Bulkowskiej na podstawie danych Eurostat (www.epp.eurostat.ec.europa.eu, 16.07.2013).

Grupa „żywność” w minionej dekadzie uległa konwergencji cen o 9,9 p.p., tj. o 1/3 w stosunku do poziomu z 2003 roku. Wśród podgrup tej kategorii szczególnie zmniejszyły się różnice cenowe w zakresie zbóż, przetworów zbożowych i pieczywa, ryb i przetworów rybnych, mięsa i przetworów mięsnych oraz owoców, warzyw, ziemniaków i przetworów z nich (wykres 1.2). Najślabszą konwergencję cen zaobserwowano w przypadku olejów i tłuszczów oraz mleka, serów i jaj, które jednak już w 2003 roku charakteryzowały się relatywnie niskim zróżnicowaniem cen.

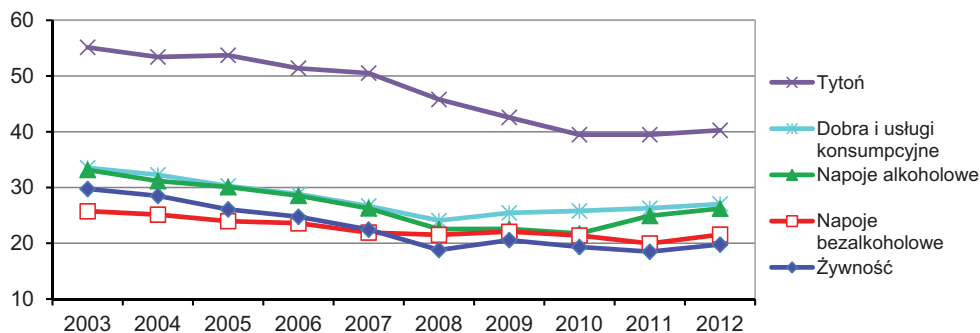
Wykres 1.2. Współczynnik zmienności indeksów względnego poziomu cen w grupie „żywność” w UE w 2003 i 2012 roku (w proc.)



Źródło: obliczenia M. Bulkowskiej na podstawie danych Eurostat (www.epp.eurostat.ec.europa.eu, 16.07.2013).

Zróżnicowanie cen ogółu dóbr i usług konsumpcyjnych w UE jest większe niż cen żywności, napojów bezalkoholowych i alkoholowych, aczkolwiek i w tym przypadku następował proces wyrównywania się cen (wykres 1.3). Miał on miejsce jednak tylko do 2008 roku, od tego czasu dyspersja cen dóbr i usług konsumpcyjnych na rynku Wspólnoty ponownie zwiększyła się. W skali całej minionej dekady zróżnicowanie cen produktów żywnościowych na rynku UE, mierzone współczynnikiem zmienności indeksów względnego poziomu cen, zmniejszyło się w większym stopniu niż zróżnicowanie cen dóbr i usług konsumpcyjnych.

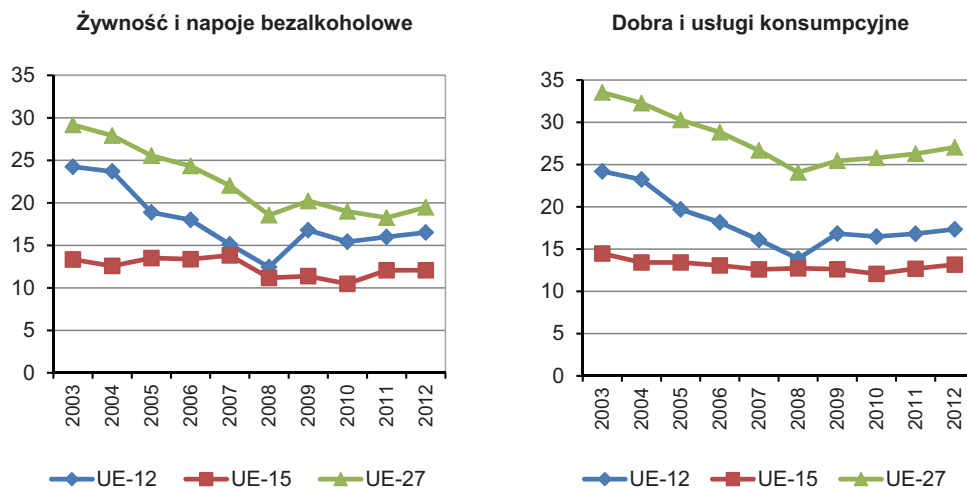
Wykres 1.3. Współczynnik zmienności indeksów względnego poziomu cen w UE w latach 2003-2012, według grup produktów (w proc.)



Źródło: obliczenia M. Bulkowskiej na podstawie danych Eurostat (www.epp.eurostat.ec.europa.eu, 16.07.2013).

Analiza stopnia zróżnicowania indeksów względnego poziomu cen produktów żywnościowych ukazuje ponadto, że zróżnicowanie poziomu cen produktów żywnościowych oraz dóbr i usług konsumpcyjnych jest dużo mniejsze w krajach UE-15 (w 2012 roku współczynnik zmienności indeksu cen żywności i napojów bezalkoholowych wyniósł 12,1%, a dóbr i usług konsumpcyjnych 13,2%) niż w krajach UE-12 (odpowiednio: 16,5% i 17,3%) – wykres 1.4. W całym analizowanym okresie współczynniki zmienności cen w krajach „piętnastki” były względnie stabilne, podczas gdy w „nowych” państwach członkowskich mieliśmy do czynienia z postępującą konwergencją cen, która w sposób bezpośredni rzutowała na stopniowe wyrównywanie się cen w całej Wspólnocie. Proces konwergencji cen w krajach UE-12 i w całej UE najsilniejszy był w pierwszym okresie po rozszerzeniu Unii, natomiast obecnie obserwuje się spowolnienie tego procesu.

Wykres 1.4. Współczynnik zmienności indeksów względnego poziomu cen w UE w latach 2003-2012, według grup krajów (w proc.)



Źródło: obliczenia M. Bułkowskiej na podstawie danych Eurostat (www.epp.eurostat.ec.europa.eu, 16.07.2013).

Postępująca zbieżność cen produktów żywnościowych na rynku Unii Europejskiej, mimo iż jest procesem długotrwałym, oznacza, że przewagi kosztowo-cenowe stopniowo przestają być dla producentów żywności z „nowych” państw członkowskich, w tym z Polski, podstawowym źródłem budowania przewag konkurencyjnych. W warunkach globalizacji i integracji europejskiej systematycznie rośnie znaczenie pozacenowych czynników konkurencyjności. Bez wyraźnego wzrostu efektywności wykorzystania szeroko rozumianego potencjału konkurencyjnego sektora żywnościowego wzmocnienie przewag konkurencyjnych posiadanych przez NPC będzie zatem niemożliwe. Zjawisko to zmusza producentów z poszczególnych krajów do poszukiwania nowych źródeł (innych niż ceny) umożliwiających im poprawę pozycji konku-

rencyjnej na rynku Wspólnoty. Dotyczy to również polskich producentów żywności, mimo iż – jak wykazała analiza – w dalszym ciągu posiadają oni znaczące przewagi cenowe nad konkurentami z innych państw członkowskich Unii Europejskiej.

1.6. Uwagi końcowe

W ostatnich latach dał się zauważyć proces stopniowego wyrównywania się cen produktów żywnościowych wewnątrz Unii Europejskiej, stanowiąc jednocześnie dowód skuteczności działania Wspólnego Rynku i postępującej integracji rynków poszczególnych państw członkowskich z rynkiem UE. Proces konwergencji cen żywności w krajach Unii jest argumentem optującym na rzecz odejścia od ceny jako podstawowego elementu kształtującej pozycję konkurencyjną gospodarek.

Polscy producenci żywności w całym okresie członkostwa Polski w Unii Europejskiej byli konkurencyjni cenowo względem producentów z większości państw członkowskich UE, przy czym przewagi cenowe zwiększały się wraz ze wzrostem stopnia przetworzenia oferowanych do sprzedaży produktów. Świadczą o tym notowania cen żywności na rynkach poszczególnych krajów UE, a zatem przewagi na poziomie konsumenta. Poziom cen produktów żywnościowych w Polsce w 2012 roku był o ok. 30-40% niższy od przeciętnego poziomu cen tych produktów na rynku Unii Europejskiej.

Przeprowadzona analiza zróżnicowania cen wewnątrz Unii Europejskiej ukazała, że przewagi cenowe polskich producentów żywności szczególnie znaczące były względem producentów z państw UE-15. Poziom cen żywności w Polsce porównywalny był natomiast z ich poziomem w większości krajów UE-12, chociaż na niektórych rynkach NPC również byliśmy konkurencyjni. Mimo niekwestionowanego wzrostu znaczenia pozacenowych źródeł przewag konkurencyjnych, czynnik cenowy nadal pozostaje zatem ważną determinantą międzynarodowej konkurencyjności polskiego sektora żywnościowego.

Zjawisko zbliżania się cen produktów żywnościowych w Polsce do średniego poziomu w UE nie powinno być rozpatrywane z punktu widzenia obawy przed wzrostem inflacji, lecz jako pozytywny proces kształtowania cen w oparciu o mechanizm rynkowy. Oczywiście będzie on w pełni korzystny dla naszego kraju wtedy, gdy wymusi zauważalną poprawę wydajności pracy i wzrost efektywności gospodarowania.

2. Stan przewag cenowych na rynku wybranych produktów przetwórstwa spożywczego

W literaturze przedmiotu występuje wiele definicji konkurencyjności²¹, ale istnieje zgodność, że powinna ona być zjawiskiem relatywnym, wymagającym porównania z danym obiektem, określać pole walki konkurencyjnej oraz być pojęciem wartościującym, wskazującym stan pożądany²².

Postępujące procesy integracji i globalizacji wymuszają poszukiwanie czynników określających poziom konkurencyjności poszczególnych podmiotów, branż czy gospodarek. Trafna identyfikacja tych czynników, a następnie ich pomiar wpływają na kształt polityki gospodarczej, co przekłada się na pozycję konkurencyjną danego kraju w gospodarce światowej.

Konkurencyjność sektora żywnościowego rozumiana jako zdolność lokowania się krajowych producentów żywności na rynkach zagranicznych oraz zdolność rozwijania efektywnego eksportu²³ determinowana jest zarówno przez czynniki rynkowe, jak i pozarynkowe²⁴. W grupie czynników rynkowych jako podstawowe można wymienić: wielkość oferty rynkowej, cenę oferowanych dóbr i usług, ich jakość oraz warunki sprzedaży. Determinanty te stanowią o poziomie konkurencyjności przedsiębiorstwa, przy czym zależność między nimi a konkurencyjnością jest różnokierunkowa. Jest ona wprost proporcjonalna między ilością oferowanych dóbr i usług, ich jakością i warunkami sprzedaży, co oznacza wzrost konkurencyjności przedsiębiorstw wraz ze zwiększeniem oferty rynkowej, jej jakości oraz poprawą warunków sprzedaży. Natomiast między cenami dóbr oferowanych przez firmy a poziomem ich konkurencyjności zależność ma charakter odwrotnie proporcjonalny. Skuteczne utrzymanie się i zdobywanie rynku jest realne w sytuacji, gdy oferowane towary mają wyższą jakość i/lub niższą cenę.

W niniejszym rozdziale kontynuowana jest ocena przewag cenowych polskich producentów żywności na poziomie przetwórstwa (kolejnego ogniwa w łańcuchu żywnościowym), oparta na porównaniu cen producenta wybranych grup produktów przemysłu spożywczego na rynku polskim i niemieckim. Wybór Niemiec podyktowany został tym, że jest to jeden z większych producentów żywności w UE oraz nasz strategiczny partner gospodarczy (bezpośredni konkurent w handlu na rynku unijnym, a jednocześnie istotny partner handlowy, którego udział w 2011 roku zarówno w polskim eksporcie rolno-spożywczym, jak i w imporcie wyniósł około 23%), charakteryzujący się podobnymi warunkami gospodarowania oraz strukturą konsumpcji i produkcji

²¹ M.in.: M. Olczyk, *Konkurencyjność. Teoria i praktyka*, Wydawnictwo Fachowe CeDeWu Sp. z o.o., Warszawa 2008, s. 11-43, J. Misala, *Międzynarodowa zdolność konkurencyjna i międzynarodowa konkurencyjność gospodarki narodowej*, Wyd. Politechniki Radomskiej, Radom 2007, s. 14.

²² M. Olczyk, *Konkurencyjność...*, op. cit., s. 13.

²³ I. Szczepaniak (red.), *Monitoring i ocena konkurencyjności polskich producentów żywności (2)*, op. cit., s. 10.

²⁴ H. Adamkiewicz-Drwiłło, *Konkurencyjność przedsiębiorstw w świetle uwarunkowań współczesnej gospodarki*, Dom Organizatora, Toruń 2010, s. 217-224.

żywności. Porównując średnie ceny poszczególnych grup produktów, trzeba mieć świadomość, że ich szczegółowa struktura asortymentowa może być różna. Istotne jest także to, że w badanym okresie oba kraje różniły się stopą inflacji oraz fakt, że w Polsce nastąpiło wzmocnienie waluty krajowej.

Niniejszy rozdział zawiera analizę różnic między średnimi cenami wybranych grup produktów spożywczych w Polsce a cenami tych grup wyrobów w Niemczech w 2011 roku na tle 2002 roku (ostatnie dostępne dane o cenach w Niemczech dotyczą 2011 roku). Syntetyczna analiza tego zjawiska prowadzona jest systematycznie od 2002 roku²⁵. Porównując średnie ceny poszczególnych grup produktów, trzeba mieć świadomość, że są one agregatem, który może się różnić między krajami: składem, jakością, opakowaniem czy też stopniem przetworzenia, dlatego też należy zachować ostrożność w formułowaniu ocen. Ważne jest także to, że w badanym okresie oba kraje różniły się poziomem gospodarczym i stopą inflacji, która w Polsce była wyższa niż w Niemczech, co miało znaczący wpływ na zmiany cen wszystkich produktów oraz to, że w Polsce po wejściu do Unii Europejskiej nastąpiło istotne wzmocnienie waluty krajowej, a w Niemczech w 2002 roku marka (DM) zastąpiona została przez euro.

2.1. Stan przewag cenowych na rynku podstawowych produktów przemysłu spożywczego

Polscy producenci większości podstawowych produktów przemysłu spożywczego są wciąż konkurencyjni cenowo względem partnerów niemieckich, aczkolwiek nasze przewagi cenowe systematycznie maleją. Analiza przewag cenowych podstawowych produktów przemysłu spożywczego na rynku polskim i niemieckim dotyczy 17 grup produktów pochodzenia zwierzęcego i 15 grup wyrobów pochodzenia roślinnego. W 2011 roku zmniejszyła się liczebność grup produktów pochodzenia roślinnego, w których byliśmy konkurencyjni, przy niezmienionej liczebności grup produktów pochodzenia zwierzęcego. Ceny tylko 47% grup produktów pochodzenia roślinnego w Polsce były niższe niż w Niemczech, wobec 53% w 2010 roku i 60% w 2009 roku²⁶. W przypadku produktów pochodzenia zwierzęcego przewagi cenowe mieliśmy w 59% grup wyrobów, podobnie jak w 2010 roku, wobec aż 70% w 2009 roku. Tym samym średnie ceny ponad 40% grup produktów pochodzenia zwierzęcego i ponad 50% grup produktów pochodzenia roślinnego w Polsce przekraczały średnie ceny niemieckie (o co najmniej kilka, a nawet kilkanaście procent). Wśród nich były grupy produktów, których ceny w Polsce nawet ponad dwukrotnie przewyższały ceny w Niemczech (np. koncentratu jabłkowego, oleju rzepakowego surowego czy makuchów rzepakowych). Duże różnice cenowe dotyczyły także oleju rzepakowego rafinowanego oraz skrobi ziemniaczanej, które były u nas droższe odpowiednio o 79% i 53%.

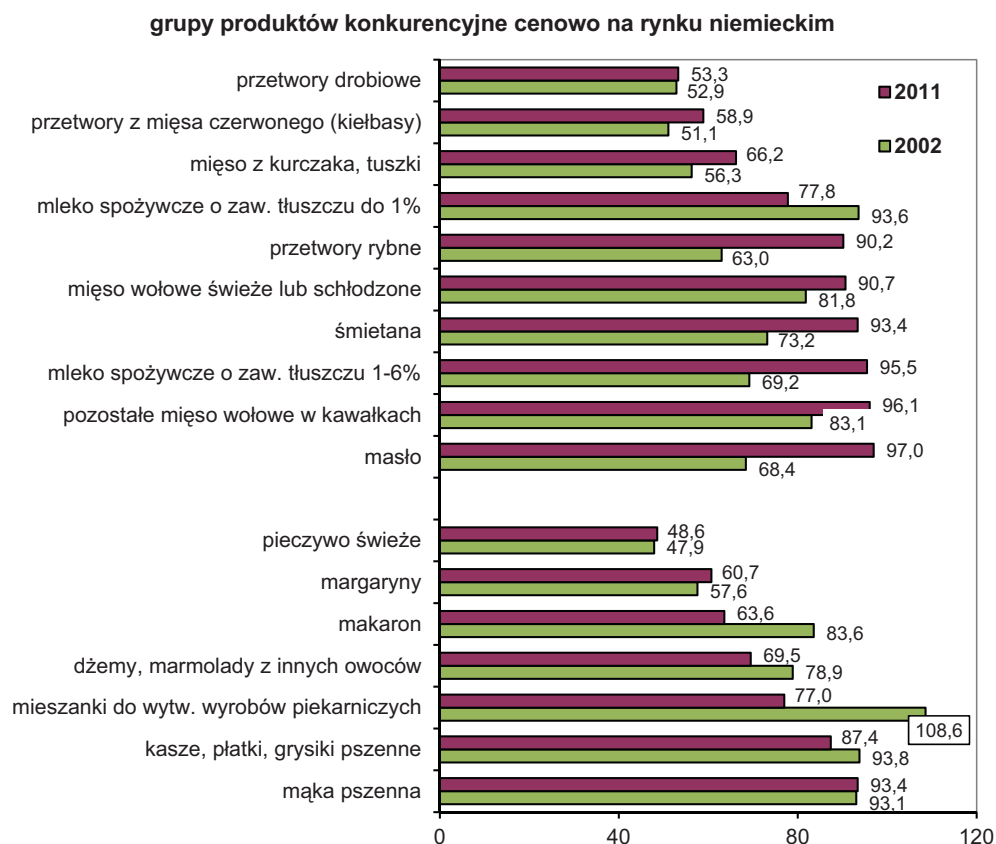
²⁵ M.in. I. Szczepaniak (red.), *Ocena konkurencyjności polskich producentów żywności po akcesji do Unii Europejskiej (synteza)*, op. cit.; I. Szczepaniak (red.), *Monitoring i ocena konkurencyjności polskich producentów żywności (2)*, op. cit.

²⁶ J. Drożdż, *Stan przewag cenowych na rynku podstawowych produktów przemysłu spożywczego*, [w:] I. Szczepaniak (red.), *Monitoring i ocena konkurencyjności polskich producentów żywności (2)*, op. cit., s. 115.

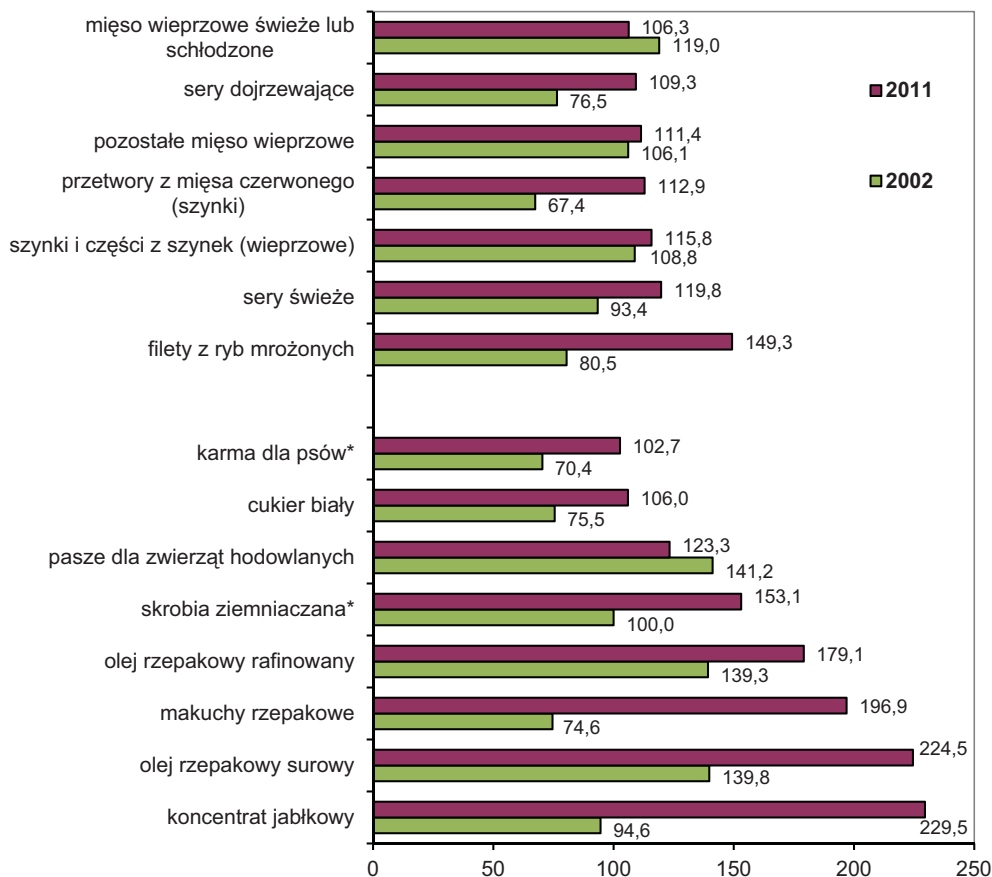
Analiza porównawcza średnich cen wskazuje, że w latach 2002-2011 najważniejsze zmiany dotyczyły:

- Zmniejszenia przewag cenowych na rynku wszystkich badanych produktów pochodzenia zwierzęcego, z wyjątkiem mleka spożywczego o zawartości tłuszczu do 1% (wykres 2.1). Nadal duże przewagi cenowe osiągaliliśmy tylko w sektorze drobiarskim oraz na rynku kielbas. Straciliśmy przewagi cenowe na rynku serów dojrzewających, przetworów z mięsa czerwonego (szynki), serów świeżych oraz filetów z ryb mrożonych.
- Powiększenia przewag cenowych w kilku badanych produktach pochodzenia roślinnego (wykres 2.1). Dotyczyło to produktów, w których mieliśmy przewagi i je powiększyliśmy (tj. makaronu, dżemów i marmolad, kasz, płatków i grysików pszennych) oraz mieszanek do wytwarzania wyrobów piekarskich, w których uzyskaliśmy przewagi cenowe. Duże przewagi cenowe mieliśmy nadal w większości produktów przetwórstwa zbóż. Natomiast staliśmy się niekonkurencyjni przede wszystkim na rynku karmy dla psów, cukru oraz makuchów rzepakowych i koncentratu jabłkowego.

Wykres 2.1. Porównanie średnich cen producenta podstawowych grup produktów przemysłu spożywczego w Polsce i w Niemczech (Niemcy = 100)



grupy produktów niekonkurencyjne cenowo na rynku niemieckim



* brak danych za rok 2002 i dlatego porównano ceny karmy dla psów z 2005 roku, a skrobi ziemniaczanej z 2004 roku

Źródło: obliczenia własne na podstawie niepublikowanych danych GUS oraz Statistisches Jahrbuch über Ernährung Landwirtschaft und Forsten 2003, 2012.

Mimo zmniejszenia, nadal posiadamy znaczące przewagi cenowe w sektorze drobiarskim zarówno w grupie przetworów, jak i mięsa drobiowego. Największe są one na rynku przetworów drobiowych, których ceny w 2011 roku w Polsce były prawie o połowę niższe niż u naszych zachodnich sąsiadów (wykres 2.1). W badanym okresie była to sytuacja względnie stabilna, gdyż różnice cenowe nie były duże i wahały się w granicach kilku punktów procentowych (p.p.); ceny w Polsce wzrosły o 17%, a w Niemczech o 8%. Zmniejszyła się natomiast nasza konkurencyjność cenowa na rynku mięsa drobiowego, lecz nadal była znacząca. W 2011 roku mięso drobiowe w Polsce było o 34% tańsze niż w Niemczech, tj. o 10 p.p. mniej niż w 2002 roku. Zmniejszenie różnic cenowych w obu krajach było rezultatem większego wzrostu cen w Polsce (o ok. 37% w latach 2002-2011) niż u naszych sąsiadów (o ok. 9%, por. tab. 2.1).

Tabela 2.1. Porównanie średnich cen producenta podstawowych grup artykułów spożywczych pochodzenia zwierzęcego w Polsce i w Niemczech (w proc.)

Produkty	Wskaźnik cen ^a w 2011 roku (2002 = 100)		Relacja wskaźnika cen w Polsce do wskaźnika cen w Niemczech	Cena w Polsce (cena w Niemczech = 100)	
	Niemcy	Polska		2002	2011
Mięso wołowe świeże lub schłodzone	153,1	181,4	118,5	81,8	90,7
Pozostałe mięso wołowe w kawałkach	157,2	194,3	123,6	83,1	96,1
Mięso wieprzowe świeże lub schłodzone	105,9	101,0	95,4	119,0	106,3
Szynki i części z szynek (wieprzowe)	113,6	129,2	113,7	108,8	115,8
Inne mięso wieprzowe	103,4	116,0	112,2	106,1	111,4
Przetwory z mięsa czerwonego (kielbasy)	105,4	129,8	123,2	51,1	58,9
Przetwory z mięsa czerwonego (szynki)	63,9	114,2	178,8	67,4	112,9
Mięso z kurczaka, tuszki	109,4	137,4	125,6	56,3	66,2
Przetwory drobiowe	108,4	116,7	107,6	52,9	53,3
Filety z ryb mrożonych	81,8	162,0	198,2	80,5	149,3
Przetwory rybne	98,0	149,9	153,0	63,0	90,2
Mleko spożywcze o zawartości tłuszczu do 1%	168,1	149,3	88,8	93,6	77,8
Mleko spożywcze o zawartości tłuszczu 1-6%	109,5	161,6	147,6	69,2	95,5
Śmietana	109,4	149,2	136,4	73,2	93,4
Masło	124,4	188,3	151,4	68,4	97,0
Sery świeże	89,7	123,0	137,1	93,4	119,8
Sery dojrzewające	94,6	144,4	152,6	76,5	109,3

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

Źródło: opracowanie własne na podstawie aneksu 2.1.

Konkurencyjny cenowo, choć w coraz mniejszym stopniu, pozostaje polski sektor mięsny (wykres 2.1). Nadal największe przewagi cenowe mamy na rynku kielbas. W 2011 roku ich średnie ceny w Polsce były o prawie 40% niższe niż w Niemczech, wobec około 50% w 2002 roku. Niewielkie zmniejszenie naszych przewag cenowych na tym rynku było wynikiem dużego wzrostu ich cen w Polsce (o prawie 30%), przy niewielkim ich wzroście (o około 5%) u naszych sąsiadów (tab. 2.1). W 2011 roku w Polsce tańsze, ale o około 10%, było mięso wołowe świeże lub schłodzone, a pozostałe mięso wołowe w kawałkach było tańsze już tylko o 4%. W obu tych grupach produktów nasze przewagi cenowe w badanym okresie zmniejszyły się odpowiednio o 9 i 13 p.p. Było to wynikiem bardzo dużego wzrostu ich cen w Polsce (odpowiednio o 81% i 94%), przy wysokiej, ale niższej dynamice w Niemczech (o 53% i 57%). W ostatnich latach straciliśmy przewagi cenowe na rynku szynek (przetworów z mięsa czerwonego). Jeszcze w 2002 roku były one u nas tańsze o 32%, a w 2011 roku były już o 13% droższe. Zmiana tych relacji cenowych była przede wszystkim wynikiem

dużego spadku ich cen w Niemczech (o 36%), pogłębiona umiarkowanym wzrostem (o 14%) cen polskich. W badanym okresie nigdy nie byliśmy konkurencyjni na rynku mięsa wieprzowego. Relatywnie najdroższe w Polsce były szynki i ich części oraz pozostałe mięso wieprzowe; nieco droższe było także mięso wieprzowe świeże lub schłodzone (wykres 2.1). W przypadku dwóch pierwszych grup wyrobów różnice cenowe w ostatnich latach pogłębiły się o kilka punktów procentowych, a w trzeciej grupie zmniejszyły się. W efekcie szynki i części z szynek były w Polsce droższe o 16%, pozostałe mięso wieprzowe o 11%, a mięso wieprzowe świeże lub schłodzone o 6%. Zmiany różnic cenowych w dwóch pierwszych grupach wyrobów nastąpiły w wyniku większego wzrostu cen w Polsce niż w Niemczech, odwrotnie niż to miało miejsce w trzeciej grupie wyrobów.

W przetwórstwie ryb w 2011 roku niewielkie przewagi cenowe mieliśmy tylko na rynku przetworów rybnych (wykres 2.1). Ich średnie ceny w Polsce były tylko o 10% niższe niż w Niemczech, wobec 37% w 2002 roku. Zmniejszenie naszych przewag cenowych na rynku tych przetworów było wynikiem dużego wzrostu ich cen w Polsce (o 50%), przy niewielkim spadku cen tych produktów w Niemczech (tab. 2.1). Straciliśmy natomiast przewagi cenowe na rynku filetów z ryb mrożonych (wykres 2.1). W 2002 roku były one jeszcze o około 20% tańsze niż w Niemczech, ale od kilku lat polskie ceny tych produktów przekraczają niemieckie o kilkadziesiąt procent (o prawie 50% w 2011 roku). Było to rezultatem dużego wzrostu ich cen w Polsce (o ponad 60%), ale jednocześnie i znacznego spadku (o ok. 18%) cen niemieckich (tab. 2.1).

W analizowanym okresie obniżyła się konkurencyjność cenowa prawie wszystkich badanych produktów mleczarskich (wykres 2.1), z wyjątkiem mleka spożywczego chudego. W 2011 roku największe przewagi cenowe mieliśmy właśnie na rynku mleka spożywczego o zawartości tłuszczu do 1%. Przewagi te w latach 2002-2011 powiększyły się, a średnia cena tego mleka w Polsce była o prawie 1/4 niższa niż w Niemczech. Było to rezultatem wyższego (o 19 p.p.) tempa wzrostu cen w Niemczech niż w Polsce (tab. 2.1). Niewielkie przewagi cenowe mieliśmy jeszcze na rynku śmietany, mleka spożywczego o zawartości tłuszczu 1-6% oraz masła, lecz ich średnie ceny w Polsce były tylko o 3-7% niższe niż w Niemczech. Bezpośrednią przyczyną zmniejszenia konkurencyjności na rynku tych produktów był duży wzrost ich cen u producentów polskich (o 49-88%), przy 9% wzroście cen mleka spożywczego o zawartości tłuszczu 1-6% i śmietany oraz zwiększeniu o 1/4 cen masła u naszych sąsiadów. W latach 2002-2011 straciliśmy przewagi cenowe na rynku serów świeżych oraz dojrzewających. W 2011 roku były one w Polsce droższe odpowiednio o prawie 20% i ponad 9%. Utrata konkurencyjności cenowej na rynku tych serów była wynikiem wzrostu ich cen w Polsce odpowiednio o 23% i 44%, przy spadku cen w Niemczech o 10% i 5%. Reasumując, proces wyrównywania cen produktów mleczarskich w Polsce i w Niemczech był skutkiem drożenia wszystkich produktów mleczarskich w Polsce, przy zdecydowanie mniejszej dynamice wzrostu lub nawet spadku cen niektórych wyrobów przemysłu mleczarskiego w Niemczech.

Największe przewagi cenowe na rynku podstawowych grup produktów spożywczych pochodzenia roślinnego mamy w sektorze zbożowym i piekarskim (wykres 2.1).

Nasze pieczywo świeże w 2011 roku było o ponad połowę tańsze od niemieckiego. Jest to sytuacja w miarę stabilna w ostatnich latach, gdyż wzrost cen pieczywa w Polsce tylko nieznacznie wyprzedza wzrost cen w Niemczech. Dużo niższe w Polsce były także średnie ceny makaronu (o około 36%), mieszanek do wytwarzania wyrobów piekarniczych (o 23%), kasz, płatków i grysików pszennych (o 13%). W latach 2002-2011 w wyniku większego wzrostu cen w Niemczech niż w Polsce (tab. 2.2) zwiększyły się nasze przewagi cenowe na rynku makaronu oraz kasz, płatków i grysików (ich ceny wzrosły odpowiednio o 37% i 24%, wobec 11% i 23%). Uzyskaliśmy duże przewagi cenowe na rynku mieszanek do wytwarzania wyrobów piekarniczych, co było rezultatem spadku cen tych wyrobów w Polsce, przy wzroście (o 1/10) w Niemczech. Niewielkie przewagi cenowe mają polscy producenci mąki pszennej. W 2011 roku była ona u nas o 7% tańsza niż w Niemczech, podobnie jak w 2002 roku. Jednakże wskaźnik wzrostu średniej ceny tej mąki w Polsce był o 7,2% wyższy niż u naszych zachodnich sąsiadów. Nigdy nie mieliśmy przewag cenowych na rynku skrobi ziemniaczanej. Jej średnia cena w Polsce w niektórych latach (w 2002 i 2009 roku) była zbliżona do ceny w Niemczech, ale w 2011 roku przekroczyła ją aż o ponad połowę. Było to wynikiem dwukrotnego wzrostu cen skrobi w Polsce, przy wzroście cen w Niemczech o 2/5.

Tabela 2.2. Porównanie średnich cen producenta podstawowych grup artykułów spożywczych pochodzenia roślinnego w Polsce i w Niemczech (w proc.)

Produkty	Wskaźnik cen ^a w 2011 roku (2002 = 100)		Relacja wskaźnika cen w Polsce do wskaźnika cen w Niemczech	Cena w Polsce (cena w Niemczech = 100)	
	Niemcy	Polska		2002	2011
Mąka pszenna	150,0	160,8	107,2	93,1	93,4
Kasze, płatki, gryniki pszenne	123,7	123,1	99,5	93,8	87,4
Mieszanki do wytwarzania wyrobów piekarniczych	110,1	83,4	75,7	108,6	77,0
Pieczywo świeże	117,9	127,6	108,3	47,9	48,6
Makaron	136,6	111,0	81,3	83,6	63,6
Skrobia ziemniaczana ^b	144,4	202,5	140,2	100,0	153,1
Olej rzepakowy surowy	110,3	189,3	171,6	139,8	224,5
Olej rzepakowy rafinowany	140,9	193,5	137,3	139,3	179,1
Margaryny	125,3	140,9	112,5	57,6	60,7
Makuchy rzepakowe	74,0	208,6	281,9	74,6	196,9
Koncentrat jabłkowy	90,0	233,1	259,1	94,6	229,5
Dżemy, marmolady z innych owoców	155,6	146,4	94,1	78,9	69,5
Pasze dla zwierząt hodowlanych	149,0	138,9	93,2	141,2	123,3
Karma dla psów ^b	107,5	160,2	149,0	70,4	102,7
Cukier biały	99,1	148,6	150,0	75,5	106,0

^a podstawą liczenia wskaźników cen w Polsce były ceny w zł, a w Niemczech w euro; ^b dane za 2002 rok (nieдоступne) zastąpiono danymi za 2004 rok (skrobia) i 2005 rok (karma) zarówno dla Polski, jak i Niemiec

Źródło: opracowanie własne na podstawie aneksu 2.2.

Wśród tradycyjnych wyrobów pochodzenia roślinnego niekonkurencyjne cenowo są podstawowe produkty sektora olejarskiego (wykres 2.1), z wyjątkiem margaryn, których średnie ceny w Polsce w 2011 roku były o 40% niższe niż w Niemczech, tak jak w 2002 roku. W przypadku pozostałych produktów tego sektora nasze wyroby były dużo droższe od niemieckich. W 2011 roku największe różnice wystąpiły w cenie oleju rzepakowego surowego, który w Polsce był ponad dwukrotnie droższy niż w Niemczech; prawie dwukrotnie droższe były także makuchy rzepakowe. Brak przewag cenowych na rynku tych produktów w ostatnich latach był rezultatem większego wzrostu cen w Polsce (około dwukrotny ich wzrost), przy wzroście o 1/10 ceny oleju surowego i spadku o 1/4 cen makuchów w Niemczech (tab. 2.2). Stale jesteśmy niekonkurencyjni także na rynku oleju rzepakowego rafinowanego. W ostatnich latach pogłębiły się różnice cenowe na tym rynku, z 39% w 2002 roku do 79% w 2011 roku. W Polsce zdrażał on w tym okresie prawie dwukrotnie, a w Niemczech o 2/5.

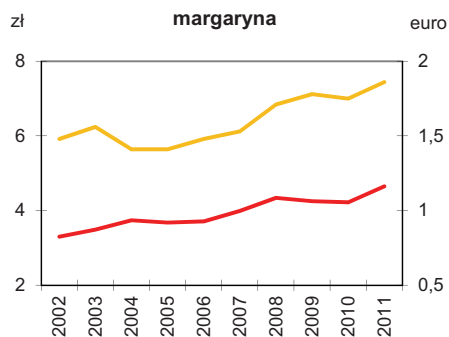
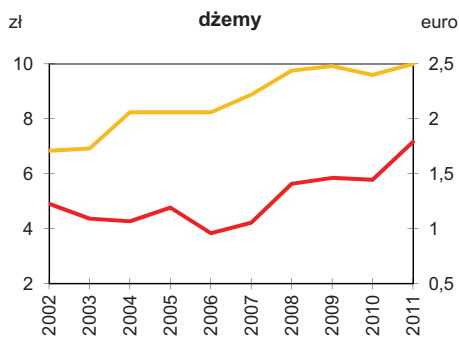
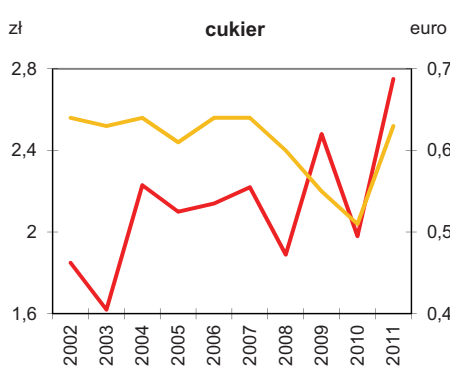
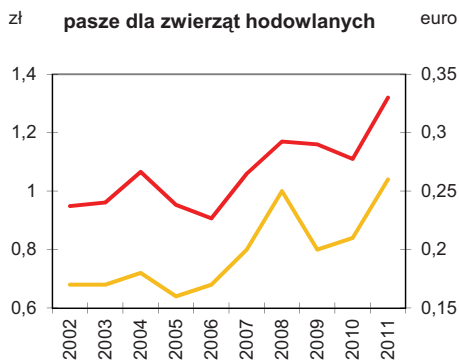
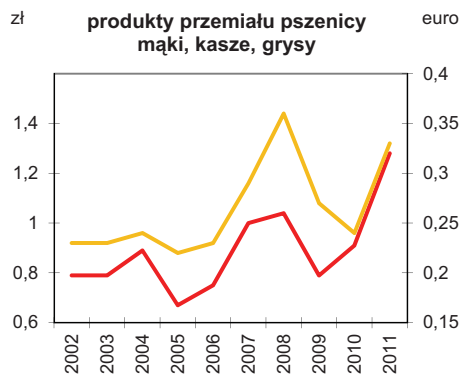
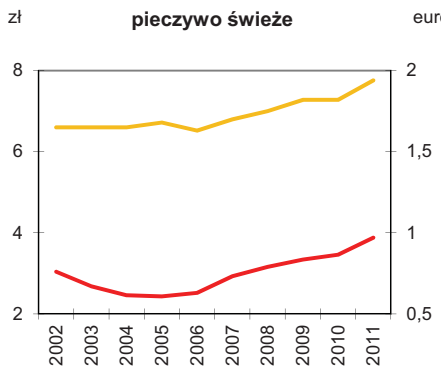
Producenci tradycyjnych przetworów owocowo-warzywnych mogą konkurować z naszymi zachodnimi sąsiadami tylko na rynku dżemów. Ich średnie ceny w Polsce w 2011 roku były o 30% niższe niż w Niemczech. W latach 2002-2011 wzrosły (o 10 p.p.) nasze przewagi cenowe na rynku dżemów, co wynikało z większego wzrostu ich cen w Niemczech niż w Polsce (tab. 2.2). Niekonkurencyjni cenowo byliśmy na rynku koncentratu jabłkowego (wykres 2.1), który był u nas aż ponad dwukrotnie droższy niż u naszych sąsiadów. Utrata przewag cenowych na tym rynku była wynikiem spadku jego cen w Niemczech (o 1/10) i bardzo dużego wzrostu w Polsce (o 133%).

Pośród pozostałych grup podstawowych produktów pochodzenia roślinnego, w 2011 roku nie mieliśmy przewag cenowych na rynku pasz dla zwierząt hodowlanych, cukru oraz karmy dla psów (wykres 2.1). Straciliśmy je na rynku cukru i karmy, co było wynikiem wysokiego wzrostu cen w Polsce – odpowiednio o 49% i 60%, przy niewielkim spadku cen cukru w Niemczech o 1% i wzroście cen karmy o 7,5%. Pasze dla zwierząt hodowlanych są u nas stale dużo droższe (o 23% w 2011 roku), pomimo wzrostu ich cen w obu krajach. W latach 2002-2011 skala wzrostu cen pasz w Niemczech była jednak wyższa niż w Polsce, co zmniejszyło te różnice prawie o 20 p.p.

Z analizy wynika, że na polskim i niemieckim rynku podstawowych grup produktów przemysłu spożywczego postępuje proces konwergencji cen (wykres 2.2). Zaznaczył się on przede wszystkim na rynku filetów mrożonych i przetworów rybnych, serów (świeżych i dojrzewających) oraz masła, mleka spożywczego o zawartości tłuszczu 1-6%, produktów przemiału (mąk, kasz i grysików), a także cukru. Duże różnice cenowe na korzyść Polski utrzymują się nadal na rynku mięsa drobiowego, przetworów mięsnych, pieczywa świeżego oraz dżemów i margaryn. Proces stopniowego wyrównywania się cen podstawowych grup produktów spożywczych w Polsce i w Niemczech powoduje, że rodzimi producenci, pomimo ciągle jeszcze atrakcyjnej oferty cenowej swoich produktów, zmuszeni są aktywnie poszukiwać innych czynników pozwalających im na zachowanie pozycji konkurencyjnej na Jednolitym Rynku Europejskim.

Wykres 2.2. Średnie ceny producenta podstawowych grup produktów przemysłu spożywczego w Polsce (w zł) i w Niemczech (w euro) za jednostkę (kg, l)





— 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 2003-2012.

2.2. Stan przewag cenowych na rynku wysoko przetworzonych produktów przemysłu spożywczego

W 2011 roku producenci wysoko przetworzonych produktów przemysłu spożywczego byli konkurencyjni cenowo na rynku 74% badanych wyrobów (wykres 2.3), wobec około 80% w latach wcześniejszych²⁷. W dwudziestu grupach produktów średnie ceny w Polsce były niższe niż w Niemczech o kilka, a nawet kilkadziesiąt procent, a w pozostałych przekraczały średnie ceny niemieckie od 2 do 80%. W latach 2002-2011 zwiększyła się konkurencyjność dziewięciu grup produktów wysoko przetworzonych (napojów owocowych pitnych, czekoladek, sucharów i tostów, soku pomarańczowego, gryśów ziemniaczanych, nektarów owocowych, kawy palonej, chipsów i majonezu), a w trzech grupach, mimo poprawy relacji cenowych, nadal przewagi cenowe mieli producenci niemieccy (zupy i buliony, frytki oraz żywność preparowana).

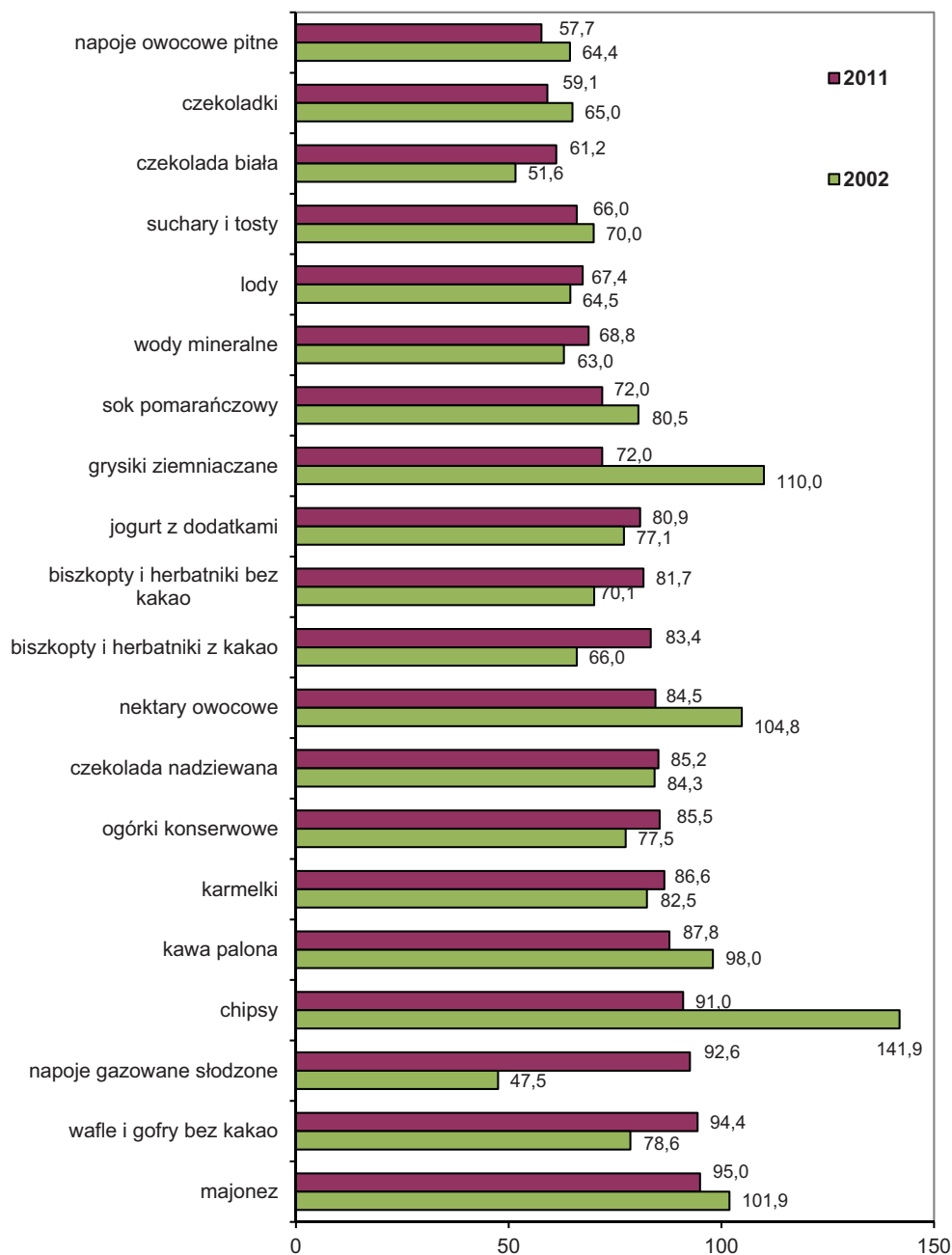
Największą konkurencyjnością cenową wśród wyrobów wysoko przetworzonych charakteryzują się produkty sektora soków i napojów owocowych pitnych oraz napojów bezalkoholowych i wód mineralnych (wykres 2.3). W 2011 roku znaczące przewagi cenowe mieli polscy producenci napojów owocowych pitnych, wód mineralnych oraz soku pomarańczowego. Średnie ceny tych napojów były w Polsce niższe niż w Niemczech odpowiednio o 42%, 31% i 28%. Trochę mniejsze były różnice cen nektarów owocowych (o 15%), a najmniejsze (o 7%) napojów gazowanych słodzonych. W latach 2002-2011 zwiększyły się nasze przewagi cenowe na rynku napojów owocowych pitnych i soku pomarańczowego, uzyskaliśmy przewagi na rynku nektarów owocowych. Było to wynikiem większego spadku cen napojów owocowych pitnych w Polsce niż w Niemczech, wyższego wzrostu cen soku pomarańczowego u naszych sąsiadów oraz wzrostu cen nektarów w Niemczech, przy niewielkim ich spadku w Polsce (tab. 2.3). Obniżyły się natomiast nasze przewagi cenowe na rynku wód mineralnych oraz napojów gazowanych słodzonych. Był to rezultat przede wszystkim obniżki cen tych produktów w Niemczech, przy niezmiennych cenach wód i dużym wzroście cen napojów gazowanych słodzonych w Polsce. W 2011 roku straciliśmy przewagi cenowe na rynku soku jabłkowego, a jego ceny w Polsce przekroczyły ceny niemieckie o 2%, choć w 2002 roku były od nich niższe o 7%.

