

# Handel zagraniczny Małopolski 2007

# **Handel zagraniczny Małopolski 2007**

Krystyna Gawlikowska-Hueckel  
Stanisław Umiński

*Opracowanie przygotowane na zlecenie  
Urzędu Marszałkowskiego Województwa Małopolskiego*

**Wydawca:**

Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego  
Departament Transportu, Gospodarki i Infrastruktury  
Siedziba: ul. Basztowa 22, 31-156 Kraków  
Adres do korespondencji:  
ul. Raławicka 56, 30-017 Kraków  
tel. +48 12 63 03 225, fax +48 12 63 03 382  
e-mail: [export@umwm.pl](mailto:export@umwm.pl)  
[www.malopolska.pl](http://www.malopolska.pl)

**Skład i druk:**

Drukarnia „VACAT”  
ul. Petrażyckiego 13  
30-399 Kraków  
email: [vacat@druk-vacat.pl](mailto:vacat@druk-vacat.pl)  
[www.druk-vacat.pl](http://www.druk-vacat.pl)

**ISBN 978-83-922869-8-1**

**Kraków, listopad 2008**

PRZY PUBLIKACJI DANYCH PROSIMY O PODANIE ŹRÓDŁA

Dziękujemy inwestorowi za udostępnienie zdjęcia na okładkę.

## Spis treści

<b>1. Streszczenie i analiza SWOT</b> .....	5
<b>2. Założenia metodologiczne</b> .....	9
<b>3. Wartość obrotów handlowych oraz udział Małopolski w eksporcie Polski</b> .....	10
<b>4. Struktura towarowa eksportu Małopolski</b> .....	20
4.1. Struktura eksportu według proporcji czynników produkcji.....	20
4.2. Najważniejsze produkty w eksporcie, koncentracja eksportu według produktów..	23
4.3. Ekspert produktów rolno-spożywczych.....	25
4.4. Udział Małopolski w ogólnopolskim eksporcie wybranych produktów, ujawnione przewagi komparatywne.....	31
4.5. Saldo obrotów handlowych według produktów .....	32
<b>5. Struktura geograficzna eksportu</b> .....	36
5.1. Wartość oraz struktura eksportu na rynki wybranych grup krajów.....	36
5.2. Koncentracja geograficzna eksportu .....	41
5.3. Koncentracja produktowo-geograficzna.....	42
5.4. Najważniejsze kraje w eksporcie Małopolski.....	44
5.5. Struktura produktowa eksportu na rynki wybranych krajów .....	45
5.6. Ocena zbieżności popytu na import UE z ofertą eksportową Małopolski.....	45
<b>6. Intensywność powiązań handlowych z UE</b> .....	50
<b>7. Intensywność powiązań handlowych z pozostałymi regionami świata</b> .....	57
<b>8. Handel wewnątrzgałęziowy</b> .....	59
<b>9. Analiza relacji strumieni eksportu i importu Małopolski w podziale na grupy krajów</b> .....	62
<b>10. Import województwa małopolskiego</b> .....	65
<b>11. Specyfika handlu zagranicznego Małopolski z krajami Europy Środkowo-Wschodniej</b> .....	72
<b>12. Specyfika handlu zagranicznego Małopolski z krajami Dalekiego Wschodu</b> ..	76
<b>13. Struktura eksportu według form własności</b> .....	85
<b>14. Prognozy strumieni handlu zagranicznego w Małopolsce</b> .....	92
<b>15. Analiza clusters</b> .....	96
<b>16. Aktywność eksportowa firm województwa małopolskiego</b> .....	99
<b>17. Podsumowanie</b> .....	122
<b>18. Bibliografia</b> .....	126
<b>19. Aneks statystyczny</b> .....	127



## 1. Streszczenie i analiza SWOT

Przedstawiamy czwarte opracowanie poświęcone problematyce eksportu województwa małopolskiego<sup>1</sup>. Zawiera ono wybrane aspekty dotyczące handlu zagranicznego Małopolski na tle pozostałych województw. Przedmiotem badań były między innymi: obroty importu i eksportu województwa, ich zmiany w czasie, otwarcie gospodarki regionu na wymianę handlową z zagranicą oraz znaczenie eksportu w produkcji sprzedanej. Prezentowana jest struktura produktowa oraz geograficzna eksportu, a także obie struktury łącznie. Oceniony został również stopień koncentracji eksportu, intensywność handlu wewnątrzgałęziowego i intensywność powiązań eksportowych z UE.

Ze względu na zasadnicze znaczenie krajów UE dla wymiany handlowej Polski, relacjom z krajami UE poświęcono w opracowaniu najwięcej miejsca. To przede wszystkim one kształtują i będą kształtowały eksport i import Polski – oraz województwa małopolskiego – w kolejnych latach. Eksport (oraz import i saldo) Małopolski prezentowany jest na tle pozostałych województw. Jest to niezbędne dla właściwej interpretacji stanu oraz zmian w zakresie eksportu (i handlu zagranicznego w ogóle) regionu.

Ponieważ przeprowadzone badania oparte zostały na bardzo szczegółowej bazie danych, w części wnioskowej przedstawiamy analizę „clusters”, czyli próbę pogrupowania województw według wybranych cech wykonaną przy pomocy programu Statistica w celu zobrazowania podobieństw między województwami w zakresie eksportu.

Przeprowadzono także badania ankietowe, na próbie 150 firm, eksporterów z województwa Małopolskiego.

Najpoważniejszymi przyczynami głębokich zmian, które dokonały się w handlu zagranicznym Polski oraz polskich regionów była transformacja gospodarki i akcesja do Unii Europejskiej. Analiza obrotów handlowych na poziomie województw prowadzi do bardzo ciekawych wniosków, ujawniając jednocześnie bardzo dynamiczne zmiany zachodzące zarówno w wielkości jak i strukturze handlu.

Nie ulega wątpliwości, że baza przemysłowa województwa małopolskiego determinuje ofertę eksportową regionu. Analiza

struktury produktowej eksportu oraz importu taką tezę potwierdza. Najważniejsze grupy produktów w eksporcie województwa to: druty i przewody izolowane, części i akcesoria do pojazdów samochodowych i ich silników, aluminium i wyroby z aluminium, wyposażenie elektryczne do silników i pojazdów, opakowania z metali lekkich, aparatura elektryczna rozdzielcza i sterownicza oraz wyroby tytoniowe. Wartość eksportu zamknęła się kwotą 6 mld EUR, natomiast importu 6,7 mld EUR. W latach 2000-2007 dynamika wzrostu eksportu Małopolskiego należała do najwyższych wśród polskich województw. Wartość eksportu *per capita* w 2007 roku wyniosła 1823 EUR i była niższa niż średnia wartość tego wskaźnika dla Polski.

Województwo zajmuje 6. miejsce w rankingu największych eksporterów. Analiza trendów regionalnych strumieni eksportowych wskazuje, że jest to pozycja stabilna.

Kształtowanie się wskaźników udziału eksportu w produkcji sprzedanej oraz regionalnym PKB wskazuje na to, że gospodarka województwa małopolskiego cechuje się coraz większym stopniem otwarcia, a eksport stał się czynnikiem w dużym stopniu determinującym produkcję.

Z badań ankietowych wynika, że sytuacja w firmach regionu się polaryzuje. Z jednej strony są podmioty, które charakteryzuje niskie znaczenie eksportu w przychodach ogółem i bardzo umiarkowany wzrost jego roli w działalności firmy w ostatnich trzech latach. Z drugiej strony, mamy przedsiębiorstwa, w których udział eksportu w przychodach jest wyższy i które bardzo dynamicznie zwiększają eksport.

Rosnący eksport firm województwa małopolskiego jest dowodem na to, że umiejętność nawiązywania kontaktów z partnerami oraz skuteczność w poszukiwaniu rynków zbytu ulegają poprawie. Jednak w 2007 obserwowana – we wcześniejszych latach – tendencja dynamicznego wzrostu udziału województwa w eksporcie Polski została zahamowana. Udział województwa w eksporcie Polski wynosi 6,3%. Firmy raczej ostrożnie przewidują rozwój sytuacji w eksporcie w nadchodzących latach. W obecnej sytuacji gospodarczej na świecie, w okresie rosnących kosztów pracy w Polsce, silnego

<sup>1</sup> Poprzednie trzy zostały przygotowane także na zlecenie Urzędu Marszałkowskiego Województwa Małopolskiego w roku 2005, 2006 oraz 2007.

złotego i emigracji siły roboczej – konkurencyjność wielu firm może ulec zmniejszeniu lub przynajmniej stagnacji. Z drugiej jednak strony odsetek firm deklarujących, że udział eksportu w sprzedaży ogółem wzrośnie, jest wysoki (40,7%) – co pozwala optymistycznie spojrzeć na tendencje w rozwoju eksportu województwa. Najważniejszy czynnik sprzyjający wzrostowi eksportu to rosnący popyt na rynkach zagranicznych. Jest to pozytywny sygnał, jednak warto mieć na uwadze fakt, że ewentualne pogorszenie koniunktury na rynkach eksportowych może spowodować spadek tego popytu. Wzrost popytu – odczuwany przez firmy – jest w znacznej mierze skutkiem członkostwa Polski w UE.

W województwie małopolskim mamy do czynienia z niskim udziałem firm z kapitałem zagranicznym w eksporcie. Ma to znaczenie, ponieważ – jak wynika z analiz – to właśnie te przedsiębiorstwa cechuje szczególnie wysoka skłonność do eksportu.

W eksporcie Małopolski udział produktów wysokich technologii jest niski. Podstawę sprzedaży (według klasyfikacji OECD) stanowią produkty średnio-wysokich technologii. Pełne zdyskontowanie korzyści przez nowoczesne sektory będzie zależeć od tego, czy eksportujące firmy wybiorą drogę konkurowania przez niskie koszty, czy przez innowacje. W przypadku wielu produktów, zabieganie o klientów wyłącznie poprzez redukcję kosztów jest skazane na porażkę wobec niezwykle silnej, prowadzonej często przy pomocy nielegalnych metod (dumping) konkurencji wyrobów z Chin i innych krajów Dalekiego Wschodu.

W strukturze eksportu, według kierunków geograficznych, dominują kraje Unii Europejskiej. W 2007 roku udział Unii Europejskiej („stare” i „nowe” kraje członkowskie) w eksporcie województwa wyniósł 81,5%. W porównaniu do innych województw, dla Małopolski charakterystyczny jest bardzo wysoki udział nowych krajów członkowskich UE w eksporcie. Respondenci jednoznacznie oceniają, że członkostwo w UE wiąże się z przewagą skutków pozytywnych nad negatywnymi. Konsekwencje pozytywne to przede wszystkim: brak odpraw na granicach, zniesienie ceł i uproszczenie procedur granicznych oraz szybsze dostawy, łatwiejszy przepływ towarów, efektywniejsza logistyka. Najczęściej wskazywany skutek negatywny

to wzrost cen. Planowany wzrost eksportu dotyczy przede wszystkim krajów „starej UE” oraz nowych krajów członkowskich UE. Jako najbardziej perspektywiczny rynek oceniono Niemcy. Inne kraje to: Francja, Czechy, Litwa, Słowacja, Wielka Brytania, Węgry, Dania, Hiszpania, Rumunia, Holandia, Austria i Włochy, a spoza UE: Ukraina, Rosja, USA i Białoruś.

Jeżeli chodzi o saldo obrotów handlowych w podziale na produkty, to największą nadwyżkę „wypracowują”: druty i przewody izolowane, wyposażenie elektryczne do silników i pojazdów, opakowania z metali lekkich, części i akcesoria do pojazdów samochodowych i ich silników oraz wyroby tytoniowe. „Najgłębsze” ujemne saldo dotyczy: produktów rafinacji ropy naftowej, aluminium i wyrobów z aluminium, żeliwa, stali i żelazostopów, wyrobów z miedzi oraz owoców, orzechów i roślin do produkcji napojów.

Najważniejszym rynkiem zbytu dla małopolskich produktów są Niemcy. W 2007 roku na ten kraj przypadało 25,6% eksportu województwa. Zwrócić należy uwagę na to, że zajmująca drugie miejsce Wielka Brytania odbiera 7,1% zagranicznej sprzedaży regionu (trzecia – Francja – 6,8%). Przewaga Niemiec jest znaczna. Wartość eksportu do Niemiec w latach 2000-2007 wzrosła ponad trzykrotnie.

Analiza salda obrotów według grup krajów wskazuje na trwałą tendencję pogłębiania się ujemnego salda w wymianie przede wszystkim z krajami Dalekiego Wschodu. W 2007 roku dodatnie saldo odnotowano tylko z nowymi krajami członkowskimi UE.

Wyraźnie widać presję kosztową odczuwaną przez eksporterów. Rosną koszty produkcji, w tym zwłaszcza płace. Aprecjacja złotego wymusza poszukiwanie możliwości redukcji kosztów, aby utrzymać konkurencyjność oferty eksportowej. Jako najważniejszy czynnik niesprzyjający wzrostowi eksportu uznano kursy walutowe, w tym wahania kursowe. Kolejne dwa czynniki to: wzrost cen surowców i materiałów oraz utrata konkurencyjności cenowej wynikająca z aprecjacji złotego.

Poniżej zaprezentowana została **analiza SWOT** eksportu Małopolski. Należy zastrzec, że rozkład słabych i silnych stron oraz szans i zagrożeń nie zmienia się diametralnie z roku na rok. Zatem prezentowany poniżej SWOT

nie zawiera „radykalnych” zmian w stosunku do roku poprzedniego, tym bardziej, że sytuacja w innych województwach także się zmienia i niektóre z nich – te bardziej konkurencyjne – w znacznym stopniu „ciągną” w górę średnią dla Polski (np. w kwestii dynamiki wzrostu, wartości obrotów *per capita*, znaczenia firm z przewagą kapitału zagranicznego itp.).

## Słabe strony

Podobnie jak w minionych latach, do słabych stron województwa zaliczyć należy relatywnie niską wartość obrotów, w porównaniu z potencjałem gospodarczym mierzonym takimi wskaźnikami, jak udział w liczbie ludności Polski czy PKB. Warto dodać, że udział Małopolski w ogólnopolskim eksporcie po okresie wzrostu w latach 2004-2006, w roku 2007 uległ stagnacji. W 2007 roku był on praktycznie równy udziałowi w ogólnopolskiej produkcji sprzedanej przemysłu, jest natomiast nadal mniejszy od udziału województwa w liczbie ludności czy produkcie krajowym brutto. Małopolska charakteryzuje się średnim – na tle innych województw – udziałem eksportu w PKB. Na relatywnie niskim poziomie pozostaje także udział produktów *high-tech* w sprzedaży zagranicznej. Małopolskie zajmuje konsekwentnie 6. pozycję na liście województw – najważniejszych eksporterów. Pod względem wartości eksportu, województwo małopolskie może zostać uznane za „ostatnie z dużych eksporterów”. Udział każdego z pozostałych województw – nie zaliczanych do grupy dużych eksporterów – nie przekracza 5% w eksporcie Polski ogółem.

## Szanse

Ze słabych stron wynikają jednak szanse, co wiąże się ze znanymi z teorii ekonomii i potwierdzonymi w praktyce tzw. efektami doganiania. Efekty te bardzo wyraźnie dostrzegalne są w Małopolsce. Dynamika zmian w zakresie eksportu jest przejawem dużej „żywności” firm regionu, poprawy w zakresie konkurencyjności ich oferty eksportowej oraz umiejętności w zakresie dotarcia do zagranicznych rynków zbytu. Należy podkreślić, że dla Małopolski charakterystyczna jest bardzo wysoka dynamika wzrostu eksportu (która jednak w 2007 roku

uległa spowolnieniu) oraz wzrostu udziału eksportu w produkcji sprzedanej. W poprzednich edycjach raportu wskazywaliśmy na dobre stosunki handlowe z sąsiednimi krajami, które wraz z Polską w 2004 roku weszły do UE. Widać, że firmy z Małopolski kontakty te rozwijają i współpraca z tzw. najbliższą zagranicą bardzo dobrze się rozwija. Wśród szans wskazać należy też na bliskość geograficzną względem silnie rozwijających się regionów Polski, które są także najważniejszymi eksporterami: Śląsk oraz Dolnośląskie. Kooperacja z firmami z tych regionów umożliwi skuteczniejszy dostęp do atrakcyjnych rynków zbytu. Szans upatrywać należy także w rozbudowie sieci transportowej Polski i stosunkowo dobrej pozycji regionu w tejże sieci. Szansą – choć brzmi to paradoksalnie – jest też emigracja zarobkowa mieszkańców Małopolski za granicę. Sama emigracja nie jest oczywiście korzystna, choćby z tego względu, że następuje „drenaż” cennych zasobów kapitału ludzkiego. Jednak emigracja „ciągnie” za sobą eksport. Po stronie szans zapisać należy także rozwijający się potencjał eksportowy małych i średnich przedsiębiorstw. Firmy te uczą się wchodzić na rynki zagraniczne. Wraz z pogłębieniem tej wiedzy, ich eksport będzie rósł. Szansą są zatem coraz lepiej stosowane profesjonalne techniki w zakresie przygotowania strategii eksportowej i jej wdrażanie, a także współpraca w ramach konsorcjów eksportowych. To wymaga jednak podejścia działań promocyjnych, propagujących np. zalety współpracy firm i tworzenia konsorcjów.

## Mocne strony

Pośród mocnych stron eksportu wskazać należy przede wszystkim na znaczne zdywersyfikowanie struktury zarówno produktowej, jak też geograficznej. Województwo jest zatem relatywnie mniej narażone na szoki gospodarcze np. w postaci załamania popytu. Silną stroną eksportu jest też atrakcyjność wyspecjalizowanych produktów, w zakresie których region wnosi istotny wkład do eksportu Polski. Szansą będą także produkty regionalne, które po spełnieniu określonych wymogów formalnych stają się wizytówką regionu na rynkach UE (precle krakowskie, kiełbasa lisecka, oscypek, żętyca, bryndza podhalańska, bunc, redykołka, śliwowica



oraz jabłka łąckie, tuszka gęsi zatorskiej i inne). Generalnie, produkty żywnościowe oferowane przez polskie firmy mają duży potencjał wzrostu sprzedaży na zagraniczne rynki. Od ich jakości i atrakcyjności, ale także od pomysłowości producentów i skuteczności strategii eksportowej, zależeć będzie skala ich sukcesu na zagranicznych rynkach.

## Zagrożenia

Zagrożeniem – w dłuższej perspektywie – może być relatywnie silniejszy napływ kapitału zagranicznego, do tak samo jak Małopolska, atrakcyjnych regionów Polski i ryzyko wystąpienia tzw. efektu wysysania najlepszych kadr, które emigrować będą z Małopolski, co pośrednio może wpłynąć na pogorszenie bazy eksportowej regionu. Zagrożenie może się też wiązać z ewolucją w zakresie struktury napływającego kapitału zagranicznego do Polski. Jeśli wzrastać będzie rola usług w napływie bezpośrednich

inwestycji zagranicznych, to niekorzystnie wpłynie to na bazę eksportową Małopolski, z tego względu, że usługi charakteryzują się mniejszym stopniem umiędzynarodowienia, i są tzw. sektorem *non-tradable* (nie-handlowym). W dłuższej perspektywie, zagrożeniem może okazać się konkurencja ze strony wyrobów chińskich, na rynkach eksportowych firm Małopolski. Problemem może być także niekorzystny wizerunek polskich produktów za granicą, który ulega poprawie, jednak wciąż funkcjonuje wiele negatywnych stereotypów. W dłuższej perspektywie złoty zastąpiony zostanie przez euro. Z punktu widzenia eksporterów przyniesie to korzyści w postaci eliminacji ryzyka kursowego. Jednak przed wejściem Polski do strefy euro eksporterzy powinni być przygotowani na mogące wystąpić krótkotrwałe, znaczne wahania kursowe – i się przed nimi zabezpieczać. Zagrożeniem – dla konkretnych przedsiębiorstw – okazać się mogą też bariery handlowe na rynkach wschodnich (Rosja), na których sytuacja jest w znacznej mierze nieprzewidywalna.

## 2. Założenia metodologiczne

W trakcie przygotowania raportu przyjęto podobne założenia metodologiczne jak w latach poprzednich:

- zaszeregowanie strumieni eksportu i importu do konkretnego regionu odbywa się wg kryterium „lokalizacji” przedsiębiorstwa. Dane dotyczące handlu zagranicznego w podziale na województwa opracowywane są w oparciu o dokumenty SAD w połączeniu ze zbiorem REGON, na podstawie którego dobierany jest identyfikator województwa, w którym znajduje się miejsce siedziby eksportera/importera. Oznacza to, że na przykład do Małopolskiego przypisane mogą być obroty firm pośredniczących w handlu zagranicznym, czyli eksportujących towary, które zostały wyprodukowane w innych województwach. Pamiętać należy jednak, że o konkurencyjności lub zdolności do konkutowania regionu decyduje nie tylko umiejętność produkowania, lecz również sprzedaży, czyli m. in. eksportu,

- w handlu zagranicznym Polski znaczna część obrotów przypada na przedsiębiorstwa z udziałem kapitału zagranicznego. Firmy te bardzo często rozliczają transakcje handlowe według tzw. cen transferowych. Ceny te zwykle różnią się od deklarowanych w transakcjach dokonywanych między niezależnymi podmiotami, czyli według zasady *at arm's length*, i mogą zniekształcać obraz faktycznych obrotów handlowych regionu,

- nie rejestrowane są obroty „szarej strefy”. Jest to szczególnie istotne w przypadku regionów przygranicznych (ale także położonych centralnie, na przykład w pobliżu ośrodków przemysłu odzieżowego), gdzie handel „bazarowy” generuje znaczne obroty handlowe i stanowi źródło utrzymania części ludności. W tym przypadku analizę można uzupełnić opracowaniami dotyczącymi handlu na najważniejszych targowiskach,

- ze względu na fakt, że w statystykach handlowych nie zawsze możliwe jest zakla-

syfikowanie strumieni handlu do konkretnego województwa – obok 16 województw pojawia się kategoria „województwo nieznane”. „Województwo nieznane” zostało wyeliminowane z obliczeń. We wszelkich kalkulacjach statystycznych wykonanych na potrzeby poniższego opracowania, wartość eksportu (importu) Polski obliczona została jako suma wartości eksportu (importu) województw,

- przyjęto podział krajów z którymi utrzymywane są kontakty handlowe na 5 grup: UE (15 „starych” krajów członkowskich UE), „nowe – kraje – w UE” (9 krajów, które wraz z Polską w 2004 roku wstąpiły do Unii Europejskiej oraz Bułgaria i Rumunia<sup>2</sup>), „Rosja, Ukraina i Białoruś” (trzy kraje, które stanowią tzw. nowy Wschód – po wstąpieniu przez Polskę do UE, znajdują się w bezpośredniej bliskości geograficznej Polski i tradycyjnie polskie firmy utrzymują z nimi stosunkowo silne powiązania gospodarcze), „pozostałe kraje” oraz kraje Dalekiego Wschodu<sup>3</sup>,

- w przeprowadzonym badaniu ankietowym, którego wyniki prezentowane są w pkt. 16 grupa respondentów w 85% pokrywa się z populacją firm, które wzięły udział w badaniu w 2007 roku. Respondenci wylosowani zostali z bazy danych firm realizujących sprzedaż eksportową. Wyniki ankiety – z założenia – służą uzupełnieniu danych statystycznych dotyczących handlu zagranicznego. Wśród badanych firm, większość (120) należy do sekcji D (według Polskiej Klasyfikacji Działalności – PKD), czyli są to firmy, których zasadnicza działalność to produkcja przemysłowa. W przypadku 30 firm dominującym rodzajem działalności są usługi (w tym zwłaszcza handel hurtowy i detaliczny oraz budownictwo). Pośród firm z sektora produkcji przemysłowej, większość przypada na produkcję metali i wyrobów z metali, produkcję maszyn i urządzeń oraz przemysł spożywczy.

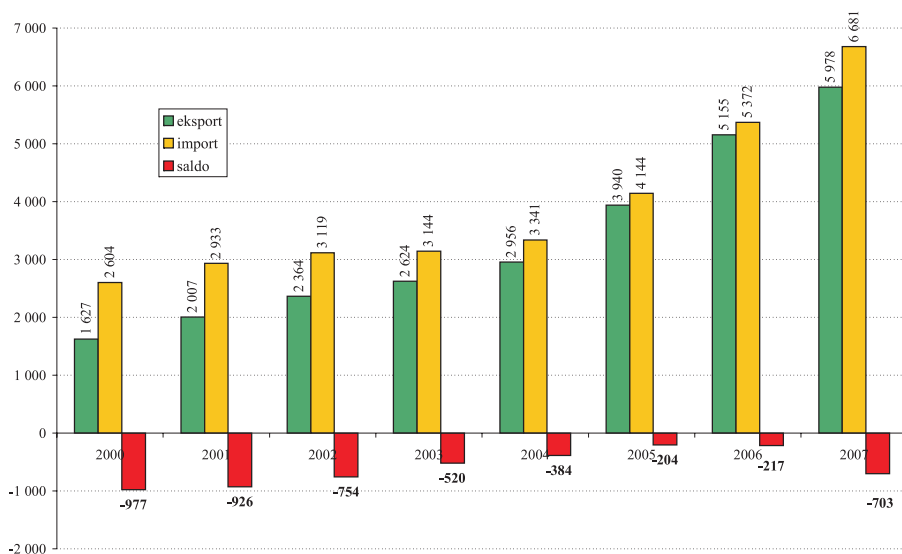
2 W poprzednich opracowaniach Bułgaria i Rumunia były klasyfikowane jako „pozostałe kraje”. Z tego względu uzyskane wyniki, które dotyczą podziału krajów na grupy, nie są porównywalne z poprzednimi raportami.

3 Do krajów Dalekiego Wschodu zaklasyfikowane zostały: Bangladesz, Bhutan, Brunei Darussalam, Chiny, Filipiny, Guam, Hongkong, India, Indonezja, Japonia, Kambodża, Kazachstan, Kirgistan, Koreańska Rep. Ludowo-Demokratyczna, Laos, Makau, Malezja, Mongolia, Myanmar, Nepal, Palau, Republika Korei, Sri Lanka, Tadżykistan, Tajlandia, Tajwan, Turkmenistan, Uzbekistan, Wietnam, Wschodni Tirom, Wyspa Bożego Narodzenia, Wyspy Marshalla.

### 3. Wartość obrotów handlowych oraz udział Małopolski w eksporcie Polski

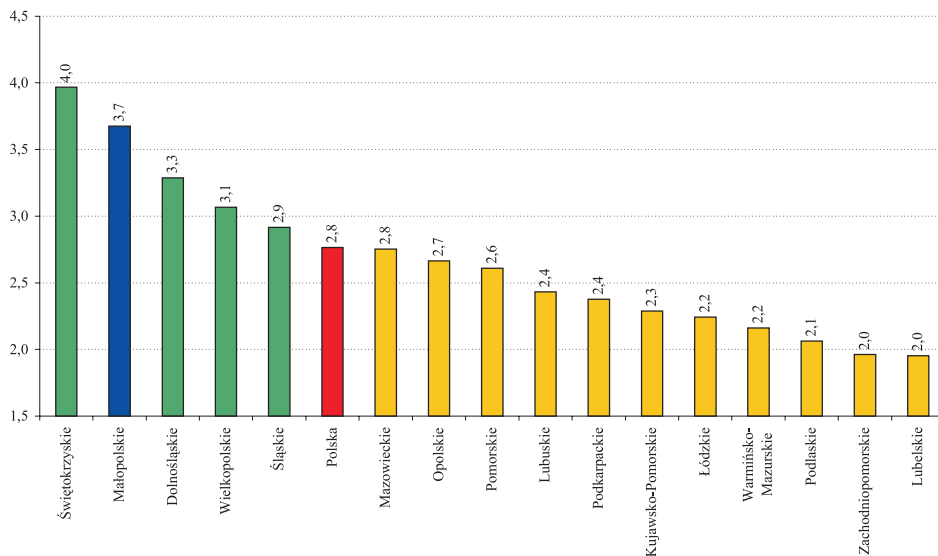
Analiza obrotów towarowej wymiany międzynarodowej województwa małopolskiego wskazuje na systematyczny wzrost wartości eksportu i importu (wykres 1).

Pozwala to na stwierdzenie, że produkty wytwarzane przez firmy zlokalizowane w Małopolsce z powodzeniem konkurują na rynkach zagranicznych i że ta zdolność do



**Wykres 1: Eksport, import oraz saldo obrotów Małopolski w latach 2000-2007 (mln EUR)**

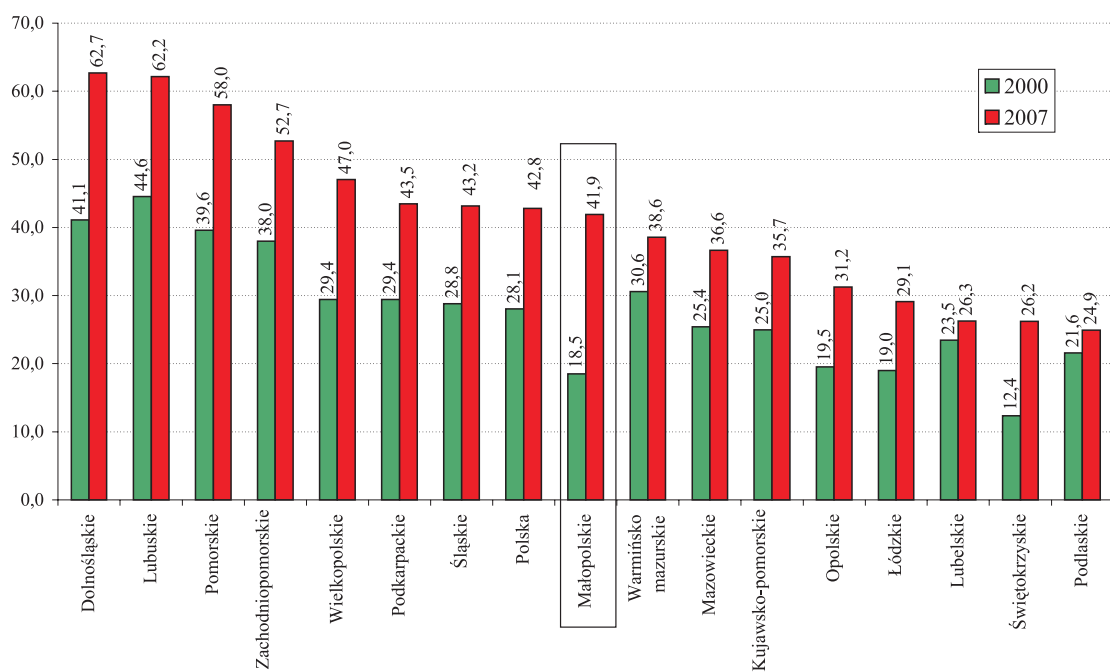
Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS



**Wykres 2: Dynamika wzrostu eksportu województw w latach 2000-2007**

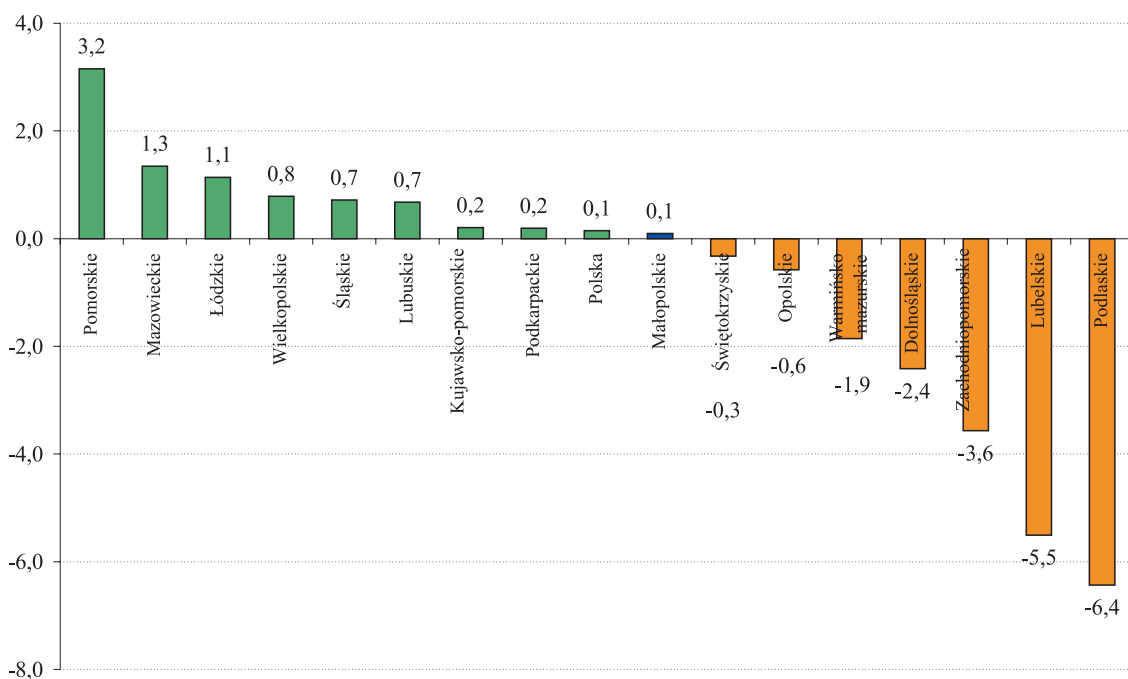
Objaśnienia: wskaźnik na wykresie informuje ile razy wartość eksportu w 2007 roku jest wyższa niż w roku 2000

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS



**Wykres 3: Relacja wartości eksportu do produkcji sprzedanej przemysłu w roku 2000 oraz 2007 (%)**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS



**Wykres 4: Zmiana udziału eksportu w produkcji sprzedanej przemysłu w pkt % w roku 2007 względem 2006**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

konkurowania nie jest wynikiem chwilowego wzrostu zapotrzebowania, czy poprawy koniunktury, ale ma charakter trwały. Zatem handel zagraniczny stał się ważnym czynnikiem wzrostu gospodarczego regionu.

Warto zwrócić uwagę na to, że w latach 2000-2005 tempo wzrostu eksportu było bardziej dynamiczne niż importu. W okresie tym, bowiem następował proces poprawy (spadku) ujemnego salda obrotów. Od roku 2006 obserwujemy tendencję do pogłębienia ujemnego salda obrotów, przy czym w 2006 różnica względem roku poprzedniego nie była znacząca. Rok 2007 przynosi jednak w tym względzie istotną zmianę.

Dynamika wzrostu wartości eksportu Małopolski dla lat 2000-2007 – na tle pozostałych województw – jest bardzo wysoka (wykres 2).

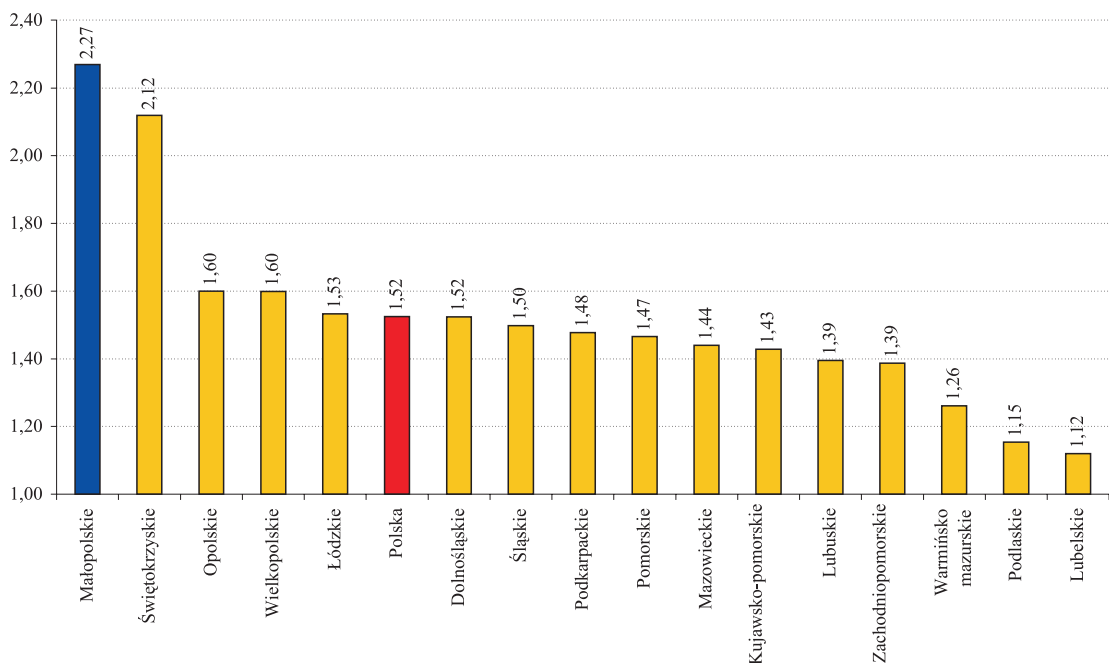
W latach 2000-2007 eksport województwa zwiększył się 3,7 razy. Z punktu widzenia wysokości tego wskaźnika, Małopolska zajmuje drugie miejsce w Polsce. Wyższą dynamiką sprzedaży za granicę posiadało tylko Świętokrzyskie, które jest regionem cechującym się relatywnie niską wartością eksportu, stąd tak znaczący wzrost obrotów był łatwiejszy do osiągnięcia.

Należy dostrzec, że dynamika wzrostu wartości eksportu Małopolski w latach

2000-2007 była wyższa od analogicznego wskaźnika obliczonego dla eksportu Polski ogółem (2,8).

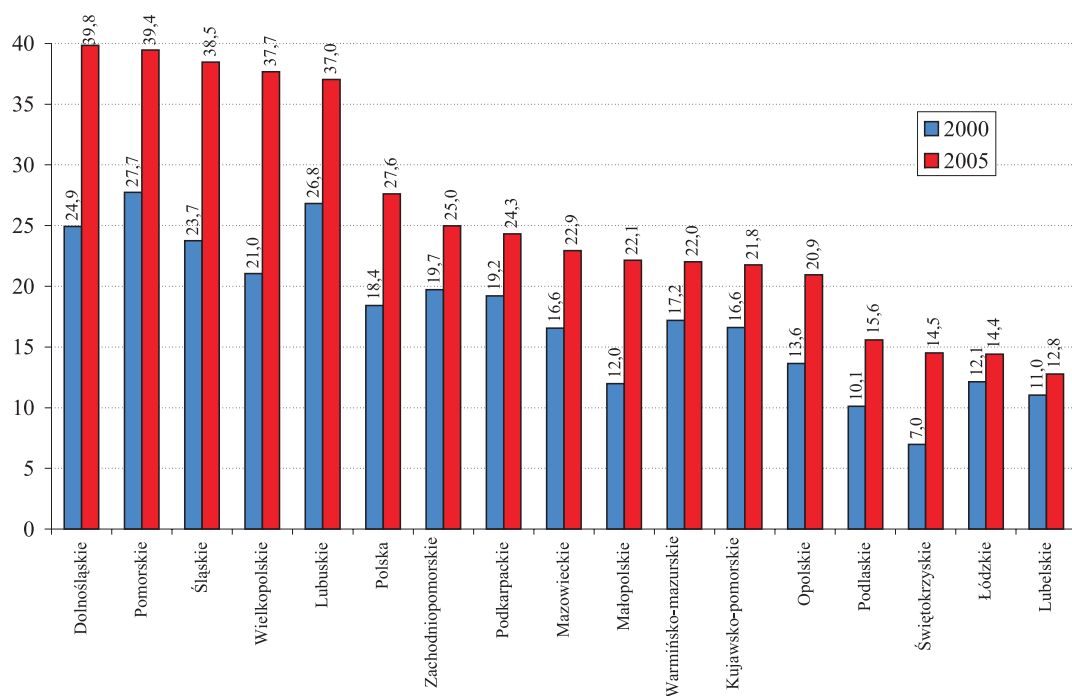
W stosunku do 2000 roku relacja wartości eksportu do produkcji sprzedanej przemysłu znacznie wzrosła, z poziomu 18,5% do 41,9% w roku 2007 (wykres 3). W latach 2006 i 2007 relacja ta w przypadku Małopolski praktycznie nie zmieniła się. Jest to skutkiem osłabienia dynamiki wzrostu eksportu, przy czym warto zaznaczyć, że proces ten dotknął nie tylko firmy Małopolski. Dla porównania można podać, że w Dolnośląskim, które zaliczane jest do grona największych eksporterów i regionów najbardziej „otwartych”, w roku 2007 w stosunku do roku poprzedniego odnotowano spadek relacji udziału eksportu do produkcji sprzedanej przemysłu (wykres 4).

Porównanie wskaźnika udziału eksportu w produkcji sprzedanej przemysłu Małopolski z innymi regionami prowadzi do wniosku, że Małopolska nie wyczerpała jeszcze wszystkich swoich możliwości. Eksport – jako czynnik stymulujący produkcję – odgrywa największą rolę na Dolnym Śląsku (62,7% w 2007 roku) – pomimo zmniejszenia wartości wskaźnika w tym regionie w stosunku do 2006 roku (wykres 4). Wyższe – od Małopolski wskaźniki w 2007 roku – miały



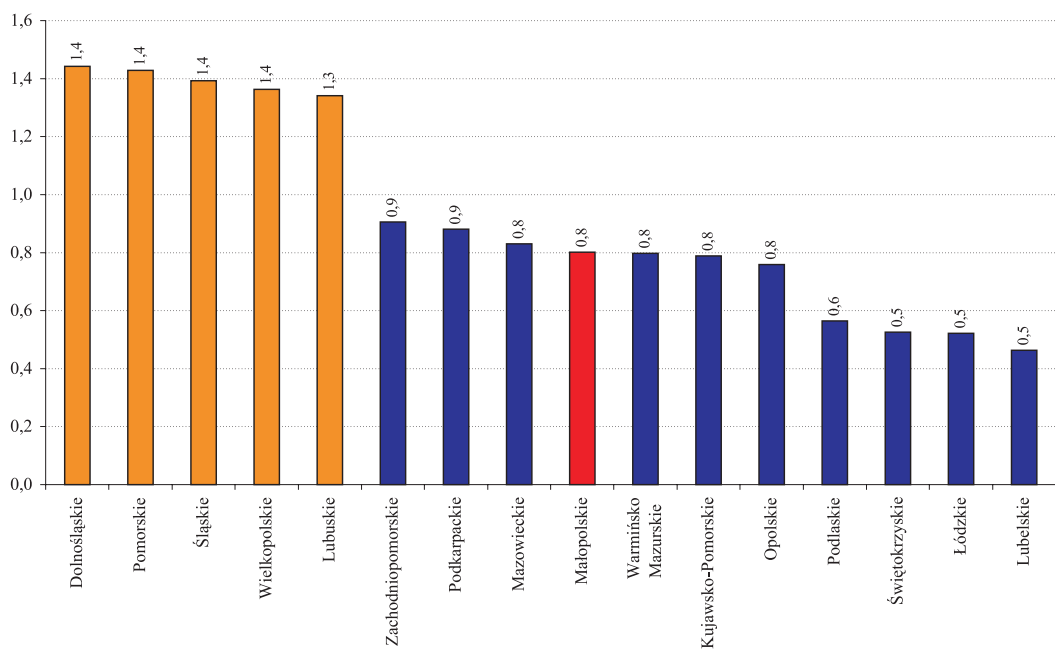
**Wykres 5: Dynamika zmian udziału eksportu w produkcji sprzedanej przemysłu w latach 2000-2007**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS



**Wykres 6: Relacja wartości eksportu do PKB w roku 2000 oraz 2005 (%)**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS



**Wykres 7: Relacja udziału województwa w eksporcie Polski do udziału w PKB Polski w roku 2005**

Objaśnienia: Wskaźnik na wykresie informuje ile razy udział województwa w eksporcie Polski jest większy od udziału w PKB

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

jeszcze województwa: lubuskie, pomorskie, zachodniopomorskie, wielkopolskie, podkarpackie oraz śląskie.

W latach 2000-2007 dynamika relacji eksportu do produkcji sprzedanej przemysłu była spektakularna: jak już wspomniano, w 2000 roku wynosił ona 18,5%, a w 2007 41,9%. Z punktu widzenia dynamiki zmian tego wskaźnika, Małopolska pozostaje liderem w Polsce (wykres 5).

W latach 2000-2007 dynamika wzrostu udziału eksportu w produkcji sprzedanej w województwie małopolskim była zatem najwyższa w Polsce i wyniosła 2,27 (co oznacza ponad dwukrotny wzrost). Dla porównania przeciętny wskaźnik dla kraju w tym okresie kształtował się na poziomie 1,52.

Na tle pozostałych województw, relacja eksportu do PKB generowanego w województwie małopolskim kształtuje się na relatywnie niskim poziomie. Wskaźnik ten w 2005 roku wyniósł 22,1%. W latach 2000-2005 zwiększył się o ponad 10 pkt. proc. (w 2000 roku stanowił 12%), ale jest on znacznie niższy niż w najlepszym pod tym względem Dolnośląskim (39,8%), a także mniejszy niż wynosi średnia dla Polski (27,6%). Podkreślenia wymaga jednak fakt, że relacja wartości eksportu do PKB dla Małopolski

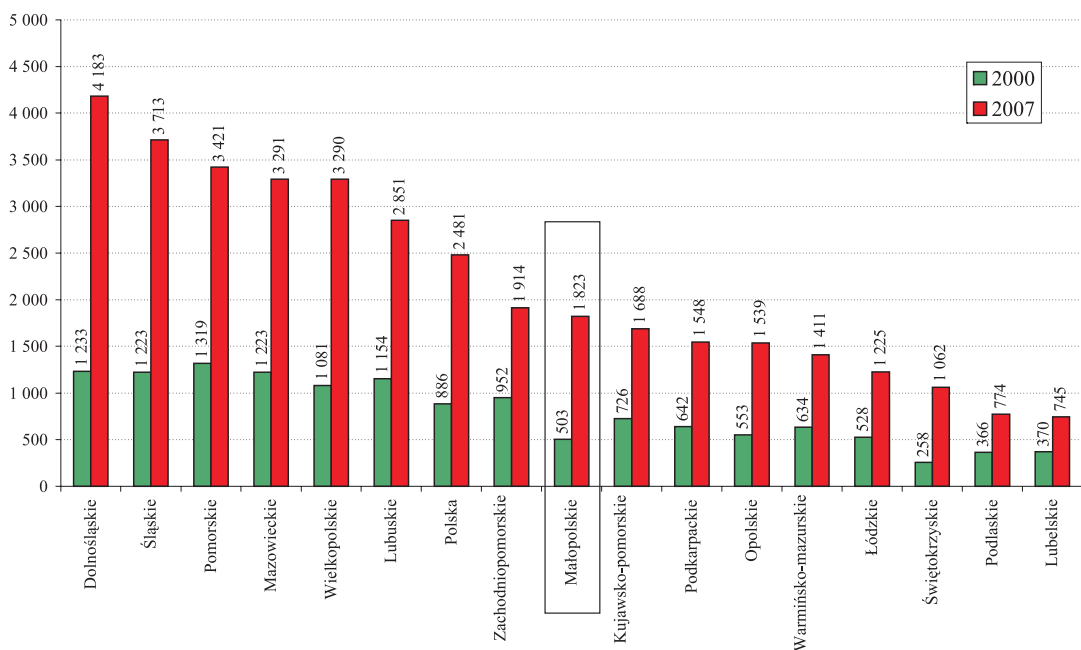
w latach 2004-2005 wzrosła, podczas gdy dla Polski ogółem uległa stagnacji.

Szczegółne znaczenie eksportu pokazuje relacja udziału województwa w krajowym eksporcie do udziału w PKB Polski. Ilustruje on o ile więcej dany region wnosi do ogólnopolskiego eksportu niż go krajowego PKB.

Pod względem kształtowania się wskaźnika relacji udziału województwa w eksporcie Polski do udziału w PKB Polski w roku 2005 wyraźna jest przewaga pięciu województw: dolnośląskiego, pomorskiego, śląskiego, wielkopolskiego (wszystkie mają wskaźnik na poziomie około 1,4) oraz lubuskiego (1,3). Świadczy to o tym, że w wymienionych regionach znaczenie eksportu dla gospodarki jest szczególnie duże.

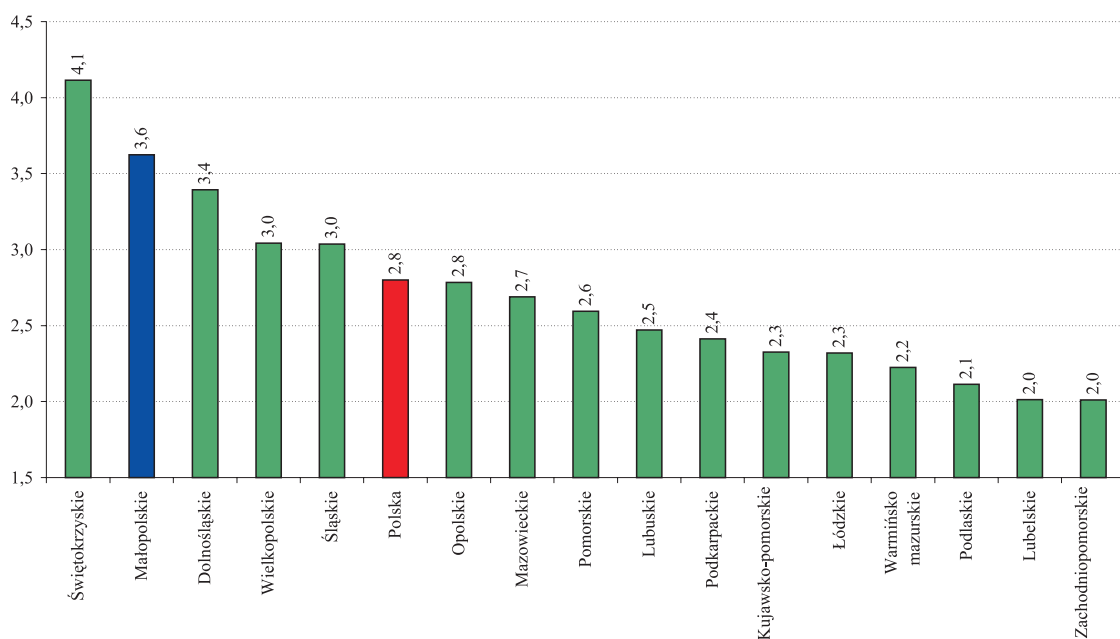
Pod względem wartości eksportu *per capita* w 2007 roku Małopolska zajmuje 8. pozycję pośród województw Polski. W 2007 roku wartość ta wynosiła 1823 euro i wzrosła w porównaniu do 2000 roku o 1520 euro. Dla porównania – w „najlepszym” pod tym względem województwie dolnośląskim – eksport na głowę mieszkańca w 2007 roku kształtował się na poziomie 4183 euro. Dla Polski wskaźnik eksportu *per capita* w 2007 roku wyniósł 2481 euro.

Mimo, że pod względem wielkości obrotów eksportu na jednego mieszkańca, Ma-



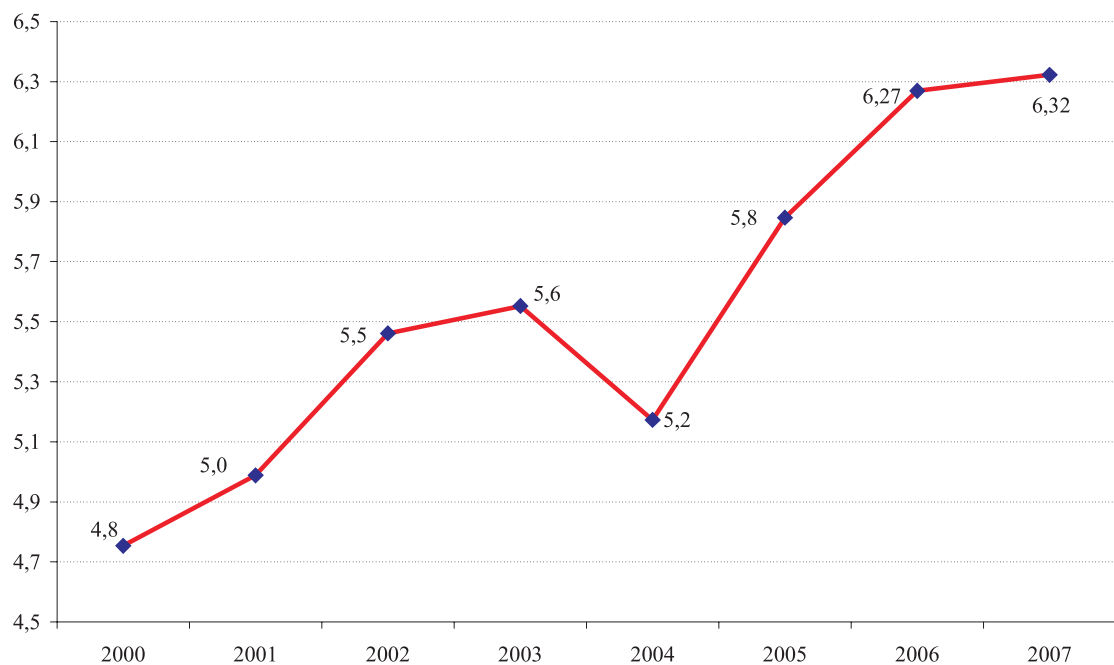
**Wykres 8: Wartość eksportu per capita w roku 2000 oraz 2007 (EUR)**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS



**Wykres 9: Zmiana wartości eksportu per capita w latach 2000-2007**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS



**Wykres 10: Udział województwa małopolskiego w eksporcie Polski w latach 2000-2007 (%)**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS



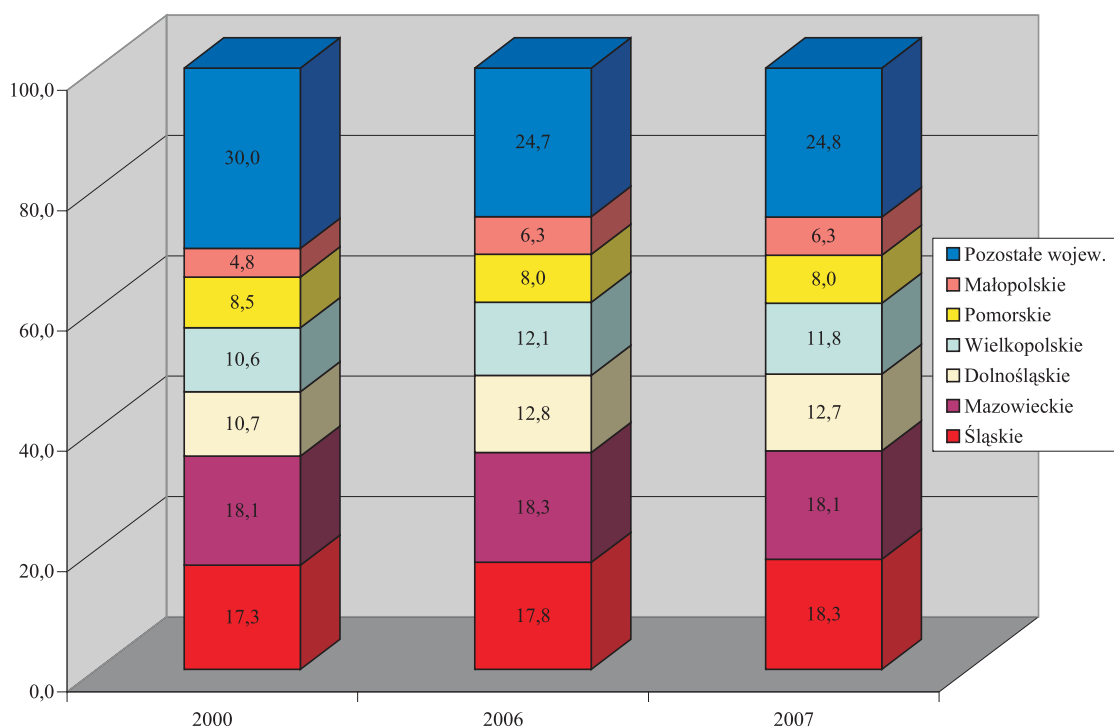
łopolska zajmuje ósme miejsce w Polsce, to zmiana tego wskaźnika w latach 2000-2007 należy do najwyższych w kraju. Wyższy wzrost – niż w Małopolsce – miał miejsce jedynie w Świętokrzyskiem.

W latach 2000-2007 eksport *per capita* wzrósł w Małopolsce 3,6 razy. Przeciętnie w Polsce wskaźnik ten zwiększył się 2,8 razy.

Analiza rozwoju sytuacji w handlu zagranicznym Małopolski w latach 2000-2007 potwierdza wyniki z badań, opublikowanych w poprzednich raportach, że województwo należy do grupy najbardziej dynamicznych, jeżeli chodzi o wzrost eksportu. W latach 2000-2007 udział województwa w eksporcie Polski ogółem wzrósł z poziomu 4,8% do 6,32 % (wykres 10). Jak jednak widać w roku 2007 nastąpiła stagnacja w tym względzie. Od 2004 roku wzrost udziału Małopolski systematycznie ulegał znacznej poprawie, natomiast w 2007 względem roku 2006 udział pozostał praktycznie na niezmiennym poziomie.

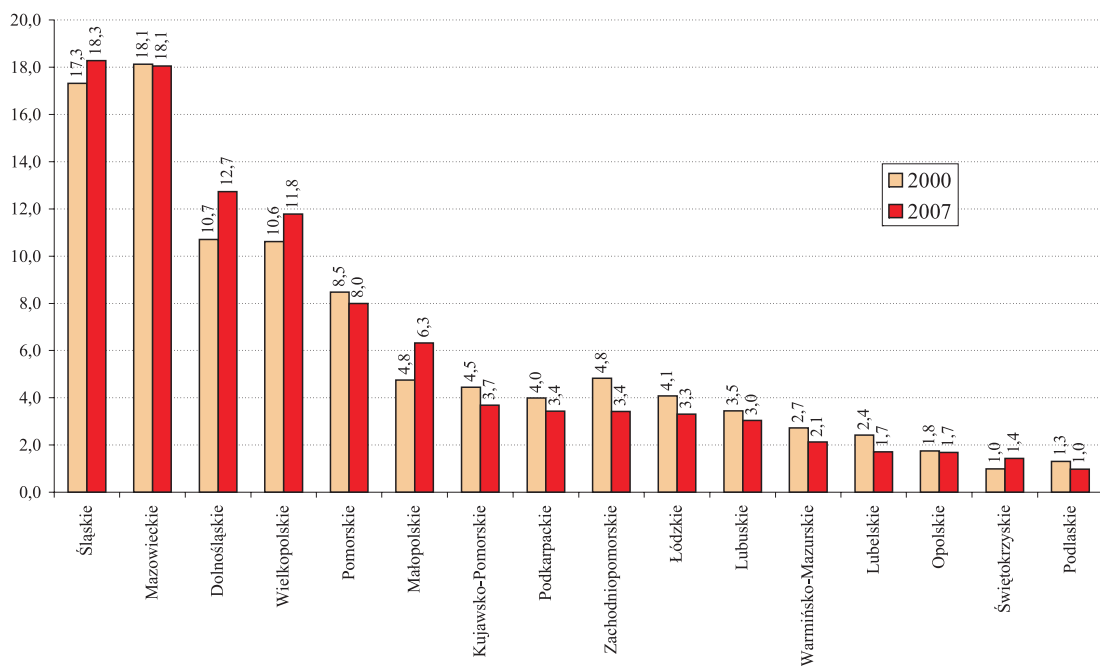
Małopolska – w ostatnich latach – zajmuje 6. pozycję na liście najpoważniejszych „udziałowców” w ogólnej wartości sprzedawanych za granicę polskich towarów. Warto przy tym zauważyć, że „pozostałe” dziesięć regionów kreuje zaledwie 24,8% udziału. Wyraźna jest dysproporcja w potencjale eksportu. Sześciu największych eksporterów (Śląskie, Mazowieckie, Dolnośląskie, Wielkopolskie, Pomorskie, Małopolskie) w okresie 2000-2007 zwiększyło swoje udziały. W 2000 roku na „pozostałe” województwa przypadało 30% z całości eksportu, natomiast w 2007 roku ich udział spadł do 24,8%. Nastąpił, tym samym, proces koncentracji geograficznej sprzedaży eksportowej.

Oznacza to, że ze znacznego boomu eksportowego nie wszystkie regiony korzystają w jednakowym stopniu. Zdolność do zwiększania sprzedaży produktów za granicę jest zróżnicowana; mimo, że we wszystkich regionach wzrasta, to jednak przyrost większy od przeciętnego nastąpił tylko w sześciu wymienionych województwach.



**Wykres 11: Udziały województw w eksporcie Polski w latach 2000 oraz 2006 i 2007 (%)**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS



**Wykres 12: Udziały województw w eksporcie Polski w roku 2000 oraz 2007 (%)**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

**Tabela 1: Wartość eksportu województw w latach 2000-2007 (mld EUR)**

	2000	2003	2004	2005	2006	2007
Dolnośląskie	3,7	5,2	6,1	7,6	10,5	12,0
Kujawsko -Pomorskie	1,5	1,9	1,9	2,5	2,8	3,5
Lubelskie	0,8	1,0	1,0	1,2	1,4	1,6
Lubuskie	1,2	1,6	1,8	2,2	2,5	2,9
Łódzkie	1,4	1,7	1,8	2,2	2,6	3,1
Małopolskie	1,6	2,6	3,0	3,9	5,2	5,98
Mazowieckie	6,2	8,1	9,6	12,0	15,0	17,1
Opolskie	0,6	0,9	1,0	1,2	1,4	1,6
Podkarpackie	1,4	1,8	2,0	2,3	2,9	3,2
Podlaskie	0,4	0,7	0,8	0,9	1,0	0,9
Pomorskie	2,9	4,8	4,9	5,4	6,6	7,6
Śląskie	5,9	7,9	11,7	12,4	14,6	17,3
Świętokrzyskie	0,3	0,6	0,7	0,9	1,2	1,4
Warmińsko-Mazurskie	0,9	1,2	1,3	1,5	1,7	2,0
Wielkopolskie	3,6	5,4	7,0	8,7	10,0	11,1
Zachodniopomorskie	1,7	1,9	2,3	2,5	2,9	3,2

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

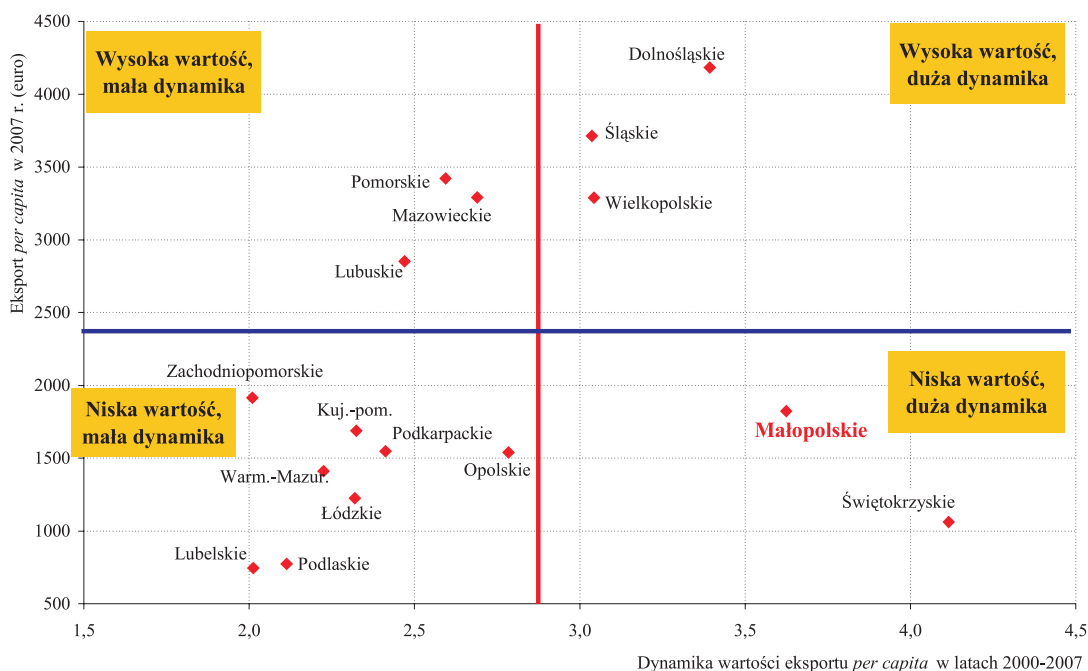
Szósta pozycja Małopolski na liście największych eksporterów jest raczej niezagrażona. Udział kolejnego na liście – Kujawsko-pomorskiego – jest bowiem znacznie niższy. Poza tym, dynamika wzrostu eksportu Kujawsko-pomorskiego jest niższa niż Małopolski.

W tabeli 1 przedstawiona została wartość eksportu w poszczególnych województwach. Dystans Małopolski – w stosunku do liderów eksportu – jest znaczący. Eksport Małopolski to blisko 6 mld euro. W dwóch województwach – Śląsk i Mazowsze – eksport wyniósł ponad 17 mld euro. W Wielkopolsce oraz na Dolnym Śląsku wartość eksportu kształtowała się na poziomie ponad 11 mld euro. Eksport firm Małopolski w 2008 roku przekroczył poziom 6 mld euro.

Na wykresie 13 przedstawiono regionalną analizę tendencji w eksporcie przy wykorzystaniu dwóch wskaźników: wartości eksportu *per capita* w roku 2007 oraz dynamiki eksportu *per capita* w latach 2000-2007. Przedstawiona analiza ma charakter wielowymiarowy. Województwa zostały podzielone na klasy, ze względu na poziom kształtowania się wyżej wymienionych kryteriów. W dolnej, lewej „czwartej” wykresu przedstawiono grupę regionów, które w la-

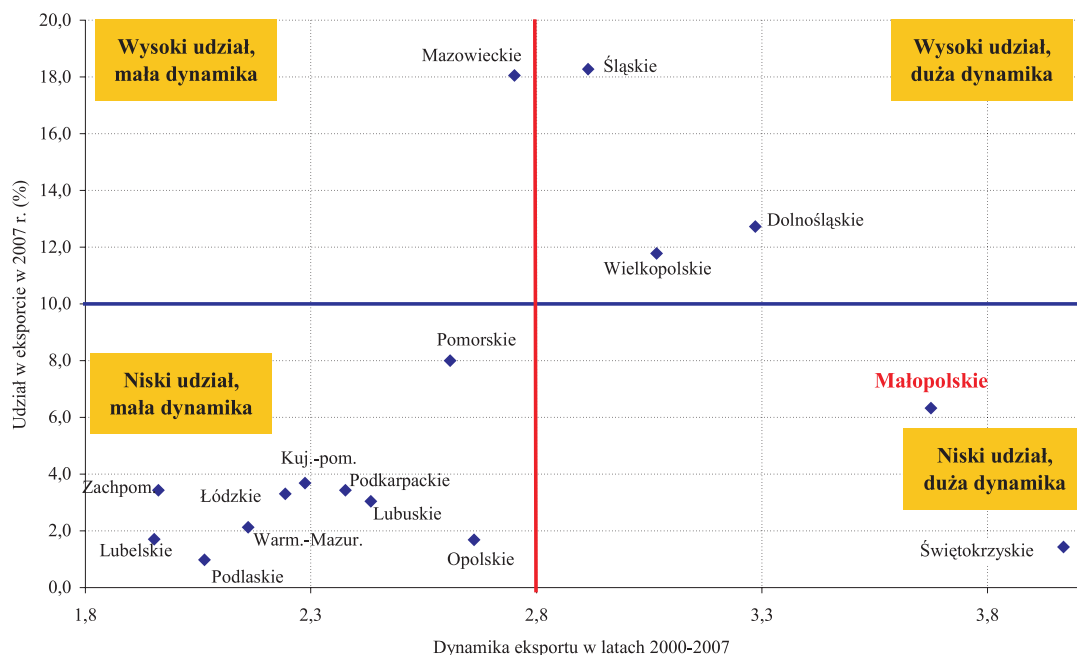
tach 2000-2007 charakteryzowały się niską wartością eksportu *per capita* i małą dynamiką wzrostu tego wskaźnika. W prawej dolnej „czwartej” znajdują się te regiony, które cechuje mała wartość eksportu na jednego mieszkańca, ale wysoka dynamika wzrostu tego wskaźnika. Wśród tych województw plasuje się Małopolska. Relatywnie niskiej – można powiedzieć, że zbliżonej do średniego poziomu – wartości eksportu *per capita* towarzyszy bardzo wysoka (druga, za Świętokrzyskiem) dynamika jego wzrostu.

