



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



Ocena jako ciowo-cenowych strategii konkurowania w polskim handlu produktami rolno-spo ywczymi

dr Iwona Szczepaniak

**Ekonomiczne, społeczne i instytucjonalne czynniki wzrostu
w sektorze rolno-spo ywczym w Europie**

Ciechocinek, 10-12 grudnia 2012 roku



Zagadnienia



- Uwagi wstępne,
- Cel, metodyka i źródła danych,
- Jakościowo-cenowe strategie konkurencyjne w handlu rolno-spożywczym Polski,
- Struktura polskiego eksportu rolno-spożywczego według stosowanych strategii konkurencyjnych,
- Wnioski.

Cel



- Określenie podstawy konkurencyjności polskiego eksportu rolno-spożywczego, tj. odpowiedź na pytanie, czy polska żywność znajduje nabywców na rynku światowym ze względu na oferowane ceny, czy ze względu na jakość produktów?



ródło danych



- Dane statystyczne dotyczą ceł wiatowego i unijnego handlu zagranicznego produktami rolno-spożywczymi WITS, pochodzące z bazy *World Integrated Trade Solution* (Comtrade), do której Instytut uzyskał dostęp dzięki współpracy z Instytutem Badań Rynku, Konsumpcji i Koniunktur w Warszawie.

Metodyka



- Do analizy strategii (form) konkurencji na rynkach międzynarodowych wykorzystano metodę jako ciwo-cenową, bazującą na koncepcji prof. Karla Aigingera, wykorzystującą tzw. wskaźnik sceny-wagi, czyli kombinację dwóch miar konkurencyjności.
- Macierz konkurencyjności zaproponowana przez K. Aigingera jest kombinacją następujących dwóch wskaźników: relacji wartości jednostkowych cen w eksporcie do wartości jednostkowych cen w imporcie oraz różnicy pomiędzy wielkością eksportu a wielkością importu (saldo wymiany).

Relacja wartości jednostkowych (*unit values*) cen w eksporcie do wartości jednostkowych cen w imporcie



$$UV_k = \frac{\sum_{i=1}^n \frac{V_i^{ex}}{Q_i^{ex}} \cdot \frac{V_i^{ex}}{\sum_{i=1}^n V_i^{ex}}}{\sum_{i=1}^n \frac{V_i^{im}}{Q_i^{im}} \cdot \frac{V_i^{im}}{\sum_{i=1}^n V_i^{im}}}$$

gdzie:

UV_k ó relacja cen w eksporcie do cen w imporcie k -tej grupy towarów (tutaj: dziać HS),

V_i^{ex} , Q_i^{ex} ó odpowiednio wartość i wolumen eksportu Polski do danej grupy krajów (pa stwa UE-15, UE-12, spoza UE-27) b d na rynek wiatowy,

V_i^{im} , Q_i^{im} ó odpowiednio wartość i wolumen importu Polski z danej grupy krajów (pa stwa UE-15, UE-12, spoza UE-27) b d ogóćm ze wiatu,

i ó grupa produktów według sze ciocyfrowej klasyfikacji HS,

n ó liczba produktów w k -tej grupie towarów.

Saldo wymiany handlu zagranicznego w ujęciu ilościowym, w jednostkach fizycznych



$$Sq_k = Q_k^{ex} - Q_k^{im}$$

gdzie:

Sq_k ó saldo wymiany w ujęciu ilościowym Polski z daną grupą krajów dla k-tej grupy towarów (tutaj: dział HS),

Q_k^{ex} ó wolumen eksportu Polski do danej grupy krajów b d na rynek światowy,

Q_k^{im} ó wolumen importu Polski z danej grupy krajów b d ze świata,

k ó grupa towarów (tutaj: dział HS).