Duże i trwałe przewagi cenowe mają polscy producenci słodczy (wykres 2.3). W 2011 roku największe były one na rynku czekoladek, tzw. pralin i czekolady białej, a nieco mniejsze czekolady nadziewanej oraz karmelków (zarówno twardych, jak i miękkich). Produkty te w Polsce były tańsze niż w Niemczech odpowiednio o 41%, 39% oraz 15% i 13%. W latach 2002-2011 nasze przewagi cenowe zwiększyły się tylko w produkcji czekoladek (o 6 p.p.), co było wynikiem spadku ich cen w Polsce, przy niezmiennych cenach u naszych zachodnich sąsiadów. W przypadku pozostałych wyrobów cukierniczych nasze przewagi cenowe obniżyły się; najbardziej czekolady białej (39% w 2011 roku, wobec 48% w 2002 roku), ale i tak pozostały znaczące.

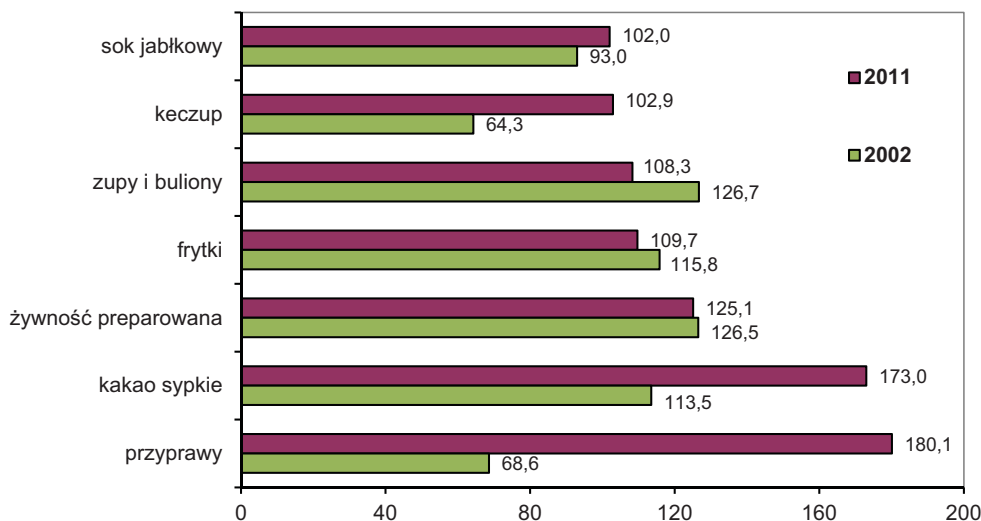
²⁷ J. Drożdż, *Stan przewag cenowych...*, op. cit., s. 125.

Wykres 2.3. Porównanie średnich cen producenta wysoko przetworzonych grup produktów w Polsce i w Niemczech (Niemcy = 100)

grupy produktów konkurencyjne cenowo na rynku niemieckim



grupy produktów niekonkurencyjne cenowo na rynku niemieckim



Źródło: obliczenia własne na podstawie niepublikowanych danych GUS oraz Statistisches Jahrbuch über Ernährung Landwirtschaft und Forsten 2003, 2012.

Polscy producenci są konkurencyjni cenowo także na rynku pieczywa cukierniczego trwałego (wykres 2.3). Największe przewagi cenowe mają na rynku sucharów i tostów oraz biszkoptów i herbatników bez kakao i z kakao. W 2011 roku średnie ich ceny były u nas niższe niż w Niemczech odpowiednio o 34%, 18% i 17%. W badanym okresie zwiększyły się (o 4 p.p.) nasze przewagi cenowe na rynku sucharów i tostów, a obniżyły biszkoptów i herbatników zarówno z kakao, jak i bez kakao oraz wafli i gofrów bez kakao (o 12-17 p.p.). Zmniejszenie naszych przewag cenowych na rynku tych wyrobów było wynikiem ich znacznego drożenia w Polsce przy niewielkich zwyczajach cen w Niemczech, czy nawet niewielkiej obniżce cen biszkoptów i herbatników z kakao. Nieco mniejsze były różnice cen wafli i gofrów bez kakao, które w Polsce były tańsze o około 5%. W latach 2002-2011 zmalała konkurencyjność polskich producentów na tym rynku, co było rezultatem dużo wyższego wzrostu cen w Polsce (o ponad 30%) niż w Niemczech (o niecałe 3%), (tab. 2.3).

Stosunkowo duże przewagi cenowe posiadamy także na rynku niektórych wysoko przetworzonych wyrobów mleczarskich (wykres 2.3), takich jak lody i jogurty z dodatkami. Największą przewagą cenową mamy na rynku lodów, które w 2011 roku były o 32% tańsze niż w Niemczech; jednak przewaga ta była o niecałe 3 p.p. mniejsza niż w 2002 roku. Było to następstwem szybszego tempa wzrostu cen w Polsce niż w Niemczech (tab. 2.3). Polski przemysł mleczarski może konkurować także na rynku jogurtów, ponieważ ich średnia cena w 2011 roku stanowiła około 81% średniej ceny niemieckiej. W latach 2002-2011 przewagi polskich producentów na rynku napojów mlecznych zmalały, co było wynikiem szybszego wzrostu ich cen w Polsce niż w Niemczech (odpowiednio o 29% i 15% w relacji do 2002 roku).

Tabela 2.3. Porównanie średnich cen producenta wysoko przetworzonych grup produktów w Polsce i w Niemczech (w proc.)

Produkty	Wskaźnik cen ^a w 2011 roku (2002 = 100)		Relacja wskaźnika cen w Polsce do wskaźnika cen w Niemczech	Cena w Polsce (cena w Niemczech = 100)	
	Niemcy	Polska		2002	2011
Sok pomarańczowy	155,2	148,3	95,6	80,5	72,0
Sok jabłkowy	134,2	157,1	117,1	93,0	102,0
Wody mineralne	85,7	100,0	116,7	63,0	68,8
Napoje owocowe pitne	98,2	94,0	95,8	64,4	57,7
Nektary owocowe	109,8	94,7	86,2	104,8	84,5
Napoje gazowane słodzone	68,1	141,9	208,4	47,5	92,6
Czekolada nadziewana	88,2	95,3	108,0	84,3	85,2
Czekolada biała	120,8	153,0	126,7	51,6	61,2
Czekoladki	100,5	97,7	97,2	65,0	59,1
Karmelki	117,9	132,3	112,2	82,5	86,6
Suchary i tosty	126,3	127,1	100,6	70,0	66,0
Biszkopty i herbatniki z kakao	98,7	133,2	135,0	66,0	83,4
Biszkopty i herbatniki bez kakao	108,6	135,1	124,4	70,1	81,7
Wafle i gofry bez kakao	102,7	131,8	128,3	78,6	94,4
Jogurt z dodatkami	115,4	129,3	112,1	77,1	80,9
Lody	105,1	117,5	111,7	64,5	67,4
Frytki	103,6	104,8	101,2	115,8	109,7
Chipsy	121,0	82,9	68,5	141,9	91,0
Ziemniaki suszone w postaci mąk, płatków i grysików	163,7	114,5	69,9	110,0	72,0
Żywność preparowana otrzymana przez prażenie lub spiecznienie zbóż	82,0	86,7	105,7	126,5	125,1
Ogórki konserwowe	108,7	128,0	117,8	77,5	85,5
Kakao sykie bez cukru	146,0	237,9	162,9	113,5	173,0
Keczup	85,3	145,6	170,8	64,3	102,9
Majonez	154,2	153,5	99,6	101,9	95,0
Zupy i buliony	99,7	91,0	91,3	126,7	108,3
Przyprawy	52,4	147,2	280,7	68,6	180,1
Kawa palona	219,7	210,3	95,7	98,0	87,8

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

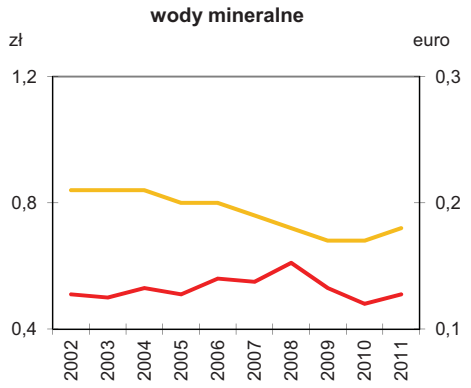
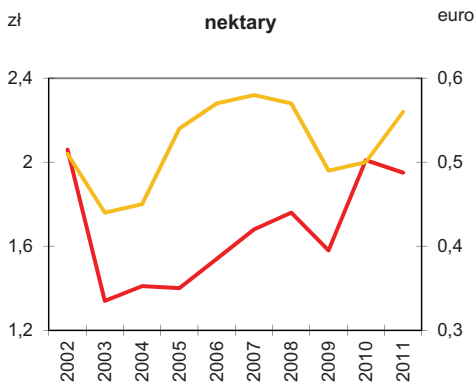
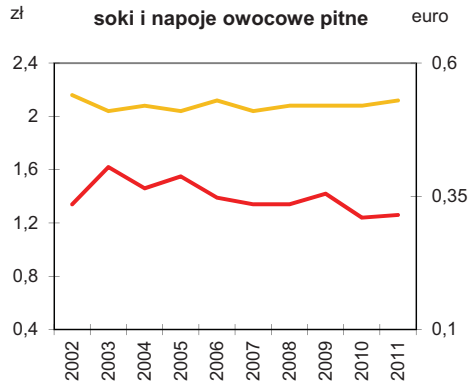
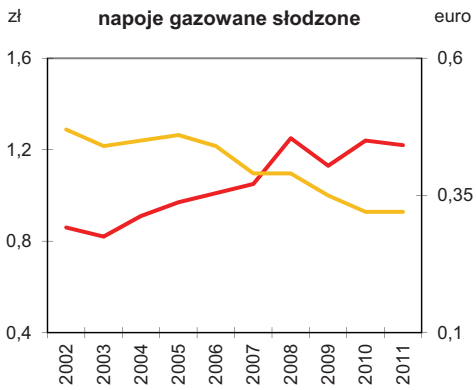
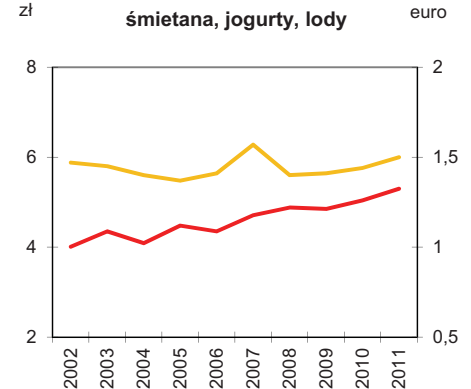
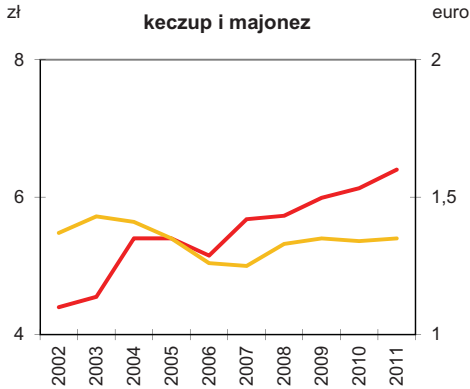
Źródło: opracowanie własne na podstawie aneksu 2.3.

W 2011 roku konkurencyjni cenowo byli ponadto producenci niektórych wyrobów sektora ziemniaczanego oraz tzw. pozostałych wysoko przetworzonych produktów spożywczych (wykres 2.3). Największe przewagi cenowe posiadali producenci grysików ziemniaczanych, a nieco mniejsze chipsów, które były u nas tańsze odpowiednio o 28% i 9%. W latach 2002-2011 staliśmy się konkurencyjni na rynku tych produktów w wyniku dużego wzrostu ich cen w Niemczech, przy niższym tempie wzrostu cen grysików i spadku cen chipsów w Polsce (tab. 2.3). Znaczące, ale dużo mniejsze były nasze przewagi cenowe na rynku ogórków konserwowych i kawy palonej, a niewielkie także na rynku majonezu. Wyroby te były u nas tańsze odpowiednio

o 15%, 12% i 5%. W badanym okresie poprawiła się nasza pozycja konkurencyjna na rynku kawy palonej (różnice cenowe wzrosły o 10 p.p.), osiągnęliśmy przewagi na rynku majonezu, a zmniejszyły się one na rynku ogórków konserwowych (o 8 p.p.).

Wykres 2.4. Średnie ceny producenta wysoko przetworzonych grup produktów w Polsce (w zł) i w Niemczech (w euro) za jednostkę (kg, l)





— 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 2003-2012.

Polscy producenci nie są konkurencyjni na rynku przypraw, kakao sypkiego, żywności preparowanej, zup i bulionów oraz keczupu. Ceny tych produktów w Polsce są znacznie większe od cen niemieckich. W latach 2002-2011 straciliśmy przewagi cenowe na rynku przypraw oraz keczupu, gdyż na początku tego okresu ich ceny były jeszcze o około 1/3 niższe niż w Niemczech, a w 2011 roku przekraczały je o kilka, a nawet kilkadziesiąt procent. Było to wynikiem dużego wzrostu cen w Polsce (o połowę), przy spadku cen niemieckich odpowiednio o prawie 50% i 15%. W pewnym stopniu mogło to być także wynikiem zmiany struktury asortymentowej tej grupy produktów. Poprawiła się natomiast pozycja konkurencyjna producentów zup i bulionów oraz frytek, a nieco mniej żywności preparowanej, lecz nadal ich ceny były większe (o 8-25%) niż w Niemczech. Znacząco pogłębiły się różnice cenowe kakao, które w 2002 roku było w Polsce droższe niż w Niemczech o 14%, a w 2011 roku aż o 73%. Był to rezultat ponad dwukrotnego wzrostu jego cen w Polsce, przy zwiększeniu cen niemieckich o 46%.

Na rynku polskim i niemieckim niewątpliwie postępuje proces wyrównywania cen producenta wyrobów wysoko przetworzonych (wykres 2.4), tak jak i podstawowych produktów spożywczych. Najbardziej widoczny jest on na rynku nektarów owocowych i wyrobów czekoladowych z nadzieniem, a ostatnio także cukierków. Duże różnice cen producenta utrzymują się nadal w grupie czekoladek, soków i napojów owocowych pitnych, nieco mniejsze, ale względnie stabilne są w grupie galanterii mleczarskiej (śmietany, jogurtów i lodów) i wód mineralnych, a od dwóch lat także w pieczywie cukierniczym trwałym.

2.3. Podsumowanie

Analiza średnich krajowych cen producenta podstawowych i wysoko przetworzonych produktów przemysłu spożywczego w Polsce oraz cen tych produktów w Niemczech wskazuje, że w większości badanych grup artykułów (w 37 z 59) polscy producenci w 2011 roku byli nadal konkurencyjni. Jednocześnie zjawisko to dotyczyło 39 grup produktów w 2010 roku i 43 w 2009 roku²⁸, co świadczy o postępującym procesie wyrównywania cen produktów przemysłu spożywczego na rynku polskim i niemieckim. Poziom naszych przewag cenowych był jednak zróżnicowany zarówno pomiędzy poszczególnymi branżami, jak i wewnątrz nich.

Największe przewagi cenowe na rynku podstawowych produktów przemysłu spożywczego osiągnęliśmy w przemyśle drobiarskim (zarówno przetworów drobiowych, jak i mięsa drobiowego) oraz piekarskim (pieczywa świeżego). Dużą konkurencyjność utrzymaliśmy w zakresie przetwórstwa mięsa (tylko w produkcji kiełbas), a także w zakresie pierwotnego przetwórstwa zbóż (makaronu, mieszanek do wytwarzania wyrobów piekarniczych oraz kasz, płatków i grysików). Nadal byliśmy konkurencyjni także na rynku niektórych produktów mleczarskich (szczególnie mleka spożywczego chudego, a w mniejszym stopniu także na rynku mleka spożywczego półtłustego i tł-

²⁸ J. Drożdż, *Stan przewag...*, op. cit., s. 79-97.

stego oraz śmietany i masła), owocowo-warzywnych (dżemów) oraz margaryn. Jedynie sektor olejarski pozostał niekonkurencyjny cenowo względem niemieckiego zarówno na rynku makuchów, jak i oleju rzepakowego surowego oraz rafinowanego. Nie mieliśmy także przewag cenowych na rynku pasz dla zwierząt hodowlanych, koncentratu jabłkowego, szynek wieprzowych surowych i przetworzonych oraz serów świeżych, a ostatnio także filetów z ryb mrożonych i serów dojrzewających.

Porównanie cen wyrobów wysoko przetworzonych na rynku polskim i niemieckim wskazuje, że największe przewagi cenowe na tym rynku mieli producenci soków i napojów owocowych pitnych oraz napojów bezalkoholowych i wód mineralnych. Duże przewagi cenowe osiągnęli polscy producenci słodczy oraz pieczywa cukierniczego trwałego, a także niektórych przetworów mlecznych, na przykład lodów i jogurtów. Nadal konkurencyjni cenowo byli producenci takich wysoko przetworzonych produktów spożywczych, jak: grysiki ziemniaczane oraz keczup, a w ostatnich latach także chipsy. Polska nie była konkurencyjna na rynku frytek, żywności preparowanej, zup i bulionów oraz kakao sypkiego i przypraw, a ostatnio także soku jabłkowego i keczupu.

Trwa proces wyrównywania cen żywności na rynku polskim i niemieckim. Jest on rezultatem zarówno szybko rosnących cen tych produktów w Polsce (mięsa wołowego, filetów z ryb mrożonych, przetworów rybnych, masła, mleka spożywczego, śmietany, oleju rzepakowego surowego i rafinowanego, makuchów rzepakowych, mąki pszennej, karmy dla psów, skrobi ziemniaczanej, koncentratu jabłkowego, czekolady białej, majonezu, kawy palonej, kakao oraz soku jabłkowego i pomarańczowego), jak i taniejących wielu artykułów żywnościowych w Niemczech (szynek przetworzonych, filetów z ryb mrożonych, serów świeżych, makuchów rzepakowych, koncentratu jabłkowego, przypraw oraz napojów gazowanych słodzonych, wód mineralnych, keczupu i czekolady nadziewanej). Przyczyną tych zjawisk mogą być zmiany struktury asortymentowej poszczególnych grup produktów, a także wyższa stopa inflacji w Polsce niż w Niemczech (w latach 2002-2011 wyniosła ona odpowiednio 27,3% i 16,5%). Proces wyrównywania cen producenta jest jednym z czynników, który zmusza polskich producentów żywności do poszukiwania pozacenowych źródeł konkurencyjności. Czynniki te mają szczególne znaczenie w przypadku wyrobów wysoko przetworzonych.

3. Stan przewag cenowych na rynku podstawowych produktów rolnictwa

Ceny podstawowych produktów rolnictwa stanowią jeden z głównych czynników determinujących poziom konkurencyjności polskich producentów żywności na rynku wspólnotowym i globalnym. Warunkiem uzyskania cenowej przewagi konkurencyjnej przez polskich producentów jest posiadanie cen identycznych produktów rolnictwa na poziomie niższym niż konkurenci. Zdolność konkurencyjności polskiego rolnictwa wynika głównie z niższej opłaty pracy, niższych cen pozostałych czynników wytwórczych oraz relatywnie wysokiej pracochłonności produkcji.

Niniejszy rozdział stanowi kontynuację analizy przewag cenowych polskich producentów żywności na poziomie przerobu wstępnego (produktów rolnictwa)²⁹. Ocena konkurencyjności została dokonana w oparciu o porównanie cen podstawowych produktów rolnictwa w Polsce i innych krajach UE-27, będących głównymi producentami i eksporterami żywności, w latach 2004-2012 i w I półroczu 2013 roku. Przeprowadzoną analizę przewag cenowych uzupełniono o przedstawienie kierunków oraz tempa zmian cen na poszczególnych rynkach rolnych Unii Europejskiej, jakie zaszły w tym okresie, ze szczególnym uwzględnieniem ostatnich dwóch lat.

Oceny tej dokonano w oparciu o analizę porównawczą danych pochodzących z MRiRW, gdzie są one gromadzone w ramach Zintegrowanego Systemu Rolniczej Informacji Rynkowej. Baza ta zawiera cotygodniowe notowania cen podstawowych produktów rolnictwa. Są to ceny średnie, ważone wielkością obrotów określonymi produktami rolnymi.

Rozpatrując poziom cenowych przewag konkurencyjnych na rynkach podstawowych produktów rolnictwa, analizy nie powinno się ograniczać jedynie do rynku lokalnego i wspólnotowego. Postępująca globalizacja oraz rosnąca liberalizacja handlu międzynarodowego sprawiają, że w coraz większym zakresie konkurentami polskich producentów rolnych stają się producenci z krajów trzecich.

Z tego punktu widzenia, podobnie jak w poprzednim raporcie³⁰, analizie poddano także zmiany w relacjach cen na rynku polskim do cen notowanych w Stanach Zjednoczonych i na wybranych rynkach światowych. Okres objęty analizą obejmuje lata 2004-2012 i I półrocze 2013 roku. Głównym źródłem informacji były dane FAO, jak również dane USDA oraz Eurostatu. Dane dotyczące rynków światowych odnoszą się przede wszystkim do cen eksportowych (giełdowych). Z tego względu należy mieć świadomość, że opisane relacje nie są do końca porównywalne z relacjami zachodzącymi na rynku wspólnotowym.

²⁹ A. Judzińska, *Stan przewag cenowych na rynku podstawowych produktów rolnictwa*, [w:] I. Szczepaniak (red.), *Monitoring i ocena konkurencyjności polskich producentów żywności (2)*, op. cit., s. 91-113.

³⁰ *Ibidem*, s. 91-113.

3.1. Pszenica konsumpcyjna

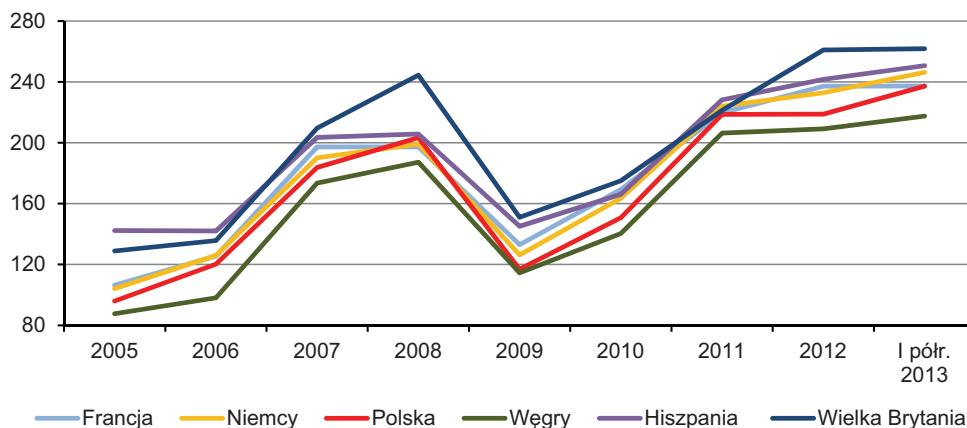
Od 2011 roku do połowy 2013 roku ceny zbóż na rynku unijnym utrzymywały się na bardzo wysokim poziomie (wykres 3.1). Spadek zbiorów, rosnący popyt eksportowy oraz znaczna redukcja zapasów końcowych spowodowały, że ceny pszenicy konsumpcyjnej w 2012 roku w dalszym ciągu rosły, jednakże z dużo mniejszym natężeniem. Ich średni poziom w UE-27 wyniósł 220 euro/tonę, tym samym był zaledwie o 0,5% wyższy niż w roku poprzednim. Szybsze od unijnego tempo wzrostu wykazywały ceny w większości krajów głównych producentów i eksporterów tego ziarna. Najwyższy (ok. 18%) wzrost cen odnotowano w Wielkiej Brytanii. We Francji i Hiszpanii pszenica zdrożała o 6-8%, w Niemczech o ok. 4%, a na Węgrzech jedynie o 1,5%. Na rynku krajowym poziom cen nie uległ zmianie, natomiast we Włoszech zmniejszył się on o niespełna 1%. Wyższą dynamikę spadku cen odnotowano w większości krajów UE-12. Na Słowacji redukcja cen wyniosła blisko 10%, zaś na Litwie, Łotwie i w Czechach obniżyły się one średnio o 3%. Na rynku globalnym, po przejściowym spadku w 2011 roku, ceny pszenicy ponownie zaczęły wzrastać (aneks 3.1). W USA zwiększyły się one o 6% do 231 euro/tonę, podczas gdy w Argentynie dynamika wzrostu cen była blisko trzykrotnie wyższa. Wydatny wzrost cen sprawił, że producenci z tych krajów utracili pozycję konkurencyjną wobec rynku unijnego. Wskaźniki relacji cen w USA i Argentynie do średnich cen unijnych w 2012 roku wyniosły odpowiednio 105% i 116%, wobec 99% w 2011 roku.

W I półroczu 2013 roku w UE-27 nie odnotowano sezonowego spadku cen. Stosunkowo słabe zbiory sprawiły, że przeciętna cena pszenicy na rynku unijnym, w relacji do analogicznego okresu w poprzednim roku, zwiększyła się o 19% (z 200 do 238 euro/tonę). Najwyższy (blisko 29%) wzrost cen odnotowano na Słowacji, w Czechach i Rumunii, zaś najniższy (zaledwie 5%) w Danii. Spośród krajów będących głównymi producentami i eksporterami pszenicy w największym stopniu, o blisko 22%, zwiększyły się ceny w Wielkiej Brytanii. We Włoszech, Niemczech oraz na Węgrzech pszenica zdrożała o 17-18%, zaś w Hiszpanii i Francji o 11-12%. W Polsce przeciętna cena tego zboża ukształtowała się na poziomie nieco poniżej średniej unijnej. Wyniosła 237 euro/tonę i była o 15% wyższa niż w I półroczu 2012 roku. Na rynku globalnym ceny tego zboża w dalszym ciągu rosły z jeszcze większym natężeniem. Na rynku amerykańskim pszenica zdrożała o 9%, zaś w Argentynie o ponad 18%.

W 2012 roku rozbieżności pomiędzy cenami pszenicy w Polsce i UE-27 były marginalne. Duży spadek podaży, redukcja poziomu zapasów oraz niska dynamika eksportu skutkowały stagnacją cen na obu rynkach. W efekcie przeciętna cena pszenicy w Polsce, podobnie jak w roku poprzednim, stanowiła 99,5% średniej ceny w UE-27. Wzmocniła się natomiast nasza przewaga cenowa wobec głównych unijnych konkurentów. W porównaniu z 2011 rokiem najbardziej (o 15 p.p.) poprawiła się nasza pozycja konkurencyjna w relacji do producentów z Wielkiej Brytanii, gdzie pszenica była droższa niż w Polsce o ponad 19%. W nieco mniejszym stopniu wzmocniła się nasza przewaga cenowa nad producentami z Hiszpanii i Francji. W 2012 roku wyniosła ona odpowiednio 9% i 8%, wobec 4% i 0,5% w 2011 roku. Poprawił się także

(o 3,5 p.p.) wskaźnik relacji cen krajowych do cen w Niemczech, gdzie pszenica była droższa o ponad 6%. Nieznacznie (o 1 p.p.) zmniejszyła się natomiast nasza przewaga cenowa nad konkurentami z Włoch. Na tym rynku pszenica była droższa niż w Polsce o prawie 9%. W dalszym ciągu niższe od polskich ceny notowano w większości państw UE-12. Na Litwie, Słowacji i w Bułgarii pszenica była tańsza o 7-8%, na Węgrzech o ok. 4%, zaś na Łotwie i w Czechach o 2-3%. Z uwagi na dynamiczny wzrost cen pszenicy na rynku globalnym, krajowym producentom udało się odzyskać przewagę konkurencyjną nad producentami z USA i Argentyny (którą przejściowo utracili w 2011 roku). W 2012 roku średnie ceny pszenicy notowane na tych rynkach były wyższe niż w Polsce odpowiednio o blisko 6% i 17%.

Wykres 3.1. Ceny pszenicy konsumpcyjnej w wybranych krajach UE-27 (w euro/t)



Źródło: dane MRiRW (aneks 3.1).

Niższa dynamika wzrostu cen w Polsce niż w UE-27 w I półroczu 2013 roku skutkowałą poprawą naszej pozycji konkurencyjnej na rynku wspólnotowym. Wskaźnik relacji cen krajowych do cen unijnych w I półroczu 2013 roku wyniósł 99,5%, wobec 102,5% w analogicznym okresie poprzedniego roku. Najbardziej (o 5 p.p.) wzmocniła się nasza przewaga cenowa względem producentów z Wielkiej Brytanii, gdzie pszenica była droższa o 10%. W nieco mniejszym stopniu (o 1-2 p.p.) poprawił się wskaźnik relacji cen krajowych do cen we Włoszech i Niemczech. Na tych rynkach pszenica była droższa od polskiej odpowiednio o 7% i 4%. Pogorszyła się natomiast (o 3-4 p.p.) nasza pozycja konkurencyjna względem producentów z Francji i Hiszpanii.

Ceny pszenicy w większości krajów UE-12 w I półroczu 2013 roku były nadal niższe niż w Polsce. Jednakże z uwagi na wysoką dynamikę wzrostu cen pozycja konkurencyjna producentów z tych krajów widocznie się zmniejszyła. Na Węgrzech pszenica była tańsza niż w Polsce o 8%, zaś na Litwie i Słowacji o 2-3%. Odzyskaliśmy przewagę konkurencyjną względem producentów z Czech. Wskaźnik relacji cen krajowych do cen notowanych na tym rynku wyniósł 98%, wobec 109,4% w analogicznym okresie poprzedniego roku. Wolniejsze od krajowego tempo wzrostu cen notowano na

rynku amerykańskim, co skutkowało zmniejszeniem przewag cenowych polskich producentów z 8 do 3%. Natomiast wskaźnik relacji cen krajowych do cen na rynku argentyńskim nieznacznie się poprawił i wyniósł 95%, wobec 98% w I półroczu 2012 roku.

3.2. Kukurydza paszowa

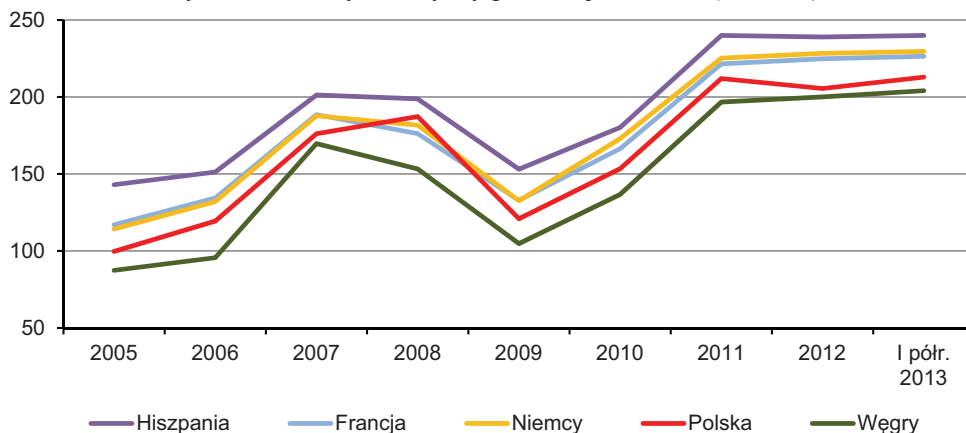
W 2012 roku sytuacja bilansowa na rynku zbóż paszowych, w szczególności kukurydzy, była w dalszym ciągu dość trudna. Spadek zbiorów oraz niski stan zapasów początkowych przyczyniły się do redukcji podaży, co przy wzroście eksportu oraz stabilizacji zużycia wewnętrznego spowodowało znaczne zmniejszenie się zapasów końcowych. Zjawiska te sprawiły, że unijne ceny kukurydzy paszowej utrzymały się na bardzo wysokim poziomie (wykres 3.2). Tona tego ziarna kosztowała średnio 215 euro, tym samym była tylko o ok. 0,7% tańsza niż w poprzednim roku. Zbliżoną do unijnej dynamikę spadku cen odnotowano we Włoszech i Hiszpanii, zaś na rynku polskim i słowackim obniżka cen wyniosła ok. 3%. Niewielki wzrost cen (1,5-2%) miał miejsce we Francji, Niemczech oraz na Węgrzech. Gwałtowny ich wzrost odnotowano natomiast na Litwie, gdzie kukurydza zdrożała o blisko 27%. Na rynku globalnym ceny kukurydzy wzrastały, jednakże znacznie wolniej niż w 2011 roku (aneks 3.2). W USA ich średni poziom zwiększył się o 2%, zaś w Argentynie jedynie o 1%. Nieznacznie pogorszył się (o ok. 2 p.p.) wskaźnik relacji cen argentyńskich do cen unijnych i wyniósł 98%. Ceny kukurydzy na rynku amerykańskim były nadal wyższe niż we Wspólnocie, stanowiły 108%, wobec 105% w 2011 roku.

W I półroczu 2013 roku ceny kukurydzy paszowej na obszarze całej Wspólnoty wyraźnie wzrosły. W porównaniu z I półroczem 2012 roku były one wyższe przeciętnie o prawie 15%. Wzrost cen wynikał z niskich nadwyżek tego ziarna (z uwagi na późniejsze zbiory) oraz ponownego ożywienia w eksporcie. Najwyższy (ponad 26%) wzrost cen odnotowano na Słowacji, zaś wysoki na Węgrzech i w Czechach (19-21%). Zbliżoną do średniej unijnej dynamikę wzrostu wykazywały ceny we Włoszech. W pozostałych krajach głównych producentów i eksporterów kukurydzy tempo wzrostu cen było nieco niższe. W Polsce i Niemczech kukurydza zdrożała o 9-11%, natomiast we Francji i Hiszpanii o 7-8%. Wzrostowy trend cenowy, jednakże znacznie słabszy niż w UE-27, wystąpił także na rynku globalnym. W USA kukurydza zdrożała o 5%, a w Argentynie o niespełna 2%.

W 2012 roku relatywnie wysokie tempo spadku cen notowane na rynku krajowym sprawiło, że pozycja konkurencyjna polskich producentów uległa wzmocnieniu. Przeciętna cena kukurydzy paszowej w Polsce była niższa od unijnej o ponad 4%, wobec niespełna 2% w poprzednim roku. Poprawiła się także nasza przewaga cenowa wobec głównych unijnych producentów i eksporterów. Najbardziej o 4 p.p. zwiększyła się różnica w poziomie cen w odniesieniu do rynku niemieckiego i francuskiego, gdzie kukurydza była droższa niż w Polsce odpowiednio o 11 i 9%. W nieco mniejszym stopniu (o 2 p.p.) poprawił się wskaźnik relacji cen krajowych do cen notowanych we Włoszech i Hiszpanii. W stosunku do tych rynków nasze ceny były niższe odpowiednio o 11% i 14%. W dalszym ciągu dużo niższe ceny kukurydzy utrzymywały się w więk-

szości państw UE-12, jednakże pozycja konkurencyjna producentów z tych krajów wyraźnie się zmniejszyła. Na Litwie kukurydza była tańsza niż w Polsce o ponad 9%, wobec 31% w poprzednim roku. Wskaźniki relacji cen krajowych do cen w Czechach i na Węgrzech poprawiły się odpowiednio o 9 p.p. i 5 p.p., i wyniosły po ok. 103%. Nie zmieniła się natomiast przewaga cenowa producentów ze Słowacji, gdzie kukurydza była tańsza niż w Polsce o ok. 9%.

Wykres 3.2. Ceny kukurydzy paszowej w UE-27 (w euro/t)



Źródło: dane MRiRW (aneks 3.2).

Spadek cen kukurydzy w Polsce, przy jednoczesnym ich wzroście na rynku globalnym, przyczynił się do odbudowania naszej pozycji konkurencyjnej względem producentów z USA i Argentyny. Na rynku amerykańskim kukurydza była droższa niż w Polsce o 13%, wobec 7% w 2011 roku. Natomiast wskaźnik relacji cen krajowych do cen na rynku argentyńskim poprawił się z 102% do ok. 98%.

W pierwszej połowie 2013 roku ceny kukurydzy paszowej w Polsce były o ponad 5% niższe od średnich cen unijnych. W porównaniu z I półroczem 2012 roku pogorszyła się (o 2-3 p.p.) nasza pozycja konkurencyjna względem producentów z Hiszpanii i Francji, gdzie kukurydza była droższa niż w Polsce odpowiednio o 13% i 6%. Zmniejszyła się także (o 1 p.p.) różnica w cenach pomiędzy rynkiem krajowym a rynkiem niemieckim (wyniosła 7% na naszą korzyść). Relatywnie wolniejsze tempo wzrostu cen krajowych wpłynęło na poprawę naszej pozycji konkurencyjnej względem wszystkich producentów z państw UE-12. Na Węgrzech kukurydza była tańsza o 4%. Na Słowacji poziom cen był zbliżony do notowanego w Polsce. Na rynku czeskim i litewskim natomiast, w efekcie słabych zbiorów i wysokiego wzrostu cen, kukurydza była droższa od krajowej odpowiednio o 3% i 1,5%. Niższy wzrost cen kukurydzy na świecie niż w Polsce sprawił, że przewagi cenowe polskich producentów względem producentów z USA ponownie się zmniejszyły (w USA poziom cen był wyższy niż w Polsce o ok. 7%), a względem producentów z Argentyny utraciliśmy przewagi (kukurydza na rynku argentyńskim była tańsza o 3%, a przed rokiem o 11%).

3.3. Jęczmień paszowy

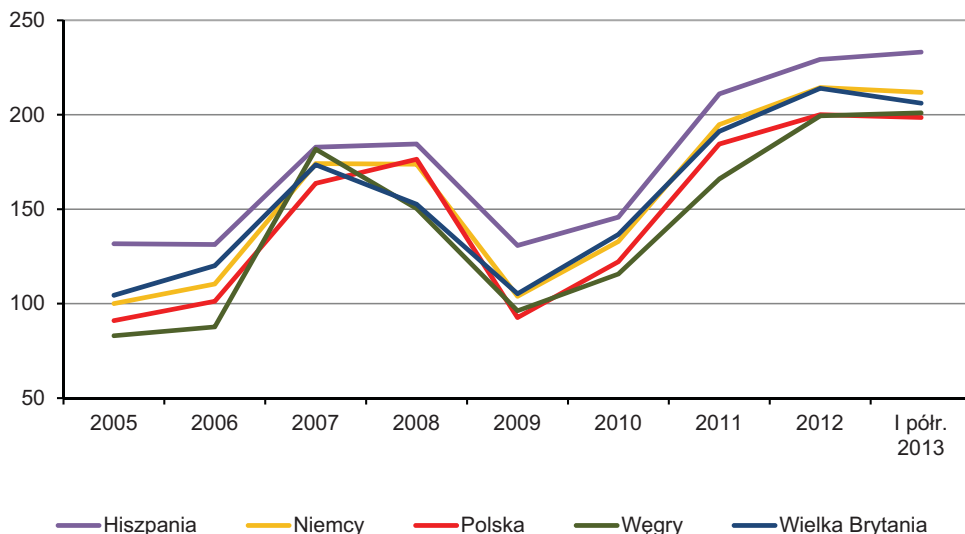
W 2012 roku ceny jęczmienia paszowego na rynku unijnym w dalszym ciągu rosły, jednakże w znacznie wolniejszym tempie niż to miało miejsce w roku poprzednim (wykres 3.3). Przeciętna cena tego ziarna w UE-27 zwiększyła się o 10% z 189 do ponad 208 euro/tonę. Wzrost cen był efektem rosnącej presji ze strony popytu (głównie eksportowego), której towarzyszyła stagnacja podaży oraz dalsza redukcja poziomu zapasów³¹. Najwyższy wzrost cen (ponad 20%) wystąpił na Węgrzech, zaś wysoki (16%) na Słowacji i w Irlandii. Spośród krajów głównych unijnych producentów i eksporterów jęczmień zdrożał najbardziej we Francji i Wielkiej Brytanii, odpowiednio o 13% i 12%. Zbliżoną do unijnej dynamikę wzrostu wykazywały ceny w Niemczech. W nieco wolniejszym tempie (ok. 8%) ceny jęczmienia rosły w Polsce oraz w Hiszpanii. Natomiast niewielki (niespełna 2%) spadek cen odnotowano na rynku włoskim. Światowe ceny jęczmienia paszowego również podlegały silnym wahaniom (aneks 3.3). W 2012 roku na rynku amerykańskim ich poziom co prawda nie uległ zmianie, ale w Australii jęczmień zdrożał o blisko 23%. Na obydwu rynkach jęczmień był droższy niż w UE-27, odpowiednio o 9% i 5%.

W I półroczu 2013 roku trend wzrostowy cen jęczmienia na rynku wspólnotowym był kontynuowany. Ich średni poziom w UE-27, w porównaniu z I półroczem 2012 roku, zwiększył się o 9%. Bardzo wysokie tempo wzrostu cen (18-20%) utrzymało się na Słowacji i Węgrzech. Na rynku włoskim i hiszpańskim jęczmień zdrożał o ok. 8%, zaś w Wielkiej Brytanii i Niemczech odpowiednio o 3% i 4%. Na rynku krajowym wzrost cen był stosunkowo niski. Średnia cena jęczmienia zwiększyła się z 195 do 198 euro/tonę, tj. o niespełna 2%. Porównywalne tempo wzrostu cen jęczmienia odnotowano na rynku francuskim. W Australii ceny jęczmienia w stosunku do I półrocza 2012 roku zwiększyły się o ok. 14%, natomiast na rynku amerykańskim obniżyły się o 6%.

Umiarkowana dynamika wzrostu cen jęczmienia notowana w Polsce w 2012 roku skutkowałą wzmocnieniem naszej pozycji konkurencyjnej zarówno na rynku wspólnotowym, jak i światowym. Średnia cena jęczmienia w Polsce stanowiła ok. 96% ceny unijnej, wobec 98% w 2011 roku. Poprawiły się (o ok. 3-4 p.p.) wskaźniki relacji cen krajowych do cen we Francji i Wielkiej Brytanii. Na tych rynkach jęczmień był o 7-9% droższy niż w Polsce. Zwiększyła się także (z 5% do ok. 7%) nasza przewaga cenowa wobec rynku niemieckiego, zaś względem rynku hiszpańskiego praktycznie nie uległa zmianie. Zmniejszyły się natomiast różnice w poziomie cen pomiędzy Polską a Włochami, gdzie jęczmień był droższy o zaledwie 11%, wobec 22% w poprzednim roku. W dalszym ciągu niższe od polskich ceny jęczmienia notowano w państwach UE-12. Jednakże przewagi cenowe producentów z tych krajów wyraźnie się zmniejszyły. W Czechach, na Łotwie i Słowacji jęczmień był tańszy o 4-5%. O blisko 10 p.p. zmniejszyła się przewaga cenowa producentów z Węgier, gdzie jęczmień był tańszy niż w Polsce o niespełna 0,5%.

³¹ *Short Term Outlook for arable crops, meat and dairy – Summer 2013*, European Commission 2013, s. 10-11.

Wykres 3.3. Ceny jęczmienia paszowego w UE-27 (w euro/t)



Źródło: dane MRiRW (aneks 3.3).

Ponad dwukrotnie wyższy od krajowego wzrost cen jęczmienia w Australii sprawił, że polskim producentom udało się odzyskać pozycję konkurencyjną względem producentów z tego kraju. Wskaźnik relacji cen krajowych do cen w Australii w 2012 roku wyniósł 91%, wobec 103% w 2011 roku. Zmniejszyła się natomiast (o ok. 7 p.p.) nasza przewaga cenowa nad producentami z USA, gdzie jęczmień był o 13% droższy.

