

Katarzyna Puchalska, Waldemar Kalita

Uniwersytet Rzeszowski

KONKURENCYJNOŚĆ POLSKICH PRODUKTÓW ROLNO-SPOŻYWCZYCH NA TLE WYMIANY ZAGRANICZNEJ Z GŁÓWNYMI PARTNERAMI HANDLOWYMI

1. Wstęp

Jednym z głównych problemów rozwoju polskiej gospodarki jest poprawa konkurencyjności we wszystkich jej gałęziach, w tym także gospodarki żywnościowej. Postępująca liberalizacja w handlu światowym stwarza możliwości szerszej wymiany zagranicznej, ale i rodzi szereg istotnych zagrożeń dla producentów żywności. O zdolności poprawy konkurencyjności decyduje wiele czynników, które można podzielić na dwie grupy: zewnętrzne i wewnętrzne. Wśród czynników zewnętrznych podstawowe znaczenie ma dynamizm rozwojowy całej gospodarki, tempo jej przekształceń i zdolność dostosowania się do nowych wyzwań. Natomiast do czynników wewnętrznych należy zaliczyć przede wszystkim zdolności kształtowania takich cech sektora, które decydują o jakości oferty towarowej, efektywności gospodarowania i sprawności przedsiębiorstw [Adamowicz 1999, s. 3].

Konkurencyjność, jako złożone zjawisko, jest częścią mechanizmu rynkowego może być rozpatrywana z punktu widzenia całej gospodarki oraz działających w niej przedsiębiorstw [*Międzynarodowe stosunki...* 2006, s. 272]. Badana jest z różnych punktów widzenia, przy różnym poziomie agregacji i z położeniem nacisku na różne aspekty istotne dla danej dyscypliny. We współczesnych teoriach handlu zagranicznego może być rozpatrywana jako element i przyczyna osiągania korzyści z handlu uczestniczących w nim państw [Baer, Kopytek 2001, s. 20].

2. Materiały i metodyka badań

Materiał źródłowy stanowiły dane pochodzące z Rocznika Handlu Zagranicznego GUS oraz bazy EUROSTAT. Zakres czasowy przeprowadzonej analizy konkurencyjności handlowej obejmuje lata 1999-2004. Analizą objęto głównych partnerów handlowych Polski, tj. Niemcy, Francję, Włochy i Wielką Brytanię, uwzględniając ich procentowy udział w strukturze handlu.

Jakość, rodzaj oraz zakres danych źródłowych determinuje wybór wskaźników do prowadzenia analizy konkurencyjności. Z uwagi na to wybrano wskaźniki o charakterze *ex-post*, oparte na udziale w rynku i handlu, tj.:

- wskaźnik komparatywnej przewagi eksportu (XCA),
- indeks chłonności importu (MP),
- zmodyfikowany indeks relatywnej przewagi handlu (RTAM),
- wskaźnik TC.

Wskaźnik komparatywnej przewagi eksportu (*revealed comparative advantage export indicator* – XCA) jest stosunkiem dwóch ilorazów. Pierwszy przedstawia relację eksportu artykułów rolno-spożywczych i w Polsce do eksportu tych produktów w analizowanych państwach. Drugi przedstawia stosunek ogólnego eksportu w Polsce do eksportu w wybranych krajach. Wartość wskaźnika powyżej jedności wskazuje na przewagę komparatywną danego kraju w zakresie danej grupy produktów. Wartość poniżej jedności oznacza, że kraj tej przewagi nie posiada [Jaworska, Witczak 2004, s. 171].

Formuła wyznaczania wskaźnika pod nazwą indeks chłonności importu (*import penetration index* – MP) – jest podobna do formuły na wskaźnik XCA, z tym że zamiast eksportu ujmuje się wartość importu. Poziom tego indeksu interpretuje się odwrotnie niż XCA.