Strategie konkutowania wg. Karla Aigingera



	$UV < 1$	$UV \times 1$
$Sq \times 0$	II. Skuteczna strategia konkutowania ni sz cen	I. Skuteczna strategia konkutowania jako ci
$Sq < 0$	IV. Nieskuteczna strategia konkutowania ni sz cen	III. Potencjalnie skuteczna strategia konkutowania jako ci

Hipoteza przyjęta przez K. Aigingera



- Jeśli wartości jednostkowe (wskaźnik UV) odzwierciedlają koszty (ceny), a produkty są homogeniczne, wówczas kraje z niższymi kosztami (cenami) powinny być eksporterami netto w handlu tymi produktami, a kraje z wysokimi kosztami powinny być importerami netto. Skoro kraj jest eksporterem netto w handlu daną grupą towarów (pomimo posiadania wyższej wartości jednostkowej), to musi to być spowodowane różnicami jakością w wymienianych towarach. Hipoteza ta została sformułowana przy założeniu, że popyt na rynkach międzynarodowych jest elastyczny.

[K. Aiginger, *The use of unit values to discriminate between price and quality competition*, Cambridge Journal of Economics, Vol. 21, No 5, September 1997, 575-576]

Wskaźniki jako ciwo-cenowe w handlu rolno-spo ywczym Polski ogóćm



Opis działu HS	2000-2003	2004-2008	2009	2010
Produkty rolnictwa				
Zwierzęta żywe ↓	II	II	II	IV
Ryby i owoce morza	III	III	III	III
Warzywa	II	I	II	II
Owoce i orzechy ↓	III	IV	II	IV
Kawa, herbata, przyprawy	III	III	III	III
Zboża ↑	IV	IV	II	II
Nasiona i owoce oleiste	II	II	IV	II
Produkty przemysłu spożywczego				
Mięso i podroby	I	I	I	I
Produkty mleczarskie	II	II	II	II
Produkty młynarskie, sód, skrobię	III	III	III	III
Tłuszcze i oleje zwierzęce lub roślinne	IV	IV	IV	IV
Przetwory z mięsa, ryb i owoców warzyw	I	I	I	I
Cukry i wyroby cukiernicze ↑	II	I	III	I
Kakao i przetwory z kakao	III	III	III	III
Przetwory zbożowe i pieczywo cukiernicze	I	I	I	I
Przetwory z owoców i warzyw ↓	I	I	II	II
Różne przetwory spożywcze ↑	IV	II	II	II
Napoje bezalkoholowe i alkoholowe ↓	III	IV	IV	IV
Odpady i pasze dla zwierząt	III	III	III	III
Tytoń i wyroby tytoniowe ↑	III	III	I	I



Wskaźniki jako ciwo-cenowe w handlu rolno-spożywczym Polski z poszczególnymi grupami państw w 2010 roku



Opis działu HS	Ogółem	UE-15	UE-12	Spoza UE-27
Produkty rolnictwa				
Zwierzęta żywe	IV	IV	II	II
Ryby i owoce morza	III	I	III	III
Warzywa	II	III	II	II
Owoce i orzechy	IV	III	II	II
Kawa, herbata, przyprawy	III	III	I	III
Zboża	II	II	III	II
Nasiona i owoce oleiste	II	II	III	III
Produkty przemysłu spożywczego				
Mięso i podroby	I	III	II	II
Produkty mleczarskie	II	II	I	II
Produkty młynarskie, sól, skrobię	III	IV	III	II
Tłuszcze i oleje zwierzęce lub roślinne	IV	IV	I	III
Przetwory z mięsa, ryb i owoców morza	I	I	II	I
Cukry i wyroby cukiernicze	I	III	I	I
Kakao i przetwory z kakao	III	III	I	I
Przetwory zbożowe i pieczywo cukiernicze	I	III	I	I
Przetwory z owoców i warzyw	II	I	I	IV
Różne przetwory spożywcze	II	II	I	II
Napoje bezalkoholowe i alkoholowe	IV	II	IV	II
Odpady i pasze dla zwierząt	III	II	III	III
Tytoń i wyroby tytoniowe	I	I	I	III