W I półroczu 2013 roku ceny jęczmienia w Polsce były o 7% niższe od średnich cen unijnych, wobec 0,3% w analogicznym okresie poprzedniego roku. Wolniejsze tempo wzrostu cen przyczyniło się do dalszego wzmocnienia naszej pozycji konkurencyjnej względem głównych producentów i eksporterów tego ziarna w UE-27. W stosunku do I półrocza 2012 roku najbardziej wzrosła (o 5 p.p.) nasza przewaga względem producentów z Włoch oraz Hiszpanii. Na tych rynkach jęczmień był droższy o 14-17%. Poprawił się także (o 1-2 p.p.) wskaźnik relacji cen krajowych do cen w Wielkiej Brytanii i Niemczech, gdzie jęczmień był droższy odpowiednio o 4 i 7%, zaś wobec producentów z Francji jego wartość nie uległa zmianie i wyniosła 5% na naszą korzyść. Po raz pierwszy od akcesji wyższe ceny jęczmienia utrzymywały się także w większości państw UE-12. Za sprawą niekorzystnych zbiorów i znacznego wzrostu cen jęczmień na Słowacji był o ok. 7% droższy niż w Polsce, zaś w Czechach i na Węgrzech o ok. 1,5%. Niższe od krajowych ceny jęczmienia utrzymały się jedynie na Litwie, Łotwie i w Estonii. Dynamiczny wzrost cen jęczmienia, jaki miał miejsce w Australii w pierwszych miesiącach 2013 roku sprawił, że przewaga konkurencyjna polskich producentów uległa ponownemu wzmocnieniu. Wskaźnik relacji cen krajowych do cen notowanych na tym rynku wyniósł 89%, wobec blisko 100% w I półroczu 2012 roku. Zmniejszyła się natomiast nasza przewaga cenowa nad konkurentami z USA z 17% do ok. 11%.

3.4. Mięso wieprzowe

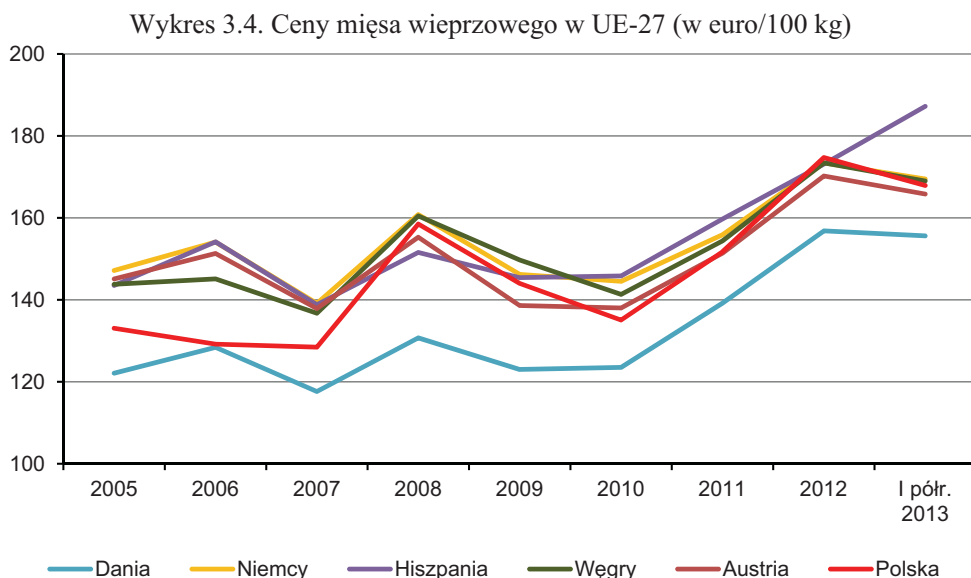
Regres na rynku wieprzowiny w Unii Europejskiej pogłębia się. Utrzymujące się w całym 2012 roku wysokie ceny zbóż oraz pasz przemysłowych, jak również wydatki związane z dostosowaniem gospodarstw do nowych norm dotyczących dobrostanu loch prośnych przyczyniły się do wyraźnego zwiększenia kosztów produkcji, a co się z tym wiąże do dalszego spadku opłacalności chowu trzody oraz ponownej redukcji produkcji żywca wieprzowego³². Spadek podaży, połączony z niewielkim wzrostem eksportu sprawił, że ceny wieprzowiny na rynku unijnym w dalszym ciągu dynamicznie rosły (wykres 3.4). Zwiększyły się one w stosunku do poprzedniego roku średnio o 11% (z 153 do 170 euro/100 kg). Spośród krajów UE najwyższy wzrost cen wieprzowiny odnotowano na rynku krajowym, gdzie zdrożała ona z 152 do blisko 175 euro/100 kg, tj. o ponad 15%. Zbliżona do średniej unijnej dynamika wzrostu cen wystąpiła w Niemczech, natomiast nieco wyższą (12-13%) odnotowano w Danii oraz na Węgrzech. We Francji ceny wieprzowiny zwiększyły się o 10%, zaś w Hiszpanii i we Włoszech o 8%. Znaczny wzrost cen (blisko 10%) wystąpił także na rynku amerykańskim, podczas gdy w Brazylii ich poziom nie uległ większej zmianie (aneks 3.4). Zmniejszyły się przewagi cenowe producentów z UE-27 nad konkurentami z obydwu tych krajów. Ceny w Brazylii stanowiły 127%, zaś w USA – 122% średniej unijnej, wobec 142% i 124% w poprzednim roku.

W I półroczu 2013 roku trend wzrostowy cen wieprzowiny był kontynuowany, jednakże z mniejszym natężeniem. Był to rezultat dalszej redukcji podaży oraz rosnących kosztów produkcji. Średnia cena wieprzowiny w UE-27, w odniesieniu do analogicznego okresu w 2012 roku, zwiększyła się o 7%. Najwyższa zwyżka cen (o ponad 17%) miała miejsce na rynku hiszpańskim. Utrzymało się wysokie (9%) tempo wzrostu cen w Danii. W Niemczech, Włoszech oraz na Węgrzech wieprzowina zdrożała o 3-4%, zaś w Polsce o ok. 2,5%. Jedynym państwem, w którym odnotowano niewielki spadek cen (o 1%) były Czechy. Słaby trend wzrostowy cen wieprzowiny występował także na rynku globalnym. Mięso wieprzowe zarówno w USA, jak i w Brazylii zdrożało o 1%.

Wyższy wzrost cen wieprzowiny w Polsce niż przeciętnie w UE-27 skutkowało dalszą utratą przewagi konkurencyjnej naszych producentów. W 2012 roku średnia cena tego mięsa na rynku krajowym stanowiła 102,6% ceny unijnej, wobec 99% w 2011 roku. Był to wynik porównywalny do uzyskanego w 2008 roku, kiedy to wieprzowina w Polsce była o 3% droższa niż w UE-27. Pogorszyła się nasza pozycja konkurencyjna wobec większości głównych unijnych producentów i eksporterów wieprzowiny. Pogorszył się wskaźnik relacji cen krajowych do cen we Włoszech, gdzie wieprzowina była droższa o 7%, wobec 14% w 2011 roku. Utraciliśmy przewagę cenową wobec producentów z Węgier, Niemiec oraz Hiszpanii. Na tych rynkach mięso wieprzowe było o ok. 1% tańsze niż w Polsce. Wzmocniła się (o 2-4 p.p.) przewaga cenowa producentów z Danii i Francji, gdzie wieprzowina była tańsza od krajowej

³² A. Judzińska, *Produkcja mięsa w Unii Europejskiej w 2012 roku*, „Gospodarka Mięsna” 2013, nr 7, s. 34.

odpowiednio o 10% i 7%. Krajowe ceny wieprzowiny w dalszym ciągu kształtowały się znacznie korzystniej w porównaniu z cenami notowanymi na rynku globalnym, ale różnice w poziomie cen się zmniejszyły. Wskaźnik relacji cen w Polsce do cen w USA obniżył się o 4 p.p. do 84%, zaś na rynku brazylijskim wieprzowina była droższa o 24%, wobec 43% w 2011 roku.



Źródło: dane MRiRW (aneks 3.4).

W I półroczu 2013 roku ceny wieprzowiny były w Polsce o 1,2% niższe od średnich cen unijnych. Relatywnie wolniejsze tempo wzrostu cen wpłynęło na wzmocnienie naszej pozycji konkurencyjnej względem głównych unijnych producentów i eksporterów tego mięsa. W porównaniu z I półroczem 2012 roku najbardziej (o 13 p.p.) poprawiła się nasza pozycja konkurencyjna wobec producentów z Hiszpanii, gdzie ceny wieprzowiny były o 11% wyższe niż w Polsce. Nieznacznie (z 6 do 7%) zwiększyła się natomiast nasza przewaga cenowa nad konkurentami z Włoch. W podobnym stopniu poprawiła się także relacja cen krajowych do cen notowanych w Niemczech i na Węgrzech, gdzie mięso wieprzowe było ponownie o ok. 1% droższe niż w Polsce. W dalszym ciągu znacznie niższe od krajowych ceny wieprzowiny utrzymywały się w Danii, jednakże przewaga cenowa producentów z tego kraju wyraźnie się zmniejszyła i wyniosła 7%, wobec 13% w analogicznym okresie poprzedniego roku. Natomiast wskaźniki relacji cen krajowych do cen notowanych w Holandii i Francji poprawiły się jedynie o ok. 1 p.p. Na tych rynkach wieprzowina była tańsza niż w Polsce odpowiednio o 9% i 6%. Na rynku światowym ceny wieprzowiny były wciąż znacznie wyższe niż w Polsce. W USA ich średni poziom stanowił 124%, zaś w Brazylii 127% cen notowanych na rynku krajowym.

3.5. Mięso wołowe

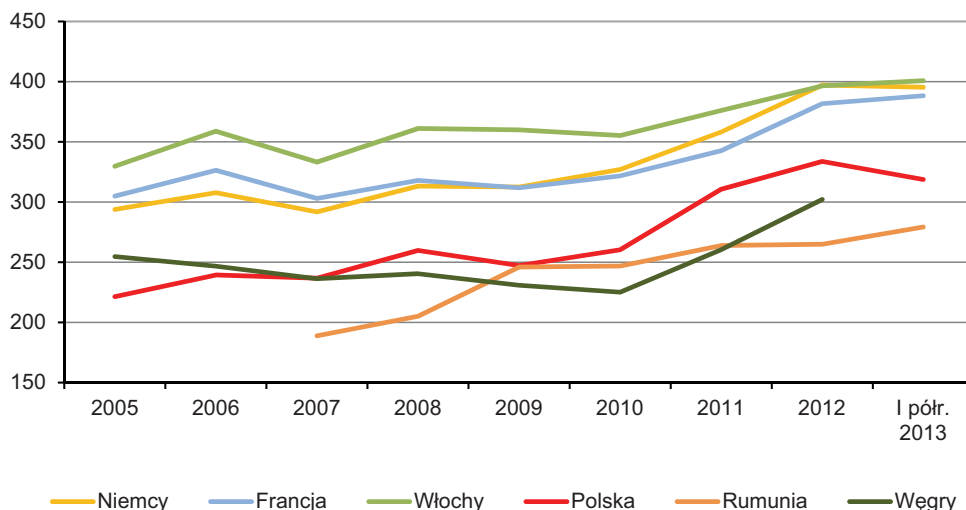
Postępująca redukcja pogłowia bydła mięsnego notowana w 2012 roku w większości krajów Wspólnoty spowodowała ponowny spadek podaży wołowiny na rynku unijnym. Negatywnie na produkcję wpłynęła niska dynamika eksportu, jak również dalszy spadek popytu konsumpcyjnego. Zjawiskom tym towarzyszył dynamiczny wzrost cen wołowiny, które w UE-27 zwiększyły się średnio o 9% (wykres 3.5). Wzrost cen w krajach UE-15 przebiegał z nieco mniejszym natężeniem niż w państwach UE-12. Spośród krajów głównych producentów wołowiny wyższe od średniej unijnej tempo wzrostu wykazywały ceny w Wielkiej Brytanii, Niemczech oraz Francji (ok. 11-12%), zaś zbliżone w Hiszpanii (ok. 9%), podczas gdy we Włoszech wołowina zdrożała zaledwie o 5%. W Polsce wzrost cen był niższy niż średnio w UE. Za 100 kg tego mięsa płacono w skupie 334 euro, tj. o 7,5% więcej niż w 2011 roku. Podobną dynamikę wzrostu odnotowano w Czechach. Na Łotwie wołowina zdrożała o ponad 40%, a na Węgrzech o 16%. Spadek cen (o ok. 10%) miał miejsce jedynie na Litwie. Światowe ceny wołowiny także systematycznie rosły (aneks 3.5). W USA dynamika wzrostu cen była blisko dwukrotnie wyższa niż we Wspólnocie, podczas gdy w Brazylii wołowina zdrożała jedynie o 1,5%. Pomimo wzrostu cen przewagi cenowe producentów z obydwu rynków nad UE-27 utrzymały się. Ceny w Brazylii stanowiły ok. 92% średniej ceny unijnej, zaś w USA były od niej o 0,5% niższe.

W I półroczu 2013 roku ceny mięsa wołowego w UE-27 nadal wzrastały, jednakże w wyraźnie niższym tempie. Przeciętna cena wołowiny wyniosła 388 euro/100 kg, była zaledwie o 1,5% wyższa niż w analogicznym okresie poprzedniego roku. Najwyższy wzrost cen odnotowano na Łotwie (o 25%) oraz w krajach skandynawskich (o 10%). W krajach głównych producentów i eksporterów (w Niemczech, Francji i Wielkiej Brytanii) wołowina zdrożała średnio o 3-4%, podczas gdy we Włoszech i Hiszpanii ceny tego mięsa nie uległy większym zmianom. Spadek cen miał miejsce jedynie w trzech krajach członkowskich. Na Litwie obniżyły się one o 16%, a w Belgii o 3%. W Polsce średnia cena wołowiny wyniosła ok. 319 euro/100 kg, wobec 326 euro/100 kg w I półroczu 2012 roku. Na rynku światowym ceny wołowiny podlegały silnym wahaniom. W USA, w porównaniu z I półroczem 2012 roku, wzrosły one o 14%, zaś w Brazylii wołowina staniała o 3%.

W 2012 roku nasza pozycja konkurencyjna na unijnym rynku wołowiny uległa ponownemu wzmocnieniu, jednakże nie była tak silna jak w pierwszych latach członkostwa w UE. Średnia cena wołowiny kształtowała się na poziomie 87% ceny unijnej, wobec 88% w 2011 roku i 70-80% w latach 2004-2010. Poprawił się (średnio o 3 p.p.) wskaźnik relacji cen krajowych do cen w Wielkiej Brytanii i Niemczech, gdzie wołowina była droższa odpowiednio o 22% i 19%. Zwiększyła się także nasza przewaga cenowa względem producentów z Francji i Hiszpanii z 9-11% do ponad 12%. O niespełna 2 p.p. zmalała natomiast różnica cen między rynkiem krajowym a rynkiem włoskim. Niższe niż w Polsce ceny mięsa wołowego odnotowano w sześciu krajach Wspólnoty. Na Litwie i w Rumunii były one tańsze średnio o 20-21%, wobec odpowiednio 6% i 15% w roku poprzednim. Zmniejszyła się przewaga cenowa Węgier

i Łotwy, gdzie wołowina była tańsza odpowiednio o 9% i 4%. Po raz pierwszy od akcesji do UE ceny wołowiny w Polsce były o 6% wyższe od notowanych w Belgii. W 2012 roku wzmocniła się przewaga konkurencyjna krajowych producentów względem USA, gdzie mięso wołowe było droższe niż w Polsce o 15%, wobec 4% w 2011 roku. Natomiast wskaźnik relacji cen krajowych do cen w Brazylii pogorszył się o 5 p.p. i wyniósł 95%.

Wykres 3.5. Ceny mięsa wołowego w UE-27 (w euro/100 kg)



Źródło: dane MRiRW (aneks 3.5).

Spadek cen wołowiny w Polsce w I półroczu 2013 roku skutkowało poprawą naszej pozycji konkurencyjnej na rynku wspólnotowym. Wskaźnik relacji cen krajowych do cen unijnych wyniósł 82%, wobec 85% w analogicznym okresie poprzedniego roku. Wzmocniła się nasza przewaga cenowa względem wszystkich głównych unijnych producentów i eksporterów tego mięsa, przy czym najbardziej (o 5 p.p.) wobec producentów z Niemiec i Francji. Na tych rynkach wołowina była droższa od polskiej średnio o 23%. W nieco mniejszym stopniu (o 3-4 p.p.) poprawił się wskaźnik relacji cen krajowych do cen w Wielkiej Brytanii i Hiszpanii, gdzie wołowina była droższa od polskiej odpowiednio o 35% i 21%. W odniesieniu do rynku włoskiego nasza przewaga cenowa nie uległa natomiast większej zmianie. Niższe niż w Polsce ceny wołowiny odnotowano jedynie w dwóch państwach UE-12. Wysoka redukcja cen oraz wzrost produkcji sprawiły, że na Litwie i w Rumunii mięso to było tańsze niż w Polsce odpowiednio o 17% i 12%. Znacząco poprawił się wskaźnik relacji cen krajowych do cen w USA. Wyniósł on 78%, wobec 91% w analogicznym okresie poprzedniego roku. Nieznacznie (z 6% do 5%) zmniejszyła się natomiast nasza przewaga cenowa nad konkurentami z Brazylii.

3.6. Mleko

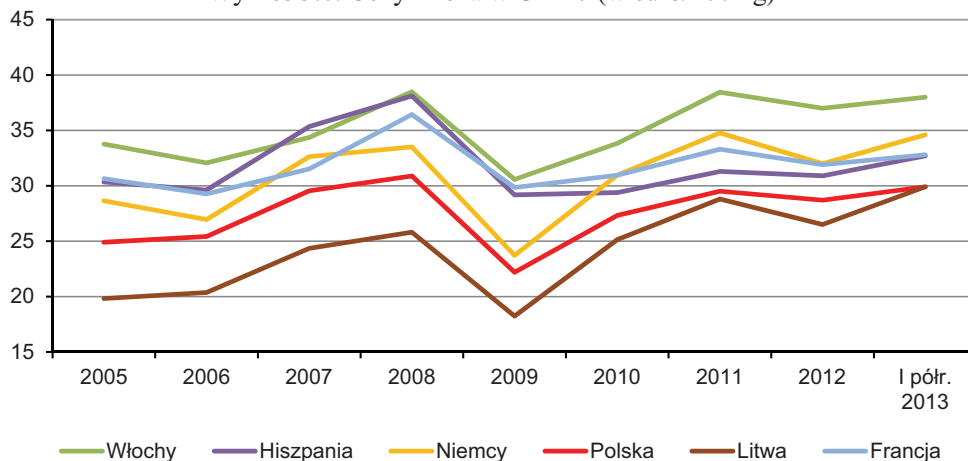
W ostatnich latach ceny skupu mleka na rynku unijnym podlegały silnym wahaniom (wykres 3.6). Po dużym wzroście w latach 2010-2011, w 2012 roku ich poziom w większości państw członkowskich ponownie się obniżył. Znaczący wpływ na redukcję cen miał wzrost podaży, słabnąca dynamika eksportu oraz spadek popytu konsumpcyjnego. W 2012 roku średnia cena skupu mleka w UE-27 wyniosła 32,7 euro/100 kg i była o blisko 6% niższa niż w 2011 roku. Spośród głównych producentów i eksporterów mleka wyższą od unijnej dynamikę spadku cen (ok. 8%) odnotowano w Niemczech, Holandii i na Litwie. We Francji, Włoszech oraz na Węgrzech ceny mleka obniżyły się o 3-4%, natomiast w Hiszpanii spadek cen nie przekroczył 1,5%. Relatywnie niewielki spadek cen mleka odnotowano także na rynku krajowym. Ich średni poziom wyniósł 28,7 euro/100 kg, tj. był o ok. 3% niższy niż w poprzednim roku. Wzrost cen mleka miał miejsce jedynie w trzech krajach Wspólnoty. W Wielkiej Brytanii mleko zdrożało o 11%, zaś w Grecji i Finlandii o ok. 4,5%. Na rynku globalnym trend wzrostowy cen także został zahamowany (aneks 3.6). W USA ceny mleka w 2012 roku obniżyły się o niespełna 1%, zaś w Nowej Zelandii ich wzrost wyniósł 7%. Osłabienie dolara wobec euro sprawiło, że pozycja konkurencyjna producentów z USA wyraźnie się zmniejszyła. Ceny mleka na rynku amerykańskim stanowiły 97% średnich cen unijnych, wobec 92% w poprzednim roku. Natomiast w Nowej Zelandii poziom cen był w dalszym ciągu znacznie (o 11%) niższy niż w Unii Europejskiej.

W I półroczu 2013 roku przeciętna cena skupu mleka w UE-27 w porównaniu z analogicznym okresem 2012 roku praktycznie nie zmieniła się i wyniosła 34,5 euro/100 kg. W większości krajów głównych unijnych producentów i eksporterów miał jednak miejsce wzrost cen. Wyjątek stanowił rynek włoski, gdzie ceny mleka obniżyły się o ok. 4%. W Holandii i Niemczech mleko zdrożało o 5%, zaś w Hiszpanii i Wielkiej Brytanii o ok. 3%. Na Litwie i Węgrzech wzrost cen nie przekroczył 2%. Słabą dynamikę wzrostu cen odnotowano na rynku krajowym, gdzie za 100 kg mleka płacono 29,9 euro, wobec 29,6 euro w I półroczu poprzedniego roku. Na rynku globalnym ceny mleka podlegały znacznym wahaniom. W Nowej Zelandii ceny nadal spadały, względem I półrocza 2012 roku obniżyły się o 6%. W USA mleko w skupie zdrożało natomiast średnio o 5%.

Niższa dynamika spadku cen mleka w Polsce niż w UE-27 w 2012 roku skutkowałą ponownym osłabieniem naszych przewag cenowych wobec rynku wspólnotowego. Przeciętna cena mleka w skupie kształtowała się na poziomie ok. 88% ceny unijnej, wobec 85% w 2011 roku. W dalszym ciągu najsilniejszą pozycję konkurencyjną na rynku mleka mieliśmy względem producentów z Włoch, jednakże różnica cen była o 1 p.p. mniejsza niż przed rokiem i wyniosła 22% na naszą korzyść. Pogorszyła się (o ok. 5 p.p.) relacja cen krajowych do cen w Holandii i Niemczech, gdzie mleko było droższe odpowiednio o 18% i 11%. Nieznacznie (o 1,5 p.p.) zmniejszyła się także nasza przewaga cenowa względem producentów z Francji i Hiszpanii. Na tych rynkach mleko było droższe niż w Polsce odpowiednio o 11% i 8%. Znacząco wzmocniła się natomiast nasza przewaga cenowa wobec producentów z Wielkiej Brytanii. Relacja cen

krajowych do cen notowanych na tym rynku wyniosła 85%, wobec 97% w roku poprzednim. W dalszym ciągu niższe od polskich ceny utrzymywały się na Litwie i Łotwie, gdzie mleko było tańsze odpowiednio o ok. 8% i 4%. W odniesieniu do rynku globalnego zwiększyła się (o 2 p.p.) przewaga cenowa krajowych producentów względem USA, gdzie mleko było o ok. 11% droższe niż w Polsce, podczas gdy w Nowej Zelandii przeciętne ceny mleka były wyższe od naszych o 1%, wobec 6% w poprzednim roku.

Wykres 3.6. Ceny mleka w UE-27 (w euro/100 kg)



Źródło: dane MRiRW (aneks 3.6).

W I półroczu 2013 roku ceny mleka w Polsce były niższe od średnich cen unijnych o 13%, wobec blisko 15% w I półroczu 2012 roku. Zmniejszyła się nasza przewaga cenowa nad producentami z Włoch (o 4 p.p.) oraz Francji (o 1 p.p.), gdzie mleko było droższe niż w Polsce odpowiednio o 27% i 10%. Wzmocniła się natomiast (o 3 p.p.) nasza przewaga konkurencyjna w porównaniu z producentami z Niemiec i Holandii. Wobec tych rynków różnica cen wyniosła ok. 16% i 24% na naszą korzyść. W nieco mniejszym stopniu (o 2 p.p.) poprawiła się także relacja cen krajowych do cen notowanych w Wielkiej Brytanii i Hiszpanii. Utrzymała się pozycja konkurencyjna producentów z Litwy i Łotwy. Na tych rynkach ceny mleka były o 1-2% niższe niż w Polsce.

W odniesieniu do rynku globalnego pozycja konkurencyjna krajowych producentów nie uległa większej zmianie. W I półroczu 2013 roku średnie ceny skupu mleka w Polsce w relacji do cen w USA i Nowej Zelandii stanowiły odpowiednio 91% i 99%.

3.7. Mięso drobiowe

Systematyczny wzrost kosztów chowu żywca drobiowego, będący następstwem wysokich cen pasz, wpłynął na znaczny spadek opłacalności produkcji na unijnym rynku drobiarskim. W 2012 roku była ona najniższa od 8 lat. Wysokie koszty wytwarzania,

słabnący popyt eksportowy oraz stagnacja spożycia jednostkowego sprawiły, że produkcja drobiu w UE-27 charakteryzowała się niewielką dynamiką wzrostu³³.

Spowolnienie tempa wzrostu produkcji oraz spadek jej opłacalności częściowo zrekompensował dalszy wzrost cen mięsa drobiowego, którego tempo w 2012 roku było w UE-27 blisko 4-krotnie słabsze niż przed rokiem. Przeciętna cena drobiu w UE-27 wyniosła 191 euro/100 kg, tj. była wyższa niż w 2011 roku o 2,5% i o ponad 13% niż w 2010 roku (wykres 3.7). Mięso drobiowe najbardziej zdrożało na Słowacji (o 21%). Wysoki wzrost cen odnotowano także we Włoszech, w Hiszpanii oraz na Węgrzech (11-14%). W Polsce wzrost cen był umiarkowany. Za 100 kg mięsa drobiowego płacono 170,5 euro, tj. o ok. 5% więcej niż w 2011 roku. Spadek cen drobiu miał miejsce jedynie w pięciu krajach, w tym najwyższy był w Szwecji (o 17%). W Austrii i Francji obniżyły się one odpowiednio o 14% i 10%, w Wielkiej Brytanii o niespełna 7%, a w Niemczech o 1%. Na rynku globalnym ceny drobiu również wzrastały (aneks 3.7). W USA zwiększyły się one w stosunku do 2011 roku o 16%, zaś w Brazylii o 0,5%. Pomimo wzrostu, ceny na obu rynkach były nadal znacznie niższe od cen unijnych i stanowiły odpowiednio 50% oraz 78% ich średniego poziomu.

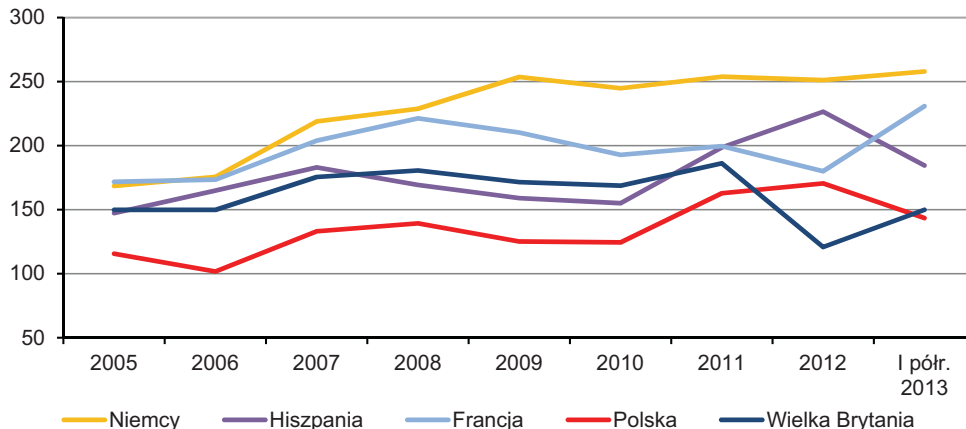
Na skutek utrzymujących się wysokich cen pasz wzrost cen mięsa drobiowego nastąpił także w I półroczu 2013 roku. W krajach UE-27, w stosunku do analogicznego okresu roku poprzedniego, zwiększyły się one średnio o 5%. W poszczególnych państwach członkowskich kierunki oraz dynamika zmian cen były silnie zróżnicowane. Bardzo duży wzrost cen odnotowano w Szwecji, gdzie drób zdrożał o 78%. O ponad 42% zwiększyły się jego ceny w Austrii oraz na Litwie. We Francji i Wielkiej Brytanii wzrost cen wyniósł średnio 28%, zaś w Niemczech nie przekroczył 2,5%. W Polsce ceny drobiu znacząco się zmniejszyły (o ok. 16%). Duża redukcja cen miała miejsce również w Hiszpanii i na Węgrzech (o 17-18%). W dalszym ciągu zwiększały się ceny w Brazylii. Na tym rynku drób zdrożał o blisko 10%. Natomiast w USA odnotowano niewielki (o niespełna 3%) spadek cen tego mięsa.

Pomimo trwającego wzrostowego trendu cen, krajowym producentom drobiu udało się utrzymać pozycję konkurencyjną na rynku wspólnotowym. Nasza przewaga cenowa uległa jednak zmniejszeniu. W 2012 roku ceny mięsa drobiowego w Polsce kształtowały się na poziomie 89% średniej ceny unijnej. Znacząco (o 13 p.p.) pogorszył się wskaźnik relacji cen krajowych do cen we Francji, gdzie drób był droższy o niespełna 6%, wobec 23% w 2011 roku. Zmniejszyła się również (o ok. 4 p.p.) nasza przewaga cenowa względem producentów z Niemiec i wyniosła 32%. Poprawił się wskaźnik relacji cen krajowych do cen we Włoszech oraz Hiszpanii. Wyniósł on odpowiednio 67% i 75%, tym samym był zbliżony do przeciętnego poziomu z lat 2007-2009. W dalszym ciągu niższe niż w Polsce ceny mięsa drobiowego odnotowano na Litwie i Łotwie, przy czym przewaga cenowa producentów z tych krajów uległa osłabieniu (o ok. 1 p.p.). Znacząco zwiększyły się różnice między cenami drobiu na rynku krajowym i brytyjskim. W Polsce mięso to było droższe niż w Wielkiej Brytanii o ponad 40%,

³³ *USDA GAIN Report, UE Poultry and Products Annual, 2013, s. 1.*

wobec niespełna 26% w 2011 roku. Po raz pierwszy od akcesji przewagę cenową utraciliśmy w stosunku do kolejnych trzech państw Wspólnoty. W Austrii mięso drobiowe było tańsze od krajowego o 18%, w Szwecji o 12%, a w Portugalii o ok. 3%.

Wykres 3.7. Ceny mięsa drobiowego w UE-27 (w euro/100 kg)



Źródło: dane MRiRW (aneks 3.7).

W I półroczu 2013 roku niekorzystna sytuacja uległa poprawie. Wysoki spadek cen mięsa drobiowego notowany na rynku krajowym sprawił, że nasza przewaga konkurencyjna na rynku UE-27 zwiększyła się w stosunku do I półrocza 2012 roku z 9% do 26%. W Niemczech drób był droższy o 80%, we Włoszech i Francji o ponad 60%, zaś na rynku hiszpańskim o 29%. W Wielkiej Brytanii i na Litwie ceny drobiu były ponownie wyższe niż w Polsce. Wskaźniki relacji cen krajowych do cen notowanych na tych rynkach wyniosły odpowiednio 96% i 79%, wobec 145% i 133% w analogicznym okresie poprzedniego roku.

Nasza pozycja konkurencyjna również się poprawiła na rynku globalnym (średnio o 25 p.p.). W I półroczu 2013 roku ceny drobiu w Polsce w relacji do cen w USA i Brazylii stanowiły odpowiednio 154% i 90%, co oznacza, że uzyskaliśmy przewagę cenową nad brazylijskimi producentami drobiu.

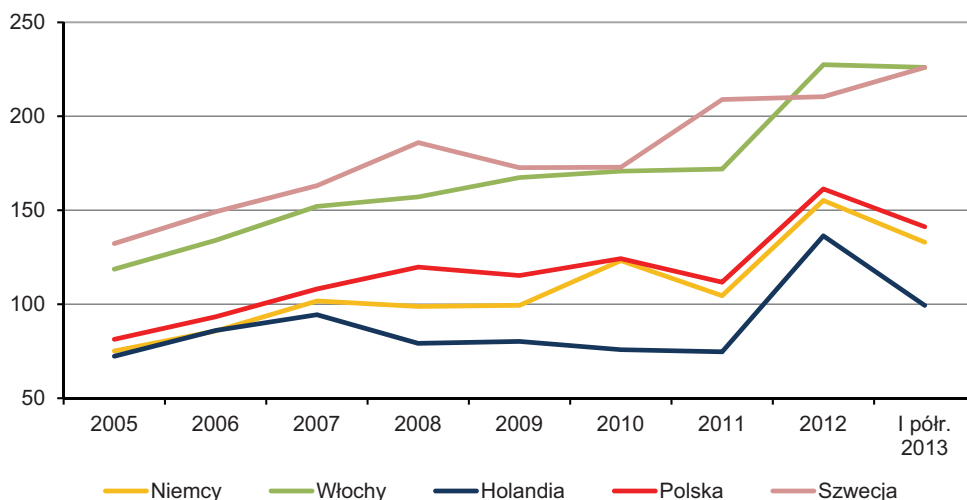
3.8. Jaja konsumpcyjne

Dla unijnych producentów jaj konsumpcyjnych rok 2012 był trudnym okresem. Zgodnie z nowymi wymogami dotyczącymi dobrostanu kur niosek, hodowcy zmuszeni byli zaprzestać użytkowania klatek konwencjonalnych. Problemy z dostosowaniem się do nowych przepisów oraz towarzyszący im wzrost nakładów skutkowały zmniejszeniem podaży jaj, redukcją eksportu, a także wydatnym wzrostem cen, zarówno producenta, jak i detalicznych³⁴.

³⁴ G. Dybowski, *Podaż*, [w:] „Rynek drobiu i jaj. Stan i perspektywy”, nr 43, seria „Analizy Rynkowe”, IERiGŻ-PIB, ARR, MRiRW, Warszawa 2013, s. 22-23.

W 2012 roku przeciętna cena sprzedaży jaj konsumpcyjnych w UE-27 wyniosła blisko 159 euro/100 kg i była o ok. 42% wyższa od notowanej w 2011 roku. Wzrost cen miał miejsce w większości krajów członkowskich (wykres 3.8). Największy (o ponad 80%) ich wzrost odnotowano w Holandii, bardzo wysoki wystąpił w Hiszpanii oraz Belgii (67-70%). We Francji, Niemczech i Czechach jaja zdrożały średnio o połowę, na Węgrzech i we Włoszech odpowiednio o 40% i 32%, natomiast w Wielkiej Brytanii o niespełna 20%. W Polsce dynamika wzrostu cen była nieco wyższa do średniej unijnej. Jaja zdrożały ze 112 do 161 euro/100 kg, tj. o 44%. Jedyнным krajem, w którym odnotowano nieznaczny spadek cen (o 2%), była Dania, a w Szwecji średnia cena jaj nie uległa zmianom.

Wykres 3.8. Ceny jaj konsumpcyjnych w UE-27 (w euro/100 kg)



Źródło: dane MRiRW (aneks 3.8).

W I półroczu 2013 roku na rynku unijnym nastąpiła powolna odbudowa produkcji oraz poprawa dodatniego salda obrotów handlowych jajami. Zwiększyła się także opłacalność chowu kur niosek. Czynniki te sprawiły, że cena sprzedaży jaj w UE-27 w relacji do I półrocza 2012 roku obniżyła się średnio o 15%. Najwyższy spadek cen (o 34-37%) miał miejsce we Francji i Hiszpanii. W Holandii jaja były tańsze o 28%, a w Niemczech o ok. 19%. Na rynku krajowym spadek cen był zbliżony do średniej unijnej. Postępował wzrost cen w Wielkiej Brytanii i we Włoszech, gdzie jaja zdrożały odpowiednio o 24% i 3%.

Wysoka dynamika wzrostu cen jaj w 2012 roku sprawiła, że krajowi producenci nie odbudowali pozycji konkurencyjnej na rynku wspólnotowym. Wskaźnik relacji cen w Polsce do średnich cen unijnych wyniósł 101,5%, był o 1,5 p.p. wyższy od notowanego w 2011 roku. W krajach głównych producentów jaja były nadal tańsze niż w Polsce, ale różnice cen w większości przypadków zmniejszyły się. Proces ten był najbardziej widoczny w odniesieniu do rynku holenderskiego i hiszpańskiego, gdzie jaja były tańsze

o 15% i 1,5%, wobec 33% i 16% w roku poprzednim. Poprawiła się także (o 3-5 p.p.) relacja cen krajowych do cen we Francji i Niemczech. Na tych rynkach jaja były tańsze niż w Polsce średnio o 3,5%. O blisko 17 p.p. wzmocniła się natomiast przewaga cenowa producentów z Wielkiej Brytanii, gdzie jaja były tańsze niż w Polsce o ponad 20%. Pozycję konkurencyjną krajowi producenci utrzymali jedynie względem czterech krajów członkowskich, ale była ona znacznie słabsza niż w 2011 roku. We Włoszech jaja były droższe o 41%, w Szwecji o 30%, zaś w Grecji i Danii o 8-13%.

W I półroczu 2013 roku tempo spadku cen jaj konsumpcyjnych w większości krajów Wspólnoty było szybsze niż w Polsce, co skutkowało dalszym pogorszeniem naszej pozycji konkurencyjnej na tym rynku. W porównaniu z analogicznym okresem roku poprzedniego wzmocniła się przewaga cenowa producentów z Hiszpanii (o 22 p.p.), Holandii (o 13 p.p.) oraz Niemiec (o ok. 5 p.p.). Ponownie utraciliśmy przewagę konkurencyjną na rynku francuskim, gdzie jaja były tańsze o 26%. Poprawiła się natomiast relacja cen krajowych do cen w Wielkiej Brytanii z 144% do 99%. We Włoszech jaja były droższe od krajowych o ponad 60%, wobec 32% w I półroczu poprzedniego roku. Wzmocniła się także (o 11-14 p.p.) nasza przewaga cenowa nad producentami ze Szwecji, Grecji oraz Danii.

3.9. Podsumowanie

Z analizy zmian cen na rynkach podstawowych produktów rolnictwa w Polsce i UE w latach 2011-2012 i w I półroczu 2013 roku wynika, że:

- Zmiany cen w Polsce były w znacznym stopniu analogiczne do zmian zachodzących w pozostałych krajach UE-27. Przebiegały one w podobnym kierunku, jednakże ich tempo (zarówno spadku, jak i wzrostu) na rynku krajowym było zazwyczaj nieco niższe niż w krajach głównych konkurentów. Wyjątek stanowi I półrocze 2013 roku, kiedy zmiany cen na rynku wołowiny, drobiu oraz mleka w Polsce przebiegały w odwrotnym kierunku niż w UE-27.
- Polscy producenci podstawowych produktów rolnictwa w dalszym ciągu dysponowali wyższymi przewagami cenowymi w stosunku do producentów z krajów UE-15, niższymi zaś wobec producentów z nowych państw członkowskich, w szczególności z Litwy i Łotwy.
- W stosunku do głównych producentów oraz eksporterów żywności w UE-27, polscy producenci najbardziej konkurencyjne ceny utrzymali względem producentów z Włoch, Hiszpanii oraz Wielkiej Brytanii; konkurencyjni cenowo byli także wobec rynku francuskiego i niemieckiego.
- Spośród analizowanych rynków rolnych proces zbliżania się cen w Polsce do cen w Unii Europejskiej najszybciej przebiegał na rynku mleka oraz mięsa wołowego.
- Uwzględniając główne kierunki produkcji rolnej, można stwierdzić, że polscy producenci nadal byli bardziej konkurencyjni cenowo na rynkach produktów zwierzęcych niż roślinnych. Wyjątek stanowił rynek jaj konsumpcyjnych oraz mięsa wieprzowego, gdzie w ostatnich latach ceny krajowe przewyższały ceny głównych unijnych producentów i eksporterów.

Analiza zmian cen podstawowych produktów rolnych wykazała, że z uwagi na postępujący wzrost cen czynników produkcji, a także wzrost cen żywności w Polsce i na świecie, przewagi cenowe krajowych producentów w latach 2010-2011 na większości rynków widocznie się zmniejszyły. W tym okresie ceny zbóż były od 0,5% do 6% niższe niż średnio w UE-27. Przewagi cenowe na rynku mięsa wołowego, drobiowego oraz mleka w porównaniu z 2009 rokiem istotnie się zmniejszyły (o kilka punktów procentowych). Wzmocniła się natomiast w tym okresie pozycja konkurencyjna krajowych producentów na rynku wieprzowiny, a ceny jaj konsumpcyjnych na rynku krajowym zrównały się z cenami notowanymi we Wspólnocie.

Tabela 3.1. Porównanie cen podstawowych produktów rolnictwa w Polsce i w Unii Europejskiej^a (UE = 100)

Wyszczególnienie	II półr. 2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	I półr. 2013
Pszenvica konsumpcyjna	93,5	87,3	97,8	98,8	101,4	90,8	96,5	99,5	99,4	99,5
Jęczmień paszowy	90,1	87,0	89,2	94,9	100,7	87,4	93,6	97,7	96,2	92,9
Kukurydza paszowa	98,4	88,9	94,8	96,6	101,4	98,5	96,5	98,1	95,8	94,7
Mięso wieprzowe	102,1	95,6	88,9	95,0	103,3	101,1	96,3	98,9	102,6	98,8
Mięso wołowe	70,1	75,5	75,2	77,8	80,6	77,1	80,8	88,4	87,0	82,2
Mleko	73,4	86,1	90,0	93,5	87,1	82,7	88,8	85,0	87,8	86,7
Mięso drobiowe	70,9	77,2	67,9	75,9	77,1	72,9	73,4	87,4	89,3	73,5
Jaja konsumpcyjne	98,0	96,1	97,8	98,3	105,9	99,3	100,4	100,0	101,5	104,3

^a do 2006 roku dane dla UE-25, w latach 2007-2012 dla UE-27

Źródło: opracowanie własne na podstawie aneksów 3.1-3.8.

W 2012 roku wskaźniki relacji cen krajowych do średnich cen unijnych na rynkach zbożowych pozostały na zbliżonym lub nieco niższym poziomie od notowanego w 2011 roku. Najbardziej wzmocniła się przewaga cenowa polskich producentów na rynku kukurydzy paszowej, nieco słabszą poprawę odnotowano na rynku jęczmienia. Na rynku kukurydzy paszowej ceny były w dalszym ciągu o ok. 0,5% niższe od średniej unijnej. Na rynkach mleka oraz mięsa drobiowego wskaźniki relacji cen w Polsce do cen w UE-27 uległy w 2012 roku niewielkiemu pogorszeniu. Utraciliśmy pozycję konkurencyjną na rynku wieprzowiny oraz jaj konsumpcyjnych. Słabe wzmocnienie naszych przewag cenowych odnotowano jedynie na rynku mięsa wołowego.

Notowania cen w I półroczu 2013 roku wskazują na wzmocnienie naszych przewag cenowych w stosunku do producentów z UE. Odzyskaliśmy, w porównaniu z analogicznym okresem 2012 roku, pozycję konkurencyjną na rynku pszenicy konsumpcyjnej oraz mięsa wieprzowego. Ceny tych produktów były w Polsce ponownie o 0,5-1,5% niższe niż w UE-27. Na rynku mięsa drobiowego wskaźnik relacji cen kra-

jowych do średnich cen unijnych wyraźnie się poprawił (o blisko 18 p.p.). Słabsze (odpowiednio o 7 i 3 p.p.) wzmocnienie naszych przewag cenowych odnotowano na rynku jęczmienia paszowego oraz kukurydzy paszowej. Na rynku mleka pozycja konkurencyjna krajowych producentów uległa natomiast nieznacznemu pogorszeniu. Na rynku jaj konsumpcyjnych ceny w Polsce były zaś w dalszym ciągu wyższe niż we Wspólnocie, z tym że różnica między cenami na tych rynkach zmniejszyła się na naszą korzyść.

Analiza przewag cenowych na rynku podstawowych produktów rolnictwa wykazała, że od momentu akcesji Polski do Unii Europejskiej postępuje proces stopniowego wyrównywania się cen tych produktów między rynkiem krajowym a unijnym. Oznacza to, że przewagi kosztowo-cenowe przestają być głównym źródłem budowania przewagi konkurencyjnej nie tylko na poziomie konsumenta i przetwórstwa, ale także na poziomie rolnictwa. W warunkach globalizacji i integracji europejskiej systematycznie rośnie znaczenie pozacenowych czynników konkurencyjności. Zjawisko to zmusza krajowe podmioty całego łańcucha żywnościowego do poszukiwania innych niż ceny źródeł umożliwiających im zachowanie pozycji konkurencyjnej na rynku wspólnotowym.

4. Wpływ Wspólnej Polityki Rolnej na konkurencyjność polskiego przemysłu spożywczego

4.1. Wstęp

Polski przemysł spożywczy – zarówno w okresie poprzedzającym akcesję, jak i w okresie członkostwa Polski w Unii Europejskiej – otrzymywał z budżetu UE wsparcie na dostosowanie zakładów przetwórczych do wymogów i standardów unijnych. Wsparcie inwestycji środkami publicznymi było realizowane z określonych programów pomocowych UE i wynikało ze Wspólnej Polityki Rolnej (WPR).

Pierwszym źródłem pomocy publicznej skierowanym do przemysłu spożywczego w latach 2002-2004 było dofinansowanie przemian strukturalnych w przetwórstwie w ramach Działania 1. „Poprawa przetwórstwa i marketingu artykułów rolnych i rybnych” programu SAPARD (ang. *Special Accession Programme Agriculture and Rural Development*³⁵). Działanie to objęło swoim wsparciem cztery branże: mięsną, mleczarską, owocowo-warzywną i rybną.

Kolejnym programem pomocowym, realizowanym w latach 2004-2008 i wspierającym rozwój inwestycji w polskim sektorze spożywczym, było Działanie 1.5. „Poprawa przetwórstwa i marketingu artykułów rolnych” w ramach Sektorowego Programu Operacyjnego „Restrukturyzacja i modernizacja sektora żywnościowego oraz rozwój obszarów wiejskich 2004-2006” (SPO „Rolnictwo”). Dofinansowanie z tego programu zostało poszerzone o kolejne branże przemysłu spożywczego i wspierało dostosowanie zakładów przetwórczych do standardów UE w zakresie produkcji żywności bezpiecznej dla konsumentów i ochrony środowiska.