Zmodyfikowany indeks relatywnej przewagi handlu (*modified relative revealed comparative trade index* – RTAM) liczy się jako stosunek dwóch indeksów z wykorzystaniem wskaźników XCA i MP. Indeks ten ma bardziej kompleksowy charakter niż dwa poprzednie wskaźniki, ponieważ uwzględnia sytuację po stronie zarówno eksportu, jak i importu.

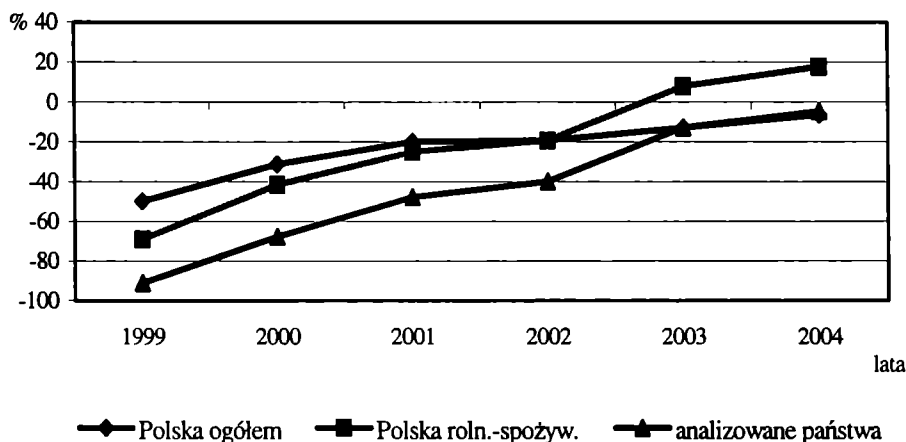
Do określenia pozycji polskiego sektora rolno-spożywczego wykorzystano również wskaźnik TC (*trade coverage*), który odzwierciedla stopień pokrycia krajowego importu danej grupy towarowej przez krajowy eksport danej grupy produktów. Współczynnik ten dotyczy eksportu i importu Polski i wobec tego jest jednym z mierników oceny przewagi komparatywnej. Wartość wskaźnika powyżej jedności oznacza, że kraj posiada specjalizację w danym sektorze, co pozwala też przypuszczać, że dysponuje on względną przewagą, natomiast wartość poniżej jedności mówi o deficycie w obrotach daną grupą towarową [Jaworska, Witczak 2004, s. 172].

3. Ocena konkurencyjności polskiego handlu sektora rolno-spożywczego

Według M. Adamowicza konkurencyjność można w najprostszym ujęciu utożsamić z możliwościami uzyskania nadwyżki w wymianie handlowej. Nadwyżka ta jest zwykle wynikiem wzrostu efektywności wymiany handlowej, a ta w dużym stopniu zależy od konkurencyjności rodzimych produktów w porównaniu z produktami oferowanymi przez zagranicznych rywali [Adamowicz 1999, s. 15].

Analizując saldo handlu zagranicznego z głównymi partnerami Polski, można zauważyć, że nadal jest ono ujemne. Saldo handlu artykułami rolno-spożywczymi od 2003 r. jest dodatnie (według sekcji SITC). Analizę zmian wartości salda handlu zagranicznego umożliwia także zastosowanie wskaźnika udziału salda w wartości eks-

nego kraju z zagranicą. Wielkość wahań tego wskaźnika charakteryzuje stopień stabilności polskiej wymiany artykułów rolno-spożywczych z zagranicą. Rysunek 1 przedstawia stosunek wartości salda handlu zagranicznego ogółem i rolno-spożywczego do wartości eksportu w Polsce w latach 1999-2004 z głównymi partnerami wymiany.



Rys. 1. Zmiany wskaźnika udziału salda handlu zagranicznego w wartości eksportu Polski i analizowanych państw w latach 1999-2004

Źródło: obliczenia własne na podstawie *Polski handel zagraniczny artykułami rolno-spożywczymi 1999-2004*, GUS 1999-2004, baza EUROSTAT 1999-2004.