Wskaźniki jako ciwo-cenowe w handlu rolno- -spożywczym Polski z państwami UE-15



Opis działu HS	2000-2003	2004-2008	2009	2010
Produkty rolnictwa				
Zwierzęta żywe ↓	II	II	IV	IV
Ryby i owoce morza ↑	III	I	I	I
Warzywa	I	I	I	III
Owoce i orzechy	III	III	III	III
Kawa, herbata, przyprawy	III	III	III	III
Zboża ↑	IV	IV	II	II
Nasiona i owoce oleiste	II	II	II	II
Produkty przemysłu spożywczego				
Mięso i podroby ↓	I	I	III	III
Produkty mleczarskie	II	II	II	II
Produkty młynarskie, sód, skrobie ↓	III	III	IV	IV
Tłuszcze i oleje zwierzęce lub roślinne ↓	III	IV	IV	IV
Przetwory z mięsa, ryb i owoców morza	I	I	I	I
Cukry i wyroby cukiernicze ↓	II	II	III	III
Kakao i przetwory z kakao	III	III	III	III
Przetwory zbożowe i pieczywo cukiernicze	III	III	III	III
Przetwory z owoców i warzyw	I	I	I	I
Różne przetwory spożywcze ↑	IV	IV	II	II
Napoje bezalkoholowe i alkoholowe ↑	IV	II	II	II
Odpady i pasze dla zwierząt ↑	III	III	II	II
Tytoń i wyroby tytoniowe ↑	III	I	I	I



Wskaźniki jako ciwo-cenowe w handlu rolno-spożywczym Polski z państwami UE-12



Opis działu HS	2000-2003	2004-2008	2009	2010
Produkty rolnictwa				
Zwierzęta żywe	III	II	III	II
Ryby i owoce morza	II	I	I	III
Warzywa	II	I	II	II
Owoce i orzechy ↓	I	II	II	II
Kawa, herbata, przyprawy	I	I	II	I
Zboża ↑	IV	III	III	III
Nasiona i owoce oleiste	III	III	III	III
Produkty przemysłu spożywczego				
Mięso i podroby	II	II	II	II
Produkty mleczarskie	I	I	I	I
Produkty młynarskie, sód, skrobie	III	III	III	III
Tłuszcze i oleje zwierzęce lub roślinne ↑	III	I	II	I
Przetwory z mięsa, ryb i owoców morza	II	II	II	II
Cukry i wyroby cukiernicze	I	I	I	I
Kakao i przetwory z kakao	I	I	I	I
Przetwory zbożowe i pieczywo cukiernicze	I	I	II	I
Przetwory z owoców i warzyw	I	I	I	I
Różne przetwory spożywcze	I	I	I	I
Napoje bezalkoholowe i alkoholowe	IV	IV	IV	IV
Odpady i pasze dla zwierząt	III	III	III	III
Tytoń i wyroby tytoniowe	I	I	I	I