Do podobnych wniosków prowadzi następująca, również wielowymiarowa, analiza dokonana z punktu widzenia kształtowania się kolejnych dwóch wskaźników: udziału regionów w krajowym eksporcie w 2007 roku oraz dynamiki wzrostu obrotów eksportowych w latach 2000-2007. Mocną stroną województwa małopolskiego jest wspomniana bardzo wysoka dynamika eksportu. Region zalicza się – obok Świętokrzyskiego – do grupy, która cechuje się relatywnie niskim udziałem w eksporcie krajowym, ale wysoką dynamiką wzrostu obrotów. Ten – określony jako niski udział Małopolski – jest jednak znacząco wyższy od tego, który cechuje Świętokrzyskie. Dla precyzyjniejszego zróżnicowania, warto



**Wykres 13: Syntetyczny obraz województw według wartości eksportu *per capita* w roku 2007 oraz dynamiki wzrostu wartości eksportu *per capita* w latach 2000-2007**

Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych GUS



**Wykres 14: Syntetyczny obraz województw według udziału w eksporcie Polski w roku 2007 oraz dynamiki wartości eksportu w latach 2000-2007**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

wspomnieć, że wartość eksportu Małopolski w 2007 roku zamknęła się kwotą blisko 6 mld euro, a Świętokrzyskiego 1,4 mld euro.

## Rekapitulacja

Handel zagraniczny stanowi obecnie jeden z najważniejszych czynników wzrostu gospodarczego krajów i regionów. Rola eksportu, jako składnika zagregowanego popytu, rośnie. W latach 2000-2007 obroty eksportu i importu województwa małopolskiego wzrastały dynamicznie; eksport w tym czasie zwiększył się 3,6 razy, import natomiast 2,6 razy.

Wartość eksportu woj. małopolskiego zwiększyła się z 1,6 mld EUR w 2000 roku do 5,9 mld EUR w 2007 roku. W 2007 roku deficyt w obrotach handlowych wyniósł -703 mln EUR.

Udział województwa w eksporcie krajowym w 2007 roku wyniósł 6,3%. Znaczenie eksportu dla gospodarki województwa istotnie wzrosło. Udział eksportu w produkcji sprzedanej przemysłu w latach 2000-2007 wzrósł z 18,5% do 41,9%. Świadczy to o zwiększeniu skali tzw. otwarcia gospodarki. Województwo małopolskie charakteryzuje średni poziom relacji eksportu do produktu krajowego brutto. Wynosi on 22%.

Najwyższą wartością eksportu na jednego mieszkańca w 2007 roku wyróżniało się województwo dolnośląskie (4183 EUR w 2007 roku). Dla województwa małopolskiego wskaźnik ten wyniósł 1823 EUR.

Małopolska należy do czołówki regionów w rankingu sporządzonym z punktu widzenia przyrostu wartości eksportu per capita. W latach 2000-2007 wskaźnik ten zwiększył się o 1 320 EUR, pozostawał jednak na poziomie niższym niż średnia dla Polski (2 481 EUR).

## 4. Struktura towarowa eksportu Małopolski

### 4.1. Struktura eksportu według proporcji czynników produkcji

Klasyfikacja według proporcji czynników produkcji nawiązuje do teoretycznych modeli handlu wywodzących się z teorematu Heckschera-Ohlina, w myśl którego w produktach będących przedmiotem wymiany zawarte (ucieleśnione) są czynniki produkcji, wykorzystane do wytworzenia tychże dóbr. W teorii H-O baza handlu (eksportu) określana jest przez relatywne wyposażenie krajów w czynniki produkcji (praca i kapitał<sup>4</sup>), determinujące ich względne ceny. W myśl tej teorii, region specjalizuje się w produkcji oraz w eksporcie produktów, do których wytworzenia potrzeba relatywnie bardziej intensywnego wykorzystania (użycia) czynników produkcji, które są bardziej obfite w danym regionie (lub kraju, w którym region się znajduje). Przykładowo region, w którym występuje relatywnie większa obfitość pracy niż kapitału, będzie się specjalizował w produkcji oraz w eksporcie dóbr pracochłonnych; podejmie natomiast import dóbr kapitałochłonnych. Teoria H-O przewiduje także proces wyrównywania się cen czynników produkcji. Na bazie krytyki modelu H-O rozwinęły się kolejne teorie handlu zagranicznego. Teoria H-O pozostaje przydatna jako narzędzie wyjaśniające strumienie handlu na poziomie regionów, szczególnie w odniesieniu do tzw. handlu międzygałęziowego, czyli eksportu i importu obejmującego odmienne dobra<sup>5</sup>. Należy jednak zastrzec, że analiza struktury eksportu pod względem „zawartości” czynników produkcji jest problematyczna, ponieważ wnioski z niej płynące mogą zostać zdeformowane przez wystąpienie znanego z teorii ekonomii międzynarodowej „efektu odwrócenia proporcji czynników produkcji”. Polega on na tym, że produkt A jest pracochłonny w kraju X, natomiast w kraju Y jest on kapitałochłonny.

Warto także dodać, że wśród ekonomistów nie ma jednomyślności w kwestii tego, jaka działalność zaliczana może być do „wysokich technologii” lub „gałęzi intensywnych technologicznie”.

Jak wynika z przeprowadzonych obliczeń według klasyfikacji OECD, w eksporcie Małopolski udział gałęzi wysokich technologii nie jest wysoki i wynosi 0,7%, natomiast według klasyfikacji WIFO, udział gałęzi technologicznie intensywnych kształtuje się na poziomie 7,2%.

W porównaniu z rokiem 2006 zaobserwować można przede wszystkim zmiany w zakresie udziału dóbr wysokich technologii w eksporcie według klasyfikacji WIFO<sup>6</sup>. Eksport tej grupy towarowej w roku 2007 w Małopolsce istotnie wzrósł, stąd pozytywna zmiana udziału produktów wysokich technologii. Analizując dynamikę wzrostu wartości eksportu według klas technologii (WIFO1) widzimy, że największy przyrost dotyczył właśnie produktów technologicznie intensywnych. Ich eksport był 1,4 razy większy niż w roku 2006. Omawiany wskaźnik należy odnieść do dynamiki zmiany eksportu Małopolski ogółem (1,16 razy).

Analiza struktury eksportu według klasyfikacji OECD prowadzi do odmiennych wniosków. Dynamika eksportu gałęzi wysokich technologii (1,01) była znacznie niższa, niż eksportu Małopolski ogółem (1,16).

Jak wspominaliśmy w zeszłorocznym raporcie, tak znaczne rozbieżności w analizowaniu struktury eksportu według proporcji czynników produkcji wynikają z odmiennego przypisania poszczególnych grup produktowych do sektora *high-tech*. Lista produktów zaliczanych do kategorii *high-tech* według OECD jest stosunkowo krótka i obejmuje: komputery i pozostałe urządzenia do przetwarzania informacji, lampy elektronowe i pozostałe elementy elektroniczne, leki i wyroby farmaceutyczne, maszyny biurowe i ich części, odbiorniki telewizyjne i radiowe, urządzenia do rejestracji i odtwarzania dźwięku i obrazu oraz akcesoria do nich, statki powietrzne i kosmiczne, substancje farmaceutyczne podstawowe oraz urządzenia nadawcze telewizyjne i radiowe, urządzenia i aparaty dla telefonii i telegrafii przewodowej (łączna wartość eksportu to 42,3 mln euro). Natomiast lista pozycji zaliczanych do „wysokiej intensywności technologicznej” wg. WIFO1

4 Oraz inne czynniki produkcji, w tzw. rozszerzonej teorii H-O.

5 Gawlikowska-Hueckel K., „Procesy rozwoju regionalnego w Unii Europejskiej. Konwergencja czy polaryzacja?”, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk, 2002, str. 63.

6 Grupa ta obejmuje przemysł samochodowy, którego eksport w latach 2006-2007 w Małopolsce istotnie wzrósł.

**Tabela 2: Wartość eksportu Małopolski według proporcji czynników produkcji (mln EUR) według klasyfikacji WIFO1**

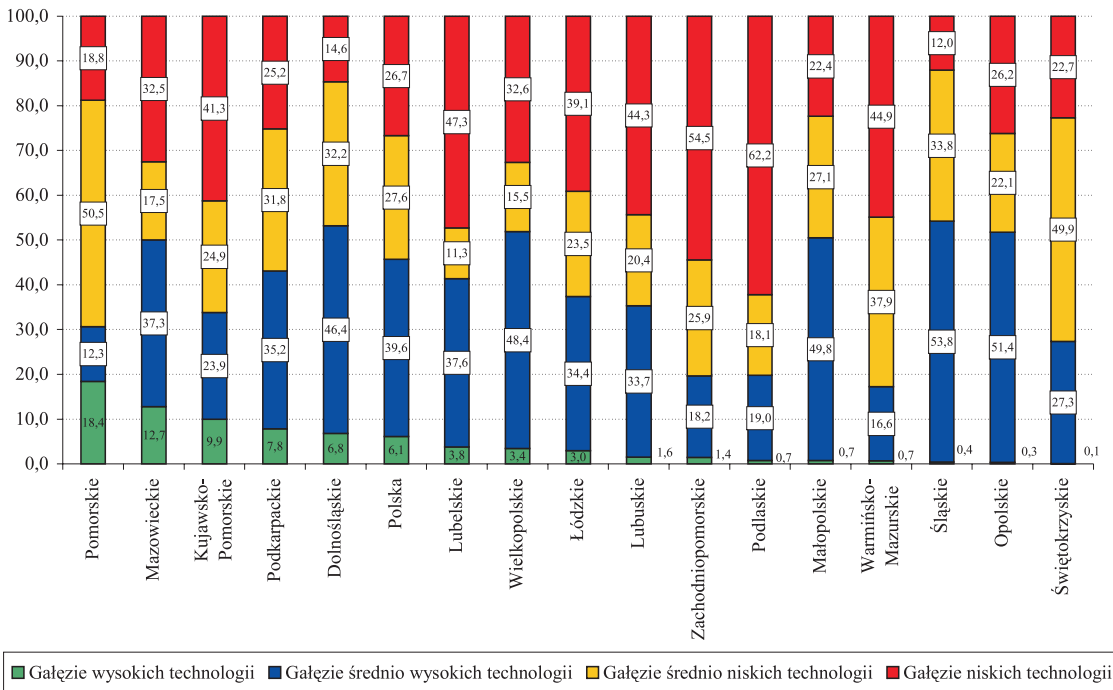
	2006	2007		Zmiana
	mln EUR	mln EUR	%	2007/2006
Podstawowe gałęzie przemysłu	2 185,5	2 451,3	41,0	1,12
Gałęzie pracochłonne	605,6	759,5	12,7	1,25
Gałęzie intensywnie wykorzystujące marketing	745,9	887,5	14,8	1,19
Gałęzie kapitałochłonne	924,1	1 038,3	17,4	1,12
Gałęzie intensywne technologicznie	305,6	431,8	7,2	1,41
Pozostałe	388,6	409,9	6,9	1,05
Ogółem	5 155,3	5 978,2	100,0	1,16

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS. Przy obliczeniach wykorzystano metodologię porządkowania poszczególnych grup produktowych i przypisania ich do klas według OECD i WIFO1 opracowaną przez T. Brodzickiego. Zob. szerzej w: Brodzicki T., „Wymiana produktów przemysłu przetwórczego między Polską a państwami członkowskimi Unii Europejskiej”, [w:] Zielińska-Głębocka A., red., „Potencjał konkurencyjny polskiego przemysłu w warunkach integracji europejskiej”, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2003, s. 169

**Tabela 3: Wartość eksportu Małopolski według proporcji czynników produkcji (mln EUR) według klasyfikacji OECD**

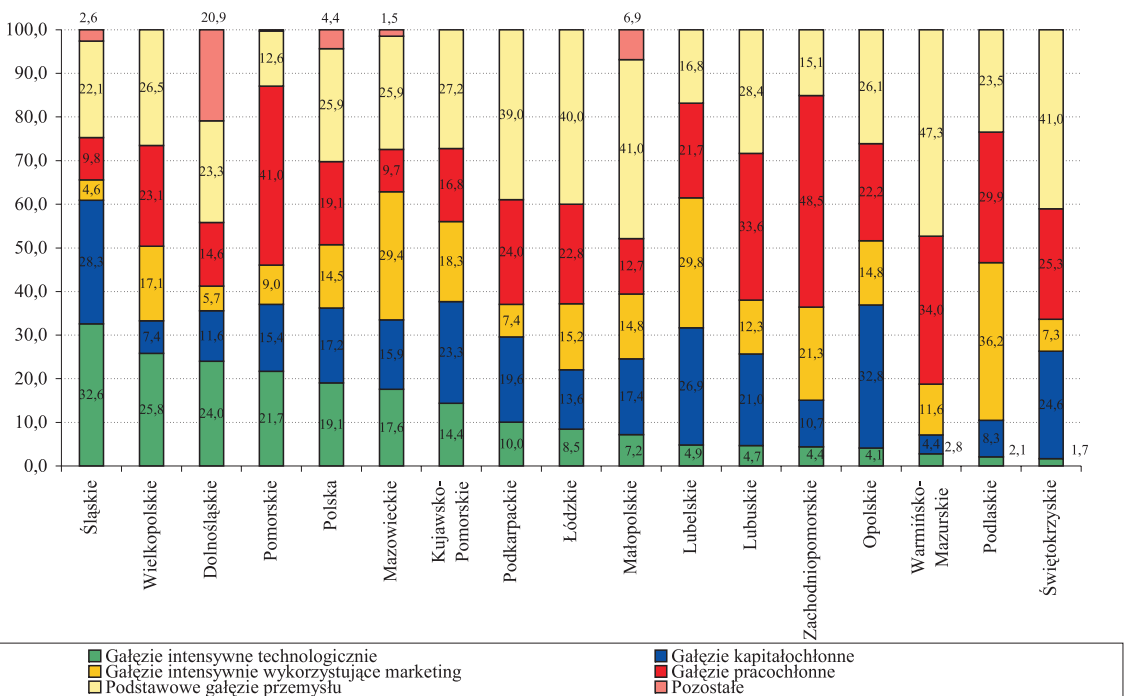
	2006	2007		Zmiana
	mln EUR	mln EUR	%	2007/2006
Gałęzie wysokich technologii	41,7	42,3	0,7	1,01
Gałęzie średnio wysokich technologii	2 523,2	2 966,5	49,6	1,18
Gałęzie średnio niskich technologii	1 424,0	1 616,1	27,0	1,13
Gałęzie niskich technologii	1 141,8	1 332,5	22,3	1,17
Pozostałe	24,7	20,8	0,3	0,84
Ogółem	5 155,3	5 978,2	100,0	1,16

Źródło i uwagi metodologiczne: tak jak w tabeli poprzedniej.



**Wykres 15: Struktura eksportu według proporcji czynników produkcji w roku 2007 (%) według klasyfikacji OECD. Porównanie Małopolski z innymi województwami**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS



**Wykres 16: Struktura eksportu według proporcji czynników produkcji w roku 2007 (%) według klasyfikacji WIFO1. Porównanie Małopolski z innymi województwami**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

jest dłuższa, i znajdują się na niej takie ważne w eksporcie Małopolski produkty, jak: aparatura elektryczna rozdzielcza i sterownicza, wyroby chemiczne gdzie indziej niesklasyfikowane, pojazdy samochodowe, instrumenty i przyrządy pomiarowe, kontrolne, nawigacyjne i podobne instrumenty i przyrządy, leki i wyroby farmaceutyczne, sprzęt medyczny i chirurgiczny oraz przyrządy ortopedyczne, urządzenia nadawcze telewizyjne i radiowe, urządzenia i aparaty dla telefonii i telegrafii przewodowej, nośniki informacji niezapisane (łącznie wartość eksportu w Małopolsce w 2007 roku to 432 mln euro).

W porównaniu z innymi województwami, Małopolskie według klasyfikacji OECD (udział gałęzi wysokich technologii) zajmuje 12. pozycję wśród województw (co oznacza pogorszenie pozycji w stosunku do 2006 o jedno miejsce), natomiast według klasyfikacji WIFO1 – pozycję 9 (poprawa pozycji o jedno miejsce względem 2006 roku).

Na przykładzie różnic między klasyfikacjami OECD oraz WIFO1 zadać można pytanie o przydatność podziałów gałęzi opracowywanych dla bardziej – niż w przypadku Polski – rozwiniętych gospodarek. Na przykład „pojazdy samochodowe” według OECD nie są zaliczane do sektora najwyższych technologii, natomiast według WIFO1 – są. Może w przypadku bardziej rozwiniętych krajów OECD rzeczywiście tego rodzaju produkcji nie można zaliczać do *high-tech*, jednak dla Polski, budującej potencjał konkurencyjności przemysłu i dokonującej wciąż poważnych zmian w strukturze przemysłu, zaliczenie przemysłu samochodowego do wysokich technologii wydaje się jak na najbardziej zasadne, szczególnie – jeśli porównamy aktualną strukturę produkcji przemysłowej i eksportu z tą, którą Polska „odziedziczyła” po gospodarce centralnie planowanej. Takie podejście wydaje się trafne również z punktu widzenia teorii sektorów wiodących. Podkreśla się w niej, że gałęzie te są zmienne w czasie i przestrzeni. Oznacza to, że inne gałęzie pobudzają rozwój np. w Bawarii, a inne w Lubuskiem czy Małopolsce.

#### **4.2. Najważniejsze produkty w eksporcie, koncentracja eksportu według produktów**

Tabela 4 przedstawia listę 25 najważniejszych produktów eksportowych Małopolski.

Podobnie jak w 2006 roku, pierwsze miejsce zajmują druty i przewody izolowane. W stosunku do 2006 roku udział tej grupy produktów uległ zmniejszeniu – z 15,6 do 14,8%. Jest to rezultat niższej dynamiki wzrostu eksportu tych produktów – niż eksportu województwa ogółem. Drugą z punktu widzenia wagi w obrotach jest grupa: części i akcesoria do pojazdów samochodowych i ich silników, której udział w wartości eksportu kształtuje się na poziomie 5,5%, a trzecią: aluminium i wyroby z aluminium z udziałem 5,2%. Udział powyżej 3% dotyczy także wyposażenia elektrycznego do silników i pojazdów. Pozostałe grupy (z „listy 25”) mają mniejsze znaczenie, a ich udziały w wartości sprzedaży na rynki zagraniczne wahają się od 1% do 3,3%.

Zwrócić uwagę należy na bardzo wysoką dynamikę wzrostu eksportu takich grup produktów jak: wyposażenie elektryczne do silników i pojazdów (wzrost o 61,5% – w porównaniu ze wzrostem eksportu województwa ogółem o 16%), pojazdów samochodowych (z 25,6 do 134,1 mln euro), aparatury elektrycznej rozdzielczej, wyrobów tytoniowych, żeliwa, stali i żelazostopów, rud metali nieżelaznych czy np. maszyn ogólnego przeznaczenia.

Koncentracja eksportu Małopolski według produktów w roku 2007 względem roku poprzedniego nie uległa poważniejszym zmianom. Na pięć najważniejszych produktów – z punktu widzenia wagi mierzonej udziałami w eksporcie – przypada łącznie 33,3% wartości obrotów eksportowych Małopolski, na dziesięć 47,2%. Oznacza to, że produktowa koncentracja eksportu nie jest szczególnie wysoka, przynajmniej w porównaniu do innych województw. Przykładowo – w ekstremalnym z punktu widzenia koncentracji produktowej eksporcie – województwie śląskim, pierwsze pięć najważniejszych produktów eksportowych obejmuje 62,1% wartości eksportu tego regionu.

Warto skomentować te udziały w kontekście zagrożeń, które mogą one stworzyć dla sytuacji gospodarczej. Większa dywersyfikacja sprzedaży jest „bezpieczniejsza”, ponieważ w razie zmniejszenia się popytu zagranicy, nie spowoduje to gwałtownego załamania produkcji w gałęziach eksportowych, co poprzez łańcuchową reakcję mogłoby wywołać obniżenie produkcji, zatrudnienia, płac i popytu na produkty firm regionu. W świetle takiej interpretacji,



**Tabela 4: Lista 25 najważniejszych grup produktów w eksporcie województwa małopolskiego w roku 2007**

Lp.	Ogółem	2006	2007		Zmiana	
		mln EUR	mln EUR	%	mln EUR	%
	Ogółem	5 155,3	5 978,2	100,0	822,8	16,0
1	Druły i przewody izolowane	804,9	885,0	14,8	80,0	9,9
2	Części i akcesoria do pojazdów samochodowych i ich silników	305,1	326,1	5,5	21,0	6,9
3	Aluminium i wyroby z aluminium	279,8	311,1	5,2	31,3	11,2
4	Wyposażenie elektryczne do silników i pojazdów	168,3	271,9	4,5	103,6	61,6
5	Opakowania z metali lekkich	173,0	198,9	3,3	26,0	15,0
6	Aparatura elektryczna rozdzielcza i sterownicza	148,9	191,7	3,2	42,8	28,8
7	Wyroby tytoniowe	135,4	182,0	3,0	46,5	34,4
8	Urządzenia chłodnicze i wentylacyjne, bez urz. przeznaczonych dla gosp. dom.	154,7	162,1	2,7	7,4	4,8
9	Żeliwo, stal i żelazostopy	106,3	151,1	2,5	44,7	42,0
10	Chemikalia organiczne podstawowe	125,7	144,8	2,4	19,1	15,2
11	Pojazdy samochodowe	25,6	134,1	2,2	108,5	424,3
12	Kurki i zawory	93,4	114,7	1,9	21,3	22,8
13	Kauczuk syntetyczny w formach podstawowych	104,2	114,3	1,9	10,1	9,7
14	Rudy metali nieżelaznych, z wyłączeniem rud uranu i toru	80,1	105,8	1,8	25,7	32,1
15	Wyroby metalowe gotowe pozostałe	94,0	95,6	1,6	1,6	1,7
16	Wyroby z gumy, pozostałe	89,7	95,2	1,6	5,5	6,1
17	Maszyny ogólnego przeznaczenia	48,2	89,7	1,5	41,5	86,0
18	Silniki elektryczne, prądnice i transformatory	57,2	85,6	1,4	28,3	49,5
19	Tworzywa sztuczne w formach podstawowych	86,7	77,4	1,3	-9,3	-10,7
20	Szkło gospodarcze	68,9	72,1	1,2	3,2	4,6
21	Produkty rafinacji ropy naftowej	62,9	69,0	1,2	6,2	9,9
22	Konstrukcje metalowe	54,4	65,0	1,1	10,6	19,4
23	Owoce i warzywa przetworzone i zakonserwowane	54,3	65,0	1,1	10,7	19,7
24	Wyroby ceramiczne ogniotrwałe	54,0	63,3	1,1	9,3	17,2
25	Mięso świeże i zakonserwowane, bez mięsa z drobiu i królików	56,7	62,3	1,0	5,6	9,9
	Pozostałe	1 723,1	1 844,6	30,9		

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

**Tabela 5: Koncentracja eksportu według produktów, porównanie Małopolski do innych województw w roku 2007**

	Udział najważniejszych			
	5 produktów	10 produktów	15 produktów	20 produktów
Łódzkie	21,7	35,8	45,6	54,1
Mazowieckie	25,8	38,6	48,3	55,5
Podlaskie	31,8	49,1	58,9	65,8
Kujawsko-Pomorskie	32,9	43,9	52,3	60,0
<b>Małopolskie</b>	33,3	47,2	56,7	63,7
Lubuskie	33,8	49,9	60,9	68,4
Opolskie	35,8	51,4	61,4	67,9
Lubelskie	36,2	54,1	65,8	73,3
Podkarpackie	38,8	54,3	62,7	68,6
Wielkopolskie	39,2	48,9	56,6	62,9
Zachodniopomorskie	46,2	55,5	62,4	68,2
Świętokrzyskie	48,9	62,3	70,9	76,0
Warmińsko-Mazurskie	50,6	60,4	68,3	74,3
Dolnośląskie	53,3	65,0	71,5	76,1
Pomorskie	58,2	68,8	75,0	79,4
Śląskie	62,1	69,6	74,9	78,9

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

najlepiej jest w Łódzkiem, gdzie na 5 najw. produktów przypada 21,7% eksportu (na pierwszych 20 natomiast 54,1% eksportu).

Sytuację tę można interpretować jeszcze z innego punktu widzenia. Wielcy eksporterzy przeżywają czasem trudności, których skutkiem może być radykalne zmniejszenie lub nawet wstrzymanie sprzedaży za granicę. Jeżeli dotyczyłoby to firm, których udział w eksporcie jest bardzo wysoki, prowadzić by to mogło do radykalnego zmniejszenia eksportu całego regionu.

Powyższe rozważania istotne są także z perspektywy członkostwa Polski w strefie euro. Wysoki stopień koncentracji eksportu nie jest korzystny – w świetle teorii optymalnych obszarów walutowych. Załamanie wpływów z eksportu w ważnej branży w gospodarce regionu może doprowadzić do niestabilności bilansu obrotów handlowych – co nie byłoby wskazane ze względu na brak możliwości wpływania na konkurencyjność eksportu przez kursy walutowe.

Z drugiej jednak strony rozważania w ramach tzw. nowej geografii ekonomicznej

wskazują, że wysoka wartość eksportu branży, powoduje wzrost korzyści skali, których źródłem jest specjalizacja. Znaczna skala produkcji eksportowej prowadzi do obniżenia kosztów, a tym samym do wzrostu zdolności do konkurowania z podobnymi produktami wytwarzanymi w innych krajach.

#### 4.3. Eksport produktów rolno-spożywczych

Mimo zmian w strukturze produkcji trzech sektorów (rolnictwa, przemysłu i usług), artykuły rolne i spożywcze pozostają ważnymi polskimi produktami eksportowymi. Największy wkład do ogólnopolskiego eksportu tych artykułów ma Mazowsze, którego udział w krajowej sprzedaży na rynki zagraniczne w zarówno w 2006 jak i 2007 roku wynosił 37,1%. Drugim z kolei „udziałowcem” (14,9% w 2007 r.) jest Wielkopolska. Udziały pozostałych województw są znacząco mniejsze i wahają się od 6% (Zachodniopomorskie) do 0,8% (Świętokrzyskie).

Województwo Małopolskie, z punktu widzenia kształtowania się tego wskaźnika zajmuje 5. miejsce w Polsce (4,9%).

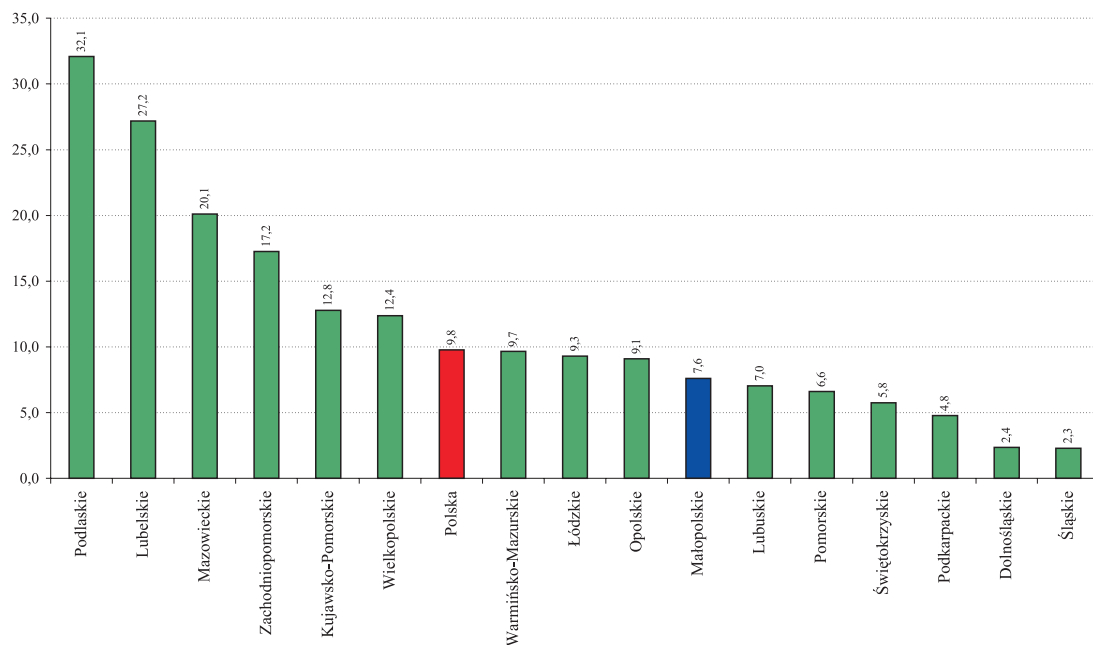
Proporcje, w jakich partycypują produkty rolno-spożywcze w wartości regionalnego eksportu, są w znacznej mierze odzwierciedleniem znaczenia sektora rolnego w gospodarce regionu. Stąd, obecność w grupie województw o wyższym od przeciętnego dla Polski wskaźniku udziału produktów rolnych w eksporcie takich, jak: Podlasie, Lubel-

szczyzna, Mazowsze, Zachodnie Pomorze, Kujawy czy Wielkopolska (wykres 17). Udział produktów rolnych i spożywczych w całości eksportu Podlasia wynosi 32,1%, Lubelskiego 27,2%, Mazowsza 20,1%. Małopolska – na tle pozostałych regionów – charakteryzuje się niskim udziałem tego rodzaju produktów w eksporcie. W 2007 roku wyniósł on 7,6%, czyli kształtował się poniżej wartości średniej dla Polski (9,8%).

**Tabela 6: Udział województw w eksporcie produktów rolnych i spożywczych Polski w roku 2006 i 2007 (%)**

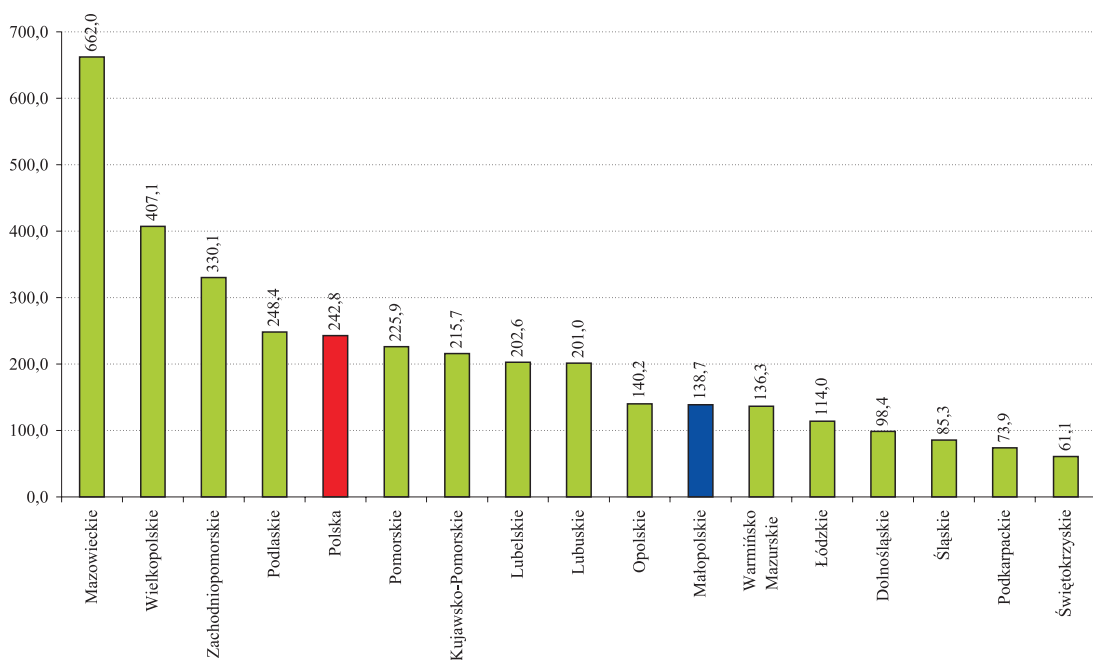
	2006		2007	
	mln EUR	%	mln EUR	%
Mazowieckie	2968,4	37,1	3434,5	37,1
Wielkopolskie	1222,1	15,3	1378,9	14,9
Zachodniopomorskie	466,1	5,8	558,6	6,0
Pomorskie	424,0	5,3	499,5	5,4
Małopolskie	376,0	4,7	454,8	4,9
Kujawsko-Pomorskie	371,7	4,6	445,6	4,8
Lubelskie	391,8	4,9	438,8	4,7
Śląskie	317,1	4,0	396,8	4,3
Podlaskie	294,9	3,7	296,2	3,2
Łódzkie	274,1	3,4	291,3	3,1
Dolnośląskie	240,1	3,0	283,2	3,1
Lubuskie	172,3	2,2	202,7	2,2
Warmińsko-Mazurskie	124,7	1,6	194,4	2,1
Podkarpackie	126,5	1,6	155,0	1,7
Opolskie	169,9	2,1	145,4	1,6
Świętokrzyskie	71,9	0,9	77,9	0,8
Polska	8011,5	100,0	9253,6	100,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS



**Wykres 17: Udział produktów rolnych i spożywczych w eksporcie w roku 2007 (%). Porównanie Małopolski do innych województw**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS



**Wykres 18: Wartość eksportu produktów rolnych i spożywczych per capita w roku 2007 (EUR)**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

**Tabela 7: Lista najważniejszych produktów rolnych i spożywczych w eksporcie województwa małopolskiego w roku 2006 i 2007**

Lp.	Ogółem	2006		2007	
		mIn EUR	%	mIn EUR	%
	Ogółem	376,0	100,0	454,8	100,0
1	Owoce i warzywa przetworzone i zakonserwowane	54,3	14,4	65,0	14,3
2	Mięso świeże i zakonserwowane (bez drobiu i królików)	56,7	15,1	62,3	13,7
3	Suchary i sucharki, herbatniki; wyroby piekarskie i ciastkarskie o przedłużonej trwałości	55,2	14,7	56,5	12,4
4	Soki z owoców i warzyw	24,9	6,6	36,5	8,0
5	Kawa i herbata	27,3	7,3	28,2	6,2
6	Wody mineralne i napoje bezalkoholowe	21,8	5,8	24,7	5,4
7	Artykuły spożywcze pozostałe	26,5	7,0	23,8	5,2
8	Mięso z drobiu i królików, świeże i zakonserwowane	22,7	6,0	23,1	5,1
9	Kakao, czekolada i wyroby cukiernicze	17,3	4,6	21,1	4,6
10	Warzywa, specjalne rośliny ogrodnicze; prod. szkółkarskie	16,9	4,5	19,7	4,3
11	Zboża, ziemniaki, rośl. przem. i surowce rolnictwa pozostałe	8,9	2,4	18,6	4,1
12	Mleko i przetwory mleczne	8,0	2,1	18,4	4,0
13	Przyprawy	6,1	1,6	7,8	1,7
14	Pieczyno i wyroby ciastkarskie, świeże	5,7	1,5	7,8	1,7
15	Wyroby z mięsa, bez wyrobów z drobiu i królików	2,7	0,7	7,4	1,6
16	Ryby i poz. prod. rybactwa, przetworzone i zakonserwowane	6,0	1,6	5,8	1,3
17	Owoce, orzechy i rośliny wykorzystywane do produkcji napojów, rośliny przyprawowe	2,2	0,6	5,8	1,3
18	Lody	2,9	0,8	4,8	1,1
	Pozostałe	10,2	2,7	17,8	3,9

Do pozostałych grup produktów zaklasyfikowanych jako rolne i spożywcze zaliczone zostały: pasza dla zwierząt gospodarskich i ryb, karma dla zwierząt domowych, oleje i tłuszcze surowe, produkty przemiału zbóż, cukier, zwierzęta żywe pozostałe i produkty pochodzące od tych zwierząt, produkty gospodarki leśnej, z wyłączeniem działalności usługowej, świnie żywe, makarony, kluski, kuskus i podobne wyroby mączne, ziemniaki przetworzone i zakonserwowane, drób żywy i jaja, margaryna i podobne tłuszcze jadalne, przetwory homogenizowane oraz żywność dietetyczna, ryby i pozostałe produkty rybactwa, usługi związane z rybactwem, owce, kozy, konie, osły, muły, osłomuły oraz produkty pochodzące od tych zwierząt, oleje i tłuszcze rafinowane, skrobia i produkty skrobiowe, alkohol etylowy, jabłecznik i pozostałe wina owocowe, piwo otrzymywane ze słodu, napoje spirytusowe destylowane, sól.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

**Tabela 8: Eksport produktów rolnych i spożywczych Małopolski w 2006 i 2007 roku w podziale na grupy krajów**

	2006		2007	
	mln EUR	%	mln EUR	%
UE	195,5	52,0	254,8	56,0
Nowi w UE	105,8	28,1	119,5	26,3
Rosja, Ukraina, Białoruś	34,9	9,3	38,2	8,4
Pozostałe kraje	32,2	8,6	36,3	8,0
Daleki Wschód	7,5	2,0	5,9	1,3
Ogółem	376,0	100,0	454,8	100,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Taki stan rzeczy jest jednak zaskakujący, gdyż udział pracujących w sektorze rolnym w Małopolsce jest wyższy od przeciętnego wskaźnika dla Polski. Można zatem wnioskować, że województwo nie wykorzystuje swojego potencjału i że możliwości sprzedaży produktów rolno-spożywczych są znacznie większe od tych, które są realizowane.

Wartość eksportu produktów rolno-spożywczych na jednego mieszkańca w Małopolsce kształtowała się na poziomie 138 euro i była niższa od przeciętnego wskaźnika dla Polski, który wynosił 243 euro. Z punktu widzenia wartości eksportu artykułów rolno-spożywczych per capita, Małopolska w 2006 oraz 2007 roku zajęła 10. miejsce w Polsce.

W tabeli 7 przedstawiono listę najważniejszych eksportowych produktów rolnych i spożywczych oraz ich udziały w ogólnym eksporcie tego rodzaju dóbr.

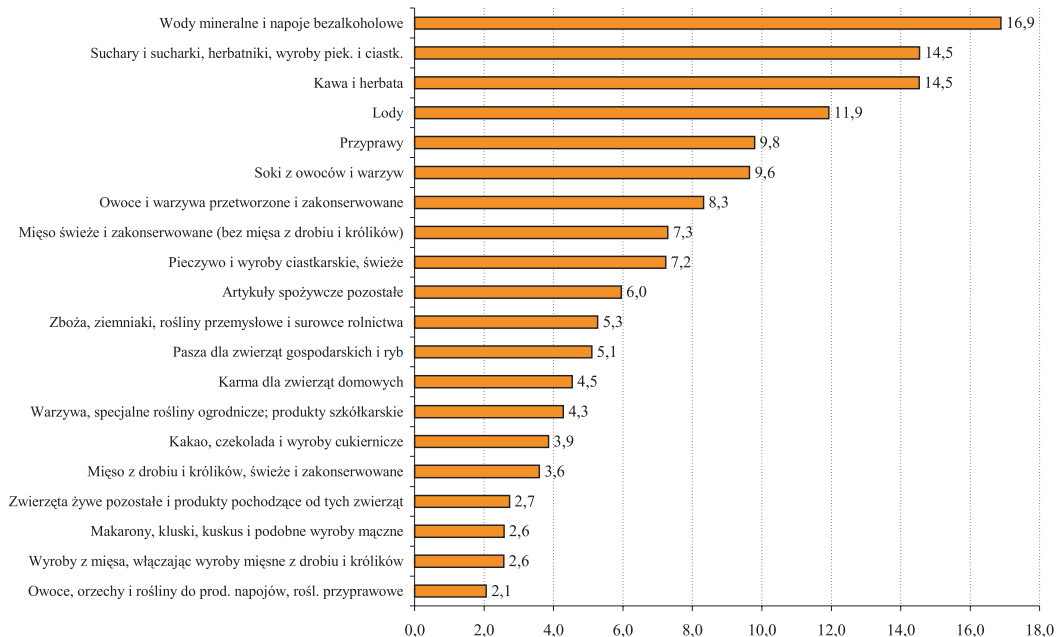
Najbardziej znaczącym eksportowym produktem rolno-spożywczym Małopolski w 2007 okazały się owoce i warzywa przetworzone (14,3%, od 2006 roku wzrost o blisko 11 mln euro). Drugą pozycję zajmuje mięso świeże i zakonserwowane (13,7%), trzecią: suchary, herbatniki i wyroby piekarsko-ciastkarskie (12,4%). Udziały powyżej 5% dotyczą także: soków z owoców i warzyw; kawy i herbaty; wód mineralnych i napojów bezalkoholowych; pozostałych art. spożyw-

czych oraz mięsa z drobiu i królików.

Głównym odbiorcą produktów rolno-spożywczych Małopolski jest Unia Europejska, na rynki której trafia 56% całości eksportu tej grupy towarów. W stosunku do 2006 roku udział UE zwiększył się o 4 pkt. % (przy wzroście wartości eksportu o ponad 59 mln EUR). Drugie miejsce zajmują nowe kraje członkowskie UE, na które przypada 26,3% sprzedaży. W roku 2007 względem roku poprzedniego eksport produktów rolno-spożywczych wzrósł do wszystkich grup krajów, za wyjątkiem Dalekiego Wschodu.

W poprzednim raporcie podkreślono relatywnie niewielki udział w eksporcie rynków Rosji, Ukrainy i Białorusi – w 2007 roku udział ten uległ jeszcze zmniejszeniu. Jest to zapewne, przynajmniej częściowo, wynikiem utrudnień, które wynikają z zakazu importu niektórych wyrobów rolno-spożywczych sprowadzanych przez Rosję oraz wysokiego ryzyka handlu z tymi krajami.

Na wykresie 19 przedstawiono udział Małopolski w krajowym eksporcie różnych grup artykułów rolno-spożywczych. Najpoważniejszy wkład wnosi Małopolska do krajowego eksportu w zakresie: wód mineralnych i napojów bezalkoholowych (16,9%); sucharów, herbatników i wyrobów piekarsko-ciastkarskich (14,5%), kawy i herbaty (14,5%) oraz lodów (11,9%).

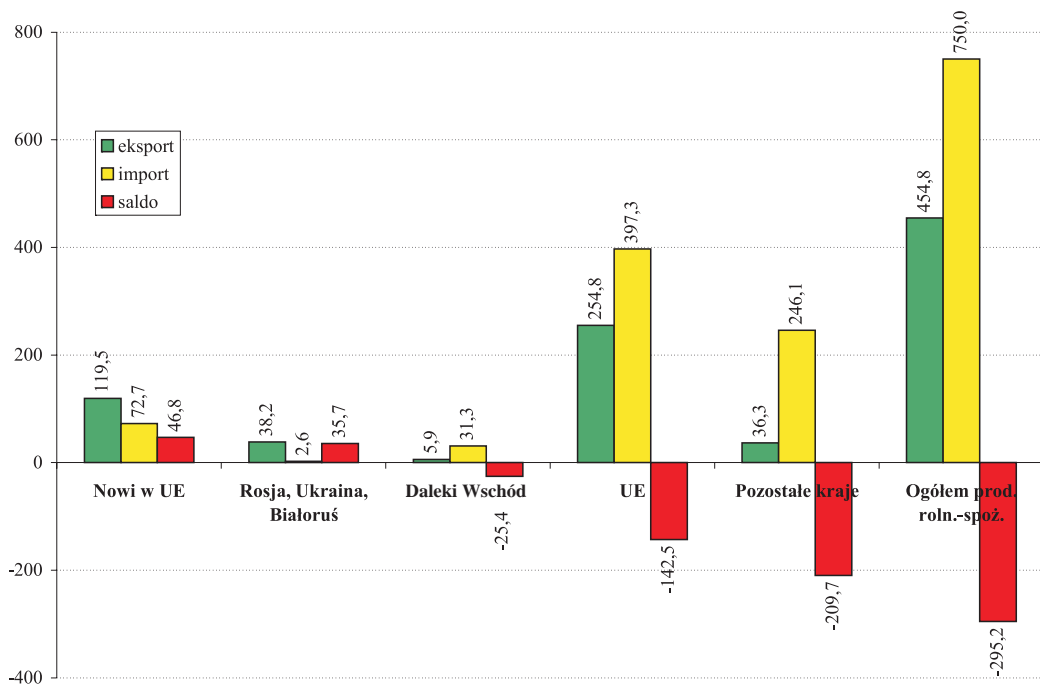


**Wykres 19: Udział Małopolski w eksporcie wybranych produktów rolnych i spożywczych Polski ogółem w 2007 roku (%)**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Można wskazać jeszcze kilka grup towarów rolno-spożywczych, które posiadały wyższe udziały w eksporcie ogólnopolskim od średniego wskaźnika, charakteryzującego Małopolskę (6,3% w 2007 roku). Należą do

nich: pieczywo i wyroby ciastkarskie świeże; mięso świeże i zakonserwowane (bez drobiu i królików); owoce i warzywa przetworzone i zakonserwowane; soki z owoców i warzyw oraz przyprawy.



**Wykres 20: Eksport, import oraz saldo w zakresie artykułów rolno-spożywczych Małopolski w 2007 roku (mln EUR)**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

W handlu artykułami rolno-spożywczymi Małopolska odnotowuje ujemne saldo. W 2007 roku wyniosło ono -295 mln euro (- 205 mln EUR w 2006 roku). Dodatnie saldo odnotowane zostało w handlu z nowymi krajami członkowskimi UE oraz z Rosją, Ukrainą i Białorusią. Z Dalekim Wschodem, z UE oraz z grupą „pozostałych” krajów – saldo jest ujemne.

Mimo relatywnie mniejszego znaczenia artykułów rolno-spożywczych w eksporcie Małopolski niż innych województw, istnieją wśród nich grupy towarowe, które są dźwigniami eksportu, ponieważ cechują je wyższe od przeciętnej udziały w krajowej sprzedaży tych artykułów za granicę.

Część z nich to produkty uznanych i wyróżniających się dobrą marką firm, takie jak: wody mineralne i napoje, suchary sucharki, herbatniki, wyroby ciastkarskie i piekarskie o przedłużonej trwałości, lody, czy kakao, czekolada i wyroby cukiernicze.

Wydaje się jednak (jak już wspomniano), że potencjał województwa w zakresie możliwości eksportowych towarów rolno-spożywczych jest znacznie większy. Kampania promująca te towary musi być bardziej agresywna i podkreślać się w niej powinno unikatowe warunki, w których dobra te są produkowane.

Warto wspomnieć jeszcze o tym, że kilku małopolskim produktom udało się uzyskać, przyznawany przez UE tytuł specjalności regionalnych. Jest to bardzo dobry kierunek promocji eksportu. W sytuacji ogromnie zróżnicowanej oferty artykułów spożywczych, produkty sygnowane tym znakiem stanowią wyróżnik i przyciągają bardziej wymagającą i ekskluzywną klientelę. Zwiększenie eksportu powinno odbywać się nie tylko poprzez forsowny wzrost ilości sprzedawanych towarów, ale również poprzez zwiększanie udziału w eksporcie produktów droższych. Specjalności regionalne mają jeszcze dodatkowy walor: ich produkcja jest zastrzeżona dla określonych regionów, jest zatem niepowtarzalna.

#### **4.4. Udział Małopolski w ogólnopolskim eksporcie wybranych produktów, ujawnione przewagi komparatywne**

Jak wcześniej wspomniano, udział Małopolski w ogólnopolskim eksporcie w 2007 roku wynosi 6,3%. Udział województwa

w ogólnopolskim eksporcie poszczególnych grup towarowych może być jednak wyższy lub niższy, co określa tzw. profil specjalizacji produktowej. Wyniki przeprowadzonych obliczeń zaprezentowano w tabeli A1 w aneksie statystycznym. Analiza danych pozwala na stwierdzenie, że w bardzo dużej liczbie grup towarowych udział Małopolski w eksporcie krajowym jest znaczący, przy zupełnie znikomym znaczeniu tej grupy w eksporcie województwa. Przykładowo udział Małopolski w ogólnopolskim eksporcie rudy metali nieżelaznych (bez rud uranu i torfu) wynosi 88,8%, a w eksporcie województwa stanowi tylko 1,8%.

W dziewięciu grupach produktów Małopolska dostarcza ponad 50% krajowego eksportu tych artykułów. Obok wspomnianych już rud uranu są to: kauczuk syntetyczny w formach podstawowych (74,5%), masa betonowa (68,8%), wyroby płaskie walcowane na zimno, o szerokości < 600 mm (65,5%), opakowania z metali lekkich (64,9%), druty i przewody izolowane (63,9%), wyroby tytoniowe (54,5%), wyroby ceramiczne ogniotrwałe (53,2%), oraz nośniki informacji niezapisane (50,4%).

Przy analizie obrotów handlowych oblicza się często wskaźniki tzw. ujawnionej przewagi komparatywnej (*RCA, revealed comparative advantage*). Pozwalają one na ocenę, jaka jest przewaga Małopolski (w stosunku do średniej krajowej) w sprzedaży określonych wyrobów. W tabeli A2 w aneksie statystycznym przedstawione zostały produkty, w zakresie których Małopolska posiada ujawnione przewagi komparatywne w eksporcie. Występują one wówczas, gdy wskaźniki charakteryzujące Małopolskę przyjmują wartość powyżej jedności. W obliczeniach uwzględniono tylko te dobra, których udział w eksporcie województwa przekracza, bądź jest równy 1 procent. Produkty uszeregowane zostały, malejąco, według wartości RCA. Uzyskane wyniki interpretować należy w taki sposób, że np. udział „drutów i przewodów izolowanych” w eksporcie Małopolski jest 10,1 razy wyższy, niż udział tej grupy produktów w eksporcie Polski ogółem.

Największa przewaga Małopolski w stosunku do średniej krajowej ujawnia się w następujących grupach towarowych: rudy metali nieżelaznych (14,0); kauczuk syntetyczny w formach podstawowych (11,8);



opakowania z metali lekkich (10,3); druty i przewody izolowane (10,1); wyroby tytoniowe (8,6); wyroby ceramiczne ogniotrwałe (8,4); aluminium i wyroby z aluminium (5,8); gazety, dzienniki i czasopisma (4,6); urządzenia chłodnicze i wentylacyjne (4,6); szkło gospodarcze (3,2); wyposażenie elektryczne do silników i pojazdów (3,2); kurki i zawory (3,0); aparatura elektryczna rozdzielcza i sterownicza (2,8); maszyny ogólnego przeznaczenia pozostałe (2,8); chemikalia organiczne podstawowe (2,1).

#### 4.5. Saldo obrotów handlowych według produktów

Analizując ujemne saldo bilansu handlowego Małopolski należy zwrócić uwagę na czynniki, które determinują wysoki import. Może być on spowodowany:

- koniecznością zakupu za granicą surowców. Część z nich nie występuje w Polsce, a są niezbędne do prawidłowego funkcjonowania gospodarki (np. ropa naftowa);

- chęcią zakupu dóbr inwestycyjnych, które mogą przyczynić się do modernizacji majątku trwałego. Tego rodzaju import – mimo, że generuje koszty – może spowodować ich obniżenie w przyszłości (np. dzięki nowoczesnej technologii);

- koniecznością zakupu podzespołów i części niezbędnych do produktów wytwarzanych na miejscu;

- poszukiwaniem tańszych – od oferowanych przez krajowe firmy – produktów;

- nabywaniem dóbr, które ze względu na unikatowe warunki wytwarzania nie mogą być produkowane w Polsce (np. wina szampańskie, trufle itd.) lub odzież oraz galanteria markowych, wiodących w świecie domów mody.

Warto o tym rozróżnieniu wspomnieć, ponieważ nie zawsze ujemne saldo bilansu handlowego należy postrzegać jako zjawisko negatywne. Część importu jest konieczna (surowce), część racjonalna (inwestycje w majątek trwały), część uzasadniona (podzespoły, półfabrykaty)<sup>7</sup> część dotyczy elitarniej (bardzo zamożnej) grupy odbiorców. Najmniej zatem „korzystny” dla gospodarki i rodzimych producentów jest import, który konkuruje z krajową produkcją za pośrednictwem cen.

Problem ten nabiera szczególnego znaczenia dzisiaj, wobec „zalewu” rynków przez tanie produkty chińskie. Stanowi to zresztą problem nie tylko natury ekonomicznej, ale również etycznej, ponieważ – jak wiadomo – źródłem przewagi cenowej chińskich wyrobów są niezgodne, a wręcz urągające przyjętym normom warunki pracy i płacy. Stosowany jest zatem ewidentny dumping socjalny, ale mimo pewnych działań, przynajmniej do tej pory, ani Unii Europejskiej, ani USA nie udało się skutecznie przeciwstawić handlowej „inwazji” Chin.

Jak już wspomniano, Małopolska posiada ujemne saldo wymiany towarowej z zagranicą i w 2007 roku saldo to uległo pogłębieniu. Interesujące jest, w jakich grupach produktów odnotowywane jest ujemne (bądź dodatnie) saldo.

W tabeli 9 przedstawiono 30 najważniejszych produktów, w handlu którymi osiągnięta jest największa nadwyżka. Najwyższe saldo dodatnie powstaje w grupie produktowej druty i przewody izolowane (864,6 mln EUR). O skali tej nadwyżki świadczy to, że kolejna w rankingu grupa produktowa – wyposażenie elektryczne do silników i pojazdów – wypracowuje nadwyżkę 4 razy mniejszą, równą 225 mln euro. Nadwyżka o wartości ponad 100 mln euro dotyczy także następujących grup produktowych: opakowania z metali lekkich, części i akcesoria do pojazdów samochodowych i ich silników, wyroby tytoniowe, aparatura elektryczna rozdzielcza i sterownicza, kauczuk syntetyczny w formach podstawowych. Między rokiem 2007 a 2006 zaszły zmiany w wysokości salda w grupach produktów. Poważny wzrost dodatniego salda miał miejsce przede wszystkim w zakresie wyposażenia elektrycznego do pojazdów i silników (wzrost o 96,7 mln EUR, przy poziomie 128,4 mln euro w 2006 roku), drutów i przewodów izolowanych (wzrost o 77,2 mln euro), a także wyrobów tytoniowych (wzrost o blisko 47 mln euro). Istotne zmniejszenie dodatniego salda odnotowano w przypadku takich grup jak: sprzęt oświetleniowy i lampy elektryczne (-34,3 mln euro), części i akcesoria do pojazdów samochodowych i ich silników (-36,4 mln euro), oraz urządzenia chłodnicze i wentylacyjne z wyłączeniem urządzeń przeznaczonych dla gospodarstw domowych (-12,6 mln euro).

<sup>7</sup> Tego typu import może również powstawać w ramach tzw. wymiany wewnątrzgałęziowej, która polega na tym, że różne kraje specjalizują się w produkcji pewnych części, które potem „składane” są w cały produkt. Handel ten zostanie omówiony w dalszej części pracy.

**Tabela 9: 30 najważniejszych grup towarowych (PKWIU) w zakresie których województwo małopolskie osiąga dodatnie saldo obrotów handlowych (mln EUR) w 2007 roku**

Lp.		2006	2007	Zmiana
1	Druty i przewody izolowane	787,4	864,6	77,2
2	Wyposażenie elektryczne do silników i pojazdów	128,4	225,0	96,7
3	Opakowania z metali lekkich	152,9	176,7	23,8
4	Części i akcesoria do pojazdów samochodowych i ich silników	202,4	166,0	-36,4
5	Wyroby tytoniowe	83,7	130,6	46,9
6	Aparatura elektryczna rozdzielcza i sterownicza	71,7	108,0	36,3
7	Kauczuk syntetyczny w formach podstawowych	91,3	100,4	9,1
8	Rudy metali nieżelaznych, z wyłączeniem rud uranu i toru	74,0	98,0	24,0
9	Urządzenia chłodnicze i wentylacyjne, z wyłączeniem urządzeń przeznaczonych dla gospodarstw domowych	96,4	83,8	-12,6
10	Szkoło gospodarcze	63,5	63,4	0,0
11	Gazety, dzienniki i czasopisma, ukazujące się rzadziej niż cztery razy w tygodniu	61,4	56,9	-4,5
12	Konstrukcje metalowe	41,9	46,6	4,7
13	Wyroby ceramiczne ogniotrwałe	37,4	45,8	8,4
14	Meble pozostałe	44,4	44,8	0,4
15	Wyroby stolarskie i ciesielskie dla budownictwa	40,3	43,9	3,6
16	Wyroby z gumy, pozostałe	44,7	43,3	-1,4
17	Suchary i sucharki, herbatniki; wyroby piekarskie i ciastkarskie o przedłużonej trwałości	42,6	42,5	-0,1
18	Wyroby z tworzyw sztucznych dla budownictwa	31,7	39,5	7,8
19	Książki	41,7	37,2	-4,5
20	Owoce i warzywa przetworzone i zakonserwowane	28,6	31,7	3,1
21	Opakowania drewniane	22,9	27,8	4,9
22	Soki z owoców i warzyw	15,8	22,4	6,7
23	Nawozy i związki azotowe	17,7	21,8	4,1
24	Wyroby z drewna pozostałe	17,7	21,5	3,7
25	Kawa i herbata	18,2	21,5	3,2
26	Wody mineralne i napoje bezalkoholowe	21,0	19,4	-1,6
27	Wyroby płaskie walcowane na zimno, o szerokości < 600 mm	21,6	18,8	-2,8
28	Sprzęt oświetleniowy i lampy elektryczne	51,2	16,9	-34,3
29	Cement	13,7	16,1	2,4
30	Mięso z drobiu i królików, świeże i zakonserwowane	15,8	15,7	-0,1

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

**Tabela 10: 30 najważniejszych grup towarowych (PKWU) w zakresie których województwo małopolskie osiąga ujemne saldo obrotów handlowych (mln EUR) w 2007 roku**

Lp.		2006	2007	Zmiana 2007-2006
1	Produkty rafinacji ropy naftowej	-479,5	-548,1	-68,6
2	Aluminium i wyroby z aluminium	-228,6	-315,2	-86,7
3	Żeliwo, stal i żelazostopy	-246,4	-278,4	-32,0
4	Wyroby z miedzi	-228,8	-275,4	-46,5
5	Owoce, orzechy i rośliny wykorzystywane do produkcji	-156,8	-201,5	-44,7
6	Zboża, ziemniaki, rośliny przemysłowe i surowce	-112,7	-146,9	-34,2
7	Tworzywa sztuczne w formach podstawowych	-87,6	-135,1	-47,5
8	Papier i tektura	-126,8	-132,1	-5,2
9	Chemikalia organiczne podstawowe, pozostałe	-67,5	-114,6	-47,1
10	Komputery i pozostałe urządzenia do przetwarzania	-40,9	-63,6	-22,8
11	Tkaniny	-58,0	-56,2	1,8
12	Urządzenia nadawcze telewizyjne i radiowe, urządzenia i aparaty dla telefonii i telegrafii przewodowej	-42,2	-47,3	-5,1
13	Farby, lakiery i podobne środki pokrywające, farba	-37,4	-38,1	-0,6
14	Lampy elektronowe i pozostałe elementy elektroniczne	-24,9	-36,9	-12,0
15	Maszyny specjalnego przeznaczenia pozostałe	-36,9	-36,0	0,9
16	Instrumenty i przyrządy pomiarowe, kontrolne,	-30,5	-35,8	-5,3
17	Włókna chemiczne	-28,4	-32,9	-4,4
18	Warzywa, specjalne rośliny ogrodnicze; produkty	-26,9	-32,8	-5,9
19	Odbiorniki telewizyjne i radiowe, urządzenia do rejestracji i odtwarzania dźwięku i obrazu oraz akceso-	-10,1	-32,2	-22,1
20	Wyroby z tworzyw sztucznych	-31,6	-31,4	0,2
21	Pompy i sprężarki	-21,7	-30,7	-9,0
22	Nadwozia do pojazdów samochodowych; przyczepy i	-0,5	-29,9	-29,3
23	Płyty, arkusze, rury i kształtowniki, z tworzyw	-16,9	-28,6	-11,7
24	Narzędzia mechaniczne do obróbki metali, pozostałe	-26,4	-28,5	-2,1
25	Maszyny dla górnictwa i budownictwa	-14,4	-27,8	-13,4
26	Maszyny i urządzenia do przetwórstwa żywności,	-29,3	-26,7	2,6
27	Wyroby chemiczne pozostałe	2,2	-26,7	-28,8
28	Urządzenia dźwigowe i chwytaaki	-9,1	-23,6	-14,5
29	Elementy złączne, śruby i wkręty, łańcuchy i sprężyny	-15,9	-22,6	-6,7
30	Obuwie	-15,4	-21,4	-6,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

W tabeli 10 przedstawiono 30 produktów, w wymianie których w 2007 roku powstawał najwyższy deficyt. Największy generowany jest w grupie towarów produkty rafinacji ropy naftowej (-548,1 mln euro). Należy odnotować, że ujemne saldo w obrocie tej grupy produktów w stosunku do roku 2006 wzrosło. Jest to uzasadnione, ponieważ, jak wynika z badań, współczesne gospodarki są „uzależnione” od konsumpcji ropy naftowej. Ropa stanowi surowiec napędowy wzrostu produkcji. Zwiększenie produktu krajowego brutto o 1% wymaga więcej niż proporcjonalnego zużycia ropy naftowej. Ponadto, przyczyną wzrostu deficytu był wzrost ceny ropy naftowej. Kolejna grupa produktów z głębokim ujemnym saldem to aluminium i wyroby z aluminium (-315 mln euro). Saldo „głębsze” niż 100 mln euro dotyczy też nast. grup: żeliwo, stal i żelazostopy; wyroby z miedzi; owoce, orzechy i rośliny wykorzystywane do produkcji napojów i rośliny przyprawowe; zboża, ziemniaki, rośliny przemysłowe i surowce rolnictwa pozostałe; tworzywa sztuczne w formach podstawowych; papier i tektura oraz chemalia organiczne podstawowe.

## Rekapitulacja

W eksporcie województwa małopolskiego relatywnie małe znaczenie odgrywają produkty wysokich technologii. Podstawę sprzedaży eksportowej stanowią jednak wyroby zaliczane według OECD do tzw. średnio-wysokich technologii lub według klasyfikacji WIFO1 do podstawowych gałęzi przemysłu.

Najważniejszą grupą towarową w eksporcie województwa są druty i przewody izolowane, których udział w eksporcie w 2007 roku wynosił 14,8%. Druga w kolejności

grupa produktowa to części i akcesoria do pojazdów samochodowych i ich silników. Ważne w eksporcie jest też aluminium i wyroby z aluminium. Na tle pozostałych województw eksport Małopolski cechuje niski stopień koncentracji produktowej. Na pięć najważniejszych produktów przypada 33,3% całości eksportu.

Analiza salda obrotów handlowych województwa dowodzi, że najpoważniejsza nadwyżka wartości eksportu nad importem powstaje w wymianie grupy towarowej: druty i przewody izolowane, co stanowi potwierdzenie, że jest to „hit eksportowy” województwa. Kolejne ważne grupy produktów z wysokim dodatnim saldem to: wyposażenie elektryczne do silników i pojazdów, opakowania z metali lekkich, części i akcesoria do pojazdów samochodowych i ich silników, wyroby tytoniowe, aparatura elektryczna rozdzielcza i sterownicza oraz kauczuk syntetyczny w formach podstawowych. Największy deficyt powstaje w handlu produktami rafinacji ropy naftowej.

Mimo zachodzących przemian strukturalnych w polskiej gospodarce, artykuły rolne i spożywcze pozostają ważnymi polskimi produktami eksportowymi – stały się one prawdziwym hitem eksportowym dla wielu firm po wejściu Polski do UE. Udział województwa małopolskiego w ogólnopolskim eksporcie tych artykułów wynosi 4,9% (5. pozycja). Dla Małopolski jednak znaczenie eksportu produktów rolno-spożywczych nie jest wysokie. Stanowią one bowiem tylko 7,6% całości eksportu. Są to przede wszystkim: owoce i warzywa przetworzone oraz zakonserwowane, mięso świeże i zakonserwowane, suchary i sucharki, herbatniki; wyroby piekarskie i ciastkarskie o przedłużonej trwałości.

## 5. Struktura geograficzna eksportu

### 5.1. Wartość oraz struktura eksportu na rynki wybranych grup krajów

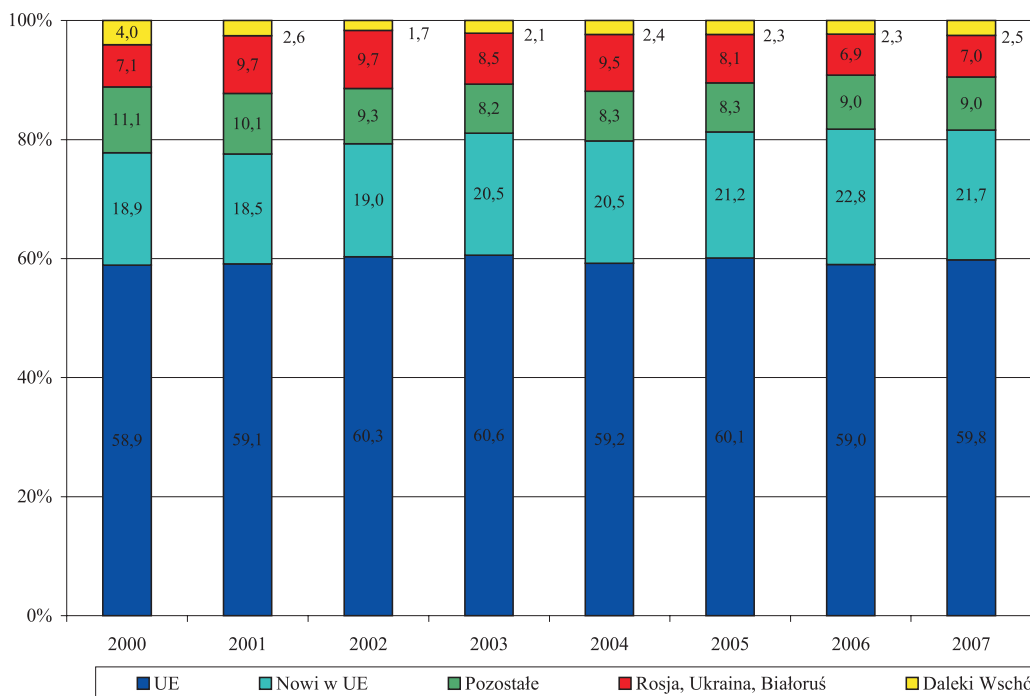
W latach 2000-2007 województwo małopolskie konsekwentnie zwiększało sprzedaż na wszystkie rynki. Najpoważniejszym odbiorcą eksportu województwa są kraje UE, następnie nowe kraje członkowskie UE oraz tzw. pozostałe kraje.

Zwraca uwagę to, że w latach 2000-2007, udział krajów UE w eksporcie województwa praktycznie nie zmienił się (oscylował na poziomie 59-60%). Nieznacznie wzrósł udział nowych krajów członkowskich UE – z 18,9% w roku 2000 do 21,7% w 2007. Z 11,1% do 9% spadł natomiast udział „pozostałych krajów”. Kraje Dalekiego Wschodu mają w eksporcie Małopolski znaczenie

**Tabela 11: Wartość eksportu województwa małopolskiego w podziale na grupy krajów w latach 2000-2007 (mln EUR)**

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Daleki Wschód	65,6	51,2	39,7	55,9	70,0	91,9	118,2	150,7
Nowi w UE	307,2	370,4	448,9	537,7	606,6	834,1	1 174,8	1 299,4
Pozostałe	179,8	203,2	220,1	215,9	246,5	325,5	465,6	535,2
Rosja, Ukraina, Białoruś	115,9	195,0	229,4	224,3	281,9	320,7	355,3	416,5
UE	958,5	1 187,0	1 426,0	1 590,1	1 751,5	2 367,6	3 041,4	3 576,4
Ogółem	1 627,0	2 006,9	2 364,2	2 624,0	2 956,4	3 939,7	5 155,3	5 978,2

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS



**Wykres 21: Struktura eksportu województwa małopolskiego w podziale na grupy krajów w latach 2000-2007(%)**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

marginalne (2,5% w 2007 roku). Można zatem stwierdzić, że struktura eksportu województwa według grup krajów jest raczej stabilna.

Interesujące jest porównanie struktury eksportu według krajów Małopolski z innymi województwami. Województwo charakteryzuje się relatywnie wysokim udziałem nowych krajów członkowskich w UE w eksporcie ogółem. Na kraje te przypada 21,7% eksportu (większy udział kraje te mają jedynie w zagranicznej sprzedaży województwa podlaskiego (24,7%). Sprzyja temu zapewne położenie, w sensie geograficznym, najbliższe temu regionowi Europy. Zwrócić należy uwagę na stosunkowo małe znaczenie Rosji, Ukrainy i Białorusi w eksporcie Małopolski (7%). Świadczy to o pewnych niewykorzystanych do końca możliwościach ekspansji handlowej na ten rynek, co powinno stanowić sygnał dla małopolskich eksporterów, że warto podjąć próby negocjacji handlowych z państwami tego regionu.

Województwo małopolskie w nierównym stopniu partycypuje w eksporcie Polski na rynki różnych krajów. Na wykresie 23 przedstawiony jest udział województwa w eksporcie całego kraju na wybrane rynki. Analiza danych wskazuje, że rok 2004 dla małopolskiego eksportu stanowił szczególną cezurę czasową, w której nastąpiło obniżenie udziałów sprzedaży we wszystkich kierunkach. Rok ten stanowi jednocześnie „punkt odbicia”, po którym eksport zaczyna ponownie wzrastać. Jedynym wyjątkiem jest kierunek: Rosja, Ukraina i Białoruś, gdzie konsekwentnie od 2002 do 2007 roku obserwowany jest regres. Mimo, że przyczyny tego procesu są znane i zostały już przedstawione, to jednak należy pamiętać, że inne województwa radzą sobie z tą niekorzystną sytuacją relatywnie lepiej, o czym świadczą wyższe udziały w ich eksporcie do tych krajów.