Wartość wskaźnika udziału salda w eksporcie ogółem dla Polski była w badanym okresie ujemna, a dla eksportu artykułów rolno-spożywczych była od 2003 r. dodatnia. Świadczy to o korzystnym doborze struktury asortymentowej eksportowanych produktów rolno-spożywczych. Dodatkowo saldo wynosiło w tym roku ok. 21%, a w kolejnym już 24% eksportu artykułów rolno-spożywczych Polski.

Stopień pokrycia krajowego importu artykułów rolno-spożywczych przez krajowy eksport tych artykułów świadczy jedynie o wewnętrznej przewadze komparatywnej, ale wartości tego wskaźnika wskazują na to, że Polska specjalizuje się w handlu tymi artykułami oraz że dysponuje względną przewagą nad partnerami (tab. 1).

W grupie analizowanych państw, tj. w Wielkiej Brytanii, Niemczech, Włoszech i we Francji występuje deficyt w obrotach tymi artykułami (rys. 1), ale jednocześnie obserwowany jest brak zasadniczych różnic w wartościach tego wskaźnika. Jeśli weźmie się pod uwagę wartości bezwzględne indeksu, to w Polsce w latach 1999-2004 relacje salda obrotów handlu produktami rolno-spożywczymi do wartości eksportu rolno-spożywczego zmieniła się z -19,30% do +24,08%. Z kolei w analizowanej grupie państw wartości te w analizowanym okresie wynosiły od -22,05% do -22,26%.

Przeprowadzona analiza konkurencyjności polskich artykułów rolno-spożywczych oparta na pozostałych wskaźnikach (XCA, MP, RTAM) wykazała, że w latach 1999-2004 były one konkurencyjne na rynkach analizowanych państw, o czym świadczą większe od jedności wartości wskaźników XCA, RTAM oraz mniejszy od jedności indeks MP (tab. 2).

Tabela 1. Wewnętrzne przewagi komparatywne (TC) dla polskich artykułów rolno-spożywczych w latach 1999-2004

Wyszczególnienie	Lata					
	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Polska	0,84	0,91	0,95	0,00	1,26	1,32
Analizowana grupa państw	0,82	0,79	0,81	0,83	0,83	0,82

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych pochodzących z: <http://epp.eurostat.cec.eu.int>.

Tabela 2. Konkurencyjność polskich artykułów rolno-spożywczych na rynkach analizowanych państw (Wielkiej Brytanii, Niemiec, Włoch, Francji) w latach 1999-2004

Wskaźniki	Lata					
	1999	2000	2001	2002	2003	2004
RTAM	1,80	1,80	1,69	1,74	2,04	2,01
XCA	1,34	1,30	1,30	1,20	1,23	1,34
MP	0,74	0,72	0,77	0,69	0,60	0,67

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych pochodzących z: <http://epp.eurostat.cec.eu.int>.

Na podstawie kształtowania się indeksów XCA można zauważyć, że artykuły rolno-spożywcze początkowo utrzymywały niezmienny poziom konkurencyjności do 2002 r., gdzie nastąpiło jej nieznaczne osłabienie (XCA = 1,20), by od 2003 r. znów umocnić swoją pozycję na rynku zagranicznym. Pozytywne tendencje w eksporcie sprawiły, że również wartości wskaźnika RTAM wskazują na istnienie relatywnej przewagi w polskim handlu tą grupą artykułów z głównymi partnerami. Osłabienie przewagi konkurencyjnej w obrocie artyku-

łami rolno-spożywczymi zaobserwowano z kolei w 2001 r., kiedy indeks RTAM wyniósł 1,69. Wartość indeksu MP wskazuje również na istnienie przewagi komparatywnej w handlu artykułami rolno-spożywczymi, gdyż wartość tego wskaźnika wynosi średnio ok. 0,70. Najniższy indeks odnotowano w 2003 r. – wynosił on 0,60, co świadczy o dużej przewadze komparatywnej tej grupy towarowej na rynkach analizowanych państw.