Kontynuacją wcześniejszych programów było Działanie 1.2.3. „Zwiększenie wartości dodanej podstawowej produkcji rolnej i leśnej” w ramach Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007-2013 (PROW 2007-2013). Celem tego działania była poprawa konkurencyjności poprzez wzrost wartości dodanej, poprawę jakości produkcji, obniżkę kosztów, rozwój nowych produktów, procesów i technologii. Wsparciem objętych zostało znacznie więcej branż przetwórstwa spożywczego.

Polscy przedsiębiorcy z sektora spożywczego od początku naszego członkostwa w strukturach unijnych uzyskali ponadto możliwość korzystania z mechanizmów wsparcia rynkowego w ramach WPR. Były to w szczególności następujące działania: interwencja rynkowa (zakupy, sprzedaż, prywatne przechowywanie, nadzwyczajne środki wsparcia rynku), subsydiowanie eksportu produktów rolno-spożywczych, dopłaty produkcyjne oraz wsparcie konsumpcji i promocji. Działania interwencyjne mogły być stosowane w przypadku wystąpienia zaburzeń na określonych rynkach i polegały na zakupie produktów po cenie interwencyjnej, następnie ich magazynowaniu w formie zapasów interwencyjnych i ponownym wprowadzeniu na rynek w formie

³⁵ SAPARD – Specjalny Przedakcesyjny Program na Rzecz Rolnictwa i Rozwoju Obszarów Wiejskich. Program ten stanowił instrument wsparcia przez UE państw kandydujących w procesie przekształceń strukturalnych i dostosowawczych do standardów unijnych na wsi i w rolnictwie.

sprzedaży interwencyjnej bądź przeznaczeniu do rozdysponowania w ramach mechanizmu pomocy żywnościowej³⁶. Kolejnym mechanizmem WPR wykorzystywanym do stabilizacji sytuacji rynkowej były dopłaty do prywatnego przechowywania określonych produktów rolno-spożywczych. Mechanizm ten był uruchamiany w celu okresowego zmniejszenia podaży wybranych produktów. Innym instrumentem regulacji rynku rolnego było limitowanie produkcji, które dotyczyło mleka, cukru i skrobi ziemniaczanej. Celem przyznawania limitów produkcji było ograniczenie podaży tych produktów do poziomu zapewniającego równowagę na danym rynku bądź ograniczenie wsparcia finansowego do takiej ilości produkcji, która odpowiadała zapotrzebowaniu rynkowemu lub była uwarunkowana innymi przesłankami społeczno-ekonomicznymi³⁷. Wspólna Polityka Rolna przewidywała również możliwość wprowadzenia nadzwyczajnych środków wsparcia w sytuacji wystąpienia groźnych chorób zwierząt gospodarskich lub trudnej sytuacji na rynkach produktów rolnych.

Dopłaty do produkcji i przetwórstwa miały z kolei na celu zapewnienie stabilizacji rynków określonych produktów spożywczych i usprawnienie powiązań pomiędzy dostawcami surowców a przetwórcami. W celu zwiększenia konsumpcji określonych produktów spożywczych oraz kształtowania wśród społeczeństwa zdrowych nawyków żywienia Komisja Europejska wprowadziła dofinansowanie programów promocyjnych i edukacyjnych. Z kolei wsparcie eksportu realizowane było w formie subsydiów eksportowych do wybranych produktów rolno-spożywczych wywożonych poza Unię.

Z badań IERiGŻ-PIB wynika, że dzięki objęciu polskiego sektora rolno-spożywczego Wspólną Polityką Rolną stał się on beneficjentem przystąpienia Polski do Unii Europejskiej, sektorem dynamicznie rozwijającym się i konkurencyjnym na rynkach zagranicznych.

4.2. Wsparcie inwestycji środkami publicznymi w polskim przemyśle spożywczym

Integracja Polski z UE wywołała duże ożywienie inwestycyjne w polskim przemyśle spożywczym. Pierwsze jego symptomy wystąpiły bezpośrednio przed integracją i były spowodowane koniecznością dostosowania zakładów przetwórczych do wymogów i standardów unijnych. Źródłami pomocy strukturalnej dla sektora rolno-spożywczego w Polsce były w tym okresie fundusze przedakcesyjne: SAPARD i PHARE (ang. *Poland and Hungary: Assistance for Restructuring of the Economy*)³⁸. Były one ukierunkowane na przygotowanie nowych państw członkowskich do funkcjonowania w Unii Europejskiej. Ich celem nadrzędnym była pomoc we wdrażaniu dorobku prawnego Wspólnej Polityki Rolnej. W kolejnych latach wsparcie przemysłu spożywczego

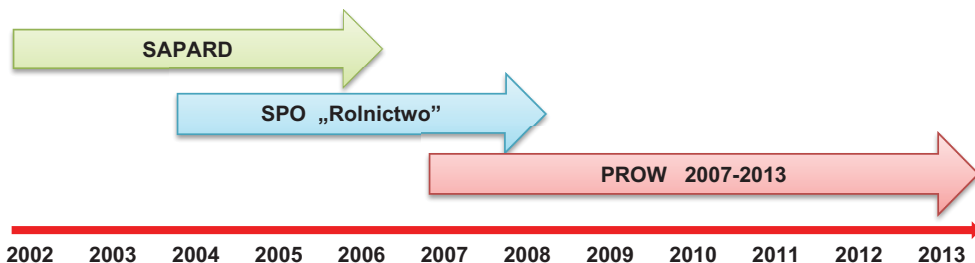
³⁶ „Biuletyn Informacyjny”, Agencja Rynku Rolnego, Warszawa, sierpień 2011 r.

³⁷ Ibidem.

³⁸ Pomoc z PHARE objęła działania wspierające instrumenty polityki rolnej, umacnianie orientacji marketingowej w sektorze rolno-spożywczym oraz promowanie liberalizacji handlu rolnego. Realizowano m.in.: projekty w zakresie wprowadzenia systemu bezpieczeństwa żywności oraz dobrych praktyk producenckich w przemyśle przetwórczym i norm ISO; dostosowania administracji fitosanitarnej i weterynaryjnej; wzmocnienia kontroli weterynaryjnej granic zewnętrznych UE, wzmocnienia urzędowej kontroli jakości handlowej żywności oraz przygotowania systemu certyfikacji.

w Polsce, a w szczególności działania inwestycyjne w tym sektorze, było kontynuowane w ramach Działania 1.5. „Poprawa przetwórstwa i marketingu artykułów rolnych” SPO „Rolnictwo” oraz Działania 1.2.3. „Zwiększanie wartości dodanej podstawowej produkcji rolnej i leśnej” w ramach Osi 1. „Poprawa konkurencyjności sektora rolnego i leśnego” PROW 2007-2013.

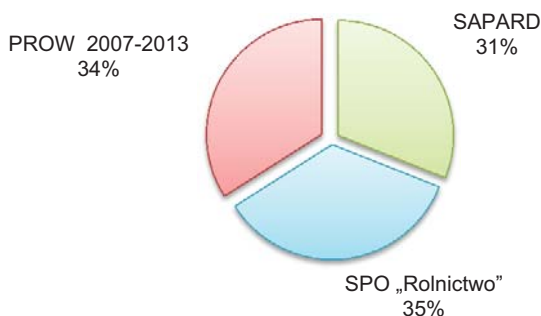
Schemat 4.1. Realizacja programów Unii Europejskiej wspierających polski sektor rolno-spożywczy w latach 2002-2013



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Agencji Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa (ARiMR).

W latach 2003-2012 z programów pomocowych (SAPARD, SPO „Rolnictwo” i PROW 2007-2013) Polska przeznaczyła na wsparcie inwestycji w przemyśle spożywczym kwotę w wysokości 4,85 mld zł, w tym z budżetu unijnego pochodziło 3,54 mld zł (73%). Całość wsparcia stanowiła jednak zaledwie ok. 7,0% ogólnej wartości inwestycji zrealizowanych w tym okresie w polskim przemyśle spożywczym. Aby otrzymać dofinansowanie do działań inwestycyjnych, przedsiębiorca musiał uruchomić środki własne, co w efekcie prowadziło do przynajmniej 2-krotnego zwiększenia końcowej wartości inwestycji.

Wykres 4.1. Struktura wsparcia inwestycji w przemyśle spożywczym w Polsce z programów pomocowych w latach 2003-2012 (według wartości, w proc.)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych ARiMR.

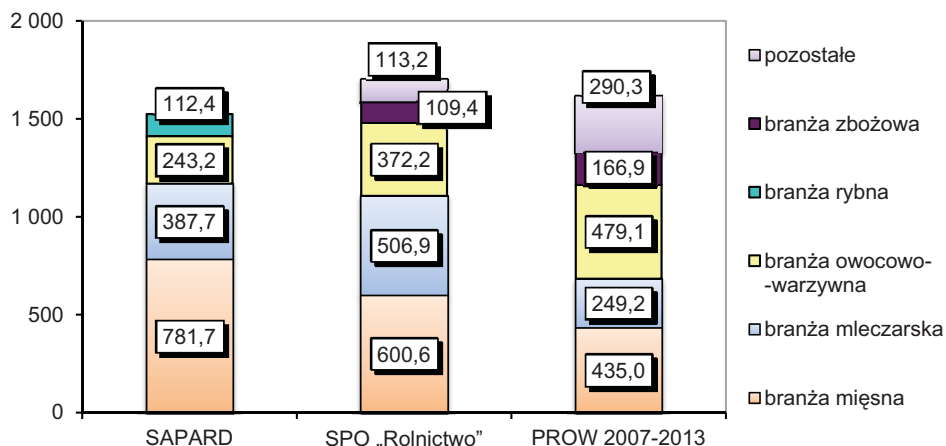
Tabela 4.1. Wsparcie inwestycji w przemyśle spożywczym w Polsce z programów pomocowych w latach 2003-2012

Wyszczególnienie	Liczba płatności/ projektów	Kwota wydatkowanych środków publicznych (w mln zł)	
		kwota ogółem	w tym: środki UE
SAPARD – Działanie 1. „Poprawa przetwórstwa i marketingu artykułów rolnych i rybnych”	1 336 / 1 268	1 525,0	1 143,8
SPO „Rolnictwo” – Działanie 1.5. „Poprawa przetwórstwa i marketingu artykułów rolnych”	1 215 / 1 097	1 702,3	1 178,3
PROW 2007-2013 – Działanie 1.2.3. „Zwiększenie wartości dodanej podstawowej produkcji rolnej i leśnej”	1 482 / 1 180	1 620,5	1 215,3
Razem	×	4 847,8	3 537,4

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych ARiMR.

Największe wsparcie inwestycji w przemyśle spożywczym środkami pochodzącymi z programów pomocowych (SAPARD, SPO „Rolnictwo”, PROW 2007-2013) w latach 2003-2012 otrzymały trzy branże, tj. mięsna (łącznie 1,82 mld zł), mleczarska (1,14 mld zł) i owocowo-warzywna (1,10 mld zł). Łącznie do tych branż trafiło 84% ogółu środków pochodzących z ww. programów (w ramach analizowanych działań). Pozostałe branże polskiego przemysłu spożywczego (m.in. zbożowa, paszowa, rybna i inne) uzyskały wsparcie inwestycji na wielokrotnie niższym poziomie. Branża rybna była dotowana w okresie przedakcesyjnym środkami pochodzącymi z programu SAPARD (wykres 4.2). W kolejnych latach wsparcie tej branży odbywało się z Sektorowego Programu Operacyjnego „Rybołówstwo i przetwórstwo ryb 2004-2006”, a następnie z „Programu rozwoju i modernizacji rybołówstwa 2007-2013”.

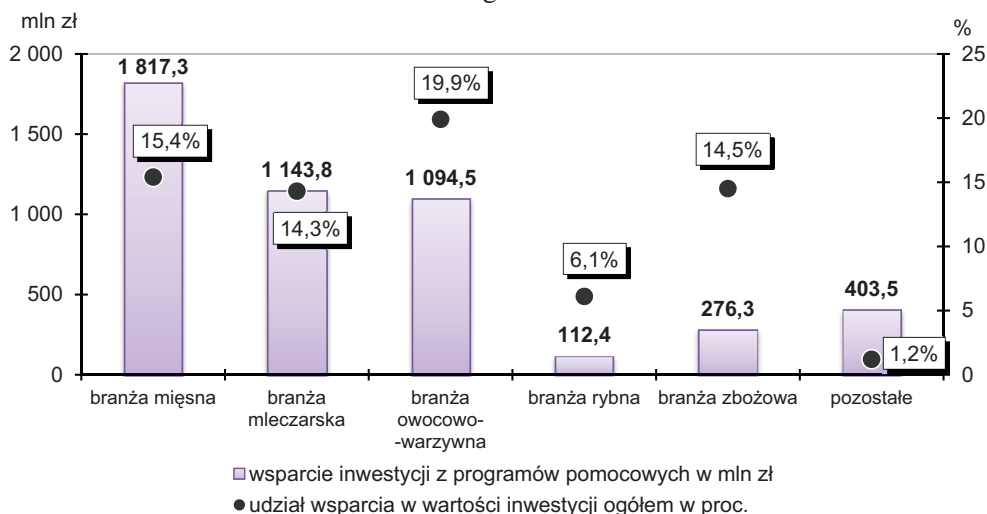
Wykres 4.2. Wsparcie inwestycji w przemyśle spożywczym w Polsce z programów pomocowych UE w latach 2003-2012, według branż (w mln zł)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych ARiMR.

Branże będące największymi beneficjentami wsparcia inwestycji w przemyśle spożywczym w Polsce stanowią ważną część tego przemysłu, zarówno jeśli chodzi o liczbę funkcjonujących podmiotów, jak i przychody sektora. Z tego względu przemiany zachodzące w tych branżach i ich sytuacja ekonomiczna istotnie wpływają na kondycję całego przemysłu spożywczego w Polsce.

Wykres 4.3. Wsparcie inwestycji przemysłu spożywczego łącznie z programów SAPARD, SPO „Rolnictwo” i PROW 2007-2013 (w mln zł) i udział tego wsparcia w nakładach inwestycyjnych (w proc.) w latach 2003-2012, według branż



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych ARiMR.

Udział wsparcia inwestycji w całkowitych wydatkach inwestycyjnych w głównych branżach polskiego przemysłu spożywczego w latach 2003-2012 środkami pomocowymi (SAPARD, SPO „Rolnictwo” i PROW 2007-2013) wyniósł ok. 15%. Największy udział wsparcia to miało w branży owocowo-warzywniej – prawie 20%, w branży mięsnej wyniosło ponad 15%, zaś w zbożowej i mleczarskiej – ponad 14%.

Najogólniej rzecz biorąc, zrealizowane programy przyczyniły się do unowocześnienia zakładów przetwórczych w przemyśle spożywczym w Polsce, poprawy bezpieczeństwa żywności i jej jakości oraz wzrostu udziału wartości dodanej w cenie bazowej. W styczniu 2010 roku uprawnienia do handlu na rynku unijnym posiadało ok. 1100 zakładów przetwórstwa mięsnego, ponad 300 zakładów przetwórstwa mleka i ok. 400 zakładów drobiarskich. Oznacza to kilku- lub kilkunastokrotny wzrost liczby takich zakładów w porównaniu z początkiem 2004 roku (18-krotny w branży mięsnej, 10-krotny w branży drobiarskiej i prawie 6-krotny w branży mleczarskiej)³⁹.

³⁹ R. Mroczek, *Informacja dla Ministerstwa Finansów*, IERiGŻ-PIB, Warszawa 2010, maszynopis.

4.2.1. Wsparcie inwestycji w przemyśle spożywczym z programu SAPARD

Program SAPARD realizowany był od lipca 2002 roku do października 2006 roku. Celem tego programu były przede wszystkim: poprawa konkurencyjności polskiego rolnictwa i przetwórstwa spożywczego, dostosowanie sektora rolno-spożywczego do wymagań sanitarnych i weterynaryjnych UE oraz wsparcie wielofunkcyjnego rozwoju obszarów wiejskich poprzez rozwój infrastruktury technicznej oraz tworzenie warunków do podejmowania pozarolniczej działalności gospodarczej na wsi⁴⁰.

Wsparcie polskiego przemysłu spożywczego środkami z Działania 1. „Poprawa przetwórstwa i marketingu artykułów rolnych i rybnych” związane było z dostosowaniem polskich zakładów przetwórczych do wymogów sanitarnych i weterynaryjnych UE, zwiększeniem wartości dodanej, poprawą jakości, a także z wprowadzaniem nowych technologii i innowacji w sektorze żywnościowym w Polsce. Na to działanie przeznaczono prawie 34% całkowitych wydatków programu SAPARD (ponad 1,5 mld zł)⁴¹.

Środki z programu SAPARD kierowane były do przedsiębiorców prowadzących działalność gospodarczą w zakresie: przetwórstwa mleka, uboju zwierząt rzeźnych, rozbioru mięsa i jego przetwórstwa, produkcji i przetwórstwa ryb oraz przetwórstwa owoców i warzyw. W okresie obowiązywania tego programu podpisano 1342 umowy na kwotę 1663,6 mln zł, z czego zrealizowano 1336 płatności o łącznej wartości 1525 mln zł. W ramach podpisanych umów zrealizowano 1268 projektów, w tym: 649 projektów w branży przetwórstwa mięsa (kwota wsparcia 781,7 mln zł, co stanowiło 51,3% ogólnej kwoty wydatkowanych środków w ramach Działania 1. programu SAPARD), 315 projektów w branży przetwórstwa mleka (387,7 mln zł – 25,4%), 223 projekty w przemyśle owocowo-warzywnym (243,2 mln zł – 15,9%) oraz 81 projektów w sektorze rybnym (112,4 mln zł – 7,4%). Największe środki wsparcia z programu SAPARD trafiły do branży mięsnej, a najmniejsze do rybnej⁴². Jednak to branża rybna miała najwyższy udział tych środków (21%) w całkowitych wydatkach poniesionych na inwestycje w analizowanym okresie. Udział wsparcia inwestycji środkami programu SAPARD największy był w branży mięsnej – 15%, w branży mleczarskiej wyniósł 12%, a w branży owocowo-warzywnej – 10% (wykres 4.4).

Inwestycje zrealizowane w przemyśle spożywczym, współfinansowane z programu SAPARD, umożliwiły przetwórcom przede wszystkim dostosowanie się do wymogów Unii Europejskiej. Dzięki środkom programu SAPARD w 581 firmach wdrożono system HACCP, w tym w: 300 mięsnych, 127 mleczarskich, 102 owocowo-warzywnych oraz 52 rybnych. Program dostosowań do norm i standardów UE realizo-

⁴⁰ *Informacja o rezultatach Programu SAPARD*, MRiRW, Warszawa, czerwiec 2007 r.

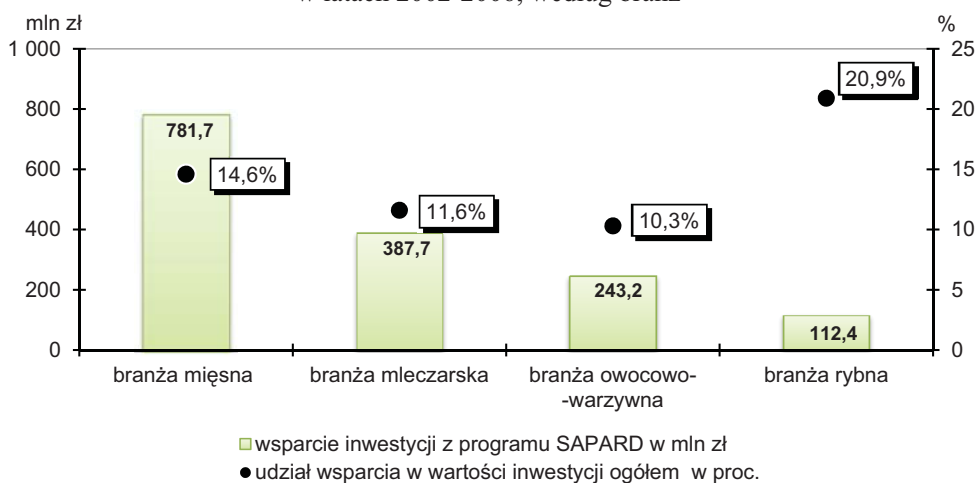
⁴¹ Biuletyn informacyjny „Agencja Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa – pomoc krajowa i unijna”, Warszawa, luty 2008 r.

⁴² *Ocena ex-post realizacji Programu SAPARD w Polsce w latach 2000-2006*, Raport końcowy przygotowany przez Agrotec i IERiGŻ-PIB na zlecenie Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Warszawa grudzień 2007 r.

wano łącznie w 747 firmach, w tym w: 412 mięsnych, 154 mleczarskich, 130 owocowo-warzywnych i 51 rybnych⁴³.

Na inwestycje związane z dostosowaniem zakładów przetwórczych do wymogów sanitarnych i weterynaryjnych UE przeznaczono prawie 79% środków tego działania. W poszczególnych branżach przemysłu spożywczego udział środków przeznaczonych na dostosowanie zakładów przetwórczych do wymogów UE był wysoki, chociaż zróżnicowany. W branży mleczarskiej kształtował się na poziomie 75%, w mięsnej – 88%, w rybnej – 82%, zaś w owocowo-warzywnej – 55%. Kolejnymi rodzajami inwestycji, pod względem udziału w kwocie wsparcia, było: zwiększenie wartości dodanej, poprawa jakości produktów żywnościowych, wprowadzenie nowych technologii i innowacji oraz obniżenie kosztów produkcji.

Wykres 4.4. Wsparcie inwestycji przemysłu spożywczego z programu SAPARD (Działanie 1) (w mln zł) i udział tego wsparcia w wartości inwestycji (w proc.) w latach 2002-2006, według branż



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych ARiMR.

Środki z programu SAPARD pomogły polskiemu przemysłowi mleczarskiemu, mięsnemu, rybnemu i owocowo-warzywnemu w zrealizowaniu niezbędnych inwestycji i umożliwiły dostęp do rynku unijnego większości polskich przedsiębiorstw z tych branż już w dniu akcesji Polski do UE. Zaowocowało to już od początku okresu członkostwa wzrostową tendencją eksportu polskich produktów rolno-spożywczych do krajów Unii Europejskiej. W grudniu 2006 roku uprawnienia do handlu z Unią Europejską posiadało prawie 900 zakładów przetwórstwa mięsnego, 211 zakładów drobiarskich, 304 mleczarskie i 211 rybnych (w styczniu 2004 roku zaledwie 61 zakładów przetwórstwa mięsnego, 40 drobiarskich, 55 mleczarskich i 62 przetwórstwa ryb)⁴⁴.

⁴³ M. Wigier (red.), *Analiza efektów realizacji polityki rolnej wobec rolnictwa i obszarów wiejskich*, seria „Program Wieloletni 2011-2014”, Raport nr 26, IERiGŻ-PIB, Warszawa 2011.

⁴⁴ R. Mroczek, *Informacja dla Ministerstwa Finansów*, op. cit.

4.2.2. Wsparcie inwestycji w przemyśle spożywczym z programu SPO „Rolnictwo”

Kontynuacją Działania 1. „Poprawa przetwórstwa i marketingu artykułów rolnych i rybnych”, realizowanego z programu SAPARD, było Działanie 1.5. „Poprawa przetwórstwa i marketingu artykułów rolnych” w ramach Sektorowego Programu Operacyjnego „Restrukturyzacja i modernizacja sektora żywnościowego oraz rozwój obszarów wiejskich 2004-2006” (SPO „Rolnictwo”). Działanie to skierowane było do podmiotów prowadzących działalność związaną z przetwórstwem i marketingiem produktów rolno-spożywczych. Pomoc inwestycyjna udzielana była na budowę lub modernizację zakładów produkcyjnych oraz infrastruktury handlu hurtowego produktami rolnymi. Inwestycje realizowane w ramach omawianego działania miały na celu rynkowe ukierunkowanie produkcji i wykorzystanie istniejących nisz rynkowych, wzrost wartości dodanej, podniesienie jakości produkcji oraz poprawę warunków sanitarno-higienicznych, weterynaryjnych, ochrony środowiska i dobrostanu zwierząt⁴⁵. Poziom dofinansowania inwestycji środkami publicznymi (unijnymi i krajowymi) mógł wynieść maksymalnie 50% całkowitych kosztów kwalifikowanych inwestycji, z zastrzeżeniem, iż nie więcej niż 35% tych kosztów pochodzić będzie z budżetu UE. Wkład beneficjenta musiał się więc kształtować na poziomie co najmniej 50% całkowitych kosztów kwalifikowanych inwestycji. Jeden podmiot w okresie realizacji SPO „Rolnictwo” nie mógł otrzymać więcej niż 20 mln zł wsparcia, a kwota dofinansowania jednego projektu nie mogła być mniejsza niż 100 tys. zł⁴⁶.

Wsparcie przetwórstwa spożywczego środkami publicznymi w ramach Działania 1.5. SPO „Rolnictwo” udzielane było na dofinansowanie projektów dotyczących następujących rodzajów działalności: przetwórstwo mleka i wyrób serów, produkcja i przetwórstwo mięsa, produkcja soków owocowo-warzywnych oraz przetwórstwo owoców i warzyw, wytwarzanie produktów przemiału zbóż, przetwórstwo ziemniaków na skrobię oraz produkcja pasz dla zwierząt gospodarskich, produkcja jaj w proszku, żółtek świeżych lub zakonserwowanych oraz białek jaj, przetwórstwo chmielu na ekstrakt i na granulaty, produkcja drożdży piekarniczych i spożywczych, przetwórstwo miodu, produkcja przędzy z włókien tekstylnych – przygotowanie włókna lnianego i konopnego, magazynowanie i przechowywanie artykułów rolnych, sprzedaż hurtowa owoców i warzyw oraz kwiatów i roślin, pakowanie jaj⁴⁷. Działanie 1.5. SPO „Rolnictwo” poszerzono zatem o kolejne branże.

W ramach tego działania zrealizowano 1215 płatności na kwotę 1702,3 mln zł. Największe wsparcie inwestycji środkami publicznymi, podobnie jak w programie SAPARD, trafiło do branży mięsnej (35,3% środków Działania 1.5. SPO „Rolnictwo”)

⁴⁵ Informacja ze strony internetowej Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi, www.minrol.gov.pl.

⁴⁶ *Analiza struktury projektów i charakterystyki beneficjentów Działań 1.1, 1.5 i 2.4*, Raport końcowy przygotowany przez Agrotec i IERiGŻ-PIB na zlecenie Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Warszawa, styczeń 2007 r.

⁴⁷ *Sektorowy Program Operacyjny „Restrukturyzacja i modernizacja sektora żywnościowego oraz rozwój obszarów wiejskich 2004-2006”*, MRiRW, Warszawa 2010. Pomoc mogła być udzielona podmiotom realizującym projekty związane z przetwórstwem i marketingiem produktów rolnych, z wyłączeniem produktów rybnych, leśnych i produktów rolnych pochodzących z krajów trzecich.

i mleczarskiej (29,8%) oraz owocowo-warzywnej (21,9%). Łącznie do tych trzech branż trafiło 87% środków Działania 1.5. programu SPO „Rolnictwo”. W pozostałych branżach przemysłu spożywczego wsparcie inwestycji było dużo niższe. Wymienione trzy branże zrealizowały również najwięcej projektów, które były współfinansowane środkami pochodzącymi z programu SPO „Rolnictwo”: mięsna – 507 projektów, mleczarska – 243 i owocowo-warzywna – 189. Po jednym projekcie wspierającym inwestycje zrealizowano w przemyśle olejarskim oraz w sektorze produkcji przędzy z lnu i konopi. Inwestycje w zakresie sprzedaży hurtowej owoców i warzyw obejmowały 45 projektów. Pozostałe branże zrealizowały łącznie 98 projektów, które uzyskały dofinansowanie w wysokości 113 mln zł. W układzie rodzajowym wsparcie inwestycji z programu SPO „Rolnictwo” głównie obejmowało zakup lub instalację maszyn do przetwórstwa produktów rolnych oraz koszty budowy lub remontu budynków. Udział pozostałych rodzajów inwestycji był minimalny⁴⁸.

W przekroju branżowym największą średnią wartość wsparcia otrzymały inwestycje realizowane w sektorze mleczarskim (średnio 5,1 mln zł na jeden projekt), najmniejszą zaś projekty w branży mięsnej (średnio 2,9 mln zł). Wartość projektów w pozostałych branżach kształtowała się na poziomie nieco powyżej 4 mln zł. W latach 2004-2006 największy udział środków z programu SPO „Rolnictwo” w inwestycjach, na poziomie prawie 20%, odnotowała branża zbożowa, nieznacznie niższy (na poziomie 19%) – branża mleczarska i owocowo-warzywna, udział wsparcia inwestycji branży mięsnej wyniósł 14% (wykres 4.5).

Wykres 4.5. Wsparcie inwestycji przemysłu spożywczego z programu SPO „Rolnictwo” (Działanie 1.5) (w mln zł) i udział tego wsparcia w wartości inwestycji (w proc.) w latach 2004-2006, według branż



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych ARiMR.

⁴⁸ Sprawozdanie z działalności Agencji Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa za 2009 rok, ARiMR, Warszawa 2010.

W ramach Działania 1.5. SPO „Rolnictwo” firmy spożywcze koncentrowały się głównie na inwestycjach z zakresu poprawy i kontroli warunków zdrowotnych oraz jakości produkcji (46% ogólnej liczby projektów), a także na wprowadzaniu nowych lub modernizacji istniejących technologii produkcji (21% liczby projektów). W ogólnej kwocie kosztów kwalifikowanych największy udział miały projekty, których celem było lepsze wykorzystanie istniejących nisz rynkowych (27%), poprawa i kontrola warunków zdrowotnych i jakości produkcji (20%), wprowadzenie nowych i modernizacja istniejących technologii produkcji (15%)⁴⁹.

Inwestycje zrealizowane w przemyśle spożywczym, w szczególności po 2004 roku, kiedy to rozpoczęto wdrażanie programu SPO „Rolnictwo”, spowodowały poprawę i unowocześnienie procesów technologicznych w zakładach przetwórczych, a tym samym poprawę jakości i konkurencyjności jego produkcji.

4.2.3. Wsparcie inwestycji w przemyśle spożywczym z programu PROW 2007-2013

Kontynuacją dorobku programu SAPARD (Działanie 1) i SPO „Rolnictwo” (Działanie 1.5) w zakresie wsparcia inwestycji w przemyśle spożywczym w Polsce było Działanie 1.2.3. programu PROW 2007-2013 „Zwiększenie wartości dodanej podstawowej produkcji rolnej i leśnej” (Oś 1. Poprawa konkurencyjności sektora rolnego i leśnego). Działanie to uruchomiono 23 sierpnia 2008 roku. Do końca grudnia 2012 roku w ramach tego działania zawarto 1485 umów na kwotę wsparcia w wysokości 2,86 mld zł, a przedsiębiorcom wypłacono 1,62 mld zł⁵⁰. Pomoc była i jest udzielana na realizację projektów związanych z modernizacją lub budową zakładów przetwórstwa produktów rolnych lub infrastruktury handlu hurtowego produktami rolnymi. Wsparcie dotyczyło inwestycji, których celem jest poprawa ogólnych wyników przedsiębiorstw, warunków ochrony środowiska, a w przypadku mikroprzedsiębiorstw dostosowanie do nowo wprowadzanych norm wspólnotowych. Dofinansowanie z tego programu zostało poszerzone o kolejne branże przemysłu spożywczego i skierowane do branż: mięsnej, mleczarskiej, owocowo-warzywnej, zbożowej, paszowej, przetwórstwa ziemniaków na skrobię, jajczarskiej, olejarskiej, przetwórstwa miodu, winiarskiej, spirytusowej, chłodniczej, handlu hurtowego, wytwarzania włókna ze słomy lnianej i konopnej.

Celem programu PROW 2007-2013 (Działanie 1.2.3) jest szeroko rozumiana poprawa konkurencyjności w sektorze przetwórstwa, wzrost wartości dodanej, poprawa jakości produkowanej żywności, obniżenie kosztów, wprowadzenie nowych produktów, zastosowanie nowych procesów, technologii i standardów. Środki wypłacane są w formie refundacji części kosztów kwalifikowanych projektu jednorazowo lub w ratach (etapowo). Maksymalna wartość pomocy, przyznana dla jednego beneficjenta, w okresie trwania programu wynosi 20 mln zł, a minimalna wartość projektu 100 tys. zł. Poziom pomocy finansowej uzależniony jest od wielkości podmiotu i dla przedsiębiorstwa dużego jest to 25% kosztów kwalifikowanych projektu, a dla podmiotów: mikro, ma-

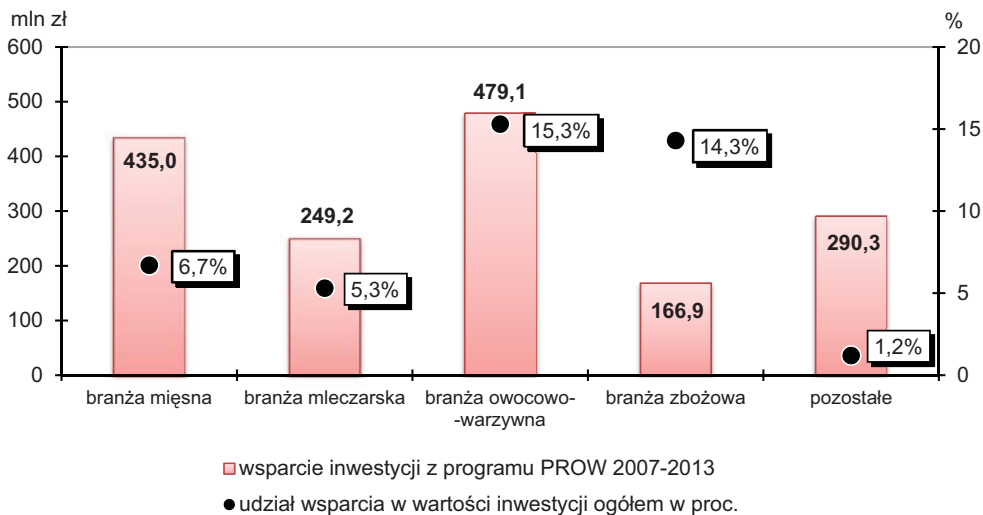
⁴⁹ *Sektorowy Program Operacyjny...*, op. cit.

⁵⁰ *Sprawozdanie z działalności Agencji Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa za 2012 rok*, ARiMR, Warszawa 2013.

łych i średnich – 40% kosztów kwalifikowanych projektu. Maksymalnie 50% kosztów kwalifikowanych mogą natomiast otrzymać mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa, które co najmniej jedną czwartą ogólnej ilości produktów rolnych nabywają od grupy producentów rolnych (tej grupie również przyznane jest 50% dofinansowania) oraz dla przedsiębiorstw, które realizują projekty dotyczące przetwórstwa produktów rolnych na cele energetyczne⁵¹.

Korzystając ze środków programu największe inwestycje zrealizowały firmy zajmujące się przetwórstwem mięsa. Otrzymały one dofinansowanie w wysokości około 435 mln zł, co stanowiło blisko 27% pomocy wypłaconej dla całego przemysłu spożywczego w ramach tego działania. Równie chętnie z dofinansowania korzystały firmy z branży owocowo-warzywnej, których wsparcie wyniosło 479,2 mln zł, co stanowi 29,6% ogółu wypłaconych środków. Dalsze miejsca w tym rankingu zajęły przedsiębiorstwa zajmujące się przetwórstwem mleka – prawie 250 mln zł (15,4%) oraz firmy zbożowe – 167 mln zł (10,3%)⁵².

Wykres 4.6. Wsparcie inwestycji przemysłu spożywczego z programu PROW 2007-2013 (Działanie 1.2.3) (w mln zł) i udział tego wsparcia w wartości inwestycji (w proc.) w latach 2007-2012, według branż



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych ARiMR.

Dzięki dostępnym funduszom z programu PROW 2007-2013 powstało ponad 130 zupełnie nowych zakładów przetwórczych, a blisko 450 zostało rozbudowanych i zmodernizowanych. Otrzymane środki przedsiębiorcy inwestowali głównie w wyposażenie swoich przedsiębiorstw w nowoczesne i wydajne maszyny, linie technologiczne

⁵¹ Ocena średniookresowa Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich w latach 2007-2013, Raport przygotowany przez Agrototec, IERiGŻ-PIB, IUNiG na zlecenie Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Warszawa 2010.

⁵² Sprawozdanie z działalności Agencji Restrukturyzacji... za 2012 rok, op. cit.

oraz informatyzację linii produkcyjnych. Wsparcie zostało również przeznaczone na poprawę jakości wytwarzanych produktów oraz zwiększenie kontroli bezpieczeństwa wytwarzanej żywności.

4.2.4. Podsumowanie

Wymienione programy pomocowe (SAPARD, SPO „Rolnictwo”, PROW 2007-2013) należą do instrumentów WPR najściślej oddziałujących na polski przemysł spożywczy. Charakteryzowały się one ciągłością celów ogólnych, systematycznym rozszerzaniem form pomocy oraz zmiennością zakresu produktów i wartości udzielanego wsparcia. Realizowane programy (działania) miały za zadanie poprawę konkurencyjności polskiej gospodarki żywnościowej na rynku krajowym i międzynarodowym oraz dostosowanie zasad funkcjonowania sektora rolno-spożywczego do wymogów UE. Przy wykorzystaniu wsparcia z ww. programów w wysokości ok. 4,85 mld zł założenia te w większości zostały zrealizowane. Wsparcie to stanowiło co prawda zaledwie ok. 7,0% całkowitej wartości inwestycji zrealizowanych w przemyśle spożywczym w Polsce w latach 2003-2012, ale aby otrzymać dofinansowanie do działań inwestycyjnych, przedsiębiorcy musieli uruchomić środki własne, co w efekcie prowadziło do 2-3-krotnego zwiększenia końcowej wartości inwestycji. Zrealizowane programy przyczyniły się do unowocześnienia zakładów przetwórczych, zmniejszenia kosztów produkcji oraz poprawy jakości produkowanej żywności. Aktualnie polskie przedsiębiorstwa przemysłu spożywczego należą do najnowocześniejszych w Europie.

W latach 2002-2006 inwestycje w przemyśle spożywczym koncentrowały się głównie na dostosowaniu do unijnych wymogów sanitarnych i weterynaryjnych. Zakłady przetwórcze chcąc eksportować na rynki Unii Europejskiej musiały wcześniej spełnić te wymagania. Okres dostosowawczy dla zakładów produkujących na rynek krajowy upływał z końcem 2006 roku. Wymagania te sprawiły, że ok. 80% wartości inwestycji zrealizowanych w tym okresie w przemyśle mięsny i mleczarski dotyczyło tych działań. W kolejnym okresie (SPO „Rolnictwo”) większość inwestycji (45% wartości) dotyczyła już poprawy jakości produkcji oraz wprowadzania na rynek nowych produktów, zaś dzięki środkom programu PROW 2007-2013 realizowane były przede wszystkim inwestycje prowadzące do wzrostu wartości dodanej (45% wartości) oraz wprowadzania nowych produktów na rynek. Taka zmiana charakteru inwestycji świadczy o nadaniu przez przedsiębiorstwa priorytetu działaniom zwiększającym ich konkurencyjność⁵³.

4.3. Wsparcie rynkowe sektora rolno-spożywczego instrumentami Wspólnej Polityki Rolnej Unii Europejskiej

Wsparcie rynkowe sektora rolno-spożywczego wynikające ze Wspólnej Polityki Rolnej (WPR), z którego po akcesji polscy przedsiębiorcy mogli korzystać na równi z przedsiębiorcami unijnymi, obejmowało: działania interwencyjne, subsydiowanie

⁵³ M. Wigier (red.), *Analiza efektów...*, op. cit.

eksportu, dopłaty do produkcji wybranych produktów rolnych oraz wsparcie konsumpcji i promocji.

W latach 2004-2012 sektor rolno-spożywczy w Polsce uzyskał wsparcie w wysokości 10,7 mld zł (7,2 mld zł pochodziło z budżetu UE, a 3,5 mld zł z budżetu krajowego) na realizację działań rynkowych w ramach Wspólnej Polityki Rolnej (aneks 4.1). Najwięcej środków wypłacono w 2009 roku – 2,6 mld zł, głównie za sprawą pomocy restrukturyzacyjnej na rynku cukru (1,3 mld zł). Jednym z głównych celów reformy rynku cukru było zmniejszenie kwoty produkcyjnej cukru w całej UE o 6 mln ton, do 13 mln ton (w Polsce do 1,4 mln ton). Wiązało się to m.in. z wyłączeniem z produkcji niektórych cukrowni i częściową rezygnacją przez rolników z uprawy buraków cukrowych. Aby złagodzić skutki tej reformy⁵⁴, Komisja Europejska (KE) za pośrednictwem różnego rodzaju instrumentów starała się wspierać branżę cukrowniczą. Takim narzędziem wsparcia była m.in. pomoc restrukturyzacyjna dla likwidowanych cukrowni czy dofinansowanie działań dywersyfikacyjnych w sektorze cukru.

W latach 2004-2009 wsparcie rynkowe sektora rolno-spożywczego środkami publicznymi sukcesywnie wzrastało (tab. 4.2). W kolejnych latach Komisja Europejska stopniowo ograniczała jednak dofinansowanie działań rynkowych realizowanych w ramach Wspólnej Polityki Rolnej. Związane to było z reformą WPR, która zakładała likwidację niektórych form wsparcia rynku (m.in. subsydiowanie eksportu produktów rolno-spożywczych), czy też przeznaczanie mniejszych środków na inne działania regulujące rynki rolne. Oprócz wsparcia unijnego wynikającego z mechanizmów WPR, niektóre działania były wspierane z budżetu krajowego w ramach mechanizmów krajowych⁵⁵.

Mimo że Wspólna Polityka Rolna miała do dyspozycji szeroki wachlarz instrumentów stabilizujących i wspierających rynki rolne, to nie wszystkie z nich były w pełni

⁵⁴ Reforma sektora cukrowniczego wprowadzona w 2006 roku miała na celu przede wszystkim poprawę konkurencyjności sektora oraz stabilizację rynku. Zgodnie ze sprawozdaniem specjalnym Europejskiego Trybunału Obrachunkowego cel reformy polegający na poprawie konkurencyjności nie został osiągnięty. Nie do końca osiągnięto również kolejny cel reformy, jakim była stabilizacja rynku cukru. Mimo że ceny cukru są obecnie bardziej ustabilizowane niż przed reformą, problemem jest zdecydowanie niższa podaż cukru w stosunku do zapotrzebowania rynku UE. Z eksportera netto UE stała się importerem netto cukru i obecnie 20% wewnętrznego zapotrzebowania musi być pokrywane z przywozu z krajów trzecich. Sytuacja, w której produkcja unijna pokrywa zaledwie 80% konsumpcji w UE, powoduje uzależnienie zaopatrzenia w cukier od produkcji pochodzącej z krajów trzecich (M. Ciężki, *Rynek cukru a projektowane zmiany WPR (2014-2020)*, „Biuletyn Informacyjny ARR” 2012, nr 2).

⁵⁵ W 2004 roku cała kwota wsparcia pochodziła ze środków unijnych i w 98% były to subsydia eksportowe do mleka, wołowiny, cukru. W kolejnych latach, tj. 2005-2006 – 85% wydatkowanych środków pochodziło z budżetu UE, a 15% z krajowego. Natomiast w latach 2007-2008 proporcje te wynosiły po 50%. W 2009 roku prawie 80% wsparcia stanowiły środki z UE, a 20% stanowił budżet krajowy. Działania wspierające sektor rolno-spożywczy współfinansowane z budżetu krajowego to: płatności dla producentów ziemniaków skrobiowych za ilość skrobi zawartej w ziemniakach, płatności dla producentów surowca tytoniowego, wsparcie rynku produktów pszczelich, dopłaty do materiału siewnego, dopłata krajowa do spożycia mleka i przetworów mlecznych w szkołach podstawowych, program „Owoce w szkole”, wsparcie działań informacyjnych i promocyjnych na rynkach wybranych produktów rolnych.

wykorzystywane przez polskich producentów żywności. W latach 2004-2012 największym wsparciem finansowym (ponad 35% ogółu wsparcia) objęte zostały **działania interwencyjne** (3,8 mld zł), w tym m.in. pomoc restrukturyzacyjna na rynku cukru, zakupy interwencyjne na rynku zbóż, cukru i masła, prywatne przechowywanie wieprzowiny, a także inne działania regulujące rynek produktów rolnych (m.in. nadzwyczajne środki wsparcia rynku drobiu w 2007 roku, rekompensaty z tytułu cofnięcia indywidualnej kwoty referencyjnej (kwoty mlecznej) w latach 2007-2009, wsparcie kryzysowe na rynku owoców i warzyw w 2011 roku). Działania te nie miały jednak bezpośredniego wpływu na przemysł spożywczy. Oddziaływały one pośrednio na przemysł spożywczy poprzez regulację i stabilizację podstawowych rynków rolnych.

Tabela 4.2. Wsparcie rynkowe sektora rolno-spożywczego w ramach Wspólnej Polityki Rolnej i ze środków krajowych (w mln zł)

Wyszczególnienie	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2004-2012
Interwencja rynkowa	0,1	744,1	714,9	159,3	13,5	1 550,8	289,0	255,9	48,4	3 775,9
Subsydia eksportowe	117,6	420,4	581,5	308,1	388,0	99,4	44,9	58,3	74,2	2 092,5
Dopłaty produkcyjne	0,3	210,2	254,0	356,9	421,4	445,8	611,0	364,3	168,2	2 832,2
Wsparcie konsumpcji i promocji	2,2	16,0	49,3	100,5	333,5	509,0	275,7	193,9	473,5	1 953,6
RAZEM	120,2	1 390,7	1 599,7	924,8	1 156,4	2 605,0	1 220,6	872,4	764,3	10 654,1
W tym:										
WPR	120,2	1 203,9	1 359,4	452,0	623,6	1 982,5	510,4	415,4	488,9	7 156,3
krajowe	-	186,8	240,3	472,8	532,8	622,5	710,2	457,0	275,4	3 497,8

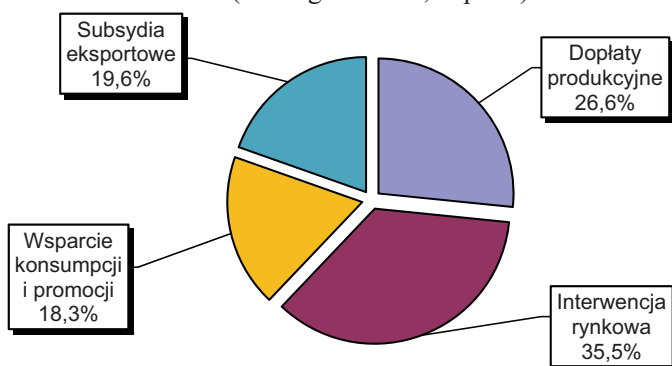
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Agencji Rynku Rolnego (ARR).

