



UNIWERSYTET SZCZECIŃSKI  
**INSTYTUT EKONOMII  
I FINANSÓW**

**mgr Paweł Mieczan**

**AUTOREFERAT ROZPRAWY DOKTORSKIEJ**

**DETERMINANTY POLSKIEGO EKSPORTU GOTOWYCH  
ARTYKUŁÓW SPOŻYWCZYCH PO AKCESJI DO UNII  
EUROPEJSKIEJ**

PROMOTOR:

**dr hab. MICHAŁ PLUCIŃSKI, prof. US**

Uniwersytet Szczeciński

PROMOTOR POMOCNICZY:

**dr AGNIESZKA MAŁKOWSKA**

Uniwersytet Szczeciński

RECENZENCI:

**dr hab. KRYSTYNA ŻOŁĄDKIEWICZ, prof. UG**

Uniwersytet Gdański

**dr hab. inż. BARTOSZ MICKIEWICZ, prof. ZUT**

Zachodniopomorski Uniwersytet Technologiczny w Szczecinie

Szczecin 2023

## Spis treści

1.	Uzasadnienie wyboru tematu rozprawy .....	3
2.	Hipotezy badawcze i cele rozprawy .....	4
3.	Metodyka badań .....	5
4.	Układ pracy .....	7
5.	Wybrane wyniki badań .....	8
6.	Wybrane wnioski końcowe .....	26

## 1. Uzasadnienie wyboru tematu rozprawy

Tematyka badawcza związana z grupą gotowych artykułów spożywczych była interesująca dla autora rozprawy z trzech powodów. Pierwsza kwestia dotyczyła znaczenia tej grupy dla społeczeństwa, co *de facto* determinowało wymianę handlową na poziomie międzynarodowym, druga związana była z zaobserwowaną luką badawczą, natomiast trzecia dotyczyła bezpośredniej praktyki zawodowej autora.

Żywność od zawsze była kluczowym dobrem zaspakajania podstawowych potrzeb fizjologicznych człowieka, przez co spełniała decydującą rolę w systemie gospodarczym każdego kraju. Choć popyt na nią był podatny na wahania, zależne od wielu zmiennych, to jednak istniało pewne minimum, którego zaspokojenie było fundamentem ludzkiej egzystencji. Autorzy, podejmujący w swoich badaniach tematykę artykułów spożywczych, zwracali uwagę na dwa ważne aspekty – bezpieczeństwo żywnościowe oraz bezpieczeństwo samej żywności. Ze względu na funkcję jaką żywność pełni w społeczeństwie, kluczową kwestię stanowi zapewnienie bezpieczeństwa żywnościowego. Z punktu widzenia handlu zagranicznego ważne było tworzenie takiej polityki, dzięki której popyt wewnętrzny byłby zaspokojony w pierwszej kolejności, a ewentualne nadwyżki produkcji kierowane byłyby na rynki zagraniczne, co powinno stymulować ten kierunek wymiany handlowej. Obszar ten mógł być elementem polityk, tak krajowych, jak i międzynarodowych ukierunkowanych na np. tworzenie odpowiednich warunków dla funkcjonowania przedsiębiorstw działających w sektorze wytwórczym. Należy także pamiętać, że zaspokojenie popytu wewnętrznego mogło mieć swoje źródło również w imporcie żywności. W kontekście roli i statusu żywności w światowym handlu należy podkreślić, że jest to wciąż sektor rozwojowy. Przyrost ludności w ujęciu światowym oraz prognozy długoterminowe jednoznacznie wskazują na wzrost populacji, co czyni grupę gotowych artykułów spożywczych szczególnie atrakcyjną. Dynamika wzrostu handlu zagranicznego gotowymi artykułami spożywczymi w okresie członkostwa Polski w UE uświadomiła znaczenie tej grupy dla całości polskiego eksportu, dlatego formułując tytuł rozprawy doktorskiej, autor miał świadomość podjęcia tematyki o istotnej randze gospodarczej.

Drugą przesłanką podjęcia tematyki badawczej była luka w stanie wiedzy, obejmującej przedmiot rozprawy, na co wskazały wyniki przeglądu literatury zaprezentowane w punkcie 4.1 dysertacji. Autor podjął się badania grupy towarowej stanowiącej w nomenklaturze scalonej zaledwie część sekcji IV, która dotyczy także napojów bezalkoholowych, alkoholowych i octu oraz tytoniu i przemysłowych namiastek tytoniu. W literaturze przedmiotu i raportach

sektorowych autorzy zazwyczaj skupiają się na pojedynczych grupach towarowych lub też ukierunkowują się w szerszym aspekcie na cały sektor spożywczy lub rolno-spożywczy. Nie udało się zidentyfikować opracowań odnoszących się tylko do grupy gotowych artykułów spożywczych zdefiniowanych jako działy 16–21 nomenklatury scalonej. Co więcej, zwrócono uwagę na aspekt czasowy. Kluczowy dla polskiej gospodarki w XXI wieku był rok 2004, kiedy nastąpiła akcesja Polski do Unii Europejskiej. Aby zbadać następstwa tego wydarzenia dla grupy gotowych artykułów spożywczych, istotne było przeanalizowanie okresu relatywnie dłuższego, aniżeli jest to spotykane w literaturze. Należy też zwrócić uwagę na turbulencje gospodarcze, które zaczęły występować w 2020 r. wraz z pojawieniem się pandemii COVID-19 i ze względu na wysoką aktualność tych wydarzeń występujące aktualnie ograniczenia w ilości opracowań naukowych podejmujących tę tematykę. Mając powyższe kwestie na uwadze, kierowano się potrzebą badań, obejmującą dłuższą perspektywę czasową (18 lat), co pozwoliło na bardziej szczegółową analizę występujących zjawisk oraz jednocześnie uwzględnienie okresu najważniejszych zmian, wynikających z przystąpienia do UE.

W wyborze podjętej problematyki badawczej znaczenie miało również doświadczenie zawodowe autora rozprawy, którego przedmiotem codziennej aktywności jest doradztwo eksportowe w obszarze internacjonalizacji polskich przedsiębiorstw. W ramach aktywności na tym polu autor zrealizował ponad 200 analiz rynkowych, strategii ekspansji, badań potencjału eksportowego oraz modeli biznesowych internacjonalizacji polskich przedsiębiorstw, co wzbogaciło jego wiedzę o eksporcie, z punktu widzenia podmiotów nim się zajmujących. Autor rozprawy realizował także projekty na zamówienie jednostek samorządu regionalnego, co dostarczyło wiedzy z zakresu tworzenia dokumentów strategicznych, stanowiących źródło realizowanej polityki. Badania te były prowadzone w różnych sektorach, w tym również rolno-spożywczym. Powyższa aktywność badawcza umożliwiła poznanie sektora rolno-spożywczego i wyzwoliła potrzebę przeprowadzenia badań naukowych ważnej jego części – gotowych artykułów spożywczych w kontekście determinant, które wpłynęły na rozwój ich eksportu z Polski.

## **2. Hipotezy badawcze i cele rozprawy**

W pracy postawiono następującą hipotezę badawczą – **Występowanie przewag kosztowych przyczyniło się do rozwoju polskiego eksportu gotowych artykułów spożywczych po akcesji Polski do Unii Europejskiej.** Głównym celem badawczym pracy była **identyfikacja determinant polskiego eksportu gotowych artykułów spożywczych**

**po wejściu Polski do Unii Europejskiej.** Oprócz celu głównego sformułowano cel pomocniczy, jakim była **ocena szans i zagrożeń dla rozwoju eksportu gotowych artykułów spożywczych z Polski w przyszłości, z rekomendacją działań do podjęcia w celu wsparcia jego dalszej ekspansji.** W realizacji celów pracy pomocne było uzyskanie odpowiedzi na kluczowe pytania badawcze:

1. Jaką rolę w polskim eksporcie odgrywały w badanym okresie gotowe artykuły spożywcze i jaka była rola Polski w światowym obrocie handlowym tą grupą ładunków?
2. Jakie były determinanty polskiego eksportu gotowych artykułów spożywczych w okresie 2005–2019?
3. Jaki wpływ na eksport gotowych artykułów spożywczych z Polski miały determinanty związane z wystąpieniem pandemii COVID-19 oraz wojną w Ukrainie?
4. Jakie najważniejsze szanse i zagrożenia stoją przed polskim eksportem gotowych artykułów spożywczych?
5. Jakie instrumenty polityki społeczno-gospodarczej można wykorzystać dla maksymalizacji szans i minimalizacji zagrożeń eksportu gotowych artykułów spożywczych?

### **3. Metodyka badań**

Badaniami objęto dwa podokresy, tj. główny okres badawczy, który stanowiły lata 2005–2019 oraz drugi podokres dotyczący lat 2020–2022. Rokiem bazowym analiz był 2005 r., a wybór ten wynikał z tego, że dopiero wówczas możliwe było zmierzenie w pełnym wymiarze (rocznym) skutków przystąpienia Polski do struktur unijnych. Z kolei cezurą czasową pierwszego podokresu był 2019 r., poprzedzający wystąpienie znaczących turbulencji gospodarczych – w Polsce i na świecie, tj. pandemii COVID-19 oraz agresji Rosji na Ukrainę, które nie miały precedensu w XXI wieku. Równocześnie jednak, mając powyższe na uwadze, autor dokonał analizy podokresu 2020–2022, co spowodowane było koniecznością uwzględnienia aktualnych uwarunkowań dla wypracowania rekomendacji wsparcia tej grupy w przyszłości.

Należy przy tym równocześnie zaznaczyć, że przedmiotem badań w rozprawie był wyłącznie eksport towarów, a nie usług. Autor w swoich rozważaniach skupił się ponadto na ujęciu wartościowym, a nie ilościowym, co jest powszechną praktyką także w wielu innych opracowaniach ekonomicznych dotyczących handlu zagranicznego, choć równocześnie zdawał

sobie sprawę, że korelacja wartości z wolumenem mogłaby również dostarczyć cennych informacji.

Podczas procesu badawczego autor wykorzystał trzy grupy metodyk badawczych, które dotyczyły zbierania danych, analizy danych oraz wnioskowania na bazie otrzymanych rezultatów.