4. Możliwości poprawy konkurencyjności sektora żywnościowego

Problem poprawy poziomu konkurencyjności sektora żywnościowego związany jest przede wszystkim ze stopniowym umiędzynarodowieniem produkcji. Wejście na rynek polski wielkich producentów żywności spowodował już w momencie startu reform gospodarczych pojawienie się silnej konkurencji ze strony podmiotów zagranicznych oraz tych, które w ramach swojej ekspansji terytorialnej wybrały Polskę jako miejsce prowadzenia działalności [Chechelski 2003, s. 140]. Bardzo szybkie tempo zmian zachodzących na rynku sprawiło, że krajowe przedsiębiorstwa produkujące żywność musiały dostosować się do zmieniających się standardów produkcyjnych. Jak potwierdzają wyniki przeprowadzonej analizy, konkurencyjność polskich produktów rolno-spożywczych z roku na rok rośnie. Obecnie, po 15 latach przemian, większość prostych rezerw poprawy konkurencyjności w przedsiębiorstwach została wyczerpana. Wewnętrzne możliwości poprawy konkurencyjności dają się zauważyć w działaniach związanych z poprawą wydajności produkcji oraz zmianach organizacyjnych i technologicznych, skutkujących obniżeniem kosztów produkcji bez obniżania jakości produkowanych wyrobów.

Poprawę konkurencyjności można uzyskać także poprzez wykorzystanie istniejących możliwości finansowania zmian z funduszy Unii Europejskiej przeznaczonych na dostosowanie się polskich przedsiębiorstw do pełnego konkurencji na wspólnym rynku. Możliwości w tym zakresie są znaczne, jednak wiąże się to często z koniecznością poniesienia dodatkowych wydatków (badania i tworzenie nowych strategii działania), związanych z lepszym niż dotychczas dostosowaniem przedsiębiorstwa do obsługiwanego segmentu rynku. Osiągnięcie lepszej pozycji konkurencyjnej jest możliwe także poprzez działania ze strony władz państwowych, które w większym niż dotąd stopniu powinny się włączać w działania promocyjne i informacyjne na rynkach innych krajów. Polskie produkty spożywcze nie odbiegają jakością od wyrobów innych wiodących producentów żywności, a nawet często, ze względu na stosowaną tradycyjną technologię, są lepsze.

Literatura

- Adamowicz M., *Konkurencja i konkurencyjność w agrobiznesie. Aspekty teoretyczne i praktyczne*, „Zagadnienia Ekonomiki Rolnej” 1999 nr 2-3.
- Baer A., Kopytek M., *Konkurencyjność polskiego handlu zagranicznego artykułami rolno-spożywczymi w aspekcie integracji z Unią Europejską*, Zeszyty Naukowe Akademii Rolniczej w Krakowie nr 380, Sesja naukowa z. 81, Kraków 2001.
- Chechelski P., *Wpływ firm globalnych na polski przemysł spożywczy*, [w:] *Globalizacja i integracja gospodarcza w procesie restrukturyzacji i rozwoju przedsiębiorstwa*, red. R. Borowiecki, A. Jaki, TNOiK, Warszawa-Kraków 2003.
- <http://epp.eurostat.cec.eu.int>.
- Jaworska M., Witczak A., *Konkurencyjność polskiej wieprzowiny na rynku Unii Europejskiej*. Problemy Rolnictwa Światowego, t. XII, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2004.
- Międzynarodowe stosunki gospodarcze*, red. J. Rymarczyk, PWE, Warszawa 2006.

INTERNATIONAL COMPETITIVENESS OF POLISH FARM-FOOD PRODUCTS TRADE AGAINST THE BACKGROUND OF EXCHANGE OF GOODS WITH MAIN CO-OPERATIVE PARTNERS

Summary

The competitiveness is one of the most important factors determining the volume of trade conducted by a given commodity group. In the researched period we dominated our main co-operative partners i.e. Germany, France, Great Britain and Italy, and we had the competitive advantage in trade food, over them, which remains steady. The possibilities of improvement in competitive advantage still exist but they are not easy to be put into practice.