Innym ważnym instrumentem wspierającym sektor rolno-spożywczy były **subsydia eksportowe**. Szczególnie istotną rolę odegrały one w pierwszych latach naszego członkostwa w UE. Całkowite wsparcie w latach 2004-2012 przekraczające 2 mld zł (prawie 20% ogółu wsparcia sektora rolno-spożywczego w tym okresie) wpłynęło na poprawę konkurencyjności cenowej polskich producentów żywności na rynkach krajów trzecich, a także pośrednio na rozwój całego sektora rolno-spożywczego w Polsce. Największe wsparcie finansowe otrzymali eksporterzy cukru – 1180,4 mln zł (56,4% ogółu wypłaconych subsydiów), mleka i produktów mleczarskich – 334,2 mln zł (16%), a także wołowiny i cielęciny – 239,5 mln zł (11,4%) oraz wieprzowiny – 145,6 mln zł (7%) i produktów przetworzonych Non-aneks I⁵⁶ – 129,1 mln zł (6,2%).

⁵⁶ Produkty przetworzone *Non-aneks I* są to produkty nieobjęte 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.

W okresie naszego członkostwa w Unii Europejskiej, w związku ze zmieniającą się sytuacją rynkową, Komisja Europejska z roku na rok zmniejszała zakres towarowy, a także wysokość subsydiów eksportowych do wywożonych produktów rolno-spożywczych. Najwcześniej zostało zniesione subsydiowanie eksportu zbóż i skrobi ziemniaczanej (w 2006 roku), następnie – w wyniku zmian wsparcia rynku owoców i warzyw – zniesiono subsydia do eksportu tych produktów (w 2008 roku). Subsydia stosowane do eksportu cukru zostały zawieszono z dniem 26 września 2008 roku, a do mleka i produktów mleczarskich – od 20 listopada 2009 roku. Z kolei subsydiowanie eksportu produktów branży mięsnej zostało zawieszono: dla drobiu i jaj – w lipcu 2011 roku, wieprzowiny – 20 kwietnia 2012 roku, wołowiny – 20 września 2012 roku, a mięsa drobiowego – 19 lipca 2013 roku⁵⁷.

Wykres 4.7. Struktura wsparcia rynkowego sektora rolno-spożywczego w ramach Wspólnej Polityki Rolnej i ze środków krajowych w latach 2004-2012 (według wartości, w proc.)

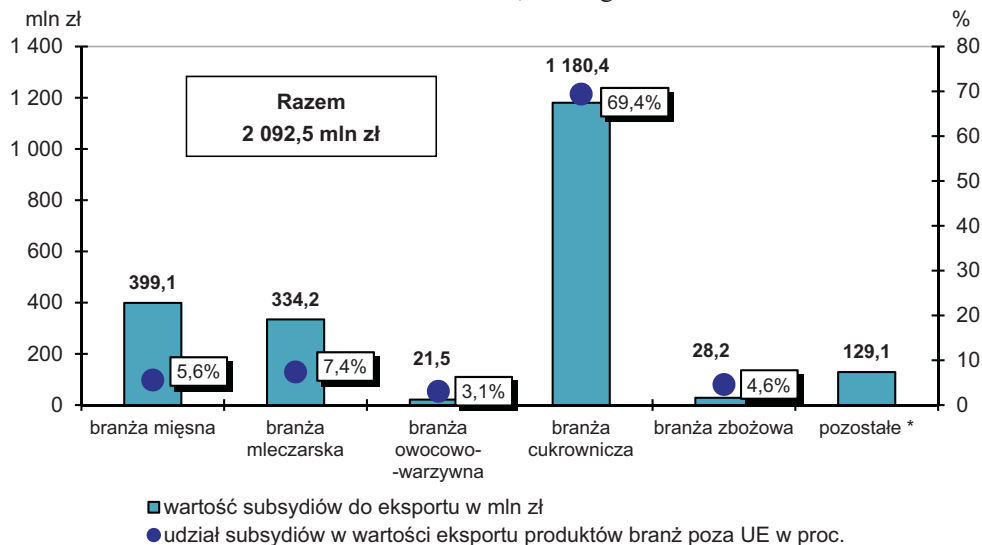


Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z tab. 4.1.

Udział subsydiów w wartości eksportu produktów rolno-spożywczych największy był w branży cukrowniczej i wyniósł prawie 70% (łącznie subsydiowanie eksportu cukru w latach 2004-2008). Wsparcie pozostałych branż przemysłu spożywczego subsydiami eksportowymi kształtowało się poniżej 10% wartości ich eksportu poza UE (wykres 4.8). Jest to niewiele, biorąc pod uwagę, że eksport produktów żywnościowych poza UE stanowi zaledwie ok. 20% całkowitego eksportu tych produktów z Polski. Głównym kierunkiem wywozu polskiej żywności pozostaje nadal rynek UE, gdzie trafia ok. 80% całkowitego eksportu produktów rolno-spożywczych.

⁵⁷ Szerzej na ten temat: M. Tereszczuk, *Wpływ subsydiowania eksportu oraz promocji produktów rolno-spożywczych na konkurencyjność polskich producentów żywności*, [w:] I. Szczepaniak (red.), *Monitoring i ocena konkurencyjności polskich producentów żywności (1)*, op. cit., s. 98-126 oraz M. Tereszczuk, *Wpływ subsydiów eksportowych i promocji produktów rolno-spożywczych na pozycję konkurencyjną polskich producentów żywności*, [w:] I. Szczepaniak (red.), *Monitoring i ocena konkurencyjności polskich producentów żywności (2)*, op. cit., s. 151-174.

Wykres 4.8. Subsydia do eksportu produktów rolno-spożywczych (w mln zł) i ich udział w wartości eksportu tych produktów poza UE (w proc.) w latach 2004-2012, według branż



* pozostałe – udział subsydiów eksportowych stosowanych do eksportu pozostałych produktów rolno-spożywczych jest trudny do określenia ze względu na stosowanie wsparcia do eksportu podstawowych produktów rolnych wykorzystywanych w produkcji towarów przetworzonych Non-aneks I. W latach 2004-2012 prawie 360 tys. ton produktów przetworzonych Non-aneks I zostało wyeksportowanych, przy wsparciu kwotą 129,1 mln zł.

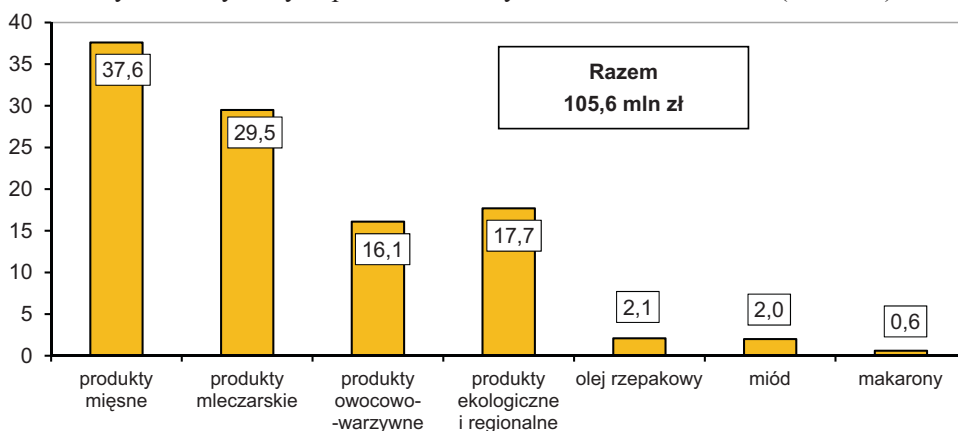
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych ARR.

Ważnym instrumentem Wspólnej Polityki Rolnej, wpływającym na wzrost produkcji żywności były **dopłaty produkcyjne** do wybranych produktów rolno-spożywczych. Środki pozyskane z budżetu UE wspierały działania realizowane w ramach tego mechanizmu. W latach 2004-2012 dofinansowanie dopłat do produkcji objęło prawie 27% ogółu wydatkowanych środków publicznych przeznaczonych na wsparcie rynkowe sektora rolno-spożywczego. Wsparcie produkcji realizowane było w formie: płatności dla producentów surowca tytoniowego, płatności dla plantatorów ziemniaków w ramach kwotowania produkcji skrobi ziemniaczanej, dopłat do produkcji suszu paszowego, dopłat do przetwórstwa słomy lnianej i konopnej na włókno, dopłat do materiału siewnego, dopłat do przetwórstwa masła, masła skoncentrowanego i śmietanki, dopłat do zakupu masła przez instytucje niedochodowe, dopłat do cukru wykorzystywanego w przemyśle chemicznym oraz dopłat do zakładania plantacji trwałych (rośliny energetyczne), a także dopłat do produkcji i zbytu miodu.

Wsparcie konsumpcji produktów rolno-spożywczych realizowane było z kolei w formie: dostarczania nadwyżek żywności najuboższej ludności UE, dopłat do spożycia mleka i przetworów mlecznych oraz owoców i warzyw w placówkach oświatowych i szkołach podstawowych, wsparcia działań promocyjnych i informacyjnych na rynkach wybranych produktów rolnych.

W ostatnich latach coraz więcej środków przeznaczano na wsparcie konsumpcji i promocji, a ich udział w ogólnej kwocie wsparcia sektora rolno-spożywczego w latach 2004-2012 wyniósł ponad 18% (por. wykres 4.7). Działania promocyjne dotowane przez KE służą przede wszystkim wzmocnieniu pozycji unijnych produktów żywnościowych na rynku globalnym, a co za tym idzie – zwiększeniu popytu na określone produkty poprzez zachęcenie do ich konsumpcji, a w dalszej kolejności zwiększenie produkcji. Pomoc finansową na działalność promocyjną, informacyjną i reklamową prowadzoną na rynku produktów żywnościowych, przewidzianą w WPR, można uzyskać w ramach mechanizmu „Wsparcie działań promocyjnych i informacyjnych na rynkach wybranych produktów rolnych”. W Polsce funkcjonuje on od 1 maja 2004 roku i w szczególności służy zwiększeniu stopnia przejrzystości rynku, kształtowaniu preferencji nabywców oraz prawidłowych nawyków żywieniowych. Jest on adresowany do producentów, przetwórców i dystrybutorów produktów rolno-spożywczych za pośrednictwem ich organizacji branżowych (zrzeszających producentów jednej lub wielu branż rolno-spożywczych), które mogą ubiegać się o dofinansowanie kampanii promocyjnych lub informacyjnych. Mechanizm ten umożliwia stowarzyszeniom i organizacjom branżowym oraz międzybranżowym pozyskanie środków finansowych na realizację długofalowych kampanii informacyjno-promocyjnych, ukierunkowanych m.in. na poszerzenie wiedzy konsumentów na temat wartości odżywczych, jakości czy bezpieczeństwa żywnościowego, a w efekcie zwiększenie popytu na określone produkty żywnościowe. Uczestnictwo w tym mechanizmie umożliwia organizacjom uzyskanie zwrotu maksymalnie 80% kwoty netto kosztów faktycznie poniesionych na realizację działań objętych kampanią (maksymalnie 50% środków pochodzi z budżetu Unii Europejskiej, a 30% z budżetu krajowego). Pozostałe 20% stanowi udział własny organizacji⁵⁸.

Wykres 4.9. Wsparcie działań promocyjnych i informacyjnych na rynkach wybranych produktów rolnych w latach 2004-2012 (w mln zł)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych ARR.

⁵⁸ Szerzej na ten temat: ibidem.

W latach 2004-2012 na wsparcie działań promocyjno-informacyjnych na rynku wybranych produktów rolno-spożywczych realizowanych w ramach mechanizmu „Wsparcie działań promocyjnych i informacyjnych na rynkach wybranych produktów rolnych” WPR przeznaczono 105,6 mln zł (w tym 63,6 mln zł pochodziło z budżetu UE). Największe wsparcie działalności promocyjno-informacyjnej (wykres 4.9) otrzymała branża mięsna – prawie 36% ogółu wydatkowanych środków na ten rodzaj wsparcia. Na drugim miejscu znalazły się produkty mleczarskie – 28%, a w dalszej kolejności produkty ekologiczne i regionalne – 17%, produkty branży owocowo-warzywnej – 15% oraz pozostałe (olej rzepakowy, miód oraz makarony) – 4,5%.

Reasumując, wyżej wymienione rynkowe instrumenty i regulacje Wspólnej Polityki Rolnej oddziaływały głównie na rozwój sektora rolnego i wzrost dochodów rolników. Na sferę przetwórstwa i wzrost konkurencyjności naszych produktów żywnościowych na rynku międzynarodowym wpływały w sposób pośredni. Tym samym miały niewielki wpływ na rozwój przemysłu spożywczego w Polsce.

4.4. Wpływ rynkowych instrumentów Wspólnej Polityki Rolnej na rozwój i konkurencyjność poszczególnych branż przemysłu spożywczego

Otrzymane w latach 2004-2012 łączne wsparcie rynkowe, wynikające z realizowanych mechanizmów WPR i dodatkowo współfinansowane ze środków krajowych było w poszczególnych branżach bardzo zróżnicowane. Największe dofinansowanie otrzymała branża cukrownicza (prawie 30% ogółu środków), a w dalszej kolejności branża mleczarska (16%) i zbożowa (12%). Nieco mniej środków trafiło do branży mięsnej (4,5%) i owocowo-warzywnej (3%).

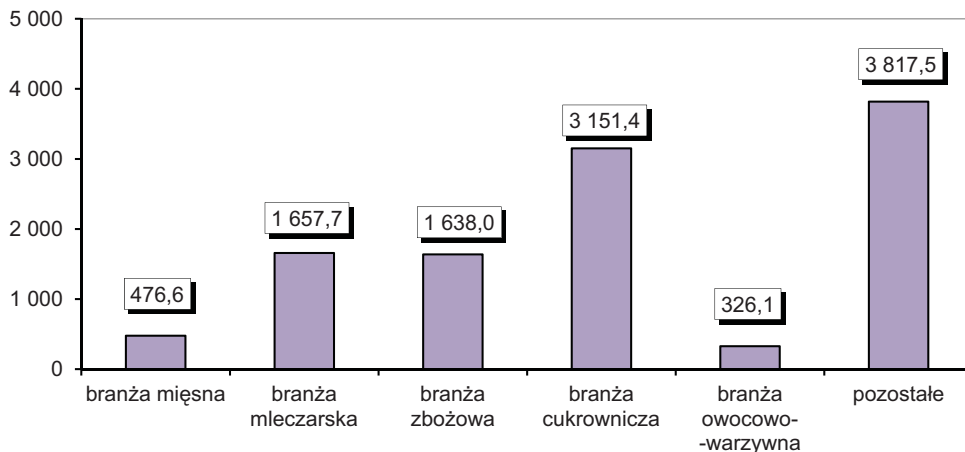
Przystąpienie Polski do UE korzystnie wpłynęło na rozwój **branży mięsnej**. Środki finansowe pozyskane z programów pomocowych przed akcesją przyczyniły się do poprawy funkcjonowania zakładów mięsnych w kraju, co wpłynęło na wzrost produkcji i eksportu wyrobów mięsnych po akcesji. Tym samym zakłady te już przed akcesją były przygotowane do korzystania z rynkowych instrumentów WPR. W latach 2004-2012 przedsiębiorstwa branży mięsnej otrzymały wsparcie rynkowe w wysokości prawie 0,5 mld zł. Głównym i najważniejszym instrumentem wsparcia były subsydia eksportowe⁵⁹ do wywozu wybranych asortymentów wołowiny, wieprzowiny i drobiu (ok. 400 mln zł). Największym wsparciem środkami pochodzącymi z tego mechanizmu

⁵⁹ Subsydia eksportowe były popularną formą wsparcia eksportu produktów mięsnych (wybrane asortymenty wieprzowiny, wołowiny i drobiu) poza UE w pierwszych latach naszego członkostwa we Wspólnocie i sposobem na pozbywanie się nadwyżek tych produktów w okresie ich nadprodukcji, co wpływało na utrzymanie równowagi popytowo-podażowej na rynku produktów mięsnych i wzrost eksportu tych produktów. Poprzez pokrycie różnicy pomiędzy wyższą ceną na rynku wewnętrznym a niższą ceną na rynku światowym subsydia poprawiały konkurencyjność cenową eksportowanych towarów. Zakres i wysokość stosowania subsydiów do eksportu produktów mięsnych określała Komisja Europejska. Ich poziom podlegał zmianie w zależności od sytuacji na rynku unijnym i światowym, a także był zróżnicowany w zależności od kierunku przeznaczenia wywożonego towaru. Subsydia eksportowe wypłacane były w wysokości obowiązującej w dniu złożenia wniosku o pozwolenie na wywóz oraz po spełnieniu wymaganych prawem warunków.

w branży mięsnej w latach 2004-2012 objęta została wołowina (239,5 mln zł), w dalszej kolejności wieprzowina (145,6 mln zł) i drób (14 mln zł, z czego 8 mln zł stanowiły subsydia do eksportu żywego drobiu i jaj). Dzięki subsydiom eksportowym polskie produkty mięsne (szczególnie wołowina) były konkurencyjne cenowo na rynkach pozanijnych, co czyniło możliwym ich eksport na te rynki.

Innym instrumentem regulującym i stabilizującym rynek mięsa były działania interwencyjne, m.in.: nadzwyczajne środki wsparcia rynku drobiu w związku z występującą w niektórych krajach UE w 2007 roku „ptasią grypą” (w ramach tego mechanizmu Polska otrzymała wsparcie w wysokości 15,8 mln zł). Ponadto Komisja Europejska, ze względu na bardzo trudną sytuację na rynku wieprzowiny, podjęła decyzję o wprowadzeniu prywatnego przechowywania mięsa wieprzowego w 2008 i 2011 roku. Polska pozyskała na ten cel dofinansowanie z budżetu UE w wysokości 24,1 mln zł. Pozwoliło to zdjąć z rynku nadwyżki wieprzowiny w okresie nadprodukcji, które następnie zostały wyeksportowane poza terytorium Unii Europejskiej. Z kolei działania promocyjne i informacyjne prowadzone na rynku produktów mięsnych w latach 2004-2012 dofinansowano kwotą 38 mln zł. To dofinansowanie mogło pośrednio przyczynić się do wzrostu eksportu tych produktów.

Wykres 4.10. Łączne wsparcie rynkowe wynikające ze Wspólnej Polityki Rolnej i ze środków działań krajowych w latach 2004-2012, według branż (w mln zł)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych ARR.

W latach 2004-2012 **branża mleczarska** wsparta została kwotą w wysokości prawie 1,7 mld zł. Najwięcej środków przeznaczono na dopłaty do spożycia mleka i przetworów mlecznych w szkołach podstawowych i placówkach oświatowych (823 mln zł) – program „Szkłanka mleka”. Program ten był częściowo wspierany środkami z budżetu krajowego. Innym mechanizmem WPR na rynku mleka, w którym od samego początku członkostwa aktywnie uczestniczyli polscy przedsiębiorcy były subsydia eksportowe. Dzięki nim w latach 2004-2009 branża mleczarska otrzymała z budżetu

unijnego wsparcie w wysokości 334 mln zł (w tym do eksportu masła 151 mln zł, mleka w proszku – 146 mln zł i serów – 36 mln zł). Najwięcej środków w ramach tego mechanizmu trafiło do polskich przedsiębiorców branży mleczarskiej w pierwszych latach po akcesji. Większość eksportowanych poza UE produktów mlecznych była wówczas dotowana, a stawki refundacji ukształtowały się na dość wysokim poziomie. Na działania interwencyjne na rynku mleka (głównie masło) przeznaczono 233 mln zł. Innym instrumentem wsparcia, stosowanym na rynku mleka w Polsce, były rekompensaty za zrzeczenie się kwot indywidualnych produkcji mleka. W latach 2007-2009 wypłacono z tego tytułu ponad 154 mln zł dla 21,5 tys. niskotowarowych producentów mleka. W związku z kryzysem w sezonie 2008/2009, który dotknął producentów mleka, branża mleczarska w 2010 roku otrzymała wsparcie w wysokości 83 mln zł na pokrycie strat powstałych w jego wyniku. Dofinansowanie kampanii promocyjno-informacyjnych w branży mleczarskiej wyniosło prawie 30 mln zł⁶⁰.

W analizowanym okresie **branża owocowo-warzywna** w Polsce została wsparta kwotą nieco przekraczającą 0,3 mld zł, z czego prawie 60% w 2011 roku trafiło do producentów ogórków, pomidorów, sałaty, endywii, słodkiej papryki i cukinii, którzy ponieśli duże straty w wyniku wykrycia bakterii *Escherichia coli* (nastąpił znaczny spadek konsumpcji tych warzyw). Innym ważnym instrumentem wspierającym rynek owoców i warzyw w Polsce były dopłaty do spożycia owoców i warzyw w szkole. Program „Owoce w szkole” miał na celu kształtowanie zdrowych nawyków żywieniowych wśród dzieci, a tym samym zwiększenie konsumpcji i w dalszej kolejności produkcji. Od uruchomienia tego programu (w 2010 roku) to działanie wsparto kwotą 109 mln zł. Innym mechanizmem, który funkcjonował na rynku owoców i warzyw w pierwszych latach naszego członkostwa w UE były subsydia do eksportu niektórych świeżych owoców i warzyw, ich wartość wyniosła 21,5 mln zł (były to głównie subsydia do eksportu jabłek). Na dofinansowanie kampanii promocyjno-informacyjnych na tym rynku wydatkowano dotychczas ok. 16 mln zł.

Branża cukrownicza w latach 2004-2012 została wsparta kwotą ponad 3 mld zł, z czego najwięcej (ok. 40%) wypłacono w formie pomocy restrukturyzacyjnej na rynku cukru i subsydiów do eksportu cukru. Na działania interwencyjne na rynku cukru przeznaczono kwotę 552 mln zł, a na pomoc na rzecz dywersyfikacji działalności tego sektora – 128 mln zł.

Producenci zbóż i skrobi ziemniaczanej otrzymali wsparcie w wysokości ponad 1,6 mld zł, w tym największe w ramach działań interwencyjnych (1,1 mld zł). Innym instrumentem regulacji i wsparcia rynku były dopłaty produkcyjne dla producentów skrobi ziemniaczanej w ramach kwot produkcji (76,3 mln zł) oraz dopłaty do materiału siewnego kategorii elitarny lub kwalifikowany pszenicy zwyczajnej, żyta, jęczmienia, pszenżyta, owsa, mieszanek zbożowych i pastewnych, łubinu, grochu siewnego i bobiku. Na te cele udzielono wsparcia w wysokości 413 mln zł. Z tytułu subsydiowania eksportu zbóż i skrobi ziemniaczanej wypłacono 28,2 mln zł.

⁶⁰ „Biuletyn informacyjny”, Agencja Rynku Rolnego, Warszawa, sierpień 2011.

W ramach pozostałych mechanizmów WPR, takich jak: dostarczanie nadwyżek żywności najuboższej ludności, wsparcie produkcji i zbytu miodu, wsparcie działań promocyjnych i informacyjnych na rynkach wybranych produktów rolnych, płatności dla producentów surowca tytoniowego oraz pomoc do zakładania plantacji trwałych, w latach 2004-2012 wydatkowano kwotę w wysokości 3,82 mld zł, z czego największe wsparcie trafiło do plantatorów tytoniu – prawie 2,0 mld zł.

4.5. Konkluzje

Wejście Polski do Unii Europejskiej istotnie zmieniło warunki ekonomiczne funkcjonowania rolnictwa, przemysłu spożywczego oraz całego otoczenia rynkowego polskiej gospodarki żywnościowej. Zmiany te wynikały przede wszystkim z włączenia Polski do obszaru Jednolitego Rynku Europejskiego, a w konsekwencji wejścia polskiej gospodarki do strefy wolnego handlu, oraz z objęcia polskiego sektora rolno-spożywczego Wspólną Polityką Rolną i handlową.

Wpływ oddziaływania mechanizmów Wspólnej Polityki Rolnej widoczny jest zwłaszcza w sferze dochodowej rolnictwa. Nastąpił wyraźny wzrost dochodów rolników i poprawiły się warunki ich życia. Wspólna Polityka Rolna nie miała jednak skutecznych instrumentów pozwalających na zmniejszenie wahań cen, wywołanych kryzysem gospodarczym. Nie zawierała również bodźców do intensyfikacji produkcji rolnej, skupiając się głównie na stabilizacji rynku oraz regulacji przemian strukturalnych, co często wpływało niekorzystnie na sektor rolno-spożywczy.

Objęcie polskiego przemysłu spożywczego Wspólną Polityką Rolną oznaczało w szczególności wykorzystywanie takich instrumentów regulacji rynków rolnych, jak: interwencja rynkowa, dopłaty produkcyjne, wsparcie konsumpcji i promocji, subsydiowanie eksportu produktów rolno-spożywczych do krajów trzecich. Równocześnie w Polsce uruchomione zostały unijne programy pomocowe: w okresie przedakcesyjnym – SAPARD, a w okresie pełnego członkostwa Polski w UE – Sektorowy Program Operacyjny „Restrukturyzacja i modernizacja sektora żywnościowego oraz rozwój obszarów wiejskich 2004-2006” (SPO „Rolnictwo”) oraz Program Rozwoju Obszarów Wiejskich 2007-2013 (PROW 2007-2013).

Wstąpienie Polski w struktury UE stało się impulsem do przyspieszonego rozwoju polskiego przemysłu spożywczego. Stworzyło ono polskim producentom żywności nowe możliwości w postaci swobodnego dostępu do dużego i zamożnego rynku unijnego. Polscy producenci otrzymali również szansę skorzystania z funduszy unijnych, które miały za zadanie wsparcie procesu modernizacji przedsiębiorstw oraz ich dostosowanie do funkcjonowania w ramach Wspólnoty i w nowych warunkach rynkowych. Równocześnie otwarcie rynku krajowego dla producentów unijnych wiązało się z ogromnymi wyzwaniem, w tym ze zmierzeniem się z silną międzynarodową konkurencją, która wymogła inwestycje i związane z nimi procesy konsolidacji i restrukturyzacji branż przemysłu spożywczego. Nastąpiło również wzmocnienie procesów

integracji poziomej (między przetwórcami) i pionowej (między producentami rolnymi, przetwórcami i handlowcami)⁶¹.

Z formalnego punktu widzenia warunkiem wystarczającym do wykorzystania powstałych możliwości lokowania żywności na rozwiniętym rynku europejskim było przestrzeganie przez polskich producentów unijnych standardów sanitarnych, weterynaryjnych, fitosanitarnych oraz dobrostanu zwierząt i ochrony środowiska. Presja związana z koniecznością dostosowania się przedsiębiorstw przemysłu spożywczego do wymogów obowiązujących w UE zmusiła firmy do wzrostu nakładów inwestycyjnych, służących modernizacji, zarówno pod kątem dostosowania obiektów do wymaganych standardów, jak i wymiany parku maszynowego, a niekiedy także wprowadzenia zupełnie nowych technologii⁶². W finansowaniu tych inwestycji istotną rolę odegrały środki pozyskane z funduszy unijnych. Udział środków pomocowych z Unii Europejskiej (współfinansowanych z programów SAPARD, SPO „Rolnictwo” oraz PROW 2007-2013) w ogólnej wartości inwestycji w przemyśle spożywczym w latach 2003-2012 wyniósł co prawda tylko 7,0%, ale stanowiły one pewnego rodzaju „katalizator” inwestycji. Przedsiębiorcy, aby otrzymać pomoc unijną, musieli bowiem zaangażować swoje środki, co w efekcie znacznie zwiększało całkowitą wartość inwestycji. Dzięki realizacji ogromnych inwestycji polski przemysł spożywczy stał się jednym z najnowocześniejszych w Europie.

Działania realizowane w ramach rynkowych mechanizmów Wspólnej Polityki Rolnej umożliwiły z kolei pozyskanie przez sektor rolno-spożywczy w Polsce kwoty w wysokości 10,7 mld zł. Działania te wpłynęły m.in. na stabilizację rynków podstawowych produktów rolnych, a tym samym na stabilność warunków funkcjonowania firm spożywczych w Polsce.

Reasumując, polski przemysł spożywczy w okresie przedakcesyjnym i w pierwszych latach członkostwa w Unii Europejskiej pozyskał znaczne środki publiczne, które przyczyniły się do modernizacji i unowocześnienia tego sektora gospodarki oraz do wzrostu stabilności warunków jego funkcjonowania. Niewątpliwym rozwój przemysłu spożywczego i wzrost międzynarodowej konkurencyjności polskich producentów żywności pozwalają sądzić, że sektor ten dobrze wykorzystał otrzymane środki.

⁶¹ I. Szczepaniak, M. Tereszczuk, *Impact of the Common Agricultural Policy on the competitiveness of the Polish agri-food sector*, [w:] *Competitiveness of Agro-Food and Environmental Economy (CAFEE'2012)* (red. G. Popescu, N. Istudor, D. Boboc), Volume 1, Issue 2012, Bucharest Academy of Economic Studies, Bukareszt (Rumunia) 8-9.11.2012, s. 78-101, http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2284076.

⁶² *Ibidem*.

5. Klastry a konkurencyjność przemysłu spożywczego

5.1. Wprowadzenie i założenia metodyczne

Przedsiębiorstwa przemysłu spożywczego stają przed coraz to bardziej złożonymi i turbulentnymi wyzwaniem współczesnych zmian gospodarczych. Współpraca w ramach struktur klastrowych może być skuteczną metodą poszukiwania trwałej przewagi konkurencyjnej producentów żywności. W literaturze przedmiotu istnieje wiele definicji klastrow. Najczęściej przywoływana jest definicja Portera, który uważa, że jest to „geograficzne skupisko wzajemnie powiązanych firm, wyspecjalizowanych dostawców, jednostek świadczących usługi, firm działających w pokrewnych sektorach i związanych z nimi instytucji (na przykład uniwersytetów, jednostek normalizacyjnych i stowarzyszeń branżowych) w poszczególnych dziedzinach, konkurujących między sobą, ale również współpracujących”⁶³. Z punktu widzenia procesów konkurencji i kooperacji, fundamentalne znaczenie ma podejście określające klastery jako kooperacyjną formę budowania przewagi konkurencyjnej, która polega na przestrzennym skoncentrowaniu grup przedsiębiorstw, instytucji i organizacji powiązanych siecią pionowych i poziomych zależności, często o charakterze nieformalnym, która przez skupienie szczególnych zasobów pozwala im osiągnąć trwałą przewagę konkurencyjną na rynku⁶⁴. W tym kontekście można stwierdzić, że klastry powstają w oparciu o trzy główne wskaźniki: skupienie na danym obszarze organizacji działających w tych samych lub pokrewnych sektorach, wzajemne oddziaływanie i funkcjonowanie tych organizacji oraz wertykalne i horyzontalne więzi łączące współpracujące strony⁶⁵. Takie podejście implikuje zarazem możliwość poprawy innowacyjności i przedsiębiorczości podmiotów funkcjonujących w ramach struktur klastrowych⁶⁶, przyspieszenia dyfuzji innowacji⁶⁷, rozwoju lokalnego i wzrostu gospodarczego⁶⁸, a w konsekwencji poprawy konkurencyjności podmiotów funkcjonujących w klastrach.

Celem opracowania była ocena i porównanie siły klastrow przemysłu spożywczego zidentyfikowanych na krajowym poziomie agregacji państw UE z ich międzynarodową konkurencyjnością. Do przestrzennej identyfikacji klastrow w krajach Wspólnoty wzięto pod uwagę następujące jego wymiary (zmienne diagnostyczne): rozmiar,

⁶³ M.E. Porter, *Porter o konkurencji*, PWE, Warszawa 2001, s. 246.

⁶⁴ S. Lachiewicz (red.), *Komunikacja wewnętrzna w organizacjach sieciowych*, Politechnika Łódzka, Łódź 2008, s. 39.

⁶⁵ Ibidem, s. 39.

⁶⁶ B. Snowden, G. Stonehouse, *Competitiveness in a globalized world: Michael Porter on the micro-economic foundations of the competitiveness of nations, regions, and firms*, “Journal of International Business Studies” 2006, no 37(2), s. 163-175.

⁶⁷ S. Breschi, F. Malerba, *Clusters, networks, and innovation: Research results and new directions*, [w:] S. Breschi, F. Malerba, *Clusters, Networks & Innovation*, Oxford University Press, New York 2005, s. 1-28.

⁶⁸ R. Brown, *Cluster dynamics in theory and practice with application to Scotland*, “Regional and Industrial Policy Research Paper” 2000, no 38, University of Strathclyde, European Policies Research Centre, s. 1-30.

specjalizację i skupienie. Na tej podstawie określono siłę klastrów przetwórstwa żywności w poszczególnych państwach. Podejście takie jest zgodne z metodologią proponowaną przez *European Cluster Observatory* (ECO). Baza danych tej organizacji była jednocześnie głównym źródłem danych dotyczących występowania klastrów w państwach UE. W dalszym etapie dokonano wyboru tzw. wzorca rozwoju, czyli abstrakcyjnego kraju, charakteryzującego się najwyższym poziomem wymienionych wcześniej zmiennych diagnostycznych. Następnie obliczono odległość każdego z krajów od wzorca, zgodnie z formułą:

$$d_i = \sqrt{\frac{\sum_{j=1}^m (z_{ij} - z_{0j})^2}{m}}$$

gdzie: d_i – odległość między danym krajem a wzorcem, z_{ij} – wartość zmiennej, z_{0j} – maksymalna wartość zmiennej j , m – liczba zmiennych.

Uzyskane wyniki przeliczono wykorzystując formułę:

$$W = 1 - \frac{d_i}{\max\{d_i\}}$$

gdzie: W – poziom wskaźnika dla przyjętych wymiarów klastra, tj. rozmiaru, specjalizacji i skupienia.

Umożliwiło to przedstawienie danych w taki sposób, aby większe wartości świadczyły o korzystniejszym poziomie analizowanego zjawiska. Do klasyfikacji krajów według poziomu rozwoju klastrów wykorzystano dwa parametry miernika taksonomicznego, tj. średnią arytmetyczną (\bar{x}) i odchylenie standardowe (S) przyjętych wskaźników. Podzielono je na cztery grupy typologiczne:

- 1) kraje o wysokim poziomie zmiennej diagnostycznej: $W \geq \bar{x} + S$,
- 2) kraje o średnim poziomie zmiennej diagnostycznej: $\bar{x} + S > W \geq \bar{x}$,
- 3) kraje o niskim poziomie zmiennej diagnostycznej: $\bar{x} > W \geq \bar{x} - S$,
- 4) kraje o bardzo niskim poziomie zmiennej diagnostycznej: $W < \bar{x} - S$.

Problem doboru odpowiednich miar służących do oceny pozycji konkurencyjnej sektorów i branż, ze względu na różnorodność sposobów pojmowania i definiowania konkurencyjności, stanowi przedmiot licznych dyskusji naukowców. Niewątpliwie jednak podstawową determinantą międzynarodowej konkurencyjności branży jest jej umiędzynarodowienie. Międzynarodowa pozycja konkurencyjna odnosi się głównie do udziału gospodarki, sektora, branży danego kraju w wymianie międzynarodowej. Przyjmując to założenie, jako miernik pozycji konkurencyjnej przemysłu spożywczego krajów UE przyjęto indeks EMS (*export market share*), który przedstawia procentowy udział eksportu branży i kraju j w eksporcie badanej grupy krajów w odniesieniu do badanego sektora i . Tym samym określa pozycję kraju w międzynarodowym rynku danego sektora. Klasyfikacji krajów UE według tego miernika dokonano stosując taką samą metodę jak przy określaniu rankingu państw według poziomu rozwoju klastrów.

5.2. Zróźnicowanie potencjału klastrów przetwórstwa żywności w krajach UE

Ocenę potencjału klastrów przetwórstwa żywności rozpoczęto od pierwszej z cech, tj. ich rozmiaru. Rozmiar klastra związany jest z liczbą osób zatrudnionych w tym sektorze w danym kraju w relacji do zatrudnionych w przetwórstwie żywności w całej Unii Europejskiej. Określa on tym samym znaczenie gospodarcze podmiotów przetwórstwa żywności danego kraju w skali ogólnoeuropejskiej. Nierównomierność rozmieszczenia działalności wytwórczej zarówno między krajami, jak i regionami cechuje rozwój gospodarczy od stuleci.

Tabela 5.1. Rozmiar klastrów przetwórstwa żywności w krajach UE (w proc.)

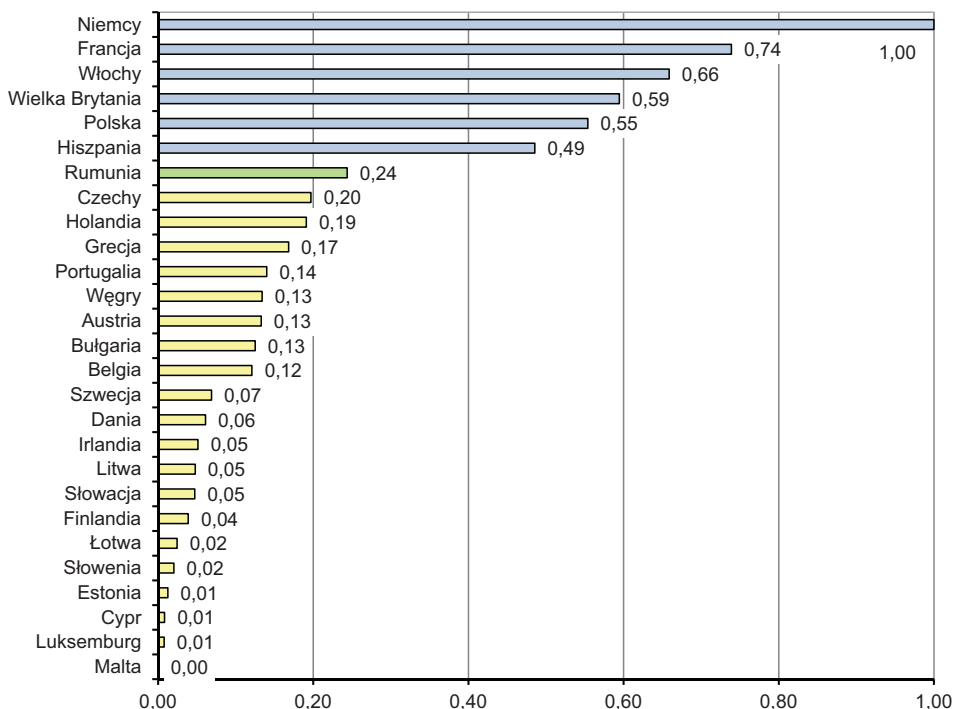
Kraj	2007	2009	2011
Austria	2,55	2,32	2,29
Belgia	2,29	2,13	2,09
Bułgaria	2,55	2,25	2,16
Cypr	0,28	0,21	0,21
Czechy	3,63	3,41	3,36
Dania	1,41	1,11	1,09
Estonia	0,40	0,31	0,28
Finlandia	0,83	0,75	0,72
Francja	13,86	12,70	12,41
Grecja	3,11	2,92	2,88
Hiszpania	8,19	8,30	8,18
Holandia	3,52	3,31	3,26
Irlandia	1,01	0,94	0,93
Litwa	1,22	0,88	0,87
Luksemburg	0,11	0,20	0,20
Łotwa	0,65	0,49	0,48
Malta	0,08	0,07	0,07
Niemcy	16,25	14,97	16,77
Polska	9,82	9,23	9,32
Portugalia	2,71	2,45	2,41
Rumunia	5,04	4,73	4,14
Słowacja	0,98	0,88	0,86
Słowenia	0,53	0,44	0,41
Szwecja	1,32	1,22	1,22
Węgry	2,68	2,39	2,31
Wielka Brytania	10,81	10,15	10,00
Włochy	12,37	11,24	11,07
Mienniki:			
• średnia (proc.)	4,01	3,70	3,70
• odchylenie standardowe	4,63	4,32	4,47
• współczynnik zmienności (proc.)	115,62	116,61	120,78

Źródło: opracowanie własne na podstawie European Cluster Observatory (ECO), www.cluster-observatory.eu, 01.12.2013.

Przedstawione w tabeli 5.1 dane potwierdzają tę tezę. Zidentyfikowano znaczne zróźnicowanie rozmiaru klastrów przetwórstwa żywności w krajach Wspólnoty (współczynnik zmienności od 115,62% do 120,78%). Rozpatrując zmianę rozmiaru klastrów w latach 2007-2011, należy jednak stwierdzić, że była ona relatywnie niewielka. Jedynym

krajem, w którym odnotowano istotne zwiększenie rozmiaru klastrów przetwórstwa żywności w 2011 roku, w porównaniu z 2007 rokiem, był Luksemburg (tempo wzrostu ok. 80%). Nieznaczny (ok. 3%) wzrost rozmiaru klastrów tego sektora odnotowano także w Niemczech. W pozostałych krajach występowało zmniejszanie rozmiaru klastrów przetwórstwa żywności (od 0,12% w Hiszpanii do 30% w Estonii). W Polsce rozmiar klastrów przetwórstwa żywności był w miarę stabilny i wynosił od 9,23% w 2009 roku do 9,82% w 2007 roku.

Wykres 5.1. Klasyfikacja krajów UE według rozmiaru klastrów przetwórstwa żywności w 2011 roku



Źródło: opracowanie własne na podstawie tab. 5.1.

Przedstawione dane wskazują na występowanie trwałych tendencji zróżnicowania rozmiaru klastrów przetwórstwa żywności między poszczególnymi krajami UE. Z tego względu do klasyfikacji państw pod względem tej cechy wykorzystano dane z 2011 roku. Przeprowadzone obliczenia pozwoliły na identyfikację sześciu krajów o wysokim rozmiarze klastrów przetwórstwa żywności (wykres 5.1). Zdecydowanym liderem były Niemcy. Dalsze miejsca zajmowały następujące kraje: Francja, Włochy, Wielka Brytania, Polska i Hiszpania. Średni poziom rozmiaru klastrów przetwórstwa żywności odnotowano w Rumunii. Pozostałe kraje zaliczono do grupy państw o niskim poziomie rozmiaru klastrów tego sektora. W przypadku polskich klastrów żywności występuje zatem znaczny potencjał konkurencyjny, biorąc pod uwagę tę cechę identyfikacji struktur klastrowych.

Tabela 5.2. Specjalizacja (LQ) klastrów przetwórstwa żywności w krajach UE (w proc.)

Kraj	2007	2009	2011
Austria	1,39	1,43	1,42
Belgia	0,96	1,01	1,01
Bułgaria	1,53	1,54	1,61
Cypr	5,62	0,98	0,98
Czechy	1,09	1,17	1,18
Dania	0,89	0,84	0,84
Estonia	1,21	1,39	1,32
Finlandia	0,82	0,86	0,85
Francja	1,11	1,11	1,04
Grecja	0,99	1,07	1,08
Hiszpania	0,69	0,69	0,70
Holandia	0,71	0,77	0,77
Irlandia	6,44	1,67	1,67
Litwa	1,80	2,08	2,20
Luksemburg	0,69	1,39	1,39
Łotwa	0,93	0,94	1,01
Malta	2,68	2,90	2,90
Niemcy	0,89	0,93	0,98
Polska	1,77	1,83	1,88
Portugalia	1,00	1,07	1,07
Rumunia	1,81	1,96	1,91
Słowacja	1,27	1,34	1,35
Słowenia	1,35	0,93	0,93
Szwecja	0,76	0,81	0,81
Węgry	1,38	1,47	1,43
Wielka Brytania	0,57	0,62	0,62
Włochy	1,00	1,05	1,05
Mierniki:			
• średnia (proc.)	1,53	1,25	1,26
• odchylenie standardowe	1,38	0,51	0,51
• współczynnik zmienności (proc.)	90,04	40,36	40,68

Źródło: opracowanie własne na podstawie ECO, www.clusterobservatory.eu, 01.12.2013.

W przypadku, gdy poziom koncentracji danej działalności gospodarczej przekroczy poziom charakterystyczny dla obszaru referencyjnego, wówczas można mówić o wykształceniu się funkcji ekonomicznej danego obszaru i zarazem jego specjalizacji. Przyjęto zatem, że specjalizacja regionalna ma miejsce wówczas, gdy badana cecha diagnostyczna występuje w danej jednostce terytorialnej w nasileniu ponadprzeciętnym. Podstawowym miernikiem specjalizacji regionalnej, a tym samym identyfikacji klastrów, jest wskaźnik lokalizacji (LQ)⁶⁹. A. Zielińska-Głębocka⁷⁰ podaje, że stanowi on dobre narzędzie badawcze zintegrowanej teorii lokalizacji (pozwalającej na jednocze-

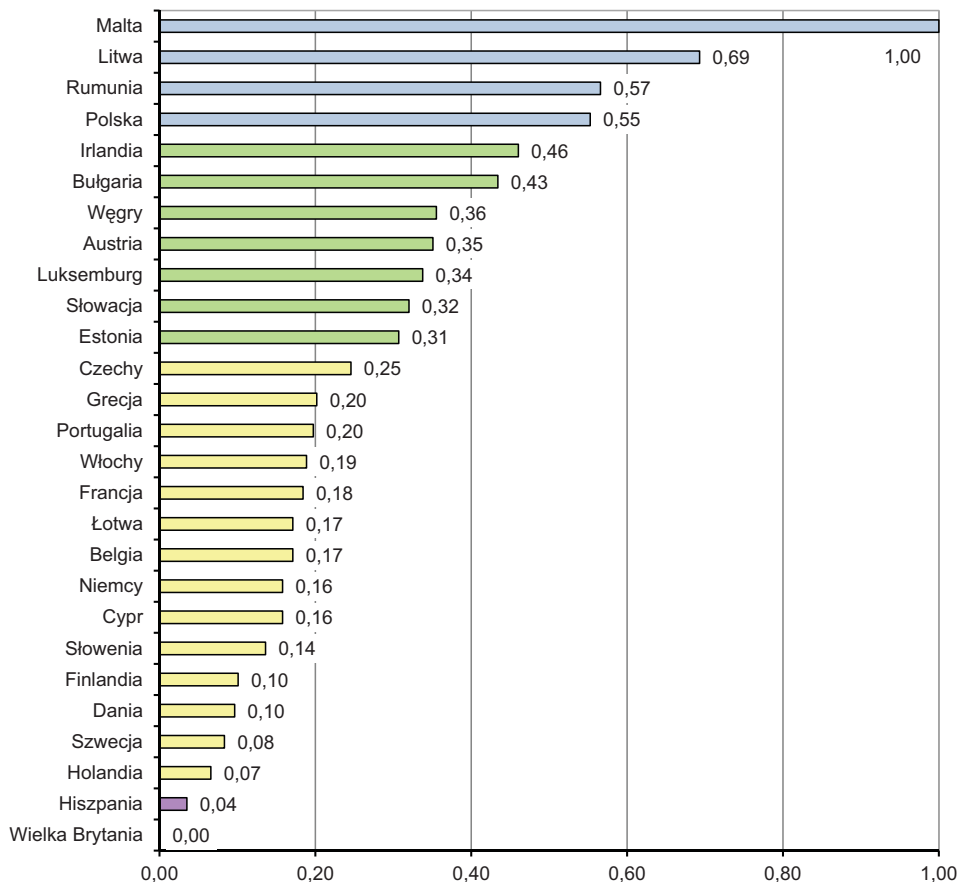
⁶⁹ Do obliczenia wskaźnika lokalizacji wykorzystywana jest następująca formuła: $LQ = (E'_{ib}/E'_b) / (E'_{ir}/E'_r)$, gdzie: E'_{ib} – zatrudnienie w regionie w przetwórstwie żywności w okresie t , E'_b – zatrudnienie w regionie w okresie t , E'_{ir} – zatrudnienie w UE w przetwórstwie żywności w okresie t , E'_r – zatrudnienie w UE w okresie t .