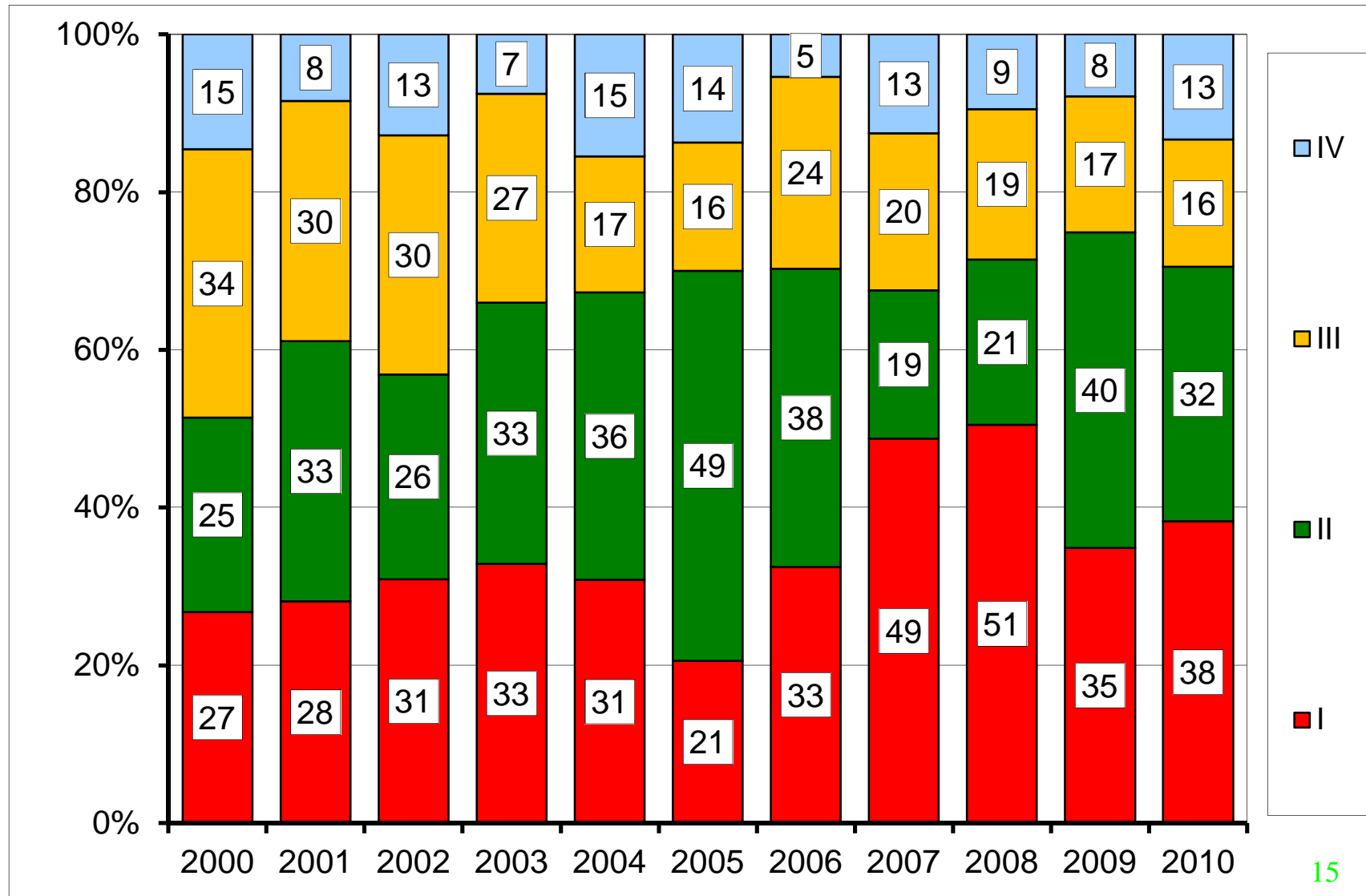
Wskaźniki jako ciwo-cenowe w handlu rolno- -spożywczym Polski z krajami spoza UE