Na uwagę zasługuje również sytuacja małopolskiego eksportu na Daleki Wschód. Udział sprzedaży na ten rynek zmniejszył się drastycznie w 2001 roku, zwiększył się w 2003 roku, a potem ponownie uległ redukcji. Lata 2005-2007 to powrót do tendencji wzrostowej. Warto przy tym pamiętać, że wolumen sprzedaży zwiększył się, ale wahania udziałów świadczą o tym, że jest to partner mniej stabilny w porównaniu do innych kontrahentów.

Jak przedstawiono na wykresie, udział województw w eksporcie Polski na rynki

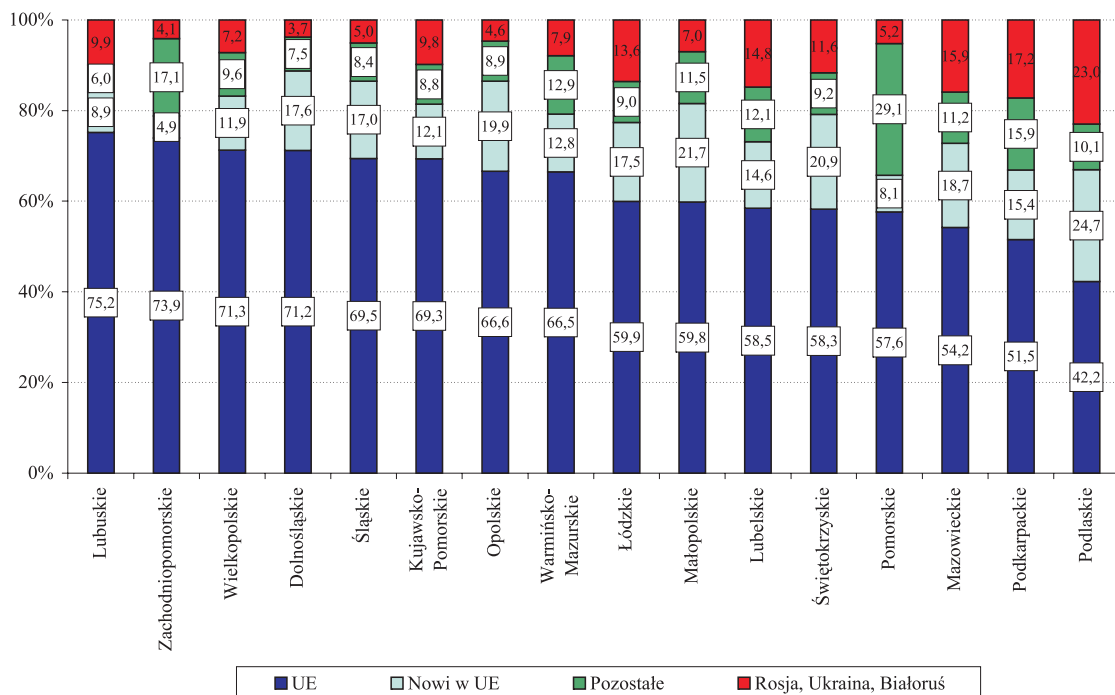
Dalekiego Wschodu waha się od 20,3% w Mazowieckim do 0,9% w Opolskim. Udział Małopolski w ogólnopolskim eksporcie na rynki Dalekiego Wschodu wynosi 7,2% - czyli jest większy niż udział województwa w eksporcie Polski ogółem.

Cztery województwa: Mazowieckie, Śląskie, Dolnośląskie i Wielkopolskie charakteryzują się wyższym - od Małopolski - udziałem w ogólnopolskiej sprzedaży na rynki nowych krajów członkowskich UE. Jak wykazano wcześniej jest to bardzo ważny kierunek ekspansji dla województwa i sądząc po dotychczasowych wynikach, rola tych krajów jako importerów małopolskich produktów będzie wzrastać. Jednakże w 2007 roku udział województwa w ogólnopolskim eksporcie do tej grupy krajów uległ nieznacznej redukcji (w stosunku do roku 2006).

Na wykresie 26 przedstawiono udziały województw w eksporcie Polski na rynki pozostałych krajów. Największe znaczenie mają te tzw. pozostałe rynki dla Pomorza, Mazowsza, Śląska i Wielkopolski oraz Dolnego Śląska. Małopolska ze swoim udziałem, wynoszącym 6,1% plasuje się na 6. miejscu w Polsce. Nie ulega kwestii, że ze względu na znaczenie dywersyfikacji sprzedaży, jest to kierunek handlu, o który warto zabiegać.

Na kolejnym wykresie przedstawiono udział województw w krajowym eksporcie na rynki Rosji, Ukrainy i Białorusi. Jak widać, znaczącą przewagę nad pozostałymi regionami posiada w tym zakresie Mazowsze, którego udział w ogólnopolskiej sprzedaży do tych krajów stanowi aż 33%. Wiadomo, że eksport nie tylko musi odpowiadać popytowi odbiorców, ale jest też odzwierciedleniem struktury produkcji regionu. Nie wydaje się jednak, aby źródłem tak znacznej przewagi Mazowsza był dalece różniący się od innych województw profil produkcji. Dlatego też, jeszcze raz należy to podkreślić - kierunek: Rosja, Ukraina, Białoruś, lub - wobec obiektywnych przeszkód - chociaż Ukraina i Białoruś - powinien wzbudzić większe zainteresowanie małopolskich eksporterów.

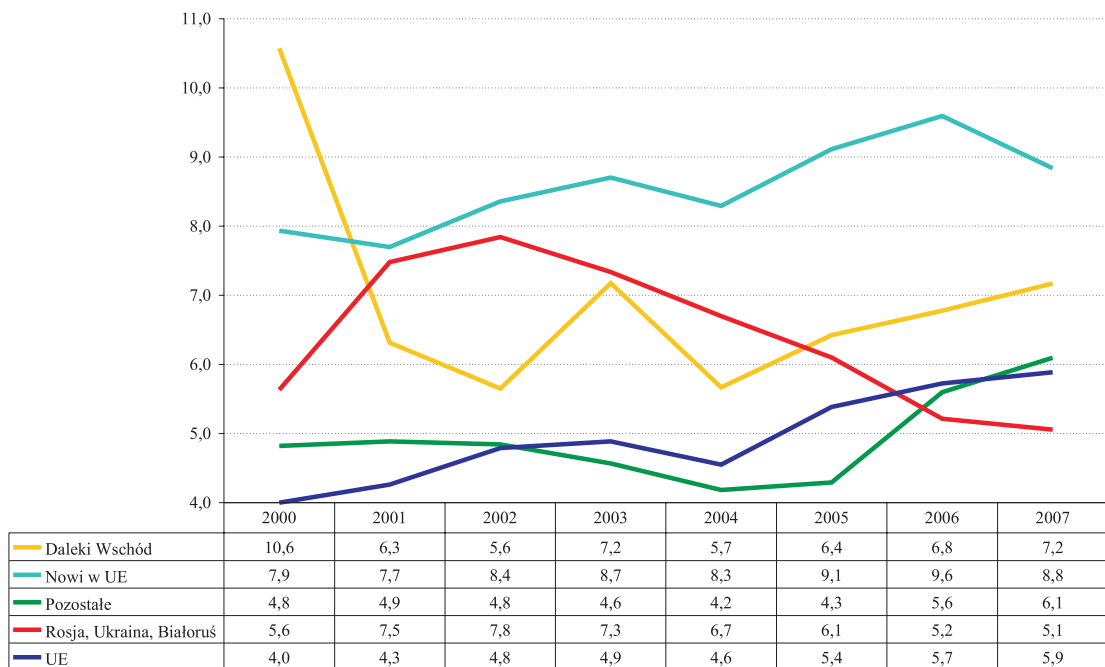
W rankingu województw sporządzonym według ich „wkładu” do eksportu Polski do krajów UE Małopolska zajmuje 6. pozycję. „Wkład” województwa w eksport Polski do tej grupy krajów (5,9%) jest zatem mniejszy niż w eksporcie Polski ogółem. Potwierdza to „ciążenie” regionu w kierunku innych grup krajów.



**Wykres 22: Struktura eksportu według grup krajów w 2007 roku (%). Porównanie Małopolski do innych województw**

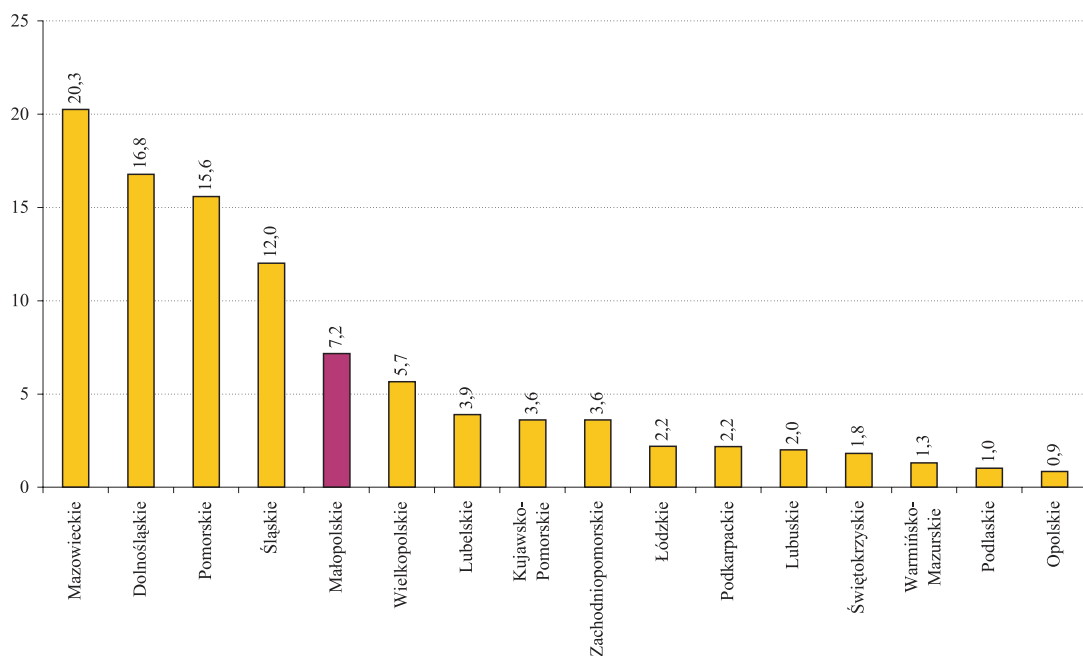
Objaśnienia: Kategoria „pozostałe” obejmuje też kraje Dalekiego Wschodu. Nie zostały one wyodrębnione na wykresie ze względu na niewielką rolę, jaką odgrywają w eksporcie województw

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS



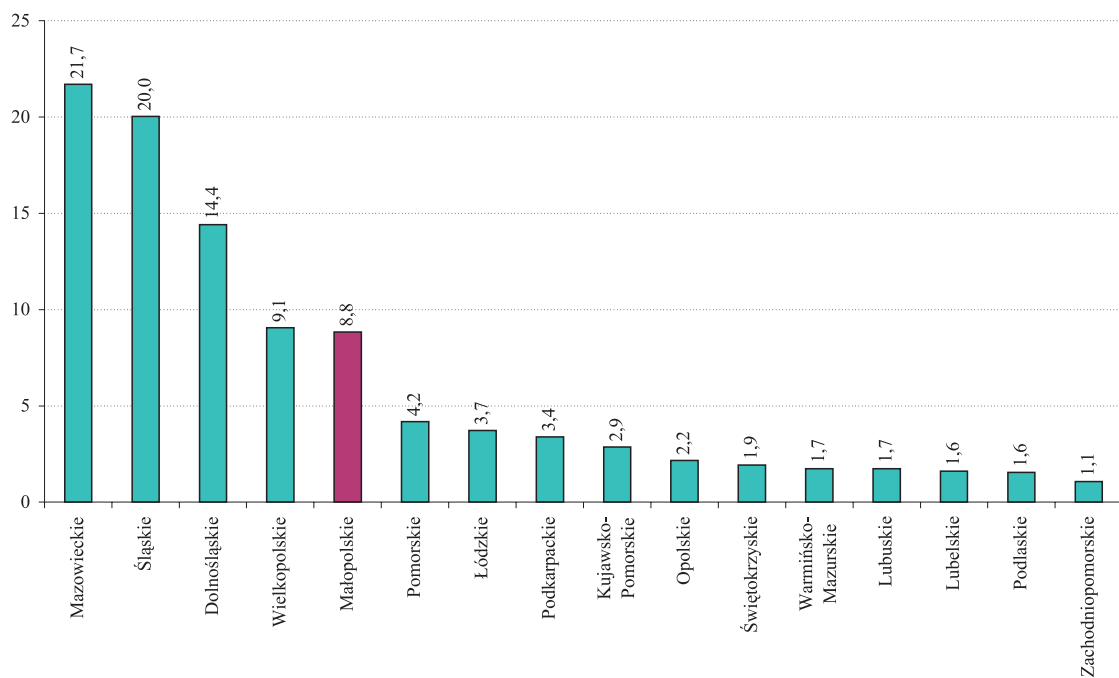
**Wykres 23: Udział Małopolski w eksporcie Polski na wybrane rynki w latach 2000-2007 (%)**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS



**Wykres 24: Udział województw w eksporcie Polski na rynki krajów Dalekiego Wschodu w roku 2007 (%)**

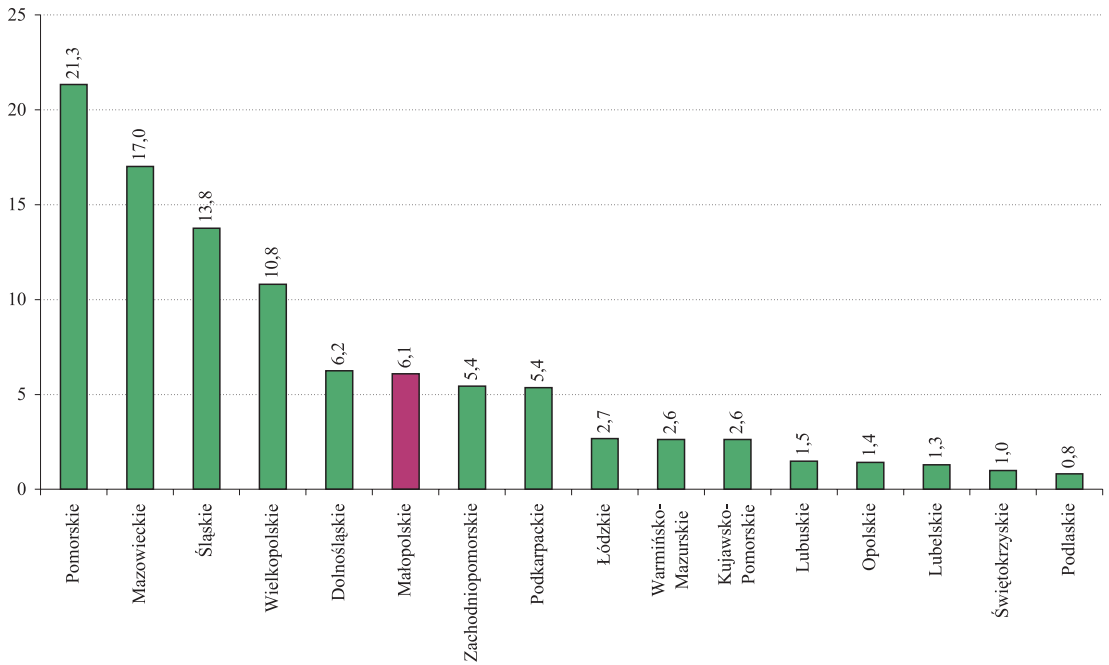
Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS



**Wykres 25: Udział województw w eksporcie Polski na rynki nowych krajów członkowskich UE w roku 2007 (%)**

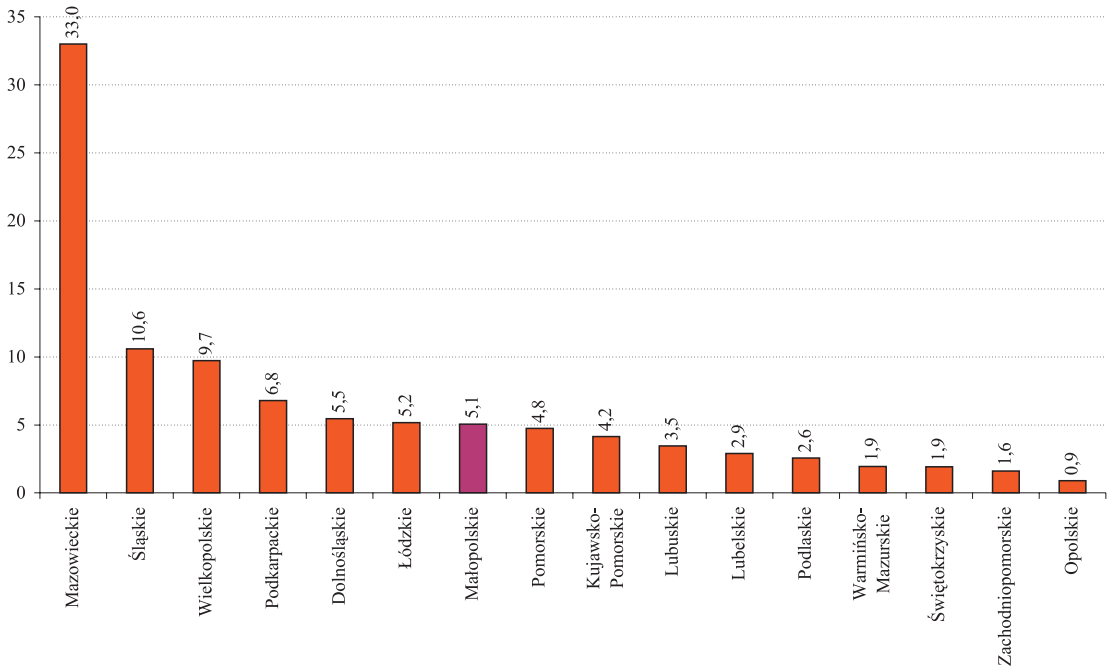
Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS





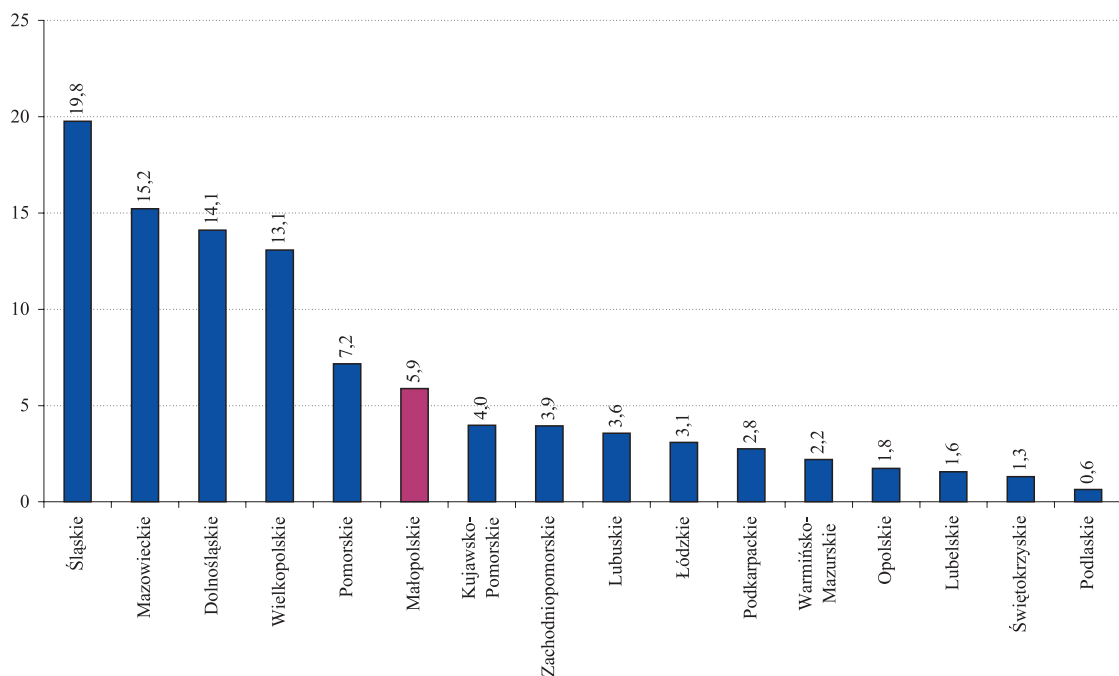
**Wykres 26: Udział województw w eksporcie Polski na rynki pozostałych krajów w roku 2007 (%)**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS



**Wykres 27: Udział województw w eksporcie Polski na rynki Rosji, Ukrainy i Białorusi w roku 2007 (%)**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS



**Wykres 28: Udział województw w eksporcie Polski do UE w roku 2007 (%)**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

## 5.2. Koncentracja geograficzna eksportu

Koncentracja geograficzna eksportu wskazuje, jaka część regionalnego eksportu trafia na rynki pięciu, 10, 15 i 20 krajów. W 2007 roku współczynnik ten dla województwa małopolskiego był relatywnie niski. Do pięciu najpoważniejszych partnerów handlowych trafiało 49,7% eksportu województwa. Odnotować należy, że koncentracja ta w latach 2000-2007 ulegała nieznacznemu zmniejszeniu: z 51,46 w 2000 do 49,7% w 2007 roku.

Koncentracja eksportu – w sensie geograficznym – przynosi pewne korzyści. Polegają one na lepszej znajomości rynków i ich specyfiki, co w znacznym stopniu ułatwia sprzedaż. Nie sposób jednak nie wspomnieć o potencjalnie negatywnych efektach tej koncentracji: gwałtowny spadek popytu u jednego (dwóch) odbiorców może oznaczać załamanie produkcji regionalnej kierowanej na rynki zagraniczne.

W kontekście analizy dotyczącej koncentracji eksportowej, warto odnotować, że produkty małopolskich firm trafiały do 162 krajów (w 2007 roku). Wartość sprzedaży

**Tabela 12: Koncentracja eksportu Małopolski według krajów w latach 2000-2007**

Wskaźnik koncentracji*	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
5 krajów	51,4	51,6	51,5	50,6	50,1	50,6	50,9	49,7
10 krajów	68,0	69,3	70,0	70,3	70,1	69,5	68,4	67,2
15 krajów	80,6	83,4	83,7	82,9	82,4	82,4	81,1	79,8
20 krajów	87,2	89,6	89,9	89,8	89,3	89,4	88,6	87,7
Liczba krajów w eksporcie województwa	146	153	165	162	162	155	161	162

\* – wskaźnik koncentracji obliczony został jako suma udziałów pierwszych 5, 10, 15 oraz 20 krajów w eksporcie województwa ogółem, dla poszczególnych lat

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

**Tabela 13: Koncentracja eksportu według krajów w roku 2007, porównanie Małopolski i innych województw**

	Udział najważniejszych			
	5 krajów	10 krajów	15 krajów	20 krajów
Mazowieckie	45,1	66,8	78,4	86,0
Świętokrzyskie	46,8	69,7	83,3	89,8
Łódzkie	48,6	68,2	81,0	89,3
Małopolskie	49,7	67,2	79,8	87,7
Podkarpackie	50,1	71,6	83,0	89,5
Lubelskie	51,6	71,6	83,6	89,8
Warmińsko-Mazurskie	51,7	70,1	81,6	88,3
Pomorskie	51,9	69,8	79,4	85,8
Podlaskie	53,8	74,9	85,7	92,2
Kujawsko-Pomorskie	54,9	71,9	82,8	89,6
Wielkopolskie	57,2	72,8	83,0	89,4
Śląskie	60,1	76,6	87,4	92,0
Zachodniopomorskie	61,5	78,9	86,2	90,6
Opolskie	64,8	76,9	85,6	91,9
Dolnośląskie	67,4	80,5	89,3	93,7
Lubuskie	67,9	80,0	88,0	93,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

na niektóre mało popularne rynki była bardzo niewielka, ale samo „wejście” na nie jest zjawiskiem pozytywnym, ponieważ oznacza stworzenie pewnego „przyczółku” i tworzy dobry punkt wyjścia do rozwoju kontaktów handlowych. Tak znaczna liczba krajów, z którymi odbywa się wymiana świadczy też o aktywności firm i ich zdolności do nawiązywania współpracy.

Analiza koncentracji geograficznej eksportu nabiera właściwych proporcji, gdy skonfrontujemy ją z analogicznym wskaźnikiem dla innych polskich regionów. Z punktu widzenia kształtowania się wskaźnika koncentracji geograficznej eksportu do pięciu najważniejszych odbiorców, województwo małopolskie zajmuje 4. miejsce w kraju – koncentracja eksportu jest zatem, jak na warunki polskie, relatywnie niska. Najbardziej skoncentrowana jest sprzedaż Lubuskiego (67,9%). Pozycja Małopolski – w porównaniu z rankingiem dla 2006 roku nie ulegała zmianie.

Oceniając handel z wieloma partnerami handlowymi jako zjawisko pozytywne, wspomniano, że znaczna ich dywersyfika-

cja przeciwdziała wystąpieniu w regionie skumulowanych, negatywnych skutków spadku koniunktury, czy wprowadzenia restrykcji na rynku jednego czy kilku bardzo znaczących importerów. Nie można jednak pominąć pewnych korzyści, które stają się udziałem firm, które eksportują produkty do jednego lub kilku krajów. Koncentracja eksportu na kilku rynkach sprzyja spadkowi kosztów, dzięki specjalizacji oraz nakładów na zawarcie transakcji i transport.

### 5.3. Koncentracja produktowo-geograficzna

Interesujące są wyniki analizy koncentracji produktowo-geograficznej eksportu. W tabeli 14 zaprezentowano wyniki obliczeń dotyczące tej koncentracji w roku 2007. Wyszczególnione zostały tylko te produkty (PKWIU), których udział w eksporcie województwa przekracza 1%, czyli wahania w wartości ich sprzedaży na rynki zagraniczne mogą mieć potencjalny wpływ na gospodarkę województwa. Dla każdej z grup towarowych podano liczbę krajów,

**Tabela 14: Koncentracja eksportu Małopolski w roku 2007, według produktów oraz krajów**

	Do ilu krajów trafia eksport	Udział najważniejszych				Udział w całości eksportu (%)
		3	6	9	12	
		krajów				
Druty i przewody izolowane	79	67,6	78,3	83,9	87,9	14,8
Części i akcesoria do pojazdów samochodowych i ich silników	69	53,4	80,7	88,6	92,2	5,5
Aluminium i wyroby z aluminium	47	57,5	76,0	85,6	91,0	5,2
Wyposażenie elektryczne do silników i pojazdów, gdzie indziej niesklasyfikowane	54	57,3	80,4	91,7	96,2	4,5
Opakowania z metali lekkich	48	42,5	59,9	75,2	84,9	3,3
Aparatura elektryczna rozdzielcza i sterownicza	70	69,5	86,6	93,2	96,1	3,2
Wyroby tytoniowe	53	45,0	62,5	75,9	84,3	3,0
Urządzenia chłodnicze i wentylacyjne, z wyłączeniem urządzeń przeznaczonych dla gospodarstw domowych	61	52,5	71,9	81,5	87,6	2,7
Żeliwo, stal i żelazostopy	51	46,3	65,1	78,2	87,9	2,5
Chemikalia organiczne podstawowe	40	55,4	89,3	93,9	96,8	2,4
Pojazdy samochodowe	43	52,9	71,6	84,0	91,6	2,2
Kurki i zawory	67	53,7	71,6	83,0	89,6	1,9
Kauczuk syntetyczny w formach podstawowych	45	48,8	67,5	79,1	87,5	1,9
Rudy metali nieżelaznych, z wyłączeniem rud uranu i toru	6	94,5	100,0	100,0	100,0	1,8
Wyroby metalowe gotowe pozostałe	73	59,5	71,5	81,6	87,9	1,6
Wyroby z gumy, pozostałe	80	62,3	84,3	92,4	96,0	1,6
Maszyny ogólnego przeznaczenia	93	51,4	78,3	87,4	91,0	1,5
Silniki elektryczne, prądnice i transformatory	71	62,1	79,0	87,4	91,9	1,4
Tworzywa sztuczne w formach podstawowych	48	58,6	72,2	81,6	88,9	1,3
Szkło gospodarcze	70	57,3	77,6	85,3	89,9	1,2
Produkty rafinacji ropy naftowej	34	58,2	76,7	89,0	94,2	1,2
Konstrukcje metalowe	55	49,3	64,9	76,2	84,5	1,1
Owoce i warzywa przetworzone i zakonserwowane, gdzie indziej niesklasyfikowane	36	55,9	70,2	80,6	88,1	1,1
Wyroby ceramiczne ogniotrwałe	59	54,5	73,8	82,6	87,1	1,1
Mięso świeże i zakonserwowane, z wyłączeniem mięsa z drobiu i królików	24	70,7	91,2	97,3	99,1	1,0
Meble pozostałe	55	48,7	64,8	75,2	83,1	1,0
Gazety, dzienniki i czasopisma, ukazujące się rzadziej niż cztery razy w tygodniu	25	79,5	88,0	93,9	97,9	1,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

do których eksport jest kierowany. Obliczono także, jaka część eksportu przypada na pierwsze najważniejsze 3, 6, 9 oraz 12 krajów. Przedstawienie danych w tym układzie nawiązuje do koncepcji dywersyfikacji bazy eksportowej. Zgodnie z tą teorią, im bardziej zróżnicowana jest baza odbiorców, tym szok gospodarczy w postaci np. załamania koniunktury na rynku jednego kraju w mniejszym stopniu wpływa na eksport całej branży. Produkty w tabeli uszeregowane zostały według udziału w eksporcie województwa w 2007 roku.

Analiza struktury geograficzno-produktowej wskazuje, że liczba odbiorców poszczególnych produktów jest dość zróżnicowana. Do największej liczby partnerów handlowych (93 krajów) trafiają maszyny ogólnego przeznaczenia pozostałe. Do 80 docierają wyroby z gumy pozostałe, do 79 druty i przewody izolowane – czyli najważniejszy produkt eksportowy Małopolski.

Wskaźniki produktowej koncentracji geograficznej są dość wysokie w przypadku niektórych produktów. Trzy kraje kupują aż 94,5% całości eksportu rud metali nieżelaznych, 79,5% gazet, dzienników i czasopism, 70,7% świeżego i zakonserwowanego mięsa, 69,5% aparatury elektrycznej rozdzielczej i sterowniczej, 67,7% drutów i przewodów izolowanych.

Wskaźniki te należy porównać do udziałów w całości produkcji eksportowej województwa, ponieważ dopiero konfrontacja tych mierników wskazuje na skalę zagrożenia potencjalnym załamaniem eksportu.

#### **5.4. Najważniejsze kraje w eksporcie Małopolski**

W tabeli 15 przedstawiono najważniejszych 20 odbiorców małopolskich towarów w latach 2000, 2006 i 2007. Konsekwentnie od lat najważniejszym odbiorcą eksportu województwa małopolskiego są Niemcy. Eksport Małopolski na ten rynek zwiększył się z 494 mln euro w 2000 roku do 1533 mln Euro w 2007 roku. Wzrostowi wartości sprzedaży towarzyszył jednak spadek udziału Niemiec w eksporcie Małopolski; w 2000 roku udział ten wynosił 30,4%, a w 2007 roku 25,6%. Drugą pozycję na liście zajmuje Wielka Brytania (7,1%), trzecią Francja (6,8%), czwartą Czechy (5,8%).

Udział żadnego z pozostałych krajów nie przekracza 5%. Zwrócić uwagę należy na silną pozycję „lidera” jakim są Niemcy. Różnica między wartością eksportu na rynek tego kraju, a drugą na liście Wielką Brytanią wynosi ponad 1,1 mld euro. Na liście najważniejszych krajów w eksporcie województwa znajdują się nie tylko kraje tzw. starej UE, ale też nowe kraje członkowskie (Czechy, Węgry, Słowacja, Litwa, Rumunia, Bułgaria) z którymi firmy regionu utrzymują coraz silniejsze powiązania handlowe.

Jedynym krajem, na rynek którego eksport Małopolski w 2007 roku był mniejszy niż w roku poprzednim są Węgry. Dostrzec należy, że lista 20-tu krajów najw. importerów obejmuje te same kraje w 2007 co w roku 2006. Zmianom uległy jedynie pozycje poszczególnych partnerów handlowych.

Relatywnie niewielki wzrost eksportu miał miejsce do Rosji i Chin, co potwierdza wcześniejsze wnioski, że możliwości handlu z tymi krajami są niezadowalające, szczególnie w kontekście wielkości ich rynków. Należy jednak pamiętać, że w przypadku Rosji o obrotach decydują względy pozaekonomiczne i relatywnie niewielki eksport nie jest „winą” małopolskich producentów.

Po 2000 roku na liście najpoważniejszych importerów pojawiają się też nowe kraje: Chiny w 2005 roku i Bułgaria w 2006 roku. Na podstawie dotychczas obserwowanych procesów można wnioskować, że eksport do przyjętych do UE w 2007 Bułgarii i Rumunii ma szansę dynamicznie wzrastać.

Analizując eksport na rynki najważniejszych partnerów handlowych w kolejnych latach, widać ugruntowaną pozycję krajów UE. Nie jest to zjawisko zaskakujące, ponieważ handel zagraniczny na wspólnym rynku, zdominowany jest przez tzw. obroty wewnętrzne (*intra EU trade*).

Na wykresie 29 przedstawiono wartość eksportu Małopolski do najważniejszych partnerów handlowych.

Jak wynika z analizy wielkości obrotów, dynamiczny wzrost obrotów eksportowych odnotowano dla wszystkich dziesięciu najważniejszych odbiorców małopolskich produktów w latach 2000-2007. Zwraca uwagę fakt, że wśród największych importerów są tylko dwa kraje spoza Unii Europejskiej, a mianowicie: Ukraina i Rosja.

**Tabela 15: Lista 20 najważniejszych krajów-partnerów w eksporcie województwa małopolskiego w latach 2000, 2006, 2007**

Lp.	2000			2006			2007		
	Kraj	mIn EUR	%	Kraj	mIn EUR	%	Kraj	mIn EUR	%
	Ogółem	1 627,0	100,0	Ogółem	5 155,3	100,0	Ogółem	5 978,2	100
1	Niemcy	494,0	30,4	Niemcy	1 315,0	25,5	Niemcy	1 533,1	25,6
2	Włochy	101,8	6,3	Francja	365,9	7,1	W. Brytania	425,0	7,1
3	Czechy	84,6	5,2	W. Brytania	359,5	7,0	Francja	409,4	6,8
4	Francja	83,7	5,1	Czechy	307,7	6,0	Czechy	343,8	5,8
5	Ukraina	71,7	4,4	Węgry	274,7	5,3	Włochy	257,1	4,3
6	USA	66,5	4,1	Słowacja	208,7	4,0	Węgry	239,1	4,0
7	Słowacja	63,3	3,9	Włochy	202,1	3,9	Słowacja	235,3	3,9
8	W. Brytania	49,2	3,0	Rosja	172,6	3,3	Ukraina	207,8	3,5
9	Niderlandy	47,9	2,9	Ukraina	167,4	3,2	Rosja	188,2	3,1
10	Litwa	44,0	2,7	Belgia	154,5	3,0	Belgia	178,5	3,0
11	Austria	43,7	2,7	Austria	149,5	2,9	Austria	173,0	2,9
12	Belgia	42,3	2,6	Szwecja	143,4	2,8	Szwecja	162,9	2,7
13	Węgry	42,3	2,6	USA	126,9	2,5	Litwa	147,2	2,5
14	Rosja	40,4	2,5	Niderlandy	123,8	2,4	Niderlandy	135,7	2,3
15	Dania	36,3	2,2	Litwa	111,9	2,2	USA	131,8	2,2
16	Rumunia	34,5	2,1	Rumunia	101,1	2,0	Rumunia	130,0	2,2
17	Szwecja	25,6	1,6	Hiszpania	88,1	1,7	Hiszpania	106,9	1,8
18	Hiszpania	16,5	1,0	Bułgaria	68,2	1,3	Dania	87,0	1,5
19	Słowenia	16,2	1,0	Dania	64,3	1,2	Chiny	79,7	1,3
20	Tajwan	13,6	0,8	Chiny	61,4	1,2	Bułgaria	71,6	1,2

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

### 5.5. Struktura produktowa eksportu na rynki wybranych krajów

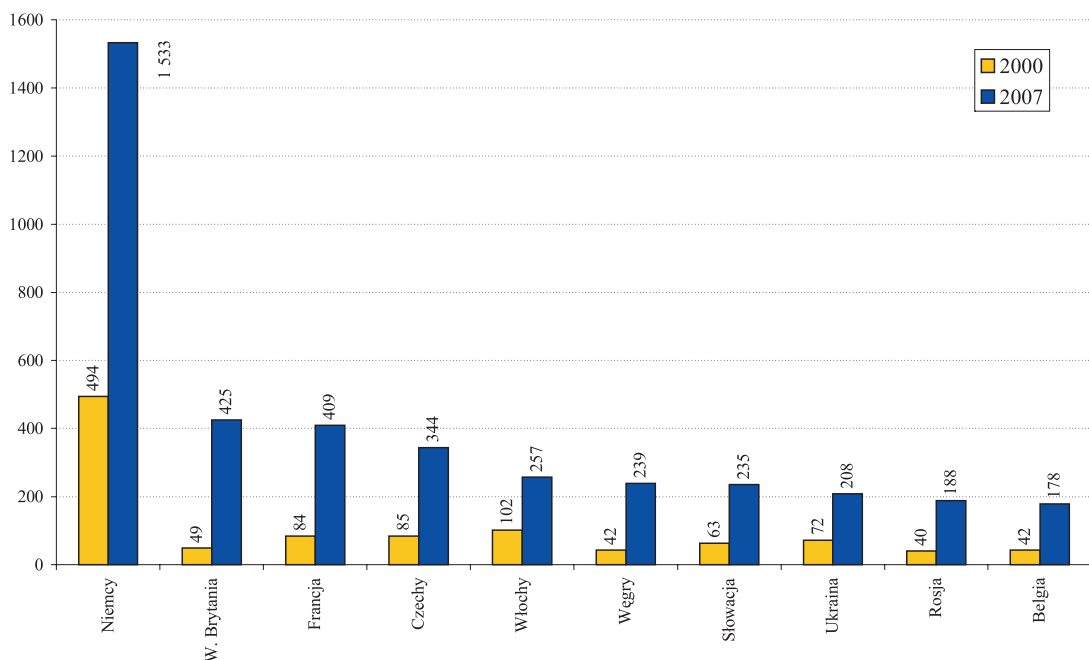
Struktura produktowa eksportu różni się w relacjach z poszczególnymi krajami. W tabeli A3 w aneksie statystycznym zaprezentowane zostały najważniejsze produkty w eksporcie do 10 krajów, które są głównymi odbiorcami eksportu Małopolski. Analiza danych prowadzi do wniosku, że eksport na rynek każdego z krajów ma specyficzną charakterystykę. Np. w sprzedaży do Niemiec, najważniejszą grupą są druty i przewody izolowane. Jest to też najważniejsza pozycja w eksporcie do Wielkiej Brytanii. Stwierdzić należy, że eksport do Wielkiej Brytanii charakteryzuje się bardzo wysokim stopniem koncentracji. Blisko 46% sprzedaży przypada właśnie na druty i przewody izolowane.

Aparatura elektryczna rozdzielcza i sterownicza jest główną pozycją w eksporcie do Francji oraz Włoch. W eksporcie do Rosji natomiast pierwszą pozycję zajmują gazety,

dzienniki i czasopisma. Nie jest naszym zamiarem szczegółowe opisywanie struktury eksportu do poszczególnych krajów. Należy stwierdzić, że struktura ta wynika z takich czynników jak: charakter popytu determinowany strukturą przemysłu w importującym kraju, pozycja konkurencyjna oferowanych przez eksportera produktów pośród innych dostawców, powiązania kooperacyjne w ramach firm wielonarodowych, charakter oraz skuteczność strategii eksporterów, znajomość rynków zbytu czy też przebieg koniunktury na światowych rynkach, który determinuje popyt na eksportowane przez małopolskie firmy półprodukty.

### 5.6. Ocena zbieżności popytu na import UE z ofertą eksportową Małopolski

Ocena zbieżności popytu na import UE z podażą eksportową, oferowaną przez przedsiębiorstwa Małopolski jest niezwykle



**Wykres 29: Wartość eksportu Małopolski do najważniejszych krajów-partnerów handlowych w roku 2000 oraz 2007 (mln EUR)**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

trudna do przeprowadzenia. Podstawowym problemem są kwestie metodologiczne oraz dostęp do danych statystycznych. Aby ocena taka była w pełni zadowalająca, należałoby dysponować statystykami importu dla 26 krajów członkowskich UE do których kierowany jest eksport według identycznej klasyfikacji, jaką dysponujemy dla województw Polski. Ponadto pojawia się wątpliwość natury metodologicznej dotycząca struktury importu UE, specyficznej dla konkretnych kierunków geograficznych. Inna jest struktura importu UE z Chin, inna z USA itp. Kraje eksportujące do UE mają specyficzną, unikatową strukturę przewag komparatywnych. Na przykład trudno porównywać import UE z Rosji (zasadniczo eksportującej do UE surowce), z importem np. z Japonii, której eksport opiera się na produktach bardziej przetworzonych. Podobne zastrzeżenia dotyczą analizy dotyczącej regionów. Przykładowo, Małopolska – z oczywistych względów – nie jest w stanie eksportować dużo ropy naftowej, gdyż nie na tym opierają się przewagi komparatywne regionu. Województwo pomorskie natomiast nie jest w stanie eksportować drutów i przewodów izolowanych – gdyż akurat ta grupa produktowa stanowi o konkurencyjności Małopolski.

W oparciu o dane dotyczące eksportu

Polski według województw w roku 2007 dokonano oceny, na ile struktura eksportu województwa małopolskiego jest zbieżna z tym, co UE importuje z Polski.

Jako miara podobieństwa struktury został wykorzystany współczynnik dywergencji Clarka:

$$d = \sqrt{\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \left( \frac{f_i^1 - f_i^0}{f_i^1 + f_i^0} \right)^2}$$

gdzie:

- n = liczba grup PKWiU (Polska Klasyfikacja Wyrobów i Usług),
- $f_i^1$  = udział (*i*-tej) grupy PKWiU w eksporcie województwa do UE,
- $f_i^0$  = udział (*i*-tej) grupy PKWiU w eksporcie Polski do UE.

Współczynnik Clarka jest miarą znormalizowaną, przyjmuje wartość równą zero przy jednakowych strukturach bazowej i porównywanej.

Wykres 30 przedstawia wartości współczynnika Clarka obliczone dla Małopolski względem innych województw w eksporcie do UE. Dane na wykresie interpretować należy w taki sposób, że im mniejsza wartość

współczynnika, tym eksport pod względem struktury produktowej jest bardziej podobny do Małopolski. Wnioskujemy zatem, że eksport Małopolski do UE jest najbardziej podobny do województw: Śląskiego, Wielkopolskiego, Opolskiego, Mazowsza, Podkarpacia oraz Pomorza. Najbardziej różni się natomiast od Świętokrzyskiego, Warmińsko-mazurskiego, Zachodniopomorskiego oraz Lubelskiego i Lubuskiego.

Względem eksportu Polski do UE, wartość współczynnika Clarka wynosi 0,69 i nie uległa ona zmianie w porównaniu z rokiem 2006. Jest to stosunkowo niska wartość współczynnika. Zatem pośród wszystkich województw Małopolskę cechuje wysokie podobieństwo struktury produktowej eksportu do UE do Polski ogółem (wykres 31). Wartości współczynnika prezentowane na wykresie dowodzą, że Małopolska – obok Mazowsza, Śląska, Wielkopolski oraz Dolnośląskiego należą do województw o strukturze produktowej eksportu do UE bardzo zbliżonej do eksportu Polski ogółem na rynek UE.

Podobne obliczenia zostały przeprowadzone dla eksportu trafiającego na rynki nowych krajów członkowskich UE. Jak wynika z dokonanej analizy (wykres 32), struktura eksportu Małopolski do nowych krajów członkowskich UE jest bardzo podobna do struktury eksportu Wielkopolski, Łódzkiego, Mazowsza, a także województwa Zachodniopomorskiego. Największe różnice natomiast charakterystyczne są względem województw: warmińsko-mazurskiego, podlaskiego, lubelskiego i świętokrzyskiego. Jak dowodzą wyniki obliczeń prezentowane na wykresie, strukturę eksportu Małopolski do nowych krajów członkowskich cechuje mały stopień dywergencji względem eksportu Polski ogółem na te rynki (0,70). Warto przeanalizować jak poziom tego zróżnicowania przedstawia się na tle pozostałych województw (wykres 33). Małopolska zajmuje czwartą pozycję, co oznacza, że stopień podobieństwa struktury produktowej do eksportu Polski na rynki nowych krajów członkowskich UE jest bardzo wysoki. Należy mieć na uwadze fakt, że pierwsze miejsca w tak sporządzonym rankingu zajmują województwa: mazowieckie, wielkopolskie oraz dolnośląskie, czyli regiony, które mają duży udział w eksporcie Polski ogółem, w tym w eksporcie do nowych krajów członkowskich. Wnoszą one zatem duży wkład do

ogólnokrajowego eksportu, co rzutuje na niski stopień dywergencji – liczony względem Polski ogółem.

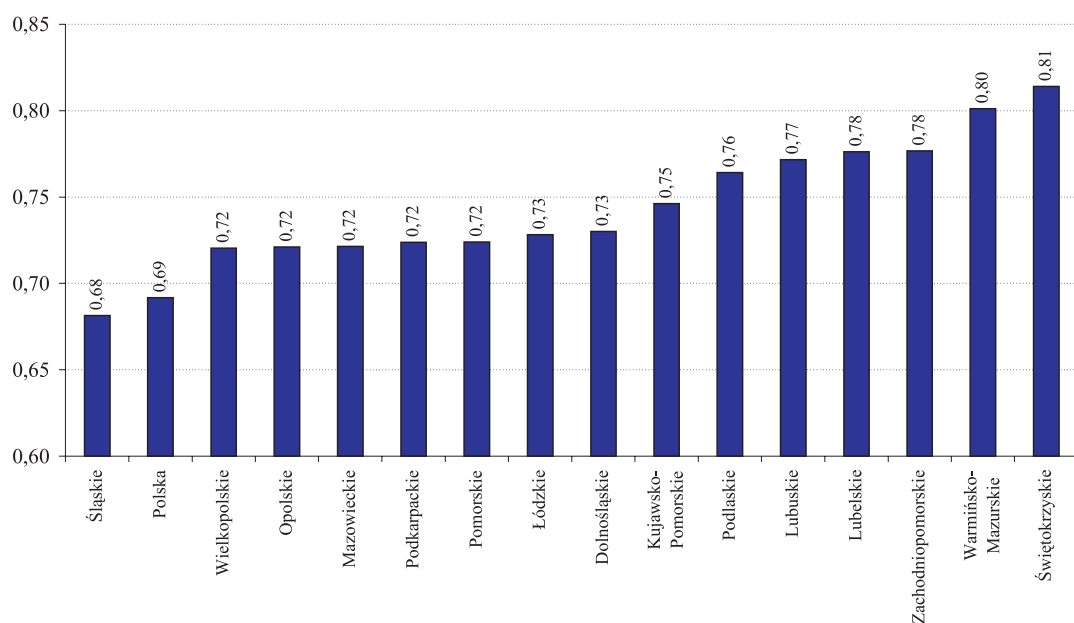
Przedstawione powyżej wyniki obliczeń dotyczące podobieństwa/dywergencji struktury eksportowej województw na rynki UE bądź nowych krajów członkowskich UE interpretować można w dwojaki sposób. Po pierwsze – jeżeli struktury eksportu poszczególnych województw są do siebie bardziej podobne, oznacza to, że w eksporcie na określone rynki województwa mają konkurencyjną (substytucyjną) ofertę eksportową. Pozornie, zatem można wnioskować, że np. w eksporcie do UE poważnym konkurentem dla Małopolski jest Śląskie. Rzeczywiście, podobieństwo struktury eksportu tych dwóch województw jest bardzo duże. Pamiętać należy jednak, że rośnie rola handlu wewnątrzgałęziowego, w ramach którego producenci oferują – w obrębie tych samych grup produktowych – zróżnicowane towary. Po drugie – na problem można spojrzeć z perspektywy teorii optymalnych obszarów walutowych i członkostwa Polski w strefie euro. Województwa o podobnej strukturze eksportu będą doświadczać symetrycznych szoków, w przypadku załamania popytu na rynku danej grupy produktów. Z punktu widzenia kryteriów formułowanych przez teorię optymalnych obszarów walutowych, korzystną sytuacją jest, gdy struktura eksportu województw jest podobna do struktury eksportu Polski. Także w tym przypadku istotna jest symetryczność w reakcji na ewentualne szoki.

## Rekapitulacja

Najpoważniejszym odbiorcą eksportu województwa są kraje Unii Europejskiej. W latach 2000-2007 ich udział w eksporcie województwa praktycznie nie zmieniał się i oscylował wokół poziomu 60%. Nastąpił za to wzrost znaczenia nowych krajów członkowskich UE. Ich udział w regionalnym eksporcie plasuje województwo małopolskie na 2. miejscu w Polsce. Najpoważniejszym odbiorcą małopolskich towarów od lat są Niemcy. W 2007 drugie miejsce zajęła Wielka Brytania, trzecie Francja, czwarte Czechy.

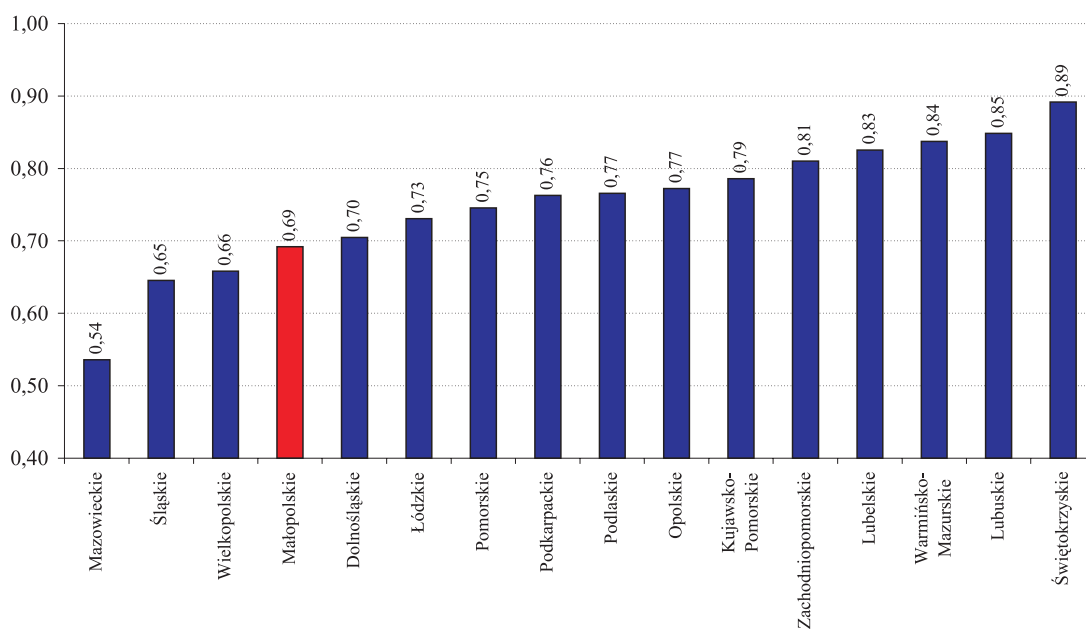
Struktura eksportu województwa małopolskiego do Unii Europejskiej jest najbardziej zbliżona do Śląskiego, Wielkopolskiego, Opolskiego.





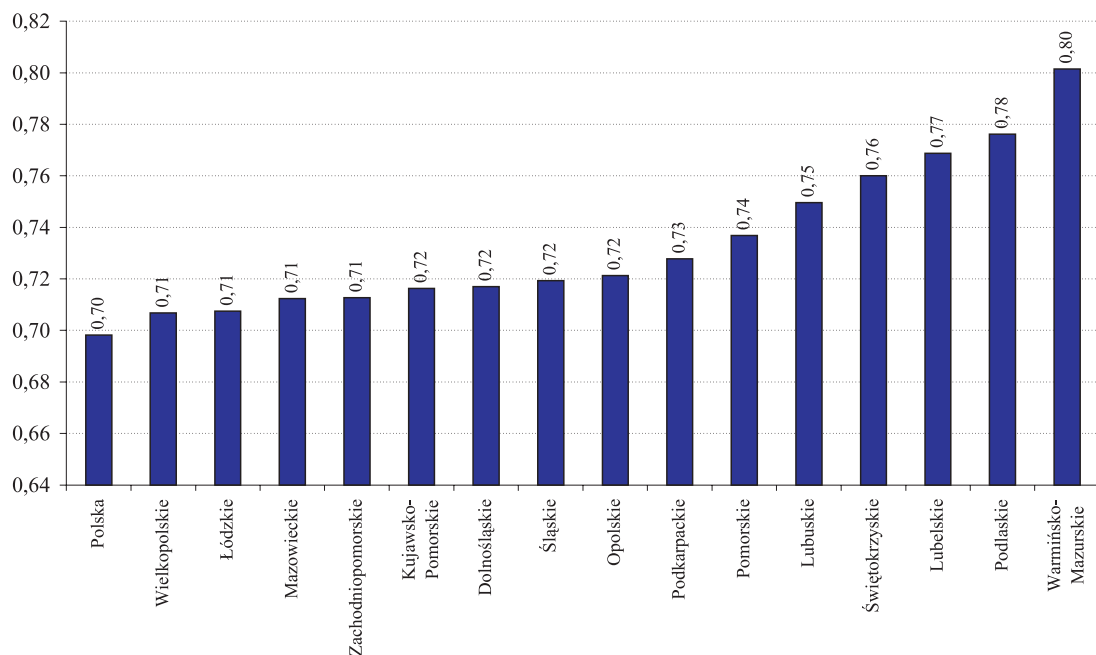
**Wykres 30: Współczynnik dywergencji Clarka obliczony w celu porównania struktury eksportu województwa małopolskiego do UE w roku 2007 względem innych województw**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS



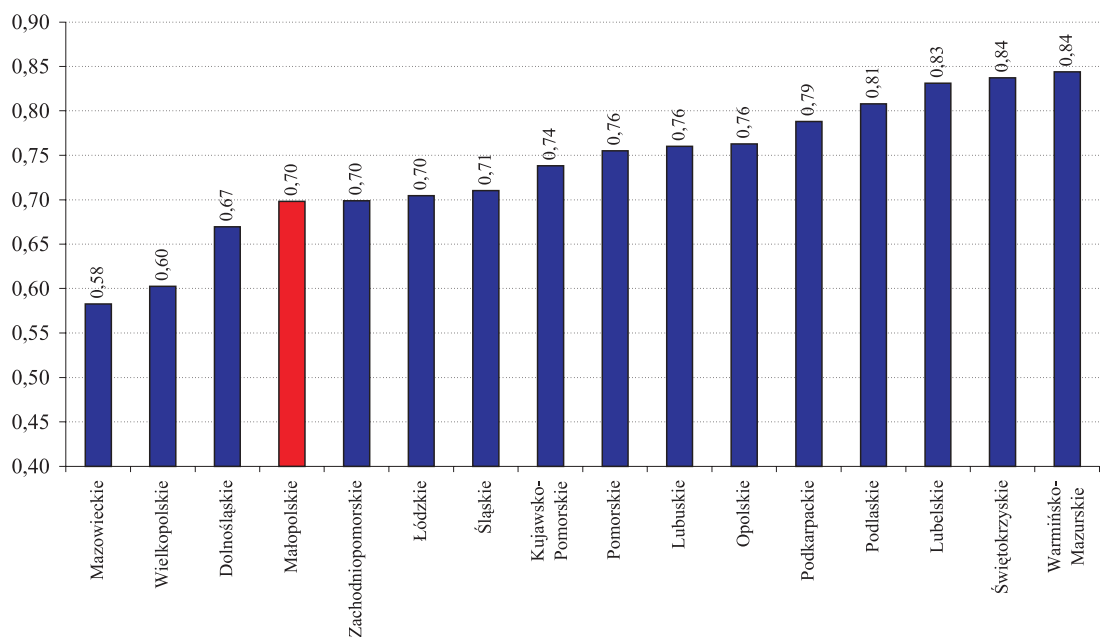
**Wykres 31: Współczynnik dywergencji Clarka obliczony w celu porównania struktury eksportu poszczególnych województw do UE w roku 2007 względem eksportu Polski do UE**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS



**Wykres 32: Współczynnik dywergencji Clarka obliczony w celu porównania struktury eksportu województwa małopolskiego do nowych krajów członkowskich UE w roku 2007 względem innych województw**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS



**Wykres 33: Współczynnik dywergencji Clarka obliczony w celu porównania struktury eksportu poszczególnych województw do nowych krajów członkowskich UE w roku 2007 względem eksportu Polski do tych krajów**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

## 6. Intensywność powiązań handlowych z UE

Jak już wspomniano, postępujące procesy integracji sprzyjają intensyfikacji stosunków handlowych. Podobne zjawisko wystąpiło w Polsce; przybrało ono na sile po podpisaniu Układu Europejskiego, a szczególnie po wejściu w życie jego części handlowej w 1992 roku. Zgodnie z postanowieniami tego Układu między Polską a UE w ciągu 10 lat powstała strefa wolnego handlu artykułami przemysłowymi. Liberalizacja sprzyjała wzrostowi obrotów i obecnie kraje UE stanowią dla polskich towarów najpoważniejszy rynek zbytu.

W tabeli 16 przedstawiono strukturę intensywności powiązań handlowych w eksporcie województw według kierunków geograficznych.

Dla Małopolski charakterystyczne są silne powiązania w eksporcie do nowych krajów członkowskich UE. Wartość współczynnika wynosi 1,4 i należy do najwyższych spośród wszystkich województw (wyższa jest tylko w Podlaskiem). Małopolskie firmy wykorzystują swoje ugruntowane kontakty handlowe w handlu z partnerami z tej grupy krajów. Ważna jest także bliskość geograficzna, którą potwierdzają wysokie pozycje Węgier, Czech i Słowacji czy Litwy na liście krajów – najważniejszych odbiorców eksportu Małopolski.

Silniejsze więzi od przeciętnych powiązań cechujących województwo, Małopolska odnotowuje także w eksporcie do krajów Dalekiego Wschodu.

**Tabela 16: Struktura intensywności powiązań handlowych w eksporcie województw według kierunków geograficznych (2007)**

	Daleki Wschód	Nowi w UE	Pozostałe kraje	Rosja, Ukraina, Białoruś	UE
Dolnośląskie	1,32	1,13	0,49	0,43	1,11
Kujawsko-Pomorskie	0,98	0,78	0,71	1,13	1,08
Lubelskie	2,28	0,94	0,76	1,70	0,91
Lubuskie	0,66	0,57	0,49	1,14	1,17
Łódzkie	0,66	1,12	0,81	1,56	0,93
<b>Małopolskie</b>	1,13	1,40	0,96	0,80	0,93
Mazowieckie	1,12	1,20	0,94	1,83	0,84
Opolskie	0,50	1,28	0,84	0,53	1,04
Podkarpackie	0,63	0,99	1,56	1,98	0,80
Podlaskie	1,04	1,59	0,84	2,64	0,66
Pomorskie	1,95	0,52	2,67	0,59	0,90
Śląskie	0,66	1,10	0,75	0,58	1,08
Świętokrzyskie	1,26	1,34	0,69	1,34	0,91
Warmińsko-Mazurskie	0,62	0,82	1,24	0,91	1,03
Wielkopolskie	0,48	0,77	0,92	0,82	1,11
Zachodniopomorskie	1,05	0,31	1,59	0,47	1,15

*Objaśnienia:* W tabeli prezentowane są wartości współczynnika oparte na formule tzw. RCA (ujawnionych przewag komparatywnych). Informują one o tym, ile razy udział województwa w eksporcie Polski na rynek np. UE jest wyższy od udziału tegoż województwa w eksporcie Polski ogółem. Np. w przypadku województwa małopolskiego, jego udział w eksporcie Polski na rynki krajów Dalekiego Wschodu jest 1,13 razy większy, niż udział województwa w eksporcie Polski ogółem. W tabeli na czerwono zaznaczono przypadki, w których wartość wskaźnika wynosi powyżej jedności, co wskazuje na ujawnione przewagi komparatywne w eksporcie

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

**Tabela 17: Zmiana wartości eksportu województw do UE w latach 2000-2007**

	Eksport w 2007 (mln EUR)	Zmiana 2007- 2000 (mln EUR)	Zmiana jako % wartości w 2000r.
Małopolskie	3 576,4	2 617,9	273,1
Świętokrzyskie	789,3	550,4	230,4
Dolnośląskie	8 571,6	5 611,0	189,5
Mazowieckie	9 245,9	5 828,3	170,5
Śląskie	12 004,8	7 531,1	168,3
Wielkopolskie	7 943,6	4 932,2	163,8
Podkarpackie	1 672,9	949,6	131,3
Opolskie	1 063,1	574,8	117,7
Pomorskie	4 358,2	2 324,0	114,2
Lubuskie	2 161,6	1 144,8	112,6
Kujawsko-pomorskie	2 417,1	1 265,9	110,0
Lubelskie	943,9	492,7	109,2
Zachodniopomorskie	2 394,7	1 249,5	109,1
Warmińsko-mazurskie	1 337,6	695,7	108,4
Łódzkie	1 876,7	889,2	90,0
Podlaskie	390,0	142,1	57,3

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Słabsze od przeciętnych są natomiast powiązania z tzw. „starą” UE. Jak wiadomo z wcześniej przedstawionych analiz, wartość eksportu na rynki tych krajów wzrasta, ale okazuje się, że w tempie wolniejszym niż do „nowych” w UE.

Należy podkreślić, że – mimo mniej intensywnych powiązań handlowych z UE – udział Małopolski w ogólnopolskim eksporcie do UE wzrasta. Zwiększył się on z 4% w 2000 do 5,7% w 2006 roku i 5,9% w roku 2007. Potwierdza to rosnącą rolę województwa małopolskiego jako regionalnego eksportera oraz coraz bardziej liczącego się „udziałowca” w ogólnopolskim eksporcie.

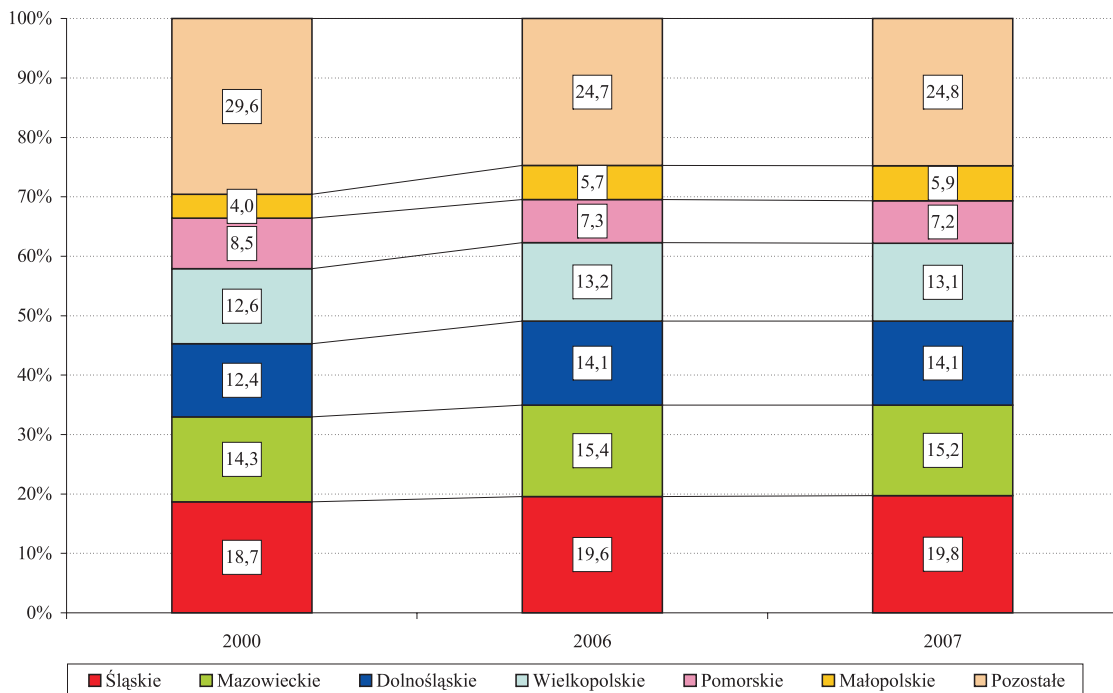
Z punktu widzenia wzrostu eksportu do UE w latach 2000-2007, Małopolska wyprzedziła wszystkie województwa. Należy podkreślić, że dynamika ta była rzeczywiście imponująca: przyrost wolumenu eksportu w latach 2000-2007 był wyższy (2617,9 mln euro) niż jego wartość w 2000 roku (958 mln Euro).

Drugie na liście, Świętokrzyskie, również znacząco zwiększyło swój eksport, jednak – ze względu na jego niższą wartość wyj-

ściową – uzyskany wynik był łatwiejszy do osiągnięcia.

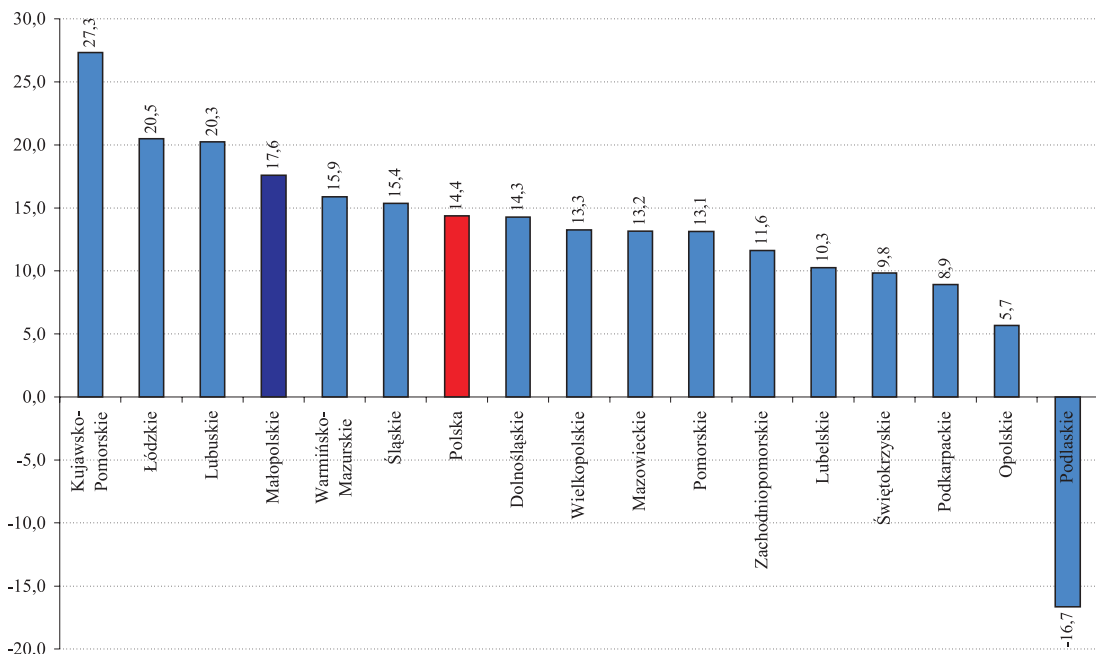
Oceniając Małopolskie w kontekście sytuacji innych województw nie można jednak nie zauważyć, że wiele spośród nich, zaliczanych do grupy najważniejszych eksporterów na rynek unijny, w ujęciu bezwzględnego przyrostu wartości eksportu w latach 2000-2007 zdystansowało Małopolskę. „Rekordzista” eksportowy do UE – Śląsk – zwiększył obroty o 7531,1 mln euro, czyli o blisko trzykrotnie więcej niż wyniosła odpowiednia wartość dla Małopolski.

Analiza wzrostu eksportu do UE w latach 2006-2007 wskazuje na to, że dynamika Małopolski jest pod tym względem wyższa, niż średnio dla Polski. W roku 2007 w stosunku do 2006, eksport województwa małopolskiego do UE wzrósł o 17,6%, przy wzroście dla Polski ogółem równym 14,4%. Jeżeli przyrosty udziałów porównamy ze zmianami wartości eksportu w mln euro wyraźnie widać zjawisko, o którym już wspomiano, a które polega na tym, że jeżeli tzw. wartość „wyjściowa” jest mniejsza, wówczas „łatwiej” uzyskać większe jej przyrosty.