W zakresie zbierania danych korzystano z informacji pochodzących ze źródeł wtórnych, na podstawie literatury przedmiotu oraz opracowań sektorowych zarówno krajowych, jak i zagranicznych oraz danych statystycznych dostarczanych m.in. przez Główny Urząd Statystyczny, Eurostat, UN Comtrade, OECD, Statista, Bank Światowy oraz CIA Factbook.

W odniesieniu do analizy danych, zastosowano metodę krytycznej analizy literatury przedmiotu badania, jak również innych materiałów zewnętrznych, ale także metodę statystyczną oraz metodę analizy strategicznej. W krytycznej analizie literatury przedmiotu badania, analizie poddano zarówno dorobek w zakresie teorii związanych z międzynarodową wymianą handlową, w tym jej determinantami (rozdz. 1), jak i dorobek publikacyjny odnoszący się do determinant eksportu gotowych artykułów spożywczych z Polski (rozdz. 4.1).

Metody statystyczne zastosowano w rozdziałach 3, 4 oraz 5. W rozdziale trzecim zaprezentowano analizę statystyczną danych wtórnych (publicznych) pochodzących z baz m.in. Głównego Urzędu Statystycznego i *UN Comtrade*, wykorzystując metodę analizy porównawczej oraz syntezę. Zbadano strukturę oraz dokonano analizy dynamiki zjawisk, posługując się wybranymi technikami statystyki opisowej, tj. średnią arytmetyczną i wskaźnikami dynamiki. W rozdziale 4 przeprowadzono badanie korelacji eksportu gotowych artykułów spożywczych z Polski z determinantami społeczno-gospodarczymi występującymi w kraju, a także na rynkach głównych odbiorców polskiej żywności. We wstępnej fazie zbadano rozkład zmiennych, wykorzystując testy Shapiro-Wilka i Lilliforsa. Było to konieczne do wyboru odpowiedniego wskaźnika w analizie korelacji. W analizie tej posłużono się dwoma współczynnikami  $r$  Persony i  $\rho$  Spearmana.

Dodatkowo przeprowadzona została analiza porównawcza struktury eksportu gotowych artykułów spożywczych w obszarze przewag komparatywnych dla Polski oraz grupy krajów referencyjnych, tj. Niemiec, Holandii oraz Francji z wykorzystaniem Indeksu Balassy.

W rozdziale 5 zaprezentowano ocenę wpływu determinant eksportu gotowych artykułów spożywczych oraz szans i zagrożeń, wykorzystując elementy analizy SWOT oraz PESTLE (aspekty polityczne, ekonomiczne, społeczne, technologiczne, legislacyjne i środowiskowe otoczenia biznesowego). W zakresie analizy instrumentarium w pierwszej kolejności przeprowadzono identyfikację podmiotów publicznych udzielających wsparcia

konkretnego typu, a następnie zbadano aktualne narzędzia wsparcia rozwoju działalności eksportowej.

Wnioskowanie na bazie otrzymanych rezultatów oparto na metodach indukcyjnych i dedukcyjnych, co pozwoliło na syntetyczne uporządkowanie zagadnienia będącego przedmiotem rozprawy, ale przede wszystkim posłużyło do interpretacji otrzymanych wyników badania ilościowego. Dodatkowo metody te umożliwiły identyfikację związku przyczynowo-skutkowego pomiędzy determinantami a eksportem, a następnie szansami i zagrożeniami rozwoju grupy, co z kolei umożliwiło wypracowanie narzędzi jej wsparcia w przyszłości, odwzorowujących stan grupy i procesy w niej zachodzące. Wnioskowanie dedukcyjne wykorzystano do wypracowania determinant eksportu grupy gotowych artykułów spożywczych na podstawie teorii związanych z handlem międzynarodowym, z kolei wnioski indukcyjne posłużyły do wypracowania instrumentów wsparcia na bazie zidentyfikowanych szans i zagrożeń grupy. Dodatkowo, wnioski dedukcyjne *de facto* posłużyły do weryfikacji postawionej hipotezy badawczej.

#### **4. Układ pracy**

Proces badawczy przebiegał zgodnie z logiką prowadzenia badań, co znalazło odzwierciedlenie w układzie niniejszej pracy – podzielonej na 5 części. W rozdziale pierwszym dokonano przeglądu teorii związanych z handlem międzynarodowym. W rozważaniach wzięto pod uwagę zarówno tradycyjne teorie handlu międzynarodowego, nowe teorie handlu międzynarodowego oraz nową nową teorię handlu międzynarodowego. Mając na uwadze, że do determinant eksportu odnoszą się nie tylko teorie handlu międzynarodowego, w tej części pracy przybliżono również teorię lokalizacji, teorię międzynarodowej konkurencyjności oraz teorie związane z międzynarodową integracją gospodarczą. W końcowej części rozdziału autor dokonał systematyzacji determinant eksportu przez pryzmat założeń analizowanych teorii.

W rozdziale drugim zaprezentowano założenia metodyczne niniejszej pracy. Przybliżono w nim przesłanki jakie skłoniły autora rozprawy do wyboru tematyki pracy. Scharakteryzowano w nim również badaną grupę towarową gotowych artykułów spożywczych. W ostatnim punkcie omówiono zastosowaną w pracy metodykę. Przedstawiono ponadto główne ograniczenia, które towarzyszyły autorowi w procesie przygotowania dysertacji.

W rozdziale trzecim zaprezentowano znaczenie eksportu gotowych artykułów spożywczych w łącznym eksporcie Polski oraz w światowym eksporcie rozpatrywanej grupy towarowej. Wyniki tych badań zaprezentowano w aspekcie wartościowym dla lat 2005–2019. Rozważania odnoszące się do wspomnianego okresu objęły również prezentację struktury

przedmiotowej eksportu gotowych artykułów spożywczych z Polski oraz jego struktury geograficznej.

Rozdział czwarty odegrał kluczową rolę w całości rozważań przedstawionych w dysertacji doktorskiej. W początkowej jego części dokonano, na podstawie dotychczasowego dorobku naukowego, identyfikacji i klasyfikacji determinant eksportu gotowych artykułów spożywczych z Polski w okresie po akcesji tego kraju do UE. Na podstawie rozważań literaturowych wytypowano grupę determinant, które poddano badaniom ilościowym. W pierwszej kolejności przeprowadzono analizę korelacji polskiego eksportu gotowych artykułów spożywczych z wybraną grupą determinant odnoszących się do Polski. W ostatniej części tego rozdziału przeprowadzono badania korelacji polskiego eksportu gotowych artykułów spożywczych z wytypowaną grupą determinant odnoszących się do ważnych rynków docelowych tego eksportu (Niemiec, Holandii i Francji).

Rozdział piąty rozprawy ma charakter badawczo-postulatywny. W jego pierwszej części, przedstawiono wpływ turbulentnych uwarunkowań zachodzących w okresie 2020–2022 na strukturę przedmiotową i geograficzną polskiego eksportu gotowych artykułów spożywczych oraz jego pozycję międzynarodową. W punkcie tym starano się również odnieść do przyszłości eksportu tej grupy towarowej z Polski. W kolejnym punkcie tego rozdziału przeprowadzono ocenę szans i zagrożeń rozwoju eksportu gotowych artykułów spożywczych z Polski. Ostatnia część rozdziału prezentuje instrumentarium polityki gospodarczej, mogące przyczynić się do dalszego rozwoju eksportu gotowych artykułów spożywczych z Polski. Autor bliżej przedstawił instrumenty wsparcia finansowego oraz instrumenty informacyjno-promocyjne, kończąc swoje rozważania rekomendacjami dotyczącymi ich wdrożenia.

## **5. Wybrane wyniki badań**

Eksport gotowych artykułów spożywczych z Polski w 2005 r. wyniósł 9,42 mld PLN, podczas gdy w 2019 r. było to 44,95 mld PLN (wzrost o 377%). Łącznie w badanym okresie eksport ten wyniósł 376,5 mld PLN. Udział grup towarowych związanych z działami od 16 do 21 pokazał wzrost znaczenia gotowych artykułów spożywczych w całkowitym polskim eksporcie w analizowanym okresie. W 2005 r. udział ten wynosił 3,3%, podczas gdy w 2019 r. było to 4,5%. Gotowe artykuły spożywcze miały relatywnie niewielki udział w światowym eksporcie, choć także w tym przypadku zauważalna jest tendencja wzrostowa. Według danych UN Comtrade, w 2005 r. udział ten wynosił 1,6%, a w 2019 r. ok. 2%. Aż w pięciu z sześciu badanych działów gotowych artykułów spożywczych zanotowano wzrost znaczenia międzynarodowego Polski jako eksportera.



Autor dokonał przeglądu literatury krajowej w obszarze sektora rolno-spożywczego i determinant kształtujących jego rozwój w odniesieniu do internacjonalizacji działalności w celu wyodrębnienia zmiennych, które następnie podlegały badaniu korelacji. Mając na uwadze dostępne w literaturze przedmiotu klasyfikacje determinant w podziale np. na czynniki endogeniczne i egzogeniczne czy aspekty strukturalne, polityczne i koniunkturalne, autor rozprawy konkludując dokonany przegląd literatury, podjął się próby własnej klasyfikacji zidentyfikowanych determinant eksportu gotowych artykułów spożywczych po akcesji Polski do UE, a jej rezultaty zaprezentowano w tabeli 1.

