

**Sugerowane cytowanie:**

Bigos, K. (2017). Struktura polskiego eksportu wyrobów czekoladowych: ujęcie wartościowe i przestrzenne. *Przedsiębiorczość Międzynarodowa*, 3(2), 147-155 (w: M. Maciejewski (red.), *Ekonomia międzynarodowa wobec współczesnych wyzwań*. Kraków: Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie).

# Struktura polskiego eksportu wyrobów czekoladowych: ujęcie wartościowe i przestrzenne

Krystian Bigos\*

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie  
Wydział Ekonomii i Stosunków Międzynarodowych  
Katedra Hadlu Zagranicznego  
ul. Rakowicka 27, 31-510 Kraków  
e-mail: bigosk@uek.krakow.pl

---

## Streszczenie:

Celem artykułu jest przedstawienie wyników przeprowadzonej analizy empirycznej struktury polskiego eksportu wyrobów czekoladowych. Problem badawczy podjęty w artykule wiąże się z identyfikacją wartości oraz struktury geograficznej polskiego eksportu wyrobów czekoladowych. Metodą badawczą jest analiza ilościowa w odniesieniu do danych uzyskanych ze źródeł Organizacji Narodów Zjednoczonych oraz WTO. Przeprowadzono analizę danych opisujących rozwój światowego i polskiego eksportu wyrobów czekoladowych. W polskiej literaturze naukowej przedmiotu autor nie zna badań, które podejmowałyby analizę polskiego eksportu wyrobów czekoladowych, stąd jest ona zdecydowanie utrudniona. Analiza ta opiera się w głównej mierze na wyciąganiu wniosków z danych empirycznych uzyskanych z powszechnie dostępnych baz danych.

**Słowa kluczowe:** czekolada; eksport; Polska; handel wewnątrzunijny; handel pozaunijny; konkurencyjność

**Klasyfikacja JEL:** F16, F18, L80

---

\* Ten rozdział powstał w ramach projektu nr 061/WE-KHZ/02/2017/S/7061 pt. "Konkurencyjność międzynarodowa w perspektywie makro, mezo i mikro" sfinansowanego ze środków przyznanych Wydziałowi Ekonomii i Stosunków Międzynarodowych Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie w ramach dotacji na utrzymanie potencjału badawczego.

## 1. WSTĘP

W ciągu ostatnich lat międzynarodowy rynek wyrobów czekoladowych rozwijał się w bardzo szybkim tempie. Według raportu KPMG wartość polskiego rynku czekoladowego wyceniona się na ok. 6,4 mld zł. Szacuje się, że w 2018 roku rynek ten będzie warty już blisko 7 mld zł (Grauer i in., 2014). Szczególnie ciekawym aspektem rynku wyrobów czekoladowych jest eksport tego sektora. Co istotne, Polska zajmuje na nim wysokie 6. miejsce (2015) na świecie.

Względnie dużą część obrotów rynku stanowią przychody ze sprzedaży zagranicznej. W Polsce istnieje wiele przedsiębiorstw specjalizujących się w produk-

cji produktów czekoladowych na eksport. Większość z nich jest w posiadaniu wielkich koncernów międzynarodowych. Wśród największych wymienia się m.in. Cadbury Wedel, Kraft Foods Polska oraz Nestle Polska.

Celem artykułu jest ukazanie osiągnięć polskiej gospodarki w produkcji wyrobów czekoladowych na eksport. Materiałami źródłowymi dla niniejszej pracy są w głównej mierze bazy danych ONZ oraz GUS w Polsce. Ponadto w tym artykule za eksport przyjmuje się również Wewnątrzwspólnotową Dostawę Towarów. W analizowanym okresie poniższe badania wykazują, że polska produkcja wyrobów czekoladowych pełni kluczową rolę w tworzeniu światowego eksportu tego sektora.

## **2. ROZWÓJ ŚWIATOWEGO SEKTORA PRODUKCJI WYROBÓW CZEKOŁADOWYCH**

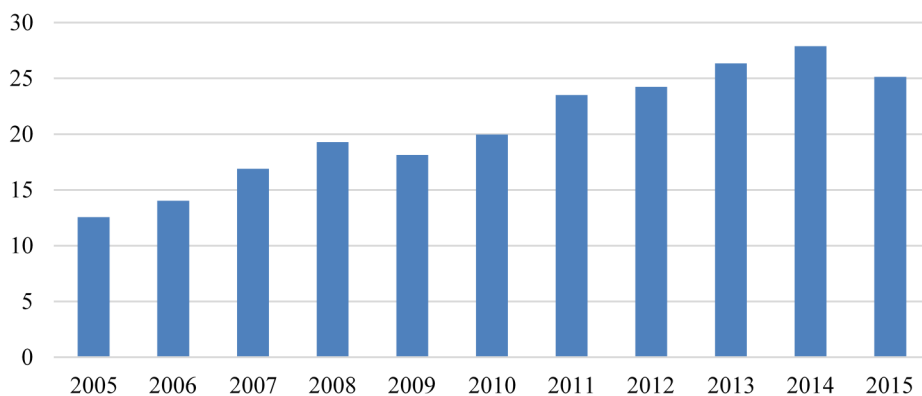
Wymiana gospodarcza pomiędzy partnerami z różnych części świata pełni kluczową rolę w funkcjonowaniu danego państwa. Większość badaczy zaznacza, że główną przesłanką rozwoju przepływów handlowych jest międzynarodowy podział pracy, który oznacza specjalizację krajów w zakresie produkcji i wymiany towarowej (Makać, 2006). Specjalizacja międzynarodowa jest definiowana jako poszukiwanie optymalnej alokacji zasobów w ujęciu międzynarodowym. Przyczynia się ona do zwiększenia międzynarodowej konkurencyjności danego kraju. Specjalizacja międzynarodowa ma miejsce wtedy, gdy gospodarka coraz bardziej otwiera się na konkurencję oraz wymianę z zagranicą (Zielińska-Głębocka & Rynarzewski, 2006).