**Wykres 34: Udział województw w eksporcie Polski do UE w roku 2000 oraz 2006 i 2007 (% eksportu Polski ogółem)**

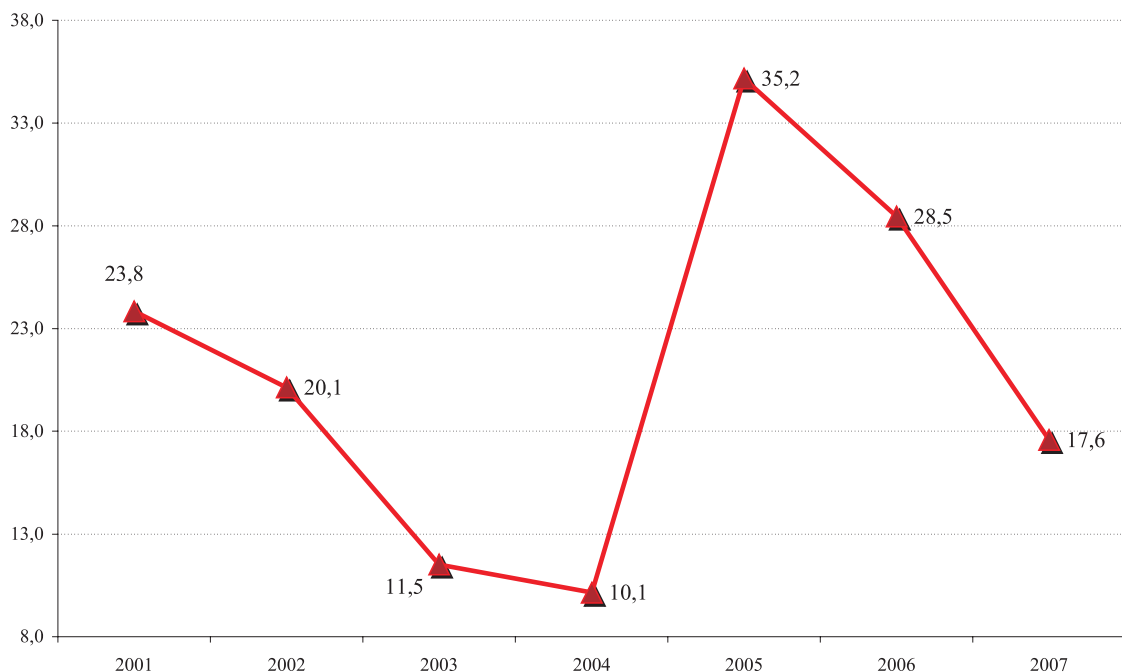
Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS



**Wykres 35: Zmiana wartości eksportu województw do UE w latach 2006-2007 (%)**

Objaśnienia: Wskaźnik na wykresie wyraża zmianę wartości eksportu w latach 2006-2007 jako procent wartości eksportu w roku 2006

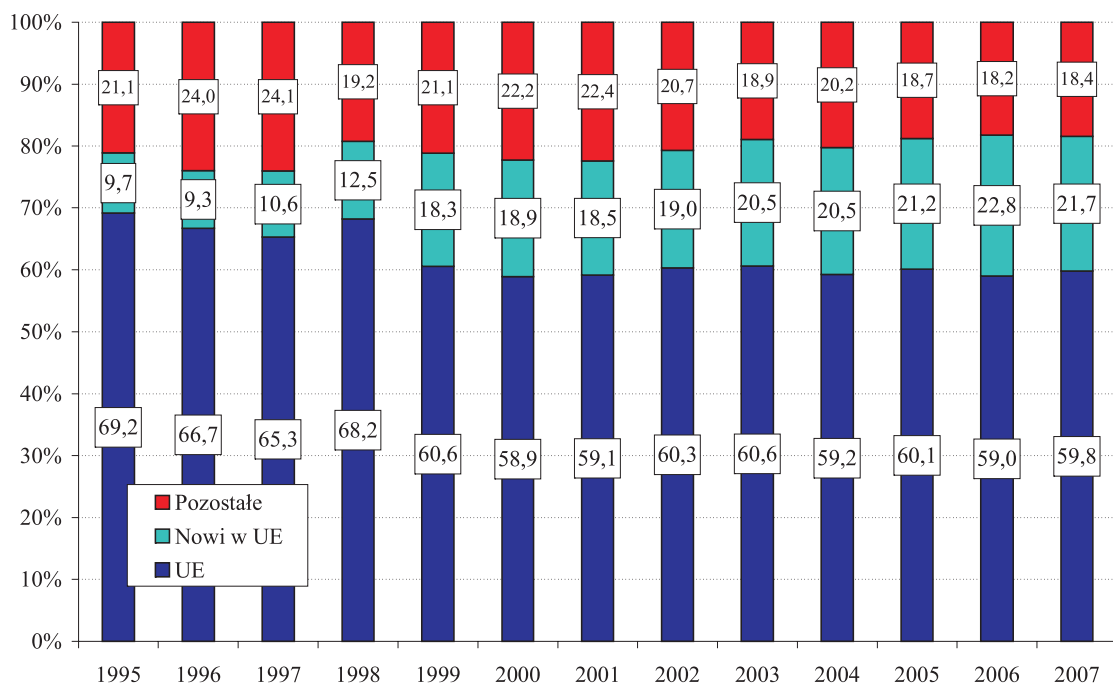
Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS



**Wykres 36: Dynamika eksportu Małopolski do UE w latach 2001-2007 (%)**

Objaśnienia: Wskaźnik na wykresie wyraża zmianę wartości eksportu w stosunku do roku poprzedniego w procentach (np. zmiana między rokiem 2007 a 2006, w stosunku do wartości w euro w roku 2006)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS



**Wykres 37: Udział UE w eksporcie Małopolski w latach 1995-2007 (%)**

Źródło: Obliczenia własne autorów według danych GUS. Dane za okres 1995-1999 szacunki

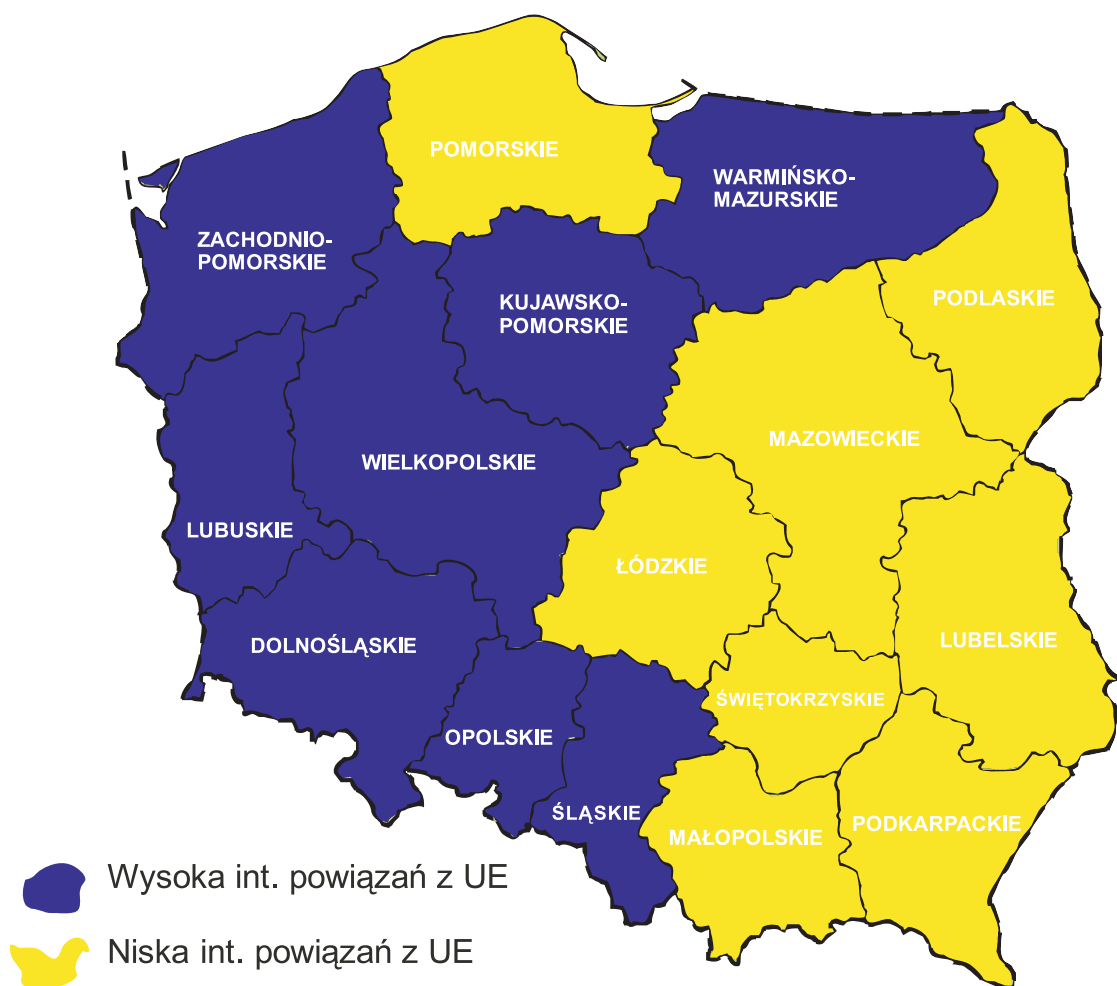
Z drugiej strony, od 2006 roku widoczny jest spadek dynamiki wzrostu eksportu Małopolski do UE. Jeśli w 2005 roku eksport ten wzrósł o 35,2%, w 2006 o 28,5% to w 2007 – jak już wspomniano – o 17,6%.

Na przestrzeni lat udział UE w eksporcie Małopolski ulegał zmianom. Według szacunkowych danych (przeliczonych z układu 49 do 16 województw), w roku 1995 69,2% eksportu kierowane było do UE. Do roku 2007 udział UE w eksporcie województwa zmniejszył się do 59,8%, czyli o prawie 10 pkt. proc. Wzrósł natomiast udział nowych krajów członkowskich UE, z 9,7% w roku 1995 do 21,7% w roku 2007. Udział „starych” oraz „nowych” krajów UE w eksporcie województwa w 2007 roku wyniósł 81,5%.

Jest to zatem wzrost o 2,6 pkt. proc. w stosunku do roku 1995.

W celu bliższego zbadania znaczenia kontaktów handlowych (w oparciu o dane statystyczne dotyczące wartości oraz struktury eksportu) skonstruowany został wskaźnik intensywności powiązań handlowych w eksporcie do UE. Do jego konstrukcji wykorzystano eksport województw w 2007 roku. Wskaźnik obliczony został jako stosunek udziału województwa w eksporcie Polski do UE do udziału województwa w eksporcie Polski ogółem. Przyjmuje zatem wartość powyżej jedności w przypadku województw, których udział w eksporcie do UE jest większy niż w eksporcie Polski ogółem.

Wskaźnik w swej konstrukcji nawiązuje



**Mapa 1: Intensywność powiązań handlowych w eksporcie do UE (eksport w 2007 roku)**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS



**Mapa 2: Intensywność powiązań handlowych w eksporcie do nowych krajów członkowskich UE (eksport w 2007 roku)**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

do teorii grawitacji, która przyczyn handlu upatruje w asymetrii pozycji partnerów handlowych. Teoria grawitacji bezpośrednio odnosi się do szkoły tzw. fizyki socjalnej<sup>8</sup>, zgodnie z którą kierunki handlu kształtowane są przez specyficzne siły przyciągania (ciężenia). Siły te determinowane są przez takie czynniki, jak wartość dochodu narodowego, koszty transportu, odległość geograficzna, odległość kulturowa. Czynniki te określić należy mianem odległości ekonomicznej oraz kosztów komunikowania się<sup>9</sup>. Intensywność powiązań handlowych prezentowana

jest mapie 1. Małopolska zaklasyfikowana została do grupy województw charakteryzujących się niską intensywnością powiązań eksportowych z krajami UE. Oznacza, że udział eksportu województwa w krajowym eksporcie na rynki unijne jest mniejszy od udziału regionu w globalnym eksporcie Polski. Można to interpretować również w taki sposób, że dla Małopolski ważniejsze, niż dla szeregu innych województw są rynki krajów pozaunijnych.

Na mapie w kolorze niebieskim oznaczone zostały województwa, w których wskaź-

<sup>8</sup> Misala J., „Współczesne teorie wymiany międzynarodowej i zagranicznej polityki ekonomicznej”, Szkoła Główna Handlowa, 2003

<sup>9</sup> W odniesieniu do handlu regionalnego, a w szczególności do eksportu województw, teoria grawitacji okazuje się przydatna. Dowodem na to są badania prowadzone przez autorów, które potwierdzają prawidłowość wzrostu intensywności powiązań

handlowych np. z Niemcami wraz z przesuwaniem się w kierunku zachodnich województw kraju oraz relatywnie silne powiązania eksportowe północnych województw Polski ze Skandynawią. Zob. szerzej w: Gawlikowska-Hueckel K., Umiński S., „How Internal is Poland's Regional Foreign Trade”, w: „Enlarged European Union in House of Europe: New Internal and External Problems”, Kestutis Kriscunas red., Kaunas University of Technology, Kaunas, 2005.



nik przyjmuje wartości powyżej jedności, co wskazuje na ponadprzeciętną intensywność powiązań w eksporcie z krajami UE. Dostrzec można ogólną prawidłowość, zgodnie z którą to przede wszystkim województwa zachodnie charakteryzują się wysoką intensywnością powiązań z krajami UE. Potwierdza to znaną w teorii handlu tezę, że regiony „ciążą” w kierunku najbliższych sobie rynków zbytu.

Mapa 2 przedstawia – określoną według identycznej metodologii – intensywność

powiązań eksportowych z nowymi krajami członkowskimi UE. Kolorem jasnoniebieskim oznaczono województwa, charakteryzując się ponadprzeciętną intensywnością powiązań eksportowych z nowymi krajami członkowskimi UE. Do grupy tej zalicza się Małopolska, przy czym obliczony współczynnik intensywności powiązań z nowymi krajami członkowskimi plasuje Małopolskę na 2. pozycji (za Podlasiem).

## 7. Intensywność powiązań handlowych z pozostałymi regionami świata

Według identycznej metodologii obliczone zostały powiązania handlowe z innymi regionami świata. Powiązania Małopolski z Rosją, Ukrainą i Białorusią są niższe niż przeciętnie w Polsce. Wskaźnik charakteryzujący tę intensywność w roku 2007 kształtował się na poziomie 0,8. Z dużym prawdopodobieństwem można stwierdzić, że przyczyną obniżenia się tego wskaźnika były utrudnienia w handlu z wymienionymi trzema krajami; z drugiej strony przeszkody te dotyczyły w jednakowym stopniu całej Polski.

W przypadku krajów Dalekiego Wschodu, wskaźnik intensywności powiązań handlo-

wych Małopolski dla 2007 roku wyniósł 1,13. Na czele rankingu znajduje się Lubelskie, dla którego analogiczny miernik kształtował się na poziomie 2,28.

Kolejną grupą są kraje określane jako „pozostałe”. Największa intensywność eksportu do tzw. pozostałych krajów cechuje województwo pomorskie (2,67), najmniejsza dolnośląskie i lubuskie (0,49). W Małopolsce wskaźnik kształtował się na poziomie 0,96, co oznacza, że skłonność do ekspansji handlowej na rynki tzw. pozostałych krajów była nieco niższa niż przeciętnie w Polsce.



**Mapa 3: Intensywność powiązań handlowych w eksporcie z Rosją, Ukrainą i Białorusią (eksport za rok 2007)**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS



**Mapa 4: Intensywność powiązań handlowych w eksporcie z krajami Dalekiego Wschodu (eksport za rok 2007)**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS



**Mapa 5: Intensywność powiązań handlowych w eksporcie do „pozostałych krajów” (eksport za rok 2007)**

Źródło: Opracowanie autorów na podstawie danych GUS

## Rekapitulacja

Analiza intensywności kontaktów handlowych dowodzi, że województwo małopolskie charakteryzuje się szczególnie silnymi powiązaniem z grupą nowych krajów członkowskich

UE. Natomiast powiązania handlowe z UE – w porównaniu z innymi województwami – są mniej intensywne. Dynamika wzrostu eksportu Małopolski do UE od roku 2006 maleje. Udział województwa w ogólnopolskim eksporcie do UE w 2007 roku wyniósł 5,9%.

## 8. Handel wewnątrzgałęziowy

Informacje na temat intensywności handlu wewnątrzgałęziowego są istotne dla oceny „nowoczesności” handlu zagranicznego. W teorii ekonomii międzynarodowej oraz w badaniach stosowanych dowodzi się, że zjawisko nakładania się strumieni handlu (czyli sytuacja, w której region jest jednocześnie importerem i eksporterem tych samych produktów) jest coraz bardziej powszechne dla krajów, które znajdują się na podobnym poziomie rozwoju gospodarczego oraz konkurencyjności i – w szczególności – podlegają procesowi integracji gospodarczej. Handel typu wewnątrzgałęziowego wynika przede wszystkim ze zróżnicowania produktów. Każdy z partnerów uczestniczących w wymianie handlowej produkuje określony wariant dobra, importując inne, a dodatkowym źródłem zysku są korzyści skali. Handel wewnątrzgałęziowy (nakładanie się strumieni importu i eksportu) jest charakterystyczny przede wszystkim dla wymiany między krajami uprzemysłowionymi o podobnym poziomie rozwoju i upodabniających się gustach konsumentów. Nakładanie się strumieni handlu jest cechą handlu w UE, w przeciwieństwie np. do handlu między UE a krajami mniej rozwiniętymi (do których UE eksportuje towary wysoko przetworzone, a z których importuje towary nisko przetworzone i surowce – nie ma wówczas warunków dla nakładania się strumieni handlu).

Udział handlu wewnątrzgałęziowego w obrotach ogółem obliczono w oparciu o zmodyfikowany indeks Grubela i Lloyda:

$$R_i = \sum_{i=1}^n \frac{(a_i Ex_i + b_i Im_i) - |a_i Ex_i - b_i Im_i|}{(a_i Ex_i + b_i Im_i)}$$

gdzie:

- $(Ex_i + Im_i)$  oznacza globalną wartość wymiany zagranicznej branży  $i$ ,
- $|Ex_i - Im_i|$  jest bezwzględną wartością z różnicy między eksportem a importem branży  $i$ ,
- $a_i$  oznacza udział branży  $i$  w eksporcie regionu,
- $b_i$  oznacza udział branży  $i$  w imporcie regionu.

Udział handlu wewnątrzgałęziowego w handlu województwa małopolskiego ogółem w 2006 roku wynosi 61,3%, natomiast w roku 2007 nieznacznie wzrósł – do 62,5%. Na tle pozostałych województw jest to poziom średni (wykres 38).

Intensywność tego handlu jest zróżnicowana jeśli chodzi o kierunki geograficzne. W 2007 roku najwyższy indeks handlu wewnątrzgałęziowego odnotowała Małopolska w handlu z UE (49,1%) oraz grupą krajów „nowe w UE” – 42,2%, a także z „pozostałymi” krajami – 36,5%. Zdecydowanie niższe wartości indeks przyjmuje w handlu z Dalekim Wschodem (16,2%) oraz „Rosją, Ukrainą i Białorusią” (9,0%). Taki rozkład intensywności handlu wewnątrzgałęziowego potwierdza teoretyczne przewidywania, w myśl których handel tego typu ma miejsce przede wszystkim między krajami integrującymi swoje gospodarki, o podobnym poziomie rozwoju gospodarczego, znajdującymi się w bliskości geograficznej i kulturowej, w obrębie których przepływa kapitał zagraniczny tworząc powiązania kooperacyjne.

Indeksy handlu wewnątrzgałęziowego dla poszczególnych grup produktowych według PKWiU obliczone zostały według dwóch formuł: A i B. Decyzja o wykorzystaniu formuły marginalnego handlu wewnątrzgałęziowego wynika z faktu, że wskaźniki liczone według tzw. tradycyjnych formuł H. Grubela i P.J. Lloyda mogą sztucznie zawyżać poziom handlu wewnątrzgałęziowego.

$$A = 1 - \frac{|\Delta Ex - \Delta Im|}{|\Delta Ex| + |\Delta Im|}$$

gdzie:

- $\Delta Ex$  = przyrost eksportu w danej grupie produktowej w latach 2006-2007,
- $\Delta Im$  = przyrost importu w danej grupie produktowej w latach 2006-2007.

$A$ , jest indeksem marginalnego handlu zagranicznego obliczonym według formuły zaproponowanej przez Brühlharta. Indeks przyjmuje wartości między zero a jednością, przy czym zero wskazuje na to, że handel marginalny jest całkowicie typu międzygałęziowego, natomiast 1 wskazuje, że handel marginalny jest całkowicie wewnątrzgałęziowy.

$$B = \frac{\Delta Ex - \Delta Im}{|\Delta Ex| + |\Delta Im|}$$

B natomiast, przyjmuje wartości między -1 a 1. Jest to tzw. indeks dwuwymiarowy, zawierający informacje nie tylko o znaczeniu marginalnego handlu wewnątrzgałęziowego, ale także o specyfice zmian w poszczególnych sektorach. Im wartości indeksu są bliższe zeru, tym z większą intensywnością handlu wewnątrzgałęziowego mamy do czynienia. Przy B równym zeru, zmiany w handlu (czyli tzw. handel marginalny) mają całkowicie charakter typu wewnątrzgałęziowego, natomiast gdy B równa się -1 lub 1, świadczy to o tym, że handel marginalny jest całkowicie typu międzygałęziowego. Indeks według formuły B dostarcza też ważnych informacji o sytuacji w danej grupie towarowej, porównując zmiany wartości eksportu do zmian wartości importu. Jak dowodzi Brühlhart, rosnący eksport reprezentuje korzystne zmiany w krajowym przemyśle, import natomiast zmiany niekorzystne. Jeśli  $B = 1$ ,  $\Delta Ex \geq 0$ , natomiast  $\Delta Im \leq 0$  w analizowanym okresie czasu. Gdy  $B = -1$ , mamy do czynienia z sytuacją odwrotną<sup>10</sup>.

W tabeli A4 w aneksie statystycznym przedstawione zostały indeksy handlu wewnątrzgałęziowego dla 2007 roku dla najważniejszych (o udziale powyżej 1%) produktów (PKWiU) w handlu zagranicznym (suma eksportu i importu) województwa.

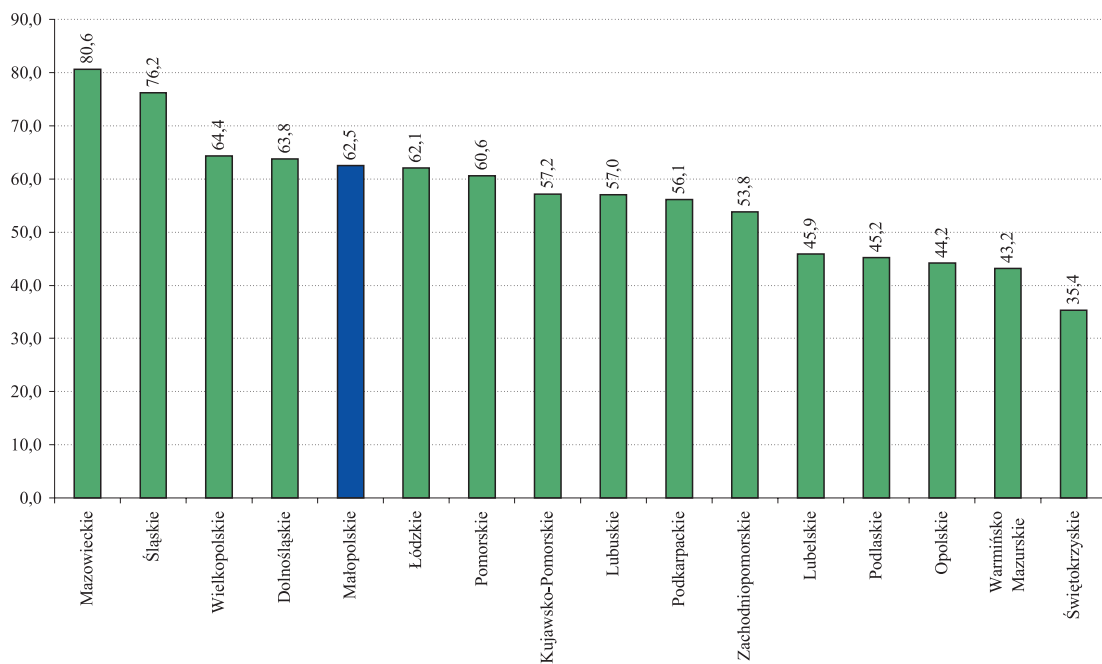
Analiza indeksów marginalnego handlu wewnątrzgałęziowego z punktu widzenia kształtowania się wskaźników obliczonych zarówno według formuły A i jak i B dowodzi, że handel ten jest najbardziej intensywny dla następujących grup produktowych: kurki i zawory (0,97), wyroby z gumy pozostałe (0,89), maszyny specjalnego przeznaczenia (0,85), pojazdy samochodowe (0,84), maszyny ogólnego przeznaczenia (0,78),

żeliwo, stal i żelazostopy (0,74), silniki elektryczne, prądnice i transformatory (0,66) oraz urządzenia chłodnicze, a także części i akcesoria do pojazdów samochodowych (0,54). Jako bardzo korzystny ocenić należy fakt, że wśród produktów, których obroty charakteryzują się najwyższą intensywnością handlu wewnątrzgałęziowego znajdują się takie, które zaliczane są do towarów wysoko przetworzonych i są to produkty technologicznie zaawansowane (silniki, maszyny, pojazdy samochodowe i części do nich, urządzenia chłodnicze i wentylacyjne). Gdy przeanalizujemy wskaźniki obliczone według formuły B, dostrzegamy korzystne zmiany. Najlepszą sytuacją (wg. formuły B) charakteryzują się te grupy produktów, dla których indeks przyjmuje wartości bliskie zeru i są to wartości dodatnie. Wartości powyżej zera wskazują bowiem na to, że przyrost eksportu był większy niż importu. Wśród takich produktów znajdują się: silniki elektryczne, prądnice i transformatory, maszyny, pojazdy samochodowe, kurki i zawory. Są to wyroby o wysokim stopniu przetworzenia. Niepokoi jednak – przy wysokiej intensywności handlu wewnątrzgałęziowego – szybszy wzrost importu niż eksportu w takich grupach produktów jak: urządzenia chłodnicze i wentylacyjne oraz części i akcesoria do pojazdów samochodowych i silników.

## Rekapitulacja

Zjawisko nakładania się strumieni handlu (czyli sytuacja, w której region jest jednocześnie importerem i eksporterem tych samych produktów) jest coraz bardziej powszechne dla krajów wysoko rozwiniętych, które integrują swoje gospodarki. Udział handlu wewnątrzgałęziowego w handlu województwa małopolskiego pozostaje na średnim poziomie. Intensywność tego handlu jest zróżnicowana, jeśli chodzi o kierunki geograficzne. Najwyższa jest w handlu ze „starymi” i „nowymi” krajami członkowskimi UE.

<sup>10</sup> Brühlhart M., Marginal Intra-Industry Trade: Measurement and Relevance for the Pattern of Industrial Adjustment, Trinity College Dublin, July 1993, Published in Weltwirtschaftliches Archiv, vol. 130, s. 600-613, 1994.



**Wykres 38: Udział handlu wewnątrzgałęziowego w handlu zagranicznym województw w roku 2007 dla grup PKWiU (%)**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

## 9. Analiza relacji strumieni eksportu i importu Małopolski w podziale na grupy krajów

Suma wartości eksportu i importu jest wskaźnikiem charakteryzującym faktyczny potencjał handlu. Im większa jest wartość łącznej wymiany zagranicznej, tym bardziej „otwarty” jest region i tym większa jego zdolność do funkcjonowania w warunkach gospodarki globalnej.

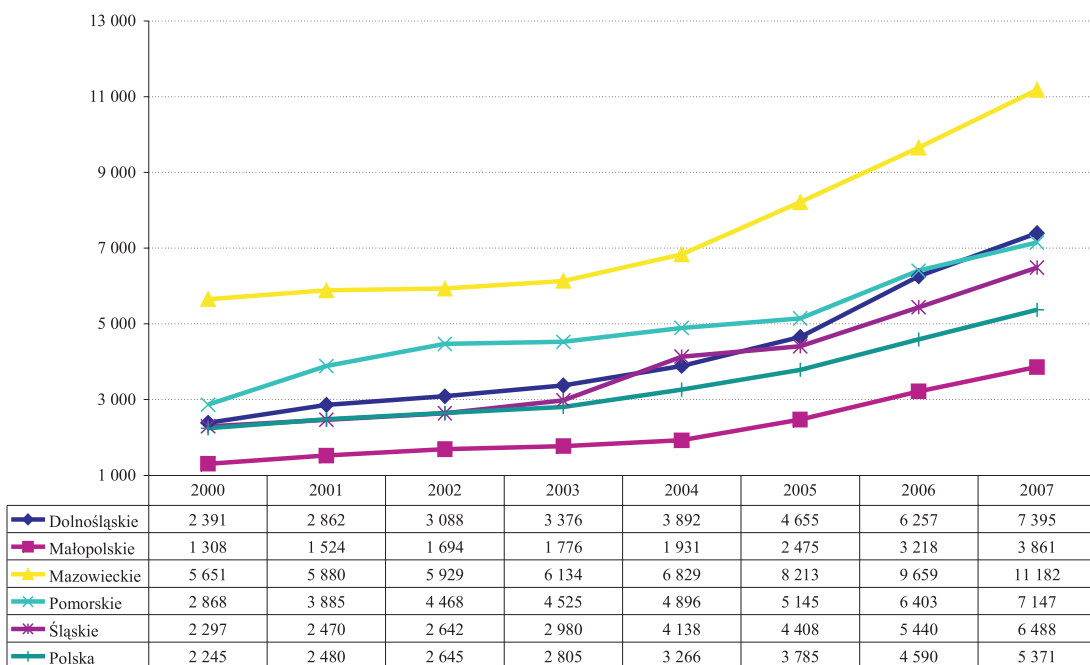
Na wykresie 39 przedstawiono trend kształtowania się sumy wartości eksportu i importu *per capita* w latach 2000-2007 przeciętnie w Polsce, w województwach, w których wymiana z zagranicą jest największa i w Małopolsce.

Jak wynika z analizy danych, suma małopolskiego eksportu i importu (w ujęciu wartościowym) jest niższa od przeciętnej w Polsce i znacząco odbiega od wskaźników charakteryzujących liderów wymiany. Obserwujemy, co prawda, wzrost tego wskaźnika, ale nie tylko w Małopolsce. W zasadzie należy stwierdzić, że Małopolsce nie udało się zmniejszyć dystansu dzielącego ją od średniej krajowej i od „najlepszych” pod tym względem regionów.

Warto jednak odnotować, że średnią krajową podwyższa wyraźnie „uciekające” do przodu Mazowsze. Dynamika wzrostu tego

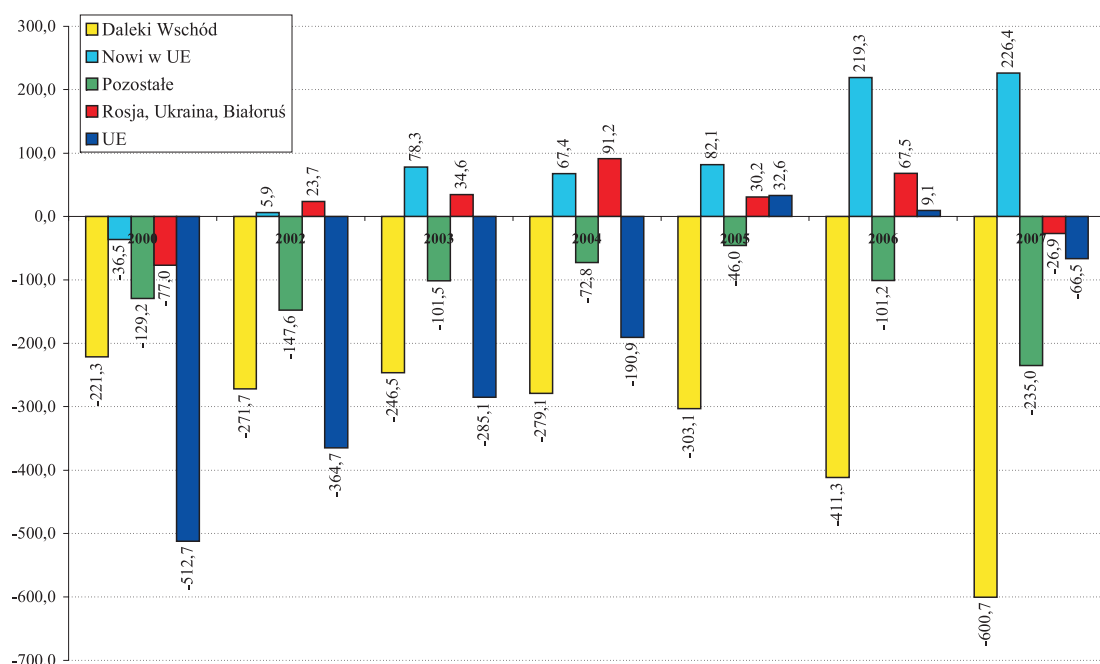
wskaźnika w latach 2004-2007 w Mazowieckiem była wyższa od przeciętnej dla kraju. Województwem, w którym wystąpił proces doganiania i które zmniejszyło dystans dzielący je od czołówki, był Dolny Śląsk. Proces wyraźnego „przyspieszenia” nastąpił w 2005 roku.

W latach 2000-2005 obserwujemy wyraźną poprawę w zakresie kształtowania się salda obrotów handlowych Małopolski. W 2000 w wymianie ze wszystkimi grupami krajów odnotowywano deficyt. Jak już wspomniano, od 2006 roku saldo ulega pogorszeniu. Warto jednak przyrzeć się jak saldo obrotów kształtuje się w podziale na grupy krajów. W latach 2000-2007 pogłębia się ujemne saldo obrotów z krajami Dalekiego Wschodu. W 2007 roku kształtowało się na poziomie -600,7 mln euro. Właśnie w handlu z tą grupą krajów ujemne saldo jest „najgłębsze”. Od 2006 roku pogłębia się deficyt w obrotach z „pozostałymi krajami” (-235 mln euro w roku 2007). W handlu z Rosją, Ukrainą i Białorusią w okresie 2002-2006 odnotowywane było saldo dodatnie, natomiast w roku 2007 – ujemne. W 2007 roku saldo obrotów z UE także było ujemne



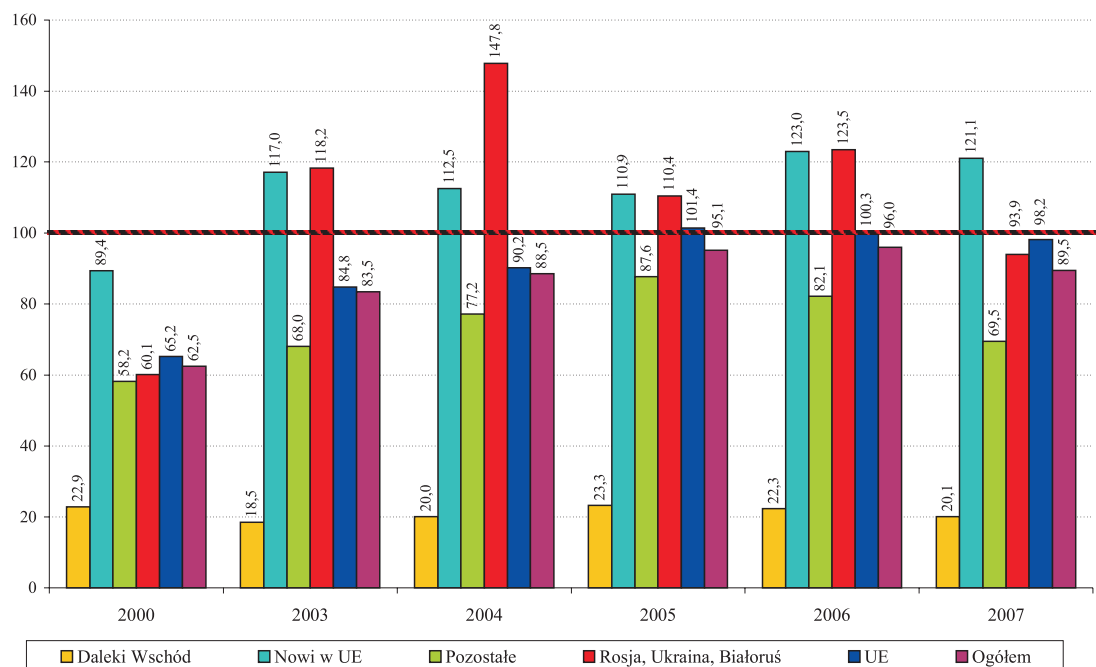
**Wykres 39: Suma wartości eksport i importu (EUR) per capita w latach 2000-2007, porównanie Małopolski do wybranych województw**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS



**Wykres 40: Saldo handlu zagranicznego Małopolski w podziale na grupy krajów w latach 2000-2007 (mln EUR)**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS



**Wykres 41: Wskaźnik pokrycia importu eksportem (coverage ratio) dla Małopolski w latach 2000-2007 w podziale na grupy krajów**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS



– jest to zmiana w stosunku do lat 2005 i 2006 kiedy to saldo w handlu z UE było dodatnie. Od 2002 roku wzrastała natomiast nadwyżka eksportu nad importem w handlu z nowymi krajami członkowskimi UE. W roku 2007 wyniosła ona 226,4 mln euro.

Na wykresie 41 przedstawiono wskaźnik pokrycia importu eksportem dla różnych grup krajów.

Jeżeli wskaźnik ten osiąga wysokość równą 100 oznacza to, że wartość eksportu pokrywa wartość importu, jeżeli jest mniejszy od 100 to koszt importu przewyższa dochody z eksportu, a jeżeli większy – to eksport generuje nadwyżkę ponad wydatki związane z importem.

W związku z tym, że w roku 2007 względem 2006 eksport województwa rósł w niższym tempie niż import, wskaźnik pokrycia importu eksportem obliczony dla handlu Małopolski ogółem uległ obniżeniu (do 89,5 w 2007 roku). Niepokojący jest jednakże fakt, że sytuacja pogorszyła się w relacjach z każdą z analizowanych grup krajów, przy czym najmniejszy spadek dotyczył relacji

z nowymi krajami członkowskimi UE.

Jak wynika z przedstawionych danych, najniższy wskaźnik pokrycia importu eksportem odnotowuje Małopolska w handlu z dalekim Wschodem (20,1), najwyższy w handlu z nowymi krajami członkowskimi (121,1). Oceniając te zjawiska jako „lepsze”, czy „gorsze”, należy wspomnieć, że nie zawsze deficyt w handlu, czyli brak pokrycia wydatków na import dochodami z eksportu należy postrzegać jako zjawisko negatywne.

## Rekapitulacja

Suma wartości eksportu i importu jest wskaźnikiem charakteryzującym „otwartość” gospodarki regionu. Dla woj. małopolskiego suma ta – w przeliczeniu na jednego mieszkańca – jest niższa od przeciętnej w Polsce. „Najgłębsze”, ujemne saldo obrotów odnotowywane jest w handlu z krajami Dalekiego Wschodu. W 2007 roku nadwyżka eksportu nad importem dotyczyła tylko jednej grupy: nowych krajów członkowskich UE.

## 10. Import województwa małopolskiego

Analiza eksportu powinna zostać uzupełniona przez przedstawienie najważniejszych cech regionalnego importu. Ze względu na fakt, że eksport jest składnikiem globalnego popytu, to jemu zasadniczo poświęcone jest niniejsze opracowanie. W powszechnej opinii to eksport tworzy miejsca pracy, wartość dodaną, a sukces eksportowy traktowany jest jako tzw. wynikowa miara konkurencyjności (bądź pozycji konkurencyjnej). Z punktu widzenia przepływów finansowych import traktować można jako sumę wydatków w zamian za sprowadzane z zagranicy produkty. Przywołać można, przy okazji, jedno z ciekawszych – ale też kontrowersyjnych – sformułowań, znane z ekonomii międzynarodowej, które dowodzi, że eksport jest nam potrzebny „tylko po to”, aby nim zapłacić za import.

Powszechnie za korzystną uznaje się sytuację, gdy wpływy z eksportu przewyższają wydatki na import, czyli gdy w handlu zagranicznym powstaje dodatnie saldo. Taka ocena nie jest jednoznaczna. Współczesna gospodarka jest coraz bardziej otwarta, co oznacza, że aby eksportować, niezbędny jest import np. półproduktów, surowców itp. Co więcej, w handlu między krajami wysoko rozwiniętymi rośnie znaczenie handlu wewnątrzgałęziowego, w ramach którego wymiana dotyczy wariantów danego produktu, czyli strumienie eksportu i importu „nakładają się”. W przypadku krajów takich jak Polska, które wciąż znajdują się w procesie modernizacji parku maszynowego „odziedziczonego” po okresie gospodarki centralnie planowanej oraz w fazie doganiania krajów bardziej rozwiniętych, import dotyczy dóbr inwestycyjnych. Import ten z czasem przekłada się na wzrost eksportu, gdyż zmodernizowany park maszynowy pozwala na wzrost zdolności do konkurowania na rynkach zagranicznych. Ponadto – jak już wspomniano – import dostarcza artykułów, które z różnych powodów nie mogą być produkowane w kraju (z oczywistych względów taniej jest do Polski importować banany, cytryny, krewetki niż je uprawiać czy hodować na miejscu). Ponadto wiele luksusowych artykułów nie jest w Polsce produkowanych. W literaturze ekonomii międzynarodowej znana jest koncepcja tzw. preferencji Ar-

mingtona. Według niej konsumenci zgłaszają popyt nie np. na wino, ale na *francuskie* wino, *szwajcarskie* zegarki czy *włoskie* buty. Chodzi tutaj o preferencje konsumentów skierowane pod adresem konkretnych, rozpoznawalnych pod względem kraju bądź regionu pochodzenia marek produktów.

Najmniej korzystny – jak już wspomniano – jest import dóbr konsumpcyjnych, które są substytutami produktów krajowych. Stanowi on konkurencję dla towarów rodzimych, prowadzi do ich „wypychania” z rynku, powoduje zmniejszenie popytu i ograniczenie produkcji.

Wolumen importu jest często skorelowany z wielkością produkcji regionu. Im większe są potrzeby producentów związane z zakupem surowców, maszyn i urządzeń, im większe są inwestycje, tym bardziej znacząca skala importu.

Na wykresie 42 przedstawiono udział województw w imporcie Polski w roku 2000, 2005, 2006 oraz 2007. Od 2000 roku zaobserwować można spadek udziału Mazowsza w imporcie Polski. Wciąż jednak województwo to dominuje w ogólnopolskim imporcie (37,2% w roku 2007). Udział Małopolski w krajowym imporcie wzrósł z 5,0 do 6,1%. W rankingu województw – największych importerów – Małopolska zajmuje 6. pozycję w Polsce.

Wskazać należy na bardzo poważną rolę, jaką w imporcie Polski odgrywają firmy zlokalizowane na Mazowszu. Mazowsze jest regionem o najwyższej liczbie mieszkańców, dlatego popyt, w tym również na dobra importowane, jest największy. W województwie zarobki są znacznie wyższe niż w pozostałych regionach (prawie dwukrotnie), zatem wysoka stopa życiowa odzwierciedla się też w zakupach importowanych produktów luksusowych. Część importu ma tzw. charakter pośredni, to znaczy dokonywana jest poprzez wyspecjalizowane firmy handlu zagranicznego, które bardzo często zlokalizowane są poza obszarem województwa, do którego ostatecznie trafiają produkty sprowadzane z zagranicy. Sposób ewidencjonowania obrotów „przypisuje” je natomiast regionom, w których zlokalizowane są firmy pośredniczące w handlu. W Polsce, najwięcej tego rodzaju central jest w Warszawie.

Wartość importu w przeliczeniu na jednego mieszkańca dla Mazowsza w 2007 roku wyniosła 7,9 tys. EUR, i od 2000 roku wzrosła o 3,5 tys. EUR. Import *per capita* woj. małopolskiego w 2007 roku wyniósł ponad 2 tys. EUR. Małopolska zajmuje zatem 6. miejsce na liście importerów – jeżeli pod uwagę weźmiemy import *per capita*.

Analiza trendów kształtowania się importu *per capita* wskazuje na utrzymywanie się, a nawet niewielkie powiększenie dystansu między przeciętnym wskaźnikiem dla kraju i Małopolski. W 2000 roku różnica między średnią krajową a Małopolską wynosiła 554 euro, w 2006 791 euro, natomiast w 2007 853 euro.

W tabeli 19 przedstawiono listę krajów, z których import Małopolski jest największy. Pierwsze miejsce zajmują Niemcy, z których Małopolska w 2007 roku sprowadziła pro-

dukty na kwotę sięgającą 24,5% wartości całego importu (1,6 mld euro). Z zajmującej drugą pozycję na liście Słowacji, pochodzą produkty stanowiące 8,4% wartości importu, z trzecich Włoch 7,1%. Z 5. na 4. pozycję na liście najważniejszych eksporterów przesunęły się Chiny (6,4% udziału w imporcie w 2007 roku). Na 5. miejscu z udziałem 5,3% uplasowała się Francja. Znaczenie pozostałych krajów jest mniejsze i nie przekracza 5%.

Należy odnotować, że w znakomitej większości przypadków (w 29 na 30 krajów) import w latach 2000-2007 wzrósł. Spadek odnotowano tylko w relacjach z Ukrainą. Natomiast w latach 2006-2007 wartość importu uległa redukcji jedynie w stosunkach z Rumunią. Import z pozostałych krajów na liście – wzrósł.

**Tabela 18: Import województw *per capita* w latach 2000-2007 (EUR)**

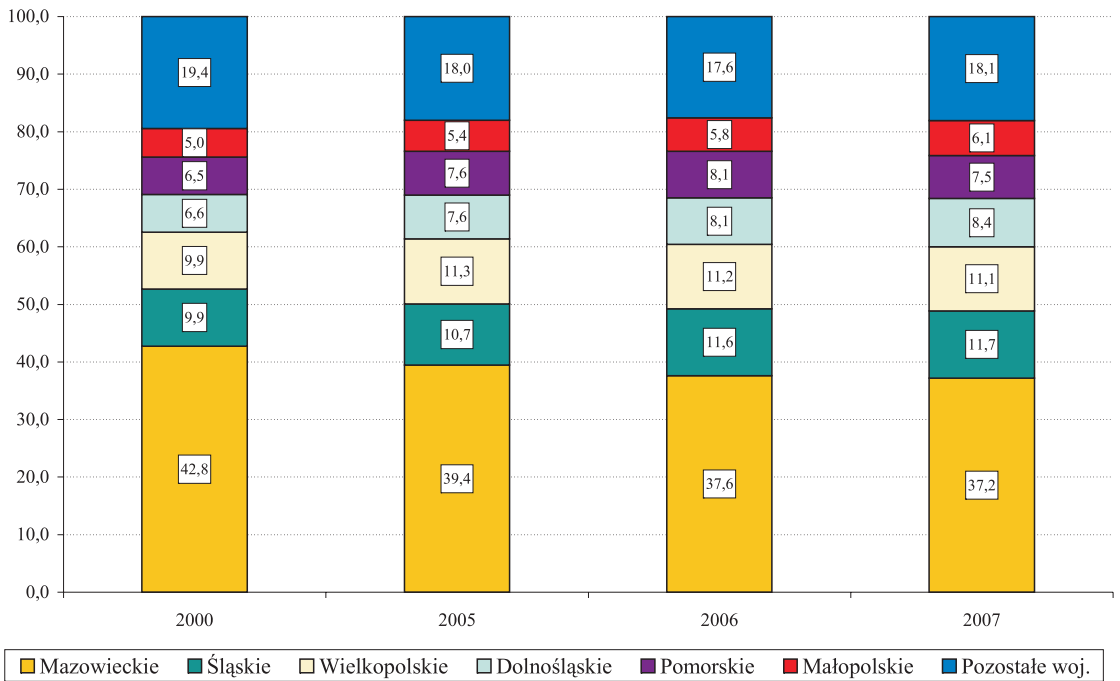
	2000	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Mazowieckie	4 427	4 456	4 559	4 966	5 893	6 753	7 891
Pomorskie	1 549	2 207	2 338	2 649	2 670	3 414	3 726
Wielkopolskie	1 547	1 840	1 980	2 261	2 585	3 064	3 610
Dolnośląskie	1 158	1 476	1 576	1 767	2 022	2 601	3 212
Śląskie	1 074	1 203	1 312	1 662	1 752	2 307	2 775
<b>Małopolskie</b>	805	963	968	1 025	1 269	1 642	2 037
Lubuskie	911	992	1 086	1 179	1 373	1 638	1 871
Kujawsko-Pomorskie	751	787	780	879	1 048	1 162	1 678
Łódzkie	855	963	937	1 070	1 162	1 377	1 587
Opolskie	654	719	802	920	1 046	1 209	1 572
Zachodniopomorskie	962	862	844	1 057	1 068	1 283	1 393
Podkarpackie	423	505	514	574	679	869	1 062
Warmińsko-Mazurskie	439	492	489	563	640	775	966
Podlaskie	363	466	459	560	658	726	776
Świętokrzyskie	363	443	376	398	450	497	663
Lubelskie	265	261	272	273	328	401	523

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

**Tabela 19: Lista najważniejszych krajów w imporcie Małopolski w latach 2000, 2006, 2007**

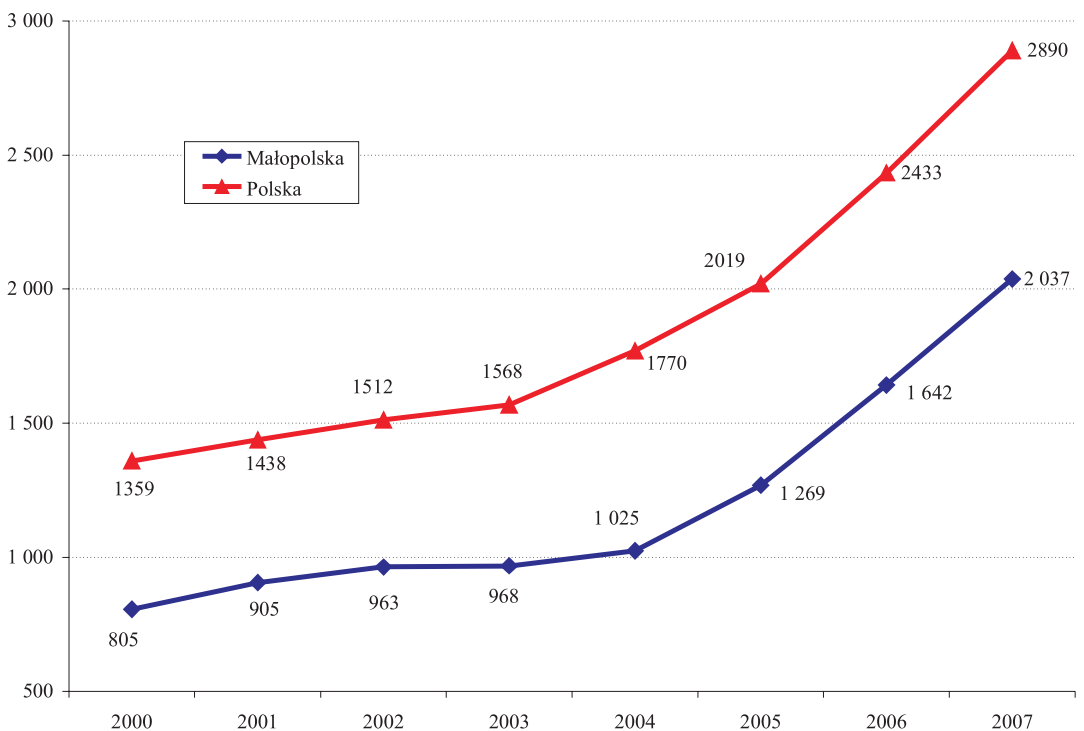
Lp.		2000			2006			2007		
		mln EUR	%	Ranga	mln EUR	%	Ranga	mln EUR	%	Ranga
	Ogółem	2 603,7	100,0		5 372,0	100,0		6 680,9	100,0	
1	Niemcy	528,8	20,3	1	1 363,3	25,4	1	1 634,3	24,5	1
2	Słowacja	160,9	6,2	3	537,0	10,0	2	560,6	8,4	2
3	Włochy	295,8	11,4	2	402,8	7,5	3	473,0	7,1	3
4	Chiny	108,8	4,2	6	280,3	5,2	5	429,0	6,4	4
5	Francja	116,7	4,5	5	319,4	5,9	4	353,6	5,3	5
6	Rosja	99,4	3,8	9	166,0	3,1	7	308,9	4,6	6
7	Czechy	105,2	4,0	8	221,3	4,1	6	255,5	3,8	7
8	Niderlandy	80,2	3,1	11	159,4	3,0	8	218,5	3,3	8
9	Hiszpania	63,5	2,4	12	130,5	2,4	10	173,2	2,6	9
10	W. Brytania	107,9	4,1	7	150,6	2,8	9	158,3	2,4	10
11	Austria	63,0	2,4	13	126,4	2,4	11	145,7	2,2	11
12	Belgia	50,2	1,9	14	104,7	1,9	14	140,0	2,1	12
13	Szwecja	49,1	1,9	15	117,4	2,2	12	134,3	2,0	13
14	USA	124,3	4,8	4	112,2	2,1	13	133,6	2,0	14
15	Węgry	43,0	1,7	16	79,4	1,5	15	124,7	1,9	15
16	Japonia	42,2	1,6	17	76,8	1,4	16	96,9	1,5	16
17	Turcja	15,8	0,6	26	61,6	1,1	19	95,5	1,4	17
18	Szwajcaria	32,2	1,2	20	51,9	1,0	21	72,3	1,1	18
19	Ukraina	90,0	3,5	10	68,8	1,3	18	71,5	1,1	19
20	Rumunia	13,9	0,5	28	69,8	1,3	17	68,2	1,0	20
21	Norwegia	8,6	0,3	33	26,2	0,5	29	63,3	0,9	21
22	Białoruś	3,6	0,1	49	53,0	1,0	20	63,0	0,9	22
23	Dania	29,8	1,1	22	51,0	1,0	22	61,8	0,9	23
24	Brazylia	31,3	1,2	21	47,8	0,9	23	61,4	0,9	24
25	Finlandia	37,7	1,4	19	44,1	0,8	24	54,7	0,8	25
26	Grecja	13,1	0,5	29	30,3	0,6	26	53,5	0,8	26
27	Kanada	10,5	0,4	31	25,0	0,5	30	47,3	0,7	27
28	Tajwan	39,8	1,5	18	29,2	0,5	27	40,5	0,6	28
29	Kazachstan	24,8	1,0	23	40,2	0,7	25	40,5	0,6	29
30	India	10,3	0,4	32	23,3	0,4	32	32,8	0,5	30
	Pozostałe	203,3	7,8		402,4	7,5		514,4	7,7	

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS



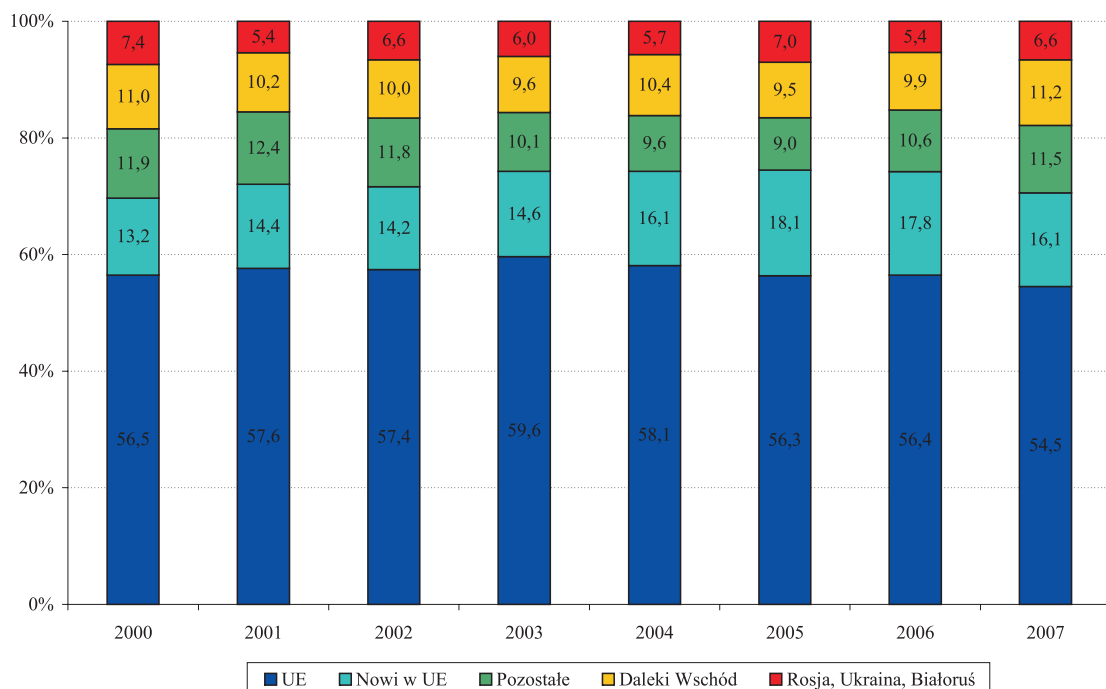
**Wykres 42: Udział województw („najważniejszych importerów”) w imporcie Polski w latach 2000, 2005, 2006 oraz 2007(%)**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS



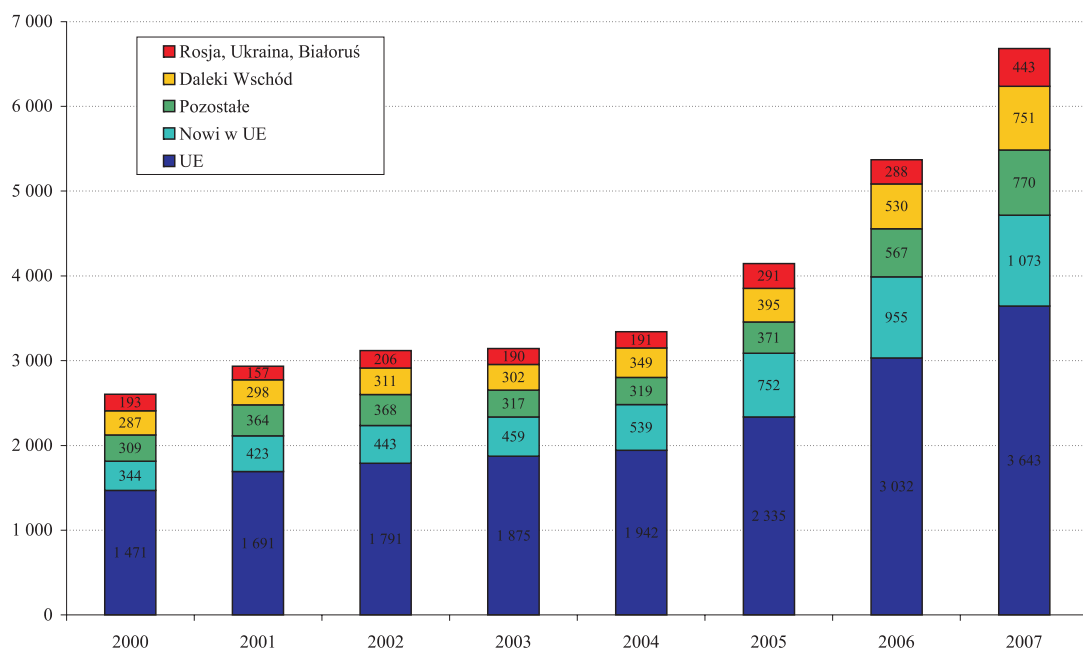
**Wykres 43: Wartość importu per capita województwa małopolskiego, porównanie z Polską (lata 2000-2007, EUR)**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS



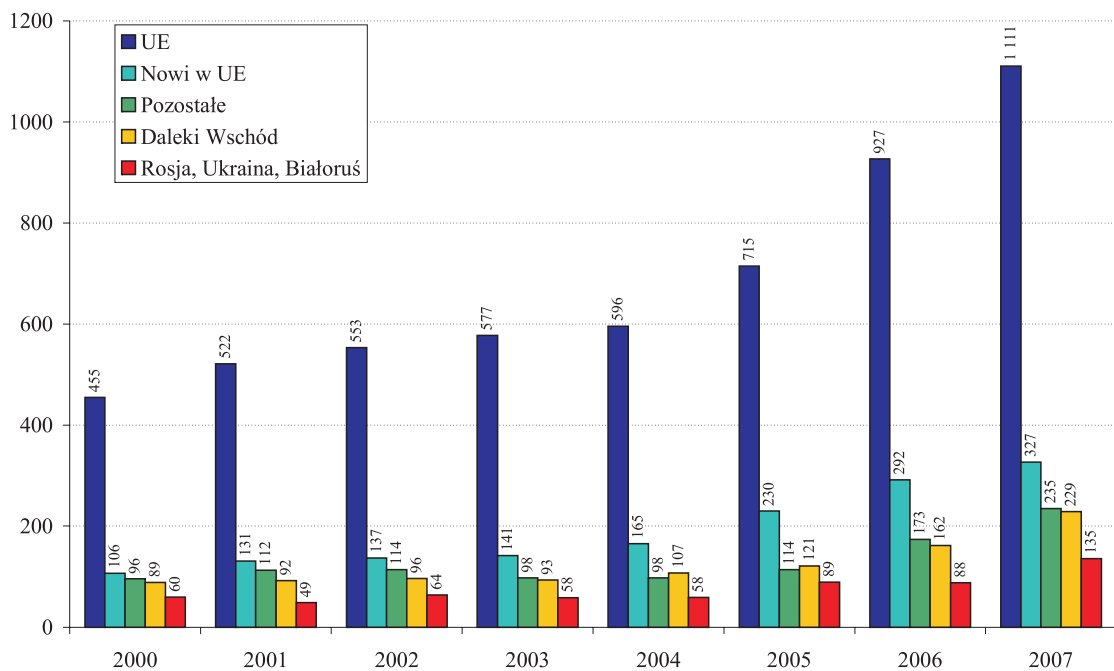
**Wykres 44: Struktura importu województwa małopolskiego w latach 2000-2007 według grup krajów (%)**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS



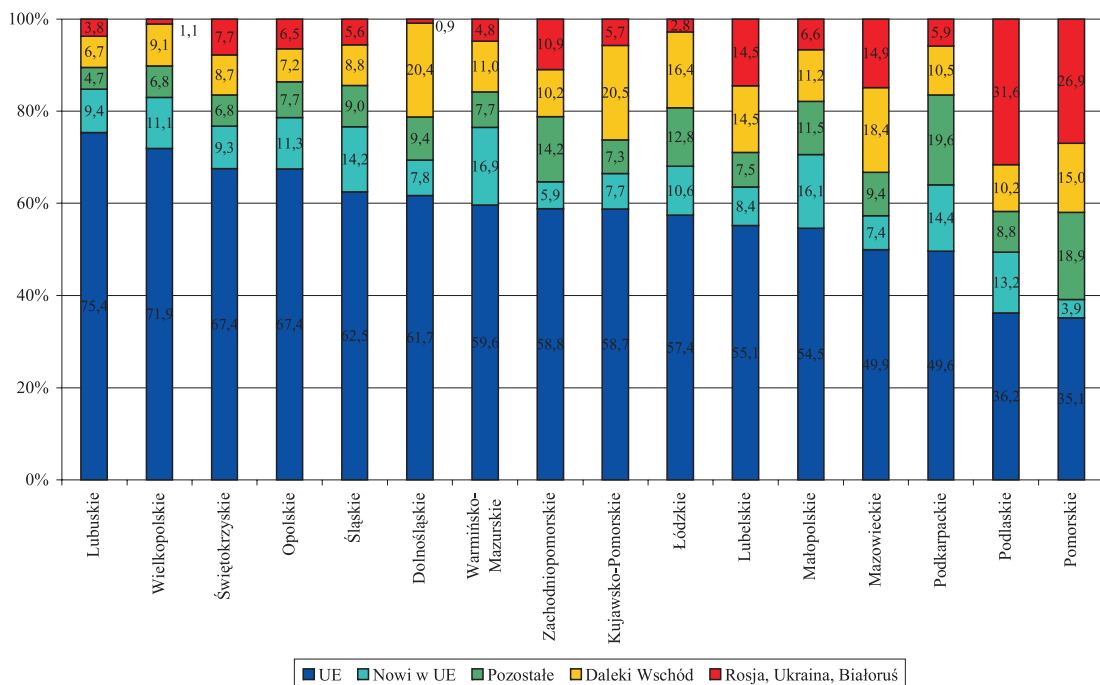
**Wykres 45: Import województwa małopolskiego w podziale na grupy krajów, w latach 2000-2007, mln EUR**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS



**Wykres 46: Wartość importu per capita Małopolski (EUR) w latach 2000-2007 w podziale na grupy krajów**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS



**Wykres 47: Struktura importu w roku 2007 (w procentach) w podziale na grupy krajów, porównanie Małopolski z innymi województwami**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

W tabeli A5 w aneksie statystycznym przedstawiono listę najważniejszych produktów importowanych przez Małopolskę. Jak widać z zestawienia, największy udział w imporcie ma aluminium i wyroby z aluminium (9,4%; 626 mln euro). Na drugim miejscu znalazły się produkty rafinacji ropy naftowej (9,2%; 617 mln euro), które importowane są zwłaszcza z Słowacji, Niemiec i Rosji. 6,4% za całości importu przypada na żeliwo, stal i żelazostopy. Udział żadnej z pozostałych grup produktowych w imporcie nie przekracza 5%. Wskazać należy na zmiany, jakie zaszły na liście rankingowej najw. produktów w imporcie między rokiem 2006 a 2007. O 6 pozycji „w górę” przesunęły się pojazdy samochodowe. O 5 maszyny ogólnego przeznaczenia, o 8 pozycji maszyny dla górnictwa i budownictwa, o 4 komputery. O 3 pozycje „w dół” przesunęły się papier i tektura, o 4 wyroby metalowe gotowe pozostałe, a także maszyny specjalnego przeznaczenia, o 5 pozycji tkaniny i o 6 pozycji wyroby tytoniowe.

Import Małopolski pochodzi przede wszystkim z krajów UE (54,5%). Drugim ważnym dostawcą są nowe kraje członkowskie UE (16,1%). Warto przy tym zauważyć, że od 2003 roku rola krajów UE w imporcie Małopolski maleje, od 2005 roku maleje też udział nowych krajów członkowskich UE. Rośnie zatem udział pozostałych grup krajów. Udziały Dalekiego Wschodu oraz „pozostałych krajów” w roku 2007 były zbliżone do poziomów z roku 2000.

W okresie 2000-2007 wartość importu pochodzącego z każdej z analizowanych grup krajów wzrosła. W 2007 roku import z UE wyniósł 3,6 mld euro, z nowych krajów członkowskich UE 1 mld euro, z „pozostałych krajów” 0,77 mld euro, z Dalekiego Wschodu 0,75 mld euro. Najmniejszy był z Rosji, Ukrainy i Białorusi (0,4 mld euro).

Proporcje udziałów poszczególnych rynków w imporcie najbardziej widoczne są przy

porównaniu wartości importu *per capita* pochodzącego z tych rynków. Na wykresie 46 widać wyraźną asymetrię, pojawiającą się między grupami krajów, z których pochodzi import Małopolski. Z kierunku „stara” UE osiąga on wartość 1111 euro, w porównaniu do 327 euro z krajów „nowej” UE. Najniższy poziom importu *per capita* rejestrowany jest w ralicjach z Rosją, Ukrainą i Białorusią.

Mimo, że „stara” Unia jest dla Małopolski najpoważniejszym dostawcą produktów (54,5% w 2007 roku), to znaczenie tego ugrupowania (mierzone udziałem w wartości importu) jest w porównaniu do innych województw mniejsze.

Wykres 47 przedstawia strukturę importu polskich regionów w roku 2007 (w procentach) w podziale na grupy krajów. Można stwierdzić, że dla Małopolski charakterystyczny jest relatywnie niski udział UE, wysoki udział nowych krajów członkowskich. Udziały pozostałych grup krajów – na tle pozostałych województw – plasują się na średnim poziomie.

## Rekapitulacja

Małopolska jest też ważnym importerem (6. pozycja w Polsce). Import województwa – w przeliczeniu na jednego mieszkańca – w 2007 roku wyniósł ponad 2 tys. EUR.

Firmy z woj. małopolskiego importują przede wszystkim z Niemiec (24,5% importu województwa ogółem). Pozostali ważni partnerzy w imporcie to: Słowacja, Włochy, Chiny, Francja, Rosja, Czechy, Niderlandy, Hiszpania, W. Brytania oraz Austria i Belgia. Najważniejsze produkty w imporcie to: aluminium i wyroby z aluminium, produkty rafinacji ropy naftowej, żeliwo, stal i żelazostopy oraz wyroby z miedzi. Najpoważniejszym dostawcą importu do województwa są kraje Unii Europejskiej, jednak ich przewaga nad innymi grupami krajów maleje.