**Tabela 1. Determinanty polskiego eksportu sektora rolno-spożywczego zidentyfikowane w literaturze przedmiotu**

Grupa	Determinanty	Autorzy	Powiązanie z teorią
Naturalne	zasoby naturalne surowca	Hajdukiewicz, Bednarz, Kielbasa, Kosior, Kowalski, Figiel, Mroczek, Gliwa	neoczynnikowa
	uwarunkowania klimatyczne	Hajdukiewicz, Kosior	neoczynnikowa
	przyjazność dla środowiska	Hajdukiewicz	neoczynnikowa
Konsumenckie	popyt na rynkach zewnętrznych	Szczepaniak, Ambroziak, Kosior, Hajdukiewicz, Mroczek, Michalczyk, Szymanowski	popytowo-podażowa
	popyt krajowy	Szczepaniak, Szajner, Hajdukiewicz, Bieniek-Majka, Kowalski, Figiel, Halamska, Popek, Przybylak	popytowo-podażowa
	preferencje i zwyczaje konsumenckie (np. zmiana nawyków żywieniowych)	Mroczek, Kosior, Michalczyk, Szymanowski, Szczepaniak, Hajdukiewicz, Rzytki	popytowo-podażowa
	zmiany demograficzne	Szczepaniak, Ambroziak, Kosior, Popek	popytowo-podażowa
	rozwój trendów żywności ekologicznej/regionalnej/tradycyjnej	Hajdukiewicz, Michalczyk	popytowo-podażowa
Technologiczne	innowacyjne technologie	Szajner, Szczepaniak, Kociszewski, Szwacka-Mokrzycka, Kosior, Bieniek-Majka, Popek, Bednarz, Wigier, Łukiewska	neotechnologiczna; międzynarodowej konkurencyjności
	bezpośrednie inwestycje zagraniczne (transfer wiedzy i technologii)	Szczepaniak, Szajner, Gantner, Mroczek, Wigier	neoczynnikowe; neotechnologiczna
	modernizacja przemysłu (procesy dostosowawcze)	Szczepaniak, Pawlak, M. Kołodziejczak, W. Kołodziejczak, Kociszewski, Szwacka-Mokrzycka, Gołaś, Kowalski, Figiel, Halamska, Łacka, Popek, Grochowska, Tereszczuk, Mroczek, Bednarz, Bieniek-Majka	neoczynnikowe; neotechnologiczna
Produktowe	zwiększone portfolio produktowe	Szczepaniak, Szajner	wewnątrzgałęziowa

	jakość produktów	Hajdukiewicz, Bednarz, Szczepaniak, Kociszewski, Szwacka-Mokrzycka	neotechnologiczna
Wytwórcze	zwiększenie wydajności pracy	Urban, Szczepaniak, Ambroziak, Kosior, Mroczek, Szajner, Gołaś, Bieniek-Majka, Kowalski, Figiel, Halamska, Tereszczuk, Łukiewska, Bułkowska	neotechnologiczna; międzynarodowej konkurencyjności
	wielkość produkcji	Szczepaniak, Kowalski, Figiel, Halamska	wewnątrzgałęziowa
Polityczno-ekonomiczne (przystąpienie do UE)	liberalizacja handlu – zniesienie barier celnych i handlowych	Szajner, Szczepaniak, Ambroziak, Kosior, Kociszewski, Szwacka-Mokrzycka	międzynarodowej integracji gospodarczej
	swoboda przepływu pracowników i prowadzenia działalności gospodarczej	Szajner, Szczepaniak	międzynarodowej integracji gospodarczej
	umowy i restrykcje regulujące handel między UE a krajami trzecimi	Szajner, Szczepaniak	międzynarodowej integracji gospodarczej
	dostęp do jednolitego rynku wewnętrznego UE	Szczepaniak, Ambroziak, Kosior, Mroczek	międzynarodowej integracji gospodarczej
	kryzys gospodarczy	Szajner, Szczepaniak	neoczynnikowa
	Wspólna Polityka Rolna	Kowalski, Figiel, Halamska	międzynarodowej integracji gospodarczej
	dostęp do finansowania zewnętrznego (m.in. dotacje, subwencje, subsydia, dopłaty)	Szajner, Szczepaniak, Ambroziak, Kosior, Hajdukiewicz, Bieniek-Majka, Kowalski, Figiel, Halamska	międzynarodowej integracji gospodarczej
	ograniczenia fitosanitarne i weterynaryjne	Szajner, Szczepaniak, Hajdukiewicz	neoczynnikowa
Marketingowe	promocja sektora rolno-spożywczego	Kowalski, Hajdukiewicz	międzynarodowej konkurencyjności
Strukturalne przemysłu	rozdrobniona struktura podmiotowa sektora	Szajner, Szczepaniak	lokalizacji; neotechnologiczna
	wzrost produkcji (np. nadwyżki, efekt skali)	Szczepaniak, Bułkowska, Tereszczuk, Mroczek, Szymanowski, Popek, Bieniek-Majka	neotechnologiczna; międzynarodowej konkurencyjności
	dynamika wzrostu sektora spożywczego	Szajner, Szczepaniak	neotechnologiczna
	koncentracja przemysłu	Szajner, Szczepaniak, Kowalski, Figiel, Halamska, Gołaś, Tereszczuk, Mroczek, Bednarz	lokalizacji; neotechnologiczna
	przewagi kosztowe	Szajner, Szczepaniak, Hajdukiewicz, Kociszewski, Szwacka-Mokrzycka, Mroczek, Kowalski, Figiel, Halamska, Wigier, Ambroziak, Kosior, Bednarz, Szymanowski	klasyczne; popytowo-podażowa; międzynarodowej konkurencyjności
	importochłonność	Szajner, Szczepaniak	wewnątrzgałęziowa; lokalizacji; międzynarodowej integracji gospodarczej
Makroekonomiczne	wzrost PKB	Szczepaniak, Ambroziak, Kosior, Grochowska, Szymanowski	neoczynnikowa

	PKB <i>per capita</i>	Szczepaniak, Grochowska, Ambroziak, Kosior	neoczynnikowa
	zatrudnienie i stopa bezrobocia	Grochowska, Szczepaniak, Ambroziak, Kosior, Tereszczuk, Mroczek	neoczynnikowa
	siła nabywcza	Szczepaniak	neoczynnikowa
	inflacja	Szczepaniak, Ambroziak, Kosior	popytowo-podażowa; neoczynnikowa
	deficyt budżetowy	Szczepaniak, Ambroziak, Kosior	neoczynnikowa
	dług publiczny	Szczepaniak, Ambroziak, Kosior	neoczynnikowa
	kurs wymiany walut	Szczepaniak, Ambroziak, Kosior, Hajdukiewicz	neoczynnikowa
	wzrost dochodów mieszkańców	Szczepaniak	neoczynnikowa
	stabilność gospodarcza	Szajner, Szczepaniak, Ambroziak, Kosior	neoczynnikowa

Źródło: opracowanie własne.

Należy podkreślić, że do najczęściej wskazywanych uwarunkowań zaliczano: przewagi kosztowe, modernizację przemysłu, czego efektem był wzrost produktywności i wydajności pracy, wdrożenie unijnych instrumentów finansowych czy napływ bezpośrednich inwestycji zagranicznych, skutkujących m.in. zwiększonym poziomem koncentracji czy też zwiększenie importu i importochłonności tej grupy.

W dalszej kolejności zbadano wpływ kluczowych determinant zidentyfikowanych w rozdziale 4.1 na eksport gotowych artykułów spożywczych z Polski w latach 2005–2019. Autor rozprawy, na podstawie najczęstszych wskazań zidentyfikowanych w literaturze poddanej przeglądowi, wybrał determinanty, które następnie poddano badaniu. Autor celowo nie wziął pod uwagę aspektów związanych z czynnikami naturalnymi oraz marketingowymi. W odniesieniu do zasobów naturalnych surowca, autor uznał za bardziej zasadne zbadanie importochłonności tej grupy, co w większym stopniu wskazuje na poziom jej umiędzynarodowienia, a to jest przedmiotem niniejszej rozprawy. Brak uwzględnienia czynnika marketingowego wynikał z kolei z jego niskiego poziomu policzalności. W opinii autora ma on charakter bardziej subiektywny i jest pochodną innych determinant, jak chociażby tych związanych z uruchomieniem finansowania unijnego. Wyniki przeprowadzonego badania ilościowego zaprezentowano w tabeli 2.

**Tabela 2. Korelacja polskiego eksportu gotowych artykułów rolno-spożywczych z wybranymi determinantami społeczno-gospodarczymi w latach 2005–2019**

Lp.	Wybrane determinanty społeczno-gospodarcze	Wartość współczynnika korelacji	Korelacja r Pearsona/ Korelacja rho Spearmana	Czynnik – powiązanie z teorią
1.	polski import gotowych artykułów spożywczych (wartość)	0,9733*	r Pearsona	wewnątrzgałęziowa
2.	konsumpcja wewnętrzna (wydatki konsumpcyjne jako % PKB)	−0,8774*	r Pearsona	popytowo-podażowa
3.	konsumpcja żywności (dzienna podaż kilokalorii wszystkich produktów spożywczych na osobę)	0,8348*	r Pearsona	popytowo-podażowa
4.	<i>inflacja (indeks cen konsumpcyjnych jako % roczny wzrost)</i>	−0,3164	r Pearsona	popytowo-podażowa
5.	PKB <i>per capita</i> (rozumiana także jako wypadkowa między innymi dochodów z pracy i dochodów z kapitału)	0,9842*	r Pearsona	neoczynnikowa
6.	<i>napływ bezpośrednich inwestycji zagranicznych (jako % PKB) - rozumiany także jako kapitał</i>	−0,3839	r Pearsona	neoczynnikowa
7.	podpisane umowy/aneksy o dofinansowanie z funduszy strukturalnych	0,8036*	rho Spearmana	integracji
8.	indeks realnego kursu walutowego (2010 = 100)	−0,5644*	r Pearsona	neoczynnikowa
9.	zatrudnienie (w tys.)	0,8708*	r Pearsona	neoczynnikowa
10.	średnie wynagrodzenie - rozumiane jako koszt czynnika wytwórczego	0,9214*	r Pearsona	neoczynnikowa
11.	udział siły roboczej pracującej w rolnictwie	−0,9821*	r Pearsona	neoczynnikowa
12.	PKB na przepracowaną godzinę (rozumiane jako produktywność)	0,9732*	r Pearsona	neoczynnikowa / neotechnologiczna
13.	wydatki krajowe brutto na B+R jako (% PKB) rozumiane jako inwestycje w rozwój technologiczny	0,9626*	r Pearsona	neotechnologiczna
14.	eksport średnich i zaawansowanych technologii (% eksportu wytworzonych produktów przemysłowych)	−0,9670*	r Pearsona	neotechnologiczna
15.	liczba naukowców (badaczy) na 1000 osób zatrudnionych – rozumiana jako kapitał ludzki na rzecz innowacyjności	0,8357*	rho Spearmana	neotechnologiczna
16.	liczba patentów wg krajów zamieszkania wnioskodawców – rozumiana jako element innowacyjności	0,7127*	r Pearsona	neotechnologiczna

\* – oznacza istotność statystyczną przy poziomie p-value < 0,05; kursywą oznaczono korelacje nieistotne statystycznie. Wybór wskaźnika korelacji wynikał z analizy rozkładu zmiennych (zweryfikowano za pomocą testów Shapiro-Wilka i Lillieforsa) oraz cech statystycznych.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych OECD, [www.ourworldindata.org](http://www.ourworldindata.org), Bank Światowy, UN Comtrade, [www.statista.com](http://www.statista.com), [www.cia.gov](http://www.cia.gov) [dostęp: 3.04.2022–18.04.2022].