⁷⁰ A. Zielińska-Głębocka (red.), *Lokalizacja przemysłu a konkurencyjność polskich regionów (w kontekście integracji europejskiej)*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2008, s. 27.

sne badanie specjalizacji i lokalizacji na różnym poziomie agregacji). Specjalizacja, podobnie jak pierwsza z omawianych cech klastrów – ich rozmiar – była w krajach UE zróżnicowana (tab. 5.2). Jednak współczynnik zmienności był zdecydowanie niższy – wynosił od 90% w 2007 roku do 40% w 2011 roku. Zmniejszenie tego wskaźnika wynikało w głównej mierze z ponad 2-krotnego wzrostu wskaźnika lokalizacji w Luksemburgu oraz 5-krotnego zmniejszenia na Cyprze i 4-krotnego zmniejszenia w Irlandii. Spowodowało to kompresję różnic między krajami UE – średni wskaźnik lokalizacji we Wspólnocie zmniejszył się z 1,53% do 1,26%. W Polsce odnotowano nieznaczny wzrost wskaźnika lokalizacji z 1,77% w 2007 roku do 1,88% w 2011 roku.

Wskaźnik lokalizacji odzwierciedla wewnątrzregionalną strukturę przemysłu w poszczególnych krajach UE. Z tego punktu widzenia, do grupy krajów o wysokim znaczeniu przetwórstwa żywności w gospodarce danego kraju w porównaniu z gospodarką całej UE zaliczono: Malte, Litwę, Rumunię i Polskę (wykres 5.2).

Wykres 5.2. Klasyfikacja krajów UE według specjalizacji przetwórstwa żywności w 2011 roku



Źródło: opracowanie własne na podstawie tab. 5.2.

Jest to jednoznaczne z ponadprzeciętną koncentracją tego sektora w tych krajach, co z kolei świadczy o ich większej specjalizacji w produkcji artykułów spożywczych niż pozostałych państw. Kraje o średnim znaczeniu przetwórstwa żywności to: Irlandia, Bułgaria, Węgry, Luksemburg, Słowacja i Estonia. Najmniejszą rolę w strukturze gospodarki narodowej odgrywało przetwórstwo żywności w Hiszpanii i Wielkiej Brytanii. W przypadku polskich klastrów można zatem mówić o znacznym potencjale, który odpowiednio wykorzystany może korzystnie wpływać na pożądany kierunek rozwoju regionalnego i sprzyjać wzrostowi konkurencyjności tego sektora.

Tabela 5.3. Skupienie klastrów przetwórstwa żywności w krajach UE (w proc.)

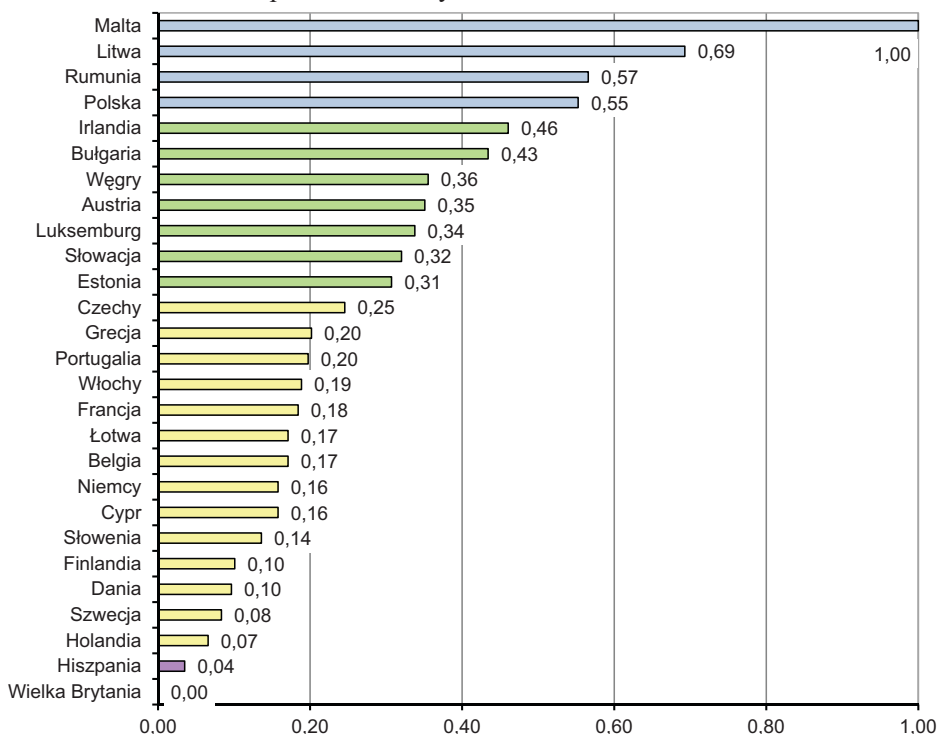
Kraj	2007	2009	2011
Austria	3,76	3,57	3,56
Belgia	2,61	2,54	2,54
Bułgaria	4,14	3,85	4,03
Cypr	15,21	2,45	2,45
Czechy	2,94	2,94	2,94
Dania	2,42	2,11	2,11
Estonia	3,29	3,47	3,29
Finlandia	2,21	2,15	2,11
Francja	3,01	2,79	2,59
Grecja	2,69	2,69	2,69
Hiszpania	1,74	1,74	1,74
Holandia	1,91	1,91	1,91
Irlandia	17,42	4,17	4,17
Litwa	4,87	5,20	5,49
Luksemburg	1,88	3,48	3,48
Łotwa	2,53	2,36	2,54
Malta	7,26	7,26	7,26
Niemcy	2,41	2,32	2,46
Polska	4,78	4,59	4,69
Portugalia	2,70	2,68	2,68
Rumunia	4,90	4,90	4,77
Słowacja	3,45	3,36	3,36
Słowenia	3,65	2,34	2,32
Szwecja	2,05	2,03	2,02
Węgry	3,74	3,69	3,57
Wielka Brytania	1,54	1,54	1,54
Włochy	2,71	2,63	2,63
Mierniki:			
• średnia (proc.)	4,14	3,14	3,15
• odchylenie standardowe	3,73	1,27	1,28
• współczynnik zmienności (proc.)	90,15	40,31	40,74

Źródło: opracowanie własne na podstawie ECO, www.clusterobservatory.eu, 01.12.2013.

Wskaźnik lokalizacji (LQ) mierzy relatywną wagę klastrów przetwórstwa żywności w poszczególnych krajach na tle obszaru referencyjnego (UE), ale nie daje informacji o rozmiarze tego przemysłu w regionie. Stąd też możliwe jest uzyskanie wysokiej wartości LQ sektorów, które nie mają wysokiej istotności dla lokalnej gospodarki.

Z tego względu kolejną z analizowanych cech klastrów było ich skupienie w regionie (indeks skupienia)⁷¹. Jeżeli indeks ten przyjmuje wysoki poziom, oznacza to, że siła klastrów danego sektora w regionie jest duża. Przeprowadzona analiza wskazuje, że w przypadku klastrów przetwórstwa żywności istnieje duża zbieżność między indeksem skupienia a wskaźnikiem lokalizacji (tab. 5.3). Średni indeks skupienia w 2007 roku w krajach UE wynosił 4,14%, przy wysokim współczynniku zmienności, kształtującym się na poziomie 90%. W kolejnych latach nastąpiło zmniejszenie zróżnicowania tego wskaźnika w krajach UE – do ok. 40%. Podobnie jak w przypadku wskaźnika LQ, wynikało to ze zmian zachodzących w Luksemburgu (prawie 2-krotny wzrost indeksu skupienia) oraz na Cyprze i w Irlandii (zmniejszenie indeksu skupienia odpowiednio 6-krotne i 4-krotne). Skupienie klastrów przetwórstwa żywności w Polsce było stabilne i wynosiło od 4,59% do 4,78%.

Wykres 5.3. Klasyfikacja krajów UE według skupienia klastrów przetwórstwa żywności w 2011 roku



Źródło: opracowanie własne na podstawie tab. 5.3.

Klasyfikacja krajów pod względem skupienia była identyczna jak w przypadku specjalizacji (wykres 5.3). W pierwszej grupie znalazły się następujące kraje: Malta,

⁷¹ Indeks skupienia mierzony jest jako relacja zatrudnienia w regionie w danej kategorii klastrowej do zatrudnienia w regionie ogółem.

Litwa, Rumunia i Polska. Do krajów o średnim poziomie indeksu specjalizacji zaliczono: Irlandię, Bułgarię, Węgry, Luksemburg, Słowację i Estonię. W gospodarce regionalnej najmniejsze znaczenie przetwórstwa żywności odnotowano ponownie w Hiszpanii i Wielkiej Brytanii. Wyniki analizy indeksu skupień potwierdzają, że klastry przetwórstwa żywności w Polsce odgrywają istotne znaczenie z punktu widzenia regionalnego rynku pracy.

Siła klastrów na poziomie gospodarek narodowych, zgodnie z metodologią ECO, oceniana jest na podstawie średniej liczby tzw. „gwiazdek”, które są przyznawane regionom NUTS2 w danej kategorii klastrów w oparciu o scharakteryzowane wcześniej cechy klastrów – rozmiar, specjalizację i skupienie⁷². Biorąc pod uwagę ten parametr, najsilniejsze klastry przetwórstwa żywności występowały na Litwie – średnia liczba gwiazdek 3,0 (tab. 5.4). Do grupy krajów o wysokim poziomie średniej siły klastrów zalicza się także: Malte, Irlandię oraz Polskę. Średni poziom siły klastrów odnotowano w dziewięciu kolejnych krajach, tj.: Rumunii, Francji, Słowacji, Włoszech, Austrii, Węgrzech, Bułgarii, Luksemburgu i Estonii. Należy podkreślić, że Niemcy, Hiszpania i Wielka Brytania, czyli państwa o wysokim poziomie rozmiaru klastrów przetwórstwa żywności, zostały zaliczone do krajów o niskiej lub średniej sile klastrów. Bardzo niską przeciętną siłą klastrów zidentyfikowano natomiast w Holandii, Słowenii, na Łotwie i Cyprze.

Interpretacja siły klastrów w poszczególnych krajach, na podstawie przyznanej im średniej liczby gwiazdek, ma niewątpliwie wartość informacyjną i poznawczą. Nie można jednak na jej podstawie dokonać pełnej analizy siły klastrów przetwórstwa żywności. Przykładowo, na Litwie występuje tylko jedno skupienie podmiotów przetwórstwa żywności, któremu przyznano trzy gwiazdki – w konsekwencji średnia liczba gwiazdek wyniosła również trzy. Na Malcie występuje podobna sytuacja – jeden klastrowy dwugwiazdkowy. W konsekwencji przeprowadzenie analizy przeciętnej siły klastrów na poziomie gospodarek narodowych jest niewystarczające. Było to przesłanką do szerszego spojrzenia na ten problem i kwantyfikacji siły klastrów przetwórstwa żywności w ujęciu regionalnym. Umożliwiło to identyfikację liczby i siły klastrów w poszczególnych krajach UE. W tabeli 5.4 przedstawiono sumę klastrów występujących w danym państwie, z podziałem na te, którym nie przyznano żadnej gwiazdki (0) oraz jedno- (*), dwu- (**) i trzygwiazdkowe (***). Spośród wyodrębnionych w przestrzeni europejskiej klastrów przetwórstwa żywności: prawie 46% z nich nie spełniało żadnego z warunków umożliwiających przyznanie im gwiazdki (a tym samym nie miały one istotnego znaczenia dla funkcjonowania regionalnych gospodarek), 41% charakteryzowało się przeciętną siłą klastrów (jedna gwiazdka), 12% zaklasyfikowano do klastrów dwugwiazdkowych, a jedynie 1,6% do klastrów trzygwiazdkowych.

⁷² Warunkami nadania gwiazdek są: rozmiar – przynależność do 10% skupisk o największym zatrudnieniu w klastrze przetwórstwa żywności w Europie, specjalizacja – wskaźnik LQ wynoszący co najmniej 2 oraz skupienie – udział w 10% klastrów przetwórstwa żywności o największym zatrudnieniu w regionie NUTS2; spełnienie określonej liczby powyższych warunków wiąże się z nadaniem takiej samej liczby gwiazdek.

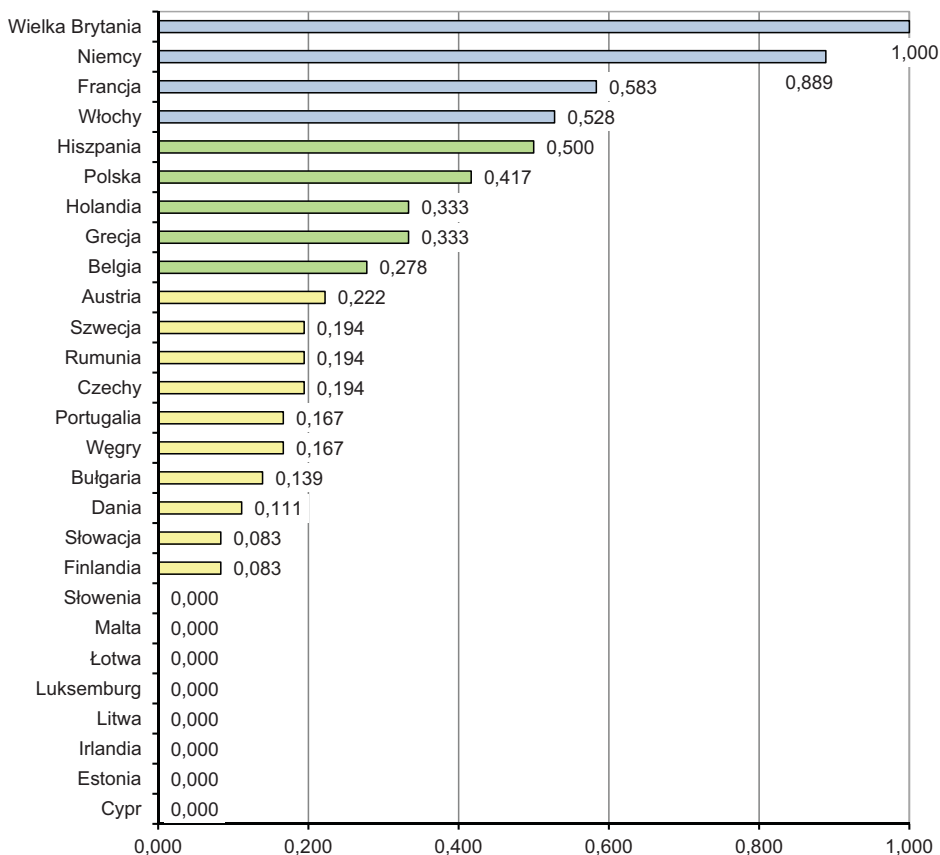
Tabela 5.4. Siła klastrów przetwórstwa żywności w krajach UE w 2011 roku

Kraj	Liczba klastrów przetwórstwa żywności o następującej sile:					Średnia liczba gwiazdek
	0	*	**	***	razem	
Austria	1	6	2	0	9	1,18
Belgia	6	5	0	0	11	0,67
Bułgaria	1	3	2	0	6	1,12
Cypr	1	0	0	0	1	0,00
Czechy	2	6	0	0	8	0,88
Dania	4	1	0	0	5	0,41
Estonia	0	1	0	0	1	1,00
Finlandia	3	1	0	0	4	0,34
Francja	4	15	1	2	22	1,44
Grecja	5	8	0	0	13	0,81
Hiszpania	13	5	1	0	19	0,66
Holandia	10	3	0	0	13	0,09
Irlandia	0	0	1	0	1	2,00
Litwa	0	0	0	1	1	3,00
Luksemburg	0	1	0	0	1	1,00
Łotwa	1	0	0	0	1	0,00
Malta	0	0	1	0	1	2,00
Niemcy	15	16	2	0	33	0,88
Polska	1	7	7	1	16	1,79
Portugalia	4	1	2	0	7	0,57
Rumunia	0	4	4	0	8	1,55
Słowacja	1	2	1	0	4	1,35
Słowenia	1	0	0	0	1	0,00
Szwecja	7	1	0	0	8	0,24
Węgry	1	4	2	0	7	1,14
Wielka Brytania	30	6	1	0	37	0,27
Włochy	7	9	4	0	20	1,25
Ogółem (liczba)	118	105	31	4	258	×
Udział (proc.)	45,74	40,70	12,02	1,55	100,00	×

Źródło: opracowanie własne na podstawie ECO, www.clusterobservatory.eu, 01.12.2013.

Przedstawiona analiza wskazuje, że przeciętna siła klastrów przetwórstwa żywności w UE jest niewielka. Zróżnicowanie liczby i siły klastrów w poszczególnych krajach jest jednak bardzo wyraźne (tab. 5.4, wykres 5.4). Największą liczbę klastrów odnotowano w Wielkiej Brytanii, ale dominują w nim struktury, którym nie przyznano żadnej gwiazdki. Do grupy krajów, które charakteryzują się wysokim poziomem tej zmiennej zaliczają się także Niemcy, Francja i Włochy. W Niemczech klastry jedno-gwiazdkowe stanowią 48% ogólnej liczby gwiazdek, a dwugwiazdkowe 6%. Najkorzystniejsza struktura siły klastrów występuje we Francji – 68% stanowią klastry jedno-gwiazdkowe, a 5% klastry dwugwiazdkowe. Ponadto, Francja jest jedynym krajem europejskim, w którym zidentyfikowano dwa klastry przetwórstwa żywności z trzema gwiazdkami. We Włoszech nie zidentyfikowano klastrów trzygwiazdkowych, ale 20% klastrów przetwórstwa żywności stanowią klastry dwugwiazdkowe.

Wykres 5.4. Klasyfikacja krajów UE według liczby klastrów przetwórstwa żywności w 2011 roku



Źródło: opracowanie własne na podstawie tab. 5.4.

Kolejną grupę krajów, o średnim poziomie liczby klastrów przetwórstwa żywności, otwiera Polska. Siła klastrów tego sektora w naszym kraju jest znacząca. Klasyfikacja klastrów przetwórstwa żywności zlokalizowane w województwie wielkopolskim należały do czterech wśród regionów UE, którym przyznano trzy gwiazdki. Znaczny odsetek (44%) stanowiły także klasyfikacje dwugwiazdkowe, występujące w województwach: łódzkim, mazowieckim, śląskim, lubelskim, podlaskim, kujawsko-pomorskim i warmińsko-mazurskim. Jedynym województwem, w którym nie stwierdzono występowania silnego klastra przetwórstwa żywności było województwo dolnośląskie. W pozostałych województwach zidentyfikowano klasyfikacje jednogwiazdkowe.

W porównaniu z pozostałymi krajami należącymi zarówno do grupy krajów o średnim, jak i wysokim poziomie liczby klastrów przetwórstwa, jest to jedna z najbardziej korzystnych struktur siły klastrów omawianego sektora. Stanowi to potwierdzenie wcześniej przedstawionej interpretacji cech klastrów, wskazujące na wyróżniającą się pozycję klastrów przetwórstwa żywności w Polsce.

5.3. Konkurencyjność przemysłu spożywczego a wymiary klastrów przetwórstwa żywności

Konkurencyjność przemysłu spożywczego UE na rynku międzynarodowym zmniejsza się systematycznie. Pomimo ogólnego wzrostu wartości eksportu produktów przemysłu spożywczego w 2011 roku (o 16,6% w porównaniu z rokiem poprzednim), udział UE w światowym eksporcie tych produktów zmniejszył się do 17,4% (rok wcześniej wynosił 17,8%). W okresie tym pozostałe kraje poprawiły swoją pozycję w eksporcie światowym – przykładowo Stany Zjednoczone zwiększyły udział o 6 p.p., Chiny o 0,8 p.p., a Tajlandia o 0,5 p.p.⁷³. Sytuacja ta związana jest m.in. z pozycją konkurencyjną, jaką uzyskują na rynku międzynarodowym poszczególne kraje Wspólnoty. Przeprowadzona analiza wskazuje na jej znaczne zróżnicowanie (współczynnik zmienności we wszystkich analizowanych latach ok. 120%).

Tabela 5.5. Udział eksportu produktów przemysłu spożywczego krajów UE w światowym eksporcie tych produktów (w proc.)

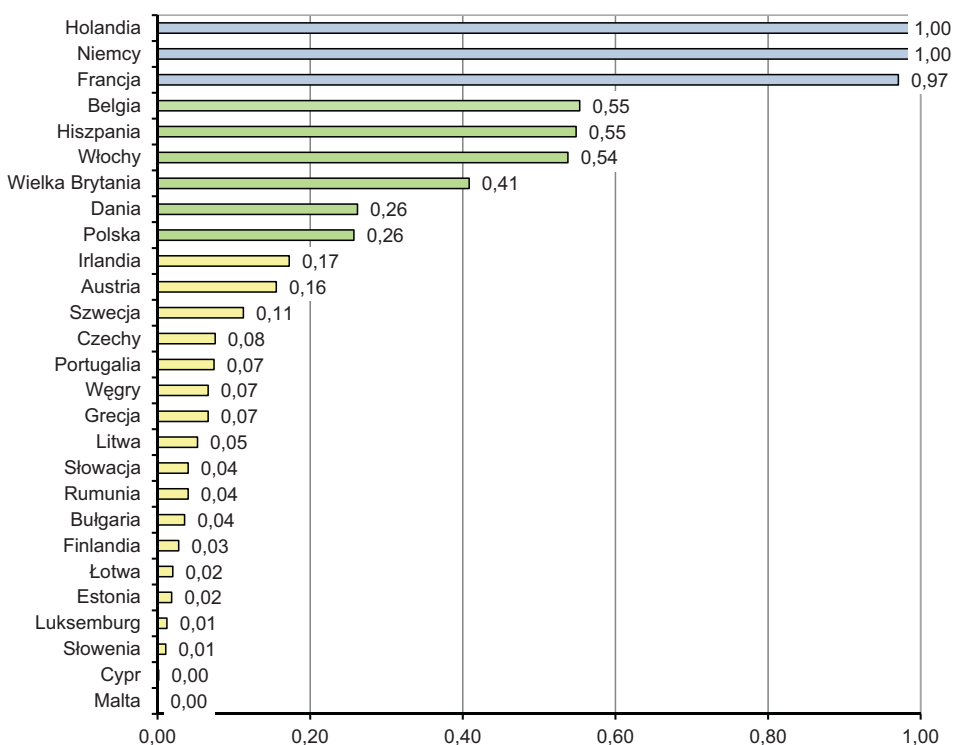
Kraj	2007	2009	2011
Austria	1,18	1,10	1,03
Belgia	4,25	4,03	3,61
Bułgaria	0,15	0,22	0,25
Cypr	0,04	0,03	0,03
Czechy	0,51	0,51	0,51
Dania	2,17	1,95	1,72
Estonia	0,14	0,12	0,14
Finlandia	0,23	0,18	0,20
Francja	7,19	6,48	6,32
Grecja	0,49	0,50	0,45
Hiszpania	4,06	3,97	3,58
Holandia	6,62	6,43	6,51
Irlandia	1,58	1,20	1,14
Litwa	0,33	0,33	0,36
Luksemburg	0,10	0,11	0,10
Łotwa	0,12	0,13	0,15
Malta	0,03	0,01	0,02
Niemcy	6,69	6,82	6,48
Polska	1,55	1,59	1,69
Portugalia	0,49	0,50	0,50
Rumunia	0,10	0,20	0,28
Słowacja	0,26	0,26	0,28
Słowenia	0,11	0,11	0,09
Szwecja	0,76	0,75	0,75
Węgry	0,70	0,66	0,68
Wielka Brytania	2,94	2,62	2,67
Włochy	3,88	3,77	3,51
Mienniki:			
• średnia (proc.)	1,73	1,65	1,59
• odchylenie standardowe	2,24	2,15	2,07
• współczynnik zmienności (proc.)	129,85	130,34	129,78

Źródło: opracowanie własne na podstawie bazy danych Organizacji Narodów Zjednoczonych UN Comtrade, <http://comtrade.un.org/>, 01.12.2013.

⁷³ *Priorities for the development of an EU industrial policy for food*, Competitiveness Report, 2012, s. 15.

Do grupy krajów o wysokim i zbliżonym poziomie konkurencyjności zaliczono kolejno: Holandię, Niemcy i Francję (wykres 5.5). Należą one do krajów UE o najwyższym udziale eksportu artykułów przemysłu spożywczego w światowym eksporcie tych produktów (wynoszącym w 2011 roku odpowiednio 6,51%, 6,48% i 6,32%). Wśród krajów o średnim poziomie konkurencyjności znalazły się: Belgia, Hiszpania, Włochy, Wielka Brytania, Dania i Polska. Zróźnicowanie między nimi było jednak znacznie większe niż w przypadku krajów o wysokiej pozycji konkurencyjnej. Pierwsze cztery charakteryzowały się udziałem w międzynarodowym eksporcie prawie 2-krotnie niższym niż Holandia i Niemcy. Udział eksportu żywności Danii i Polski, wynoszący odpowiednio 1,72% i 1,69%, był natomiast ok. 4-krotnie niższy niż tych czterech krajów. Pozostałe kraje zaliczono do państw o niskiej pozycji konkurencyjnej.

Wykres 5.5. Klasyfikacja krajów UE według udziału eksportu produktów przemysłu spożywczego danego kraju w światowym eksporcie tych produktów w 2011 roku

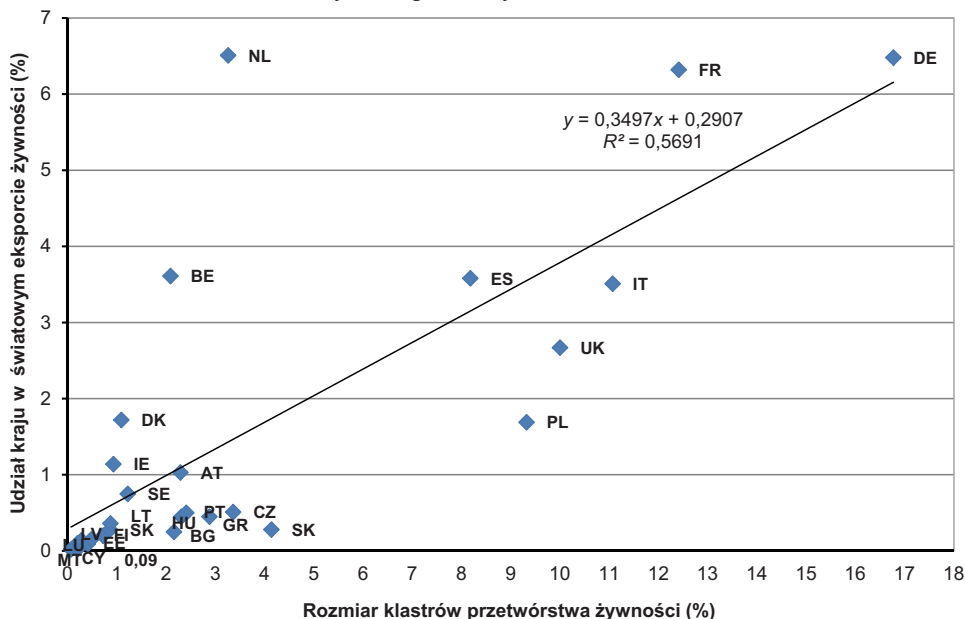


Źródło: opracowanie własne na podstawie tab. 5.5.

Struktury klastrowe stanowią skuteczny mechanizm koncentrowania zasobów i środków pojedynczych podmiotów, a tym samym sprzyjają występowaniu efektu synergii między nimi. W konsekwencji powinno to prowadzić do poprawy ich konkurencyjności. Identyfikując zależność między rozmiarem klastrów przetwórstwa żywności w poszczególnych krajach UE a ich udziałem w światowym eksporcie żywności, stwierdzono, że jest on statystycznie istotny (współczynnik korelacji $R^2 = 0,5691$). Oznacza to,

że rozmiar klastrów przetwórstwa żywności jest tym wymiarem, który bezpośrednio oddziałuje na pozycję konkurencyjną analizowanego sektora w danym państwie.

Wykres 5.6. Rozmiar klastrów przetwórstwa żywności a udział krajów UE w światowym eksporcie żywności w 2011 roku



Źródło: opracowanie własne na podstawie tab. 5.1 i 5.5.

W przypadku pozostałych dwóch cech, specjalizacji i skupienia, nie odnotowano statystycznie istotnych zależności. Porównanie klasyfikacji krajów według poziomu ich pozycji konkurencyjnej i specjalizacji pozwala jednak na wyciągnięcie pewnych ogólnych wniosków dotyczących zależności między tymi zmiennymi (tab. 5.6). Kraje, takie jak Niemcy, Francja i Holandia, posiadają wysoką pozycję konkurencyjną na rynku międzynarodowym, ale niski poziom specjalizacji. Specjalizacja kształtuje strukturę produkcji i handlu, prowadząc do bardziej intensywnego rozwoju jednych dziedzin w stosunku do pozostałych. W przypadku wymienionych państw udział zatrudnienia w innych sektorach gospodarki był jednak relatywnie wyższy niż w przetwórstwie żywności, a o zajmowanej pozycji konkurencyjnej na rynkach międzynarodowych zdecydował rozmiar klastrów. Podobne zależności wystąpiły także w Hiszpanii i Wielkiej Brytanii.

Wysoki poziom specjalizacji klastrów, a jednocześnie niski poziom konkurencyjności na rynku międzynarodowym, odnotowano na Malcie, Litwie i w Rumunii. Regionalna specjalizacja tych krajów w zakresie przetwórstwa żywności, ze względu na zbyt mały rozmiar klastrów, nie miała jednak przełożenia na możliwość ich konkurencyjności na rynkach światowych. Polska znalazła się w grupie krajów o wysokim stop-

niu specjalizacji i średnim poziomie konkurencyjności. Biorąc pod uwagę relatywnie wysoki poziom rozmiaru klastrów przetwórstwa żywności w naszym kraju stwarza to potencjalne szanse na poprawienie jego pozycji konkurencyjnej na rynku międzynarodowym. Warto w tym miejscu nadmienić, że zgodnie z podaną wcześniej klasyczną definicją klastra, jest on przestrzenną koncentracją firm, która może nie mieć charakteru sformalizowanego. W konsekwencji członkowie klastra mogą nie uświadamiać sobie, iż funkcjonują w jego granicach. Potencjał klastrowy, wyrażający się przestrzenną koncentracją gospodarczą, powinien być jednak przesłanką do tworzenia zorganizowanych działań mających na celu poprawę konkurencyjności i innowacyjności klastra oraz świadome w nim uczestnictwo priorytetowych podmiotów, czyli tworzenia inicjatyw klastrowych. Definiuje się je jako „zorganizowane regionalne sieci sektorowe między partnerami gospodarczymi, ukierunkowane na poprawę wyników innowacyjnych oraz konkurencyjność międzynarodową”⁷⁴. Inicjatywy klastrowe mogą przyczyniać się do rozwoju klastrów przetwórstwa żywności oraz tworzenia silnych specjalizacji gospodarczych (w tym *smart specialization*) i sprzyjać poprawie ich konkurencyjności. Badania S. Figiela i in.⁷⁵ wskazują jednak, że inicjatywy klastrowe nie zawsze funkcjonują w tych województwach Polski, w których występują odpowiednio silne skupiska podmiotów przetwórstwa żywności. Oznacza to, że dotychczasowa polityka klastrowa prowadzona w naszym kraju, nie sprzyjała tworzeniu silnych klastrów w sektorze spożywczym, a tym samym wzmocnieniu jego międzynarodowej pozycji konkurencyjnej.

Tabela 5.6. Poziom międzynarodowej konkurencyjności przemysłu spożywczego a specjalizacja klastrów przetwórstwa żywności w krajach UE w 2011 roku

Wyszczególnienie		Poziom specjalizacji klastrów			
		wysoki	średni	niski	bardzo niski
Poziom konkurencyjności	wysoki			– Francja – Niemcy – Holandia	
	średni	– Polska		– Włochy – Belgia – Dania	– Hiszpania – Wielka Brytania
	niski	– Malta – Litwa – Rumunia	– Irlandia – Bułgaria – Węgry – Austria – Luksemburg – Słowacja – Estonia	– Czechy – Grecja – Portugalia – Litwa – Cypr – Słowenia – Finlandia – Szwecja	

Źródło: opracowanie własne na podstawie wykresów 5.2 i 5.5.

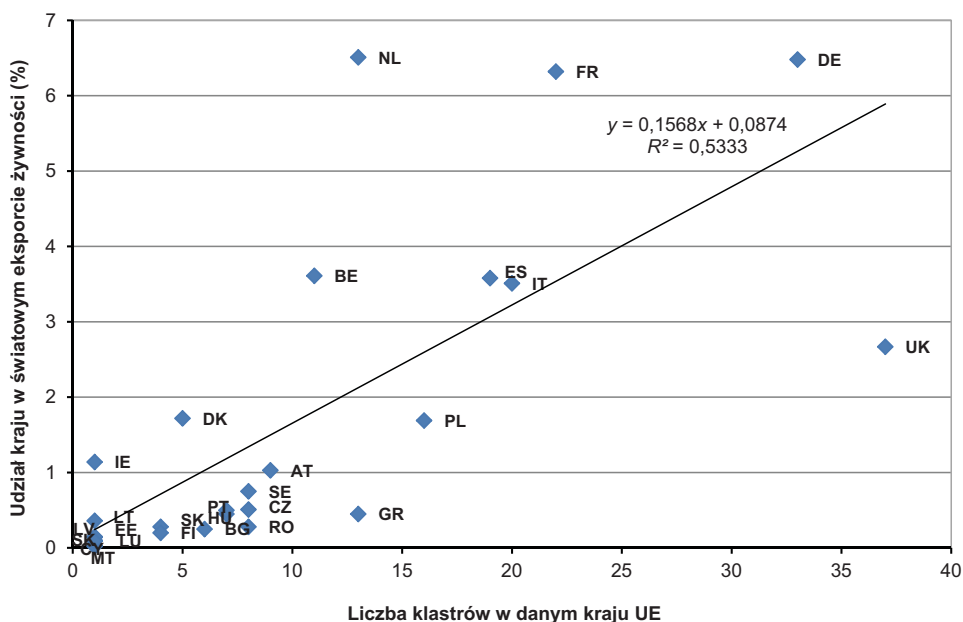
⁷⁴ *A European Network of Excellence for Cluster Management, Matching and Promotion*, OECD Publications, 2007, s. 39.

⁷⁵ S. Figiel, D. Kuberska, J. Kufel, *Klasy i inicjatywy klastrowe w polskim sektorze rolno-żywnościowym*, seria „Program Wieloletni 2011-2014”, Raport nr 48, IERiGŻ-PIB, Warszawa 2012, s. 120-121.

Wnioski płynące z analizy poziomu konkurencyjności i specjalizacji klastrów oraz poziomu konkurencyjności i skupienia klastrów są analogiczne. Dlatego tę cechę klastrów pominięto przy jej interpretacji w aspekcie przemysłu spożywczego.

Rozważając związek między siłą klastrów a międzynarodową konkurencyjnością sektora spożywczego, przeprowadzono także analizę między następującymi zmiennymi: liczbą klastrów przetwórstwa żywności, liczbą punktów nadanych silnym klastrum oraz średnią liczbą gwiazdek przyznanych temu sektorowi w danym kraju. Dokonane obliczenia wskazują, że współczynnik kierunkowy określający zależność między liczbą klastrów a udziałem kraju w światowym eksporcie żywności przyjmuje wielkość dodatnią i jest statystycznie istotny. Badaną zależność cechuje również stosunkowo wysoki współczynnik determinacji (wykres 5.7). Na tej podstawie można uznać, że liczba klastrów w regionie wywiera korzystny wpływ na międzynarodową konkurencyjność przemysłu spożywczego poszczególnych krajów UE. Nie odnotowano natomiast statystycznie istotnej zależności między liczbą punktów nadanych silnym klastrum w danym państwie oraz średnią liczbą gwiazdek przyznanych klastrum w poszczególnych krajach a konkurencyjnością przemysłu spożywczego. Rozpatrując jednak tę zależność według poziomu pozycji konkurencyjnej danego kraju i siłą klastrów mierzoną średnią liczbą gwiazdek, można stwierdzić, że w przypadku krajów, takich jak Polska, Włochy i Francja, istnieje związek między siłą klastrów przetwórstwa żywności a międzynarodową konkurencyjnością przemysłu spożywczego (tab. 5.7).

Wykres 5.7. Liczba klastrów w krajach UE a udział w światowym eksporcie żywności w 2011 roku



Źródło: opracowanie własne na podstawie tab. 5.4 i 5.5.

Tabela 5.7. Poziom międzynarodowej konkurencyjności przemysłu spożywczego a siła klastrów przetwórstwa żywności w krajach UE w 2011 roku

Wyszczególnienie		Poziom siły klastrów (mierzony średnią liczbą gwiazdek)			
		wysoki	średni	niski	bardzo niski
Poziom konkurencyjności	wysoki		– Francja	– Niemcy	– Holandia
	średni	– Polska	– Włochy	– Belgia – Hiszpania – Dania – Wielka Brytania	
	niski	– Litwa – Malta – Irlandia	– Rumunia – Słowacja – Austria – Węgry – Bułgaria – Luksemburg – Estonia	– Czechy – Grecja – Portugalia – Finlandia – Szwecja	– Słowenia – Łotwa – Cypr

Źródło: opracowanie własne na podstawie wykresów 5.4 i 5.5.

Niski lub bardzo niski poziom siły klastrów przetwórstwa żywności w Niemczech i Holandii, wynikający z relatywnie mniejszego znaczenia przemysłu spożywczego w gospodarkach narodowych tych państw, nie był czynnikiem decydującym o pozycji konkurencyjnej na rynkach międzynarodowych. Podobne wnioski, lecz odmiennie kierunkowo, dotyczą Malty, Litwy i Irlandii. Wysoki poziom siły klastrów, w połączeniu z niskim poziomem rozmiaru klastrów w tych krajach, powoduje ich niską międzynarodową pozycję konkurencyjną.

5.4. Podsumowanie

Zmiany zachodzące w sektorze żywnościowym powodują konieczność wypracowania mechanizmów poprawiających skuteczność konkurowania podmiotów gospodarczych funkcjonujących na tym rynku. Złożone relacje społeczno-gospodarcze wymagają wykorzystywania nowoczesnych metod i narzędzi konkurowania opartych nie tylko na potencjale pojedynczych przedsiębiorstw, ale również na potencjale regionów czy państw. To holistyczne podejście implikuje konieczność całościowego ujmowania rzeczywistości. W tym ujęciu poprawę poziomu konkurencyjności przemysłu spożywczego powinno się postrzegać przez pryzmat możliwości tworzenia relacji między organizacjami, klientami, dostawcami, konkurentami, publicznymi i prywatnymi instytucjami badawczymi lub przedsiębiorstwami, nawet pozornie niepowiązanymi, innymi słowy – powiązań występujących w strukturach klastrowych. Ma to kluczowe znaczenie w tych regionach, w których naturalnym kierunkiem rozwoju jest sektor żywnościowy. Przeprowadzona analiza związków przyczynowo-skutkowych między wymiarami oraz siłą klastrów przemysłu spożywczego zidentyfikowanych na krajowym poziomie agregacji państw UE a ich międzynarodową konkurencyjnością pozwala na sformułowanie następujących wniosków:

- koncentracja działalności gospodarczej, mierzona rozmiarem klastrów i ich liczbą w poszczególnych krajach UE, była czynnikiem wpływającym na ich międzynarodową pozycję konkurencyjną, określoną udziałem w światowym eksporcie żywności;
- nie stwierdzono statystycznie istotnych zależności między specjalizacją i skupieniem klastrów w krajach UE a ich międzynarodową konkurencyjnością, co nie oznacza jednak, że takie powiązania nie występują (interesujące byłoby rozszerzenie analizy o inne mierniki pozycji konkurencyjnej);
- klastry przetwórstwa żywności w Polsce charakteryzowały się zarówno średnim poziomem rozmiaru klastrów, jak i średnim poziomem międzynarodowej pozycji konkurencyjnej przemysłu spożywczego;
- biorąc pod uwagę potencjał struktur klastrowych przetwórstwa żywności w Polsce (szczególnie udział klastrów dwu- i trzygwiazdkowych), można stwierdzić, że istnieje możliwość do wykorzystania zasób ich rozwoju, sprzyjający dalszej poprawie konkurencyjności przemysłu spożywczego.

6. Wzrost konkurencyjności przedsiębiorstw przemysłu spożywczego poprzez doskonalenie działań w obszarze zarządzania wiedzą⁷⁶

6.1. Wstęp

Badając najbardziej konkurencyjne gałęzie polskiej gospodarki w okresie po akcesji do Unii Europejskiej, trudno nie zauważyć permanentnie rozwijającego się przemysłu spożywczego, który jako składnik europejskiego przemysłu spożywczego zaczyna stanowić o jego sile. Przemysł spożywczy w Polsce, podobnie jak w Europie, jest jednym z najważniejszych i najszybciej rozwijających się działów gospodarki. Posiada znaczący udział w wartości sprzedanej przemysłu ogółem, corocznie generuje wysoką nadwyżkę w handlu zagranicznym, w produkcji zużywa najwyższej jakości surowce, poziom technologiczny przetwórstwa można uznać za jeden z najnowocześniejszych, a polska żywność zdobywa coraz lepszą pozycję na świecie. Wstąpienie Polski do Unii Europejskiej pozwoliło jej zająć miejsce wśród niewielu państw Wspólnoty, które są eksporterami netto żywności. Osiągnięcia producentów żywności są wynikiem współpracy producentów rolnych i przetwórców, ale za sukcesem eksportowym stoi przede wszystkim zmodernizowany sektor przetwórczy⁷⁷, który pod względem nowoczesności i progresywności rozwoju w wielu branżach dystansuje wysoko rozwinięte kraje Unii Europejskiej.

Wyniki finansowe polskiego przemysłu spożywczego należy postrzegać jako dobre, chociaż trudno uznać je za spektakularnie wysokie. Obiektywne spojrzenie na ich poziomy i relacje w stosunku do najlepiej rozwiniętych państw Europy Zachodniej pozycjonuje nasz przemysł spożywczy z pewnością wśród liczących się na europejskiej arenie międzynarodowej. Specyfiką polskiego przemysłu spożywczego jest natomiast wysoki poziom zatrudnienia, który niestety nie skutkuje wysoką wydajnością i wytworzoną wartością dodaną, gdyż są one o wiele niższe niż w krajach „piętnastki”. Pomimo zadowalających wyników finansowych i eksportowych polskie przedsiębiorstwa przemysłu spożywczego wciąż poddawane są procesom modernizacji, konsolidacji i unowocześniania, ponieważ aby sprostać konkurencji na rynku unijnym, należy wypracować inne przewagi niż tylko te w dziedzinie kosztów pracy i surowców, które zostały dotychczas osiągnięte. Wśród tych procesów niebagatelne znaczenie mają działania doskonalące zarządzanie, w tym wzmacniające w przedsiębiorstwach zarządzanie wiedzą.

⁷⁶ Badania z tego zakresu zostały zrealizowane ze środków Grantu Narodowego Centrum Nauki Nr 2011/01/B/HS4/06302 pt. „Transfer wiedzy i dyfuzja innowacji, jako źródło konkurencyjności przedsiębiorstw przemysłu spożywczego w Polsce”.

⁷⁷ Już na początku okresu po przystąpieniu do Unii Europejskiej R. Urban zauważył, że przemiany strukturalne zachodzące w polskiej gospodarce wymusiły modernizację potencjału wytwórczego przemysłu spożywczego, a inwestycje o wartości ponad 15 mld euro z dużym udziałem kapitału zagranicznego przyczyniły się do gruntownej modernizacji procesów komponowania i konfekcjonowania żywności. Por. R. Urban, *Polski przemysł spożywczy w Unii Europejskiej – konkurencyjność i szanse rozwojowe*, op. cit.

6.2. Cel, metody badawcze i faktografia

Celem przeprowadzonych badań było określenie możliwości wzrostu konkurencyjności przedsiębiorstw przemysłu spożywczego poprzez doskonalenie zarządzania. Szczegółowy przegląd literatury w obszarze agroekonomii wskazuje na istnienie wielu czynników konkurencyjności. Ł. Ambroziak w sposób syntetyczny podaje, że do czynników wewnętrznych i zewnętrznych mających wpływ na poprawę pozycji konkurencyjnej nowych państw członkowskich można zaliczyć:

- członkostwo w UE (pełną liberalizację obrotów handlowych wewnątrz Unii Europejskiej, jako efekt kreacji i przesunięcia oraz dostęp do dużego unijnego rynku zbytu);
- wsparcie środkami unijnymi;
- niższe ceny oferowanych produktów;
- wzrost zaufania do produktów żywnościowych z nowych państw członkowskich, jako dobrych jakościowo;
- zmiany strukturalne w rolnictwie i przemyśle spożywczym w okresie transformacji rynkowej oraz modernizacja związana z napływem bezpośrednich inwestycji zagranicznych (BIZ);
- wzrost zaangażowania korporacji transnarodowych;
- rozwój sieci handlowych⁷⁸.