## 11. Specyfika handlu zagranicznego Małopolski z krajami Europy Środkowo-Wschodniej

W porównaniu z pozostałymi województwami, Małopolskę charakteryzują intensywne relacje handlowe z krajami Europy Środkowej i Wschodniej<sup>11</sup>. Wartość eksportu Małopolski do tych krajów w latach 2000-2007 wzrosła z 423 mln euro do ponad 1,7 mld euro. W latach 2000-2004 udział Europy Środkowo-Wschodniej w eksporcie Małopolski wzrósł z 26% do 30%, następnie do 2007 roku uległ nieznacznemu spadkowi do 28,6%. Podobny trend obserwujemy analizując udział tych krajów w sumie eksportu i importu województwa: wzrost z poziomu 22,7% w roku 2000 do 27,2% w 2005, i spadek do 25,5 w roku 2007.

Saldo obrotów handlowych Małopolski z krajami Europy Środkowo-Wschodniej w latach 2000-2007 ulegało wyraźnym zmianom. W roku 2000 i 2001 było ujemne, natomiast w latach 2002-2007 dodatnie, przy czym rok 2007 przyniósł spadek wartości salda do poziomu 197 mln euro.

Najpoważniejszym rynkiem zbytu małopolskich produktów wśród grupy krajów

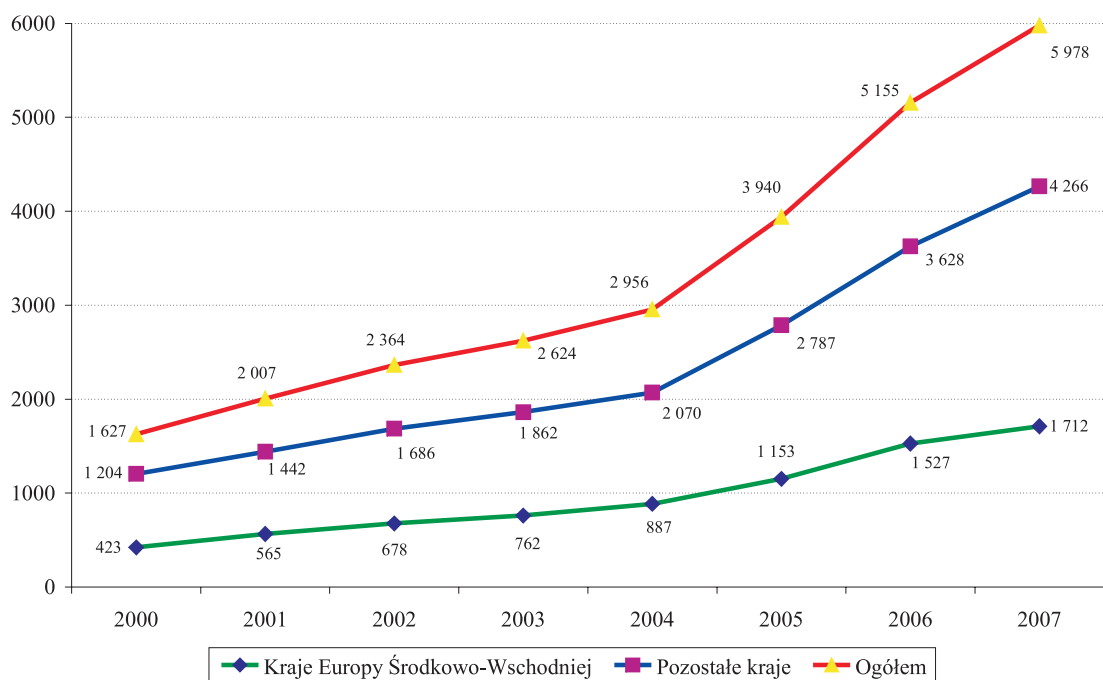
Europy Środkowo-Wschodniej są Czechy, do których trafia 20,1% eksportu skierowanego do tej grupy państw (2007). Udział tego kraju w eksporcie Małopolski jest zaskakująco stabilny. W roku 2000 kształtował się na poziomie 20%.

Drugim, pod względem znaczenia partnerem są Węgry, które w 2007 roku importowały towary o wartości 239,1 mln euro. Warto zwrócić uwagę, że udział Węgier w obrotach eksportowych na rynki Europy Środkowej i Wschodniej zwiększył się z 10% w 2000 roku do 14% w 2007 roku, a wartość eksportu istotnie wzrosła.

Z 17% do 12,1% zmniejszył się udział Ukrainy. Mimo obiektywnych trudności, o których już wspomiano, zwiększa się sprzedaż towarów na rynek rosyjski (z 40,4 mln euro w 2000 roku do 188,2 mln euro w 2007 roku), przy minimalnym wzroście udziału (z 9,6% do 11,0%).

Z punktu widzenia znaczenia eksportu, mniejsze znaczenie mają dwie republiki nadbałtyckie Łotwa i Estonia. Można to tłumaczyć ich niewielką chłonnością rynków, chociaż Litwa – kraj posiadający również

<sup>11</sup> Lista krajów zaliczonych do Europy Środkowo-Wschodniej podana została w tabeli 20.

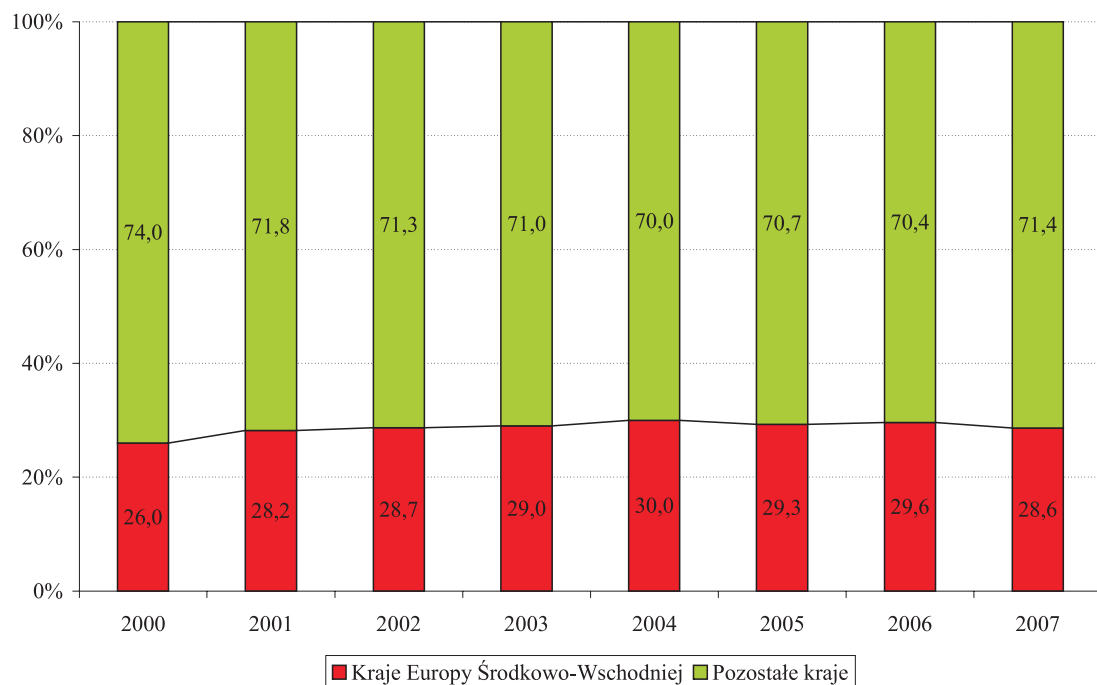


**Wykres 48: Eksport Małopolski w podziale na kraje Europy Środkowo-Wschodniej oraz pozostałe (mln EUR) w latach 2000-2007**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

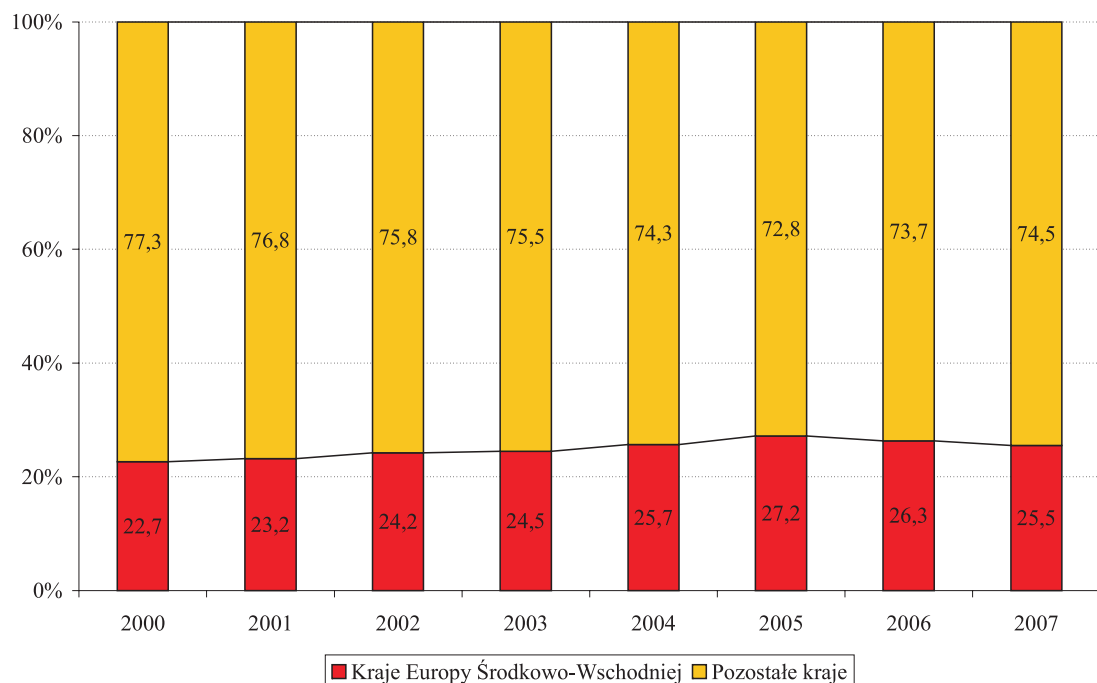
niewielką liczbę ludności – w 2007 roku zakupił w Małopolsce produkty na kwotę ponad czterokrotnie wyższą niż Łotwa i ponad pięciokrotnie wyższą niż Estonia.

W 2007 roku (podobnie jak w latach 2003 – 2007) najmniej eksportowano na Białoruś.



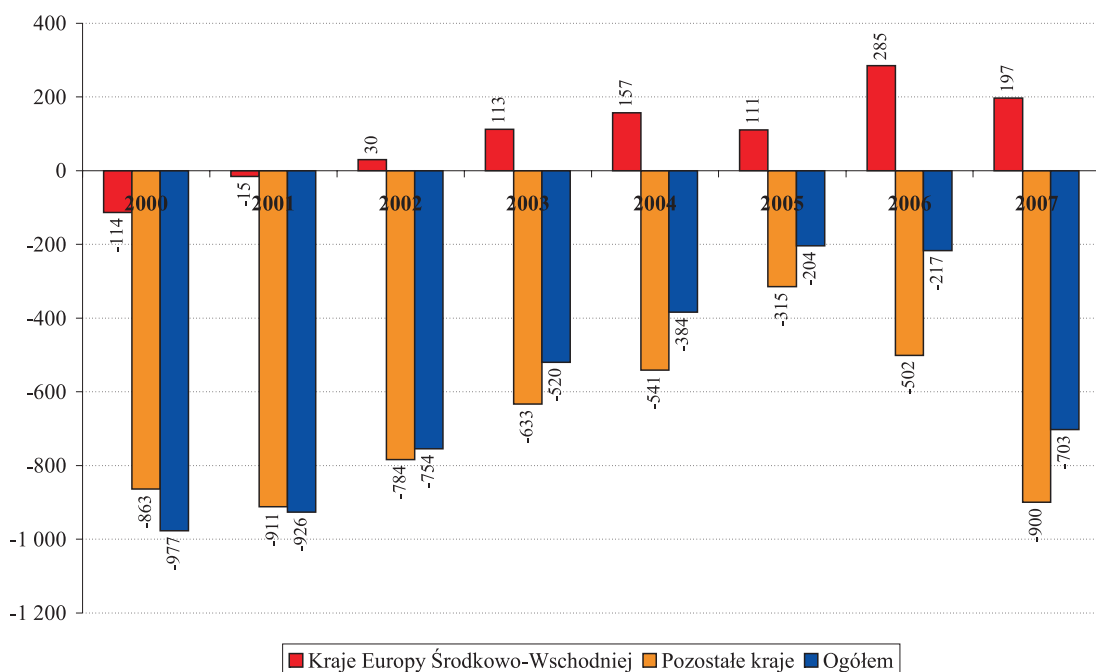
**Wykres 49: Udział krajów Europy Środkowo-Wschodniej w eksporcie Małopolski w latach 2000-2007**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS



**Wykres 50: Udział krajów Europy Środkowo-Wschodniej w sumie eksportu i importu Małopolski w latach 2000-2007**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS



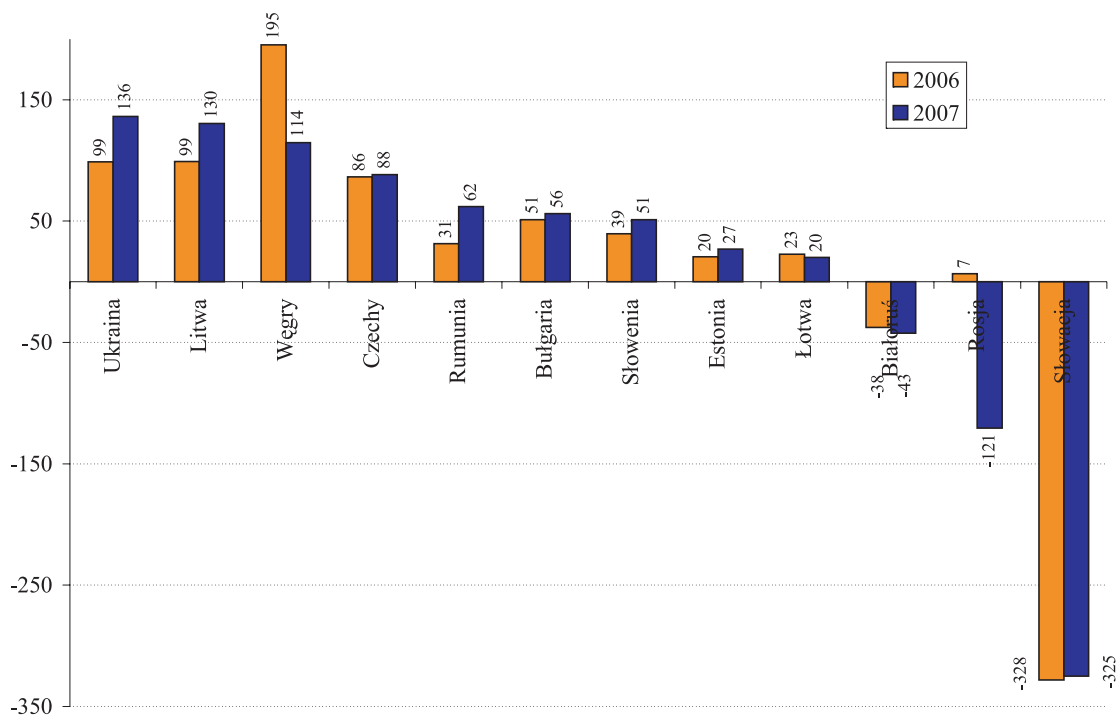
**Wykres 51: Saldo obrotów handlowych Małopolski w podziale na kraje Europy Środkowo-Wschodniej oraz pozostałe kraje (mln EUR) w latach 2000-2007**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

**Tabela 20: Wartość oraz struktura eksportu Małopolski do krajów Europy Środkowo-Wschodniej w latach 2000-2007**

	2000		2004		2005		2006		2007		Zmiana 2007-2006 mln EUR
	mln EUR	%	mln EUR	%	mln EUR	%	mln EUR	%	mln EUR	%	
Czechy	84,6	20,0	166,2	18,7	198,8	17,2	307,7	20,1	343,8	20,1	36,1
Węgry	42,3	10,0	135,8	15,3	219,7	19,1	274,7	18,0	239,1	14,0	-35,6
Słowacja	63,3	15,0	121,9	13,7	163,5	14,2	208,7	13,7	235,3	13,7	26,6
Ukraina	71,7	17,0	120,2	13,6	139,8	12,1	167,4	11,0	207,8	12,1	40,5
Rosja	40,4	9,6	151,0	17,0	167,2	14,5	172,6	11,3	188,2	11,0	15,7
Litwa	44,0	10,4	51,3	5,8	51,8	4,5	111,9	7,3	147,2	8,6	35,2
Rumunia	34,5	8,2	48,9	5,5	76,7	6,7	101,1	6,6	130,0	7,6	29,0
Bułgaria	8,0	1,9	17,3	2,0	29,6	2,6	68,2	4,5	71,6	4,2	3,4
Słowenia	16,2	3,8	30,2	3,4	42,9	3,7	50,5	3,3	65,5	3,8	14,9
Łotwa	11,3	2,7	14,1	1,6	23,8	2,1	26,8	1,8	34,4	2,0	7,6
Estonia	3,0	0,7	19,1	2,2	25,5	2,2	22,5	1,5	28,7	1,7	6,3
Białoruś	3,8	0,9	10,7	1,2	13,7	1,2	15,4	1,0	20,5	1,2	5,1
Ogółem	422,9	100	886,7	100	1153,1	100	1527,3	100	1712,1	100	184,7

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS



**Wykres 52: Saldo obrotów handlu zagranicznego Małopolski z krajami Europy Środkowo-Wschodniej w roku 2006 oraz 2007 (mln EUR)**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Struktura produktowa małopolskiego eksportu, kierowanego do Europy Środkowej i Wschodniej nie odbiega znacząco od tego, co zakupywane jest przez inne kraje. Najważniejszym towarem eksportowym, podobnie jak w przypadku innych rynków, są druty i przewody izolowane, na które przypada 8,1% eksportu. Drugie miejsce zajmuje aluminium i wyroby z aluminium, trzecie wyroby tytoniowe. Bardzo poważna zmiana na liście produktów eksportowanych przez Małopolskę do krajów Europy Środkowo-Wschodniej między 2006 a 2007 rokiem dotyczy pojazdów samochodowych. W 2006 roku produkty te znajdowały się na 53. pozycji listy, natomiast w 2007 roku na 4. Z 4. na 8. pozycję przesunęły się natomiast części i akcesoria do pojazdów samochodowych i silników. Eksport pojazdów samochodowych wzrósł między 2006 a 2007 rokiem o ponad 53 mln euro (tabela A6 w aneksie statystycznym).

Saldo wymiany z krajami Europy Środkowej i Wschodniej przedstawiono na wykresie 52. W 2007 roku najpoważniejsza nadwyżka

powstała w handlu z Ukrainą (136 mln euro), Litwą (130 mln euro), oraz Węgrami (114 mln euro), przy czym saldo obrotów z tym krajem w porównaniu z rokiem poprzednim uległo redukcji. Największe, ujemne saldo generowane jest natomiast w handlu ze Słowacją, i (znacznie mniejsze) z Rosją.

### Rekapitulacja

Ze względu na położenie geograficzne, dla firm z woj. małopolskiego kraje Europy Środkowo-Wschodniej są ważnym partnerem handlowym. Szczególna jest rola takich krajów jak Czechy, Węgry, Słowacja i Ukraina. Najważniejsze grupy produktów eksportowane przez województwo do krajów Europy Środkowo-Wschodniej to: druty i przewody izolowane, aluminium i wyroby z aluminium, wyroby tytoniowe, pojazdy samochodowe, żeliwo, stal i żelazostopy. Od 2002 roku w handlu krajami Europy Śr.-Wschodniej rejestrowana jest nadwyżka eksportu nad importem.

## 12. Specyfika handlu zagranicznego Małopolski z krajami Dalekiego Wschodu

Handel zagraniczny z krajami Dalekiego Wschodu zasługuje na bardziej szczegółową analizę. Jest to uzasadnione ze względu na to, że rynki te – po pierwsze ze względu na swoją wielkość – mogą perspektywicznie okazać się obiecujące i „wchłonać” wiele eksportowanych przez firmy z województwa małopolskiego towarów. Po drugie, Daleki Wschód jest poważnym konkurentem dla polskich producentów, a import województwa z tego obszaru rośnie.

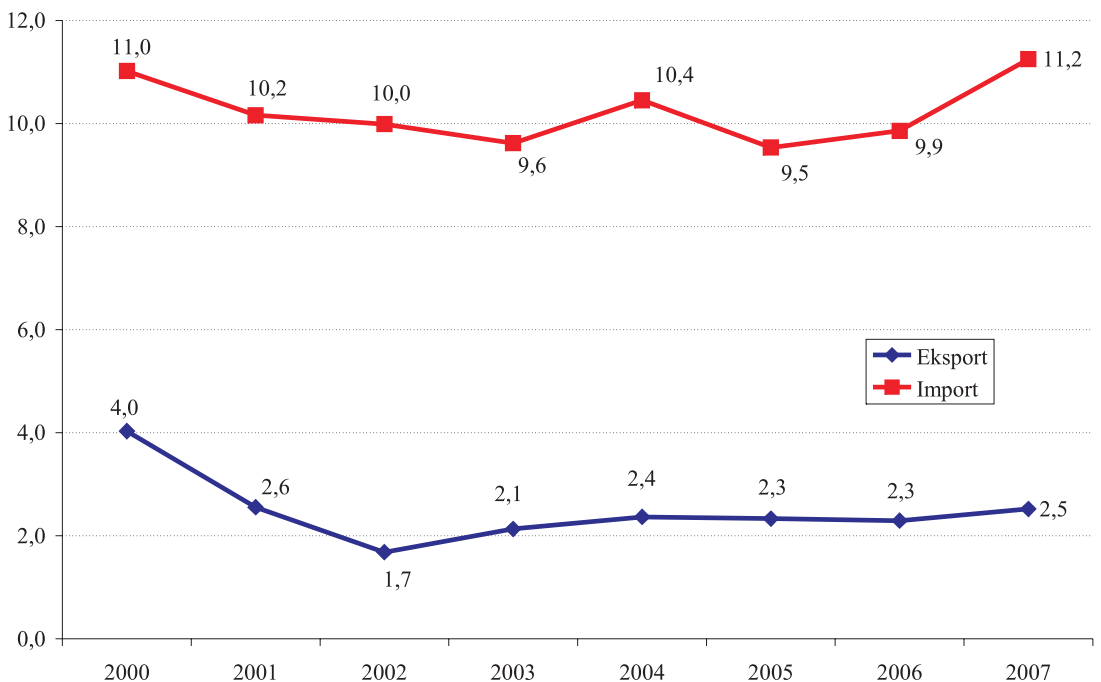
Udział krajów Dalekiego Wschodu w eksporcie Małopolski w latach 2000-2007 nie był znaczący. Zmniejszył się on z 4% w 2000 roku do 2,5% w roku 2007. W ujęciu wartościowym eksport w tym okresie zwiększył się z 65,6 mln euro w 2000 roku do 150,7 mln euro w 2007 roku. Większe znaczenie kraje Dalekiego Wschodu mają w imporcie województwa. W 2000 i 2007 roku udział ten był prawie identyczny i wynosił 11%. W latach 2005-2007 obserwujemy trend nieznacznego wzrostu roli krajów Dalekiego Wschodu w imporcie Małopolski.

W handlu z Dalekim Wschodem od 2000 roku Małopolska odnotowuje pogarszanie

się bilansu obrotów. W 2007 roku ujemne saldo wyniosło -600,7 mln euro. Warto zwrócić uwagę na to, że eksport Małopolski na rynki tych krajów pozostaje na niskim poziomie (150,7 mln euro w roku 2007), natomiast dynamika wzrostu importu jest bardzo wysoka. Bardzo prawdopodobne jest pogłębienie się nierównowagi w kolejnych latach.

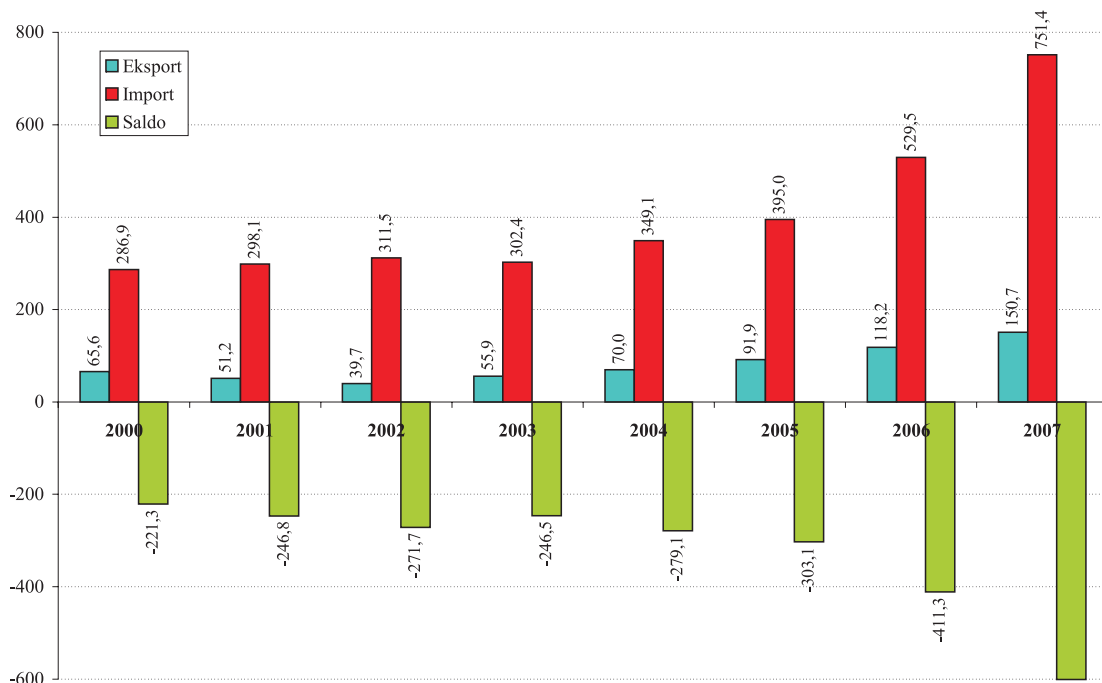
Na liście najważniejszych krajów-partnerów handlowych z Dalekiego Wschodu do których kierowany jest eksport Małopolski w 2007 roku znalazło się 12 krajów. Na liście uwzględniono kraje, których udział jest równy lub większy 1%. Zwraca uwagę poważna zmiana roli Chin, z 6. pozycji w roku 2000 na pozycję 1. Udział tego kraju w eksporcie Małopolski na Daleki Wschód wynosi blisko 53%. Na drugim miejscu znalazła się Republika Korei (8,9%), następnie Tajwan (6,2%), Kazachstan (5,4%) i Japonia (5,3%). Pozostałe kraje odgrywają mniejszą rolę.

Rola Chin jest także bardzo duża w imporcie Małopolski. Import z tego kraju w 2007 roku wyniósł 429 mln euro, co stanowiło ponad 57% całości importu województwa



**Wykres 53: Udział krajów Dalekiego Wschodu w eksporcie oraz imporcie Małopolski w latach 2000-2007 (%)**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS



**Wykres 54: Eksport, import oraz saldo obrotów handlowych Małopolski z krajami Dalekiego Wschodu w latach 2000-2007 (mln EUR)**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

**Tabela 21: Lista najważniejszych krajów Dalekiego Wschodu w eksporcie Małopolski (mln EUR oraz %) w latach 2000-2007**

	2000			2005		2006		2007			Zmiana pozycji 2000-2007
	mln EUR	%	Ranga	mln EUR	%	mln EUR	%	mln EUR	%	Ranga	
Ogółem	65,6	100		91,9	100	118,2	100	150,7	100		
Chiny	4,4	6,7	6	49,1	53,4	61,4	52,0	79,7	52,9	1	5
Republika Korei	8,3	12,6	4	4,6	5,0	9,0	7,6	13,4	8,9	2	2
Tajwan	13,6	20,8	1	6,1	6,6	5,2	4,4	9,4	6,2	3	-2
Kazachstan	8,4	12,8	3	5,6	6,1	4,5	3,8	8,2	5,4	4	-1
Japonia	13,4	20,4	2	7,5	8,2	10,3	8,7	7,9	5,3	5	-3
Sri Lanka	0,6	1,0	11	2,4	2,6	3,6	3,1	6,8	4,5	6	5
Malezja	1,3	2,0	9	1,2	1,3	1,7	1,4	5,8	3,9	7	2
Hongkong	0,5	0,8	12	3,3	3,6	3,4	2,9	4,8	3,2	8	4
Wietnam	0,0	0,0	18	0,3	0,3	6,5	5,5	4,6	3,0	9	9
India	5,8	8,8	5	2,4	2,6	4,0	3,4	2,9	1,9	10	-5
Turkmenistan	0,9	1,4	10	2,8	3,0	2,3	1,9	2,7	1,8	11	-1
Indonezja	3,5	5,3	8	3,5	3,8	1,7	1,5	1,5	1,0	12	-4
Pozostałe kraje	4,9	7,4		3,2	3,5	4,4	3,7	3,1	2,0		

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

z krajów Dalekiego Wschodu. Należy zwrócić uwagę na wysoką dynamikę importu z tego kraju. Import znacznej wartości w 2007 roku odnotowany został też z Japonii, Tajwanu i Kazachstanu.

Jak wiadomo, Chiny są obecnie bardzo dynamicznie rozwijającym się krajem, a jednym z podstawowych motorów wzrostu gospodarczego jest agresywny wzrost eksportu. Kraj ten wykorzystuje przede wszystkim niższe koszty pracy i „zalewa” wręcz rynki światowe tańszymi produktami. Strategia eksportowa wykorzystuje wszystkie legalne, a czasem i nielegalne (dumping)

metody. Z tego względu znacząca obecność Chin w handlu Małopolski nie jest zjawiskiem nietypowym, a raczej potwierdzeniem zdolności tego kraju do zwiększania eksportu w wielu regionach świata.

Jak już wcześniej wspomiano, w wymianie handlowej z Dalekim Wschodem Małopolska odnotowuje deficyt. Największe ujemne saldo powstaje w handlu z Chinami. W 2007 roku wynosiło ono -349,3 mln euro. Warto zauważyć, że od 2000 roku deficyt w wymianie z tym krajem systematycznie się pogłębiał (w 2000 roku kształtował się na poziomie -104,4 mln euro).

**Tabela 22: Lista najważniejszych krajów Dalekiego Wschodu w imporcie Małopolski (mln EUR oraz %) w latach 2000-2007**

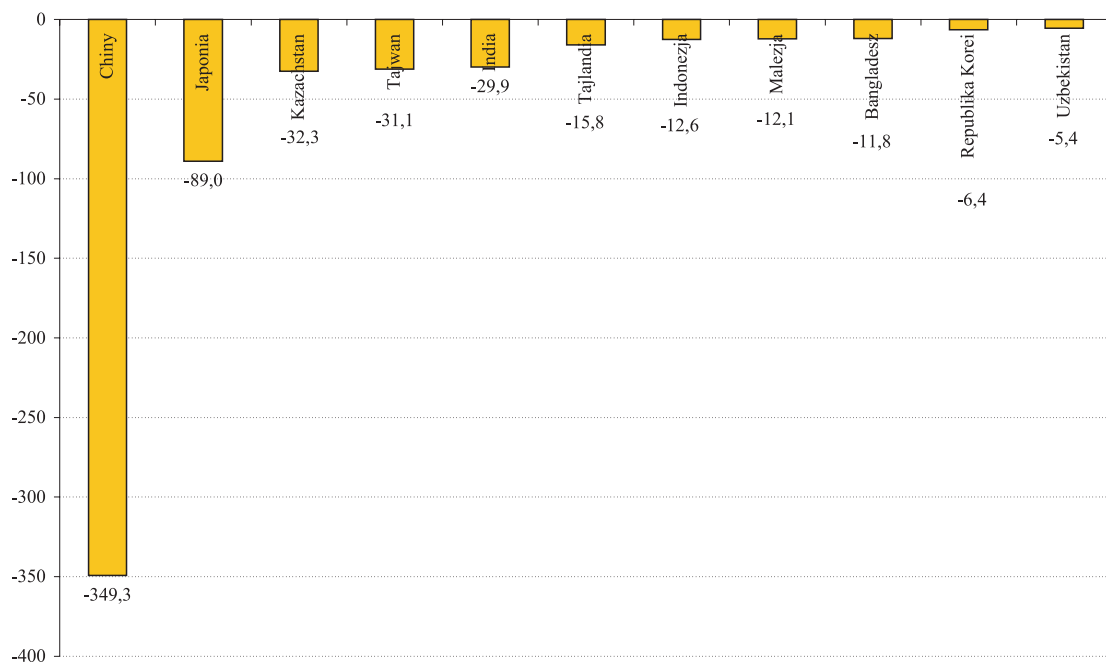
	2000			2005		2006		2007		
	mln EUR	%	Ranga	mln EUR	%	mln EUR	%	mln EUR	%	Ranga
Ogółem	286,9	100,0		395,0	100,0	529,5	100,0	751,4	100,0	
Chiny	108,8	37,9	1	194,7	49,3	280,3	52,9	429,0	57,1	1
Japonia	42,2	14,7	2	60,3	15,3	76,8	14,5	96,9	12,9	2
Tajwan	39,8	13,9	3	26,8	6,8	29,2	5,5	40,5	5,4	3
Kazachstan	24,8	8,6	4	38,2	9,7	40,2	7,6	40,5	5,4	4
India	10,3	3,6	7	17,6	4,5	23,3	4,4	32,8	4,4	5
Rep. Korei	15,7	5,5	6	12,3	3,1	14,9	2,8	19,8	2,6	6
Malezja	20,0	7,0	5	7,0	1,8	12,4	2,3	17,9	2,4	7
Tajlandia	6,2	2,2	9	11,2	2,8	12,9	2,4	17,3	2,3	8
Indonezja	6,2	2,2	8	8,4	2,1	10,3	1,9	14,1	1,9	9
Bangladesz	0,7	0,2	15	5,6	1,4	8,9	1,7	12,3	1,6	10
Hongkong	1,0	0,4	13	3,6	0,9	7,2	1,4	8,4	1,1	11
Wietnam	2,1	0,7	11	3,0	0,7	3,7	0,7	6,9	0,9	12
Uzbekistan	1,2	0,4	12	2,3	0,6	3,5	0,7	5,6	0,7	13
Filipiny	6,2	2,2	10	1,8	0,4	1,9	0,4	3,4	0,5	14
Sri Lanka	0,2	0,1	17	0,3	0,1	0,5	0,1	2,3	0,3	15
Tadżykistan	0,6	0,2	16	1,5	0,4	2,8	0,5	2,2	0,3	16
Pozostałe kraje	0,9	0,3	14	0,7	0,2	0,9	0,2	1,4	0,2	17

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

**Tabela 23: Saldo obrotów handlowych Małopolski z wybranymi krajami Dalekiego Wschodu w latach 2000-2007 (mln EUR)**

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Ogółem	-221,3	-246,8	-271,7	-246,5	-279,1	-303,1	-411,3	-600,7
Chiny	-104,4	-96,7	-121,5	-125,0	-144,8	-145,7	-218,9	-349,3
Japonia	-28,8	-37,1	-41,2	-36,6	-34,0	-52,7	-66,5	-89,0
Kazachstan	-16,4	-24,9	-14,2	-7,1	-25,3	-32,5	-35,7	-32,3
Tajwan	-26,2	-35,7	-32,1	-25,8	-28,2	-20,7	-23,9	-31,1
India	-4,5	-6,6	-9,5	-10,6	-10,3	-15,2	-19,2	-29,9
Tajlandia	-2,2	-2,5	-7,7	-4,3	-5,9	-9,1	-9,6	-15,8
Indonezja	-2,7	-5,0	-5,0	-5,1	-5,8	-4,8	-8,5	-12,6
Malezja	-18,7	-17,4	-15,2	-13,6	-12,5	-5,8	-10,7	-12,1
Bangladesz	-0,7	-0,5	-0,7	-1,2	-3,7	-5,6	-8,7	-11,8
Republika Korei	-7,4	-10,9	-15,3	-8,9	-8,8	-7,8	-5,9	-6,4
Uzbekistan	-0,9	-0,4	-1,0	-1,4	-0,6	-1,8	-3,3	-5,4
Hongkong	-0,5	0,2	0,0	0,4	0,1	-0,3	-3,8	-3,6
Filipiny	-6,2	-4,0	-2,5	-3,3	-2,3	-1,7	-1,8	-3,3
Wietnam	-2,1	-2,7	-2,5	-1,7	-2,7	-2,7	2,8	-2,4
Tadżykistan	-0,6	-3,2	-4,0	-3,2	-1,9	-1,5	-2,8	-2,2

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS



**Wykres 55: Saldo obrotów handlowych Małopolski z wybranymi krajami Dalekiego Wschodu w roku 2007 (mln EUR)**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS



**Tabela 24: Najważniejsze produkty w eksporcie Małopolski do krajów Dalekiego Wschodu w roku 2006 i 2007 (mln EUR)**

	2006		2007	
	mln EUR	%	mln EUR	%
Ogółem	118,2	100,0	150,7	100,0
Chemikalia organiczne podstawowe, pozostałe	39,4	33,3	43,0	28,5
Rudy metali nieżelaznych, z wyłączeniem rud uranu i toru	10,0	8,5	26,7	17,7
Żeliwo, stal i żelazostopy	3,1	2,6	11,7	7,8
Druty i przewody izolowane	5,7	4,8	7,8	5,2
Wyr. płaskie walcowane na zimno, o szerokości < 600 mm	4,9	4,1	6,1	4,0
Urządzenia chłodnicze i wentylacyjne, z wyłączeniem urządzeń przeznaczonych dla gospodarstw domowych	4,9	4,1	4,8	3,2
Mięso z drobiu i królików, świeże i zakonserwowane	6,4	5,4	4,8	3,2
Wyroby z miedzi	6,0	5,0	4,6	3,0
Skóry wyprawione	3,6	3,0	3,9	2,6
Kauczuk syntetyczny w formach podstawowych	2,8	2,3	3,1	2,0
Meble pozostałe	2,2	1,9	2,6	1,8
Wyroby włókiennicze pozostałe	0,9	0,8	2,3	1,5
Instrumenty i przyrządy pomiarowe, kontrolne, nawigacyjne i podobne instrumenty i przyrządy	0,5	0,4	2,2	1,5
Tworzywa sztuczne w formach podstawowych	4,5	3,8	2,0	1,4
Kurki i zawory	0,8	0,7	2,0	1,3
Maszyny ogólnego przeznaczenia pozostałe	1,0	0,8	2,0	1,3
Silniki elektryczne, prądnice i transformatory	1,3	1,1	1,9	1,2
Wyroby ceramiczne ogniotrwałe	1,1	0,9	1,8	1,2
Statki powietrzne i kosmiczne	1,8	1,5	1,7	1,2
Pozostałe	17,5	14,8	15,8	10,5

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Skalę ujemnego salda w handlu Małopolski z Chinami czytelnie widać na wykresie 55. Jest ono wyższe niż powstające w handlu z wszystkimi innymi krajami Dalekiego Wschodu łącznie.

Głównym produktem eksportowanym z Małopolski na rynki krajów Dalekiego Wschodu są chemikalia organiczne podstawowe (28,5% wartości eksportu ogółem). Na liście najważniejszych produktów (z punktu widzenia wartości eksportu) kierowanego na rynki Dalekiego Wschodu, znajdują się też: rudy metali nieżelaznych, żeliwo, stal

i żelazostopy, druty i przewody izolowane, wyroby płaskie walcowane na zimno, urządzenia chłodnicze i wentylacyjne, mięso z drobiu i królików, wyroby z miedzi, skóry wyprawione, kauczuk syntetyczny. Pozostały eksport jest bardziej rozproszony.

W tabeli 25 przedstawiono najważniejsze produkty importowane z Dalekiego Wschodu. Listę otwierają kurki i zawory. Drugą pozycję zajmują produkty rafinacji ropy naftowej. Ważne są także komputery oraz pojazdy samochodowe.

**Tabela 25: Lista najważniejszych produktów w imporcie Małopolski z krajów Dalekiego Wschodu w roku 2006 i 2007 oraz saldo wymiany tymi produktami**

	2006		2007		
	import		import		saldo
	mln EUR	%	mln EUR	%	mln EUR
Ogółem	529,5	100,0	751,4	100,0	-600,7
Kurki i zawory	33,0	6,2	45,5	6,1	-43,5
Produkty rafinacji ropy naftowej	38,8	7,3	41,1	5,5	-41,0
Komputery i pozostałe urządzenia do przetwarzania informacji	22,0	4,2	32,1	4,3	-31,8
Pojazdy samochodowe	21,4	4,0	30,9	4,1	-30,7
Urządzenia nadawcze telewizyjne i radiowe, urządzenia i aparaty dla telefonii i telegrafii przewodowej	25,5	4,8	28,1	3,7	-28,0
Ubiory wierzchnie pozostałe	19,1	3,6	27,5	3,7	-27,5
Odbiorniki telewizyjne i radiowe, urządzenia do rejestracji i odtwarzania dźwięku i obrazu oraz akcesoria do nich	10,1	1,9	24,3	3,2	-24,1
Obuwie	17,3	3,3	21,7	2,9	-21,6
Bielizna	11,4	2,1	19,9	2,7	-19,8
Wyroby metalowe gotowe pozostałe	9,6	1,8	16,4	2,2	-16,1
Tworzywa sztuczne w formach podstawowych	2,3	0,4	15,1	2,0	-13,0
Żeliwo, stal i żelazostopy	12,6	2,4	15,0	2,0	-3,3
Lampy elektronowe i pozostałe elementy elektroniczne	9,1	1,7	14,2	1,9	-14,2
Wyroby pozostałe, gdzie indziej niesklasyfikowane	10,2	1,9	13,6	1,8	-13,5
Maszyny specjalnego przeznaczenia pozostałe	8,5	1,6	13,5	1,8	-12,4
Odzież i dodatki odzieżowe pozostałe	7,4	1,4	12,8	1,7	-12,8
Wyroby płaskie walcowane na zimno, o szerokości < 600 mm	8,1	1,5	12,8	1,7	-6,7
Nośniki informacji niezapisane, gotowe	8,8	1,7	11,8	1,6	-11,8
Pulowery, swetry i podobne wyroby dziane	7,1	1,3	10,8	1,4	-10,8
Części i akcesoria do pojazdów samochodowych i ich silników	6,7	1,3	10,5	1,4	-9,8
Wyroby z gumy, pozostałe	8,1	1,5	10,1	1,3	-10,0
Elementy złączne, śruby i wkręty, łańcuchy i sprężyny	7,8	1,5	9,7	1,3	-9,7
Gry i zabawki	8,9	1,7	9,6	1,3	-9,6
Sprzęt gospodarstwa domowego, elektryczny	6,8	1,3	9,2	1,2	-9,0
Wyroby kaletnicze i rymarskie	7,4	1,4	9,0	1,2	-9,0
Wyroby z tworzyw sztucznych, pozostałe	6,1	1,2	9,0	1,2	-8,8
Chemikalia organiczne podstawowe, pozostałe	9,2	1,7	9,0	1,2	34,0
Owoce i warzywa przetworzone i zakonserwowane, gdzie indziej niesklasyfikowane	6,8	1,3	8,8	1,2	-8,8

Zamki i zawiasy	4,1	0,8	8,7	1,2	-8,6
Surowce górnictwa pozostałe	4,7	0,9	8,4	1,1	-8,4
Tkaniny	4,2	0,8	8,1	1,1	-8,1
Zboża, ziemniaki, rośliny przemysłowe i surowce rolnictwa pozostałe	7,2	1,4	7,7	1,0	-7,5
Urządzenia dźwigowe i chwytaki	4,8	0,9	7,4	1,0	-7,0
Pozostałe	154,6	29,2	218,7	29,1	-137,7

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

**Tabela 26: Najważniejsze produkty w eksporcie Małopolski do Chin w 2006 i 2007 roku (mln EUR)**

	2006		2007	
	mln EUR	%	mln EUR	%
Ogółem	61,4	100,0	79,7	100,0
Chemikalia organiczne podstawowe	32,7	53,3	34,6	43,4
Rudy metali nieżelaznych, z wyłączeniem rud uranu i toru	10,0	16,3	26,7	33,5
Wyroby z miedzi	5,1	8,4	4,6	5,7
Tworzywa sztuczne w formach podstawowych	4,5	7,3	2,0	2,5
Silniki elektryczne, prądnice i transformatory	0,7	1,1	1,3	1,7
Druty i przewody izolowane	2,4	3,9	1,1	1,3
Instrumenty i przyrządy pomiarowe, kontrolne, nawigacyjne i podobne instrumenty i przyrządy	0,1	0,1	1,1	1,3
Żeliwo, stal i żelazostopy	1,1	1,8	1,0	1,3
Urządzenia chłodnicze i wentylacyjne, z wyłączeniem urządzeń przeznaczonych dla gospodarstw domowych	0,6	0,9	0,9	1,1
Kurki i zawory	0,2	0,3	0,8	1,1
Wyroby ceramiczne ogniotrwałe	0,6	0,9	0,8	1,0
Mięso z drobiu i królików, świeże i zakonserwowane	0,5	0,8	0,7	0,9
Maszyny ogólnego przeznaczenia pozostałe	0,7	1,1	0,7	0,9
Kauczuk syntetyczny w formach podstawowych	0,2	0,4	0,5	0,6
Narzędzia mechaniczne do obróbki metali, pozostałe	0,2	0,4	0,4	0,6
Części i akcesoria do pojazdów samochodowych i ich silników	0,3	0,5	0,4	0,5
Pozostałe	1,7	2,7	2,0	2,5

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

**Tabela 27: Najważniejsze produkty w imporcie Małopolski z Chin w 2006 i 2007 roku (mln EUR)**

	2006		2007		
	import		import		saldo
	mln EUR	%	mln EUR	%	mln EUR
Ogółem	280,3	100,0	429,0	100,0	-349,3
Kurki i zawory	32,8	11,7	44,9	10,5	-44,1
Ubiory wierzchnie pozostałe	12,8	4,6	20,8	4,9	-20,8
Obuwie	16,1	5,7	19,0	4,4	-19,0
Komputery i pozostałe urządzenia do przetwarzania informacji	12,1	4,3	18,4	4,3	-18,2
Odbiorniki telewizyjne i radiowe, urządzenia do rejestracji i odtwarzania dźwięku i obrazu oraz akcesoria do nich	8,8	3,2	15,5	3,6	-15,4
Wyroby pozostałe, gdzie indziej niesklasyfikowane	9,6	3,4	12,9	3,0	-12,9
Urządzenia nadawcze telewizyjne i radiowe, urządzenia i aparaty dla telefonii i telegrafii przewodowej	7,4	2,6	12,8	3,0	-12,6
Żeliwo, stal i żelazostopy	5,0	1,8	11,8	2,8	-10,8
Wyroby płaskie walcowane na zimno, o szerokości < 600 mm	7,8	2,8	11,4	2,7	-11,4
Odzież i dodatki odzieżowe pozostałe	5,6	2,0	11,0	2,6	-11,0
Gry i zabawki	8,8	3,1	9,5	2,2	-9,5
Sprzęt gospodarstwa domowego, elektryczny	6,7	2,4	9,2	2,1	-9,2
Wyroby metalowe gotowe pozostałe	5,4	1,9	8,8	2,1	-8,8
Wyroby kaletnicze i rymarskie	7,1	2,5	8,8	2,0	-8,8
Surowce górnictwa pozostałe, gdzie indziej niesklasyfikowane	4,7	1,7	8,4	2,0	-8,4
Elementy złączne, śruby i wkręty, łańcuchy i sprężyny	5,5	2,0	7,5	1,8	-7,5
Zamki i zawiasy	3,7	1,3	7,5	1,7	-7,4
Lampy elektronowe i pozostałe elementy elektroniczne	4,9	1,8	7,5	1,7	-7,5
Bielizna	3,2	1,1	7,0	1,6	-7,0
Części i akcesoria do pojazdów samochodowych i ich silników	4,8	1,7	7,0	1,6	-6,6
Wyroby z tworzyw sztucznych, pozostałe	3,7	1,3	6,7	1,6	-6,7
Wyroby z miedzi	3,4	1,2	5,9	1,4	-1,3
Tworzywa sztuczne w formach podstawowych	0,3	0,1	5,0	1,2	-3,0
Meble do siedzenia	3,0	1,1	4,7	1,1	-4,7
Płyty, arkusze, rury i kształtowniki, z tworzyw sztucznych	3,1	1,1	4,4	1,0	-4,4
Sprzęt oświetleniowy i lampy elektryczne	2,2	0,8	4,3	1,0	-4,1
Owoce i warzywa przetworzone i zakonserwowane	2,3	0,8	4,3	1,0	-4,3
Meble pozostałe	2,9	1,0	4,2	1,0	-4,1
Pozostałe	86,3	30,8	129,7	30,2	-59,7

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Jak już wspomniano, najważniejszym partnerem handlowym Małopolski w tym regionie świata są Chiny. Listę najważniejszych (z punktu widzenia wartości eksportu) towarów sprzedawanych do Chin przedstawiono w tabeli 26. Najbardziej znaczącym produktem eksportowym są: chemikalia organiczne podstawowe (43,4%). Drugie miejsce zajmują rudy metali nieżelaznych. Pozostały eksport jest bardziej rozproszony. Na liście dominują produkty o stosunkowo niskim stopniu przetworzenia.

W tabeli 27 przedstawiono najważniejsze produkty importowane z Chin. Listę otwierają kurki i zawory (10,5% wartości importu).

Chiny są bardzo specyficznym partnerem handlowym, a ich ekspansja handlowa jest przede wszystkim wynikiem bardzo niskich kosztów produkcji. Dzięki znaczącej przewadze towary chińskie zalewają dosłownie rynki wielu krajów. Ostatnio jednak wycofanie z rynku produktów wadliwych (zabawki, kredki) stanowić powinno sygnał, że artykuły pochodzące z Chin nie zawsze cechują się

dobrą jakością i że mogą być niebezpieczne dla użytkowników.

## **Rekapitulacja**

Kraje Dalekiego Wschodu odgrywają znacznie większą rolę w imporcie Małopolski niż w eksporcie. Od 2000 roku Małopolska odnotowuje pogarszanie się bilansu obrotów w obrotach z tą grupą krajów. W 2007 roku ujemne saldo wyniosło -600,7 mln euro. Dynamika wzrostu importu jest bardzo wysoka. Bardzo prawdopodobne jest pogłębienie się nierównowagi w kolejnych latach. Główne produkty eksportowane z Małopolski na rynki krajów Dalekiego Wschodu to chemikalia organiczne, rudy metali nieżelaznych, żelazo, stal i żelazostopy oraz druty i przewody izolowane. W imporcie dominują: kurki i zawory, produkty rafinacji ropy naftowej oraz komputery i pojazdy samochodowe. Najważniejszym partnerem handlowym Małopolski w tym regionie świata są Chiny.

## 13. Struktura eksportu według form własności

Blisko 60% eksportu Polski przypada na firmy z przewagą kapitału zagranicznego. Aktywność przedsiębiorstw z zagranicznym kapitałem zatem w decydującym stopniu wpływa na wielkość i strukturę handlu zagranicznego w województwach. Co więcej, firmy te – w porównaniu z krajowymi – charakteryzują się bardzo wysoką skłonnością do importu oraz eksportu, o czym świadczy np. wysoka relacja eksportu do przychodów ze sprzedaży<sup>12</sup>. Często wchodzi one w skład korporacji ponadnarodowych, co pozytywnie wpływa na możliwości eksportowe, jako że eksportująca firma korzysta z kanałów dystrybucji korporacji ponadnarodowej, ukształtowanych w jej strukturze kontaktów handlowych, wiedzy, doświadczenia itp. W ramach tego rodzaju powiązań rozwija się także handel wewnątrzgałęziowy.

W porównaniu z pozostałymi województwami, w Małopolsce udział firm z przewagą własności zagranicznej nie jest wysoki. W roku 2007 wyniósł 35,5%, niższy wystąpił tylko w dwóch województwach: podlaskim i lubelskim. W porównaniu z rokiem 2006 pozycja Małopolski przesunęła się zatem o jedno miejsce, z 15. na 14. Firmy z przewagą własności zagranicznej odgrywają największą rolę w eksporcie Lubuskiego (70,4%), Wielkopolskiego (69,2%), Śląska (68,5%), Dolnośląskiego (67,6%) oraz Mazowsza (65,1).

W roku 2007 udział firm wł. zagranicznej w eksporcie Małopolski uległ nieznacznemu zwiększeniu – o 1,3 pkt. procentowego – czyli w mniejszym stopniu niż miało to miejsce w Polsce ogółem (1,8 pkt. proc.). Największy przyrost roli firm wł. zagranicznej miał miejsce w woj. kujawsko-pomorskim (8,4 pkt. %), na Dolnym Śląsku (5,7 pkt. proc.) oraz w Zachodniopomorskiem (5,0 pkt. proc.). Znaczny spadek udziału firm z przewagą zagranicznej własności wystąpił natomiast w Podlaskiem (-7,9 pkt. proc.) i Świętokrzyskiem (-3,0 pkt. proc.).

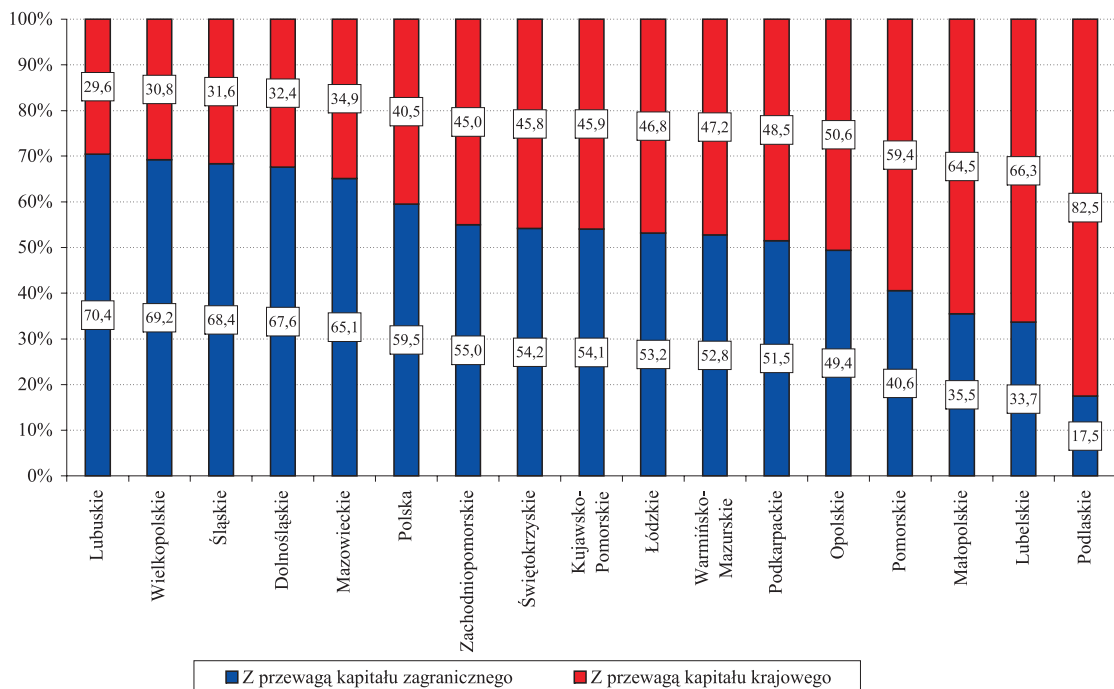
Wykres 58 przedstawia obroty handlu zagranicznego według form własności w Małopolsce w latach 2005-2007. Eksport firm z przewagą własności zagranicznej wzrósł w tym czasie z poziomu 1,4 mld euro do 2,1 mld euro. Import jednak rósł w tempie

większym (z 1,9 mld euro do 3 mld euro), skutkiem czego ujemne saldo obrotów pogłębiło się z -0,45 mld euro do -0,87 mld euro. W tym samym okresie firmy własności krajowej generowały dodatnie saldo obrotów (164 mln euro w 2007 roku).

Porównane struktury eksportu firm według form własności oraz według klas proporcji czynników produkcji pozwala na uchwycenie przewag komparatywnych firm z przewagą własności zagranicznej względem firm z przewagą własności krajowej. Jak już wspomniano, wykorzystane zostały dwie – różniące się – klasyfikacje: OECD oraz WIFO1. Wnioski dotyczące sektora wysokich technologii wynikające z analizy według obu klasyfikacji są jednak bardzo podobne. Firmy z przewagą własności zagranicznej mają znacznie większy udział w eksporcie małopolskich produktów wysokich technologii (technologicznie intensywnych), niż w eksporcie województwa ogółem. Jak już wspomniano, udział firm z przewagą kapitału zagranicznego w eksporcie województwa wynosi 35,5%. Udział tych firm w eksporcie produktów wysokich technologii według klasyfikacji OECD jest znacznie wyższy i kształtuje się na poziomie 63,3%, natomiast według klasyfikacji WIFO1 wynosi 66,6%. Wskazuje to jednoznacznie na przewagi komparatywne firm z przewagą kapitału zagranicznego w zakresie produktów *high-tech*. Biorąc pod uwagę klasyfikację OECD, firmy z przewagą kap. zagranicznego mają relatywnie mały udział w eksporcie produktów średnio-niskich technologii. Natomiast według WIFO1 wysokie udziały firm z kapitałem zagranicznym w eksporcie Małopolski dotyczą także gałęzi pracochłonnych oraz gałęzi intensywnie wykorzystujących marketing.

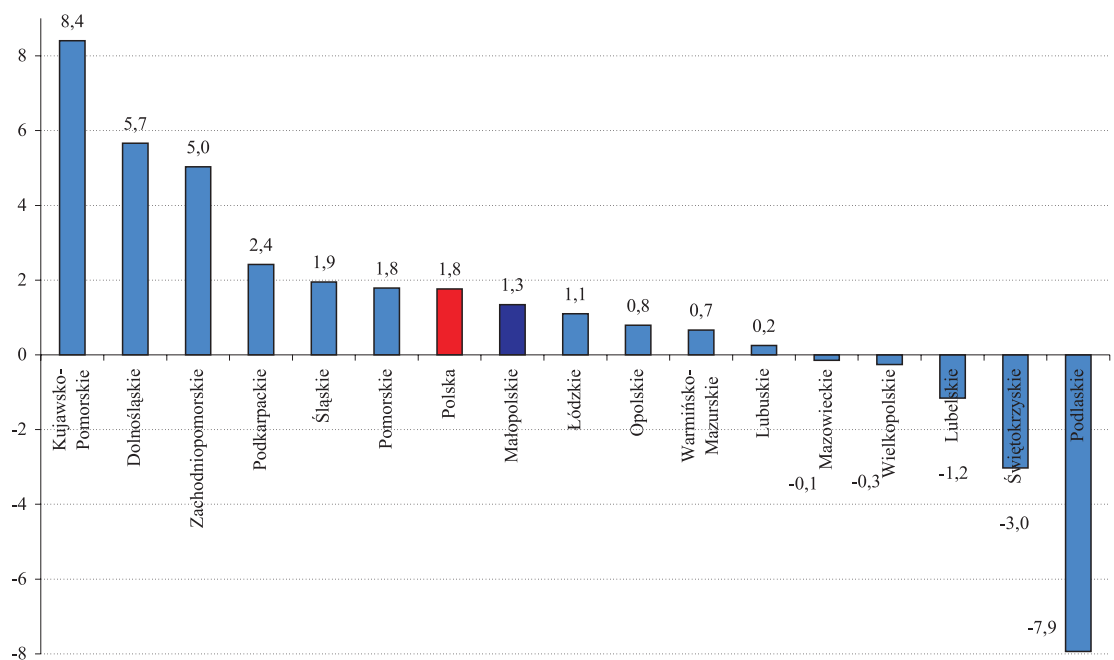
Z punktu widzenia imperatywu wzrostu konkurencyjności i zmiany struktury eksportu w kierunku produktów o wysokim zaawansowaniu technologicznym warto przyrzeć się zmianom roli firm z zagranicznym kapitałem w eksporcie w latach 2006-2007 według proporcji czynników produkcji. W roku 2007, w stosunku do roku poprzedniego, udział firm z przewagą wł. zagranicznej w eksporcie gałęzi wysokich

<sup>12</sup> Ciołek D., Umiński S., „Transfer technologii przez zagranicznych inwestorów”, *Ekonomista* 2007 (2), str. 225



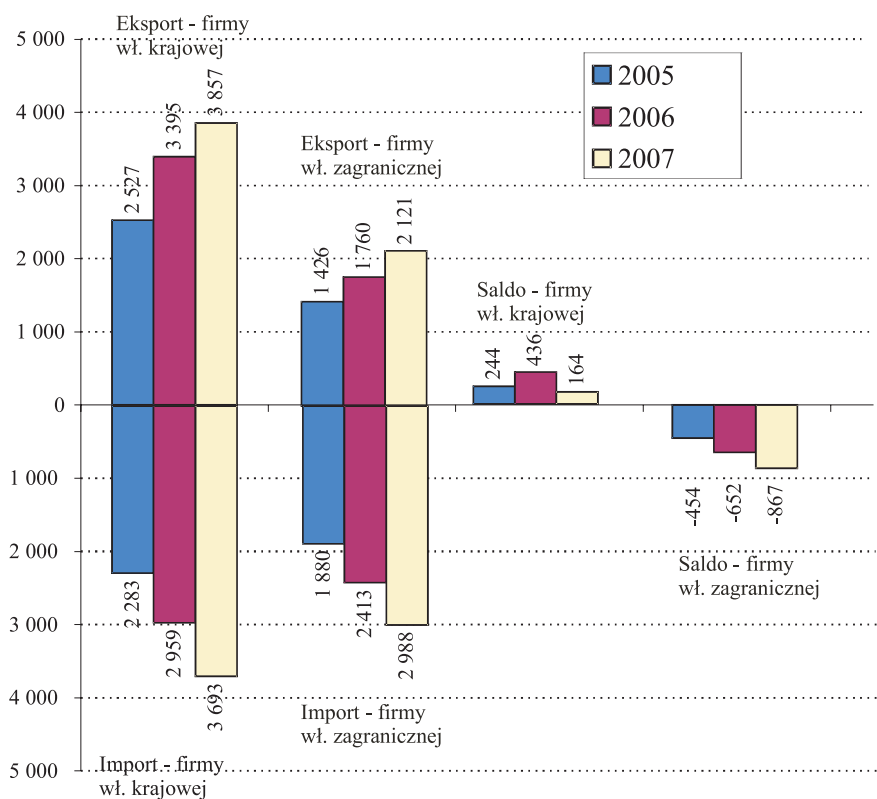
**Wykres 56: Struktura eksportu województw Polski według form własności w roku 2007 (%)**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS



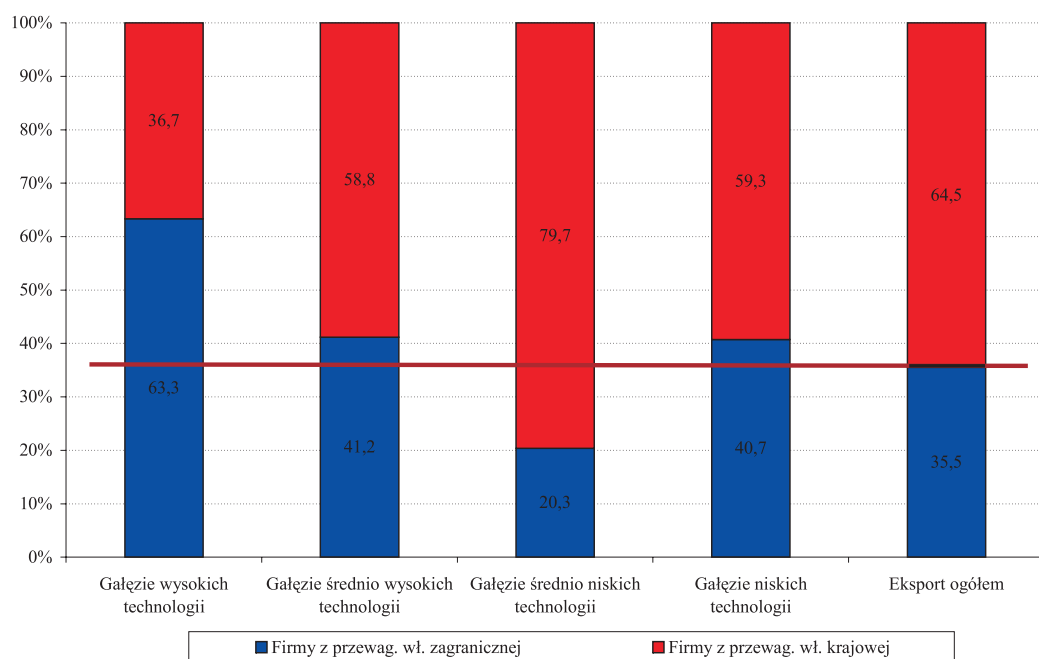
**Wykres 57: Zmiana udziału firm z przewagą kapitału zagranicznego w eksporcie województw w roku 2007 w stosunku do roku 2006 w punktach procentowych**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS



**Wykres 58: Eksport, import oraz saldo obrotów województwa Małopolskiego w podziale na firmy własności krajowej i zagranicznej w latach 2005-2007 (mln euro)**

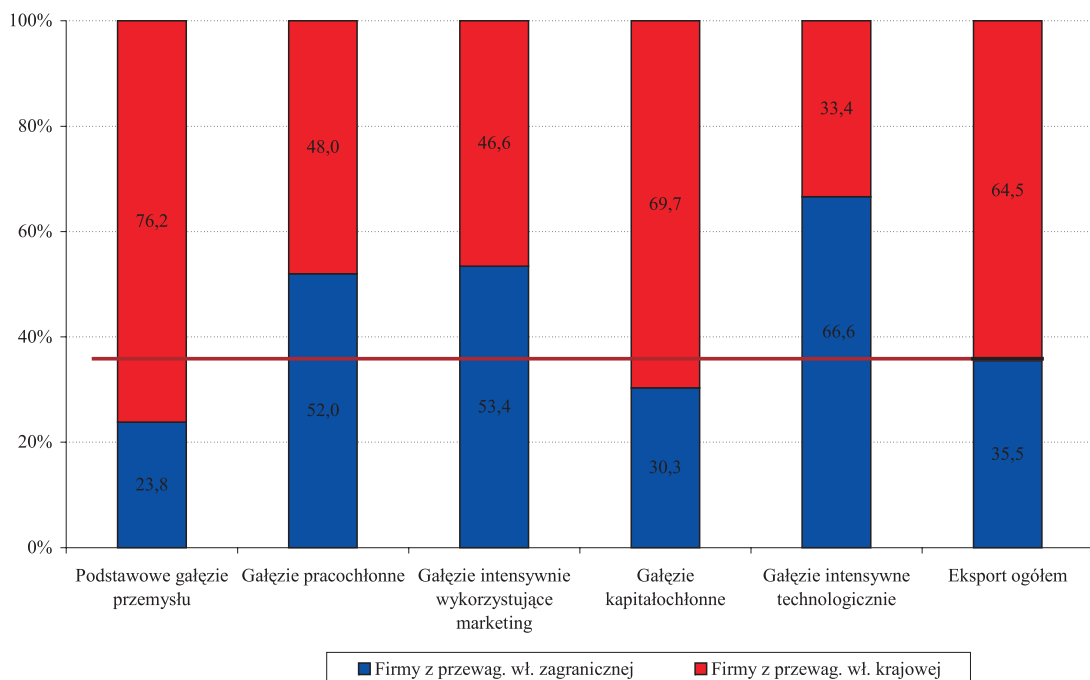
Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS



**Wykres 59: Struktura eksportu Małopolski według klasyfikacji OECD oraz według form własności w 2007 roku (%)**

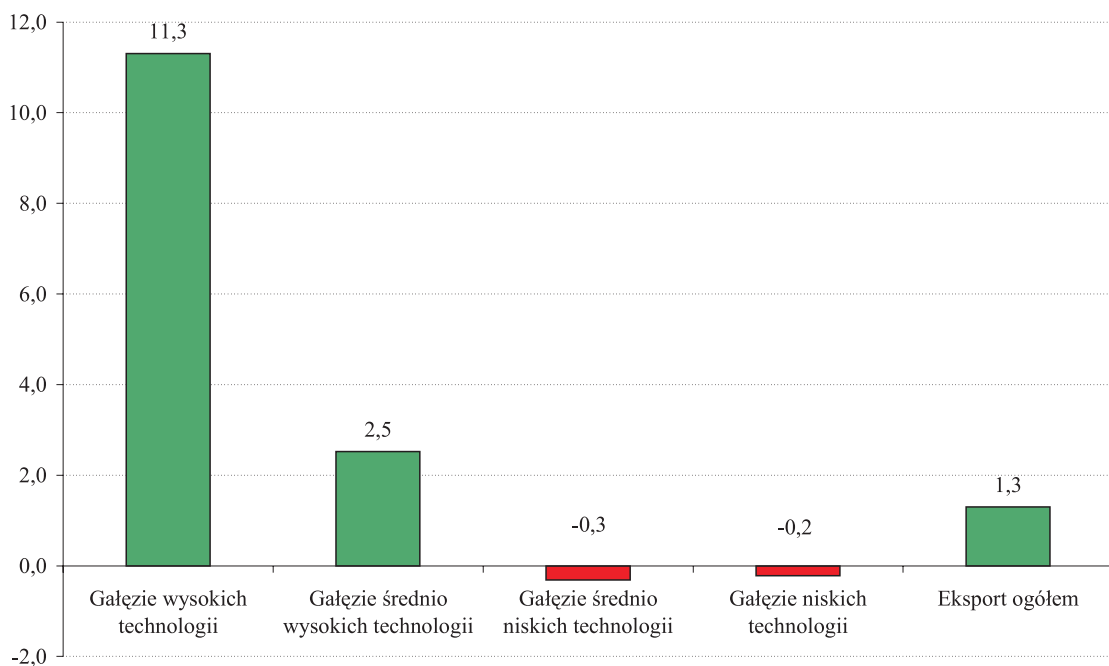
Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS





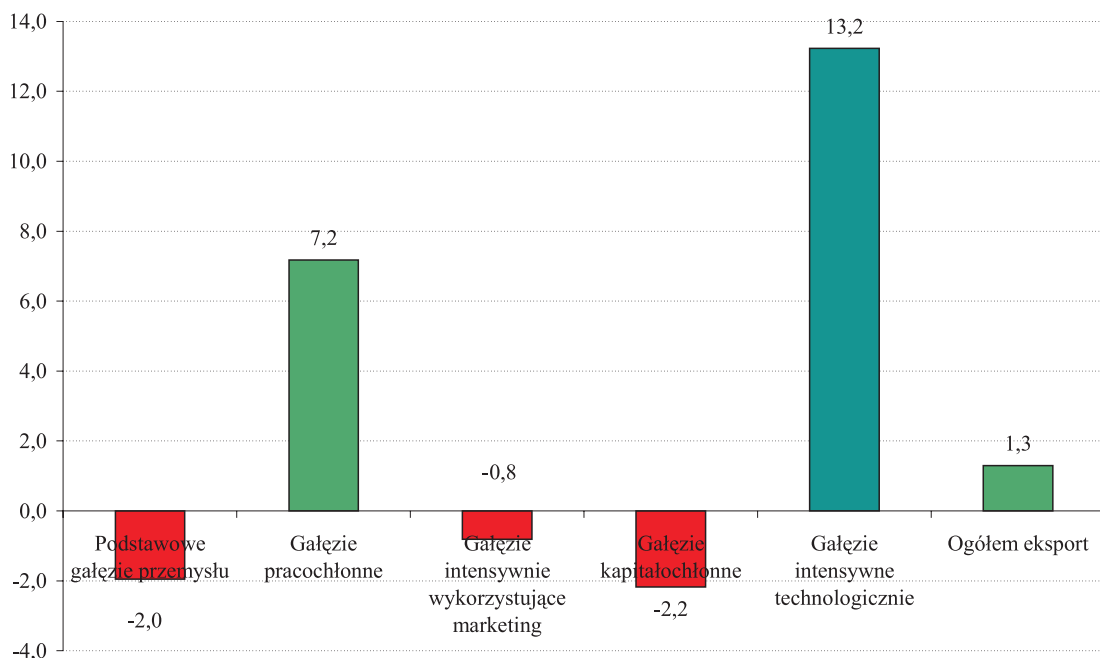
**Wykres 60: Struktura eksportu Małopolski według klasyfikacji WIFO1 oraz według form własności w 2007 roku (%)**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS



**Wykres 61: Zmiana udziału firm własności zagranicznej w eksporcie grup produktów według klasyfikacji OECD między rokiem 2006 i 2007 (pkt. proc.)**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS



**Wykres 62: Zmiana udziału firm własności zagranicznej w eksporcie grup produktów według klasyfikacji WIFO1 między rokiem 2006 i 2007 (pkt. proc.)**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

technologii Małopolski wzrósł o 11,3 pkt. proc., natomiast według WIFO1 udział tych firm w sprzedaży produktów technologicznie intensywnych zwiększył się o 13,2 pkt. proc. Są to bardzo poważne zmiany, które – jeśli będą kontynuowane w następnych latach – pozytywnie wpłyną na strukturę eksportu.