Na podstawie analizy korelacji polskiego eksportu gotowych artykułów spożywczych z wybranymi determinantami społeczno-gospodarczymi w Polsce, w oparciu o współczynniki korelacji  $r$  Pearsona i  $\rho$  Spearmana zweryfikowano 16 współzależności. Wyniki przeprowadzonej analizy wskazały, że aż 14 z nich było istotnych statystycznie, natomiast dwie należało uznać za pozorne. W przeprowadzonej analizie szczególny nacisk położono na determinanty eksportu gotowych artykułów spożywczych z Polski, ale wzięto także pod uwagę inne ważne zależności, które były determinowane przez eksport. Takie podejście było kluczowe dla dokładnego zrozumienia wielowymiarowości związków polskiego eksportu gotowych artykułów spożywczych ze zidentyfikowanymi determinantami społeczno-gospodarczymi. Należy przy tym jednak podkreślić, że w analizie korelacji nie badano kierunku przyczynowości, lecz na bazie przeprowadzonego przeglądu ten kierunek mógł zostać określony.

Przeprowadzone badanie korelacji eksportu gotowych artykułów spożywczych ze zmiennymi dotyczącymi poszczególnych determinant społeczno-gospodarczych potwierdziło silne korelacje dodatnie z większością z nich (korelacja dodatnia dotyczyła 10 z 16 analizowanych mierników). Najwyższy poziom wskaźnika zbieżności ( $\text{corr} > 0,9$ ) osiągnięto dla miernika PKB *per capita*, a dalej kolejno dla polskiego importu gotowych artykułów spożywczych, PKB na przepracowaną godzinę, wydatków krajowych brutto na B+R jako procent PKB oraz średniego wynagrodzenia. Silna korelacja dodatnia o wartości miernika powyżej 0,7 została także zaobserwowana dla konsumpcji żywności, podpisanych umów o dofinansowanie z funduszy strukturalnych, zatrudnienia, liczby naukowców na 1000 osób zatrudnionych oraz liczby patentów. To właśnie te wskazane determinanty wśród badanych okazały się kluczowe dla rozwoju polskiego eksportu gotowych artykułów spożywczych i są to również uwarunkowania, które powinny być odpowiednio stymulowane w przyszłości dla dalszego rozwoju tej grupy.

Następnie autor dokonał badania korelacji polskiego eksportu gotowych artykułów spożywczych z wybranymi determinantami społeczno-gospodarczymi w wybranych europejskich państwach w latach 2005-2019.

**Tabela 3. Korelacja polskiego eksportu gotowych artykułów spożywczych z wybranymi determinantami społeczno-gospodarczymi w wybranych europejskich państwach w latach 2005–2019**

Lp.	Wybrane determinanty społeczno-gospodarcze	Wartość współczynnika korelacji	Korelacja r Pearsona/Korelacja rho Spearmana	Kraj partnerski
1.	konsumpcja wewnętrzna (wydatki konsumpcyjne jako % PKB)	–0,5949* –0,5671* <i>–0,0962</i>	r Pearsona	Niemcy Holandia <i>Francja</i>
2.	konsumpcja żywności (dzienna podaż kalorii każdego typu żywności na głowę)	0,7897* 0,5955* <i>–0,3419</i>	r Pearsona rho Spearmana r Pearsona	Niemcy Holandia <i>Francja</i>
3.	<i>inflacja (indeks cen konsumpcyjnych jako % roczny wzrost)</i>	<i>–0,1662</i> <i>0,0811</i> <i>–0,2724</i>	r Pearsona	<i>Niemcy</i> <i>Holandia</i> <i>Francja</i>
4.	PKB <i>per capita</i> (rozumiana także jako wypadkowa między innymi dochodów z pracy i dochodów z kapitału)	0,9879* 0,9768* 0,9819*	r Pearsona	Niemcy Holandia Francja
5.	<i>napływ bezpośrednich inwestycji zagranicznych (jako % PKB) - rozumiany także jako kapitał</i>	<i>–0,2671</i> <i>0,0286</i> <i>–0,2132</i>	r Pearsona rho Spearmana r Pearsona	<i>Niemcy</i> <i>Holandia</i> <i>Francja</i>
6.	indeks realnego kursu walutowego (2010=100)	–0,7974* –0,6658* –0,8521*	r Pearsona	Niemcy Holandia Francja
7.	zatrudnienie (tys.) - rozumiane jako praca	0,9856* 0,6964* 0,9453*	r Pearsona rho Spearmana r Pearsona	Niemcy Holandia Francja
8.	średnie wynagrodzenie - rozumiane jako koszt czynnika wytwórczego	0,9607* <i>0,4857</i> 0,9518*	rho Spearmana rho Spearmana r Pearsona	Niemcy <i>Holandia</i> Francja
9.	udział siły roboczej pracującej w rolnictwie	–0,9723* –0,9526* –0,8329*	rho Spearmana	Niemcy Holandia Francja
10.	PKB na przepracowaną godzinę (rozumiane jako produktywność)	0,9555* 0,9237* 0,9327*	r Pearsona	Niemcy Holandia Francja
11.	eksport średnich i zaawansowanych technologii (% eksportu produktów przemysłowych)	0,7655* <i>–0,3618</i> <i>0,3933</i>	r Pearsona	Niemcy <i>Holandia</i> <i>Francja</i>

\* – oznacza istotność statystyczną przy poziomie p-value < 0,05; kursywą oznaczono korelacje nieistotne statystycznie (dla przejrzystości oznaczono je także kolorem **czzerwonym**). Wybór wskaźnika korelacji wynikał z analizy rozkładu zmiennych (zweryfikowano za pomocą testów Shapiro-Wilka i Lillieforsa) oraz cech statystycznych.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych OECD, [www.ourworldindata.org](http://www.ourworldindata.org), Bank Światowy, UN Comtrade, [www.statista.com](http://www.statista.com), [www.cia.gov](http://www.cia.gov) [dostęp: 3.04.2022–18.04.2022].

Uzyskane wyniki badania korelacji eksportu gotowych artykułów spożywczych z Polski z determinantami społeczno-gospodarczymi zachodzącymi na rynkach Francji, Niemiec i Holandii zasadniczo mogły wskazywać na pewne cechy zróżnicowania między gospodarkami uważanymi za rozwijające się (Polska) a rynkami rozwiniętymi (pozostałe analizowane kraje). Należało w związku z tym dążyć do wykorzystania potencjału polskiej grupy gotowych artykułów spożywczych i do pogłębienia penetracji rynków zagranicznych polskimi produktami żywnościowymi. Kluczowe znaczenie, z punktu widzenia determinant

eksportu na dany rynek, wydawał się zatem mieć poziom rozwoju danego kraju oraz struktura jego gospodarki, która znalazła odzwierciedlenie w prowadzonym handlu zagranicznym. Po raz kolejny zatem potwierdziły się założenia teorii klasycznej, ale także nowej teorii handlu w obszarze kluczowych przewag konkurencyjnych.

Mając na uwadze fakt, iż wiele z determinant społeczno-gospodarczych wykorzystanych w badaniach korelacji z eksportem gotowych artykułów spożywczych odnosiło się w większości do danych dotyczących całej gospodarki, a nie jedynie sektora rolno-spożywczego, została przeprowadzona analiza porównawcza struktury handlu międzynarodowego w obszarze przewag komparatywnych z wykorzystaniem Indeksu Balassy. Wyniki badania Indeksu Balassy dla gotowych artykułów spożywczych zaprezentowano w tabeli 4.

**Tabela 4. Wartość wskaźnika Indeksu Balassy dla gotowych artykułów spożywczych w Polsce w stosunku do referencyjnej grupy krajów, tj. Niemiec, Holandii oraz Francji.**

Rok	$BI^A_J$	$S^J_A$	$S^J_{REF}$
2005	1,6229	0,0325	0,0200
2006	1,6735	0,0325	0,0194
2007	1,6240	0,0319	0,0197
2008	1,5520	0,0326	0,0210
2009	1,3946	0,0360	0,0258
2010	1,4803	0,0347	0,0235
2011	1,4878	0,0354	0,0238
2012	1,5939	0,0387	0,0243
2013	1,6012	0,0409	0,0256
2014	1,4992	0,0398	0,0265
2015	1,5509	0,0415	0,0268
2016	1,5946	0,0444	0,0278
2017	1,5971	0,0435	0,0273
2018	1,6012	0,0429	0,0268
2019	1,6265	0,0439	0,0270

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych OECD, [www.ourworldindata.org](http://www.ourworldindata.org), Bank Światowy, UN Comtrade, [www.statista.com](http://www.statista.com), [www.cia.gov](http://www.cia.gov) [dostęp: 3.04.2022–18.04.2022].

Na podstawie Indeksu Balassy, którego wartość w latach 2005–2019 była wyższa niż 1 można stwierdzić, że Polska posiada ujawnioną przewagę komparatywną względem referencyjnej grupy krajów (Niemcy, Holandia, Francja). Jego średnia wartość w badanym okresie to 1,5667. Największa jego wartość wystąpiła w 2006 roku i wynosiła 1,6735 a najniższa w 2009 roku i wynosiła 1,3946. Indeks Balassy charakteryzował się niską zmiennością (współczynnik

zmienności wynosił ok. 4,66%). Wyniki tego badania jednoznacznie wskazują na ujawnione przewagi kosztowe Polski.

Można więc wyciągnąć wniosek, że Polska na światowej arenie gospodarczej znalazła swoje pole, gdzie mogła być jednym ze światowych liderów, które umiejętnie eksploatowała. Mając powyższe na uwadze, niewątpliwy sukces polskiego eksportu gotowych artykułów spożywczych w latach 2005–2019 będzie mógł być dyskutowany w kolejnych latach, jednak biorąc pod uwagę dynamikę zmian otoczenia na poziomie makro, mezo oraz mikro, grupa jako całość mogła stanąć przed wieloma wyzwaniami, które mogły pogłębić ten sukces lub przekierować rozwój w inne rejony celem utrzymania pozycji konkurencyjnej tego przemysłu. Tym samym, pozytywnie zweryfikowano hipotezę wskazującą na czynnik kosztowy jako kluczowy dla eksportu grupy gotowych artykułów spożywczych z Polski. Przewagi tego typu spowodowały, że producenci w polskiej gospodarce rozwijali ekspansję dóbr pracochłonnych, równocześnie specjalizację kapitałochłonną pozostawiając innym krajom. Z kolei przystąpienie do jednolitego rynku UE spowodowało otwarcie na polskie towary, czego skutkiem był wzrost znaczenia krajów unijnych w polskim eksporcie grupy gotowych artykułów spożywczych.