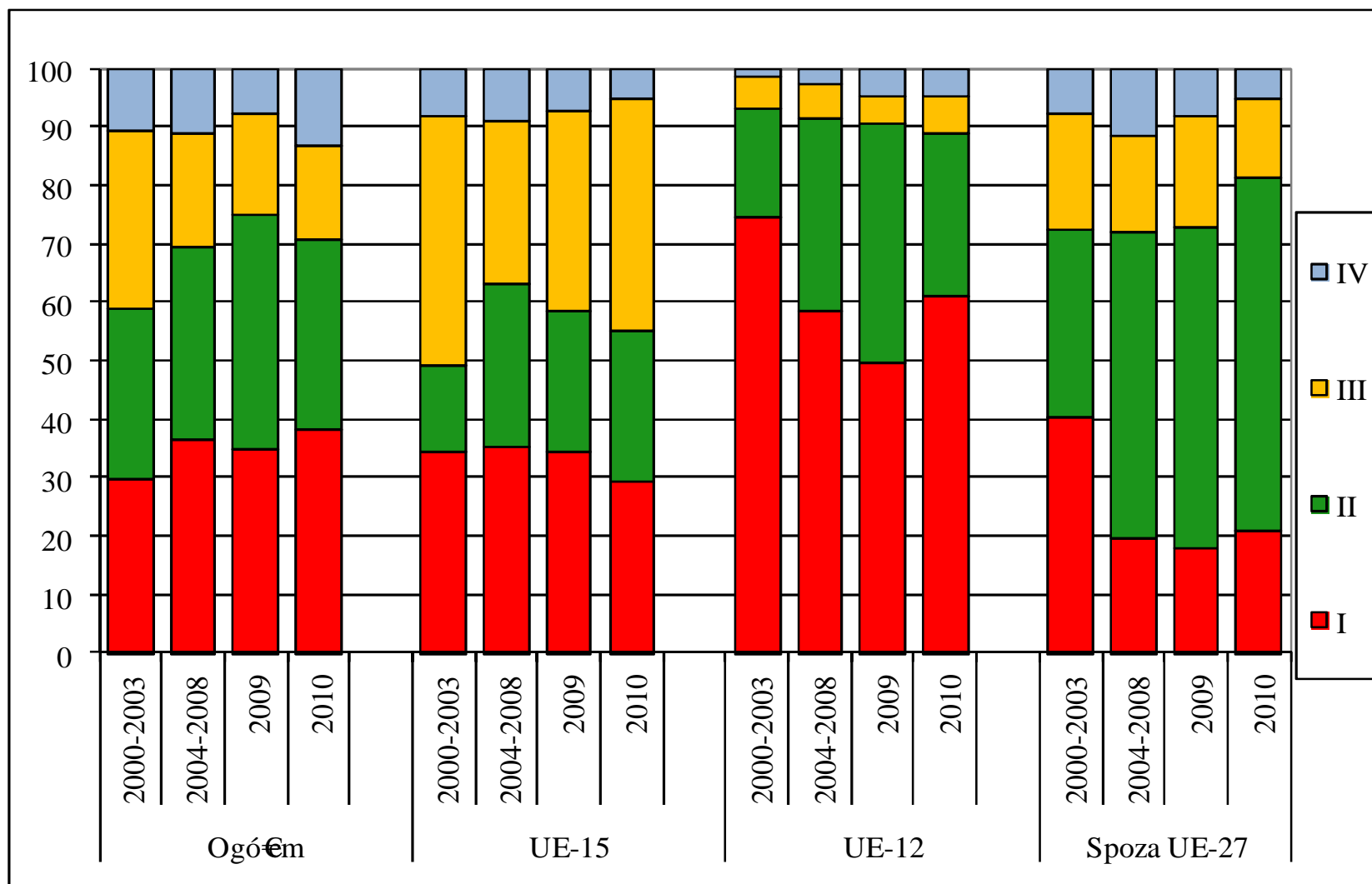
Opis działu HS	2000-2003	2004-2008	2009	2010
Produkty rolnictwa				
Zwierzęta żywe	II	II	II	II
Ryby i owoce morza	III	III	III	III
Warzywa	II	II	II	II
Owoce i orzechy ↑	IV	IV	II	II
Kawa, herbata, przyprawy	III	III	IV	III
Zboża ↑	IV	II	II	II
Nasiona i owoce oleiste ↓	II	III	III	III
Produkty przemysłu spożywczego				
Mięso i podroby	II	II	II	II
Produkty mleczarskie ↓	I	II	II	II
Produkty młynarskie, sól, skrobie ↓	I	I	II	II
Tłuszcze i oleje zwierzęce lub roślinne	IV	III	IV	III
Przetwory z mięsa, ryb i owoców morza	I	I	I	I
Cukry i wyroby cukiernicze ↑	II	I	I	I
Kakao i przetwory z kakao	III	III	III	I
Przetwory zbożowe i pieczywo cukiernicze	I	I	I	I
Przetwory z owoców i warzyw ↓	III	II	IV	IV
Różne przetwory spożywcze	II	II	II	II
Napoje bezalkoholowe i alkoholowe	I	I	I	II
Odpady i pasze dla zwierząt	III	III	III	III
Tytoń i wyroby tytoniowe	III	III	III	III