Firmy z przewagą zagranicznej własności w różnym stopniu uczestniczą w eksporcie poszczególnych produktów. Np. w zakresie wyrobów tytoniowych, 100% eksportu Małopolski przypada na firmy z zagranicznym kapitałem. W zakresie wyrobów ceramicznych ogniotrwałych, udział ten wynosi 98,9%, wyposażenia elektr. do silników i pojazdów 97,9%, gazet, czasopism i dzienników 97,1%, części i akcesoriów do pojazdów samochodowych i silników 88%, maszyn ogólnego przeznaczenia 87,8%. Stwierdzić trzeba, że wysokim udziałem firm z przewagą zagranicznego kapitału w grupach produktowych nie musi towarzyszyć wysoki udział tych branż w eksporcie Małopolski. Dobrą ilustrację stanowią tutaj druty i przewody izolowane. Jest to najważniejszy produkt w eksporcie Małopolski, przy czym udział firm z przewagą zagranicznej wł. w jego eksporcie wynosi 1,2%.

Z drugiej strony, na przykład udział firm wł. zagranicznej w eksporcie wyrobów tytoniowych to 100%, ale udział tej grupy produktów w eksporcie Małopolski ogółem to tylko 3%. W 2007 roku względem roku poprzedniego, bardzo dynamiczny wzrost znaczenia firm z przewagą własności zagranicznej nastąpił w zakresie pojazdów samochodowych (z 3,9 mln euro do 112,2 mln euro). Wysoka dynamika zmian dotyczyła też: maszyn ogólnego przeznaczenia, wyposażenia elektrycznego do silników i pojazdów, wyrobów tytoniowych, konstrukcji metalowych oraz kurków i zaworów.

Jak już wspomniano, firmy z przewagą własności zagranicznej w latach 2005-2007 w handlu zagranicznym Małopolski odnotowywały coraz większy deficyt. Warto przeanalizować jak wyglądał rozkład salda w poszczególnych grupach produktowych. Tabele A7 i A8 w aneksie statystycznym prezentują saldo obrotów handlowych firm z przewagą zagr. własności w 2007 roku. Saldo firm z przewagą zagranicznej własności w przypadku każdej grupy produktów porównane zostało do salda wypracowywanego przez firmy z przewagą własności krajowej.

**Tabela 28: Udział firm z przewagą własności zagranicznej w eksporcie Małopolski według grup produktowych w 2007 roku**

	(1)	(2)	(3)	(4)
Wyroby tytoniowe	100,0	46,5	34,4	3,0
Wyroby ceramiczne ogniotrwałe	98,9	12,1	24,1	1,1
Wyposażenie elektr. do silników i pojazdów	97,9	102,7	62,9	4,5
Gazety, dzienniki i czasopisma	97,1	-4,4	-7,4	1,0
Części i akcesoria do pojazdów samochodowych i ich silników	88,0	11,3	4,1	5,5
Maszyny ogólnego przeznaczenia	87,8	37,9	92,9	1,5
Pojazdy samochodowe	83,7	108,3	2773,6	2,2
Kurki i zawory	78,8	22,6	33,3	1,9
Urządzenia chłodnicze i wentylacyjne	75,5	3,9	3,3	2,7
Aparatura elektr. rozdzielcza i sterownicza	72,1	10,0	7,8	3,2
Wyroby z gumy, pozostałe	65,7	4,4	7,6	1,6
Silniki elektr. prądnicze i transformatory	34,9	-18,0	-37,6	1,4
Owoce i warzywa przetw. i zakonserw.	29,5	3,4	21,6	1,1
Aluminium i wyroby z aluminium	17,8	12,0	27,6	5,2
Konstrukcje metalowe	15,8	2,7	35,0	1,1
Meble pozostałe	12,3	1,3	19,9	1,0
Wyroby metalowe gotowe pozostałe	10,9	-2,6	-20,1	1,6
Szkło gospodarcze	8,2	0,1	2,2	1,2
Produkty rafinacji ropy naftowej	6,7	0,3	6,6	1,2
Druty i przewody izolowane	1,2	-14,4	-57,0	14,8
Żeliwo, stal i żelazostopy	0,7	-0,1	-11,5	2,5
Opakowania z metali lekkich	0,4	-0,2	-15,8	3,3
Mięso świeże i zakonserwowane (bez drobiu i królików)	0,2	-0,2	-58,3	1,0
Tworz. sztucz. w formach podstawowych	0,2	-0,3	-61,5	1,3
Chemikalia organiczne podstawowe	0,2	-0,3	-54,2	2,4

Objaśnienia do tabeli:

(1) - Udział firm własności zagranicznej w eksporcie grupy produktowej wg. PKWiU (%)

(2) - Zmiana wartości eksportu firm własności zagranicznej w mln EUR w latach 2007-2006

(3) - Zmiana wartości eksportu firm własności zagranicznej 2007-2006 jako % wartości z 2006 roku

(4) - Udział PKWiU w eksporcie Małopolski ogółem w 2007 roku (%).

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Największa nadwyżka charakterystyczna jest dla następujących grup produktowych: wyposażenie elektryczne do silników i pojazdów (223,1 mln euro), części i akcesoria do pojazdów samochodowych i silników (164,8%), wyrobów tytoniowych (131 mln euro) oraz pojazdów samochodowych (78,3 mln euro). Największa nadwyżka importu nad eksportem dotyczy natomiast: produktów rafinacji ropy naftowej (-578,6 mln euro), zbóż, ziemniaków itp. (-121,4 mln euro), owoców, orzechów i roślin do produkcji napojów oraz przyprawowych (-116,2 mln euro), a także papieru i tektury (-114,3 mln euro).

### **Rekapitulacja**

Eksport Polski w znacznym stopniu kształtowany jest przez firmy z udziałem kapitału zagranicznego. Na tle innych województw, Małopolskę cechuje jednak relatywnie niski udział firm własności zagranicznej

w eksporcie (35,5% w roku 2007). Udział firm z kapitałem zagranicznym w imporcie województwa od trzech lat kształtuje się na poziomie około 45%.

Największy udział firm z przewagą kapitału zagranicznego w eksporcie poszczególnych produktów obserwowany jest w przypadku: wyrobów tytoniowych, wyrobów ceramicznych ogniotrwałych, wyposażenia elektr. oraz części i akcesoriów do silników i pojazdów, gazet, dzienników i czasopism, maszyn ogólnego przeznaczenia oraz pojazdów samochodowych. Firmy z przewagą własności zagranicznej w latach 2005-2007 w handlu zagranicznym Małopolski odnotowywały coraz większy deficyt. Firmy te przede wszystkim mają wysoki udział w eksporcie produktów zaliczanych do wysokich technologii. W tym zakresie mają wyraźną przewagę nad eksporterami rodzimymi. Co więcej, rola firm z zagranicznym kapitałem w tego rodzaju eksporcie rośnie.

## 14. Prognozy strumieni handlu zagranicznego w Małopolsce

Prognozowanie rozwoju sytuacji w handlu zagranicznym, zwłaszcza na poziomie gospodarek regionalnych, jest zadaniem bardzo trudnym. Wynika to przede wszystkim z wielości czynników wpływających na eksport i import. Rozwój sytuacji w eksporcie zależy od popytu zagranicy, ten zaś kształtowany jest przez światową koniunkturę, względem której prognozy są bardzo rozbieżne, zwłaszcza w związku z niepewnością co do rozwoju sytuacji w USA. Popyt na produkty oferowane przez eksporterów z Małopolski zależy także od ich pozycji konkurencyjnej (na zagranicznych rynkach) na tle innych dostawców, w tym także z krajów Dalekiego Wschodu. Z drugiej strony, eksport warunkowany jest przez czynniki endogeniczne, takie jak: struktura przemysłu w regionie, znajomość rynków zbytu, skuteczność strategii eksportowych, intensywność kontaktów handlowych z odbiorcami z różnych krajów.

Bez wątpienia, wydarzeniem, które w ostatnich latach w największym stopniu wpłynęło na handel zagraniczny Polski była akcesja do UE. To w sferze handlu zagranicznego, zgodnie z przewidywaniami – najszybciej i najwyraźniej ujawniły się skutki członkostwa. Działania podmiotów biorących udział w handlu zagranicznym ujawniły się jednak znacznie wcześniej, czyli wystąpił efekt tzw. antycypowanego otwarcia rynku unijnego. Nie wszyscy eksporterzy w jednakowy sposób zareagowali na pozytywne impulsy w handlu zagranicznym wynikające z akcesji Polski do UE. W Małopolsce widoczne jest „zawieranie” dotyczące wartości eksportu, importu oraz salda. Rok 2003 był okresem oczekiwania na członkostwo Polski w UE. Był to rok niepewności, co do skutków członkostwa. W roku tym dynamika wzrostu eksportu firm Małopolski nieznacznie zmniejszyła się. W roku 2004, gdy Polska weszła do UE, wartość eksportu Małopolski wzrosła, warto jednak przypomnieć, że rok 2004 to spadek udziału województwa w eksporcie ogólnopolskim, co oznacza, że eksport innych województw cechował się większą dynamiką.

Wskazać należy także na bardzo ważny czynnik, jakim jest obecność w regionie firm z udziałem kapitału zagranicznego. Jak już wcześniej wspomniano, cechują je – w po-

równaniu z firmami rodzimymi – znacznie większe możliwości eksportowe. Wynikają one z tego, co w teorii zagranicznych inwestycji bezpośrednich określane jest mianem „przewag wynikających z własności”. Chodzi przede wszystkim o doświadczenie w działaniu na rynkach zagranicznych, dostęp do sieci dystrybucji, korzyści wynikające ze skali działania, lepszy dostęp do kapitału itp. Ponadto ważne są powiązania handlowe w ramach korporacji ponadnarodowych, w których firmy polskie uczestniczą w coraz większym stopniu i dzięki którym rozwija się handel wewnątrzgałęziowy. Pierwsze lata po akcesji Polski do UE były przełomem w zakresie napływu bezpośrednich inwestycji zagranicznych (BIZ) do Polski. Napływ zagranicznych inwestycji bezpośrednio przełożył się na sytuację w handlu zagranicznym. Należy przypomnieć, że około 60% eksportu Polski realizowane jest przez firmy z przewagą kapitału zagranicznego. Jak oceniają eksperci z Instytutu Badań Rynku, Konsumpcji i Koniunktury<sup>13</sup>, już w okresie 6 kwartałów po dokonaniu inwestycji przez zagranicznego inwestora, dostrzegalny jest wyraźny impuls eksportowy. Skutkiem napływu bezpośrednich inwestycji zagranicznych o wartości 1 mld euro jest wzrost eksportu o ponad 0,5 mld euro. Według Instytutu, inwestycja o wartości 1 mld euro w długim okresie przynosi średnio wzrost eksportu łącznie o 3,3 mld euro. W krótkim okresie, napływ BIZ wiąże się z poważnym impulsem importowym, jednak – według Instytutu Badań Rynku, Konsumpcji i Koniunktury – skumulowany długookresowy efekt netto, rozumiany jako różnica między eksportem wygenerowanym przez zagraniczną inwestycję, a importem potrzebnym do jej funkcjonowania, jest dodatni i wynosi 0,8 mld euro z każdego zainwestowanego miliarda euro. Jak już wcześniej wspomniano, w Małopolsce udział firm z przewagą kapitału zagranicznego w eksporcie pozostaje na niskim poziomie, mimo, że w rankingach atrakcyjności inwestycyjnej województw, region zajmuje wysoką pozycję<sup>14</sup>.

<sup>13</sup> Ministerstwo Gospodarki, Departament Analiz i Prognoz, „Wpływ akcesji do UE na polski handel zagraniczny”, Warszawa 2007s, 16.

<sup>14</sup> Kalinowski T., red., et.all., „Atrakcyjność inwestycyjna województw i podregionów Polski 2007”, Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, Gdańsk, 2007

Opracowując prognozę handlu zagranicznego dla województwa, zasadniczy dylemat dotyczy tego, jaki okres przyjąć za podstawę dla prognozy. Dysponujemy danymi od roku 1995<sup>15</sup>, jednakże ze względu na członkostwo w UE, prognoza oparta została na danych od roku 2000. Przyjmujemy założenie, że członkostwo w UE – antycypowane oraz „dokonane” – w zasadniczym stopniu zmieniło sytuację w handlu zagranicznym.

Dynamika wzrostu eksportu Małopolski wyraźnie przyspieszyła w roku 2004, jednak w tempie mniejszym niż w pozostałych województwach. Lata 2005 i 2006 to okres bardzo dużej dynamiki wzrostu eksportu, której towarzyszył istotny wzrost udziału Małopolski w eksporcie ogólnopolskim z 5,2% w roku 2004 do 6,3% w roku 2006. Rok 2007 przyniósł osłabienie dynamiki wzrostu eksportu – udział województwa w eksporcie Polski pozostał praktycznie bez zmian. Wśród najważniejszych przyczyn spadku dynamiki eksportu wymienić należy:

- wyczerpanie tzw. prostych rezerw wzrostu eksportu do UE,

- w przypadku wielu firm pojawiły się tzw. wąskie gardła, np. w dostępie do surowców, czy brak pracowników,

- umocnienie złotego negatywnie wpływa na opłacalność eksportu, zwłaszcza eksportu denominowanego w euro. Według NBP, w połowie 2008 roku odsetek podmiotów, dla których kurs złotego względem euro przekroczył graniczny poziom opłacalności eksportu wyniósł 42%<sup>16</sup>. Aprecjacja złotego negatywnie wpływa na konkurencyjność eksportu, sprzyja natomiast importowi,

- wzrost kosztów produkcji, wynikający z podwyżek płac oraz inflacji. Przy aprecjacji złotego, oznacza to, że firmy odczuwają wysoką i coraz większą presję na obniżkę kosztów. Znajduje to potwierdzenie w badaniach ankietowych małopolskich eksporterów.

Według NBP, można mówić o jednoznacznym pogorszeniu sytuacji w eksporcie. Zmniejsza się wskaźnik liczby zawartych umów eksportowych, pogarsza się opłacalność eksportu.

Dynamika handlu zagranicznego (eksportu i importu) Małopolski wykazuje wysoki stopień korelacji z handlem zagranicznym Polski. Współczynnik korelacji dla eksportu w latach 1995-2007 wynosi 98,4%, dla

importu natomiast 97,9%, natomiast w latach 2000-2007 dla eksportu 99,6%, dla importu 99,4%. W związku z tym, do prognozy handlu zagranicznego Małopolski wykorzystane zostały prognozy dotyczące Polski ogółem. W obliczeniach uwzględniono zostały prognozy koniunktury gospodarczej opublikowane przez Centrum Analiz Społeczno Ekonomicznych<sup>17</sup>.

Podobnie jak w minionych latach, przygotowane zostały trzy warianty prognozy.

Wariant pierwszy określić możemy jako „kontynuacja” rozwoju sytuacji w Małopolsce, w oparciu o prognozy dla Polski. Eksport (liczony w euro) w roku 2008 rośnie o 15,8%, dynamika tego wzrostu w 2009 roku maleje do 11,5% i utrzymuje się w kolejnych latach. Import natomiast w 2008 roku rośnie o 16,6%, zaś w 2009 roku dynamika wzrostu spada do 9,9% i na tym poziomie utrzymuje się w kolejnych latach. W 2008 roku dochodzi do pogorszenia się salda obrotów (z -703 mln euro do -880 mln w 2008 r.). W latach kolejnych saldo nieznacznie się poprawia, jednak wciąż jest ujemne i w 2011 roku wynosi -0,8 mld euro. W 2011 roku prognozowany eksport wynosi 9,5 mld euro, import zaś 10,3 mld euro.

Drugi wariant prognozy określamy mianem „pogorszenie warunków eksportu, kontynuacja importu”. Obserwacja tendencji w handlu zagranicznym Małopolski prowadzi do wniosku, że spadek dynamiki eksportu w 2007 roku (względem roku poprzedniego) był głębszy, niż dla Polski ogółem. Dynamika importu pozostała praktycznie na niezmiennym poziomie. Jeśli taki trend utrzymałby się w następnych latach, doprowadziłoby to do pogorszenia salda obrotów. W tym wariantcie prognozy, dynamika wzrostu eksportu ulega pogorszeniu, natomiast dynamika importu początkowo utrzymuje się na wysokim poziomie, maleje dopiero w 2010 roku. Prognozowana wartość eksportu w 2011 roku wynosi 7,9 mld euro, importu 10,3 mld euro, natomiast saldo równe jest -2,4 mld euro. Scenariusz taki może zaistnieć, gdy spadnie dynamika wzrostu gospodarczego na świecie, co przełoży się na spadek popytu na polskie produkty, konkurencyjność eksporterów ulegnie redukcji, ze względu na dalszą aprecjację

15 Szacunki w latach 1995-1999, przeliczone z układu 49 na 16 województw.

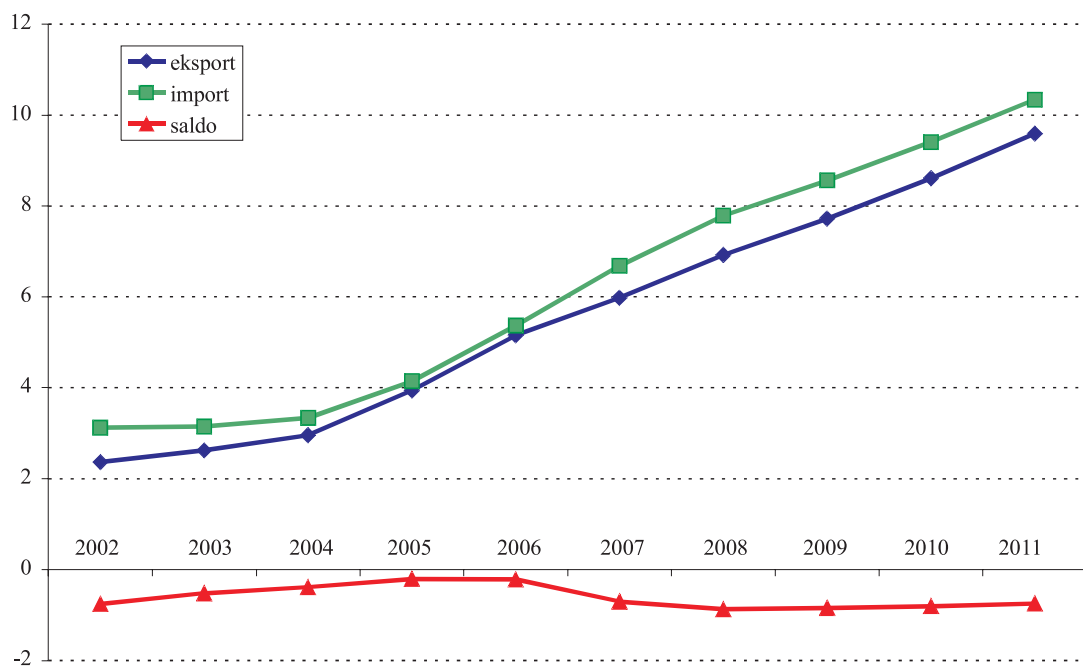
16 NBP, Instytut Ekonomiczny, „Informacja o kondycji sektora przedsiębiorstw ze szczególnym uwzględnieniem stanu koniunktury w III kw 2008”, lipiec 2008, s. 45.

17 CASE (Centrum Analiz Społeczno Ekonomicznych), „Polish Economic Outlook. Trends, Analyses, Forecasts”, Quarterly 2/2008(37), s. 2.

złotego, przy – dodatkowo – rosnących kosztach produkcji (wzrost płac, wzrost cen energii elektrycznej i gazu). Dynamika importu natomiast – mimo że w Polsce jest silnie skorelowana z eksporterem (wskazują na to eksperci CASE) – zacznie się obniżać później niż eksportu. Ponadto, ze względu na utrzymujące się szybkie tempo wzrostu gospodarczego Chin, ceny surowców utrzymają się na stosunkowo wysokim poziomie.

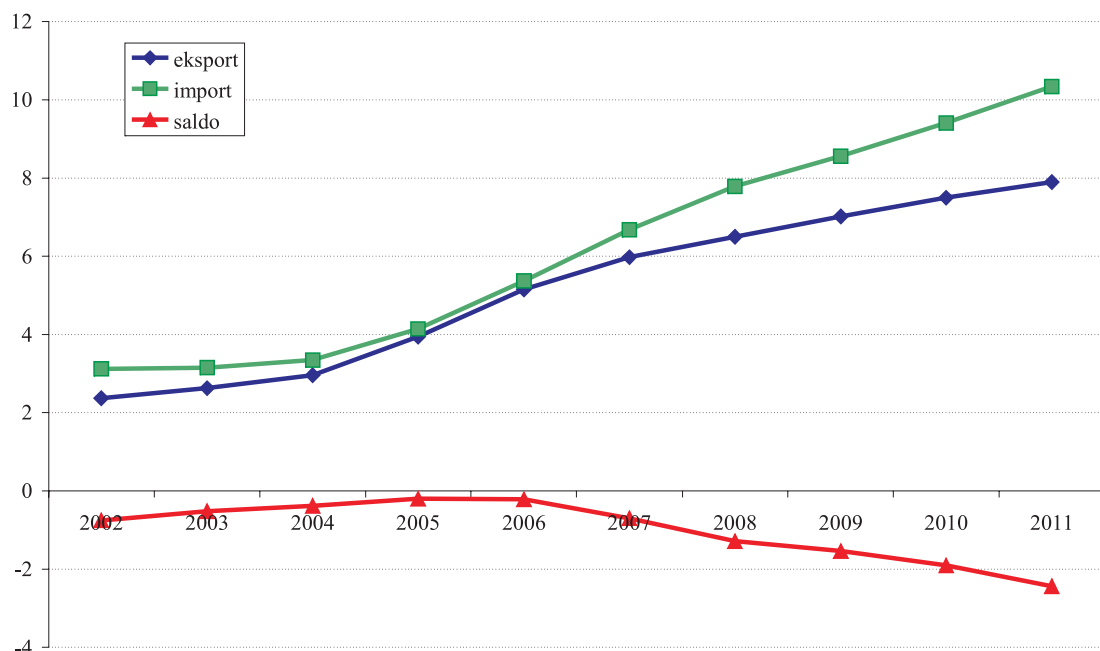
Wariant trzeci określamy jako „**zmiana w eksporcie**”. Dynamika wzrostu eksportu ulega zmniejszeniu już w 2008 roku. Od 2010 roku eksport zaczyna jednak ponownie, dynamicznie wzrastać. Dynamika importu jest podobna jak w scenariuszu pierwszym. Eksport w 2011 roku wynosi 11,2 mld euro, import 12,3 mld euro. Ujemne saldo, które do 2009 roku pogłębia się, w 2011 roku wynosi – 1,11 mld euro. Realizacja wariantu trzeciego prognozy będzie możliwa tylko, jeśli w gospodarce Małopolski pojawią się silne

impulsy proeksportowe. Mogą one wynikać zasadniczo z dwóch źródeł. Po pierwsze, realizowane przez firmy strategie eksportowe, prowadzą do z czasem do poważnego wzrostu eksportu. Lata 2008-2009, w których dynamika eksportu ulega spadkowi, są okresem przygotowania do powrotu na „ścieżkę” dynamicznego wzrostu sprzedaży na zagraniczne rynki. Taki scenariusz jest jednak mało prawdopodobny. Drugie źródło wzrostu eksportu – i jest to scenariusz bardziej prawdopodobny – wiązać może się z dyskontowaniem przez Małopolskę wysoko ocenianej atrakcyjności inwestycyjnej. Jak na razie, udział firm własności zagranicznej jest niski. Ponadto firmy z zagranicznym kapitałem generują ujemne saldo obrotów. Nie można jednak wykluczyć, że w województwie ulokowana zostanie proeksportowo nastawiona inwestycja, której obecność zaowocuje poważnym zdynamizowaniem eksportu.



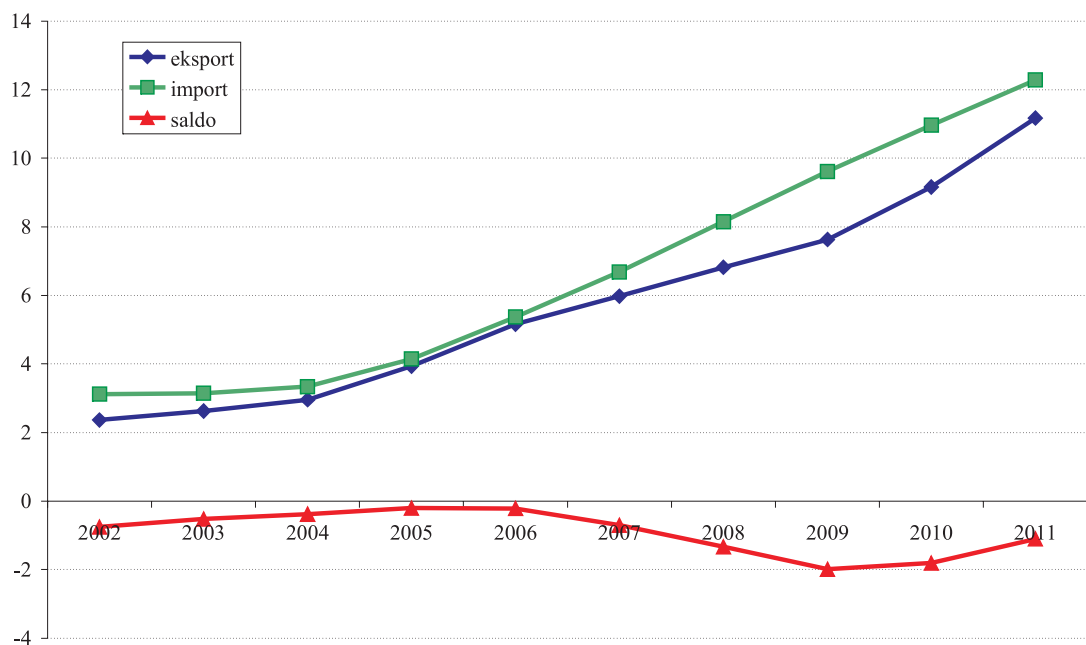
**Wykres 63: I wariant prognozy handlu zagranicznego Małopolski (mld EUR)**

Źródło: Opracowanie własne



**Wykres 64: II wariant prognozy handlu zagranicznego Małopolski (mld EUR)**

Źródło: Opracowanie własne



**Wykres 65: III wariant prognozy handlu zagranicznego Małopolski (mld EUR)**

Źródło: Opracowanie własne



## 15. Analiza clusters

Jednym z problemów, na który napotykałyśmy badając handel zagraniczny jest szczegółowość danych statystycznych. Dezagregacja poziomu analizy do województw, z jednoczesnym uwzględnieniem kierunków geograficznych handlu wraz ze strukturą produktową oraz własnościową jest ewidentną korzyścią, stwarzającą możliwość dokładnego określenia charakteru handlu zagranicznego na poziomie regionalnym, z drugiej natomiast analizując cały szereg szczegółowych danych, w kilkuletnich szeregach czasowych, trudno jest uchwycić najważniejsze prawidłowości i tendencje. Pomocna w tym jest analiza tzw. wiązek, bądź skupień (ang. *clusters*). Jej zadaniem jest pogrupowanie regionów w skupienia, w obrębie których województwa – z punktu widzenia badanych cech – są najbardziej podobne. Obliczenia przeprowadzone zostały w programie Statistica, przy wykorzystaniu modułu analizy skupień. Grupowania województw w skupienia dokonano przy pomocy metody k-średnich, z sortowaniem odległości i pobieraniem obserwacji ze stałym interwałem.

Do kryteriów, które uwzględniono w grupowaniu regionów zaliczono:

- udział produktów rolnych i spożywczych w eksporcie (2007),
- wartość eksportu na jednego mieszkańca (2007),
- udział firm z przewagą kapitału zagranicznego w eksporcie województwa (2007),
- udział dóbr wysokich technologii w eksporcie województwa (2007),
- znaczenie handlu wewnątrzgałęziowego (2007),
- dynamikę eksportu (w latach 2000-2007),
- udział nowych krajów UE w eksporcie (2007).

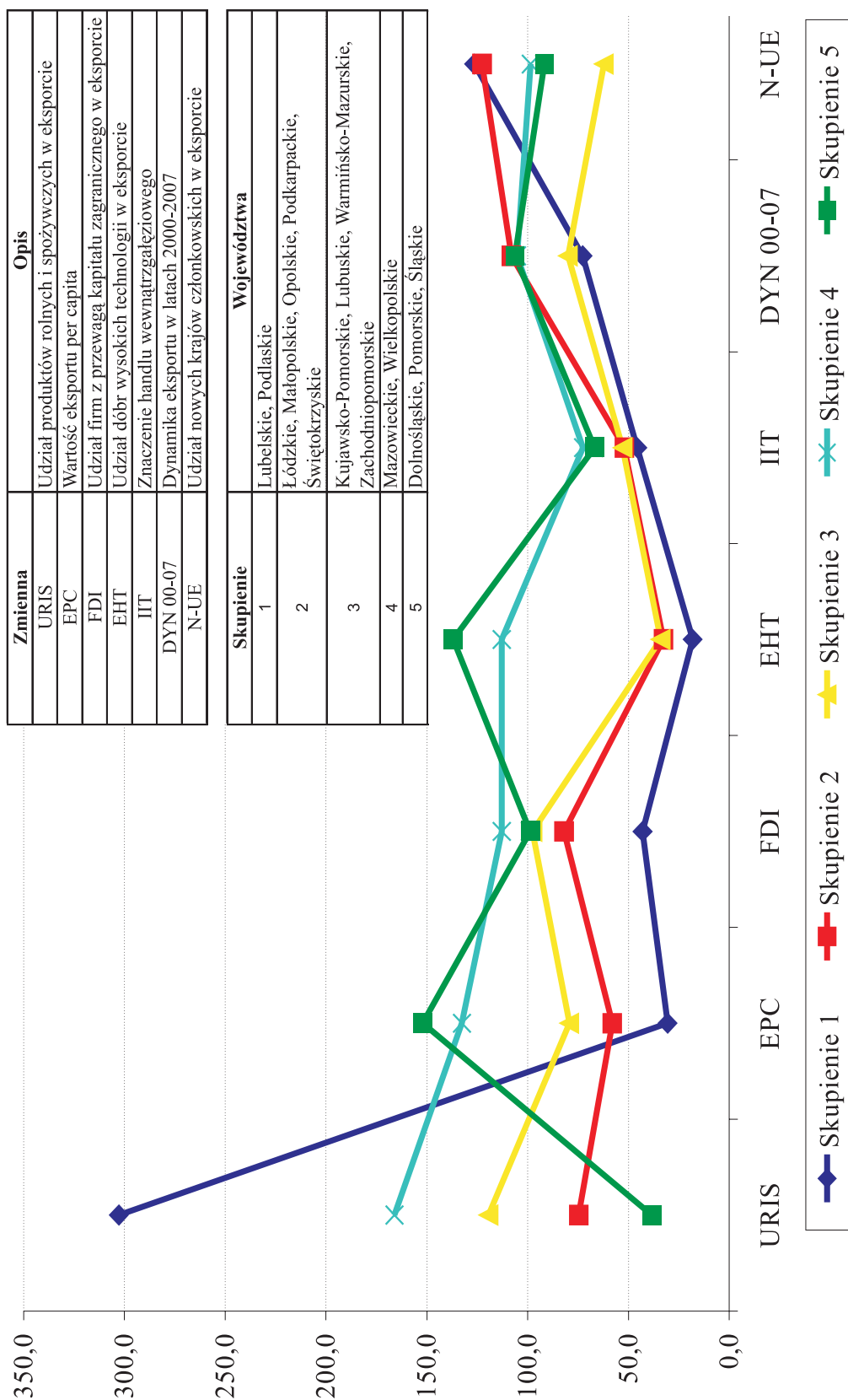
Cechy takie wyodrębniono z następujących względów:

1. Wysoki udział artykułów rolno-spożywczych w eksporcie jest szansą dla wielu województw, także tych słabiej rozwiniętych w sytuacji, gdy po akcesji do UE oferowane przez Polskę artykuły te okazały się bardzo konkurencyjne na rynkach krajów UE oraz poza UE.
2. Wysoka wartość eksportu na jednego mieszkańca świadczy o tym, że produ-

cenci są w stanie znaleźć nabywców na wytwarzane przez siebie dobra na konkurencyjnych rynkach zagranicznych, co potwierdza atrakcyjność oferty produkcyjnej i eksportowej regionu, i tym samym jest dowodem na wysoką zdolność do sprzedaży.

3. Firmy z udziałem kapitału zagranicznego charakteryzują się dużymi możliwościami eksportowymi. Wpływają zatem na aktualny i przyszły potencjał eksportowy województw.
4. Udział dóbr technologicznie intensywnych jest korzystny, ponieważ są to produkty, których sprzedaż jest szczególnie opłacalna i najmniej wrażliwa na wahania koniunktury na rynkach zagranicznych.
5. W handlu zagranicznym Polski wzrosło znaczenie handlu wewnątrzgałęziowego, co odzwierciedla przemianę strukturalne zachodzące nie tylko w handlu ale też w przemyśle. Wysoka/rosnąca intensywność handlu wewnątrzgałęziowego jest przejawem wzrostu „dojrzałości” wymiany handlowej, gdyż *intra-industry trade* występuje przede wszystkim między krajami o podobnym poziomie rozwoju gospodarczego i strukturze przemysłu, które znoszą bariery handlowe i między którymi zachodzi przepływ kapitału w formie zagranicznych inwestycji bezpośrednich.
6. Dynamika wzrostu eksportu jest przejawem sukcesu eksporterów z poszczególnych regionów. Uwzględnienie tego czynnika jest istotne ze względu na bardzo różny „punkt wyjścia”.
7. Ze względu na specyfikę województwa Małopolskiego i rolę, jaką w eksporcie odgrywają nowe kraje członkowskie UE, zostały one uwzględnione wśród czynników analizy clusters. Udział nowych krajów członkowskich UE w eksporcie poszczególnych województw różni się, co wynika z odmiennych struktur przemysłu (baza eksportu) oraz z „ciążenia” ku „bliskiej zagranicy”.

W wyniku przeprowadzonej procedury badawczej ustalono średnią wartość wskaźników charakteryzujących handel zagraniczny. Poziom ich kształtowania się w poszczególnych skupieniach przedstawiono na wykresie 66.



**Wykres 66: Charakterystyka poszczególnych skupień województw**  
 Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Do skupienia **pierwszego** zaklasyfikowane zostały dwa województwa „ściany wschodniej” Lubelskie oraz Podlaskie. Cechy skupienia to: bardzo wysoki udział produktów rolno-spożywczych w eksporcie, niska wartość eksportu *per capita*, niski udział firm z przewagą własności zagranicznej w eksporcie, niski udział dóbr wysokich technologii oraz handlu wewnątrzgałęziowego w eksporcie, niska dynamika wzrostu eksportu w latach 2000-2007 oraz wysoki udział nowych krajów członkowskich UE w eksporcie.

Skupienie **drugie** tworzy pięć województw: Łódzkie, **Małopolskie**, Opolskie, Podkarpackie oraz Świętokrzyskie. Cechy skupienia to: średni/niski udział produktów rolno-spożywczych w eksporcie, średnia/niska wartość eksportu *per capita*, średni/niski udział firm z przewagą własności zagranicznej w eksporcie, niski udział dóbr wysokich technologii oraz handlu wewnątrzgałęziowego w eksporcie, wysoka dynamika wzrostu eksportu w latach 2000-2007 oraz wysoki udział nowych krajów członkowskich UE w eksporcie.

W skupieniu **trzecim** znalazły się: Kujawsko-pomorskie, Lubuskie, Warmińsko-mazurskie i Zachodniopomorskie. Grupę tą charakteryzują: średni udział produktów rolno-spożywczych w eksporcie, średnia wartość eksportu *per capita*, średni/wysoki udział firm z przewagą własności zagranicznej w eksporcie, niski udział dóbr *high-tech* oraz handlu wewnątrzgałęziowego w eksporcie, niska dynamika wzrostu eksportu w latach 2000-2007 oraz niski udział nowych krajów członkowskich UE w eksporcie.

Do skupienia **czwartego** zaklasyfikowano dwa województwa: mazowieckie oraz wielkopolskie. Cechy tej grupy to: wysoki udział produktów rolno-spożywczych w eksporcie, wysoka wartość eksportu *per capita*, wysoki udział firm z przewagą własności zagranicznej w eksporcie, wysoki udział dóbr *high-tech* oraz handlu wewnątrzgałęziowego w eksporcie, wysoka dynamika wzrostu eksportu w latach 2000-2007 oraz średni udział nowych krajów członkowskich UE w eksporcie.

W skupieniu **piątym** znalazły się: Dolnośląskie, Pomorskie oraz Śląskie. Cechy grupy to: niski udział produktów rolno-spożywczych w eksporcie, wysoka wartość eksportu *per capita*, średni/wysoki udział firm z przewagą własności zagranicznej w eksporcie, wysoki udział dóbr wysokich technologii oraz handlu wewnątrzgałęziowego w eksporcie, wysoka dynamika wzrostu eksportu w latach 2000-2007 oraz średni udział nowych krajów członkowskich UE w eksporcie.

Należy dodać, że przypisywanie do poszczególnych skupień nie jest pozbawione wad. Widać to na przykładzie Mazowsza, które wraz z Wielkopolską zostało zaliczone do grupy charakteryzującej się „wysoką dynamiką wzrostu eksportu w latach 2000-2007”. W przypadku województwa mazowieckiego nie jest to prawdą, gdyż *de facto* region ten ma niską/średnią dynamikę wzrostu eksportu. O zaklasyfikowaniu trzech województw do jednej grupy rozstrzygnęło zatem przede wszystkim ich podobieństwo w zakresie pozostałych cech.

## 16. Aktywność eksportowa firm województwa małopolskiego

Na wykresie poniżej zaprezentowany został rozkład odpowiedzi na pytanie dotyczące roli eksportu w całości przychodów ze sprzedaży. Udział zagranicznej sprzedaży w przychodach ogółem w większości firm (50,7%) nie jest większy niż 20% (wykres 67).

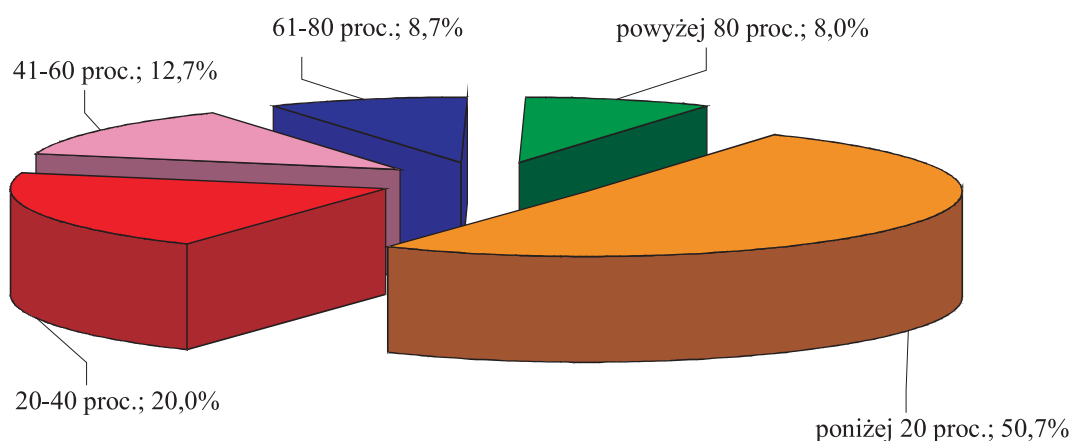
46% respondentów wskazało, że w ostatnich trzech latach udział eksportu w przychodach ze sprzedaży ogółem wzrósł, w przypadku 16,7% zmalał, w 37,3% pozostał bez zmian. Rola eksportu w większości firm zatem wzrosła. Z jednej strony jest to dowód na konkurencyjność oferty eksportowej i coraz lepszą penetrację zagranicznych rynków. Z drugiej jednak rośnie ekspozycja na ryzyka towarzyszące zagranicznej ekspansji handlowej, i w kontekście tym ważne jest, aby firmy realizowały strategie eksportowe, które uwzględniają zabezpieczanie się przed ryzykiem handlu zagranicznego.

Sytuacja w firmach regionu się polaryzuje. Z jednej strony są podmioty, które charakteryzuje niskie znaczenie eksportu w przychodach ogółem (poniżej 20%) i bardzo umiarkowany wzrost jego roli w działalności firmy w ostatnich trzech latach. Z drugiej strony, mamy przedsiębiorstwa, w których udział eksportu w przychodach wynosi od 20-60% i które bardzo dynamicznie zwiększają eksport (czego skutkiem był zaobserwowany wysoki odsetek firm które deklarują wzrost roli eksportu w badaniu ogółem). Jest także grupa przedsiębiorstw, które cechuje udział eksportu w przychodach

ogółem powyżej 61%. W ich przypadku rola eksportu w ostatnich latach pozostała bez zmian, co jest zrozumiałe, biorąc pod uwagę, że jeśli eksport w firmie to np. 90% sprzedaży, trudno o dalszy wzrost jego znaczenia.

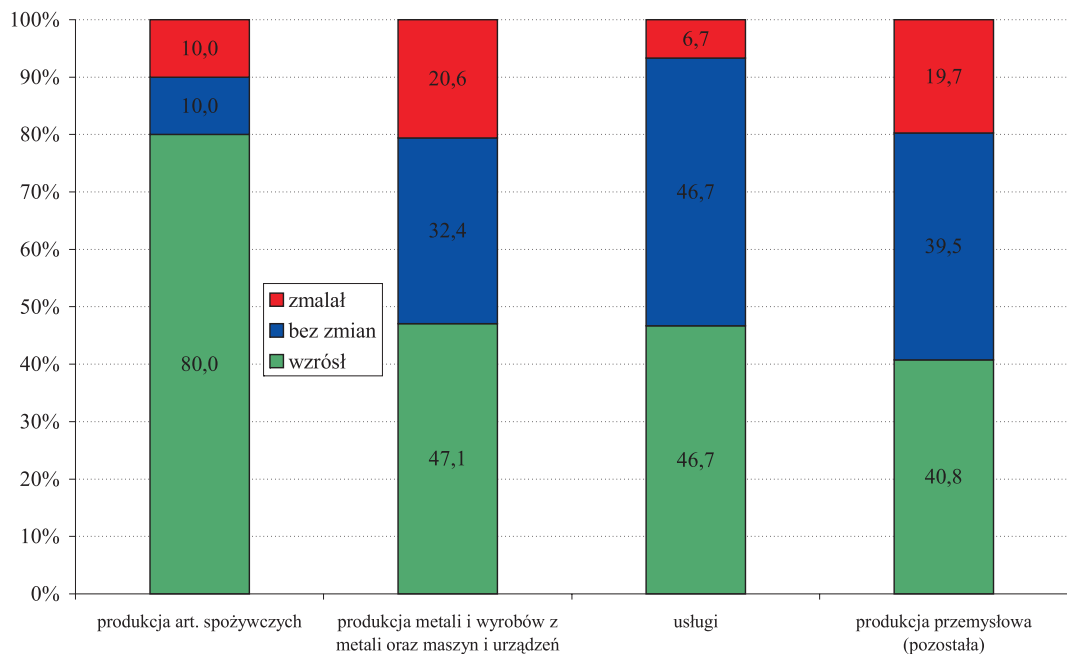
W ostatnich trzech latach wzrostu udziału eksportu w przychodach ogółem doświadczyły przede wszystkim firmy sektora produkcyjnego. 80% respondentów z tej branży wskazało, że rola eksportu wzrosła. Największy odsetek odpowiedzi wskazujących na to, że udział eksport w sprzedaży pozostał bez zmian odnotowujemy w usługach. Jest to zrozumiałe, zważywszy, że usługi – trudniej niż przemysł – wchodzą w sferę wymiany zagranicznej. Z drugiej strony stopień internalizacji usług wzrasta. Prezentowany rozkład traktować należy z dużą ostrożnością, mając świadomość, że niska liczba respondentów (poza produkcją przemysłową pozostała) może wpływać na poprawność wyników. W produkcji przemysłowej pozostałej mieszczą się branże produkcji przemysłowej – poza przemysłem spożywczym oraz produkcją metali i maszyn oraz urządzeń. W grupie respondentów znalazło się 76 firm, zatem rozkład odpowiedzi jest tutaj najbardziej zrównoważony.

W nadchodzących trzech latach 40,7% respondentów antycypuje wzrost udziału eksportu w przychodach ogółem, 17,3% spadek. 42% deklaruje, że udział ten pozostanie bez zmian. Uzyskany rozkład wyników potwierdza, że firmy dosyć



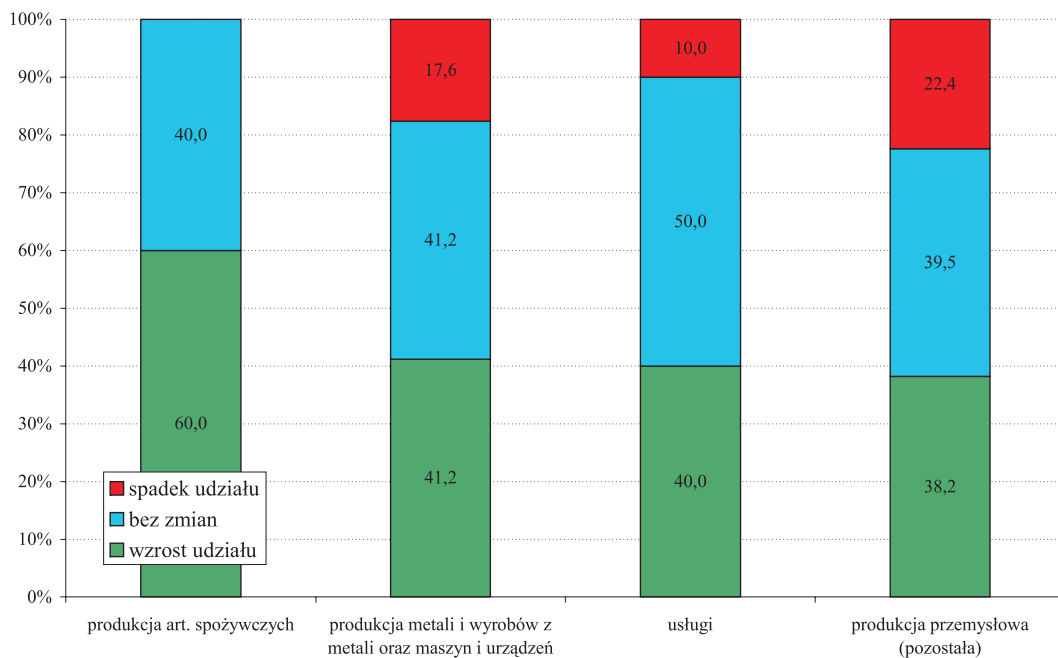
**Wykres 67: Orientacyjny udział eksportu w całości przychodów ze sprzedaży (%)**

Źródło: Badania ankietowe



**Wykres 68: Rozkład odpowiedzi na pytanie dotyczące zmian udziału eksportu w przychodach ogółem w ostatnich trzech latach według sekcji i branż**

Źródło: Badania ankietowe



**Wykres 69: Rozkład odpowiedzi na pytanie dotyczące przewidywań odnośnie zmian udziału eksportu w przychodach ogółem w nadchodzących trzech latach według sekcji i branż**

Źródło: Badania ankietowe

ostrożnie przewidują rozwój sytuacji w nadchodzących latach. Wysoki odsetek wskazań „bez zmian” nie jest zaskakujący, gdyż w obecnej sytuacji gospodarczej na świecie, w warunkach niepewności, co do jej rozwoju w nadchodzącym czasie, w okresie rosnących kosztów pracy w Polsce, silnego złotego i emigracji siły roboczej – konkurencyjność wielu firm może ulec zmniejszeniu lub przynajmniej stagnacji. Z drugiej jednak strony odsetek firm deklarujących, że udział eksportu w sprzedaży ogółem wzrośnie jest wysoki (40,7%) – co pozwala optymistycznie spojrzeć na tendencje w rozwoju eksportu województwa.

W nadchodzących trzech latach wzrost udziału eksportu w produkcji sprzedanej antycypowany jest przede wszystkim przez firmy z przemysłu spożywczego. Największy odsetek wskazań „bez zmian” dotyczy usług.

Interesujących informacji uzupełniających analizę danych statystycznych handlu zagranicznego Małopolski dostarczają deklaracje firm odnośnie do „rozkładu” salda eksportu i importu. Jak wiadomo, w Małopolsce odnotowujemy nadwyżkę importu nad eksportem – czyli ujemne saldo obrotów handlowych. 57% firm deklaruje, że realizuje eksport większy niż import. Jest to odsetek praktycznie taki sam jak w poprzednim badaniu. Wzrósł natomiast udział firm deklarujących, że eksport jest równy importowi – czyli ich działalność z punktu widzenia salda ma charakter neutralny. 27% firm odnotowuje deficyt.

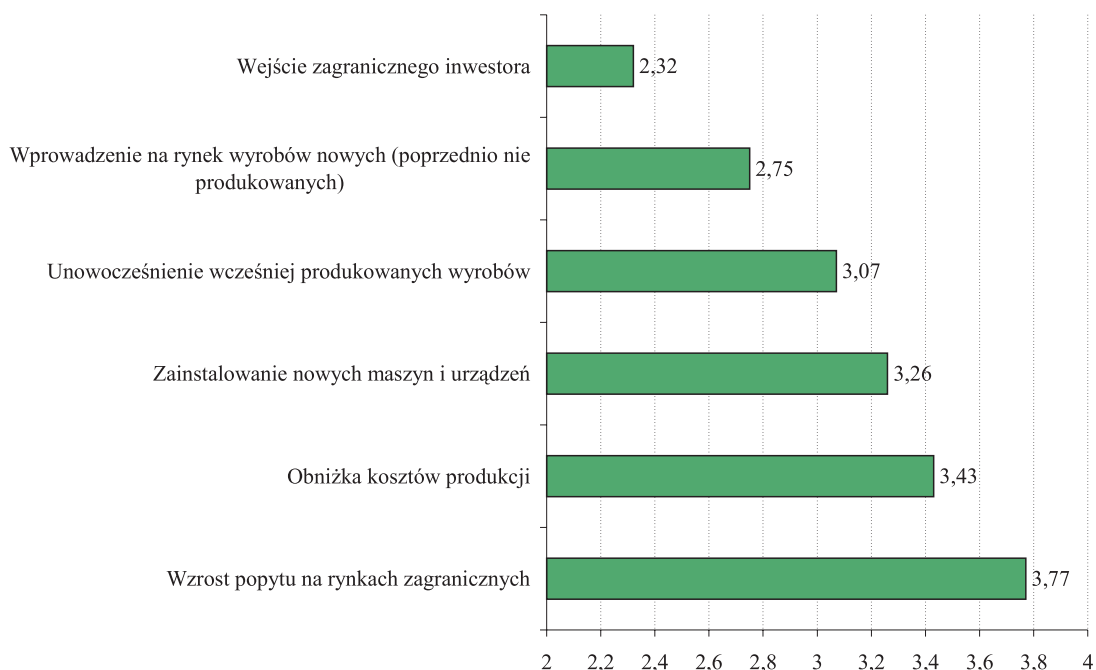
W nadchodzących trzech latach przedsiębiorstwa przewidują, że wartość eksportu będzie wzrastała w tempie szybszym niż importu (50,7% odpowiedzi). 22% respondentów przewiduje równe tempo wzrostu eksportu i importu, natomiast 27,3% prognozuje szybszy wzrost importu lub eksportu. Taki rozkład odpowiedzi wciąż pozwala raczej optymistycznie patrzeć na zmiany w zakresie salda obrotów handlowych Małopolski. Jednak w porównaniu z poprzednim badaniem, zwraca uwagę nieznaczny wzrost odsetka odpowiedzi wskazujących na antycypowaną większą dynamikę wzrostu importu niż eksportu. Potwierdzałoby to, że szybki wzrost gospodarczy w Polsce w przypadku niektórych respondentów może przekładać się na pogorszenie salda obrotów handlowych. Z drugiej strony, prawie dwa razy więcej firm deklaruje nadwyżkę eksportu nad importem niż sytuację od-

wrotną. Pamiętać należy, że – aby z dużym prawdopodobieństwem – deklaracje firm przełożyły się na poprawę salda obrotów handlowych województwa, potrzebne były by bardziej dokładne dane. Wpływ rozwoju sytuacji w zakresie handlu zagranicznego w pojedynczych przedsiębiorstwach może rzutować na ogólną sytuację, tym bardziej, jeśli np. pojedyncza firma ma duży udział w eksporcie/importcie regionu.

Z punktu widzenia trendów zachodzących w eksporcie oraz identyfikacji barier wzrostu eksportu istotne wydaje się określenie najważniejszych przyczyn wzrostu eksportu (bądź czynników sprzyjających wzrostowi eksportu).

Biorąc pod uwagę porównanie poszczególnych czynników – średnia ze wskazań od 1 do 5<sup>18</sup> – najważniejszym czynnikiem był wzrost popytu na rynkach zagranicznych. Jest to pozytywny sygnał, jednak warto mieć na uwadze fakt, że ewentualne pogorszenie koniunktury na rynkach eksportowych może spowodować spadek tego popytu. Ten sam czynnik zidentyfikowany został jako najważniejszy także w poprzednim badaniu. Zwrócić należy jednak uwagę na wzrost poziomu średnich ze wskazań, co oznacza, że respondenci w bardziej zdecydowany sposób oceniają poszczególne czynniki, częściej wybierając odpowiedzi „duże” lub „bardzo duże” znaczenie. Dowodzi to też, że mają bardziej ugruntowane przekonania na temat problemów doświadczanych w ekspansji na zagraniczne rynki. Wzrost popytu – odczuwany przez firmy – jest w znacznej mierze skutkiem członkostwa Polski w UE. Przynależność do rynku wewnętrznego bez wątplenia ułatwia eksport i z punktu widzenia zagranicznych importerów także przełożyła się na odczuwany przez polskich eksporterów „wzrost popytu”. Ten wymiar „wzrostu” popytu będzie raczej trwały. Firmy eksportujące do UE mają obecnie ułatwione zadanie, gdyż formalności eksportowe zostały praktycznie wyeliminowane. Korzystne zmiany w tej kwestii wynikają także z wejścia Polski do obszaru Schengen. Dla wielu zagranicznych klientów terminowość dostaw i ich szybkość są podstawą, jeżeli chodzi o współpracę w polskich dostawcami. W zdecydowanie korzystny sposób wpływa to na pozycję konkurencyjną polskich dostawców. Można tutaj podać przykład

<sup>18</sup> 1=„bardzo małe”, 2=„małe”, 3=„ani małe ani duże”, 4=„duże”, 5=„bardzo duże”



**Wykres 70: Rozkład odpowiedzi (średnia ze wskazań) na pytanie „znaczenie najważniejszych przyczyn wzrostu eksportu – bądź czynników sprzyjających wzrostowi eksportu”**

Źródło: Badania ankietowe

firmy produkującej pieczarki i rozwijającej eksport do jednego z krajów UE. Dopiero brak kontroli na granicach umożliwił temu eksporterowi rozwinięcie sprzedaży na większą skalę i zagwarantowanie świeżego towaru w każdej z dostaw. Ma to oczywiście znaczenie w Małopolsce, z której pochodzi wiele produktów spożywczych z mianem produktu regionalnego. W kontekście powyższych rozważań pamiętać należy, że popyt podlega cyklicznym wahaniom. Ponadto pozycja konkurencyjna polskich dostawców – która rzutuje na popyt zgłaszany przez zagranicznych kontrahentów – zależy też od konkurencyjności innych dostawców (z innych krajów członkowskich UE, z Chin itp.).

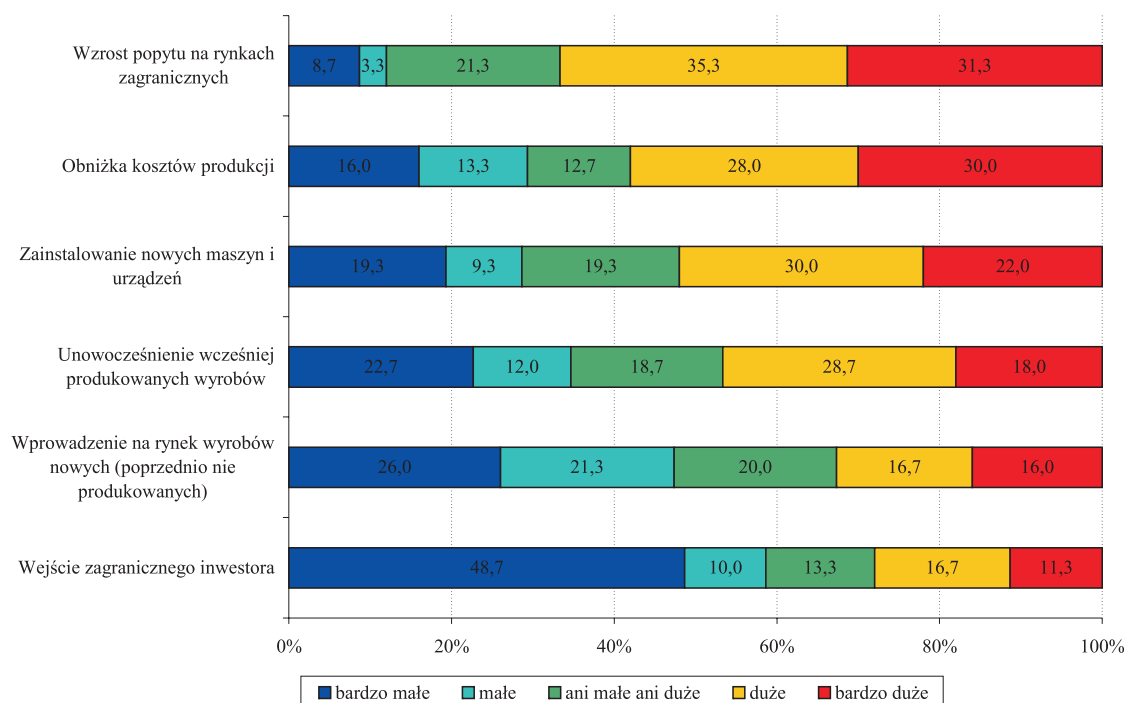
W porównaniu z poprzednim badaniem, zmiany zaszły w odniesieniu do drugiego, pod względem ważności – czynnika sprzyjającemu wzrostowi eksportu. Jest to obniżka kosztów produkcji (wcześniej było zainstalowanie nowych maszyn i urządzeń). Zmiana rangi tego czynnika wynikać może z kilku powodów. Po pierwsze, firmy odczuwają wzrost kosztów produkcji, czego przejawem jest wzrost płac i ogólny wzrost kosztów produkcji. Po drugie, aprecjacja złotego wymusza poszukiwanie możliwości redukcji kosztów, gdyż aby utrzymać tą

samą cenę na zagranicznym rynku wyrażoną np. w euro, cena z walucie krajowej musi być niższa, co wymusza redukcję kosztów. Po trzecie, eksport Małopolski bazuje na podstawowych gałęziach przemysłu (według klasyfikacji WIFO1) lub na średnio-wysokich technologiach (według OECD), co oznacza, że nie jest on niewrażliwy na ceny.

Trzecie miejsce zajął czynnik „zainstalowanie nowych maszyn i urządzeń”. Jest to z pewnością element długofalowego budowania pozycji konkurencyjnej i bez tego wspomniana obniżka kosztów była by trudna. Bardzo korzystnie ocenić należy fakt, że respondenci ten czynnik oceniają jako jeden z ważniejszych. Jego niższa ranga wynikać może też z faktu, że w wielu firmach park maszynowy został już po prostu zmodernizowany.

Ranga pozostałych czynników nie uległa zmianie. Trzecie miejsce zajęło unowocześnienie dotychczas produkowanych wyrobów, czwarte wprowadzenie na rynek wyrobów nowych, ostatnie zaś wejście zagranicznego inwestora.

Na wykresie 71 zaprezentowane zostały szczegółowe rozkłady odpowiedzi dla każdego z czynników.



**Wykres 71: Struktura odpowiedzi na pytanie „znaczenie najważniejszych przyczyn wzrostu eksportu – bądź czynników sprzyjających wzrostowi eksportu”**

Źródło: Badania ankietowe

Jak już wspomniano, w porównaniu z poprzednim badaniem bardzo wyraźny jest wzrost odsetka odpowiedzi „duże znaczenie” oraz „bardzo duże znaczenie”.

W kwestii tego, że wzrost popytu na zagranicznych rynkach wpływa na wzrost eksportu ponad 31% respondentów deklaruje, że ma to bardzo duże znaczenie, ponad 35% że znaczenie to jest duże. W porównaniu z poprzednim badaniem jest to poważna zmiana. Jeśli w 2007 roku 53% respondentów udzieliło odpowiedzi, że czynnik ten ma duże lub bardzo duże znaczenie, w 2008 roku jest to już 66%. Pojawienie się nowych klientów lub wzrost zamówień od stałych klientów jest bezpośrednim bodźcem dla zwiększenia produkcji. Wzrost popytu wpływa również na to, że firmy starają się unowocześnić produkcję i poprawić jakość sprzedawanych za granicę wyrobów.

Jeżeli chodzi o obniżkę kosztów produkcji, obserwujemy tutaj bardzo poważną zmianę struktury odpowiedzi. Odsetek odpowiedzi „duże” oraz „bardzo duże znaczenie” wzrósł z 36,2% do 58%. Dowodzi to, jak wielką presję na obniżkę kosztów odczuwają respondenci. Największy odsetek odpowiedzi „bardzo małe” oraz „małe” znaczenie wystąpił w przypadku czynnika wejście zagranicznego inwestora. Taki stan rzeczy

nie jest niespodzianką, zważywszy na fakt, że Małopolska jest regionem, w eksporcie którego firmy z przewagą własności zagranicznej odgrywają bardzo małą rolę. Jest to jednak w pewnym sensie niepokojące. Jak bowiem wynika z badań dotyczących firm z zagranicznym kapitałem, cechuje je znacznie większy potencjał eksportowy. Wynika on z doświadczenia w działaniu na rynkach międzynarodowych, dostępu do kanałów dystrybucji, posiadania rozpoznawalnej marki oraz wielu innych czynników, które w teoriach zagranicznych inwestycji bezpośrednich określane są mianem przewag wynikających z własności.

Kolejne pytanie dotyczyło oceny znaczenia najważniejszych przyczyn spadku eksportu bądź czynników niesprzyjających jego wzrostowi.

Podobnie jak w pytaniu poprzednim, w stosunku do minionego roku, średnia ze wskazań dla poszczególnych czynników przyjmuje wyższe wartości, co wskazuje na większą liczbę wskazań „duże” oraz „bardzo duże” znaczenie. Jako najważniejszy czynnik niesprzyjający wzrostowi eksportu uznano kursy walutowe, w tym wahania kursowe. Jak wiadomo, fluktuacje kursów wprowadzają do transakcji ryzyko i niepewność. Może być to związane nie tylko z cenami





**Wykres 72: Rozkład (średnia ze wskazań) na pytanie „znaczenie najważniejszych przyczyn spadku eksportu – bądź czynników niesprzyjających wzrostowi eksportu”**

Źródło: Badania ankietowe

eksportu, ale również ze zmieniającymi się pod wpływem tych wahań cenami surowców i półproduktów. Należy jednak wspomnieć, że obecnie istnieją możliwości ubezpieczenia od tego rodzaju niepewności, co eksporterzy powinni uwzględniać w swoich kalkulacjach. W ocenie respondentów, także w poprzednim badaniu czynnik ten znalazł się na pierwszym miejscu. W perspektywie członkostwa Polski w strefie euro, a zwłaszcza ogłoszonych przez Rząd RP planów szybszego niż się pierwotnie spodziewano zamiarów wejścia do *eurolandu*, wahania kursu złotego mogą się niestety wzmocnić, gdyż rynki finansowe z pewnością będą „testować” złotego i jego stabilność. Zatem przy długotrwałej tendencji do aprecjacji złotego, w krótkich okresach wahania kursowe mogą być problemem dla eksporterów.