Eksport sektora rolno-spożywczego w latach 2005–2019 cechował się względnie stabilnym wzrostem, pomimo jednego, kluczowego okresu turbulencji, który miał miejsce w latach 2008–2009. Drugi podokres opisywany w niniejszej rozprawie cechował się natomiast zjawiskami o charakterze sporadycznym, ale o dotychczas nienotowanym, silnym i burzliwym oddziaływaniu na funkcjonowanie społeczeństw, gospodarek. W odniesieniu do powyższego, należy wskazać kilka istotnych czynników, które kształtowały polski eksport gotowych artykułów spożywczych w drugim podokresie badawczym i będą na niego wpływały również w kolejnych latach. Wydarzenia z lat 2020–2022 stanowią dotychczas prawdopodobnie najbardziej krytyczny dla aspektów społeczno-polityczno-gospodarczych czas w XXI wieku. Pandemia COVID-19 oraz druga agresja Rosji na Ukrainę w XXI wieku<sup>1</sup>, całkowicie zmieniły otoczenie rynkowe, w którym działają producenci i eksporterzy gotowych artykułów spożywczych. Zjawiska społeczno-gospodarcze, które zaobserwowano w wyniku tych trudności, dotyczyły m.in.:

1. Wzrostu czynników kosztowych. Presja kosztowa w sektorze rolno-spożywczym dotyczyła w okresie 2020–2022 czterech obszarów, tj. materiałów, energii, pracy

---

<sup>1</sup> W mniejszym stopniu wpływ na eksport gotowych artykułów spożywczych miał także Brexit czy wdrażany w kraju tzw. Polski Ład,



oraz kosztów odsetek od kredytów<sup>2</sup>. Jej źródeł można upatrywać m.in. w konsekwencji agresji Rosji na Ukrainę skutkującej wzrostem czynników energetycznych, jak i surowcowych poprzez ograniczony import surowca, co było jednym z powodów wzrostu cen żywności w Polsce. Presja płacowa w połączeniu z rosnącą konkurencją rynkową prowadziła do zmniejszenia poziomu marż, co dodatkowo wzmacnia coraz silniejszą pozycję negocjacyjną głównych odbiorców, tj. dużych sieci handlowych w kraju i za granicą<sup>3</sup>. Odpowiedzią na powyższe czynniki było stosowane przez producentów przeniesienia rosnących kosztów na konsumentów, co prowadziło do wzrostu cen żywności. Zmiany zachodzące w sektorze rolno-spożywczym, w ujęciu kosztowym, prowadziły także do poszukiwania dodatkowych oszczędności, a rezultatem tego są dokonywane procesy restrukturyzacyjne<sup>4</sup>, które występowały przez cały okres członkostwa Polski w UE i które prowadziły także do konsolidacji rynkowej.

2. Imigracji ludności ukraińskiej do Polski, co z jednej strony mogło stanowić czynnik obniżający presję płacową u producentów i eksporterów, a z drugiej – pobudzało popyt wewnętrzny na żywność<sup>5</sup>.
3. Zmiany preferencji konsumenckich, które w obliczu rosnących cen żywności były ukierunkowane na żywność tańszą (substytucyjną), a w obliczu pandemii COVID-19, konsumenci zaczęli zwracać większą uwagę na jakość żywności, niższy poziom jej przetworzenia, wytwarzaną regionalnie i pochodzącą od lokalnych producentów. Zarówno skutki COVID-19, jak i nowe trendy obowiązujące na rynku pracy, przyczyniły się także do dynamicznego rozwoju grupy dań gotowych, tj. już przetworzonych i gotowych do spożycia<sup>6</sup>.

---

<sup>2</sup> J. Borowski, K. Jaworski, J. Olipra: *Czy polski sektor rolno-spożywczy poradzi sobie z wyższymi kosztami*, <https://bank.pl>, 2021 [dostęp: 18.03.2023].

<sup>3</sup> *Czas na ekspansję 2.0. Dotychczasowy model rozwoju krajowej branży spożywczej pod rosnącą presją*, [https://www.pekao.com.pl/dam/jcr:42edcbb1-5417-485c-af8e-fa25384ae5d3/Raport%20Agri-food\\_listopad%202020.pdf](https://www.pekao.com.pl/dam/jcr:42edcbb1-5417-485c-af8e-fa25384ae5d3/Raport%20Agri-food_listopad%202020.pdf) [dostęp: 21.03.2023].

<sup>4</sup> *Czy polski sektor rolno-spożywczy...*

<sup>5</sup> Wg danych Straży Granicznej z 17.03.2023 r. od początku agresji Rosji na Ukrainę, funkcjonariusze SG odprawili w przejściach granicznych z Ukrainy do Polski ponad 10,4 mln osób, a w przeciwnym kierunku 8,5 mln osób, [https://twitter.com/Straz\\_Graniczna/status/1636989376960909312](https://twitter.com/Straz_Graniczna/status/1636989376960909312) [dostęp: 17.03.2023]. Choć losy imigrantów po przekroczeniu granicy z Polski mogły być różne, np. dalszy transfer na zachód Europy, to przyjmuje się, że aktualnie w Polsce przebywa ok. 3,2 mln obywateli tego kraju, vs. ok. 1,5 mln osób przed wybuchem wojny: <https://samorząd.pap.pl/kategoria/aktualnosci/raport-ump-w-polsce-mieszka-obecnie-prawie-32-mln-obywateli-ukrainy> [dostęp: 18.03.2023].

<sup>6</sup> Warto zwrócić uwagę, że w zakresie wolumenu produkcji głównych produktów przemysłu spożywczego w okresie pandemicznym 2022 r. liderem był właśnie podsektor gotowych posiłków na bazie mięsa, ze wzrostem na poziomie 52,6%; G. Rykaczewski: *Stan i perspektywy przemysłu spożywczego w Polsce 2022 r.*, <https://www.pekao.com.pl/dam/jcr:a754b00e-2f88-4f60-9c17->

4. Konsekwencją pandemii COVID-19 była także korelacja w zakresie zmian w obszarze preferencji konsumenckich z politykami unijnymi, w tym z polityką zrównoważonego rozwoju, czego efektem była strategia „Od pola do stołu”. W rozwoju tego trendu ważne jest badanie możliwości wprowadzenia na obszarze UE wyższych stawek VAT na wysoko przetworzone produkty żywnościowe, zawierające duże ilości niezdrowych tłuszczów, cukier oraz sól (np. wdrożony w Polsce tzw. podatek cukrowy wpisujący się w te rozważania). Innym analizowanym kierunkiem przez UE jest zakaz reklamowania niezdrowej żywności. W tym ujęciu można mówić nawet o rewolucji w podejściu do tematu żywności, ponieważ przed pandemią nacisk stawiany był głównie na konsolidację gospodarstw i producentów rolnych przez przejęcia dokonywane przez większych graczy rolniczych, co prowadziło do wzrostu automatyzacji tych gospodarstw<sup>7</sup>.
5. W części rynku w pierwszej fazie pandemii, wobec nakładanych restrykcji, wystąpił popytowy *boom* spowodowany tendencją konsumentów do gromadzenia zapasów żywności. Druga część rynku z kolei doświadczyła rosnących problemów w obszarze popytowo-podażowym wraz z postępem pandemii, co wynikało z blokady niektórych kanałów dystrybucji. Obszar ten zaczął być wykorzystywany pod kątem wdrażania innowacyjnych rozwiązań wspierających sprzedaż z użyciem narzędzi cyfrowych (wzrost sektora *e-commerce*), które znajdują swoje źródło w czwartej rewolucji przemysłowej.

W latach 2020–2022 struktura geograficzna eksportu gotowych artykułów spożywczych z Polski nie uległa zmianie w stosunku do stanu z 2019 r. Choć patrząc przez pryzmat całej gospodarki światowej, w ostatniej dekadzie wolniejszy wzrost importu gotowych artykułów spożywczych niż w UE zanotowano jedynie w krajach europejskich nienależących do UE<sup>8</sup>, to rynek ten nadal dominował wśród odbiorców polskiego eksportu gotowych artykułów spożywczych.

Pomimo nieustannego wzrostu eksportu gotowych artykułów spożywczych z Polski, należy podkreślić, że istnieją obecnie zjawiska oddziałujące niekorzystnie na tę grupę. Ich skutkiem jest ograniczenie przewag kosztowych, gdyż marża występująca w danej grupie

---

dc7a384f1933/Stan%20i%20perspektywy%20przemysłu%20spożywczego%20w%20Polsce%20-%20prezentacja%20POLAGRA%202022.pdf [dostęp: 16.03.2023].

<sup>7</sup> M. Krukowska: *Pandemia zmienia rynek żywności*, <https://www.obserwatorfinansowy.pl/bez-kategorii/rotator/pandemia-zmienia-rynek-zywnosci/> [dostęp: 20.03.2023].

<sup>8</sup> Nie dotyczy to jednak Wielkiej Brytanii, która pomimo wystąpienia z UE utrzymała swoją pozycję wśród największych importerów gotowych artykułów spożywczych z Polski z wysoką dynamiką wzrostu jego wartości.

towarowej jest utrzymywana na dość niskim poziomie. W związku z tym istnieje niebezpieczeństwo, że konsumenci na rynkach zagranicznych nie będą chcieli płacić wyższych cen za żywność z Polski, co spowoduje wzrost produkcji, ale też konsumpcji krajowej na tych rynkach, która może występować łącznie z importem z innych niż Polska krajów. Co więcej, polska żywność będzie mogła być wypierana z rynków unijnych przez substytuty z krajów trzecich, w których wytyczne dotyczące zrównoważonego przetwórstwa nie będą aż tak rygorystyczne<sup>9</sup>, co może prowadzić do zaburzenia konkurencji.