Z kolei w innych badaniach dotyczących spółek należących do sektora spożywczego Warszawskiej Giełdy Papierów Wartościowych, zawierających teoretyczne i analityczne rozważania na temat nowoczesnych paradygmatów zarządzania, stwierdzono, że zarządzanie jest elementem poprawiającym funkcjonowanie spółek przemysłu spożywczego. Podpierając się teorią ewolucji i stanem obecnym paradygmatów zarządzania, przedstawiono je w aspekcie zarządzania przedsiębiorstwami przemysłu spożywczego ogółem i zaprezentowano poziom ich praktycznej realizacji w procesie funkcjonowania firm. Zauważono, że właściwe zarządzanie wpływa wymiennie na podnoszenie wartości przedsiębiorstw i zajmowanie przez nie coraz lepszej pozycji rynkowej. Analiza działań podejmowanych w obszarze zarządzania potwierdziła, że badane firmy są mocno zainteresowane realizacją wszelkiego rodzaju działań skutecznie podnoszących ich wartość rynkową, śledzą na bieżąco badania naukowe, zachowania konkurencji i starają się przy ich pomocy realizować zamierzone cele⁷⁹.

Uwzględniając powyższe, listę wewnętrznych i zewnętrznych czynników, mających wpływ na poprawę pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstw przemysłu spożywczego, rozszerzono o czynnik zarządzania. W niniejszym opracowaniu zbadano, czy nowoczesnie funkcjonujące firmy spożywcze są zainteresowane doskonaleniem sto-

⁷⁸ Ł. Ambroziak, *Ocena pozycji konkurencyjnej nowych państw członkowskich UE w handlu zagranicznym produktami rolno-spożywczymi*, prezentacja na seminarium IERiGŻ-PIB, Warszawa, 22.11.2013 r.

⁷⁹ K. Firlej, A. Bargiel, *Nowoczesne paradygmaty zarządzania, jako element podnoszenia wartości spółek przemysłu spożywczego*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie” 2014, nr 1, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie (w druku).

sowanych systemów zarządzania, struktury organizacyjnej i czy przeznaczają na ten cel odpowiednie środki finansowe.

W zaplanowanych badaniach operat badawczy obejmował ogół przedsiębiorstw przemysłu spożywczego w Polsce. W operacie losowym, czyli kompletnym wykazie jednostek badanej populacji, uwzględniono natomiast przedsiębiorstwa wpisane do rejestru REGON na dzień 30.10.2012 r., które zgodnie z Polską Klasyfikacją Działalności Gospodarczej (PKD 2007) zaliczone zostały do Sekcji C – Przetwórstwo przemysłowe, Dział 10 – Produkcja artykułów spożywczych, Dział 11 – Produkcja napojów oraz Dział 12 – Produkcja wyrobów tytoniowych. W celu otrzymania reprezentatywnej próby jednostek populacji zastosowano probabilistyczną (losową) technikę wyboru próby, a jako narzędzie badawcze użyto kwestionariuszy ankietowych. W ramach losowej techniki wyboru próby przeprowadzono losowanie proste indywidualne zależne (bezwrotne). Zastosowany schemat losowania oraz dostatecznie duża wielkość próby miały zapewnić jej reprezentatywność. W związku z tym wnioski wyciągnięte na jej podstawie można odnieść do całej badanej populacji. Stosując wzór na minimalną liczebność próby ustalono, że badaniu musi podlegać 267 przedsiębiorstw (przy populacji wynoszącej 33 662 podmiotów gospodarczych).

W oparciu o dokonane obliczenia badaniami objęto 330 przedsiębiorstw przemysłu spożywczego, które wytypowane zostały przy zastosowaniu probabilistycznej techniki wyboru próby. Na podstawie przeprowadzanych ankiet wybrano 267 poprawnie wypełnionych kwestionariuszy, które posłużyły do opracowania wyników badań. Ankieta została zrealizowana (w drodze wywiadu bezpośredniego lub telefonicznego) w okresie pięciu miesięcy, tj. od 1 listopada 2012 roku do 31 marca 2013 roku przez pracowników Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie. Odpowiedzi dotyczące sytuacji firm w latach 2006-2011 udzielali menedżerowie lub właściciele firm.

W pierwszej kolejności zbadano czas funkcjonowania badanych przedsiębiorstw przemysłu spożywczego, z których najwięcej (30,7%) podało, że działa na rynku co najmniej 20 lat, a najmniej (12,8%) – do 5 lat. Wśród respondentów 20,2% podało, że ich przedsiębiorstwa funkcjonują na rynku od 11 do 15 lat. Taka sama ilość przedsiębiorców wskazała na przedział 16-20 lat, a 16,1% przedsiębiorstw funkcjonowało na rynku od 6 do 10 lat. Zbadano także strukturę badanej populacji przedsiębiorstw według rynku, na jakim funkcjonują, i stwierdzono, że dla nieco ponad 65% przedsiębiorstw miejscem działalności jest miasto, a dla prawie 35% wieś. Według kryterium liczby mieszkańców najwięcej firm (40,1%) funkcjonuje w miejscowościach poniżej 5 tys., najmniej zaś (3,0%) w miejscowościach liczących od 50 tys. do 100 tys. mieszkańców. Obszarem działalności jest na ogół województwo (29%) lub obszar całej Polski (22,1%). Dla ponad 35% badanych przedsiębiorstw rynkiem zbytu jest gmina i powiat, a 13,9% z nich wskazało, że sprzedaje produkty na rynku międzynarodowym.

Interesująca okazała się także struktura własności badanych przedsiębiorstw, w gronie których przeważały firmy należące do sektora prywatnego (95,1%), a wśród nich należące do krajowego sektora prywatnego (87,6%). Najmniej firm należało do Skarbu Państwa (0,75%). Z punktu widzenia formy organizacyjno-prawnej, najbardziej

liczną grupę stanowiły przedsiębiorstwa zarejestrowane jako spółki cywilne (22,5%) lub spółki z ograniczoną odpowiedzialnością (22,5%). Najmniej popularną formą organizacyjno-prawną była spółka komandytowa – w tej formie funkcjonowało jedynie 0,8% badanych przedsiębiorstw. Formę spółki akcyjnej obrało 15% firm, a 13,1% wskazało na spółkę jawną. Zaledwie 5,6% respondentów prowadziło swoją działalność w formie spółdzielni, a ponad 20% z nich w innej formie.

W badaniach uczestniczyły przedsiębiorstwa zaliczane do wielu branż przemysłu spożywczego. Najwięcej z nich (24%) pochodziło z branży owocowo-warzywnej, następnie cukierniczej (20,2%), mięsnej (19,1%), młeczarskiej (9,7%), pieczywa cukierniczego (6%) oraz piekarskiej (4,1%). Pojedynczy respondenci wskazali na branżę tytoniową, rybną, przetwórstwa kawy i herbaty, spirytusową, młynarską i paszową. Konkretniej branży nie podało 13,9% respondentów.

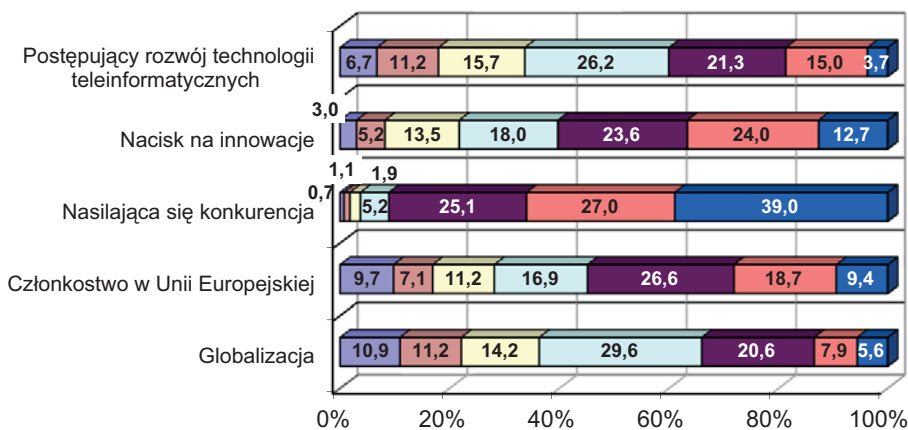
6.3. Doskonalenie zarządzania wiedzą w przedsiębiorstwach przemysłu spożywczego na tle wyników przeprowadzonych badań

Przedsiębiorstwa przemysłu spożywczego funkcjonują w otoczeniu, które w większym lub mniejszym stopniu oddziałuje na ich działalność, w tym na ich efektywność. Otoczenie przedsiębiorstwa można podzielić na: otoczenie dalsze (makrootoczenie) i otoczenie bliższe (mikrootoczenie). Makrootoczenie przedsiębiorstwa jest ważnym elementem, który wpływa zarówno na aktualną, jak i przyszłą sytuację firmy. W badaniu podjęto próbę określenia procesów zachodzących w gospodarce, które oddziałują na przedsiębiorstwa przemysłu spożywczego (wykres 6.1). Przeprowadzone badania wykazały, że przedsiębiorcy mając do wyboru przedstawione kryteria różnie ocenili ich wagę w oddziaływaniu na funkcjonowanie swoich firm. Na pierwszy plan wysunęli kwestię nasilającej się konkurencji rynkowej występującej na unijnym rynku (39%), następnie położyli nacisk na innowacje, które uważali za konieczne do wdrożenia (12%). Podobnie ocenili dziesięcioletni staż członkowski Polski w Unii Europejskiej, który spowodował w branży zmianę kierunku myślenia z eurosceptycyzmu na eurooptymizm (9,4%) oraz wpływ procesów globalizacji (5,6%) i wdrażanie wszelkiego rodzaju technologii teleinformatycznych (3,7%). Z odpowiedzi respondentów trudno ocenić chęć wydatkowania przez nich znaczących środków na zakup i wdrażanie tego rodzaju systemów, niemniej jednak kilka badanych firm poczyniło już pierwsze kroki w tym kierunku. Z pewnością po osiągnięciu przez nie wymiernych korzyści w postaci nie tylko lepszych wyników finansowych, ale także unowocześnienia produkcji, technologiami takimi zainteresują się inne firmy.

Rozpatrując z kolei najmniejsze zainteresowanie w zakresie oddziaływania procesów o charakterze rynkowym na badane przedsiębiorstwa przemysłu spożywczego, respondenci wskazali, że nie są zainteresowani zachodzącymi w gospodarce procesami globalizacji (10,9%), tłumacząc to brakiem bliższych związków pomiędzy nimi a ich działalnością. Część z nich (9,7%) nie zauważyła pozytywnego związku pomiędzy funkcjonowaniem firm a członkostwem naszego kraju w Unii Europejskiej, a inni nie widzieli wpływu postępującego rozwoju technologii teleinformatycznych (6,7%), gdyż

uważali, że aktualnie posiadane przez nich technologie są wystarczające. Niewielka grupa respondentów nie widziała w ogóle potrzeby wprowadzania jakichkolwiek innowacji (3%), a oddziaływanie konkurencji rynkowej uważała za prawie nieistotne (0,7%). Oceniając wpływ procesów zachodzących w gospodarce na funkcjonowanie przedsiębiorstw przemysłu spożywczego, należy podkreślić, że coraz bardziej zauważalne jest nowoczesne podejście przedsiębiorców do wykorzystywania pojawiających się szans o charakterze modernizacyjnym, organizacyjnym, czy też wynikających z konieczności wdrażania nowoczesnych technologii, nowości informacyjnych oraz korzystania z nowoczesnych systemów zarządzania.

Wykres 6.1. Stopień oddziaływania procesów o charakterze rynkowym zachodzących w gospodarce na badane przedsiębiorstwa przemysłu spożywczego



■ zdecydowanie nie ■ nie ■ raczej nie ■ nie mam zdania ■ raczej tak ■ tak ■ zdecydowanie tak

Źródło: badania własne.

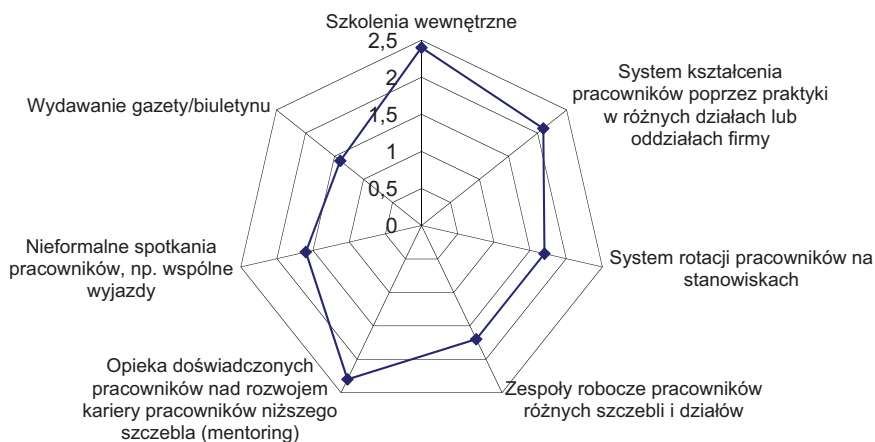
W ostatnich latach coraz więcej ekonomistów zaczyna zwracać uwagę na koncepcję zarządzania wiedzą, która zyskała niebywały rozgłos, przez co stała się jedną z popularniejszych w naukach o zarządzaniu. Koncepcja zarządzania wiedzą wskazuje na możliwość kreacji, konstruowania, propagowania i wykorzystywania wiedzy w organizacji. Zarządzanie zajmuje się przekształcaniem wiedzy o celach, zasobach rzeczowych i finansowych, otoczeniu oraz o sposobach pomiaru i wpływania na cechy ilościowe i jakościowe zasobów i otoczenia w taki sposób, aby osiągnąć sukces i zwiększyć przewagę konkurencyjną⁸⁰. W definicji zarządzania wiedzą stwierdzono, że jest to systemowo uporządkowany, zintegrowany zbiór działań (procesów), ukierunkowanych na

⁸⁰ K. Firlej, *Zarządzanie wiedzą warunkiem rozwoju przedsiębiorstw przemysłu spożywczego*, [w:] A. Glińska-Noweś (red.), *Zarządzanie organizacjami w gospodarce opartej na wiedzy. Zasobowe podstawy funkcjonowania i rozwoju organizacji*, Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu i Towarzystwo Naukowe Organizacji i Kierownictwa Oddział Toruń, Toruń 2008, s. 121-133.

uzyskiwanie, gromadzenie, przetwarzanie i wskazywanie informacji (wiedzy) przydatnych do optymalnej realizacji szeroko rozumianych procesów decyzyjnych⁸¹.

Jakość i efektywność funkcjonowania przedsiębiorstw jest skutkiem wykorzystania posiadanych zasobów wiedzy, przez co ich menedżerowie traktują ją jako bardzo istotny czynnik rozwoju i wzrostu. P. Drucker podkreśla, że prawdziwa moc to wiedza o wiedzy, to dążenie do mądrości, którą należy traktować jako zasób i należy zarządzać nią w sposób skuteczny i efektywny⁸². Analizując i oceniając przydatność działań wspomagających pozyskiwanie i przekazywanie wiedzy realizowane przez badane przedsiębiorstwa w latach 2006-2011, zapytano respondentów o następujące kwestie: sposób, częstotliwość i jakość przeprowadzania szkoleń wewnętrznych; aktualnie obowiązujący w przedsiębiorstwie system kształcenia i rekonwersji pracowników; system rotacji pracowników na stanowiskach; poziom wyszkolenia, zadowolenia i efektywności pracy zespołów roboczych pracowników różnych szczebli i działów; jakość i skuteczność opieki doświadczonych pracowników nad rozwojem kariery pracowników niższego szczebla (tzw. *mentoring*); nieformalne spotkania pracowników (np. wspólne wyjazdy); wydawanie gazety/biuletynu.

Wykres 6.2. Ocena przydatności działań wspomagających pozyskiwanie i przekazywanie wiedzy realizowane przez badane przedsiębiorstwa przemysłu spożywczego



Źródło: badania własne.

Respondenci posługiwali się oceną w przedziale 0-2,5, gdzie najgorszą była 0, a najlepszą 2,5 (wykres 6.2). Spośród wymienionych działań najlepiej zostały ocenione szkolenia wewnętrzne (średnia ocena 2,4) oraz opieka doświadczonych pracowników nad rozwojem kariery pracowników niższego szczebla (średnia ocena 2,3). Bardzo

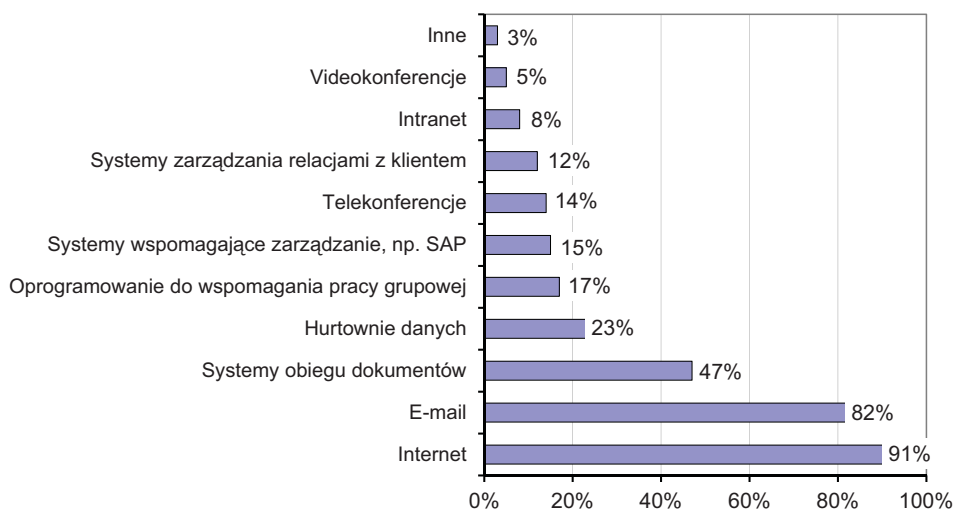
⁸¹ W. Kotarba (red.), *Ochrona wiedzy a kapitał intelektualny organizacji*, PWE, Warszawa 2006, s. 27.

⁸² R. Borowiecki, M. Kweciński (red.), *Informacja i wiedza w zintegrowanym systemie zarządzania*, Kantor Wydawniczy ZAKAMYCZE, Kraków 2004, s. 36.

pozytywnie respondenci wypowiedzieli się na temat stosowanego w przedsiębiorstwie systemu kształcenia i rekonwersji pracowników poprzez praktyki w różnych działach lub oddziałach firmy (2,1), uważając je za bardzo przydatne w poszerzaniu ogólnej wiedzy. Nieco słabiej zostały ocenione: system rotacji pracowników na stanowiskach (1,7), który nie zawsze był możliwy, szczególnie w małych firmach, oraz praca zespołów roboczych pracowników różnych szczebli i działów (1,7), która nie zawsze była podejmowana, ze względu na brak takiej potrzeby, i nieformalne spotkania pracowników, nie zawsze przynoszące zamierzony skutek (1,6). Bardzo słabo respondenci ocenili wydawanie gazety/biuletynu (1,4), gdyż tego rodzaju wydawnictwa ukazują się zwykle w dużych przedsiębiorstwach. Reasumując, wyniki przeprowadzonych badań na temat pozyskiwania i praktycznego wykorzystania zasobów wiedzy w firmach spożywczych upoważniają do stwierdzenia, że zasoby wiedzy stanowią obecnie jeden z najwartościowszych zasobów przedsiębiorstwa, który wzmacnia nie tylko kapitał ludzki, ale modyfikuje także obowiązujący model biznesu, implementując do niego najlepsze nowości i trendy rynkowe.

W celu pozyskania informacji, jakie systemy i narzędzia są wykorzystywane przez badane przedsiębiorstwa przemysłu spożywczego, sporządzono listę aktualnego instrumentarium tego rodzaju środków i stwierdzono, że najczęściej wykorzystywany jest Internet (91%) oraz poczta elektroniczna – e-mail (82%) (wykres 6.3). Jako trzeci, najczęściej stosowany instrument, wymieniono system obiegu dokumentów (47%) oraz hurtownie danych (23%). Rzadko wykorzystywane były: oprogramowanie do wspomagania pracy grupowej (17%), systemy wspomagające zarządzanie (15%), telekonferencje (14%) i systemy zarządzania relacjami z klientem (12%). Najrzadziej wykorzystywanymi środkami przekazu były intranet (8%) i wideokonferencje (5%).

Wykres 6.3. Systemy i narzędzia wykorzystywane przez badane przedsiębiorstwa przemysłu spożywczego



Źródło: badania własne.

Efektywność przedsiębiorstwa zależy m.in. od poziomu jego innowacyjności, z tego względu menedżerowie badanych firm uważali, że aby dostosować się do zmieniających się warunków otoczenia i obowiązujących trendów, należy je implementować, szczególnie w obszarze wprowadzania na rynek nowych produktów i usług, które niejednokrotnie w sposób niekonwencjonalny zaspokajają potrzeby i wymagania klientów. Wielu z nich uważało innowacyjność za główny element wzrostu efektywności przedsiębiorstwa. Pytając ich, czy postrzegają firmę jako innowacyjną, 68,5% uznało ją za taką, a prawie jedna trzecia z nich (31,5%) była przeciwnego zdania (tab. 6.1). Pozytywne wypowiedzi argumentowano wprowadzaniem nowoczesnego parku maszynowego, zakupem nowoczesnych linii produkcyjnych, stosowaniem nowych i modnych receptur oraz korzystaniem z nowości w obszarze nowoczesnych systemów komunikacji. Z kolei negatywne wypowiedzi respondentów były podparte twierdzeniem, że w ich firmach stosowane są wystarczająco nowoczesne systemy produkcji i zarządzania, które nie są zbyt innowacyjne, niemniej jednak wystarczające i zgodne z obowiązującymi standardami. W przypadku aż 61,8% firm dokonano w badanym okresie zmian i unowocześnienia parku maszynowego, a w 27,3% firm wprowadzono nowoczesne systemy zarządzania. Prawie 33% badanych przedsiębiorstw posiadało strategię rozwoju przedsiębiorstwa w formie dokumentu, co świadczy o ich perspektywicznym spojrzeniu na działalność. Zmianie uległo także spojrzenie na temat posiadania przez firmy certyfikatów jakości. Ponad 34% badanych firm wprowadziło nowoczesne systemy jakości, co świadczy o ich dążeniu do zajęcia prestiżowej pozycji na konkurencyjnym rynku.

Tabela 6.1. Opinie respondentów na temat innowacyjności firmy oraz wykonywanych działań wzmacniających doskonalenie zarządzania

Pytanie	Udział odpowiedzi w proc.	
	tak	nie
Czy postrzegacie Państwo firmę jako innowacyjną?	68,5	31,5
Czy w Państwa firmie zmieniono w ostatnich latach park maszynowy?	61,8	38,2
Czy w Państwa firmie wprowadzono nowoczesne systemy zarządzania?	27,3	72,7
Czy w Państwa firmie wprowadzono nowoczesne systemy jakości?	34,1	65,9

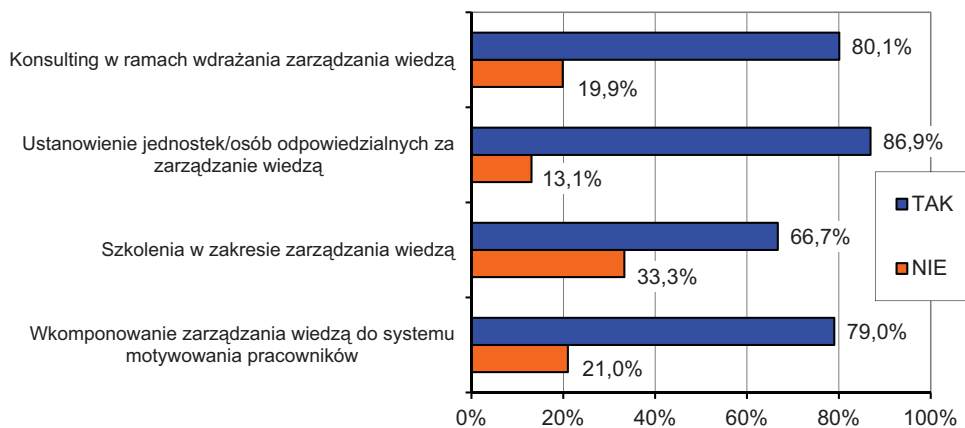
Źródło: badania własne.

Na wykresie 6.4 przedstawiono wyniki badań na temat realizacji działań inwestycyjnych w obszarze zarządzania wiedzą, które zostały przeprowadzone w przedsiębiorstwach przemysłu spożywczego w latach 2006-2011. Pierwsze z pytań dotyczyło skorzystania z działań o charakterze konsultingowym, wspierających wdrażanie elementów zarządzania wiedzą. Zdecydowana większość z badanych korzystała z działań doradczych (80,1%), uważając, że jest to najprostsza droga do osiągnięcia sukcesu w tym obszarze. Coraz większa grupa respondentów tłumaczyła to efektywnością tego rodzaju działań i osiągnięciem z tytułu ich implementacji wymiernych korzyści. Niestety, co piąty z respondentów nie widział potrzeby i nie korzystał z tego rodzaju usług (19,9%).

Z przeprowadzonych ankiet wynika, że zdaniem respondentów posiadają oni wystarczającą wiedzę w zakresie prowadzonej działalności gospodarczej, a korzystanie z usług konsultingowych naraziłoby firmę na poniesienie dodatkowych kosztów. Pytając z kolei, czy firma zamierza w przyszłości korzystać z usług konsultingowych, prawie wszyscy respondenci wykazali nimi duże zainteresowanie.

Podobne wyniki uzyskano w przypadku propozycji ustanowienia jednostek lub osób, które w sposób profesjonalny zajmowałyby się wdrażaniem w przedsiębiorstwach elementów zarządzania wiedzą lub byłyby za to zadanie odpowiedzialne. Duża grupa respondentów potwierdziła w badanych latach ustanowienie takich jednostek lub osób (86,9%), a tylko niewielu z nich odpowiedziało przecząco (13,1%). Około 2/3 badanych (66,7%) przeprowadziło szkolenia w zakresie zarządzania wiedzą i w dalszym ciągu było nimi zainteresowanych, widząc potrzebę podnoszenia kwalifikacji, kompetencji i umiejętności swoich pracowników. Pozostali (33,3%) stwierdzili, że na chwilę obecną nie widzą potrzeby przeprowadzania tego rodzaju szkoleń, jednocześnie zaznaczając, że ich personel nie wymaga doszkalania, gdyż wystarczająco dobrze wykonuje swoje obowiązki. W ostatnich latach firmy próbowały też wkomponowywać zarządzanie wiedzą do systemu motywowania pracowników, uważając je za element wzmacniający potencjał rozwojowy. Badane firmy dość często wskazywały na te działania (79%), a tylko co piąta z nich nie widziała takiej potrzeby (21%).

Wykres 6.4. Działalność inwestycyjna w zakresie wdrażania elementów zarządzania wiedzą w badanych przedsiębiorstwach przemysłu spożywczego

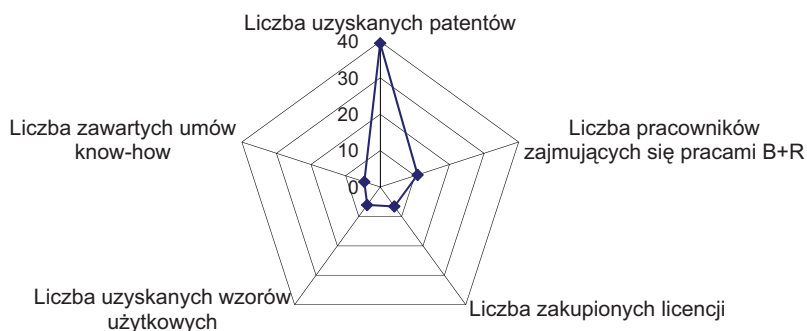


Źródło: badania własne.

Bardzo interesująco w poddanych analizie przedsiębiorstwach przemysłu spożywczego wypadły wybrane charakterystyki działalności badawczo-rozwojowej (B+R). Na wykresie 6.5 zostały one zestawione dla jednostek, które zadeklarowały prowadzenie takiej działalności. Okazało się, że przedsiębiorstwa pozyskujące patenty uzyskały ich średnio 39,5. Średnia liczba pracowników zajmujących się pracami B+R w przedsiębiorstwach deklarujących zatrudnienie takich pracowników wynosiła 10,8 osób

(wykres 6.5). Przedsiębiorstwa zakupiły też średnio 6,6 licencji, a wzory użytkowe uzyskało średnio 6,1 firm. Dobrze wypadły działania w obszarze zawierania umów know-how, gdyż na jedną firmę przypadało zawarcie 4,6 takich umów.

Wykres 6.5. Działalność B+R w badanych przedsiębiorstwach przemysłu spożywczego – wybrane charakterystyki (wartość średnia dla przedsiębiorstw, które zadeklarowały prowadzenie takiej działalności)

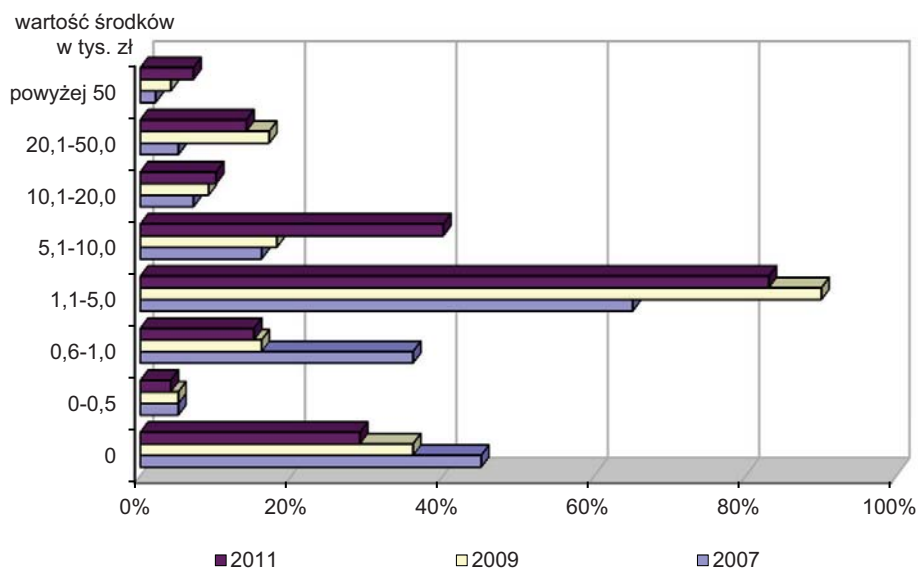


Źródło: badania własne.

Dla zobrazowania zainteresowania menedżerów firm podnoszeniem konkurencyjności przedsiębiorstw przemysłu spożywczego poprzez doskonalenie zarządzania wiedzą zapytano ich, jakie środki finansowe przeznaczyci na zarządzanie wiedzą w przyjętych i z góry określonych przedziałach kwotowych w latach 2007-2011 (wykres 6.6). Wyniki przeprowadzonych badań nie są może zbyt optymistyczne, ale potwierdzają, że najnowocześniejsze przedsiębiorstwa, szczególnie duże, permanentnie inwestują w tego rodzaju działania, uważając je za niezbędny czynnik warunkujący rozwój. Dane z 2007 roku wskazują, że ponad połowa badanych przedsiębiorstw przemysłu spożywczego (50,9%) wyasygnowała środki pieniężne na zarządzanie wiedzą, co było kontynuowane w następnych latach, przy czym procent firm przeznaczających środki na ten cel zwiększał się i w 2011 roku wyniósł 64,8%. Zauważalny był systematyczny wzrost liczby przedsiębiorstw, które zaczęły z tego tytułu odnosić wymierne korzyści i coraz chętniej przeznaczać swoje fundusze na tego typu przedsięwzięcia. Istotna okazała się także kwota inwestowanych środków finansowych w zarządzanie wiedzą, która wśród badanych firm okazała się znacząco różna. Wśród badanych najczęściej przeznaczało na ten cel kwotę w przedziale od 1 do 5 tys. zł. Wynik ten dotyczył w 2007 roku 24,3%, a w 2011 roku 31,1% ogółu firm, co świadczy o wyraźnym wzroście zainteresowania tego rodzaju działaniem. Firm, które przeznaczały na inwestycje w zarządzanie wiedzą kwoty przekraczające 50 tys. zł nie było wiele, ale odsetek takich przedsiębiorstw zwiększył się w tym okresie z 0,7% do 2,6%. Należy też zauważyć, że w latach 2007-2011 liczba podmiotów deklarujących inwestowanie w zarządzanie wiedzą funduszy w wysokości do 1 tys. zł wyraźnie się zmniejszyła. Dokonując ogólnej analizy średniego

poziomu środków finansowych przeznaczanych na zarządzanie wiedzą w latach 2007-2011 w przedsiębiorstwach przemysłu spożywczego realizujących działania z tego zakresu, należy podkreślić permanentny wzrost średnich rocznych wydatków na ten cel (poza rokiem 2010).

Wykres 6.6. Odsetek badanych przedsiębiorstw przemysłu spożywczego wydatkujących środki finansowe na zarządzanie wiedzą w przyjętych przedziałach kwotowych^a



^a ze względu na brak kompletnego materiału badawczego za 2006 rok wykres dotyczy lat 2007-2011
Źródło: badania własne.

Wzrost wydatków na działania związane z zarządzaniem wiedzą wskazuje na rosnące zainteresowanie przedsiębiorstw przemysłu spożywczego takimi działaniami, a także na coraz większą świadomość kadry menedżerskiej celowości tych działań oraz osiąganych z tego tytułu korzyści. Tezę tę potwierdza fakt, że w kolejnych latach badanego okresu coraz mniej przedsiębiorstw deklarowało, że w ogóle nie przeznaczało środków pieniężnych na zarządzanie wiedzą. W 2007 roku odsetek takich podmiotów wśród badanych przedsiębiorstw wyniósł 49,1%, a w 2011 roku tylko 35,2%.

6.4. Konkluzje

Analizując wyniki przeprowadzonych badań, można stwierdzić, że działania wzmacniające w przedsiębiorstwach zarządzanie wiedzą można uznać za stymulantę funkcjonowania przedsiębiorstw przemysłu spożywczego w warunkach gospodarki rynkowej. Działania te pomagają menedżerom podnosić konkurencyjność oraz osiągać coraz lepszą pozycję rynkową. Przeprowadzone badania dowiodły, że:

- procesy o charakterze rynkowym zachodzące w gospodarce miały decydujący wpływ na funkcjonowanie badanych przedsiębiorstw przemysłu spożywczego, a jako najważniejszy z nich należy traktować proces nasilającej się konkurencji, wynikający z coraz większego zainteresowania produkcją żywności nie tylko w kraju, ale i na arenie międzynarodowej;
- wiedza, informacja oraz ich jakość i aktualność są dla przedsiębiorstw czynnikami wzmacniającymi konkurencyjność, co potwierdzają menedżerowie badanych firm swoimi działaniami, takimi jak: szkolenia wewnętrzne, opieka doświadczonych pracowników nad rozwojem kariery pracowników niższego szczebla, system kształcenia i rekonwersji pracowników;
- przedsiębiorstwa przemysłu spożywczego coraz częściej korzystają z nowoczesnych form komunikacji, a najczęściej wykorzystywane są: Internet, poczta elektroniczna, nowoczesne systemy obiegu dokumentów oraz hurtownie danych;
- w badanym okresie wzrosły możliwości korzystania z usług o charakterze konsultingowym, wspierających wdrażanie poszczególnych elementów zarządzania wiedzą, takich jak: korzystanie z działań doradczych i konsultingowych, prowadzenie szkoleń w zakresie zarządzania wiedzą, tworzenie jednostek lub zatrudnianie osób, które w sposób profesjonalny zajmowałyby się wdrażaniem w przedsiębiorstwach elementów zarządzania wiedzą lub byłyby za to zadanie odpowiedzialne;
- coraz szerzej rozwijana jest działalność badawczo-rozwojowa, polegająca na uzyskiwaniu patentów, zatrudnianiu pracowników zajmujących się pracami B+R oraz zakupie licencji;
- w badanym okresie wzrósł średni poziom środków finansowych przeznaczanych na zarządzanie wiedzą, a także systematycznie wzrastała liczba przedsiębiorstw, które zaczęły z tego tytułu odnosić wymierne korzyści.

Reasumując, należy podkreślić, że firmy przemysłu spożywczego blisko dziesięć lat po wstąpieniu do Unii Europejskiej funkcjonują w nowych, odmiennych warunkach. W dobie postępującej globalizacji dobrze wykorzystują czynniki wzmacniające ich pozycję rynkową, a w procesie podnoszenia swojej konkurencyjności wykorzystują między innymi zarządzanie wiedzą. Zdobyte doświadczenie, modyfikacja i reorganizacja posiadanych struktur organizacyjnych oraz wprowadzanie nowoczesnych systemów zarządzania z pewnością skutkować będzie osiągnięciem przez nie sukcesu biznesowego i wysokim pozycjonowaniem firm na rynku.

Aneks statystyczny

Autorzy:

mgr Jadwiga Drożdż

mgr Agnieszka Judzińska

mgr Mirosława Tereszczuk

Aneks 2.1. Porównanie średnich cen producenta podstawowych grup artykułów spożywczych pochodzenia zwierzęcego w Polsce i w Niemczech

Grupy produktów	Cena w Niemczech				Cena w Polsce	
	euro/kg		zł/kg ^a		2002	2011
	2002	2011	2002	2011	zł/kg	zł/kg
Mięso wołowe świeże lub schłodzone	2,06	3,15	7,94	12,97	6,49	11,77
Pozostałe mięso wołowe w kawałkach	2,35	3,69	9,05	15,20	7,52	14,61
Mięso wieprzowe świeże lub schłodzone	1,58	1,67	6,08	6,88	7,24	7,31
Szynki i części z szynki (wieprzowe)	1,80	2,05	6,96	8,44	7,57	9,78
Inne mięso wieprzowe	1,77	1,83	6,82	7,54	7,24	8,40
Mięso z kurczaka, tuszki	1,81	1,98	6,98	8,16	3,93	5,40
Przetwory z mięsa czerwonego (kiełbasy)	4,20	4,43	16,21	18,25	8,07	10,75
Przetwory z mięsa czerwonego (szynki)	4,54	2,90	17,50	11,94	11,80	13,48
Przetwory drobiowe	3,58	3,88	13,80	15,98	7,30	8,52
Filety z ryb mrożonych	3,73	3,05	14,39	12,56	11,58	18,76
Przetwory rybne	3,06	3,00	11,80	12,36	7,43	11,14
Mleko spożywcze o zawartości tłuszczu do 1% ^b	0,20	0,34	0,78	1,40	0,73	1,09
Mleko spożywcze o zawartości tłuszczu 1-6% ^b	0,42	0,46	1,62	1,89	1,12	1,81
Śmietana ^b	1,50	1,64	5,78	6,75	4,23	6,31
Masło	3,04	3,78	11,72	15,57	8,02	15,10
Sery świeże	1,86	1,67	7,18	6,88	6,70	8,24
Sery dojrzewające	3,28	3,10	12,63	12,77	9,67	13,96

^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, 2012.

Aneks 2.2. Porównanie średnich cen producenta podstawowych grup artykułów spożywczych pochodzenia roślinnego w Polsce i w Niemczech

Grupy produktów	Cena w Niemczech				Cena w Polsce	
	euro/kg		zł/kg ^a		2002	2011
	2002	2011	2002	2011	zł/kg	zł/kg
Olej rzepakowy surowy	0,40	0,44	1,53	1,80	2,14	4,05
Olej rzepakowy rafinowany	0,46	0,65	1,77	2,67	2,47	4,78
Margaryny	1,48	1,86	5,73	7,66	3,30	4,65
Makuchy rzepakowe	0,12	0,09	0,47	0,37	0,35	0,73
Mąka pszenna	0,22	0,33	0,85	1,36	0,79	1,27
Kasze, płatki, grysiaki pszenne	0,32	0,40	1,25	1,65	1,17	1,44
Mieszanki do wytwarzania wyrobów piekarniczych	1,91	2,10	7,36	8,65	7,99	6,66
Pasze dla zwierząt hodowlanych	0,17	0,26	0,67	1,07	0,95	1,32
Karma dla psów ^b	0,93	1,00	3,75	4,12	2,64	4,23
Pieczynki świeże	1,65	1,94	6,34	7,99	3,04	3,88
Makaron	1,04	1,42	4,01	5,85	3,35	3,72
Cukier biały	0,64	0,63	2,45	2,59	1,85	2,75
Skrobia ziemniaczana ^b	0,36	0,52	1,62	2,14	1,62	3,28
Koncentrat jabłkowy	0,81	0,73	3,13	3,01	2,96	6,90
Dżemy, marmolady z innych owoców	1,61	2,50	6,19	10,30	4,89	7,16

^a cena w euro przeliczona średniorocznym kursem publikowanym przez NBP; ^b dane za 2002 rok (nieodostępne) zastąpiono danymi za 2004 rok (skrobia) i 2005 rok (karma) zarówno w Polsce, jak i w Niemczech

Źródło: obliczenia własne na podstawie niepublikowanych danych GUS oraz Statistisches Jahrbuch über Ernährung Landwirtschaft und Forsten 2003, 2012.

Aneks 2.3. Porównanie średnich cen producenta wysoko przetworzonych grup produktów w Polsce i w Niemczech

Grupy produktów	Ceny w Niemczech				Ceny w Polsce	
	euro/kg		zł/kg ^a		2002	2011
	2002	2011	2002	2011	zł/kg	zł/kg
Jogurt z dodatkami	1,17	1,35	4,51	5,56	3,48	4,50
Lody ^b	1,75	1,84	6,75	7,58	4,35	5,11
Żywność preparowana otrzymana przez prażenie lub spęcznienie zbóż	2,17	1,78	8,37	7,33	10,58	9,17
Frytki	0,56	0,58	2,16	2,39	2,50	2,62
Chipsy	2,71	3,28	10,45	13,51	14,83	12,29
Ziemniaki suszone w postaci mąk, płatków i grysików	0,91	1,49	3,51	6,14	3,86	4,42
Sok pomarańczowy ^b	0,58	0,90	2,24	3,71	1,80	2,67
Sok jabłkowy ^b	0,41	0,55	1,58	2,27	1,47	2,31
Ogórki konserwowe	0,92	1,00	3,55	4,12	2,75	3,52
Czekolada nadziewana	4,67	4,12	18,01	16,97	15,17	14,45
Czekolada biała	3,99	4,82	15,38	19,85	7,94	12,15
Czekoladki	7,59	7,63	29,26	31,43	19,01	18,58
Karmelki	2,29	2,70	8,83	11,12	7,28	9,63
Kakao sypkie bez cukru	1,89	2,76	7,29	11,37	8,27	19,67
Keczup	1,29	1,10	4,97	4,53	3,20	4,66
Majonez	1,44	2,22	5,55	9,14	5,66	8,69
Zupy i buliony	2,86	2,85	11,03	11,74	13,97	12,71
Przyprawy	6,14	3,22	23,67	13,26	16,23	23,89
Suchary i tosty	1,90	2,40	7,33	9,89	5,13	6,52
Biszkopty i herbatniki z kakao	3,74	3,69	14,42	15,20	9,51	12,67
Biszkopty i herbatniki bez kakao	2,33	2,53	8,98	10,42	6,30	8,51
Wafle i gofry bez kakao	2,20	2,26	8,48	9,31	6,67	8,79
Kawa palona	2,29	5,03	8,83	20,72	8,65	18,19
Wody mineralne ^b	0,21	0,18	0,81	0,74	0,51	0,51
Napoje owocowe pitne ^b	0,54	0,53	2,08	2,18	1,34	1,26
Nektary owocowe ^b	0,51	0,56	1,97	2,31	2,06	1,95
Napoje gazowane słodzone ^b	0,47	0,32	1,81	1,32	0,86	1,22

^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, 2012.