Kolejne dwa czynniki mają bardzo zbliżony poziom wskazań. Są to: wzrost cen surowców i materiałów oraz utrata konkurencyjności cenowej wynikająca z aprecjacji złotego. Taki stan rzeczy potwierdza wcześniejsze obserwacje i wnioski odnoszące się do odczuwanej presji na obniżkę kosztów, w celu utrzymania konkurencyjności cenowej na zagranicznych rynkach, zwłaszcza, że jako istotny czynnik – na piątej pozycji,

zaraz po czynnikach kosztowych – wskazano na wzrost konkurencji ze strony dostawców z innych krajów. Dostrzec należy jednak, że w porównaniu z poprzednim badaniem wzrost cen surowców i materiałów przesunął się z pozycji 5. na 2. Jest to jednocześnie czynnik, któremu trudno zaradzić, gdyż firma jest po prostu „ceno-biorcą” i to co może przedsięwziąć, to szukać rezerw, usprawniać logistykę, modernizować park maszynowy, wdrażać innowacje. Jak wspomniano, na 3. pozycji wskazano utratę konkurencyjności w wyniku aprecjacji złotego. Jest to proces długotrwały, wywierający stałą presję na eksporterów. Co prawda rynek walutowy ma to do siebie, że możliwe są krótkotrwałe zmiany tendencji, to jednak w perspektywie długookresowej liczyć należy się z tym, że złoty będzie się umacniał. Jest to skutek znanego z teorii ekonomii międzynarodowej tzw. efektu choroby holenderskiej, który polega na aprecjacji kursu waluty kraju, w gospodarce którego pojawia się poważne źródło wpływów dewizowych. W przypadku Polski jest to napływ kapitału w postaci zagranicznych inwestycji portfelowych i – przede wszystkim – bezpośrednich oraz funduszy z UE. Oczywiście sam napływ kapitału jest bardzo korzystnym zjawiskiem

dla gospodarki, gdyż oznacza to po prostu finansowanie wzrostu gospodarczego oszczędnościami zagranicy. Jednak oddziaływanie na kurs walutowy jest jednoznaczne – prowadzi do jego aprecjacji. Najmniejsze znaczenie mają – w ocenie respondentów – brak środków na unowocześnienie produkcji oraz niski popyt na zagranicznych rynkach. Stwierdzić należy, że prawdopodobnie minęły już czasy, gdy firmy borykały się z dostępem do kredytu bankowego czy innych form finansowania. Rozkład odpowiedzi z ankiet wyraźnie to potwierdza. Oczywiście nie wszystkie firmy wskazały, że nie jest to problemem, gdyż ocena wiarygodności kredytowej jest sprawą indywidualną. W Polsce jest jednak z pewnością problem z podażą nowoczesnych form finansowania typu np. *venture capital*, dla innowacyjnych, małych firm, jeszcze bez historii kredytowej.

Analiza szczegółowych odpowiedzi na pytanie dotyczące przyczyn spadku eksportu bądź czynników ograniczających jego wzrost ujawnia dobitnie, które kwestie są postrzegane przez respondentów jako największy problem. Największy odsetek wskazań „bardzo duże znaczenie” dotyczy wahań kursowych (prawie 60%). Na drugim miejscu (blisko 47%) plasuje się utrata konkurencyjności cenowej jako rezultat aprecjacji złotego. Tak wysoki odsetek wskazań „bardzo duże znaczenie” dowodzi, że problemy odczuwane przez eksporterów są poważne. Władze regionalne nie dysponują i nie będą dysponować narzędziami, przy wykorzystaniu których możliwe byłoby zaradzenie tym problemom, gdyż mają one charakter makroekonomiczny, są odzwierciedleniem podstawowych praw ekonomii międzynarodowej, wynikają w znacznej mierze z tendencji globalnych i są – w części – *de facto* ceną płaconą za akcesję do UE, z której wynika wiele korzyści.

Najmniejszy odsetek wskazań „bardzo małe” oraz „małe” znaczenie odnotowujemy w zakresie czynnika „brak środków na unowocześnienie produkcji”. Można wnioskować, że znaczna część firm stosunkowo niedawno dokonała modernizacji procesów produkcyjnych i z tego względu nie odczuwa potrzeby dalszych inwestycji mających na celu unowocześnienie produkcji. Jest to bardzo prawdopodobne, zważywszy na fakt, że firmy, dla których duże znaczenie ma eksport są liderami, jeżeli chodzi o tego typu zachowania.

W poprzednim raporcie uzyskane wyniki badań zdawały się potwierdzać tezę, że stosunkowo duża część eksporterów zdolała „uodpornić” się na czynnik w postaci presji płac. Okazuje się jednak, że było to stwierdzenie przedwczesne, zwłaszcza, jeśli zdamy sobie sprawę ze skali podwyżek.

Ponieważ skuteczne wsparcie eksportu wzmaga wiedzy na temat zamierzeń firm w kwestii ekspansji na poszczególne kierunki geograficzne, respondenci zostali poproszeni o określenie, na jakie rynki w nadchodzących trzech latach planowany jest wzrost eksportu. Jak wiadomo, rynki różnych obszarów świata mają swoją specyfikę.

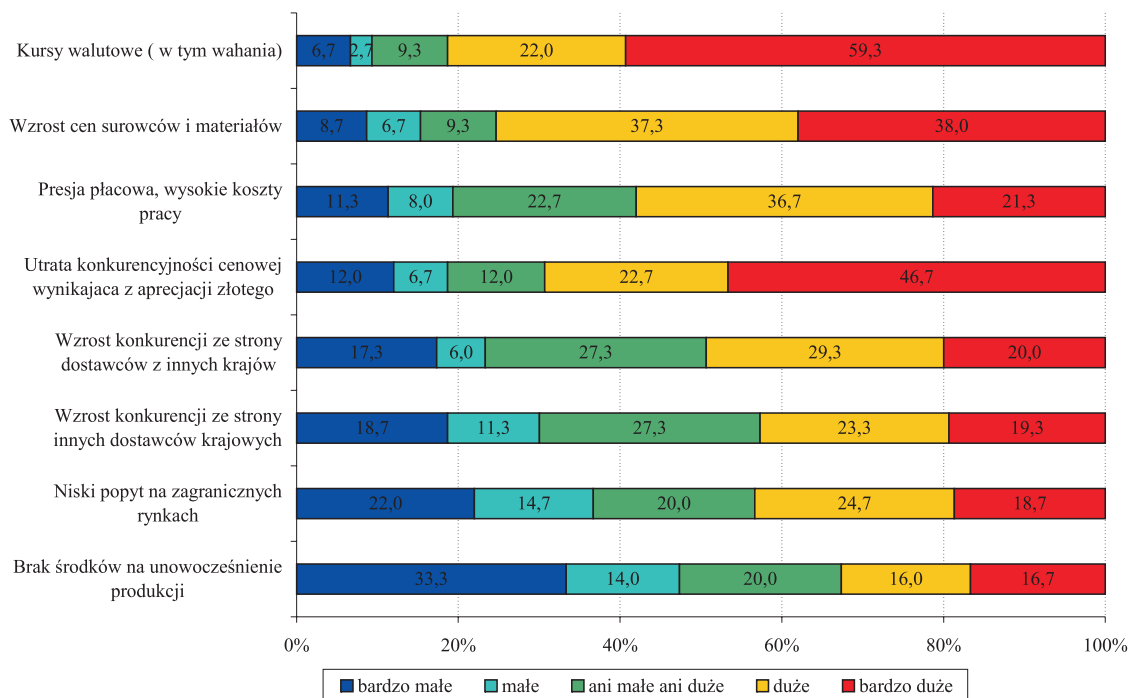
Biorąc pod uwagę porównanie poszczególnych kierunków geograficznych – średnia ze wskazań od 1 do 5<sup>19</sup> – planowany wzrost eksportu ma dotyczyć przede wszystkim krajów „starej UE”. Ten rynek zbytu cieszy się obecnie największym zainteresowaniem eksporterów, którzy dostrzegają jeszcze znaczne możliwości zwiększenia sprzedaży. Drugim najbardziej popularnym wśród firm kierunkiem ekspansji będą nowe kraje członkowskie UE. Kolejne miejsca zajmują: Rosja, Ukraina i Białoruś, „pozostałe kraje, a ostatnie Daleki Wschód. W porównaniu z poprzednim badaniem, rozkład odpowiedzi praktycznie nie uległ zmianom, co wskazuje, że plany eksporterów i ich strategię są stabilne.

Na wykresie poniżej zaprezentowane zostały najbardziej obiecujące rynki eksportowe – w opinii respondentów. W sumie, wskazano 41 krajów, zatem lista jest długa (biorąc pod uwagę, że na to pytanie odpowiedzi udzieliły wszystkie ankietowane firmy). Na wykresie przedstawione zostały tylko najważniejsze, najczęściej wskazywane przez respondentów kraje<sup>20</sup>.

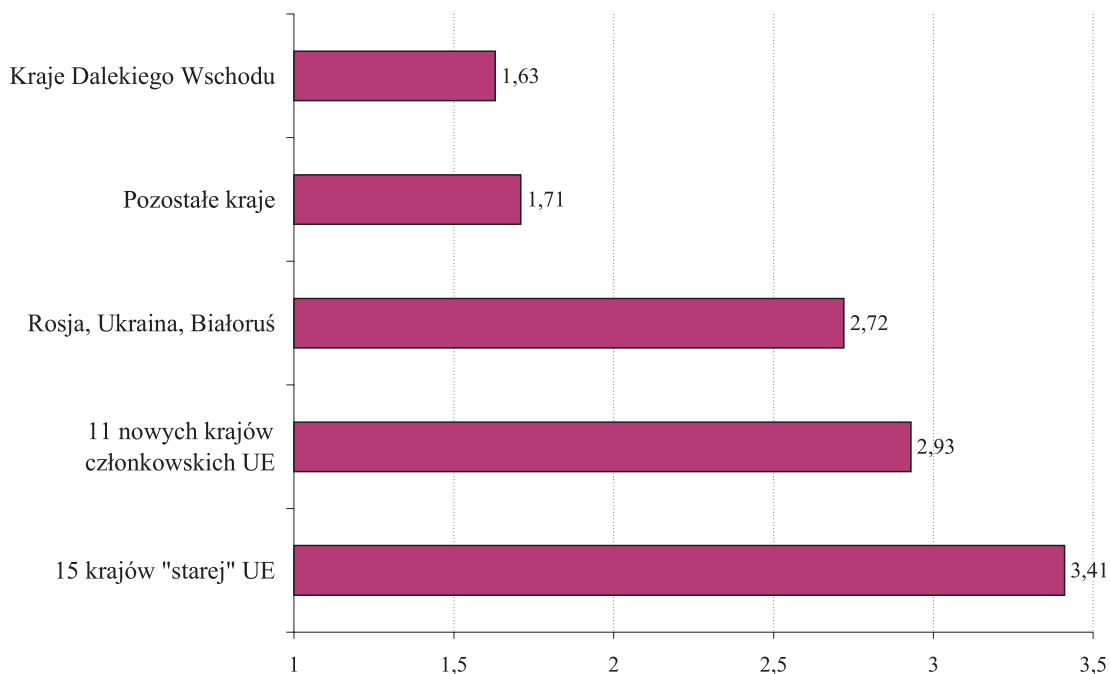
Najbardziej obiecującym rynkiem zbytu są Niemcy. Tego rodzaju opinie małopolskich firm potwierdzają prognozy dotyczące kierunków ekspansji polskiego eksportu. Największy wzrost obrotów spodziewany jest właśnie w handlu z tym krajem. Nie jest to zaskakujące, ze względu na bezpośrednie sąsiedztwo i naturalne „ciążenie” handlu w tym kierunku. Poza tym Niemcy są największym pod względem liczby konsumentów krajem UE, jest to zatem również rynek najbardziej chłonny. W porównaniu do

<sup>19</sup> 1 = „bardzo małe”, 2 = „małe”, 3 = „ani małe ani duże”, 4 = „duże”, 5 = „bardzo duże”

<sup>20</sup> Respondenci mogli wskazać na więcej niż jeden kraj, zatem suma udziałów poszczególnych krajów przekracza 100%.



**Wykres 73: Struktura odpowiedzi na pytanie „znaczenie najważniejszych przyczyn spadku eksportu – bądź czynników niesprzyjających wzrostowi eksportu”**  
 Źródło: Badania ankietowe



**Wykres 74: Planowany wzrost eksportu na rynki**  
 Źródło: Badania ankietowe

poprzedniego badania, odsetek firm wskazujących na Niemcy uległ zmniejszeniu (z 45% do 33%). Oznacza to, że dla niektórych firm ten kierunek ekspansji jest już mniej obiecujący bądź też, że po prostu trudno na rynku Niemiec zaistnieć ze względu na wysoką konkurencję. Wśród pozostałych krajów/rynków ocenianych przez firmy jako „najbardziej obiecujące” wymienione zostały też: Ukraina, Rosja, Francja, Czechy, Litwa, Słowacja, Wielka Brytania, USA, Węgry, Dania, Hiszpania, Rumunia, Białoruś, Holandia, Austria i Włochy<sup>21</sup>. Warto zwrócić uwagę, że na liście tej znalazło się wiele nowych krajów członkowskich UE. Jest to potwierdzenie analiz bazujących na danych statystycznych eksportu, z których wynika, iż Małopolska charakteryzuje się wysoką intensywnością powiązań eksportowych właśnie z nowymi krajami członkowskimi UE.

Trudniejsze było udzielenie konkretnych odpowiedzi na pytanie, na jakie nowe rynki respondenci planują wejście lub jakie rynki zamierzają poznać. Zaskakujący jest fakt, że w 41 przypadkach (27%) odpowiedź brzmi „nie wiem”. Pośród firm, które mają sprecyzowane plany w tej kwestii, wskazania dotyczyły przede wszystkim: Rosji, UE (bez sprecyzowania o który rynek konkretnie chodzi), Niemiec, Francji, Ukrainy, Dalekiego Wschodu, Chin, Hiszpanii, Rumunii, Włoch, Wielkiej Brytanii, Afryki, Szwecji, Holandii, Danii, krajów skandynawskich, Bośni i Hercegowiny, Ameryki Południowej<sup>22</sup>.

Komentarza wymaga wysoki odsetek wskazań UE, jako całość. Eksporterzy dostrzegają, że UE z punktu widzenia kierunków ekspansji jest rynkiem wewnętrznym, jednolitym, działającym według tych samych zasad. W planowanych przez władze regionalne działaniach promocyjnych i szkoleniowych należy jednak zwrócić uwagę, że kształt strategii eksportowej powinien być nie tylko uzależniony od charakteru oferowanego produktu, ale często też od kraju, do którego eksport będzie kierowany. Inne „reguły gry” dotyczą np. negocjacji handlowych z partnerami z krajów skandynawskich, inne z Grekami, Hiszpanami czy Niemcami.

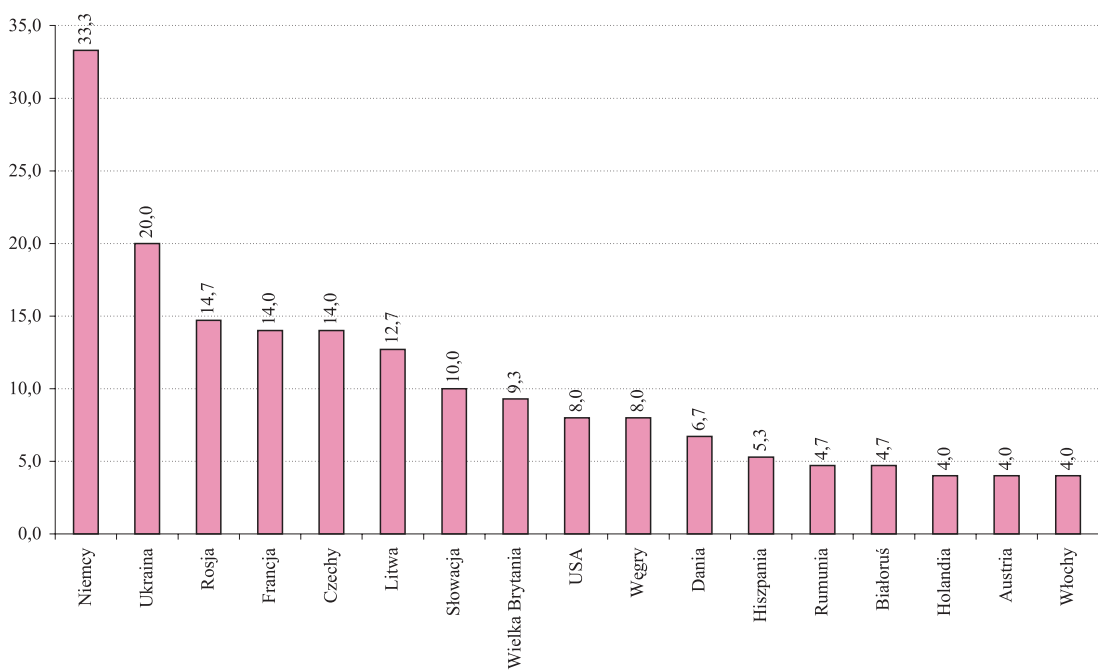
Z punktu widzenia działań promocyjnych planowanych bądź podejmowanych przez regionalne władze istotne jest poznanie oczekiwań eksporterów odnośnie rodzajów wsparcia. Podobnie jak w poprzednim badaniu, najwięcej bo aż 81,5%% respondentów oczekuje pomocy w zakresie promocji polskich artykułów za granicą. Jest to zrozumiałe, ponieważ akcje tego rodzaju są kosztowne, wymagają wcześniejszej akcji marketingowej i często przekraczają możliwości pojedynczego eksportera. Z drugiej strony ich skuteczność jest z reguły wysoka, ponieważ dzięki dobrej promocji można pozyskać znaczącą liczbę nowych klientów.

Jako drugie, wskazane zostało udzielenie informacji o rynkach zagranicznych. W znacznej mierze jest to zaskakujące, gdyż informacje takie firmy mogą pozyskać – w dużym stopniu – samodzielnie. Może być to jednak trudne zwłaszcza w przypadku małych firm. Część respondentów, zatem nie czuje się dostatecznie samodzielna, aby indywidualnie podjąć poszukiwania partnerów handlowych. Aż 72% firm byłoby zainteresowanych pomocą w poszukiwaniu kontrahentów. Być może tego rodzaju oczekiwania są wynikiem pewnego niedoinformowania przedsiębiorców, że istnieją agencje, które pośredniczą w nawiązywaniu tego rodzaju kontaktów. Można byłoby tego rodzaju oczekiwania spełnić uruchamiając portal internetowy, którego prowadzenia chciałoby 66% respondentów. Pomysł powstania takiego portalu jest bardzo dobry, ponieważ mógłby on pełnić nie tylko funkcję informacyjną, ale służyć również wymianie doświadczeń, czy zawierać różnego rodzaju informacje dotyczące np. nieuczciwych kontrahentów (na wzór bazy danych o nieuczciwych dłużnikach).

55% ankietowanych firm chciałoby, aby władze regionalne organizowały przyjazdowe i wyjazdowe misje handlowe. Misje takie mają duże znaczenie ze względu na to, że pozwalają na bezpośredni kontakt z potencjalnymi importerami, a w przypadku misji wyjazdowych pozwalają na zapoznanie się ze specyfiką rynków i dokładnymi oczekiwaniami odbiorców.

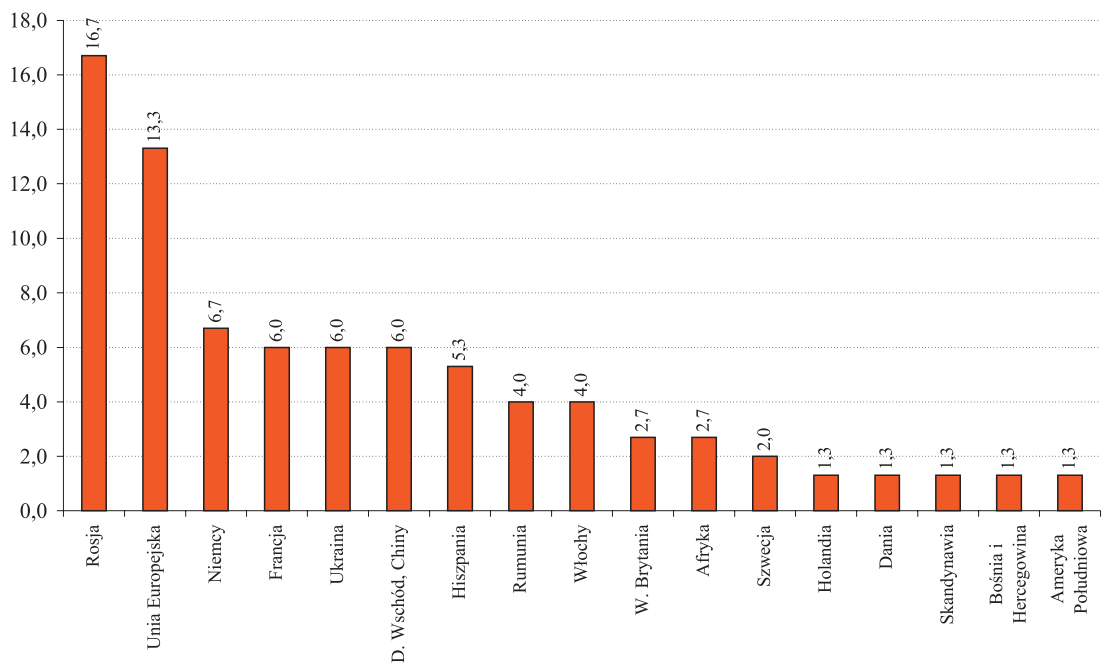
<sup>21</sup> Poza tym, wskazano również na inne kraje bądź obszary geograficzne: Szwecja, Estonia, Szwajcaria, Belgia, Daleki Wschód, Bułgaria, kraje „wschodnie”, Irlandia, Grecja, Norwegia, Ameryka Południowa, Afryka, Serbia, Turcja, Finlandia, kraje skandynawskie, Kanada, Japonia, Słowenia, Chile, Australia oraz Chiny.

<sup>22</sup> A także: Słowacji, Litwy, Czech, USA, Kazachstanu, Bułgarii, Węgier, Grecji, Turcji, Kanady, Beneluxu, Australii, Europy Wschodniej.



**Wykres 75: Najbardziej obiecujące rynki eksportowe – w opinii respondentów**

Źródło: Badania ankietowe



**Wykres 76: Najważniejsze rynki, na które ankietowane przedsiębiorstwa chciałyby wejść lub poznać (%)**<sup>23</sup>

Źródło: Badania ankietowe

<sup>23</sup> Respondenci mogli wskazać na więcej niż jeden kraj, zatem suma udziałów poszczególnych krajów przekracza 100%.



**Wykres 77: Oczekiwania respondentów w zakresie pomocy ze strony władz regionu we wsparciu eksportu**

Źródło: Badania ankietowe.

Respondenci mogli wskazać na więcej niż jeden czynnik, zatem suma udziałów przekracza 100%

Najmniej respondentów (53,2%) chciałoby wziąć udział w szkoleniach dotyczących eksportu. Z jednej strony można wnioskować, że część ankietowanych firm, mimo, że prowadzi sprzedaż na rynki zagraniczne – nadal odczuwa brak wiedzy związanej z prowadzoną działalnością. Z drugiej strony, czynnik ten w porównaniu z poprzednim badaniem spadł z 6. – na ostatnią pozycję. Przyczyną takiego stanu rzeczy jest prawdopodobnie fakt, że wiele firm w takowych szkoleniach brało już udział. Część z firm – jak dowodzą osobiste doświadczenia autorów – twierdzi, że szkolenia takie są albo nieprzydatne, albo tematy powtarzają się i nic nowego albo odkrywczego nie wnoszą. Popyt na tego typu szkolenia wydaje się polaryzować. Z jednej strony, zainteresowane są nimi firmy, które dopiero planują wejście na zagraniczne rynki i ich poziom wiedzy na temat np. formułowania strategii eksportu, ryzyka handlu zagranicznego, negocjacji, uzansów i zwyczajów handlowych czy np. form płatności jest bardzo niski. Z drugiej strony potrzeby szkoleń zgłaszają nie nowicjusze, ale doświadczeni eksporterzy

i chodzi im o szkolenia z zakresu bardzo specjalistycznej problematyki.

W firmach podejmowane są działania zmierzające w kierunku poprawy konkurencyjności oferty eksportowej. Na wykresie 78 zaprezentowany został rozkład odpowiedzi (średnia ze wskazań) w tej kwestii.

Zastanawiając się nad wyzwaniem przed którymi stoją eksporterzy, a zwłaszcza nad imperatywem poprawy konkurencyjności w dynamicznie zmieniającym się świecie, można sparafrazować znane stwierdzenie, że „kto stoi w miejscu, ten *de facto* cofa się”. Walka o poprawę konkurencyjności bowiem nigdy się nie kończy, gdyż „świat” i ci z którymi konkurujemy także „idą do przodu”.

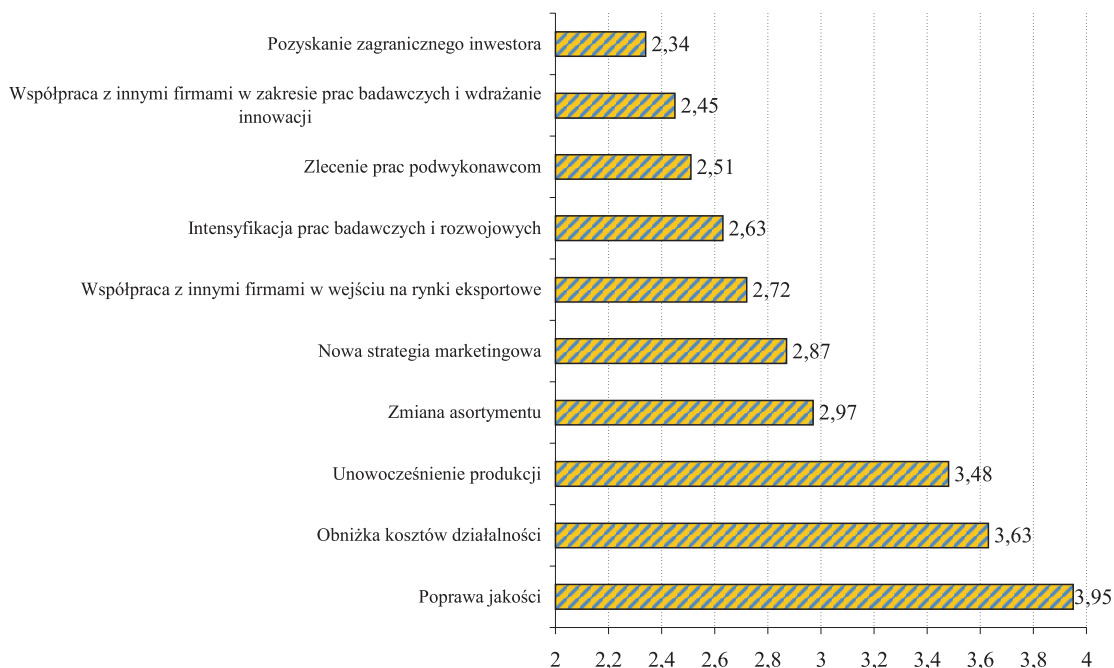
Na liście rankingowej, tak samo jak w poprzednim badaniu, na pierwszym miejscu plasuje się poprawa jakości. Prawie 39% respondentów uznaje jakość za bardzo ważną cechę oferty produktowej, służącą poprawie konkurencyjności. W kontekście tych odpowiedzi nasuwa się pytanie, w jaki sposób to unowocześnienie miałyby nastąpić. Można domniemywać, że w drodze zakupu innowacyjnych pomysłów

badź technologii. Do takiego stwierdzenia upoważnia obserwacja charakteru transferu i wdrażania technologii przez polskie firmy. Zgodnie z wynikami badań współczesnej ekonomii, źródło postępu powinno mieć raczej charakter endogeniczny, czyli pomysły na to, czy i jak unowocześnić produkcję mają powstawać w przedsiębiorstwie. Temu m.in. powinny służyć powoływane przez firmy komórki zajmujące się badaniami i rozwojem. Przedsiębiorstwa nie odczuwają jednak takiej potrzeby, na co wskazuje odległa pozycja czynnika „intensyfikacja prac badawczo rozwojowych”. Prawdopodobnie chodzi tutaj o chęć ograniczenia kosztów, co jednak wydaje się być bardzo krótkowzroczną strategią, gdyż wydatki te zwracają się z nawiązką. We współczesnej gospodarce coraz większą rolę odgrywa tzw. kapitał relacyjny, a zwłaszcza umiejętność współpracy z innymi przedsiębiorstwami, w tym w zakresie wdrażania innowacji i wspólnego rozwiązywania problemów technologicznych. Nawet duże, międzynarodowe firmy, które konkurują na rynku produktów finalnych,

współpracują w zakresie prac badawczo rozwojowych. Tego rodzaju „kapitał relacyjny” będzie nabierał na znaczeniu, gdyż coraz trudniej jest pojedynczej firmie rozwiązywać problemy natury technologicznej czy też wchodzić na zagraniczne rynki. Współpraca z innymi firmami w wchodzeniu na zagraniczne rynki znalazła się na 6. pozycji – czyli takiej samej jak w poprzednim badaniu.

Warto zwrócić uwagę na zmianę, jaka nastąpiła w porównaniu z poprzednim badaniem. Nie jest ona „radikalna”, jednak widać wzrost znaczenia czynnika „zlecenie prac podwykonawcom”. Awansował on z ostatniej pozycji na pozycję 8. Potwierdza to rosnącą rolę współpracy kooperacyjnej oraz wzrost znaczenia *outsourcingu*, co w dłuższej perspektywie może stanowić punkt wyjścia do budowy wspomnianego kapitału relacyjnego.

Porównanie struktury odpowiedzi na omawiane pytanie pozwala na uchwycenie zmian względem roku poprzedniego. W 2007 roku 26% respondentów wskazało, że obniżka kosztów działalności



**Wykres 78: Działania zmierzające w kierunku poprawy konkurencyjności oferty eksportowej (średnia ze wskazań)**

Źródło: Badania ankietowe

ma „bardzo duże” znaczenie. Natomiast w 2008 roku takich odpowiedzi jest już 32%. Zatem ponownie potwierdza się zidentyfikowana już wcześniej presja na redukcję kosztów.

W ubiegłym roku 45% firm deklarowało, że poprawa jakości ma znaczenie „bardzo duże”. W tym roku jest ich mniej – 39%. Oczywiście czynnik poprawa jakości jest wciąż na pierwszym miejscu. Opisane zmiany dowodzą jednak, że w wielu firmach proces poprawy jakości już nastąpił i firmy umocniły w tym względzie swą pozycję konkurencyjną.

Także w zakresie pozycji „nowa strategia marketingowa” nastąpiło zmniejszenie odsetka wskazań „duże” i „bardzo duże”.

Z działalnością eksportową wiąże się ryzyko, w tym ryzyko płatności. Firmy mają coraz większą wiedzę na temat sposobów zabezpieczania płatności w handlu zagranicznym. Wynika to z własnych doświadczeń, szkoleń poświęconych tej problematyce, ale zwłaszcza z wzrostu świadomości wśród menadżerów na temat ryzyka. W ankiecie umieszczone zostały pytania wiążące się z ubezpieczeniami kredytów/należności eksportowych.

38% firm ubezpiecza się od ryzyka związanego z kredytami lub należnościami eksportowymi. Uzyskane wyniki wskazują, że w porównaniu z poprzednim badaniem, odsetek respondentów, którzy korzystają z ubezpieczeń wzrósł (z 26%). Taki stan rzeczy wskazuje na wzrost świadomości firm, ale także na wzrost ochrony przed tego rodzaju ryzykiem. Jest to tym bardziej ważne, że więcej firm niż w poprzednim badaniu deklaruje, że zdarzały się problemy z niewypłacalnością zagranicznego partnera i wynikające z tego problemy z odzyskaniem należności. Odsetek firm wskazujących na tego typu problemy zwiększył się z 32% do 40,7%. Z 28% do 37% wzrósł odsetek firm deklarujących korzystanie z oferty Korporacji Ubezpieczeń Kredytów Eksportowych (KUKE).

Część firm – jak wynika z deklaracji – nie stosuje zabezpieczeń płatności/należności eksportowych. Najczęściej wymieniane powody to:

- mała skala eksportu i w związku z tym nie opłaca się zabezpieczać ryzyka, ze względu na małą *value at risk*,
- koszty ubezpieczeń są za wysokie i prowadzą do podrożenia ceny eksportu,

- stali partnerzy, co gwarantuje niskie ryzyko płatności,
- dywersyfikacja ryzyka (znaczna liczba kontrahentów),
- stosowanie rozliczeń gotówkowych i przedpłat.

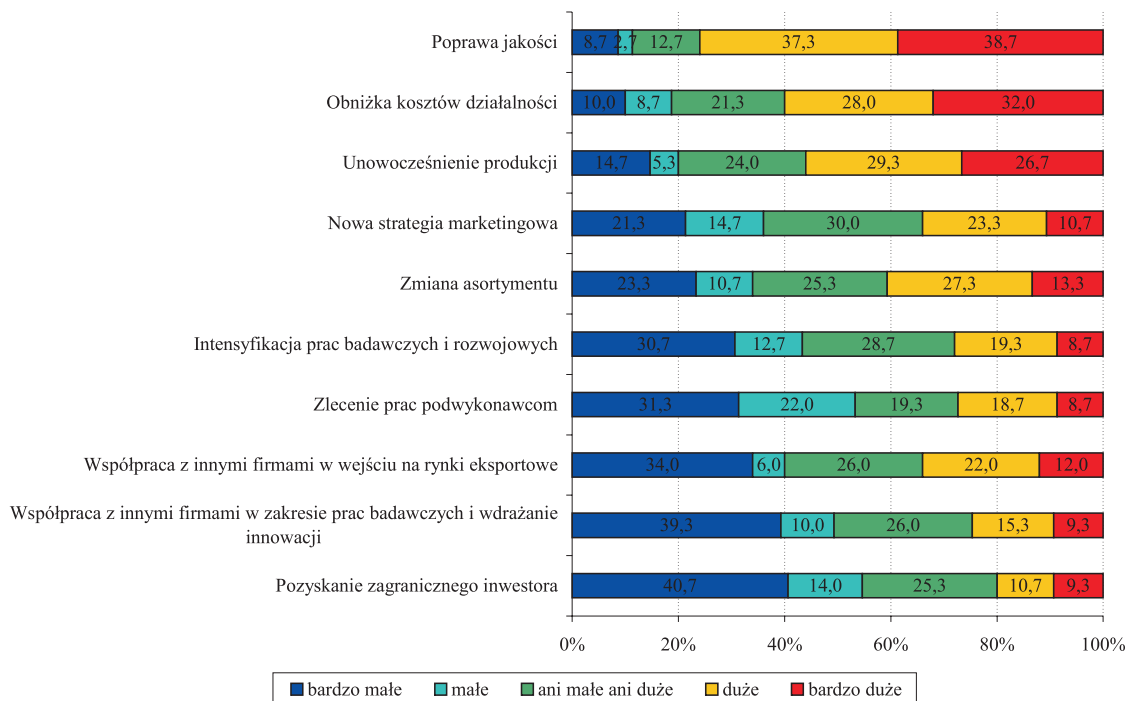
Na wykresie zaprezentowane zostały kraje, w stosunkach, z którymi firmy Małopolski odnotowują problemy z odzyskaniem należności. Procenty na wykresie nie sumują się do 100, gdyż respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź.

Aż 31% ankietowanych odnotowało trudności w odzyskaniu należności w handlu z Niemcami. Powodem tego jest zapewne fakt, że to właśnie do tego kraju Małopolska eksportuje najwięcej. 14,8% ankietowanych miało negatywne doświadczenia z kontrahentami rosyjskimi, 13,1% z ukraińskimi, po 11,5% ze Słowacji oraz Francji.

Polskie firmy, sprzedając produkty na zagranicznych rynkach, spotykają się z konkurencją ze strony dostawców z krajów Dalekiego Wschodu. W odczuciu 22,7% respondentów, konkurencja ta jest bardzo silna, 12% silna. Blisko 23% firm nie jest w stanie ocenić intensywności tej konkurencji. W odczuciu 44,7% firm, konkurencja ta jest słaba bądź bardzo słaba. W porównaniu z poprzednim badaniem, rozkład odpowiedzi uległ nieznacznym zmianom. Wzrósł odsetek firm deklarujących, że konkurencja jest bardzo silna. Nieznacznie zmniejszył się odsetek odpowiedzi „słaba” bądź „bardzo słaba”.

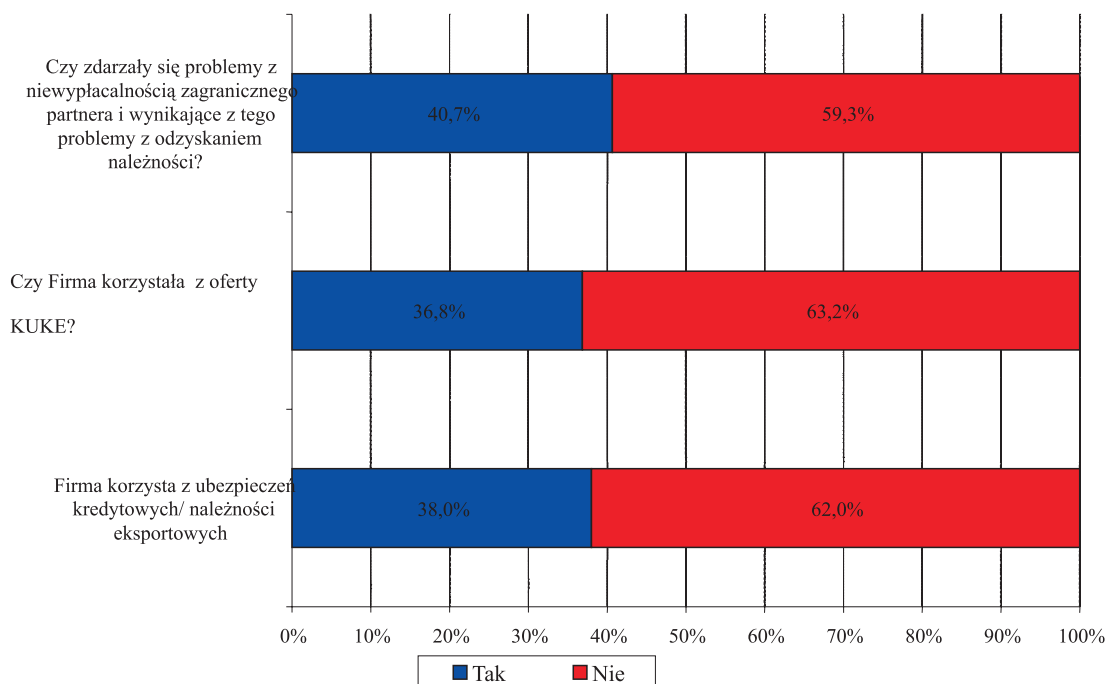
Kolejna kwestia poruszana w ankiecie dotyczy najważniejszych problemów w dalszej ekspansji eksportowej na rynki UE. Na pierwszym miejscu respondenci wskazali na ryzyko kursowe wynikające z nie wprowadzania euro. Jest to zmiana w stosunku do roku poprzedniego, kiedy ten czynnik znalazł się na drugim miejscu. Gdy przeanalizujemy szczegółową strukturę odpowiedzi na to pytanie, 41,3 % respondentów stwierdza, że zmienność kursów jest bardzo dużym problemem jeżeli chodzi o ekspansję eksportową na rynki UE. Należy zauważyć, że żaden z pozostałych czynników nie został w taki sposób oceniony. W przypadku „wysokiej konkurencji na rynkach UE” odsetek wskazań „bardzo duże znaczenie” wynosi 22%, czyli prawie dwukrotnie mniej. Zatem czynnik ten pojawia się na drugim miejscu w rankingu przeszkód w dalszej ekspansji eksportowej na rynki UE. Kolejność po-





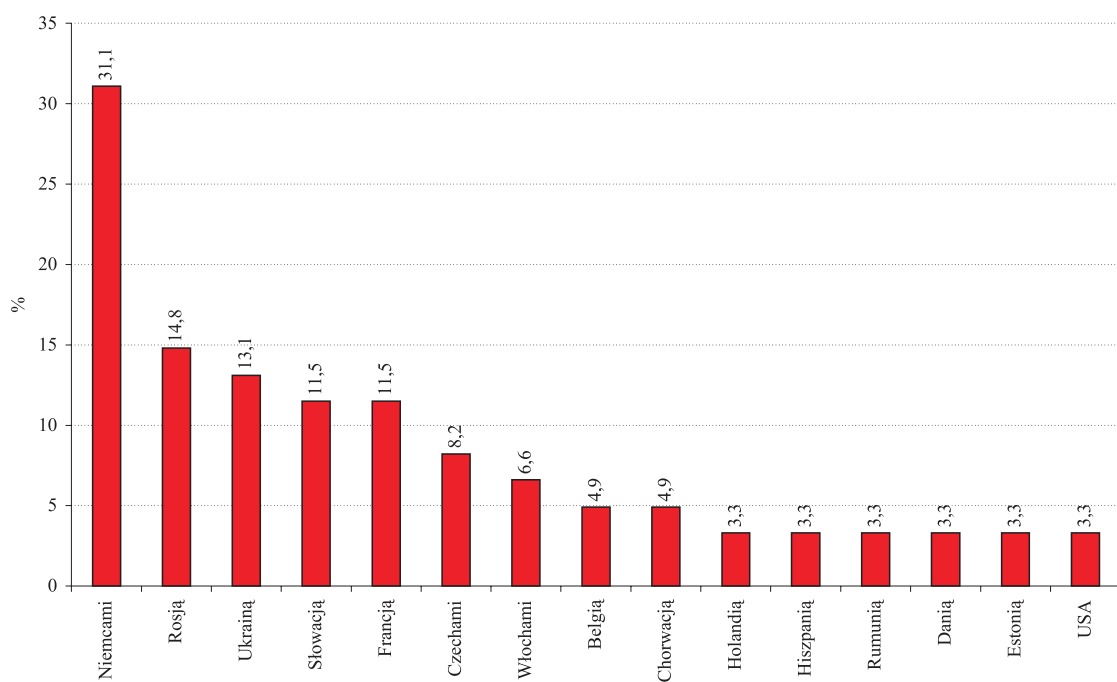
**Wykres 79: Struktura odpowiedzi na pytanie „działania podejmowane w firmie w celu poprawy konkurencyjności oferty eksportowej”**

Źródło: Badania ankietowe



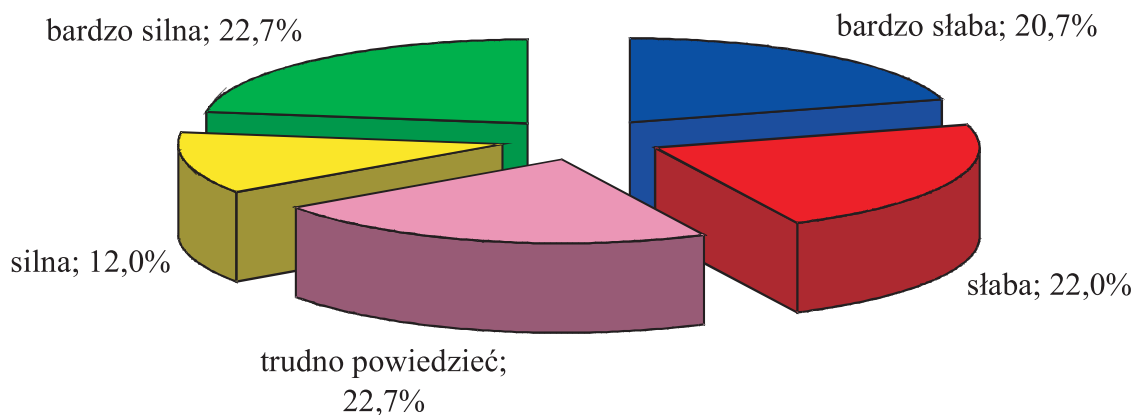
**Wykres 80: Ubezpieczenia kredytów/należności eksportowych**

Źródło: Badania ankietowe



**Wykres 81: Problemy z niewypłacalnością zagranicznego partnera i wynikające z tego trudności z odzyskaniem należności wystąpiły najczęściej w handlu z:**

Źródło: Badania ankietowe



**Wykres 82: Jak silna jest konkurencja odczuwana ze strony krajów Dalekiego Wschodu w eksporcie na najważniejsze rynki firm Małopolski**

Źródło: Badania ankietowe

zostałych czynników jest taka sama jak w badaniu ubiegłorocznym. Trzecie miejsce zajął „brak wsparcia dla eksporterów”. Gospodarka rynkowa spowodowała, że większość eksporterów nie cechuje już postawa roszczeniowa. Tylko 13% respondentów uważa, że brak wsparcia eksporterów może być bardzo dużą przeszkodą w ekspansji na rynki UE. 19% jest zdania, że jest dla nich przeszkoda ważna, ale dla 29% jest to czynnik o bardzo małym znaczeniu, a dla 9% o małym. Przeszkodą w realizacji ekspansji nie jest też nieznanostwo języków obcych. Aż dla 53% jest to czynnik o bardzo małym znaczeniu, a dla 9% o małym. Tylko dla 6,7% stanowi to bardzo ważny problem w dalszej ekspansji eksportowej do UE.

O tym, że rynek UE jest dobrze znany świadczy również to, że brak informacji o możliwościach biznesowych za bardzo ważną przyczynę hamującą przyszłą ekspansję uważa tylko 10% respondentów. 14% traktuje to jako przeszkodę ważną, natomiast 34% jako bardzo mało ważną, a 15% jako mało ważną.

45% respondentów podkreśla, uważa, że nieumiejętność współpracy z innymi firmami ma bardzo małe znaczenie w dalszej ekspansji eksportowej na rynki UE. Potwierdza to, wcześniejsze opinie o tym, że firmy nie dostrzegają korzyści, których źródłem mogłaby być kooperacja z innymi eksporterami. Być może powodem tego przekonania jest fakt, że same radzą sobie dobrze, ale współpraca mogłaby prowadzić do większych korzyści w drodze np. obniżki kosztów.

37% respondentów deklaruje, że przy realizacji produkcji eksportowej współpracuje z innymi przedsiębiorstwami. Charakter tej współpracy polega głównie na tym, że w 71% współpracujące firmy są dostawcami respondentów (w poprzednim badaniu było to 49%). W 7,3% przypadków mówimy o tym, że respondenci pełnią wyłącznie rolę poddostawców. Natomiast 21,8% firm nawiązało współpracę polegającą na wzajemnej współpracy – z jednej strony respondenci są podwykonawcami, a z drugiej dostawcami tych samych firm. W porównaniu z wynikami poprzedniego badania, można mówić o zmianie charakteru współpracy, gdyż wzrósł odsetek wskazań „są to nasi dostawcy”. Można to traktować jako dowód, na coraz większą samodzielność eksporterów.

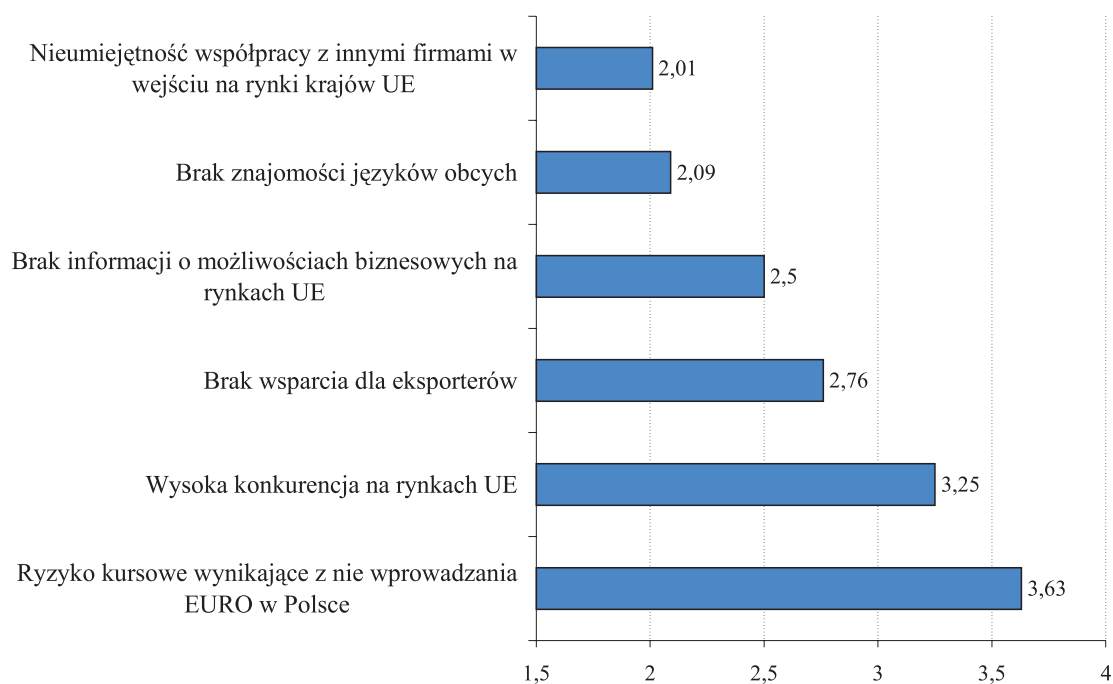
Większość (47,3%) kooperantów znajduje się w Małopolsce, 11% w sąsiednich województwach, 42% w pozostałych województwach Polski. Porównując uzyskane wyniki z poprzednim rokiem można zauważyć, że wzrósł udział kooperantów z Małopolski. Jest bardzo prawdopodobne, że odzwierciedla to tendencję do ogniskowania współpracy wokół tzw. klastrów.

37% ankietowanych firm opracowało strategię rozwoju eksportu. Warto jednak zaznaczyć, że spośród firm, w których strategia nie została opracowana, 40% respondentów planuje jej opracowanie.

81% firm zadeklarowało, że sprzedaje produkty pod własną marką. Jest to nieznaczna zmiana – *in plus* – w stosunku do poprzedniego badania.

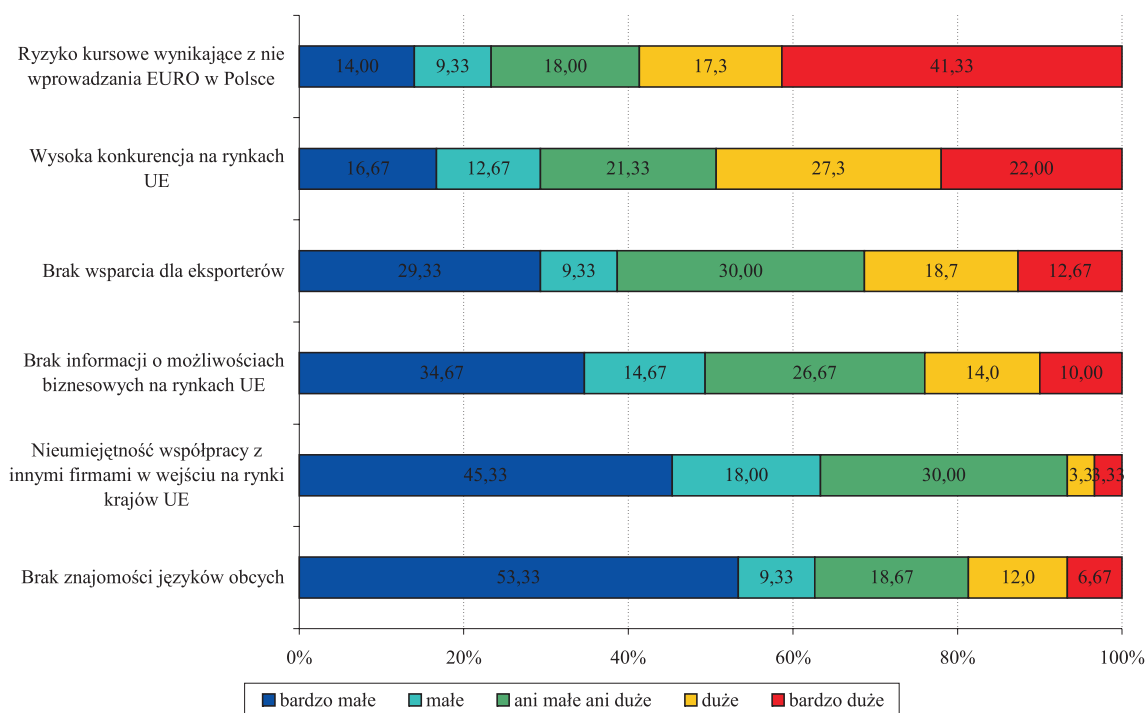
82% ankietowanych firm realizuje eksport bezpośrednio do ostatecznego odbiorcy. W stosunku do poprzedniego badania jest to wzrost o 4 pkt. %. Prawdopodobnie firmy motywowane są chęcią uniknięcia kosztów związanych z pośrednictwem. Wciąż bardzo małą rolę odgrywa sprzedaż poprzez własne placówki handlowe. Taka forma ekspansji na rynki zagraniczne wiąże się z koniecznością poniesienia wysokich kosztów, na co większość respondentów nie jest jeszcze gotowa.

Od czasu akcesji Polski do UE minęły ponad 4 lata. Firmy mają więc już ugruntowane poglądy na temat pozytywnych i negatywnych skutków członkostwa. Badane firmy przede wszystkim wskazują na brak odpraw na granicach, zniesienie ceł i uproszczenie procedur granicznych. Ponad 80% respondentów deklaruje, że czynnik ten miał bardzo duże znaczenie, 10% że „duże”. W stosunku do poprzedniego badania, jest to bardzo istotna zmiana. W minionym roku 55% udzieliło odpowiedzi „bardzo duże znaczenie”, a 26% firm „duże” znaczenie. Jak wcześniej wspomniano, rola eksportu w sprzedaży ankietowanych firm wzrosła. Jest to także potwierdzone przez analizę danych statystycznych szczegółowo informujących o tendencjach w eksporcie Małopolski. Firmy zatem w coraz większym stopniu doceniają fakt realnego „braku granicy”. Jest to oczywiście określenie kolokwialne, ale doskonale obrazuje, o czym w bezpośrednich rozmowach wspominają przedsiębiorcy. Na drugim miejscu uplasowały się „szybsze dostawy, łatwiejszy przepływ towarów, efektywniejsza logistyka. Ten



**Wykres 83: Najważniejsze problemy w dalszej ekspansji eksportowej na rynki krajów UE**

Źródło: Badania ankietowe

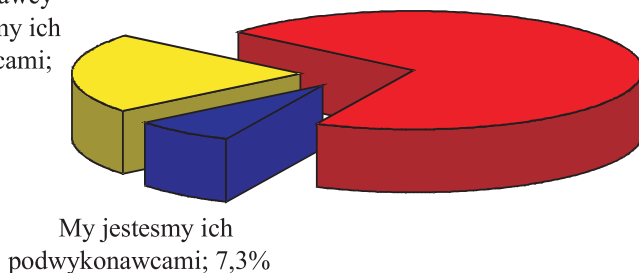


**Wykres 84: Struktura odpowiedzi na pytanie „najważniejsze problemy w dalszej ekspansji eksportowej na rynki krajów UE”**

Źródło: Badania ankietowe

### Charakter współpracy

Są to nasi dostawcy  
oraz my jesteśmy ich  
podwykonawcami;  
21,8%

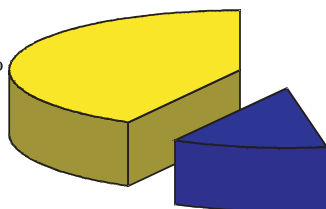


Są to nasi dostawcy;  
70,9%

My jesteśmy ich  
podwykonawcami; 7,3%

### Firmy, z którymi współpracujemy znajdują się

Głównie w pozostałych  
regionach Polski; 41,8%

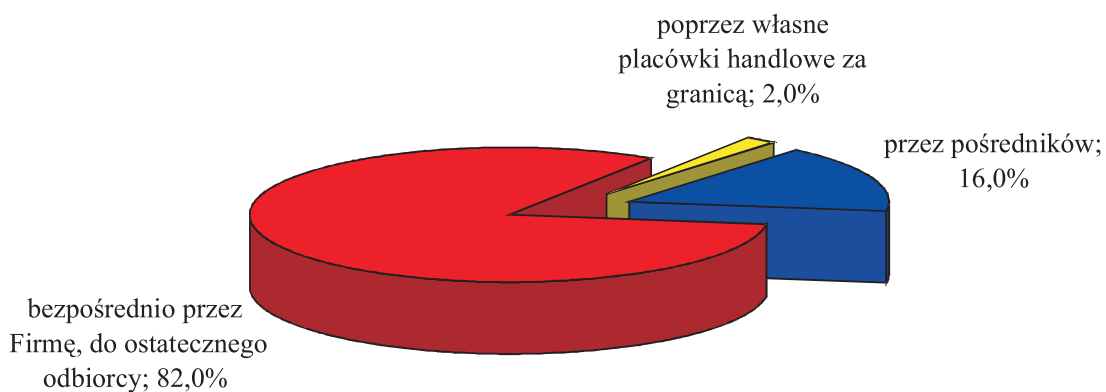


Głównie w Małopolsce;  
47,3%

Głównie w sąsiednich  
województwach; 10,9%

### Wykres 85: Charakter oraz zasięg współpracy przy realizacji produkcji eksportowej

Źródło: Badania ankietowe



poprzez własne  
placówki handlowe za  
granicą; 2,0%

przez pośredników;  
16,0%

bepośrednio przez  
Firmę, do ostatecznego  
odbiorcy; 82,0%

### Wykres 86: Sposób realizacji eksportu

Źródło: Badania ankietowe

rodzaj korzyści wynika oczywiście z „braku granicy”. Jednak w porównaniu z poprzednim badaniem jego ranga wzrosła (przesunięcie z 3. na drugą pozycję). Szybsze dostawy, łatwiejszy przepływ towarów i poprawa efektywności logistyki oznaczają bowiem możliwość redukcji kosztów, a w świetle wcześniej analizowanych odpowiedzi udzielonych przez respondentów, presja na obniżkę kosztów jest duża i wzrosła. Zauważyć trzeba, że gdy zsumujemy odsetek wskazań „duże” oraz „bardzo duże” znaczenie, to wśród pozytywnych skutków wynikających z członkostwa w UE właśnie „szybsze dostawy ...” mają największe znaczenie. W porównaniu z poprzednim badaniem, zmalała ranga (przesunięcie z 2. na 3. pozycję) „łatwiejszego dostępu do rynków UE, wzrost zainteresowania współpracą”. Ten wymiar korzyści firmy przyjmują w coraz większym stopniu jako „oczywisty”, i wydaje się, że jego znaczenie w postrzeganiu pozytywnych skutków członkostwa będzie malało. Nie należy jednakże tego rodzaju korzyści deprecjonować. Z czasem, polskie firmy zaczną rozwijać w coraz większym stopniu poza handlowe firmy współpracy, wzrośnie intensywność handlu wewnątrzgałęziowego, pojawi się potrzeba szerszego nawiązania współpracy technologicznej itp. – zatem znaczenie tego czynnika może ponownie wzrosnąć.

Spśród negatywnych skutków członkostwa w UE respondenci przede wszystkim wymieniają wzrost cen. Dla blisko 17% firm czynnik ten ma bardzo duże znaczenie, dla 28% jest to znaczenie „duże”. Drugi pod względem znaczenia okazał wzrost konkurencji (11% wskazań „bardzo duże” znaczenie, 20% „duże”). Ranga poszczególnych czynników jest odmienna niż w poprzednim badaniu. Wówczas na pierwszym miejscu wśród negatywnych skutków członkostwa wymieniono „zmiany przepisów, niejasne przepisy”. W 2008 roku czynnik ten znalazł się na ostatniej pozycji, co oznacza, że firmy po prostu poznały reguły działania w UE, wzrosła znajomość „reguł gry” i aktualnie większym problemem jest konieczność dopasowania się do przepisów wspólnotowych.

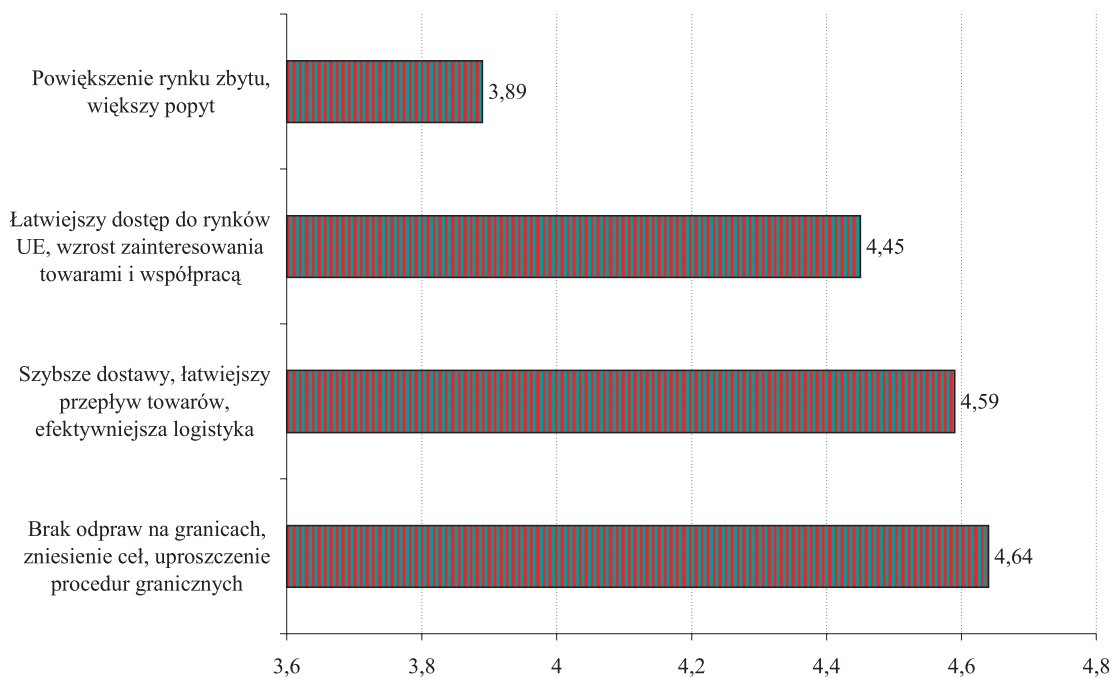
Jako negatywny skutek członkostwa o dużym znaczeniu postrzegany jest wzrost konkurencji. Jest to rezultatem otwarcia granic i ekspansją ujemnych przedsięwzięć

na rynek Polski. Na czwartej pozycji znalazł się wzrost biurokracji.

Odnosząc się do percepcji pozytywnych i negatywnych konsekwencji członkostwa w UE w ocenie badanych firm, stwierdzić należy, że średnie ze wskazań w przypadku odpowiedzi na pytanie dotyczące korzyści są znacznie wyższe niż na pytanie dotyczące konsekwencji negatywnych. Pozytywne strony członkostwa przeważają nad negatywnymi.

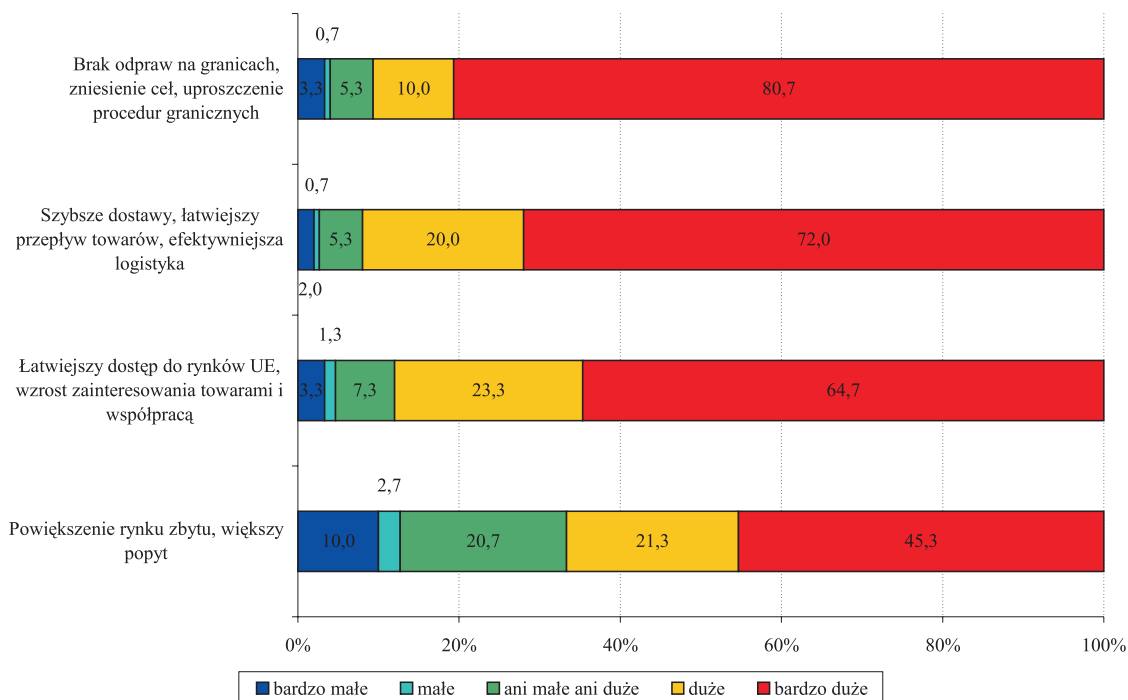
Potwierdzeniem tej tezy są odpowiedzi na pytanie dotyczące ogólnej oceny skutków członkostwa. 86% respondentów (nieznacznie, o 3,5 pkt. proc mniej niż w poprzednim badaniu) deklaruje, że pozytywne skutki członkostwa przeważają nad negatywnymi. W opinii 11% respondentów, członkostwo w UE nic nie zmieniło w działaniu firmy, natomiast 3% firm deklaruje, że negatywne skutki przeważają nad pozytywnymi. W stosunku do poprzedniego badania, nieznacznie wzrósł odsetek wskazań „negatywne skutki przeważają nad pozytywnymi”. Nie jest to zmiana znacząca, jednak – jak dowodzi rozkład odpowiedzi na pytanie poświęcone percepcji negatywnych skutków członkostwa w UE – w indywidualnych przypadkach „bilans” korzyści i kosztów może być ujemny. Zależy on od takich czynników jak specyfika branży, pozycja konkurencyjna firmy, elastyczność działania i zdolność do reagowania na pojawiające się szanse, dostęp do strategicznych surowców itp.