Warto przy tym zwrócić uwagę na czynniki wpływające na pozycję grupy gotowych artykułów spożywczych na rynku krajowym. Należy podkreślić, że wzrost cen surowców energetycznych czy wysoka inflacja nie dotyczą jedynie Polski, są bowiem obserwowane również w innych krajach członkowskich UE, wobec czego nawet wskazany wzrost cen żywności niekoniecznie musi oznaczać istotną utratę konkurencyjności czynników kosztowych w skali unijnej. Należy jednak również zauważyć, że choć wzrost wartości wskaźników inflacji dotyczy całej UE, to w Polsce jest on wyższy niż w najbardziej rozwiniętych gospodarkach unijnych<sup>10</sup>, co negatywnie wpływa na konkurencyjność produktów z Polski, z punktu widzenia parametrów kosztowych. Równocześnie czynniki te powodują spadek konkurencyjności polskiej żywności na rynkach pozaunijnych, np. na rynku afrykańskim, gdzie aktywnie działają tacy silni konkurenci jak producenci z Turcji czy Chin<sup>11</sup>.

Równocześnie należy zwrócić uwagę, że skutki pandemii COVID-19 doprowadziły do zerwania dotychczasowych łańcuchów dostaw produktów żywnościowych, co otworzyło polskim firmom możliwości wejścia ze swoją ofertą na nowe rynki. Dla przykładu, w kwietniu 2020 r. istniało duże zapotrzebowanie w Singapurze na mrożonki, makarony czy dania gotowe. Zainteresowanie polską żywnością pojawiło się również ze strony m.in. Korei Południowej, Indonezji, Filipin, Wietnamu, Japonii czy Maroka<sup>12</sup>. Polski sektor spożywczy zaczął stawać się więc coraz bardziej atrakcyjny dla rynków odległych geograficznie, gdzie ekspansja była dotychczas utrudniona. Pozytywne trendy w sprzedaży zagranicznej zaobserwowano w wielu segmentach przetwórstwa żywności, w tym przede wszystkim wyraźne wzrosty dostrzegane

---

<sup>9</sup> I. Szczepaniak, P. Szajner: *Strategia „Od pola do stołu” w sektorze przetwórstwa spożywczego*, Fundacja Gospodarki i Administracji Publicznej, Kraków 2022, s. 65.

<sup>10</sup> Wg danych Eurostat inflacja w Polsce w 2022 r. wyniosła 13,2% i był to szósty najwyższy rezultat w całej UE. Dla porównania w Holandii wyniósł on 11,6%, w Niemczech – 8,7%, natomiast we Francji – 5,9%, <https://obserwatorgospodarczy.pl/2023/02/15/inflacja-w-europie-w-2022-roku-polska-pozza-podium/> [dostęp: 24.03.2023].

<sup>11</sup> J. Szymanek: *Kryzys energetyczny i koszty inflacji głównymi zagrożeniami dla sektora spożywczego*, <https://www.portalspozywczy.pl, 2023> [dostęp: 21.03.2023].

<sup>12</sup> PAIH Alert dla polskich eksporterów: które kraje Azji i Afryki potrzebują żywności?, <https://www.portalspozywczy.pl/technologie/wiadomosci/paih-alert-dla-polskich-eksporterow-ktore-kraje-azji-i-afryki-potrzebuja-zywnosci,183603.html> [dostęp: 13.03.2023].

były w sprzedaży czekolady i słodczy oraz przetworów mięsnych i rybnych<sup>13</sup>. Jedno z kluczowych następstw pandemii stanowił etnocentryzm konsumencki, tj. preferencje w zakresie lokalnej żywności względem tej pochodzącej z zagranicy, a jednym z powodów tej zmiany jest chęć wspierania rodzimych biznesów, lecz również pozytywne postrzeganie lokalnej żywności jako zdrowszej i bezpieczniejszej<sup>14</sup>.

Na podstawie analizy determinant, które przyczyniły się do rozwoju eksportu sektora rolno-spożywczego, a w szczególności gotowych artykułów spożywczych w latach 2005–2019, jak również turbulentnych uwarunkowań okresu 2020–2022, autor rozprawy podjął się identyfikacji szans dla rozwoju eksportu gotowych artykułów spożywczych z Polski w przyszłości. Wyniki tego badania zaprezentowano w tabeli 5.

**Tabela 5. Kluczowe szanse eksportu gotowych artykułów spożywczych z Polski**

Szansa	Źródło	Wpływ na eksport
Konsolidacja sektora	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> wzrost negatywnego oddziaływania wybranych czynników ekonomicznych (m.in. presja kosztowa, inflacja)</li> <li><input type="checkbox"/> spowolnienie wzrostu gospodarczego</li> <li><input type="checkbox"/> rezygnacja konsumentów z zakupu żywności <i>premium</i></li> <li><input type="checkbox"/> słaba pozycja negocjacyjna w stosunku do sieci handlowych</li> <li><input type="checkbox"/> konkurencyjność bazująca na niskich kosztach produkcji</li> <li><input type="checkbox"/> ograniczone zdolności do budowy międzynarodowej pozycji konkurencyjnej</li> <li><input type="checkbox"/> kontekst sukcesyjny</li> <li><input type="checkbox"/> trudności finansowe eksporterów skutkujące upadłością</li> <li><input type="checkbox"/> korzystniejsze wyceny przedsiębiorstw – okazje rynkowe</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> eliminowanie z rynku podmiotów o niskim poziomie wydajności i potencjale do rozwoju</li> <li><input type="checkbox"/> wystąpienie efektu synergii</li> <li><input type="checkbox"/> tworzenie silnych marek międzynarodowych</li> <li><input type="checkbox"/> wdrażanie innowacyjnych rozwiązań i transferu technologii</li> </ul>
Inwestycje	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> wymogi polityki związanej ze zrównoważonym rozwojem</li> <li><input type="checkbox"/> dostępność do funduszy UE</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> inwestycje w rozwój grupy i jego modernizacja podnosząca poziom konkurencyjności rynkowej</li> </ul>
Produkcja żywności ekologicznej	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> cele polityki Komisji Europejskiej do 2030 r. w zakresie wielkości upraw ekologicznych</li> <li><input type="checkbox"/> wzrost wykształcenia, zamożności i świadomości proekologicznej społeczeństwa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> modernizacja sektora</li> <li><input type="checkbox"/> dywersyfikacja portfolio produktowego</li> <li><input type="checkbox"/> dostosowanie do trendów rynkowych</li> </ul>
Produkcja żywności funkcjonalnej	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> wzrost mody na aktywność fizyczną i zdrowy tryb życia</li> <li><input type="checkbox"/> rozwój chorób cywilizacyjnych</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> możliwość generowania wyższej marży</li> <li><input type="checkbox"/> dywersyfikacja portfolio produktowego</li> </ul>

<sup>13</sup> Rok pandemii w branży spożywczej, [https://www.pekao.com.pl/dam/jcr:083fd3c8-ed3b-4bc0-b5e1-f038c52ade0a/rok\\_pandemii\\_w\\_branzy\\_spozywczej\\_bank\\_pekao\\_17\\_maja.pdf](https://www.pekao.com.pl/dam/jcr:083fd3c8-ed3b-4bc0-b5e1-f038c52ade0a/rok_pandemii_w_branzy_spozywczej_bank_pekao_17_maja.pdf) [dostęp: 10.03.2023 r.].

<sup>14</sup> Branża spożywcza w obliczu aktualnych wyzwań, <https://linkleaders.prowly.com/183394-branza-spozywcza-w-obliczu-aktualnych-wyzwan> [dostęp: 10.03.2023 r.].

		<input type="checkbox"/> dostosowanie do trendów rynkowych <input type="checkbox"/> możliwość generowania wyższej marży <input type="checkbox"/> dywersyfikacja portfolio produktowego <input type="checkbox"/> dostosowanie do trendów rynkowych <input type="checkbox"/> wzrost popytu na zdrową żywność
Zmieniające się zachowania konsumentów	<input type="checkbox"/> starzenie się społeczeństwa <input type="checkbox"/> wzrost świadomości społeczeństwa <input type="checkbox"/> wzrost znaczenia żywności wysokiej jakości o cechach probiotycznych	<input type="checkbox"/> wzrost popytu na żywność certyfikowaną
Certyfikacja żywności	<input type="checkbox"/> przepisy i regulacje prawne UE	<input type="checkbox"/> wzrost potencjału nowych rynków docelowych, wzrost popytu zewnętrznego
Przyrost naturalny	<input type="checkbox"/> wzrost liczby ludności na rynkach perspektywicznych	<input type="checkbox"/> wzrost podaży pracowników <input type="checkbox"/> ograniczenie presji płacowej w sektorze
Napływ ludności ukraińskiej	<input type="checkbox"/> agresja Rosji na Ukrainę	<input type="checkbox"/> wzrost dostępności nowoczesnych narzędzi sprzedaży dla konsumentów
Nowoczesne narzędzia sprzedaży	<input type="checkbox"/> wdrażanie założeń Przemysłu 4.0 <input type="checkbox"/> cyfryzacja życia konsumentów <input type="checkbox"/> rozwój narzędzi informatycznych <input type="checkbox"/> rozwój sektora <i>e-grocery</i>	
Narzędzia polityki marketingowej i instrumenty wsparcia	<input type="checkbox"/> środki celowe funduszy UE <input type="checkbox"/> programy wsparcia współfinansowane/finansowane ze środków unijnych typu Go to Brand, Made in Poland <input type="checkbox"/> ulga podatkowa na ekspansję zagraniczną	<input type="checkbox"/> tworzenie silnych marek międzynarodowych <input type="checkbox"/> upowszechnianie w świadomości konsumentów na rynkach perspektywicznych wizerunku wysokiej jakości polskiej żywności <input type="checkbox"/> promocja polskiej żywności na rynkach perspektywicznych (założenia tzw. niedozwolonej pomocy wywozowej determinujące rozwój w kierunku nowych rynków docelowych)
Niewykorzystany dotychczas w pełni potencjał tzw. rynków perspektywicznych	<input type="checkbox"/> dynamika rozwoju rynków perspektywicznych <input type="checkbox"/> relatywnie niewielki eksport na rynki perspektywiczne <input type="checkbox"/> przyrost naturalny na rynkach perspektywicznych	<input type="checkbox"/> dywersyfikacja źródeł przychodu z działalności zagranicznej <input type="checkbox"/> zwiększenie niezależności od nasyconego rynku unijnego

Źródło: opracowanie własne.