Aneks 3.1. Ceny pszenicy konsumpcyjnej^a w UE-25/27^b (usystematyzowane według wartości w I półroczu 2013 roku)

Wyszczególnienie	W euro/t										Relacje cen w Polsce do cen w poszczególnych państwach w procentach				
	II półr. 2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	I półr. 2013	średnia 2004-2006	średnia 2007-2009	średnia 2010-2011	2012	I półr. 2013
Węgry	94,1	87,6	98,1	173,5	187,2	114,5	140,3	206,3	209,1	217,5	116,0	106,1	106,5	104,6	109,1
Finlandia	115,8	109,6	113,1	164,5	198,2	120,1	145,5	189,8	204,7	219,0	95,9	104,4	110,1	106,9	108,3
Bulgaria	*	*	*	180,8	180,7	102,3	135,8	196,3	203,0	224,0	*	108,7	111,2	107,8	105,9
Grecja	123,9	119,1	126,2	190,8	198,1	125,5	150,5	222,6	215,7	225,5	87,9	98,0	99,0	101,4	105,2
Litwa	100,2	93,9	111,7	173,4	190,9	115,5	146,2	210,6	202,8	228,8	106,1	105,0	103,5	107,9	103,7
Estonia	118,0	103,1	115,0	179,0	183,6	118,4	142,9	199,1	210,1	230,8	96,6	104,8	108,0	104,1	102,8
Słowacja	105,4	94,4	104,9	171,0	207,1	120,4	141,7	223,7	202,0	232,4	106,5	101,1	101,1	108,3	102,1
Łotwa	103,6	99,6	117,3	179,8	190,6	130,0	148,9	217,9	213,1	234,9	101,3	100,7	100,7	102,7	101,0
Austria	101,4	100,1	118,8	204,1	213,3	140,2	180,1	216,5	211,6	237,0	101,3	90,4	93,1	103,4	100,1
Polska	108,4	96,0	120,2	183,8	203,4	116,8	150,7	218,6	218,8	237,2	*	*	*	*	*
Francja	107,1	106,4	125,5	197,2	197,2	133,0	169,3	219,7	237,1	237,3	95,8	95,6	94,9	92,3	100,0
UE-27	115,9	110,0	122,8	186,0	200,5	128,6	156,2	219,6	220,2	238,5	93,1	97,8	98,3	99,4	99,5
Rumunia	*	*	*	182,9	179,6	112,1	137,9	207,7	204,8	238,9	*	106,2	106,9	106,8	99,3
Czechy	107,2	93,9	109,3	169,9	211,9	113,9	148,3	217,3	211,4	242,0	104,6	101,7	101,0	103,5	98,0
Portugalia	142,5	135,2	152,1	201,9	234,0	160,3	160,3	225,5	234,6	245,3	75,5	84,5	95,7	93,3	96,7
Słowenia	128,7	123,3	126,1	194,2	230,0	145,4	177,4	245,5	228,0	245,6	85,9	88,5	87,3	96,0	96,6
Niemcy	107,8	104,1	125,9	190,1	199,2	126,3	163,5	224,1	232,8	246,3	96,1	97,8	95,3	94,0	96,3
Hiszpania	140,0	142,3	142,0	203,5	205,7	145,1	166,1	228,2	241,7	250,7	76,5	90,9	93,7	90,5	94,6
Belgia	114,3	109,7	131,3	196,1	200,7	134,7	210,0	231,9	243,3	252,3	91,4	94,8	83,6	89,9	94,0
Szwecja	111,2	109,4	121,9	189,6	223,1	145,7	160,2	359,9	235,2	253,3	94,8	90,3	71,0	93,0	93,6
Włochy	127,0	124,0	140,3	204,6	212,6	142,7	173,5	241,4	239,2	254,0	83,0	90,0	89,0	91,5	93,4
Dania	115,5	113,8	122,7	182,1	219,3	137,6	184,9	264,4	245,0	256,7	92,2	93,5	82,2	89,3	92,4
Wielka Brytania	135,9	128,9	135,7	209,6	244,5	151,0	175,0	221,3	261,0	261,8	81,0	83,3	93,2	83,8	90,6
Stany Zjednoczone	119,1	127,4	156,2	252,9	164,3	142,0	234,2	217,3	231,1	244,5	80,6	90,1	81,8	94,7	97,0
Argentyna	99,8	111,7	147,4	235,8	159,9	159,3	237,0	217,0	254,6	248,6	90,4	90,8	81,4	85,9	95,4

^a ceny referencyjne; ^b do 2006 roku dane dla UE-25, a w latach 2007-2013 dla UE-27

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

Aneks 3.2. Ceny kukurydzy paszowej^a w UE-25/27^b (usystematyzowane według wartości w I półroczu 2013 roku)

Wyszczególnienie	W euro/t										Relacje cen w Polsce do cen w poszczególnych państwach w procentach				
	II półr. 2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	I półr. 2013	średnia 2004-2006	średnia 2007-2009	średnia 2010-2011	2012	I półr. 2013
	Bulgaria	•	•	•	181,9	195,1	105,0	136,0	197,8	198,7	200,6	•	100,5	109,5	103,4
Węgry	88,4	87,4	95,6	169,7	153,3	104,8	136,7	196,7	200,0	204,1	124,3	113,2	109,6	102,8	104,3
Słowacja	108,0	85,3	97,5	159,5	171,8	96,9	137,0	192,0	186,9	212,1	116,0	113,1	111,1	110,0	100,4
Polska	118,3	99,7	119,4	176,1	187,3	120,9	153,4	212,0	205,5	212,9	×	×	×	×	×
Litwa	140,7	123,9	132,2	200,3	159,4	111,6	161,9	147,0	186,4	216,1	85,0	102,8	118,3	110,2	98,5
Austria	115,5	100,5	112,6	161,4	161,9	113,1	143,5	206,8	202,6	218,5	102,6	111,0	104,3	101,4	97,4
Czechy	103,9	94,3	106,3	164,9	180,5	106,2	148,4	190,3	199,9	219,5	110,8	107,2	107,9	102,8	97,0
Rumunia	•	•	•	181,4	183,9	103,5	131,2	198,1	197,4	221,8	•	103,3	111,0	104,1	96,0
UE-27	120,2	112,1	125,9	182,2	184,7	122,6	159,0	216,2	214,6	224,9	94,2	98,9	97,4	95,8	94,7
Francja	113,8	117,0	134,4	188,5	176,2	132,8	166,4	221,5	224,8	226,4	92,4	97,3	94,2	91,4	94,0
Niemcy	116,2	114,3	132,1	187,8	181,7	132,6	173,0	225,2	228,3	229,5	93,0	96,4	91,8	90,0	92,8
Grecja	120,9	108,2	122,2	182,6	193,6	111,7	154,6	211,2	200,3	230,2	96,0	99,3	99,9	102,6	92,5
Słowenia	112,3	103,5	115,2	182,3	205,6	117,5	163,6	219,5	210,1	232,8	101,9	95,8	95,4	97,8	91,5
Włochy	130,6	126,4	141,2	189,5	192,8	137,0	174,1	232,3	231,3	233,5	84,7	93,2	89,9	88,8	91,2
Belgia	124,8	121,3	140,9	193,2	194,5	141,8	177,0	232,0	244,2	236,6	87,2	91,5	89,3	84,2	90,0
Portugalia	140,6	140,6	153,1	209,3	204,8	154,5	184,1	238,9	205,5	239,7	77,7	85,2	86,4	100,0	88,8
Hiszpania	144,7	143,0	151,3	201,3	198,8	153,1	180,2	239,9	238,9	239,9	76,8	87,5	87,0	86,0	88,7
Argentyna	71,7	82,0	116,3	145,3	123,1	119,8	197,0	208,3	210,6	205,9	80,0	124,7	90,2	97,6	103,4
Stany Zjednoczone	78,9	83,6	118,7	153,3	132,0	117,6	195,5	227,7	232,1	227,3	76,5	120,2	86,3	88,5	93,7

^a ceny referencyjne; ^b do 2006 roku dane dla UE-25, a w latach 2007-2013 dla UE-27

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

Aneks 3.3. Ceny jęczmienia paszowego^a w UE-25/27^b (usystematyzowane według wartości w I półroczu 2013 roku)

Wyszczególnienie	W euro/t										Relacje cen w Polsce do cen w poszczególnych państwach w procentach				
	II półr. 2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	I półr. 2013	średnia 2004-2006	średnia 2007-2009	średnia 2010-2011	2012	I półr. 2013
Finlandia	101,3	98,4	105,5	149,5	152,2	95,7	119,1	165,0	185,4	194,8	94,1	108,9	108,0	107,9	101,9
Litwa	85,9	88,8	101,7	159,2	158,8	90,6	120,2	184,5	188,2	196,3	103,8	105,9	100,7	106,3	101,1
Łotwa	84,4	81,3	95,4	142,5	145,9	98,0	114,9	168,9	189,2	198,1	109,9	112,0	108,1	105,7	100,2
Polska	94,9	91,0	101,2	163,7	176,4	92,6	122,2	184,5	200,0	198,5	×	×	×	×	×
Czechy	93,3	81,4	90,6	144,4	177,7	89,9	110,1	169,6	189,2	201,0	108,2	105,0	109,7	105,7	98,8
Węgry	85,0	83,0	87,7	181,8	150,3	96,2	115,7	166,0	199,4	201,0	112,3	101,0	108,9	100,3	98,8
Wielka Brytania	100,9	104,4	120,1	173,5	152,6	105,2	136,6	191,2	214,0	206,1	88,2	100,3	93,6	93,5	96,3
Dania	107,4	104,6	110,3	176,5	181,4	105,4	121,8	190,0	208,0	207,7	89,1	93,4	98,4	96,2	95,6
Francja	102,7	105,9	114,9	185,2	166,2	106,0	140,0	194,1	219,8	209,2	88,7	94,6	91,8	91,0	94,9
Niemcy	99,6	100,0	110,4	174,1	173,8	103,9	132,9	194,8	214,4	211,8	92,6	95,8	93,6	93,3	93,7
Słowacja	87,6	79,7	87,9	140,3	155,1	85,6	110,2	164,3	191,3	212,1	112,5	113,6	111,8	104,5	93,6
UE-27	105,3	104,6	113,4	172,5	175,2	105,9	130,6	188,9	208,0	213,6	88,8	95,4	96,0	96,2	92,9
Rumunia	.	.	.	157,5	149,6	90,5	112,8	171,0	194,2	214,1	.	108,8	108,1	103,0	92,7
Bułgaria	.	.	.	183,0	168,9	91,5	117,3	183,1	191,3	216,5	.	97,6	102,1	104,5	91,7
Austria	101,7	100,8	111,5	175,3	187,9	101,8	130,6	195,1	205,0	218,5	91,4	93,1	94,2	97,6	90,8
Szwecja	103,1	104,2	114,8	176,9	177,0	108,1	167,9	190,0	210,3	220,4	89,1	93,7	85,7	95,1	90,1
Belgia	108,5	112,4	119,0	188,0	175,6	114,7	146,9	203,8	228,6	220,9	84,4	90,5	87,5	87,5	89,9
Holandia	113,8	116,5	128,6	197,0	180,0	118,1	150,6	205,8	230,7	221,6	80,0	87,4	86,1	86,7	89,6
Włochy	129,8	128,3	139,2	199,6	195,5	127,5	157,0	225,7	221,6	225,5	72,2	82,8	80,2	90,3	88,0
Hiszpania	122,3	131,7	131,3	182,8	184,5	130,8	145,8	211,0	229,3	233,2	74,5	86,9	86,0	87,2	85,1
Irlandia	119,6	118,6	136,3	195,4	184,8	120,9	150,7	199,9	231,7	244,2	76,7	86,3	87,5	86,3	81,3
Portugalia	132,9	131,3	137,9	210,2	208,0	133,0	157,1	214,1	243,5	247,3	71,4	78,5	82,7	82,1	80,3
Stany Zjednoczone	91,7	93,2	104,4	135,0	168,0	153,0	197,7	226,3	226,4	222,1	61,3	94,8	72,4	88,3	89,4
Australia	99,0	102,9	147,4	219,0	121,8	110,5	186,4	178,9	219,4	223,0	63,2	95,9	84,0	91,2	89,0

^a ceny referencyjne; ^b do 2006 roku dane dla UE-25, a w latach 2007-2013 dla UE-27

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

Aneks 3.4. Ceny mięsa wieprzowego^a w UE-25/27^b (usystematyzowane według wartości w I półroczu 2013 roku)

Wyszczególnienie	W euro/100 kg											Relacje cen w Polsce do cen w poszczególnych państwach w procentach			
	II półr. 2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	I półr. 2013	średnia 2004-2006	średnia 2007-2009	średnia 2010-2011	2012	I półr. 2013
Holandia	138,4	130,5	137,3	123,8	143,1	130,6	128,9	141,0	156,7	152,8	101,2	108,4	106,3	111,5	109,9
Belgia	144,2	136,1	141,1	129,2	145,5	133,4	130,4	141,6	160,4	153,4	97,5	105,6	105,4	108,9	109,5
Dania	127,3	122,1	128,4	117,6	130,7	123,0	123,5	139,2	156,8	155,6	108,8	116,1	109,2	111,4	107,9
Francja	138,2	134,9	141,6	127,7	142,2	131,2	130,1	147,0	161,9	157,2	99,1	107,4	103,5	107,9	106,8
Słowenia	148,9	148,7	147,9	138,2	150,3	137,9	137,0	151,2	168,2	162,5	92,3	101,1	99,5	103,9	103,3
Czechy	151,7	144,1	147,6	138,7	163,3	150,2	142,2	156,5	176,7	165,8	92,7	95,3	96,0	98,9	101,3
Austria	154,3	145,1	151,3	137,9	155,3	138,6	138,0	151,4	170,2	165,8	91,2	99,8	99,1	102,6	101,3
Irlandia	136,0	130,9	140,2	132,6	144,4	131,8	130,8	142,8	157,6	167,0	101,0	105,4	104,8	110,9	100,5
Polska	148,8	133,0	129,2	128,4	158,5	144,0	135,1	151,7	174,7	167,9	×	×	×	×	×
Węgry	148,0	143,8	145,1	136,7	160,5	149,7	141,3	154,4	173,4	169,0	94,1	96,4	97,0	100,7	99,3
Niemcy	156,3	147,2	154,1	139,1	160,8	146,2	144,5	155,9	173,4	169,5	89,8	96,6	95,5	100,7	99,1
UE-27	145,8	139,1	145,4	135,2	153,4	142,4	140,3	153,3	170,3	170,0	95,5	100,0	97,7	102,6	98,8
Słowacja	149,1	143,8	147,6	139,3	167,9	153,7	145,8	158,9	178,4	170,6	93,3	93,5	94,1	97,9	98,4
Litwa	156,5	145,0	143,5	140,7	170,1	156,9	154,5	154,3	174,7	171,4	92,4	92,1	92,9	100,0	98,0
Rumunia	.	.	.	188,9	173,1	158,3	153,4	158,6	176,3	174,3	.	82,8	91,9	99,1	96,3
Łotwa	150,5	146,1	153,9	149,1	170,7	155,8	143,5	161,9	181,5	177,0	91,2	90,6	93,9	96,3	94,9
Portugalia	143,0	147,7	160,7	147,4	156,8	152,1	153,3	161,3	174,2	177,8	91,1	94,4	91,2	100,3	94,4
Włochy	169,9	142,1	157,8	144,1	166,3	152,0	150,2	172,7	187,3	179,9	87,5	93,2	88,8	93,3	93,3
Wielka Brytania	145,9	147,3	149,5	153,0	154,3	159,3	160,5	162,1	179,4	181,9	92,8	92,3	88,9	97,4	92,3
Finlandia	133,2	137,9	133,1	138,3	150,2	144,8	141,7	149,8	165,8	182,6	101,7	99,4	98,4	105,4	91,9
Szwecja	137,9	133,2	139,5	144,2	152,3	137,9	146,0	148,5	169,6	185,4	100,1	99,2	97,4	103,0	90,6
Hiszpania	138,6	143,5	154,2	138,8	151,6	145,4	145,8	159,7	173,1	187,2	94,2	98,9	93,9	100,9	89,7
Bułgaria	.	.	.	170,5	176,8	174,6	163,5	168,7	185,9	201,0	.	82,6	86,3	94,0	83,5
Stany Zjednoczone	166,6	173,7	158,2	154,5	154,4	158,0	185,2	190,2	208,3	208,5	79,7	92,3	109,2	83,9	80,5
Brazylia	142,2	168,3	170,0	160,6	204,1	159,5	207,3	217,2	216,6	213,4	75,2	82,2	109,2	80,7	78,7

^a ceny referencyjne; ^b do 2006 roku dane dla UE-25, a w latach 2007-2013 dla UE-27

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

Aneks 3.5. Ceny mięsa wołowego^a w UE-25/27^b (usystematyzowane według wartości w I półroczu 2013 roku)

Wyszczególnienie	W euro/100 kg											Relacje cen w Polsce do cen w poszczególnych państwach w procentach			
	II półr. 2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	I półr. 2013	średnia 2004-2006	średnia 2007-2009	średnia 2010-2011	2012	I półr. 2013
Litwa	145,9	200,9	216,3	190,7	246,1	220,3	247,9	293,3	264,7	264,2	116,1	113,2	105,5	126,1	120,6
Rumunia	.	.	.	188,8	205,1	245,9	246,7	263,8	264,9	279,2	.	116,2	111,8	126,0	114,1
Polska	192,9	221,4	239,3	236,7	259,8	247,2	260,3	310,6	333,7	318,7	×	×	×	×	×
Belgia	235,4	256,1	289,9	282,5	291,3	271,3	302,2	313,5	315,7	321,6	83,6	88,0	92,7	105,7	99,1
Łotwa	139,7	165,1	172,1	177,3	217,4	198,7	178,6	223,4	321,8	322,4	137,1	125,3	142,0	103,7	98,9
Czechy	222,0	251,0	269,2	263,0	289,9	280,2	286,4	320,9	344,4	339,3	88,1	89,3	94,0	96,9	93,9
Holandia	246,0	268,2	292,5	279,3	291,2	295,1	275,4	303,4	339,7	357,9	81,0	85,9	98,6	98,2	89,0
Słowacja	211,3	240,3	257,0	256,6	270,8	278,6	286,3	318,4	347,2	358,4	92,2	92,3	94,4	96,1	88,9
Słowenia	247,8	270,5	287,8	288,1	292,5	300,8	302,1	333,6	369,0	366,8	81,1	84,4	89,8	90,4	86,9
Portugalia	274,8	301,2	347,5	355,4	327,9	344,9	338,4	348,5	361,9	369,3	70,8	72,3	83,1	92,2	86,3
Hiszpania	270,6	298,2	345,6	335,2	317,1	325,9	326,5	349,1	380,0	384,8	71,5	76,0	84,5	87,8	82,8
UE-27	275,2	293,1	318,1	304,1	322,5	320,5	322,3	351,4	383,7	387,7	73,7	78,5	84,7	87,0	82,2
Francja	286,3	304,9	326,3	302,9	317,9	311,8	321,7	342,7	381,7	388,3	71,2	79,7	85,9	87,4	82,1
Austria	273,0	294,6	305,9	296,4	311,0	316,7	431,7	351,7	388,6	391,2	74,8	80,5	72,9	85,9	81,5
Niemcy	269,5	293,8	307,7	291,8	313,2	312,4	327,0	358,1	397,1	395,3	75,0	81,1	83,3	84,0	80,6
Włochy	315,9	329,6	358,8	333,2	361,0	359,9	355,2	376,0	396,5	400,7	65,1	70,6	78,1	84,2	79,5
Dania	271,6	284,3	315,1	299,5	318,5	319,4	317,3	359,9	393,9	405,2	75,0	79,3	84,3	84,7	78,7
Irlandia	250,1	268,3	287,2	280,2	326,2	295,9	292,7	345,9	387,6	411,1	81,1	82,4	89,4	86,1	77,5
Finlandia	284,9	296,1	305,0	320,4	341,0	344,4	330,6	348,3	381,4	411,6	73,8	73,9	84,1	87,5	77,4
Szwecja	227,1	255,6	275,5	276,4	314,7	254,9	304,8	342,7	389,9	420,4	86,2	87,9	88,2	85,6	75,8
Wielka Brytania	281,6	283,0	307,4	311,0	330,7	304,0	324,7	362,8	406,6	430,6	75,0	78,6	83,0	82,1	74,0
Węgry	233,0	254,7	246,7	236,2	240,4	230,8	225,1	260,4	302,1	.	89,0	105,1	117,6	78,7	.
Brazylia	149,2	158,1	176,8	172,8	257,5	223,7	295,8	346,0	350,9	335,3	92,2	113,7	89,0	95,1	95,0
Stany Zjednoczone	296,9	315,0	303,0	293,6	294,2	279,6	330,4	324,4	382,3	406,1	70,2	85,7	87,2	87,3	78,5

^a ceny referencyjne; ^b do 2006 roku dane dla UE-25, a w latach 2007-2013 dla UE-27

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

Aneks 3.6. Ceny mleka^a w UE-25/27^b (usystematyzowane według wartości w I półroczu 2013 roku)

Wyszczególnienie	W euro/100 kg											Relacje cen w Polsce do cen w poszczególnych państwach w procentach			
	II półr. 2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	I półr. 2013	średnia 2004-2006	średnia 2007-2009	średnia 2010-2011	2012	I półr. 2013
Łotwa	17,9	21,2	23,5	26,4	28,0	18,7	25,1	29,4	27,6	29,4	115,2	113,1	104,4	104,0	101,7
Litwa	18,2	19,8	20,4	24,4	25,8	18,2	25,1	28,8	26,5	29,6	123,6	120,8	105,4	108,3	101,0
Polska	21,9	24,9	25,4	29,6	30,9	22,2	27,3	29,5	28,7	29,9	×	×	×	×	×
Słowenia	27,9	26,2	26,4	28,0	33,0	25,9	26,9	30,5	30,1	31,0	89,6	95,1	99,2	95,3	96,5
Węgry	25,6	25,5	23,6	28,6	32,2	21,5	26,0	30,8	29,8	31,2	96,7	100,5	100,0	96,3	95,8
Słowacja	23,3	24,6	25,0	29,1	32,8	21,0	27,3	31,6	29,5	31,6	99,0	99,9	96,4	97,3	94,6
Czechy	25,4	27,1	26,9	29,5	33,6	22,6	28,3	32,7	29,7	31,8	91,0	96,4	93,2	96,6	94,0
Estonia	24,2	25,4	24,3	26,9	30,0	21,0	27,7	32,3	30,0	32,6	106,1	106,1	94,7	95,7	91,7
Hiszpania	31,0	30,3	29,6	35,4	38,1	29,2	29,4	31,3	30,9	32,7	79,4	80,5	93,7	92,9	91,4
Francja	33,0	30,6	29,3	31,5	36,4	29,9	31,0	33,3	31,9	32,8	77,7	84,5	88,5	90,0	91,2
Bulgaria	•	•	•	25,1	31,6	25,4	27,6	32,7	30,5	33,4	•	100,7	94,3	94,1	89,5
UE-27	29,8	28,9	28,2	31,8	35,5	26,8	30,8	34,7	32,7	34,5	83,0	87,8	86,8	87,8	86,7
Wielka Brytania	27,2	26,7	26,6	29,4	31,9	25,8	27,9	30,4	33,7	34,6	89,7	94,8	97,6	85,2	86,4
Niemcy	29,8	28,6	27,0	32,6	33,5	23,7	31,0	34,8	32,0	34,6	84,5	92,0	86,5	89,7	86,4
Irlandia	29,9	28,4	27,2	35,0	35,7	24,7	30,8	34,3	32,2	34,8	84,4	86,6	87,2	89,1	85,9
Belgia	29,6	27,6	27,0	34,6	32,5	23,7	30,5	33,1	30,2	34,9	85,6	91,0	89,4	95,0	85,7
Austria	29,9	29,5	30,0	34,0	38,6	29,0	31,9	35,4	33,8	35,6	80,8	81,3	84,4	84,9	84,0
Dania	30,9	29,1	29,0	31,7	37,4	27,5	31,9	35,7	34,0	36,3	81,1	85,6	84,1	84,4	82,4
Holandia	31,8	28,7	27,8	32,8	36,2	26,8	31,5	36,9	33,8	37,0	81,8	86,3	83,2	84,9	80,8
Włochy	35,0	33,8	32,1	34,4	38,5	30,6	33,8	38,5	37,0	38,0	71,6	79,9	78,6	77,6	78,7
Szwecja	32,1	29,5	28,7	31,3	36,3	26,2	33,7	37,9	35,8	38,2	80,0	88,1	79,4	80,2	78,3
Finlandia	37,2	34,6	35,9	37,6	45,3	39,0	39,5	43,0	45,0	44,0	67,0	67,8	68,8	63,8	68,0
Grecja	36,7	36,1	35,0	36,7	43,4	37,7	37,3	43,2	45,1	44,3	67,0	70,2	70,6	63,6	67,5
Nowa Zelandia	•	20,4	16,0	22,5	25,2	18,3	27,7	31,3	29,0	30,2	132,3	125,4	96,3	99,1	98,9
Stany Zjednoczone	28,5	26,8	23,4	32,0	28,7	20,4	27,1	31,9	31,7	32,8	91,7	101,8	96,3	90,5	91,2

^a ceny referencyjne; ^b do 2006 roku dane dla UE-25, a w latach 2007-2013 dla UE-27

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

Aneks 3.7. Ceny mięsa drobiowego^a w UE-25/27^b (usystematyzowane według wartości w I półroczu 2013 roku)

Wyszczególnienie	W euro/100 kg										Relacje cen w Polsce do cen w poszczególnych państwach w procentach				
	II półr. 2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	I półr. 2013	średnia 2004-2006	średnia 2007-2009	średnia 2010-2011	2012	I półr. 2013
											×	×	×	×	×
Polska	106,5	115,6	101,7	133,1	139,3	125,1	124,4	162,8	170,5	143,4	78,6	97,6	111,9	141,1	95,7
Wielka Brytania	138,2	139,7	134,1	147,2	136,7	123,4	127,4	129,3	120,8	149,9	81,9	85,1	96,2	105,4	91,8
Łotwa	130,9	133,9	130,7	150,3	164,8	152,2	144,4	154,1	161,8	156,2	•	89,8	102,1	108,9	89,3
Bułgaria	167,3	146,0	•	138,0	159,3	145,4	134,8	146,5	156,6	160,5	69,3	79,4	87,6	102,8	86,3
Portugalia	153,0	155,1	145,4	181,3	168,3	162,4	165,9	162,0	165,8	166,1	71,4	71,5	80,6	81,7	86,3
Węgry	184,0	176,1	169,2	172,8	181,4	174,7	169,3	187,1	208,6	166,1	61,2	74,8	75,0	94,5	79,7
Irlandia	136,7	137,9	142,0	177,0	178,4	180,3	181,1	201,8	222,7	180,0	77,7	70,5	91,8	109,2	79,0
Litwa	•	•	•	174,1	171,9	153,3	151,1	183,3	202,4	182,4	•	79,6	85,9	84,2	78,6
Rumunia	154,5	147,3	164,9	183,0	169,3	159,0	155,0	198,6	226,5	184,5	69,4	77,7	81,2	75,3	77,7
Hiszpania	150,9	151,6	139,0	163,6	166,1	159,7	164,3	175,6	180,4	188,1	73,3	81,2	84,5	94,5	76,2
Belgia	150,2	149,8	149,9	175,5	180,6	171,5	168,7	186,3	191,0	195,0	72,0	75,3	80,9	89,3	73,5
UE-27	132,9	141,0	129,5	158,3	199,1	173,4	170,7	179,3	183,9	196,2	80,3	74,9	82,1	92,7	73,1
Czechy	181,0	179,9	180,8	185,1	189,7	188,6	188,7	162,9	139,6	197,7	59,8	70,6	81,7	122,1	72,5
Austria	143,4	146,9	140,5	167,7	176,6	168,7	169,7	190,8	193,3	200,9	75,2	77,5	79,7	88,2	71,4
Holandia	146,3	147,3	147,0	178,2	182,9	172,6	169,3	212,8	257,1	205,5	73,5	74,5	75,2	66,3	69,8
Słowacja	184,9	179,4	172,1	183,2	196,2	187,1	192,6	188,0	191,1	210,9	60,4	70,2	75,5	89,2	68,0
Słowenia	143,0	138,5	154,2	197,3	195,5	181,3	175,2	226,4	253,1	230,7	74,3	69,2	71,5	67,4	62,2
Włochy	178,1	171,7	173,5	204,0	221,3	210,2	192,8	199,7	180,0	230,8	61,9	62,5	73,2	94,7	62,1
Francja	188,3	178,5	168,6	178,9	203,4	184,0	199,3	179,8	149,2	254,1	60,5	70,2	75,8	114,3	56,4
Szwecja	148,3	163,2	153,7	169,5	200,3	184,3	197,1	232,1	251,7	255,9	69,6	71,7	66,9	67,9	56,0
Dania	156,6	168,5	175,6	218,9	228,8	253,7	244,8	253,8	251,1	257,9	64,7	56,7	57,6	67,9	55,6
Niemcy	121,6	144,8	146,1	182,8	198,5	170,3	156,9	•	198,7	•	78,5	72,1	183,0	85,8	•
Estonia	60,9	68,1	58,5	68,2	67,8	70,9	77,9	82,4	95,6	93,0	172,7	192,1	179,2	154,4	•
Stany Zjednoczone	83,1	98,7	94,0	105,3	129,0	111,3	134,4	149,6	150,3	160,6	117,4	115,0	101,1	113,4	89,6

^a ceny referencyjne; ^b do 2006 roku dane dla UE-25, a w latach 2007-2013 dla UE-27

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

Aneks 3.8. Ceny jaj konsumpcyjnych^a w UE-25/27^b (usystematyzowane według wartości w I półroczu 2013 roku)

Wyszczególnienie	W euro/100 kg										Relacje cen w Polsce do cen w poszczególnych państwach w procentach				
	II półr. 2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	I półr. 2013	średnia 2004-2006	średnia 2007-2009	średnia 2010-2011	2012	I półr. 2013
Belgia	49,2	63,1	76,4	93,5	93,2	102,6	86,3	81,0	135,1	94,7	133,5	118,6	141,0	119,4	149,1
Holandia	59,1	72,4	86,0	94,4	79,2	80,2	75,8	74,6	136,4	99,4	115,8	135,2	156,8	118,3	142,1
Francja	67,0	74,5	84,1	101,6	100,1	110,5	97,3	102,9	155,8	104,9	111,7	109,9	117,8	103,5	134,6
Hiszpania	51,5	64,5	80,4	99,8	103,0	109,9	91,0	93,5	159,0	107,1	128,3	109,7	127,9	101,4	131,8
Rumunia	*	*	*	108,4	109,5	106,7	95,7	96,9	133,3	109,0	*	105,7	122,5	121,0	129,5
Portugalia	61,0	71,2	86,8	104,1	102,0	109,6	101,1	100,2	159,3	112,0	115,0	108,7	117,2	101,3	126,1
Czechy	81,7	78,0	84,2	99,0	110,1	103,1	102,6	94,3	141,9	117,3	103,3	109,9	119,8	113,7	120,4
Łotwa	71,9	78,3	82,6	101,9	122,1	118,6	109,9	99,6	141,5	120,0	108,2	100,1	112,6	114,0	117,7
Słowacja	78,7	73,6	84,5	99,2	111,9	115,8	106,5	96,2	144,0	128,4	106,4	105,0	116,4	112,0	110,0
Słowacja	103,8	94,5	96,4	109,6	118,0	113,5	112,2	105,6	147,9	129,0	85,5	100,6	108,3	109,1	109,5
Węgry	86,8	87,4	97,0	106,1	132,8	133,5	114,3	97,1	143,3	130,1	92,9	92,1	111,6	112,6	108,5
Litwa	*	*	*	96,7	104,5	118,4	104,8	101,2	146,0	132,2	*	107,4	114,5	110,5	106,8
Bulgaria	74,2	78,2	87,1	93,9	118,8	103,5	108,1	100,7	130,6	132,7	105,2	108,5	113,0	123,5	106,4
Estonia	63,1	75,1	85,7	101,7	98,8	99,4	123,2	104,5	155,2	133,0	112,5	114,4	103,6	103,9	106,2
Niemcy	78,9	84,6	95,4	110,0	113,1	116,1	114,0	111,7	158,9	135,4	97,3	101,1	104,5	101,5	104,3
UE-27	77,3	81,3	93,3	108,1	119,8	115,2	124,2	111,7	161,3	141,2	*	*	*	*	*
Wielka Brytania	104,7	98,4	105,0	110,1	115,1	106,3	109,0	107,5	128,0	142,8	81,8	103,5	109,0	126,0	98,9
Słowenia	131,2	120,4	117,2	119,2	128,4	124,9	124,5	128,4	133,2	144,5	68,3	92,1	93,3	121,1	97,7
Irlandia	141,4	127,0	116,4	136,7	149,8	143,1	134,8	136,6	156,0	165,0	65,5	79,9	86,9	103,4	85,6
Finlandia	122,6	88,9	78,0	112,8	121,6	118,4	114,3	118,2	120,9	170,1	87,0	97,3	101,5	133,4	83,0
Dania	130,6	129,9	136,6	140,9	158,3	172,2	178,3	178,2	174,7	171,6	63,4	72,8	66,2	92,3	82,3
Grecja	106,7	104,6	103,2	117,2	132,5	137,0	135,6	140,9	182,5	173,5	80,1	88,7	85,3	88,4	81,4
Austria	80,8	83,5	91,9	100,5	102,1	142,6	158,1	149,0	159,5	173,9	98,3	99,4	76,8	101,1	81,2
Szwecja	143,3	132,3	149,2	163,1	186,0	172,6	172,8	208,9	210,4	214,7	59,3	65,8	61,8	76,7	65,8
Włochy	109,8	118,7	134,0	152,1	157,1	167,4	170,8	171,9	227,4	226,0	69,5	72,0	68,8	70,9	62,5

^a ceny referencyjne; ^b do 2006 roku dane dla UE-25, a w latach 2007-2013 dla UE-27

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

Aneks 4.1. Wsparcie sektora rolno-spożywczego w Polsce w ramach działań Wspólnej Polityki Rolnej i działań krajowych
(w mln zł)

	2004 (01.05- -31.12)	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2004- -2012
Wyszczególnienie										
1. Działania interwencyjne	0,03	744,07	714,9	159,3	13,5	1 550,8	289,0	255,9	48,4	3 775,9
• interwencja na rynku zbóż	-	473,5	385,2	28,0	1,8	48,7	170,7	12,4	-	1 120,3
• prywatne przechwalnictwo wieprzowiny	-	-	-	-	9,2	-	-	14,9	-	24,1
• rekompensaty z tytułu cofnięcia indywidualnej kwoty referencyjnej	-	-	-	114,1	2,5	37,4	-	-	-	154,0
• nadzwyczajne środki wsparcia rynku drobiu	-	-	-	15,8	-	-	-	-	-	15,8
• interwencja na rynku cukru	-	258,2	292,8	0,9	-	-	-	-	-	551,9
• pomoc restrukturyzacyjna na rynku cukru	-	-	-	-	-	1 286,9	0,08	0,03	0,1	1 287,1
• pomoc na rzecz dywersyfikacji	-	-	-	-	-	-	30,6	48,7	48,2	127,5
• interwencja na rynku masła	-	12,3	36,8	0,5	-	177,8	4,7	0,5	-	232,6
• prywatne przechwalnictwo masła i sera	0,03	0,07	0,1	-	-	-	-	-	0,06	0,2
• szczególne środki wsparcia rynku mleczarskiego	-	-	-	-	-	-	82,9	-	-	82,9
• wsparcie kryzysowe na rynku owoców i warzyw	-	-	-	-	-	-	-	179,4	-	179,4
2. Subsydia eksportowe	117,61	420,4	581,5	308,1	388,0	99,4	44,9	58,3	74,2	2 092,5
• zboża i przetwory	0,5	10,8	14,2	2,2	0,5	-	-	-	-	28,2
• mleko i produkty mleczne	31,9	135,9	85,6	46,8	1,3	20,0	12,6	0,03	0,08	334,2
• wieprzowina	0,08	5,6	9,2	6,3	83,2	14,4	9,0	8,7	9,1	145,6
• wołowina	11,1	47,0	21,0	14,4	9,1	13,2	16,9	43,5	63,3	239,5
• drób i jaja	0,3	2,2	2,1	2,9	2,0	1,1	0,9	0,8	1,7	14,0
• cukier	73,3	181,1	409,1	202,7	268,5	37,9	2,6	5,2	0,02	1 180,4
• produkty przetworzone Non-aneks I	0,4	31,2	33,2	25,9	22,6	12,8	2,9	0,08	-	129,1
• świeże owoce i warzywa	0,03	6,6	7,1	6,9	0,8	0,04	-	-	-	21,5

cd. Aneksu 4.1

	2004 (01.05- -31.12)	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2004- -2012
Wyszczególnienie										
3. Doplaty produkcyjne	0,3	210,26	254,0	356,9	421,4	445,8	611,0	364,3	168,2	2 832,2
• dla plantatorów tytoniu	-	145,3	201,3	293,3	299,7	326,3	471,3	215,3	0,4	1 952,9
• dla plantatorów ziemniaków skrobiowych	-	35,9	25,6	18,6	26,2	27,7	36,2	32,0	39,6	241,8
• dla producentów miodu	-	9,4	13,6	15,8	14,9	16,6	16,4	18,3	20,5	125,5
• dla producentów suszu paszowego	0,3	1,2	0,7	0,7	1,2	0,5	0,5	0,4	0,3	5,8
• dla producentów skrobi (w ramach kwot produkcji)	-	17,0	9,3	8,5	8,6	8,3	9,1	6,3	9,2	76,3
• do przetwórstwa słomy linaej i konopnej na włókno	-	-	0,1	0,7	0,5	0,6	0,4	0,5	0,2	3,0
• do plantacji trwałych	-	-	-	-	3,4	5,5	-	-	-	8,9
• do materiału siewnego	-	-	-	19,4	66,9	60,3	77,1	91,5	98,0	413,2
• do przetwórstwa masła, masła skoncentrowanego i śmietanki	-	0,06	0,3	-	-	-	-	-	-	0,3
• do cukru wykorzystywanego w przemyśle chemicznym	-	1,4	3,1	-	-	-	-	-	-	4,5
4. Wsparcie konsumpcji i promocji	2,24	16,0	49,3	100,5	333,5	509,0	275,7	193,9	473,5	1 953,6
• pomoc żywnościowa	2,2	6,3	31,8	73,7	160,6	286,9	77,5	11,7	261,9	912,6
• dopłaty do spożycia mleka	0,04	7,9	9,0	19,3	159,8	197,7	148,9	133,4	147,0	823,0
• zakup masła przez instytucje <i>non-profit</i>	-	0,2	0,3	0,3	0,1	0,1	-	-	-	1,0
• wsparcie działań promocyjnych na wybranych rynkach	-	1,6	8,2	7,2	13,0	24,3	17,4	8,4	27,8	107,9
• „Owoce w szkole”	-	-	-	-	-	0,003	31,9	40,4	36,8	109,1
RAZEM	120,18	1 390,73	1 599,7	924,8	1 156,4	2 605,0	1 220,6	872,4	764,3	10 654,1
w tym:										
WPR krajowe	120,18	1 203,9	1 359,4	452,0	623,6	1 982,5	510,4	415,4	488,9	7 156,3
	-	186,8	240,3	472,8	532,8	622,5	710,2	457,0	275,4	3 497,8

Źródło: opracowanie własne na podstawie niepublikowanych danych Agencji Rynku Rolnego (ARR).

Literatura

1. Adamkiewicz-Drwiłło H., *Konkurencyjność przedsiębiorstw w świetle uwarunkowań współczesnej gospodarki*, Dom Organizatora, Toruń 2010.
2. *A European Network of Excellence for Cluster Management, Matching and Promotion*, OECD Publications, 2007.
3. Ambroziak Ł., *Ocena pozycji konkurencyjnej nowych państw członkowskich UE w handlu zagranicznym produktami rolno-spożywczymi*, prezentacja na seminarium IERiGŻ-PIB, Warszawa, 22.11.2013 r.
4. *Analiza struktury projektów i charakterystyki beneficjentów Działań 1.1, 1.5 i 2.4*, Raport końcowy przygotowany przez Agrotec i IERiGŻ-PIB na zlecenie Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Warszawa, styczeń 2007 r.
5. Bednarz J., *Konkurencyjność polskich przedsiębiorstw na rynkach europejskich, na przykładzie wybranych branż*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2013.
6. Biuletyn informacyjny „Agencja Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa – pomoc krajowa i unijna”, Warszawa, luty 2008 r.
7. „Biuletyn Informacyjny”, Agencja Rynku Rolnego, Warszawa, sierpień 2011 r.
8. Borchert E., Reinecke S., *Eating, drinking, smoking – comparative price levels in 37 European countries for 2006*, Statistics in focus, Economy and Finance, no 90, Eurostat 2007.
9. Borowiecki R., Kwiecieński M. (red.), *Informacja i wiedza w zintegrowanym systemie zarządzania*, Kantor Wydawniczy ZAKAMYCZE, Kraków 2004.
10. Breschi S., Malerba F., *Clusters, networks, and innovation: Research results and new directions*, [w:] S. Breschi, F. Malerba, *Clusters, Networks & Innovation*, Oxford University Press, New York 2005.
11. Brown R., *Cluster dynamics in theory and practice with application to Scotland*, “Regional and Industrial Policy Research Paper” 2000, no 38, University of Strathclyde, European Policies Research Centre.
12. Ciężki M., *Rynek cukru a projektowane zmiany WPR (2014-2020)*, „Biuletyn Informacyjny ARR” 2012, nr 2.
13. Dybowski G., *Podaż*, [w:] „Rynek drobiu i jaj. Stan i perspektywy”, nr 43, seria „Analizy Rynkowe”, IERiGŻ-PIB, ARR, MRiRW, Warszawa 2013.
14. Figiel S., Kuberska D., Kufel J., *Klasy i inicjatywy klastrów w polskim sektorze rolno-żywnościowym*, seria „Program Wieloletni 2011-2014”, Raport nr 48, IERiGŻ-PIB, Warszawa 2012.
15. Figiel S., Kuberska D., Kufel J., *Rola klastrów w konkurencyjnym rozwoju sektora rolno-żywnościowego w Polsce*, seria „Program Wieloletni 2011-2014”, Raport nr 92, IERiGŻ-PIB, Warszawa 2013.
16. Firlej K., Bargieł A., *Nowoczesne paradygmaty zarządzania, jako element podnoszenia wartości spółek przemysłu spożywczego*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie” 2014, nr 1, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie (w druku).

17. Firlej K., *Zarządzanie wiedzą warunkiem rozwoju przedsiębiorstw przemysłu spożywczego*, [w:] A. Glińska-Neweś (red.), *Zarządzanie organizacjami w gospodarce opartej na wiedzy. Zasobowe podstawy funkcjonowania i rozwoju organizacji*, Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu i Towarzystwo Naukowe Organizacji i Kierownictwa Oddział Toruń, Toruń 2008.
18. *Informacja o rezultatach Programu SAPARD*, MRiRW, Warszawa, czerwiec 2007 r.
19. Judzińska A., *Produkcja mięsa w Unii Europejskiej w 2012 roku*, „Gospodarka Mięsna” 2013, nr 7.
20. Kotarba W. (red.), *Ochrona wiedzy a kapitał intelektualny organizacji*, PWE, Warszawa 2006.
21. Krugman P.R., Obstfeld M., *Ekonomia międzynarodowa. Teoria i praktyka*, t. 2, PWN, Warszawa 2007.
22. Kurkowiak B., *Comparative price levels for food, beverages and tobacco. Significant differences in price level for food, beverages and tobacco across Europe in 2012*, Statistics in focus, Economy and Finance, no 15, Eurostat 2013.
23. Kurkowiak B., *Major dispersion in consumer price across Europe. Comparative price levels in 37 European countries for 2011*, Statistics in focus, Economy and Finance, no 26, Eurostat 2012.
24. Kurkowiak B., *Price levels for food, beverages and tobacco across the European market differ significantly. Comparative price levels in 37 European countries for 2009*, Statistics in focus, Economy and Finance, no 30, Eurostat 2010.
25. Kurkowiak B., *Significant differences in consumer price across Europe. Comparative price levels in 37 European countries for 2010*, Statistics in focus, Economy and Finance, no 28, Eurostat 2011.
26. Lachiewicz S. (red.), *Komunikacja wewnętrzna w organizacjach sieciowych*, Politechnika Łódzka, Łódź 2008.
27. Lehmuskoski M., Reinecke S., *Eating, drinking, smoking – comparative price levels in EU, EFTA and Candidate Countries for 2003*, Statistics in focus, Economy and Finance, no 30, Eurostat 2004.
28. Misala J., *Międzynarodowa konkurencyjność gospodarki narodowej*, PWE, Warszawa 2011.
29. Misala J., *Międzynarodowa zdolność konkurencyjna i międzynarodowa konkurencyjność gospodarki narodowej*, Wyd. Politechniki Radomskiej, Radom 2007.
30. *Ocena ex-post realizacji Programu SAPARD w Polsce w latach 2000-2006*, Raport końcowy przygotowany przez Agrotoc i IERiGŻ-PIB na zlecenie Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Warszawa, grudzień 2007 r.
31. *Ocena średniookresowa Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich w latach 2007-2013*, Raport przygotowany przez Agrotoc, IERiGŻ-PIB, IUNiG na zlecenie Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Warszawa 2010.
32. Olczyk M., *Konkurencyjność. Teoria i praktyka*, Wydawnictwo Fachowe CeDeWu Sp. z o.o., Warszawa 2008.

33. Porter M.E., *Porter o konkurencji*, PWE, Warszawa 2001.
34. *Priorities for the development of an EU industrial policy for food*, Competitiveness Report, 2012.
35. Pułaska-Turyńska B., *Statystyka dla ekonomistów*, Difin, Warszawa 2011.
36. *Sektorowy Program Operacyjny „Restrukturyzacja i modernizacja sektora żywnościowego oraz rozwój obszarów wiejskich 2004-2006”*, MRiRW, Warszawa 2010.
37. *Short Term Outlook for arable crops, meat and dairy – Summer 2013*, European Commission 2013.
38. Snowdown B., Stonehouse G., *Competitiveness in a globalized world: Michael Porter on the microeconomic foundations of the competitiveness of nations, regions, and firms*, “Journal of International Business Studies” 2006, no 37(2).
39. *Sprawozdanie z działalności Agencji Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa za 2009 rok*, ARiMR, Warszawa 2010.
40. *Sprawozdanie z działalności Agencji Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa za 2012 rok*, ARiMR, Warszawa 2013.
41. Stankiewicz M.J., *Konkurencyjność przedsiębiorstwa. Budowanie konkurencyjności przedsiębiorstwa w warunkach globalizacji*, Dom Organizatora, Toruń 2005.
42. Stankiewicz M.J. (red.), *Zarządzanie wiedzą jako kluczowy czynnik międzynarodowej konkurencyjności przedsiębiorstwa*, Dom Organizatora, Toruń 2006.
43. *Statistisches Jahrbuch über Ernährung Landwirtschaft und Forsten z lat 2003-2012*.
44. Szczepaniak I., *Analiza porównawcza cen żywności w Unii Europejskiej*, „Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu” 2012, t. XIV, z. 2.
45. Szczepaniak I. (red.), *Monitoring i ocena konkurencyjności polskich producentów żywności (1)*, seria „Program Wieloletni 2011-2014”, Raport nr 25, IERiGŻ-PIB, Warszawa 2011.
46. Szczepaniak I. (red.), *Monitoring i ocena konkurencyjności polskich producentów żywności (2)*, seria „Program Wieloletni 2011-2014”, Raport nr 40, IERiGŻ-PIB, Warszawa 2012.
47. 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.
48. Szczepaniak I., Tereszczuk M., *Impact of the Common Agricultural Policy on the competitiveness of the Polish agri-food sector*, [w:] *Competitiveness of Agro-Food and Environmental Economy (CAFEE'2012)* (red. G. Popescu, N. Istudor, D. Boboc), Volume 1, Issue 2012, Bucharest Academy of Economic Studies, Bukareszt (Rumunia), http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2284076.
49. Urban R., *Polski przemysł spożywczy w Unii Europejskiej – konkurencyjność i szanse rozwojowe*, „Zagadnienia Ekonomiki Rolnej” 2005, nr 3(304).
50. *USDA GAIN Report, UE Poultry and Products Annual*, 2013.

51. Wigier M. (red.), *Analiza efektów realizacji polityki rolnej wobec rolnictwa i obszarów wiejskich*, seria „Program Wieloletni 2011-2014”, Raport nr 26, IERiGŻ-PIB, Warszawa 2011.
52. Wolszczak-Derlacz J., *Cenowa konkurencyjność w ujęciu międzynarodowym*, [w:] N. Daszkiewicz (red.), *Konkurencyjność. Poziom makro, mezo i mikro*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008.
53. Wolszczak-Derlacz J., *Wspólna Europa, różne ceny – analiza procesów konwergencji*, Wydawnictwo Fachowe CeDeWu Sp. z o.o., Warszawa 2007.
54. Zielińska-Głębocka A. (red.), *Lokalizacja przemysłu a konkurencyjność polskich regionów (w kontekście integracji europejskiej)*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2008.
55. Zielińska-Głębocka A. (red.), *Potencjał konkurencyjny polskiego przemysłu w warunkach integracji europejskiej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2003.

EGZEMPLARZ BEZPŁATNY

*Nakład 410 egz., ark. wyd. 9,86
Druk i oprawa: EXPOL Włocławek*