Rozkład odpowiedzi dotyczących percepcji skutków członkostwa w UE według udziału eksportu w przychodach ogółem jednoznacznie wskazuje na przewagę konsekwencji pozytywnych. Jedynie w grupie firm, w przypadku których udział eksportu w przychodach ogółem zawiera się w przedziale 61-80% obserwujemy relatywnie wysoki odsetek wskazań „członkostwo nic nie zmieniło” oraz „przewaga negatywnych konsekwencji nad pozytywnymi”. Trudno wyciągać tutaj daleko idące wnioski, gdyż takich firm w próbie było 13. Można jednak z dużym prawdopodobieństwem stwierdzić, że są to firmy, które od dłuższego czasu handlują z UE, w ich przypadku udział eksportu w sprzedaży jest na tyle duży, że trudno o spektakularny sukces w postaci jego dalszego wzrostu. Jeśli zatem firmy z powodzeniem realizowały eksport do UE przed akcesją do UE, to członkostwo



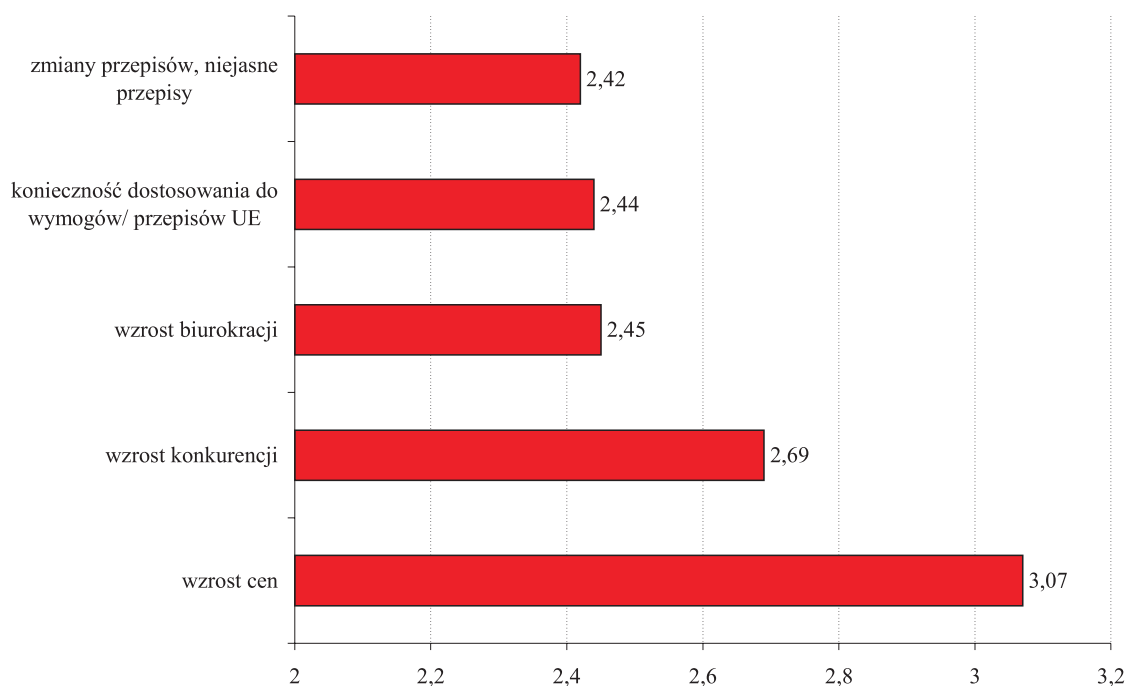
**Wykres 87: Pozytywne skutki członkostwa dla firmy w Unii Europejskiej w opinii respondentów (rozkład odpowiedzi - średnia ze wskazań)**

Źródło: Badania ankietowe



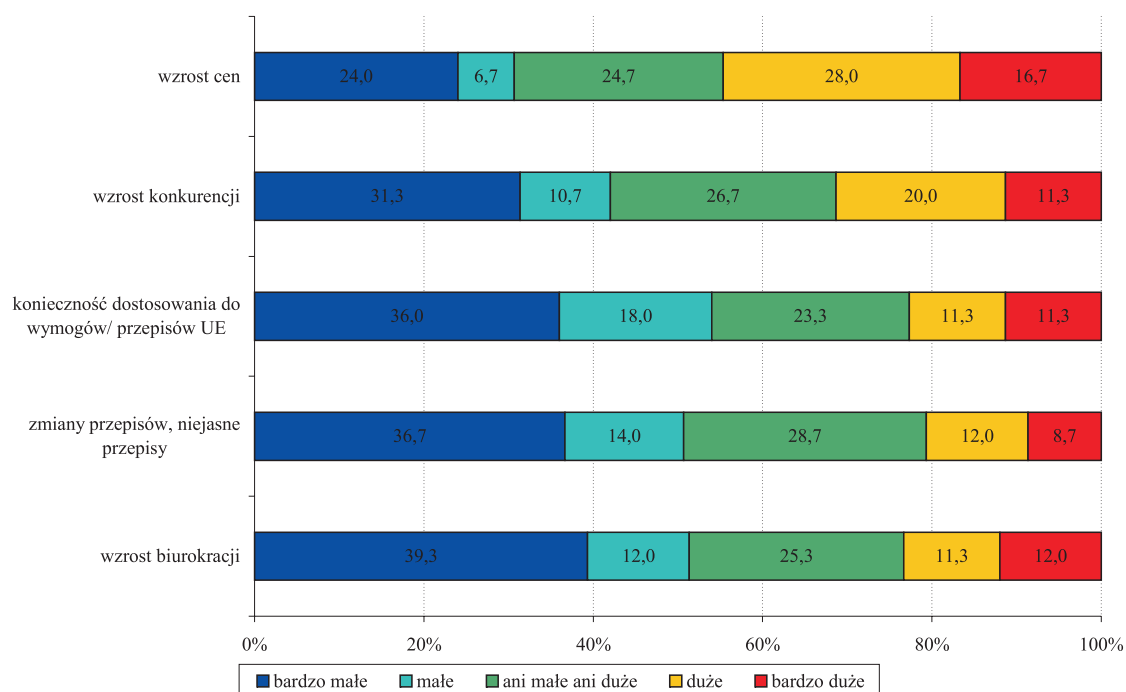
**Wykres 88: Struktura odpowiedzi na pytanie „pozytywne skutki członkostwa w UE dla firmy”**

Źródło: Badania ankietowe



**Wykres 89: Negatywne skutki członkostwa w UE dla firmy (rozkład odpowiedzi - średnia ze wskazań)**

Źródło: Badania ankietowe

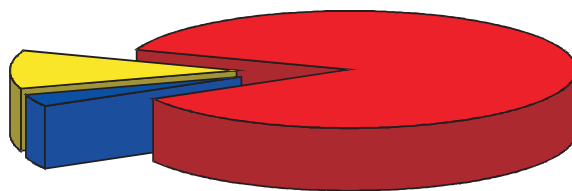


**Wykres 90: Struktura odpowiedzi na pytanie „negatywne skutki członkostwa w UE dla firmy”**

Źródło: Badania ankietowe



członkostwo w UE nie  
zmieniło nic w działaniu  
firmy; 10,7%

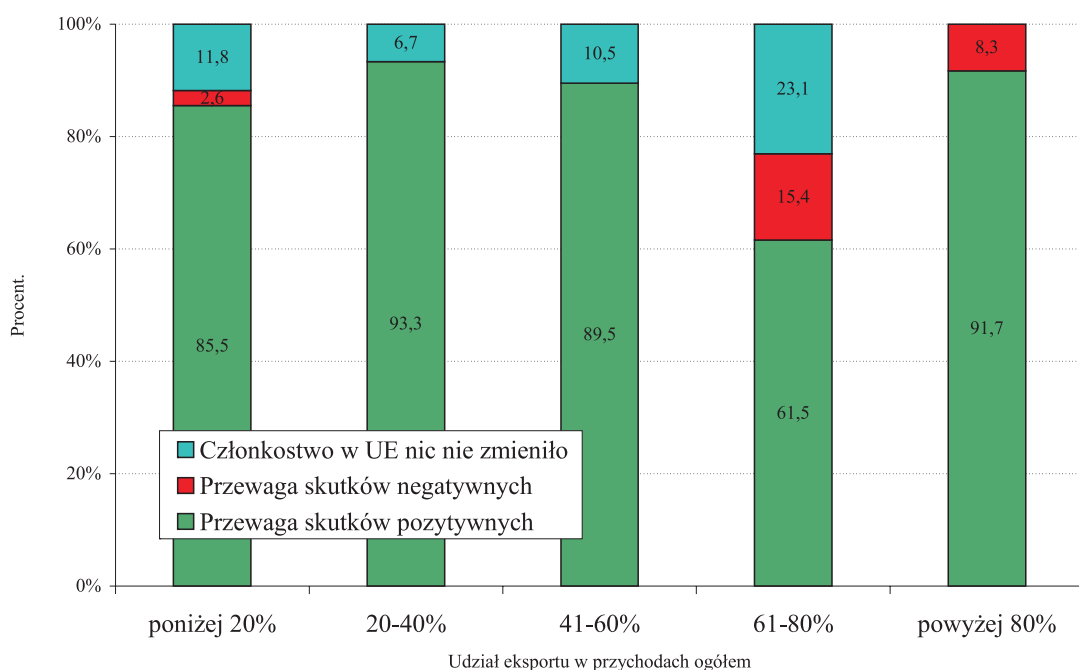


pozytywne skutki  
członkostwa w UE  
przeważają nad  
negatywnymi; 86,0%

negatywne skutki  
członkostwa w UE  
przeważają nad  
pozytywnymi; 3,3%

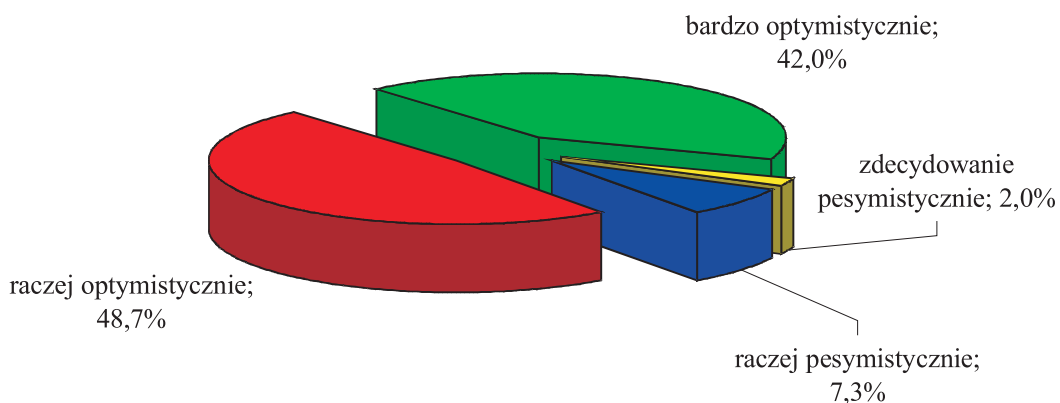
### Wykres 91: Ocena skutków członkostwa w UE

Źródło: Badania ankietowe



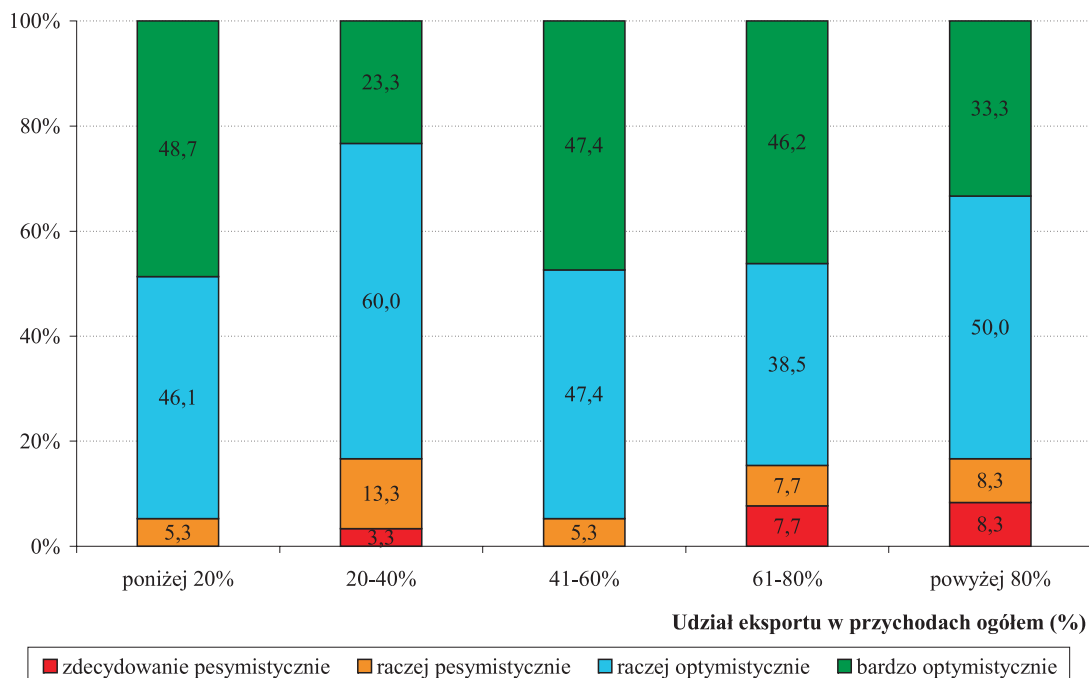
### Wykres 92: Percepcja pozytywnych i negatywnych konsekwencji członkostwa w UE według znaczenia eksportu w przychodach ogółem

Źródło: Badania ankietowe



### Wykres 93: Postrzeganie funkcjonowania firmy w nadchodzących trzech latach

Źródło: Badania ankietowe



**Wykres 94: Odsetek firm deklarujących pozytywną bądź negatywną ocenę swojego funkcjonowania w nadchodzących trzech latach w zależności od tego, jaki jest udział eksportu w przychodach ze sprzedaży ogółem**

Źródło: Badania ankietowe

– ich zdaniem – nie wpłynęło w znaczący sposób na działalność. Z kolei wzrost presji konkurencyjnej, wzrost kosztów wynikający z konieczności dostosowania się do wspólnotowych norm, wzrost cen (nie zawsze wzrost cen wynika z członkostwa w UE, ale często jest właśnie członkostwu przypisywany), wzrost kosztów pracy w wyniku emigracji pracowników – prowadzą do takiej właśnie percepcji pozytywnych i negatywnych konsekwencji członkostwa w UE.

W nadchodzących trzech latach 42% respondentów bardzo optymistycznie postrzega perspektywę funkcjonowania. W poprzednim badaniu takich firm było 35%. 49% ocenia „raczej optymistycznie” (58% w poprzednim badaniu). Nieznacznie wzrósł odsetek odpowiedzi „raczej pesymistycznie” (z 5,9% do 7,3%) oraz zdecydowanie pesymistycznie (z 0,7% do 2%). Ze względu na fakt, iż grupa respondentów nie w 100% pokrywa się z grupą w poprzednim badaniu, trudno wyciągać poważniejsze wnioski na temat nieznacznego wzrostu wskazań natu-

ry pesymistycznej. Dostrzegalny jest przede wszystkim istotny wzrost wskazań „bardzo optymistycznie”.

Przewaga opinii optymistycznych nad pesymistycznymi widoczna jest w każdej grupie przedsiębiorstw pod względem udziału eksportu w przychodach ze sprzedaży. Wysoki odsetek odpowiedzi, wskazujących na zdecydowanie pesymistyczną ocenę funkcjonowania w nadchodzących trzech latach dotyczy respondentów, których działalność charakteryzuje się najwyższym udziałem eksportu w przychodach ogółem. W firmach tych – ze względu na wysoką zależność od eksportu – w sytuacji niepewności co do rozwoju sytuacji gospodarczej na świecie i w UE – taki stan rzeczy jest zrozumiały. Najbardziej umiarkowana ocena perspektyw dotyczy firm, w których udział eksportu w sprzedaży ogółem kształtuje się na poziomie 20-40%. W tych firmach odsetek wskazań „raczej optymistycznie” wynosi 60%.

## 17. Podsumowanie

Najważniejszym wydarzeniem, które w ostatnich latach wpłynęło na handel zagraniczny Polski była akcesja do UE. W teorii integracji mówi się o tzw. efekcie poruszenia, który wynika z integracji handlowej i polega na zdynamizowaniu kontaktów gospodarczych między krajami integrującymi gospodarki. Obserwacja trendów w handlu zagranicznym Małopolski potwierdza zasadność prowadzenia analiz eksportu i importu na szczeblu regionalnym. W wielkości i strukturze obrotów zachodzą dynamiczne zmiany. Kształtowane są one, z jednej strony, przez potencjał endogeniczny regionu zwany bazą eksportową. Z drugiej strony, istotny jest popyt zagranicy.

W roku 2007 udział województwa Małopolskiego w ogólnokrajowym eksporcie wynosił 6,32%. Od 2000 roku udział ten istotnie wzrósł – z poziomu 4,8%. Małopolska zajmuje 6. pozycję na liście województw – największych eksporterów. Pozycja ta jest stabilna i w najbliższym czasie niezagrażona. Ostatnie lata ocenić należy jako dyskontowanie korzyści z członkostwa w UE. W 2004 roku nastąpił przejściowy spadek udziału regionu w ogólnopolskim eksporcie. Jednak lata 2005, 2006 oraz 2007 to wzrost tego udziału. Należy przy tym stwierdzić, że w roku 2007 obserwujemy spadek dynamiki tego wzrostu. Korzyści z członkostwa w UE zasadniczo wynikają z: usunięcia wielu barier, likwidacji lub ograniczenia przeszkód natury fiskalnej i łatwiejszego dostępu do rynków zbytu. Interesujące jest też potwierdzenie znanego z literatury efektu przesunięcia w handlu. Na przykładzie Małopolski widać, że handel pod względem struktury geograficznej „przesuwa się” w kierunku nowych krajów członkowskich UE, czyli w stronę tzw. bezpośredniego sąsiedztwa. W ciągu następnych lat będzie to z pewnością kierunek intensyfikacji powiązań handlowych.

W poprzednich latach prognozowaliśmy, że w zakresie możliwości eksportowych Małopolski tkwią poważne rezerwy wynikające z wysoko ocenianej atrakcyjności inwestycyjnej regionu, co powinno skutkować dynamicznym wzrostem eksportu, jako że nowe inwestycje w sektorze produkcyjnym podejmowane przez zagraniczny kapitał zmodernizują bazę eksportową i zwiększą

konkurencyjność oferty eksportowej. Pomimo, że dynamika wzrostu eksportu była większa w firmach z przewagą zagranicznego kapitału niż w firmach rodzimych, udział firm z przewagą własności zagranicznej w eksporcie województwa pozostaje na bardzo niskim poziomie (35,5%, przy udziale dla Polski ogółem równym 59,5%).

W roku 2007 wyraźnemu pogorszeniu uległo saldo obrotów handlowych województwa. Saldo wyniosło -703 mln euro. W latach 2000-2005 saldo ulegało systematycznej poprawie. Od 2006 trend się zmienił, a w 2007 roku nastąpiło wyraźne pogorszenie sytuacji w tym względzie. Dynamika eksportu (w porównaniu do lat 2005-2006) wyraźnie spowolniła. Zastanawiając się nad przyczynami spadku dynamiki eksportu, wskazać należy przede wszystkim na wyczerpanie się tzw. prostych rezerw dla stosunkowo łatwego wzrostu sprzedaży do UE. Spadek dynamiki wzrostu eksportu w Małopolsce dotyczył zarówno „starych” jak i „nowych” krajów członkowskich UE. Jak pisze W. Gadomski<sup>24</sup> w krajach UE pojawił się popyt na polskie produkty, charakteryzujące się solidnością, średnią jakością i przede wszystkim konkurencyjną ceną. Wzrost produktywności przy umiarkowanym wzroście kosztów pracy przekładał się na wysoką konkurencyjność polskich produktów. Rosnąć zaczęły jednak koszty energii oraz koszty pracy, złoty ulegał aprecjacji. Poza tym przypomnieć należy prawidłowość znaną z teorii ekonomii, że ceną za szybki wzrost gospodarczy jest pogorszenie sytuacji na rachunku obrotów bieżących. Prawidłowość ta wydaje się sprawdzać tak samo na poziomie regionalnym, jak sprawdza się w stosunku do gospodarek krajów. Można tutaj podać przykłady małych, otwartych gospodarek Litwy, Łotwy i Estonii w ostatnich latach. Region można traktować w kategoriach małej, otwartej gospodarki, podlegającej uniwersalnemu prawom ekonomii. Możliwa jest oczywiście sytuacja, w której rosną udziały w rynku światowym (czyli poprawia się tzw. konkurencyjność wynikowa) pomimo rosnących kosztów pracy. Znaną jest to jako tzw. paradoks Kaldora<sup>25</sup>, który ma szansę zaistnieć, tylko wówczas, gdy

<sup>24</sup> Gadomski W., „Cena szybkiego wzrostu”, Gazeta Wyborcza, 16-17 sierpnia 2008, s. 18.

<sup>25</sup> Fagerberg, J. 1996. Technology and competitiveness, Oxford Review of Economic Policy, 12 (3): 39-51.

podjęmowane są inwestycje w innowacje i nowoczesne technologie. Budowa trwałej zdolności konkurencyjnej oraz redukcja luki technologicznej wymaga bowiem innowacji. Jak wiadomo jednak, regiony Polski pod tym względem nie zaliczają się do europejskich liderów. Wskazuje na to D. Hübner, Komisarz UE ds. polityki regionalnej, twierdząc, że spośród europejskich regionów o wysokim zatrudnieniu w sektorze wysokich technologii nie znajdziemy województw Polski. Znajdziemy natomiast regiony Czech oraz Węgier<sup>26</sup>.

Eksport Małopolski w 2007 roku wyniósł 6 mld euro, natomiast import 6,7 mld euro. Warto przypomnieć, że w roku 2000, eksport Małopolski wynosił 1,6 mld euro, czyli od tego czasu jego wartość bardzo wzrosła. Gdy pod uwagę weźmiemy lata 2000-2007 dynamika wzrostu wartości eksportu Małopolski plasowała się na drugiej pozycji – za Świętokrzyskiem. Jest to jednak region cechujący się niską wyjściową wartością eksportu, stąd tak znaczący wzrost obrotów był łatwiejszy do osiągnięcia. Tym bardziej korzystnie należy ocenić trendy w Małopolsce.

Na tle innych województw, Małopolska charakteryzuje się średnim poziomem „otwarcia”, mierzonego relacją eksportu zarówno do produkcji sprzedanej przemysłu (41,9%, 8. pozycja), jak też do PKB (22,1%, co daje 9. pozycję spośród województw). W latach 2000-2007 dynamika zmian (wzrostu) relacji eksportu do prod. sprzedanej przemysłu była w Małopolsce największa spośród wszystkich województw. W roku 2007 względem 2006 – uległa jednak spowolnieniu. Udział województwa w eksporcie Polski jest mniejszy niż jego „wkład” do ogólnopolskiego PKB. Wkład Małopolski do krajowego eksportu wciąż zatem nie jest adekwatny w stosunku do możliwości województwa.

Wartość eksportu *per capita* dla Małopolski w 2007 roku wyniosła 1823 euro i była niższa niż dla Polski. Należy jednak zwrócić uwagę, że o ile w 2000 roku wartość eksportu *per capita* Małopolski wynosiła 57% średniej ogólnopolskiej, to w 2007 ukształtowała się na poziomie 73,5% średniej dla Polski. Zatem pozycja regionu względem średniej się poprawia. Jest to kolejnym dowodem na to, że Małopolska „dogania” liderów. Jak wynika z analizy statystyk, w latach 2000-

2007 dyspersja wartości eksportu *per capita* między województwami wzrosła. W 2000 roku eksport *per capita* „najslabszego” pod tym względem regionu stanowił 19% poziomu lidera. W 2007 roku zmalał do 17,8%. W 2000 roku relacja wartości eksportu *per capita* Małopolski do lidera (Pomorskie) wynosiła 38%, w roku 2007 odpowiednia relacja (względem Dolnego Śląska) wynosi 44%, uległa zatem poprawie.

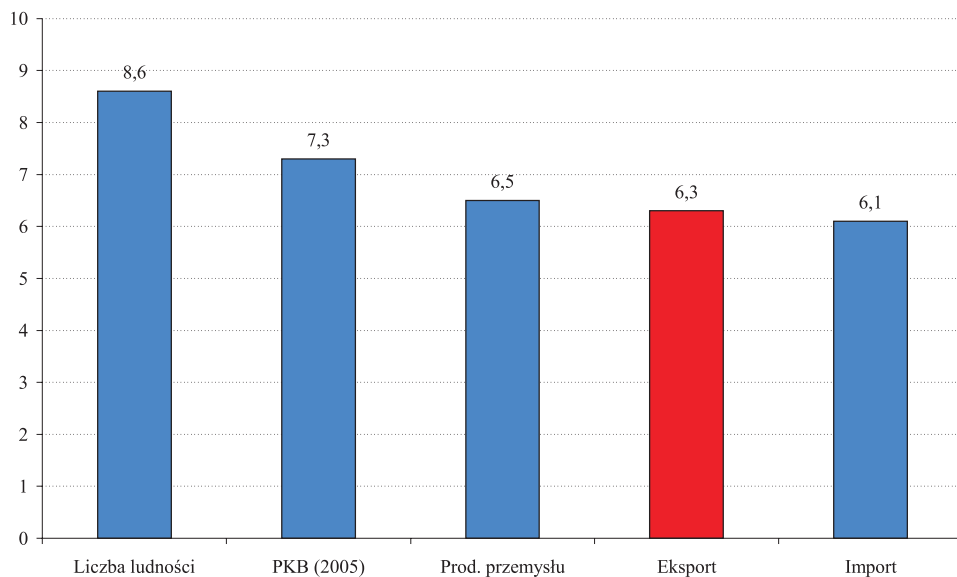
Małopolska jest regionem ze stabilnym udziałem w eksporcie Polski i wysoką dynamiką wzrostu tego udziału. Spowolnienie wzrostu obserwowane w roku 2007 nie jest jeszcze niepokojące, gdyż zwracać należy uwagę na trendy długookresowe. Obserwowany efekt doganiania ma szansę być kontynuowany.

Także pod względem zmian w kategoriach eksportu *per capita*, średniej wartości eksportu w przeliczeniu na mieszkańca towarzyszy wysoka dynamika wzrostu. (2. miejsce w Polsce). Jak już wspomniano, dystans w tym względzie między Małopolską a województwem o największej wartości eksportu *per capita* w latach 2000-2007 zmniejszył się.

Na mapie 6 przedstawiono sytuację Małopolskiego jako eksportera na tle innych polskich regionów. Mapa obrazuje sytuację województw z punktu widzenia ich udziału w eksporcie Polski w roku 2007 oraz w aspekcie dynamiki wartości eksportu w latach 2000-2007. W porównaniu do zestawienia sporządzonego za lata 2000-2006 wskazać należy na przesunięcie się Mazowsza z grupy województw o wysokim udziale i wysokiej dynamice na pozycję „wysoki udział, mała dynamika”. Jest to skutkiem istotnego spadku dynamiki wzrostu eksportu w Mazowieckiem w 2007 roku.

Podstawą eksportu Małopolski są produkty zaliczane do gałęzi średnio-wysokich technologii (według klasyfikacji) OECD, lub do podstawowych gałęzi przemysłu (według klasyfikacji WIFO1). Udział produktów wysokich technologii pozostaje na niskim poziomie. Zaobserwować można jednak pozytywne zmiany, których przejawem jest wysoka dynamika wzrostu eksportu produktów zaliczanych do średnio-wysokich technologii (według OECD) oraz produktów technologicznie intensywnych (według WIFO1).

<sup>26</sup> Hübner D., „Polsko, czas na innowacyjność”, Gazeta Wyborcza, 14 lipca 2008, s. 31.



**Wykres 95: Udział Małopolski w liczbie ludności, PKB, eksporcie, produkcji przemysłowej, oraz imporcie Polski ogółem (%)**

Źródło: Opracowanie własne a podstawie danych GUS



- Wysoki udział, mała dynamika
- Wysoki udział, duża dynamika
- Niski udział, duża dynamika
- Niski udział, mała dynamika

**Mapa 6: Syntetyczny obraz województw według udziału w eksporcie Polski w roku 2006 oraz dynamiki wartości eksportu w latach 2000-2007**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Najważniejsze produkty w eksporcie województwa to: druty i przewody izolowane, części i akcesoria do pojazdów samochodowych i ich silników, aluminium i wyroby z aluminium, wyposażenie elektryczne do silników i pojazdów, opakowania z metali lekkich, aparatura elektryczna rozdzielcza i sterownicza oraz wyroby tytoniowe. Bardzo wysoka dynamika wzrostu wartości eksportu w 2007 roku była udziałem grup produktów takich jak: wyposażenie elektryczne do silników i pojazdów, pojazdów samochodowych, aparatury elektrycznej rozdzielczej, wyrobów tytoniowych, żeliwa, stali i żelazostopów, rud metali nieżelaznych czy np. maszyn ogólnego przeznaczenia. Koncentracja eksportu według produktów nie uległa poważniejszym zmianom. Na pięć najważniejszych produktów przypada łącznie 33,3% wartości obrotów eksportowych. Produktowa koncentracja eksportu nie jest zatem szczególnie wysoka w porównaniu do innych województw.

Wartość eksportu produktów rolno-spożywczych Małopolski w 2007 roku wyniosła 455 mln euro, co stanowiło 4,9% ogólnopolskiego eksportu tego typu produktów. Artykuły rolno spożywcze – w porównaniu z innymi województwami – w eksporcie Małopolski odrywają relatywnie małą rolę. Najważniejsze produkty rolno spożywcze w eksporcie to: owoce i warzywa przetworzone, mięso świeże i zakonserwowane, suchary, herbatniki i wyroby piekarsko-ciastkarskie. Głównym odbiorcą produktów rolno-spożywczych Małopolski jest Unia Europejska.

Tzw. ujawnione przewagi komparatywne w eksporcie województwa dotyczą następujących grup produktów: rud metali nieżelaznych (z wyłączeniem uranu i toru), kauczuku syntetycznego, opakowań z metali lekkich, drutów i przewodów izolowanych, wyrobów tytoniowych oraz wyrobów ceramicznych ogniotrwałych.

Jeżeli chodzi o saldo obrotów handlowych w podziale na produkty, to największe dodatnie saldo „wypracowują”: druty i przewody izolowane, wyposażenie elektryczne do silników i pojazdów, opakowania z metali lekkich, części i akcesoria do pojazdów samochodowych i ich silników, wyroby tytoniowe, aparatura elektryczna rozdzielcza i sterownicza oraz kauczuk syntetyczny w formach. Najgłębsze ujemne saldo doty-

czy: produktów rafinacji ropy naftowej, aluminium i wyroby z aluminium, żeliwa, stali i żelazostopów, wyrobów z miedzi, owoców, orzechów i roślin do produkcji napojów.

Najpoważniejszym odbiorcą eksportu województwa są kraje UE (3,6 mld euro), następnie nowe kraje członkowskie UE (1,3 mld euro) oraz tzw. pozostałe kraje (0,5 mld euro). W latach 2000-2007, udział krajów UE w eksporcie województwa praktycznie nie zmienił się (oscylował na poziomie 59-60%). Struktura eksportu województwa według kierunków geograficznych jest stabilna. Jak już wspomniano, Małopolska charakteryzuje się wysokim udziałem nowych krajów członkowskich w UE w eksporcie ogółem. Na kraje te przypada 21,7% eksportu (większy udział kraje te mają jedynie w zagranicznej sprzedaży województwa podlaskiego – 24,7%). Sprzyja temu zapewne położenie, w sensie geograficznym, najbliższe temu regionowi Europy.

Konsekwentnie od lat najważniejszym odbiorcą eksportu województwa małopolskiego są Niemcy (1533 mln euro w 2007 roku). Inne ważne kraje to Wielka Brytania, Francja oraz Czechy. Należy podkreślić, że na liście głównych krajów odbiorców eksportu Małopolski znajdują się nowe kraje członkowskie UE. Obok wspomnianych już Czech są to: Węgry, Słowacja, Litwa, Rumunia, Bułgaria.

Na tle innych województw, Małopolskę cechuje jednak relatywnie niski udział firm własności zagranicznej w eksporcie (35,5% w roku 2007). Udział firm z kapitałem zagranicznym w imporcie województwa od trzech lat kształtuje się na poziomie około 45%.

Największy „wkład” firm z przewagą kapitału zagranicznego do eksportu województwa dotyczy produktów: wyroby tytoniowe, wyroby ceramiczne ogniotrwałe, wyposażenie elektr. oraz części i akcesoria do silników i pojazdów, gazety, dzienniki i czasopisma, maszyny ogólnego oraz przeznaczenia pojazdy samochodowe. Firmy z przewagą własności zagranicznej w latach 2005-2007 w handlu zagranicznym Małopolski odnotowywały coraz większy deficyt. Firmy te mają wysoki udział w eksporcie produktów zaliczanych do wysokich technologii. W tym zakresie mają wyraźną przewagę nad eksporterami rodzimymi. Co więcej, rola firm z zagranicznym kapitałem w tego rodzaju eksporcie rośnie.

## 18. Bibliografia

1. Brühlhart M., *Marginal Intra-Industry Trade: Measurement and Relevance for the Pattern of Industrial Adjustment*, Trinity College Dublin, July 1993, Published in *Weltwirtschaftliches Archiv*, vol. 130, s. 600-613, 1994.
2. Brodzicki T., „Wymiana produktów przemysłu przetwórczego między Polską a państwami członkowskimi Unii Europejskiej”, [w:] Zielińska-Głębocka A., red., „Potencjał konkurencyjny polskiego przemysłu w warunkach integracji europejskiej”, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2003.
3. CASE (Centrum Analiz Społeczno Ekonomicznych), „Polish Economic Outlook. Trends, Analyses, Forecasts”, *Quarterly* 2/2008 (37).
4. Ciołek D., Umiński S., „Transfer technologii przez zagranicznych inwestorów”, *Ekonomista* 2007 (2).
5. Fagerberg, J. 1996. *Technology and competitiveness*, *Oxford Review of Economic Policy*, 12 (3): 39-51.
6. Gadomski W., „Cena szybkiego wzrostu”, *Gazeta Wyborcza*, 16-17 sierpnia 2008.
7. Gawlikowska-Hueckel K., „Procesy rozwoju regionalnego w Unii Europejskiej. Konwergencja czy polaryzacja?”, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2002.
8. Gawlikowska-Hueckel K., Umiński S., „How Internal is Poland’s Regional Foreign Trade”, w: „Enlarged European Union in House of Europe: New Internal and External Problems”, Kestutis Kriscunas red., Kaunas University of Technology, Kaunas, 2005.
9. Hübner D., „Polsko, czas na innowacyjność”, *Gazeta Wyborcza*, 14 lipca 2008, s. 31.
10. Kalinowski T., red., et.all., „Atrakcyjność inwestycyjna województw i podregionów Polski 2007”, Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, Gdańsk 2007.
11. Ministerstwo Gospodarki, Departament Analiz i Prognoz, „Wpływ akcesji do UE na polski handel zagraniczny”, Warszawa 2007.
12. Misala J., „Współczesne teorie wymiany międzynarodowej i zagranicznej polityki ekonomicznej”, Szkoła Główna Handlowa, 2003.
13. NBP, Instytut Ekonomiczny, „Informacja o kondycji sektora przedsiębiorstw ze szczególnym uwzględnieniem stanu koniunktury w III kw 2008”, lipiec 2008
14. Zielińska-Głębocka A., „Wprowadzenie do ekonomii międzynarodowej, teoria handlu i polityki handlowej”, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 1997.
15. Zielińska-Głębocka A., red., „Potencjał konkurencyjny polskiego przemysłu w warunkach integracji europejskiej”, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2003.

## 19. Aneks statystyczny

**Tabela A1: Udział Małopolski w ogólnopolskim eksporcie według grup towarowych (2007)**

	Udział Małopolski w ogólnopolskim eksporcie gr. towarowej, %	Wartość eksportu, mln EUR	Udział grupy towarowej w eksporcie Małopolski
Rudy metali nieżelaznych, z wyłączeniem rud uranu i toru	88,8	105,8	1,8
Kauczuk syntetyczny w formach podstawowych	74,5	114,3	1,9
Masa betonowa	68,8	0,2	0,0
Wyroby płaskie walcowane na zimno, o szerokości < 600 mm	65,5	51,8	0,9
Opakowania z metali lekkich	64,9	198,9	3,3
Druty i przewody izolowane	63,9	885,0	14,8
Wyroby tytoniowe	54,5	182,0	3,0
Wyroby ceramiczne ogniotrwałe	53,2	63,3	1,1
Nośniki informacji niezapisane, gotowe	50,4	9,1	0,2
Maszyny stosowane w metalurgii	39,9	7,4	0,1
Książki	38,4	44,1	0,7
Cement	37,5	17,2	0,3
Aluminium i wyroby z aluminium	36,8	311,1	5,2
Skóry futerkowe; wyroby futrzarskie	35,9	9,9	0,2
Gazety, dzienniki i czasopisma, ukazujące się rzadziej niż cztery razy w tygodniu	29,0	57,0	1,0
Urządzenia chłodnicze i wentylacyjne, z wyłączeniem urządzeń przeznaczonych dla gospodarstw domowych	28,9	162,1	2,7
Artykuły papiernicze piśmienne	28,7	12,9	0,2
Żwir i piasek	25,1	4,4	0,1
Skóry wyprawione	24,5	30,7	0,5
Nagrania dźwiękowe	21,2	5,1	0,1
Szkło gospodarcze	20,4	72,1	1,2
Wyposażenie elektryczne do silników i pojazdów	20,2	271,9	4,5
Opony bieżnikowane, z gumy	20,0	1,3	0,0
Kurki i zawory	19,0	114,7	1,9
Aparatura elektryczna rozdzielcza i sterownicza	17,6	191,7	3,2
Maszyny ogólnego przeznaczenia pozostałe	17,5	89,7	1,5



---

Gazy techniczne	17,4	1,3	0,0
Wody mineralne i napoje bezalkoholowe	16,9	24,7	0,4
Pojemniki metalowe	16,1	6,5	0,1
Ołów, cynk i cyna oraz wyroby z tych metali	14,8	46,1	0,8
Suchary i sucharki, herbatniki; wyroby piekarskie i ciastkarskie o przedłużonej trwałości	14,5	56,5	0,9
Kawa i herbata	14,5	28,2	0,5
Wyroby chemiczne pozostałe	13,6	20,7	0,3
Chemikalia organiczne podstawowe, pozostałe	13,6	144,8	2,4
Gry i zabawki	13,0	11,1	0,2
Włókna szklane	12,7	7,4	0,1
Usługi składu drukarskiego	12,6	0,8	0,0
Szkoło płaskie	12,1	14,8	0,2
Lody	11,9	4,8	0,1
Wyroby z gumy, pozostałe	11,5	95,2	1,6
Elementy metalowe stolarki budowlanej	11,5	10,8	0,2
Usługi związane z produkcją filmów i nagrań wideo	11,4	20,1	0,3
Opakowania drewniane	10,2	30,4	0,5

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

**Tabela A2: Wskaźniki ujawnionej przewagi komparatywnej eksportu województwa małopolskiego w roku 2007**

	Udział w eksporcie Małopolski	RCA
Rudy metali nieżelaznych, z wyłączeniem rud uranu i toru	1,8	14,04
Kauczuk syntetyczny w formach podstawowych	1,9	11,79
Opakowania z metali lekkich	3,3	10,27
Druty i przewody izolowane	14,8	10,10
Wyroby tytoniowe	3,0	8,62
Wyroby ceramiczne ogniotrwałe	1,1	8,41
Aluminium i wyroby z aluminium	5,2	5,82
Gazety, dzienniki i czasopisma	1,0	4,58
Urządzenia chłodnicze i wentylacyjne (bez urz. dla gosp. dom)	2,7	4,57
Szkło gospodarcze	1,2	3,23
Wyposażenie elektryczne do silników i pojazdów	4,5	3,19
Kurki i zawory	1,9	3,00
Aparatura elektryczna rozdzielcza i sterownicza	3,2	2,78
Maszyny ogólnego przeznaczenia pozostałe	1,5	2,77
Chemikalia organiczne podstawowe, pozostałe	2,4	2,15
Wyroby z gumy, pozostałe	1,6	1,83
Silniki elektryczne, prądnice i transformatory	1,4	1,55
Owoce i warzywa przetworzone i zakonserwowane	1,1	1,32
Mięso świeże i zakonserwowane (bez drobiu i królików)	1,0	1,15
Tworzywa sztuczne w formach podstawowych	1,3	1,11
Części i akcesoria do pojazdów samochodowych i ich silników	5,5	0,94
Produkty rafinacji ropy naftowej	1,2	0,85
Wyroby metalowe gotowe pozostałe	1,6	0,84
Żeliwo, stal i żelazostopy	2,5	0,76
Konstrukcje metalowe	1,1	0,71
Meble pozostałe	1,0	0,50
Pojazdy samochodowe	2,2	0,21

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

**Tabela A3: Lista 20 najważniejszych produktów eksportowych Małopolski do wybranych krajów (mln EUR, 2007)**

Lp.	Grupa produktowa wg. PKWiU	Niemcy		Grupa produktowa wg. PKWiU	W. Brytania	
		mln EUR	%		mln EUR	%
1	Ogółem	1 533,1	100,0	Ogółem	425,0	100,0
2	Druty i przewody izolowane	350,5	22,9	Druty i przewody izolowane	194,7	45,8
3	Aluminium i wyroby z aluminium	115,4	7,5	Części i akcesoria do pojazdów samochodowych i ich silników	40,2	9,5
4	Części i akcesoria do pojazdów samochodowych i ich silników	94,3	6,1	Aparatura elektryczna rozdzielcza i sterownicza	17,0	4,0
5	Wyposażenie elektryczne do silników i pojazdów	80,9	5,3	Wyposażenie elektryczne do silników i pojazdów	14,4	3,4
6	Opakowania z metali lekkich	51,3	3,3	Aluminium i wyroby z aluminium	10,2	2,4
7	Wyroby metalowe gotowe pozostałe	47,0	3,1	Kauczuk syntetyczny w formach podstawowych	9,6	2,3
8	Suchary i sucharki, herbatniki; wyroby piekarskie i ciastkarskie o przedłużonej trwałości	45,5	3,0	Urządzenia chłodnicze i wentylacyjne, z wyłączeniem urządzeń przeznaczonych dla gospodarstw domowych	9,5	2,2
9	Urządzenia chłodnicze i wentylacyjne, z wyłączeniem urządzeń przeznaczonych dla gospodarstw domowych	39,2	2,6	Usługi związane z produkcją filmów i nagrań wideo	8,9	2,1
10	Silniki elektryczne, prądnice i transformatory	36,3	2,4	Silniki elektryczne, prądnice i transformatory	8,8	2,1
11	Aparatura elektryczna rozdzielcza i sterownicza	31,4	2,1	Wyroby stolarskie i ciesielskie dla budownictwa	7,6	1,8
12	Kauczuk syntetyczny w formach podstawowych	30,4	2,0	Maszyny ogólnego przeznaczenia pozostałe	7,0	1,6
13	Tworzywa sztuczne w formach podstawowych	28,2	1,8	Drut i wyroby z drutu	6,9	1,6
14	Rudy metali nieżelaznych, z wyłączeniem rud uranu i toru	26,9	1,8	Wyroby ceramiczne ogniotrwałe	6,7	1,6
15	Konstrukcje metalowe	23,1	1,5	Ubiory wierzchnie pozostałe	5,7	1,3
16	Owoce i warzywa przetworzone i zakonserwowane	20,0	1,3	Meble pozostałe	4,9	1,1
17	Szkło gospodarcze	19,1	1,2	Wyroby i usługi poligraficzne	4,4	1,0
18	Chemikalia organiczne podstawowe	19,0	1,2	Karma dla zwierząt domowych	3,2	0,8
19	Żeliwo, stal i żelazostopy	18,2	1,2	Wyroby z gumy, pozostałe	3,0	0,7
20	Soki z owoców i warzyw	18,1	1,2	Nagrania dźwiękowe	2,9	0,7

cd. tabeli

Lp.	Grupa produktowa wg. PKWiU	Francja		Grupa produktowa wg. PKWiU	Czechy	
		mln EUR	%		mln EUR	%
1	Ogółem	409,4	100,0	Ogółem	343,8	100,0
2	Aparatura elektryczna rozdzielcza i sterownicza	69,9	17,1	Aluminium i wyroby z aluminium	39,8	11,6
3	Wyroby z gumy, pozostałe	38,5	9,4	Produkty rafinacji ropy naftowej	23,7	6,9
4	Wypożyczenie elektryczne do silników i pojazdów	38,3	9,4	Druty i przewody izolowane	21,2	6,2
5	Części i akcesoria do pojazdów samochodowych i ich silników	29,5	7,2	Wypożyczenie elektryczne do silników i pojazdów	20,6	6,0
6	Kurki i zawory	27,8	6,8	Ołów, cynk i cyna oraz wyroby z tych metali	15,2	4,4
7	Aluminium i wyroby z aluminium	20,9	5,1	Wyroby tytoniowe	14,9	4,3
8	Druty i przewody izolowane	20,9	5,1	Wyroby ceramiczne ogniotrwałe	14,2	4,1
9	Ubiory wierzchnie pozostałe	19,3	4,7	Rury, przewody rurowe i łączniki do rur ze stali	10,5	3,1
10	Urządzenia chłodnicze i wentylacyjne, z wyłączeniem urządzeń przeznaczonych dla gospodarstw domowych	14,1	3,4	Wyroby z tworzyw sztucznych dla budownictwa	8,4	2,4
11	Maszyny ogólnego przeznaczenia pozostałe	11,7	2,9	Warzywa, specjalne rośliny ogrodnicze; produkty szkółkarskie	8,1	2,3
12	Meble pozostałe	10,1	2,5	Wyroby z gumy, pozostałe	7,9	2,3
13	Wyroby włókiennicze gotowe, z wyłączeniem odzieży	8,4	2,1	Części i akcesoria do pojazdów samochodowych i ich silników	7,8	2,3
14	Żeliwo, stal i żelazostopy	7,8	1,9	Opakowania z metali lekkich	7,6	2,2
15	Tworzywa sztuczne w formach podstawowych	5,7	1,4	Żeliwo, stal i żelazostopy	7,6	2,2
16	Wyroby metalowe gotowe pozostałe	5,3	1,3	Płyty, arkusze, rury i kształtowniki, z tworzyw sztucznych	6,9	2,0
17	Wyroby z tworzyw sztucznych, pozostałe	5,1	1,2	Pojazdy samochodowe	5,9	1,7
18	Wyroby stolarskie i ciesielskie dla budownictwa	4,9	1,2	Kauczuk syntetyczny w formach podstawowych	5,7	1,7
19	Mięso świeże i zakonserwowane, z wyłączeniem mięsa z drobiu i królików	3,9	0,9	Zboża, ziemniaki, rośliny przemysłowe i surowce rolnictwa pozostałe	5,3	1,5
20	Szkło gospodarcze	3,2	0,8	Silniki elektryczne, prądnice i transformatory	5,1	1,5

cd. tabeli

Lp.	Grupa produktowa wg. PKWiU	Włochy		Grupa produktowa wg. PKWiU	Węgry	
		mln EUR	%		mln EUR	%
1	Ogółem	257,1	100,0	Ogółem	239,1	100,0
2	Aparatura elektryczna rozdzielcza i sterownicza	31,9	12,4	Wyroby tytoniowe	50,0	20,9
3	Żeliwo, stal i żelazostopy	25,4	9,9	Części i akcesoria do pojazdów samochodowych i ich silników	23,5	9,8
4	Mięso świeże i zakonserwowane, z wyłączeniem mięsa z drobiu i królików	17,5	6,8	Książki	20,9	8,7
5	Opakowania drewniane	16,6	6,4	Maszyny ogólnego przeznaczenia pozostałe	17,6	7,4
6	Aluminium i wyroby z aluminium	14,2	5,5	Druty i przewody izolowane	15,2	6,4
7	Kauczuk syntetyczny w formach podstawowych	13,3	5,2	Wyroby z gumy, pozostałe	12,9	5,4
8	Tworzywa sztuczne w formach podstawowych	11,6	4,5	Opakowania z metali lekkich	11,4	4,8
9	Wyposażenie elektryczne do silników i pojazdów	8,7	3,4	Wyroby płaskie walcowane na zimno, o szerokości < 600 mm	8,9	3,7
10	Silniki elektryczne, prądnice i transformatory	8,1	3,1	Aluminium i wyroby z aluminium	6,3	2,6
11	Maszyny dla górnictwa i budownictwa	7,8	3,0	Kawa i herbata	4,7	1,9
12	Cement	7,0	2,7	Produkty rafinacji ropy naftowej	4,5	1,9
13	Maszyny ogólnego przeznaczenia pozostałe,	7,0	2,7	Gazety, dzienniki i czasopisma, ukazujące się rzadziej niż cztery razy w tygodniu	4,2	1,7
14	Szkło gospodarcze	6,2	2,4	Wyroby z tworzyw sztucznych dla budownictwa	3,3	1,4
15	Wyroby z drewna pozostałe	5,1	2,0	Wody mineralne i napoje bezalkoholowe	3,3	1,4
16	Druty i przewody izolowane	4,9	1,9	Kakao, czekolada i wyroby cukiernicze	2,5	1,1
17	Części i akcesoria do pojazdów samochodowych i ich silników	4,0	1,6	Usługi związane z produkcją filmów i nagrań wideo	2,3	1,0
18	Urządzenia chłodnicze i wentylacyjne, z wyłączeniem urządzeń przeznaczonych dla gospodarstw domowych	3,8	1,5	Lody	1,9	0,8
19	Pojazdy samochodowe	3,6	1,4	Kurki i zawory	1,9	0,8
20	Wyroby tytoniowe	3,5	1,4	Chemikalia nieorganiczne podstawowe pozostałe	1,9	0,8

cd. tabeli

Lp.	Grupa produktowa wg. PKWiU	Słowacja		Grupa produktowa wg. PKWiU	Ukraina	
		mIn EUR	%		mIn EUR	%
1	Ogółem	235,3	100,0	Ogółem	207,8	100,0
2	Urządzenia chłodnicze i wentylacyjne, z wyłączeniem urządzeń przeznaczonych dla gospodarstw domowych	31,9	13,5	Żeliwo, stal i żelazostopy	26,4	12,7
3	Chemikalia organiczne podstawowe, pozostałe	21,7	9,2	Druty i przewody izolowane	12,7	6,1
4	Żeliwo, stal i żelazostopy	12,7	5,4	Opakowania z metali lekkich	11,0	5,3
5	Aluminium i wyroby z aluminium	11,0	4,7	Aluminium i wyroby z aluminium	8,6	4,1
6	Wyroby z tworzyw sztucznych dla budownictwa	10,3	4,4	Wyroby ceramiczne ogniotrwałe	8,5	4,1
7	Wyposażenie elektryczne do silników i pojazdów	9,7	4,1	Urządzenia chłodnicze i wentylacyjne, z wyłączeniem urządzeń przeznaczonych dla gospodarstw domowych	8,1	3,9
8	Wyroby chemiczne pozostałe	9,7	4,1	Płyty, arkusze, rury i kształtowniki, z tworzyw sztucznych	7,5	3,6
9	Druty i przewody izolowane	7,0	3,0	Wyroby z gumy, pozostałe	7,1	3,4
10	Skóry wyprawione	6,8	2,9	Kurki i zawory	5,3	2,6
11	Mięso z drobiu i królików, świeże i zakonserwowane	5,8	2,4	Pojazdy samochodowe	4,9	2,3
12	Mięso świeże i zakonserwowane, z wyłączeniem mięsa z drobiu i królików	5,4	2,3	Części i akcesoria do pojazdów samochodowych i ich silników	4,4	2,1
13	Aparatura elektryczna rozdzielcza i sterownicza	5,3	2,3	Meble pozostałe	4,3	2,1
14	Warzywa, specjalne rośliny ogrodnicze; produkty szkółkarskie	4,7	2,0	Pompy i sprężarki	4,2	2,0
15	Konstrukcje metalowe	4,4	1,9	Owoce, orzechy i rośliny wykorzystywane do produkcji napojów, rośliny przyprawowe	3,8	1,8
16	Wody mineralne i napoje bezalkoholowe	4,2	1,8	Artykuły spożywcze pozostałe	3,5	1,7
17	Płyty, arkusze, rury i kształtowniki, z tworzyw sztucznych	3,4	1,4	Tworzywa sztuczne w formach podstawowych	3,5	1,7
18	Produkty rafinacji ropy naftowej	3,2	1,4	Wyroby metalowe gotowe pozostałe	3,4	1,6
19	Kurki i zawory	3,1	1,3	Konstrukcje metalowe	3,1	1,5
20	Meble do siedzenia	2,9	1,2	Narzędzia mechaniczne do obróbki metali, pozostałe	2,9	1,4

cd. tabeli

Lp.	Grupa produktowa wg. PKWiU	Rosja		Grupa produktowa wg. PKWiU	Belgia	
		mln EUR	%		mln EUR	%
1	Ogółem	188,2	100,0	Ogółem	178,5	100,0
2	Gazety, dzienniki i czasopisma, ukazujące się rzadziej niż cztery razy w tygodniu	27,0	14,4	Części i akcesoria do pojazdów samochodowych i ich silników	39,5	22,1
3	Pojazdy samochodowe	23,3	12,4	Wyposażenie elektryczne do silników i pojazdów	27,9	15,6
4	Maszyny specjalnego przeznaczenia pozostałe	18,3	9,7	Chemikalia organiczne podstawowe, pozostałe	21,8	12,2
5	Owoce i warzywa przetworzone i zakonserwowane	12,2	6,5	Opakowania z metali lekkich	10,7	6,0
6	Płyty, arkusze, rury i kształtowniki, z tworzyw sztucznych	6,8	3,6	Ołów, cynk i cyna oraz wyroby z tych metali	9,6	5,4
7	Papierowe artykuły dla gospodarstw domowych, toaletowe i sanitarne	6,6	3,5	Urządzenia chłodnicze i wentylacyjne, z wyłączeniem urządzeń przeznaczonych dla gospodarstw domowych	7,9	4,4
8	Kurki i zawory	6,3	3,4	Szkoło gospodarcze	5,2	2,9
9	Wyroby z gumy, pozostałe	6,0	3,2	Maszyny specjalnego przeznaczenia pozostałe	4,3	2,4
10	Wody mineralne i napoje bezalkoholowe	4,4	2,3	Nadwozia do pojazdów samochodowych; przyczepy i naczepy	3,5	1,9
11	Papier i tektura faliste oraz opakowania z papieru i tektury	3,9	2,1	Rudy metali nieżelaznych, z wyłączeniem rud uranu i toru	3,3	1,9
12	Wyroby metalowe gotowe pozostałe	3,6	1,9	Piece, paleniska i palniki piecowe	3,3	1,9
13	Artykuły spożywcze pozostałe	3,5	1,9	Kauczuk syntetyczny w formach podstawowych	3,1	1,7
14	Elementy metalowe stolarki budowlanej	3,3	1,7	Wyroby z tworzyw sztucznych dla budownictwa	3,0	1,7
15	Aparatura elektryczna rozdzielcza i sterownicza	3,1	1,6	Kurki i zawory	2,9	1,6
16	Obuwie	3,0	1,6	Ubiory wierzchnie pozostałe	2,4	1,3
17	Konstrukcje metalowe	3,0	1,6	Mleko i przetwory mleczne	2,0	1,1
18	Szkoło płaskie	2,9	1,6	Wyroby stolarskie i ciesielskie dla budownictwa	2,0	1,1
19	Części i akcesoria do pojazdów samochodowych i ich silników	2,8	1,5	Wyroby tytoniowe	1,9	1,1
20	Urządzenia chłodnicze i wentylacyjne, z wyłączeniem urządzeń przeznaczonych dla gospodarstw domowych	2,8	1,5	Meble pozostałe	1,8	1,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

**Tabela A4: Indeksy handlu wewnątrzgałęziowego (według tzw. formuły marginalnej) obliczone dla województwa Małopolskiego w 2007 roku dla grup produkcyjnych PKWiU**

Grupa PKWiU	Indeks A	Indeks B	Udział w HZ w 2007r.
Wyroby tytoniowe	0,00	1,00	1,84
Wyroby metalowe gotowe	0,00	1,00	1,46
Druty i przewody izolowane	0,07	0,93	7,15
Wyposażenie elektryczne do silników i pojazdów	0,13	0,87	2,52
Opakowania z metali lekkich	0,15	0,85	1,75
Kauczuk syntetyczny w formach podstawowych	0,18	0,82	1,01
Aparatura elektryczna rozdzielcza i sterownicza	0,27	0,73	2,18
Silniki elektryczne, prądnice i transformatory	0,66	0,34	1,46
Maszyny ogólnego przeznaczenia	0,78	0,22	1,42
Pojazdy samochodowe	0,84	0,16	2,22
Maszyny specjalnego przeznaczenia	0,85	0,15	1,01
Kurki i zawory	0,97	0,03	1,74
Wyroby z gumy, pozostałe	0,89	-0,11	1,16
Żeliwo, stal i żelazostopy	0,74	-0,26	4,59
Urządzenia chłodnicze i wentylacyjne, z wyłączeniem urządzeń przeznaczonych dla gospodarstw domowych	0,54	-0,46	1,90
Części i akcesoria do pojazdów samochodowych i ich silników	0,54	-0,46	3,84
Papier i tektura	0,48	-0,52	1,23
Chemikalia organiczne podstawowe	0,45	-0,55	3,19
Aluminium i wyroby z aluminium	0,42	-0,58	7,41
Mięso świeże i zakonserwowane (bez drobiu i królików)	0,38	-0,62	1,12
Zboża, ziemniaki, rośliny przemysłowe i surowce rolnictwa pozostałe	0,36	-0,64	1,45
Produkty rafinacji ropy naftowej	0,15	-0,85	5,42
Owoce, orzechy i rośliny wykorzystywane do produkcji napojów, rośliny przyprawowe	0,14	-0,86	1,68
Wyroby z miedzi	0,00	-1,00	2,59
Tworzywa sztuczne w formach podstawowych	0,00	-1,00	2,29

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS



**Tabela A5. Lista najważniejszych produktów w imporcie Małopolski w 2006 i 2007 roku**

Lp.	Ogółem	2006			2007			Zmiana pozycji
		mln EUR	%	Ranga	mln EUR	%	Ranga	
1	Aluminium i wyroby z aluminium	508,4	9,5	2	626,3	9,4	1	1
2	Produkty rafinacji ropy naftowej	542,4	10,1	1	617,2	9,2	2	-1
3	Żeliwo, stal i żelazostopy	352,8	6,6	3	429,5	6,4	3	0
4	Wyroby z miedzi	258,4	4,8	4	301,4	4,5	4	0
5	Chemikalia organiczne podstawowe	193,1	3,6	5	259,3	3,9	5	0
6	Tworzywa sztuczne w formach podstawowych	174,4	3,2	6	212,6	3,2	6	0
7	Owoce, orzechy i rośliny wykorzystywane do produkcji napojów, rośliny przyprawowe	159,0	3,0	7	207,3	3,1	7	0
8	Zboża, ziemniaki, rośliny przemysłowe i surowce rolnictwa	121,6	2,3	9	165,5	2,5	8	1
9	Części i akcesoria do pojazdów samochodowych i ich silników	102,7	1,9	10	160,1	2,4	9	1
10	Pojazdy samochodowe	68,0	1,3	16	147,3	2,2	10	6
11	Papier i tektura	136,3	2,5	8	144,0	2,2	11	-3
12	Kurki i zawory	86,1	1,6	12	106,1	1,6	12	0
13	Silniki elektryczne, prądnice i transformatory	85,1	1,6	14	99,0	1,5	13	1
14	Maszyny ogólnego przeznaczenia	63,0	1,2	19	89,6	1,3	14	5
15	Wyroby metalowe gotowe pozostałe	90,2	1,7	11	89,3	1,3	15	-4
16	Aparatura elektryczna rozdzielcza i sterownicza	77,1	1,4	15	83,7	1,3	16	-1
17	Maszyny specjalnego przeznaczenia	85,4	1,6	13	81,9	1,2	17	-4
18	Mięso świeże i zakonserwowane, z wyłączeniem mięsa z drobiu i królików	56,4	1,1	21	80,0	1,2	18	3
19	Urządzenia chłodnicze i wentylacyjne, z wyłączeniem urządzeń dla gosp. dom.	58,3	1,1	20	78,3	1,2	19	1
20	Płyty, arkusze, rury i kształtowniki, z tworzyw sztucznych	66,6	1,2	18	76,3	1,1	20	-2
21	Komputery i pozostałe urządzenia do przetwarzania informacji	46,5	0,9	25	67,4	1,0	21	4
22	Tkaniny	67,0	1,2	17	67,0	1,0	22	-5
23	Wyroby z tworzyw sztucznych, pozostałe	51,3	1,0	23	59,4	0,9	23	0
24	Urząd. nadawcze RTV, urząd. i aparaty dla telefonii i telegrafii przewodowej	50,9	0,9	24	53,7	0,8	24	0
25	Warzywa, specjalne rośliny ogrodnicze; produkty szkółkarskie	43,8	0,8	28	52,5	0,8	25	3
26	Wyroby z gumy, pozostałe	45,0	0,8	27	51,8	0,8	26	1

27	Instrumenty i przyrządy pomiarowe, kontrolne, nawigacyjne i podobne	45,5	0,8	26	51,7	0,8	27	-1
28	Wyroby tytoniowe	51,8	1,0	22	51,4	0,8	28	-6
29	Maszyny dla górnictwa i budownictwa	31,0	0,6	37	48,5	0,7	29	8
30	Wyroby chemiczne pozostałe	43,7	0,8	30	47,4	0,7	30	0
	Pozostałe	1 610,4	30,0		2 075,4	31,1		

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

**Tabela A6: Najważniejsze produkty (PKWIU) eksportowane do krajów Europy Środkowo-Wschodniej w 2006 i 2007 roku (mln EUR oraz %)**

Lp.	Ogółem	2006			2007			Zmiana rangi	Zmiana w EUR
		mln EUR	%	Ranga	mln EUR	%	Ranga		
		1 527,3	100,0		1712,1	100,0			
1	Druty i przewody izolowane	124,7	8,2	1	139,5	8,1	1	0	14,8
2	Aluminium i wyroby z aluminium	89,9	5,9	2	104,6	6,1	2	0	14,8
3	Wyroby tytoniowe	81,8	5,4	3	98,6	5,8	3	0	16,8
4	Pojazdy samochodowe	5,8	0,4	53	59,2	3,5	4	49	53,4
5	Żeliwo, stal i żelazostopy	44,0	2,9	9	58,1	3,4	5	4	14,1
6	Opakowania z metali lekkich	58,4	3,8	5	56,4	3,3	6	-1	-1,9
7	Urządzenia chłodnicze i wentylacyjne, bez urz. przezn. dla gosp. domowych	51,2	3,4	6	53,7	3,1	7	-1	2,4
8	Części i akcesoria do pojazdów samochodowych i ich silników	81,7	5,3	4	50,9	3,0	8	-4	-30,8
9	Chemikalia organiczne podstawowe, pozostałe	44,6	2,9	8	49,8	2,9	9	-1	5,2
10	Rudy metali nieżelaznych, z wyłączeniem rud uranu i toru	48,2	3,2	7	48,9	2,9	10	-3	0,7
11	Wyroby z gumy, pozostałe	38,0	2,5	11	40,3	2,4	11	0	2,3
12	Produkty rafinacji ropy naftowej	25,7	1,7	19	38,2	2,2	12	7	12,5
13	Wyposażenie elektryczne do silników i pojazdów, gdzie indziej niesklasyfikowane	11,2	0,7	36	37,5	2,2	13	23	26,3
14	Płyty, arkusze, rury i kształtowniki, z tworzyw sztucznych	29,0	1,9	14	35,1	2,1	14	0	6,1
15	Gazety, dzienniki i czasopisma, ukazujące się rzadziej niż cztery razy w tygodniu	35,2	2,3	12	34,2	2,0	15	-3	-1,0
16	Kurki i zawory	22,2	1,5	22	30,1	1,8	16	6	7,9
17	Książki	27,2	1,8	15	29,0	1,7	17	-2	1,8

18	Wyroby z tworzyw sztucznych dla budownictwa	24,1	1,6	20	28,3	1,7	18	2	4,3
19	Rury, przewody rurowe i łączniki do rur ze stali	21,3	1,4	23	26,9	1,6	19	4	5,6
20	Wyroby ceramiczne ogniotrwałe	26,5	1,7	16	25,8	1,5	20	-4	-0,7
21	Maszyny ogólnego przeznaczenia pozostałe, gdzie indziej niesklasyfikowane	15,8	1,0	28	25,7	1,5	21	7	9,9
22	Owoce i warzywa przetworzone i zakonserwowane, gdzie indziej niesklasyfikowane	25,8	1,7	18	23,2	1,4	22	-4	-2,5
23	Maszyny specjalnego przeznaczenia pozostałe, gdzie indziej niesklasyfikowane	29,4	1,9	13	22,1	1,3	23	-10	-7,3
24	Konstrukcje metalowe	15,1	1,0	29	21,6	1,3	24	5	6,5
25	Ołów, cynk i cyna oraz wyroby z tych metali	40,3	2,6	10	18,6	1,1	25	-15	-21,7
26	Wyroby metalowe gotowe pozostałe, gdzie indziej niesklasyfikowane	16,4	1,1	25	18,3	1,1	26	-1	2,0
27	Papierowe artykuły dla gospodarstw domowych, toaletowe i sanitarne	16,1	1,1	26	17,9	1,0	27	-1	1,8
28	Artykuły spożywcze pozostałe, gdzie indziej niesklasyfikowane	18,5	1,2	24	17,4	1,0	28	-4	-1,1
29	Wody mineralne i napoje bezalkoholowe	16,1	1,1	27	17,4	1,0	29	-2	1,4
30	Kauczuk syntetyczny w formach podstawowych	13,2	0,9	32	15,6	0,9	30	2	2,4
	Pozostałe	430,3	28,2		469,1	27,4			38,8

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

**Tabela A7: 30 grup produktowych PKWiU, w których firmy z przewagą własności zagranicznej osiągnęły największe dodatnie saldo handlu zagranicznego w Małopolsce (mln EUR)<sup>27</sup>**

Lp.	PKWiU	Firmy z przewag. wł. zagranicznej	Firmy z przewag. wł. krajowej
1	Wyposażenie elektryczne do silników i pojazdów	223,1	2,0
2	Części i akcesoria do pojazdów samochodowych i ich silników	164,8	1,2
3	Wyroby tytoniowe	131,0	-0,4
4	Pojazdy samochodowe	78,3	-91,5
5	Aparatura elektryczna rozdzielcza i sterownicza	71,8	36,2
6	Urządzenia chłodnicze i wentylacyjne	62,0	21,9
7	Gazety, dzienniki i czasopisma	55,3	1,5
8	Wyroby ceramiczne ogniotrwałe	50,6	-4,7
9	Kurki i zawory	44,2	-35,6
10	Wyroby z gumy, pozostałe	40,8	2,6
11	Książki	39,8	-2,5
12	Suchary i sucharki, herbatniki itp.	39,7	2,8
13	Cement	16,8	-0,7
14	Skóry wyprawione	12,1	-9,5
15	Artykuły papiernicze piśmienne	11,4	-1,0
16	Maszyny ogólnego przeznaczenia pozostałe	10,8	-10,8
17	Szkló płaskie profilowane i poddane dalszej obróbce	8,7	-9,0
18	Kawa i herbata	6,5	15,0
19	Skóry futerkowe; wyroby futrzarskie	6,5	1,2
20	Zamki i zawiasy	5,8	-7,2
21	Wyroby z drewna pozostałe	5,6	15,9
22	Sprzęt oświetleniowy i lampy elektryczne	3,5	13,4
23	Leki i wyroby farmaceutyczne	3,5	-4,3
24	Druty i przewody izolowane	3,5	861,2
25	Wyroby i usługi poligraficzne	3,2	1,2
26	Opakowania drewniane	2,3	25,5
27	Wyroby z tworzyw sztucznych dla budownictwa	1,8	37,7
28	Statki powietrzne i kosmiczne	1,7	-1,8
29	Mięso z drobiu i królików, świeże i zakonserwowane	1,4	14,3
30	Żwir i piasek	1,4	-0,8

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

<sup>27</sup> Dla porównania w tabeli prezentowane jest saldo obrotów firm z przewagą własności krajowej w danej grupie produktowej PKWiU.

**Tabela A8: 30 grup produktowych PKWiU, w których firmy z przewagą własności zagranicznej osiągają najgłębsze ujemne saldo handlu zagranicznego w Małopolsce (mln EUR)<sup>28</sup>**

Lp.	PKWiU	Firmy z przewag. wł. zagranicznej	Firmy z przewag. wł. krajowej
1	Produkty rafinacji ropy naftowej	-578,6	30,5
2	Zboża, ziemniaki, rośliny przemysłowe i surowce rolnictwa	-121,4	-25,5
3	Owoce, orzechy i rośliny do produkcji napojów, rośliny przyprawowe	-116,2	-85,3
4	Papier i tektura	-114,3	-17,7
5	Tworzywa sztuczne w formach podstawowych	-67,7	-67,4
6	Aluminium i wyroby z aluminium	-46,0	-269,3
7	Silniki elektryczne, prądnice i transformatory	-34,7	21,2
8	Wyroby z tworzyw sztucznych, pozostałe	-32,8	1,5
9	Wyroby metalowe gotowe pozostałe	-30,2	36,4
10	Żeliwo, stal i żelazostopy	-29,1	-249,3
11	Włókna chemiczne	-26,1	-6,8
12	Farby, lakiery i podobne środki pokrywające, farba drukarska i gotowe sykatywy	-25,4	-12,6
13	Komputery i pozostałe urządzenia do przetwarzania informacji	-24,9	-38,7
14	Maszyny specjalnego przeznaczenia pozostałe, gdzie indziej niesklasyfikowane	-24,3	-11,7
15	Instrumenty i przyrządy pomiarowe, kontrolne, nawigacyjne i podobne instrumenty i przyrządy	-24,2	-11,6
16	Płyty, arkusze, rury i kształtowniki, z tworzyw sztucznych	-24,1	-4,5
17	Chemikalia organiczne podstawowe, pozostałe	-22,5	-92,0
18	Nadwozia do pojazdów samochodowych; przyczepy i naczepy	-22,0	-7,9
19	Wyroby chemiczne pozostałe, gdzie indziej niesklasyfikowane	-21,4	-5,3
20	Mięso świeże i zakonserwowane (bez drobiu i królików)	-20,5	2,8
21	Drut i wyroby z drutu	-19,0	9,7
22	Maszyny i urządzenia do przetwórstwa żywności, produkcji napojów i przetwórstwa tytoniu	-18,7	-8,0
23	Pompy i sprężarki	-18,1	-12,6
24	Urządzenia nadawcze RTV, urz. i aparaty dla telefonii i telegrafii przewodowej	-17,8	-29,5
25	Rury, przewody rurowe i łączniki do rur ze stali	-17,5	9,7
26	Warzywa, specjalne rośliny ogrodnicze; produkty szkółkarskie	-17,1	-15,7
27	Odbiorniki telewizyjne i radiowe, urządzenia do rejestracji i odtwarzania dźwięku i obrazu oraz akcesoria do nich	-16,9	-15,3
28	Elementy złączne, śruby i wkręty, łańcuchy i sprężyny	-16,3	-6,3
29	Wyroby z papieru i tektury pozostałe	-15,3	-0,6
30	Bielizna	-13,9	3,4

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

<sup>28</sup> Dla porównania w tabeli prezentowane jest saldo obrotów firm z przewagą własności krajowej w danej grupie produktowej PKWiU.