Wykazane powyżej czynniki będą pozytywnie oddziaływały na eksport gotowych artykułów spożywczych z Polski i mogą przyczynić się do wykorzystania jego potencjału. Ze względu na niestabilność i niepewność, trudno jednoznacznie ocenić, na ile poszczególne szanse zmaterializują się w perspektywie krótkoterminowej.

Dla pełnego obrazu perspektyw rozwoju omawianej grupy, autor rozprawy dokonał także identyfikacji i analizy zagrożeń rynkowych stojących przed eksporterami gotowych artykułów spożywczych, które w realny sposób mogą przyczynić się do spadku konkurencyjności oferty eksportowej z Polski. Wyniki tej analizy zaprezentowano w tabeli 6.

**Tabela 6. Kluczowe zagrożenia rozwoju eksportu gotowych artykułów spożywczych z Polski**

Zagrożenie	Źródło	Wpływ na eksport
Rozdrobnienie sektora	<input type="checkbox"/> specyfika i struktura polskiego przemysłu spożywczego	<input type="checkbox"/> wystąpienie niepewności geopolitycznej oraz wynikającej z polityki wewnętrznej kraju wstrzymujących fuzje i przejęcia
Wzrost czynników kosztowych	<input type="checkbox"/> agresja Rosji na Ukrainę <input type="checkbox"/> skutki COVID-19 <input type="checkbox"/> wzrost obciążeń podatkowych w wyniku wprowadzenia tzw. Polskiego Ładu <input type="checkbox"/> poziom inflacja	<input type="checkbox"/> ograniczenie przewag kosztowych polskiego sektora na rynku unijnym i pozaunijnym
Ograniczone możliwości zaopatrzenia	<input type="checkbox"/> ograniczona liczba realnych giełd rolnych <input type="checkbox"/> zmiany atmosferyczne skutkujące pojawianiem się np. susz, co ogranicza podaż produktów rolnych	<input type="checkbox"/> wyższe ceny surowca skutkujące ograniczeniem przewag kosztowych
Zachwianie łańcuchów dostaw	<input type="checkbox"/> spadek produkcji rolnej w Ukrainie <input type="checkbox"/> sankcje nałożone na wymianę handlową z Rosją <input type="checkbox"/> skutki COVID-19	<input type="checkbox"/> konieczność poszukiwania alternatywnych źródeł surowca <input type="checkbox"/> skrócenie/zerwanie łańcuchów dostaw <input type="checkbox"/> ukierunkowanie na zaopatrzenie na rynku krajowym
Polityka zrównoważonego rozwoju	<input type="checkbox"/> unijna polityka zrównoważonego rozwoju i pochodne, jak np. strategia „Od pola do stołu” <input type="checkbox"/> ograniczenie surowców krajowych w wyniku zmniejszania ilości stosowanych środków chemicznych <input type="checkbox"/> niewielka liczba gospodarstw ekologicznych w Polsce <input type="checkbox"/> polityka wewnętrzna destabilizująca działalność producentów i eksporterów	<input type="checkbox"/> odwrócenie konsumentów od produktów wysoko przetworzonych <input type="checkbox"/> rozwarstwienie konkurencyjności względem gospodarek niezobowiązanych do wykorzystywania surowców naturalnych <input type="checkbox"/> wzrost cen produktów skutkująca ograniczeniem przewag kosztowych <input type="checkbox"/> ograniczenie surowców krajowych w wyniku zmniejszania ilości stosowanych środków chemicznych skutkująca ograniczeniem produkcji na eksport
Dostęp do środków unijnych	<input type="checkbox"/> naruszenie zasad obowiązujących w Unii Europejskiej, <input type="checkbox"/> niespełnienie wymogów dostępu do środków,	<input type="checkbox"/> pozbawienie Polski środków przyznanych w ramach Krajowego Planu Odbudowy oraz funduszy strukturalnych na lata
Nieefektywny system wsparcia promocji polskiego eksportu	<input type="checkbox"/> brak spójnej strategii rozwoju polskiego eksportu skoordynowanej pomiędzy poziomem centralnym i regionalnym	<input type="checkbox"/> niska rozpoznawalność polskiej marki żywności na rynkach zagranicznych <input type="checkbox"/> trudność we wchodzeniu polskich eksporterów na rynki perspektywiczne
Wzrost protekcyjizmu i preferencji regionalnych na rynkach docelowych	<input type="checkbox"/> skutki COVID-19 <input type="checkbox"/> uwarunkowania kulturowe <input type="checkbox"/> patriotyzm gospodarczy <input type="checkbox"/> wspieranie krajowych przedsiębiorstw i produktów <input type="checkbox"/> etnocentryzm konsumencki	<input type="checkbox"/> zmniejszony popyt na żywność pochodzącą z zagranicy
Wysoki poziom nasycenia eksportu do UE	<input type="checkbox"/> skutki COVID-19 <input type="checkbox"/> wysoki poziom eksportu Polski do innych krajów UE	<input type="checkbox"/> osłabienie importu z Polski do UE <input type="checkbox"/> wspieranie krajowych przedsiębiorstw na rynkach

		docelowych względem podmiotów zagranicznych i ich produktów
Wypieranie polskiej żywności z rynków unijnych przez substytuty z krajów trzecich o mniejszych wymagach względem zrównoważonego przetwórstwa	<input type="checkbox"/> polityka UE uwzględniająca koncepcję rozwoju zrównoważonego <input type="checkbox"/> strategia „Od pola do stołu”	<input type="checkbox"/> ograniczenie konkurencyjności międzynarodowej <input type="checkbox"/> utrata dostępu do poszczególnych rynków docelowych
Trudność w dostępie do tzw. rynków perspektywicznych	<input type="checkbox"/> ograniczona znajomość uwarunkowań kulturowych na rynkach perspektywicznych <input type="checkbox"/> brak wiedzy analitycznej o rynkach perspektywicznych <input type="checkbox"/> ograniczona rozpoznawalność marki polskiej żywności	<input type="checkbox"/> spadek popytu na skutek wysokiego stopnia nasycenia eksportu w ramach UE <input type="checkbox"/> ogólne pogorszenie koniunktury w przedsiębiorstwach sektora
Napływ ludności ukraińskiej	<input type="checkbox"/> agresja Rosji na Ukrainę	<input type="checkbox"/> wzrost konsumpcji krajowej i skierowanie strumienia produkcji do wewnątrz kraju w celu zapewnienia bezpieczeństwa żywnościowego skutkujące spowolnieniem dynamiki eksportu
Widmo recesji	<input type="checkbox"/> wzrost czynników kosztowych <input type="checkbox"/> trudności w dostępie do surowców <input type="checkbox"/> zerwanie łańcuchów dostaw <input type="checkbox"/> problemy sektora bankowego skutkujące w USA upadkiem wiodących placówek <input type="checkbox"/> niestabilność polityczna na świecie	<input type="checkbox"/> spadek popytu na polską żywność na rynkach, gdzie nie ma ona przewag kosztowych <input type="checkbox"/> ograniczenia działalności producentów i eksporterów

Źródło: opracowanie własne.

Reasumując, istnieje wiele barier, które mogą ograniczać ekspansję polskiej żywności na rynki zagraniczne. Wydaje się, że jednym z największych zagrożeń jest utrata przewag kosztowych, tym bardziej w obliczu niezbędności działań ukierunkowanych na ekspansję na rynki perspektywiczne, gdzie siła nabywcza jest niższa niż na rynkach Europy Zachodniej. W związku z tym konieczne jest podjęcie działań, które mogłyby powstrzymać utratę tych przewag, ale równocześnie umożliwić ekspansję produktom, względem których przewagi kosztowe nie będą najważniejsze, a kluczowe będą inne aspekty, jak chociażby jakość żywności. Do tego nie należy zapominać o rynku unijnym, który pomimo wysokiego poziomu nasycenia, wciąż ma w obrocie handlowym pola do zagospodarowania.

Analiza aktualnego systemu wsparcia, tak finansowego, jak i promocyjno-informacyjnego polskiej grupy gotowych artykułów spożywczych oraz czynników determinujących aktywność międzynarodową podmiotów z tej grupy, umożliwiła autorowi rozprawy przeprowadzenie prac związanych z udzieleniem rekomendacji w zakresie wdrożenia

instrumentów umożliwiających dalszą ekspansję tej grupy na rynkach zagranicznych. Rekomendacje te zaprezentowano w tabeli 7.

**Tabela 7. Rekomendacje w zakresie wdrożenia instrumentów wpływających na rozwój polskiej grupy gotowych artykułów spożywczych**

	Rekomendacja									
	wdrożenie platformy typu <i>marketplace</i>	utworzenie przedstawicielstwa żywnościowego na rynkach	stymulowanie rozwoju klastrów spożywczych	wdrożenie efektywnego systemu kojarzenia partnerów biznesowych B2B	kooperacja z zagranicznymi placówkami dyplomatycznymi - Agencjami Handlu	koordynacja narzędzi centralnych i regionalnych	kampanie marketingowe	wykorzystanie potencjału Wielkiej Brytanii	działania w zakresie poszukiwania polskich dostawców dla zagranicznych firm	stymulowanie rozwoju sektora żywności ekologicznej i funkcjonalnej
<b>szansa</b>										
Konsolidacja sektora										
Inwestycje										
Produkcja żywności ekologicznej										
Produkcja żywności funkcjonalnej										
Zmieniające się zachowania konsumentów										
Certyfikacja żywności										
Przyrost naturalny										
Napływ ludności ukraińskiej										
Nowoczesne narzędzia sprzedaży										
Narzędzia polityki marketingowej i instrumenty wsparcia										
Niewykorzystany dotychczas w pełni potencjał tzw. rynków perspektywicznych										
<b>zagrożenia</b>										



Rozdrobnienie sektora											
Wzrost czynników kosztowych											
Ograniczone możliwości zaopatrzenia											
Zachwianie łańcuchów dostaw											
Polityka zrównoważonego rozwoju											
Dostęp do środków unijnych											
Nieefektywny system wsparcia promocji polskiego eksportu											
Wzrost protekcyjizmu i preferencji regionalnych na rynkach docelowych											
Wysoki poziom nasycenia eksportu do UE											
Wspieranie polskiej żywności z rynków unijnych przez substytuty z krajów trzecich o mniejszych wymogach względem zrównoważonego przetwórstwa											
Trudność w dostępie do tzw. rynków perspektywicznych											
Napływ ludności ukraińskiej											
Widmo recesji											

Źródło: opracowanie własne.