Struktura polskiego eksportu rolno- -spo ywczego według stosowanych strategii konkurowania (w procentach)



Struktura polskiego eksportu rolno- -spo ywczego z poszczególnymi grupami krajów według stosowanych strategii konkurowania (w procentach)



Wnioski (1)



- Ocena konkurencyjności polskiego handlu rolno-spożywczego, dokonana w oparciu o metodę jako ciwo-cenową, bazującą na koncepcji Karla Aigingera, ukazującą tendencje w pierwszych latach po akcesji (2004-2008) w porównaniu z okresem przedakcesyjnym (2000-2003). Zwiększy się udział polskiego eksportu rolno-spożywczego, będącego efektem stosowania skutecznej strategii konkurencyjności jako ci.
- W okresie kryzysu gospodarczego (2009) w polskim eksporcie rolno-spożywczym wyraźnie wzrosło natomiast znaczenie skutecznej strategii konkurencyjności niżej cen; w 2010 roku rola tej strategii zmniejszyła się, podczas gdy skutecznej strategii konkurencyjności jako ci ponownie zwiększyła.

Wnioski (2)



- W wyniku tych zmian, w 2010 roku blisko 40% polskiego eksportu rolno-spo ywczego mo na byö przypisa zastosowaniu skutecznej strategii konkurowania jako ci (8 pkt. proc. wi cej ni w okresie przedakcesyjnym), a nieco ponad 30% . skutecznej strategii konkurowania ni sz cen (o 3 pkt. proc. wi cej ni przed akcesj).
- Skuteczne strategie konkurowania jako ci byö typowe dla handlu produktami przemysöu spo ywczego, znacznie rzadziej stosowano je w handlu produktami rolnictwa. W sektorze rolnictwa rozwój handlu byö natomiast przewa nie efektem stosowania skutecznych strategii konkurowania cen oraz potencjalnie skutecznymi strategiami konkurowania jako ci .



Wnioski (3)



- W okresie członkostwa w UE, osi gni cie nadwy ki obrotów handlowych artykułami rolno-spo ywczymi było efektem konkurowania jako ci w eksporcie takich grup produktów, jak: mi so i podroby jadalne, przetwory z mi sa, ryb i owoców morza, cukry i wyroby cukiernicze, przetwory zbo owe i pieczywo cukiernicze oraz tyto i wyroby tytoniowe (skuteczna strategia konkurowania jako ci).
- Polska miała tak e przewagi konkurencyjne (dodatnie wagowe saldo wymiany) w handlu produktami mleczarskimi, ró nymi przetworami spo ywczymi i warzywami. Osi gni cie nadwy ki w obrotach handlowych tymi produktami było jednak mo liwe dzi ki konkurowaniu cen eksportowanych wyrobów (skuteczna strategia konkurowania ni sz cen).

Wnioski (4)



- W kilku grupach produktów, mimo osiągniętych cen w eksporcie niż w imporcie, nie udało się Polsce uzyskać przewag konkurencyjnych, wyrażonych dodatnim wagowym saldem wymiany (**potencjalnie skuteczna strategia konkurowania jako ci**).
Były to: ryby i owoce morza, kawa, herbata i przyprawy, produkty przemysłu młynarskiego i skrobiowego, kakao i przetwory z kakao, odpady i pasze dla zwierząt.
- Najbardziej niekorzystna sytuacja cechowała natomiast handel tłuszczami i olejami zwierzęcymi lub roślinnymi oraz napojami bezalkoholowymi i alkoholowymi. Polska importowała większe ilości tych produktów niż eksportowała, a dodatkowo ceny w ich eksporcie były niższe niż w imporcie. Oznacza to **nieskuteczną strategię konkurowania niższymi cenami**.



Dzi kuj za uwag !