Z pewnością kluczowe we wdrażaniu nowych rozwiązań jest umiejętne podejście i nastawienie biznesowe. Istotą tego typu działań powinny być realne efekty realizowanego wsparcia, a nie realizacja wskaźników, których osiągnięcie założono na etapie tworzenia koncepcji. Ważne jest także pozyskanie do tych działań kompetentnych, doświadczonych biznesowo kadr, które będą atrakcyjnie wynagradzane, co będzie stanowiło czynnik motywujący do efektywności i skuteczności prowadzonych działań. Uwagę zwraca, że aktualny system wsparcia wydaje się dość atrakcyjny, jednak w kluczowych kwestiach, jak realny wpływ na nawiązywanie współpracy międzynarodowej pomiędzy podmiotami, wydaje się nieskuteczny. Zauważalna jest mnogość działań, tak na poziomie centralnym, jak i regionalnym, które niejednokrotnie ulegają powieleniu, poprzez np. tworzenie różnych marek, różnych narzędzi, z których żadne nie jest skuteczne i nie odpowiada założonym celom. Polska grupa gotowych artykułów spożywczych osiągnęła już znakomite rezultaty w zakresie

sprzedaży zagranicznej. Posiada ona jednak nadal potencjał do dalszego rozwoju. Istotą pozostaje umożliwienie podmiotom tego sektora właściwej ekspozycji na rynkach zagranicznych, w tym w szczególności na kierunkach perspektywicznych.

## **6. Wybrane wnioski końcowe**

Przeprowadzony proces badawczy umożliwił osiągnięcie celów pracy. Poniżej przedstawiono wybrane wnioski sformułowane na podstawie przeprowadzonych rozważań teoretycznych oraz wyników badań empirycznych:

1. Grupa gotowych artykułów spożywczych notowała w latach 2005–2019 wyższy wzrost eksportu z Polski (377%) w porównaniu z eksportem całego sektora rolno-spożywczego (wzrost 372%) oraz eksportem Polski ogółem (354%). Rosło także znaczenie badanych towarów w polskim eksporcie w ujęciu udziału w sprzedaży zagranicznej. W 2005 r. ich udział wynosił 3,25%, a w 2019 r. było to 4,39%. Najważniejszą rolę w strukturze przedmiotowej gotowych artykułów spożywczych eksportowanych z Polski w badanym okresie odegrały przetwory ze zbóż, mąki, skrobi lub mleka oraz pieczywa cukiernicze.
2. W okresie 2005-2019 wzrastało znaczenie Polski na arenie międzynarodowej w eksporcie gotowych artykułów spożywczych. Jej udział w 2005 r. wyniósł 1,59%, natomiast w 2019 r. – 1,96%.
3. Przeprowadzone badanie korelacji polskiego eksportu gotowych artykułów spożywczych z wybranymi determinantami społeczno-gospodarczymi obserwowanymi w Polsce pozwoliło na zidentyfikowanie 16 zależności, z czego 14 miało charakter istotny statystycznie. W interpretacji uzyskanych wyników zwrócono uwagę m.in. na:
  - a. import badanej grupy towarów potwierdzający zaimplementowanie założeń teorii specjalizacji wewnątrzgałęziowej, ale również powiązanie z efektem kreacji i przesunięcia handlu;
  - b. konsumpcję krajową i zewnętrzną powiązane z teorią popytowo-podażową, teorią nadkonsumpcji i makdonaldyzacji, przy równoczesnej próbie odwrócenia trendu w kierunku regionalizacji i indywidualizacji;
  - c. wzrost gospodarczy determinowany właśnie przez eksport gotowych artykułów spożywczych;

- d. napływ środków unijnych silnie oddziałujących na rozwój badanej grupy towarów i niwelujący niedoinwestowanie oraz niski poziom jej zaplecza technologicznego;
  - e. wzrost poziomu zatrudnienia, ale również wynagrodzeń potwierdzające założenia teorii neoczynnikowej przy równoczesnym zwiększaniu wydajności pracy przebiegającym w tempie szybszym, aniżeli sam wzrost wynagrodzeń;
  - f. nakłady na prace badawczo-rozwojowe, ale także wzrost liczby naukowców wśród osób zatrudnionych oraz opatentowanie innowacyjnych rozwiązań, co można łączyć z teorią neotechnologiczną.
4. W wyniku pogłębionych analiz, autorowi udało się zauważyć, że Polska w badanym okresie koncentrowała się na specjalizacji w eksporcie dóbr pracochłonnych, co przy koncentracji lepiej rozwiniętych gospodarek UE na eksporcie dóbr bardziej zaawansowanych technologicznie, stwarzało niszę wykorzystaną przez polskich eksporterów przetworzonych artykułów spożywczych. Zidentyfikowanie tego związku było istotne w kontekście weryfikacji hipotezy głównej.
5. Badania korelacji eksportu gotowych artykułów spożywczych z Polski z wybranymi determinantami społeczno-gospodarczymi zachodzącymi u kluczowych partnerów gospodarczych Polski, tj. w Niemczech, Holandii oraz Francji, pozwoliły na zidentyfikowanie łącznie 22 istotnych statystycznie współzależności. W interpretacji uzyskanych wyników zwrócono uwagę m.in. na:
- a. malejące wydatki na konsumpcję na tych rynkach, co pozwala na sformułowanie wniosku, że import gotowych artykułów spożywczych z Polski na rynkach docelowych miał charakter substytucyjny, prowadzący do penetracji importu na rynkach krajowych państw;
  - b. współzależność wydatków konsumpcyjnych w analizowanych krajach z polskim eksportem gotowych artykułów spożywczych, co wskazuje na to, że absorpcja krajowa Niemiec i Holandii (rozumiana w ujęciu wydatków konsumpcyjnych) jest zaspokajana importem artykułów spożywczych z Polski.
  - c. zwiększenie eksportu artykułów spożywczych z Polski, co mogło prowadzić w pewnym stopniu do wypierania produkcji krajowej Niemiec, Holandii i Francji, mimo że pewne grupy towarów były przez te kraje wytwarzane i mogłyby być dalej, gdyby nie konkurencyjność międzynarodowa oferty towarów z Polski i korzystanie z przewag komparatywnych;

- d. w przypadku wzrostu wielkości zatrudnienia w Niemczech, Holandii i Francji, wzrostowi ulegał także import gotowych artykułów spożywczych w tych krajach; dodatkowy wzrost wynagrodzeń we Francji i w Niemczech powiązany był ze wzrostem importu żywności z Polski, co mogło wskazywać, że zasoby pracy są absorbowane przez krajowy rynek w produkcji globalnej, zorientowanej na zaawansowane technologie; kraje te koncentrowały się na eksporcie dóbr kapitałochłonnych i imporcie dóbr pracochłonnych;
  - e. materializację teorii lokalizacji w odniesieniu do Niemiec, przy wysokim potencjale gospodarczym tego kraju, co powoduje, że jest to główny odbiorca towarów z badanej grupy;
  - f. wzrost eksportu średnich i zaawansowanych technologii w Niemczech wraz ze wzrostem importu z Polski gotowych artykułów spożywczych, co może świadczyć o specjalizacji tego kraju w eksporcie towarów kapitałochłonnych, podczas gdy towary pracochłonne stanowią przedmiot importu;
6. Wyniki przeprowadzonego badania wskaźnika Indeksu Balassy dla gotowych artykułów spożywczych z Polski i krajów referencyjnych, tj. Niemiec, Holandii oraz Francji wykazały, że Polska posiada nad wymienionymi krajami ujawnioną przewagę komparatywną, co można uznać za potwierdzenie przyjętej w pracy hipotezy badawczej.
7. W okresie 2020–2022 na stan grupy gotowych artykułów spożywczych z Polski wpływały czynniki wywołujące bardzo znaczące konsekwencje, jak pandemia COVID-19 czy agresja Rosji na Ukrainę, które doprowadziły do istotnych turbulencji rynkowych. Determinowały one m.in. wysoki poziom inflacji czy załamanie łańcuchów dostaw, skutkujące m.in. wzrostem cen żywności. Sytuacja ta prowadziła do zmniejszenia przewag kosztowych gotowych artykułów spożywczych z Polski.
8. Najważniejsze szanse dla rozwoju eksportu gotowych artykułów spożywczych z Polski stanowią: konsolidacja sektora, produkcja żywności ekologicznej i funkcjonalnej związana ze zmieniającymi się zachowaniami konsumentami, implementacja nowoczesnych narzędzi sprzedaży, procesy inwestycyjne, przyrost naturalny, certyfikacja żywności, wdrożenie narzędzi polityki marketingowej i instrumentów wsparcia, napływ ludności ukraińskiej oraz niewykorzystany dotychczas w pełni potencjał tzw. rynków perspektywicznych.

9. Najważniejsze zagrożenia dla rozwoju eksportu gotowych artykułów spożywczych z Polski stanowią: rozdrobnienie sektora, czynniki polityczne, nieefektywny system wsparcia promocji polskiego eksportu, ograniczone możliwości zaopatrzenia, wzrost czynników kosztowych, wzrost protekcjonizmu i preferencji regionalnych na rynkach docelowych, zachwianie łańcucha dostaw, napływ ludności ukraińskiej, brak środków unijnych, wysoki poziom nasycenia eksportu do UE, wysoki poziom nasycenia eksportu do UE, wypieranie żywności z rynków unijnych przez substytuty z krajów trzecich o mniejszych wymagach względem zrównoważonego przetwórstwa oraz trudność w dostępie do tzw. rynków perspektywicznych.
10. Istnieje wiele instrumentów wspierających rozwój polskiej grupy gotowych artykułów spożywczych na rynkach zagranicznych, zarówno finansowych, jak i marketingowych. Można uznać, że instrumenty finansowe oraz informacyjne aktualnie wyczerpują potrzeby przedsiębiorstw, natomiast w ujęciu instrumentów marketingowych uwagę zwracał brak koordynacji tego typu działań na poziomie kraju, czego efektem były narzędzia wdrażane na poziomie regionalnym niepowiązane z tymi tworzonymi centralnie, co mogło prowadzić do niskiej efektywności ich implementacji. W ocenie autora w Polsce brakuje oferowanych przez instytucje publiczne usług związanych z kojarzeniem partnerów biznesowych.