Poprzez badanie źródeł oraz kierunków międzynarodowych przepływów towarowych teoretycy starają się określić korzyści, jakie są uzyskiwane z wymiany międzynarodowej. Naukowcy definiują te korzyści jako różnicę pomiędzy PKB danego kraju przy założeniu istnienia warunku otwartości gospodarki a PKB jaki byłby możliwy do osiągnięcia, gdyby takiej wymiany nie prowadzono (Brach, Chrzan, Domiter & Drelich-Skulska, 2010, s. 51). Zdecydowana większość ekonomistów utrzymuje swoje stanowisko, że wymiana handlowa tworzy dodatkowy dochód dla państwa (Chrzan, 2005, s. 385). Jeszcze w pierwszej połowie XIX w. D. Ricardo w swojej publikacji pt. „Zasady ekonomii politycznej i opodatkowania” stwierdza, że handel zagraniczny jest dla kraju bardzo korzystny bowiem zwiększa ilość i różnorodność przedmiotów (Ricardo, 1957). Kilkadziesiąt lat później została zaprezentowana m.in. teoria obfitości zasobów (Heckscher-Ohlin-Samuelson), która zaznacza, że pomiędzy krajami istnieją znaczące różnice w wyposażeniu w podstawowe czynniki wytwórcze (tj. pracę i kapitał), zaś wzajemna wymiana pomiędzy państwami przyczynia się do bardziej optymalnej alokacji zasobów gospodarki w skali świata (Domańska, 2015, s. 24). Teorie technologiczne również podkreślają korzyści z wymiany międzynarodowej. Jednakże wynikają one w tym przypadku ze światowych „różnic w poziomie posiadanej wiedzy technicznej jak również w tempie postępu technicznego” (Orłowska, 2013, s. 79).

Jednym z sektorów gospodarki, w którym Polska specjalizuje się w skali globalnej jest produkcja czekolady na eksport. W tej dziedzinie Polska zajmuje wysokie miejsca w rankingach międzynarodowych.

Na przestrzeni lat 2005-2015 wartość światowego eksportu wyrobów czekoladowych wzrastała rokrocznie o 7,18%. W 2005 roku jego wartość wynosiła 12,56 mld USD, z kolei w 2015 roku już 25,13 mld USD (średnio o 12,5 mld USD więcej). Światowymi liderami w zakresie eksportu produktów czekoladowych są Niemcy (4,34 mld USD), Belgia (2,69 mld USD) oraz Holandia (1,77 mld USD). Polska zajmuje znakomite 6 miejsce ze średnią wartością eksportu na poziomie 1,4 mld USD.

Szczególnie warto podkreślić fakt, że na przestrzeni analizowanych lat udział Niemiec w tworzeniu światowego eksportu wyrobów czekoladowych zwiększył się z 15,1% (2005) do 17,2% (2015), z kolei w przypadku Polski ten udział wzrósł z poziomu 2,63% (2005) do 6,14% (2015). Na wykresie 1 zaprezentowano wartość światowego eksportu wyrobów czekoladowych w latach 2005-2015.



**Rysunek 1.** Wartość światowego eksportu wyrobów czekoladowych w latach 2005-2015 w mld USD

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych bazy COMTRADE (2016).

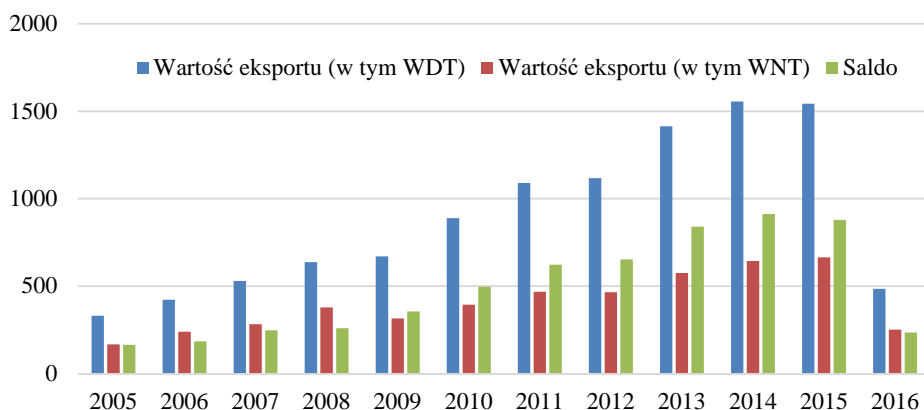
W trakcie trwania kryzysu gospodarczego na świecie nie odnotowano znaczącego spadku wartości światowego eksportu wyrobów czekoladowych. W 2008 roku odnotowano relatywnie niski spadek sprzedaży zagranicznej w relacji do poprzedniego okresu. W 2015 roku spadek był spowodowany dużym wzrostem ceny surowca na giełdzie, co przełożyło się na mniejszy poziom eksportu w tym sektorze (Sierakowska, 2015).

### 3. POLSKA JAKO DYNAMICZNY RYNEK PRODUKCJI WYROBÓW CZEKOLADY NA EKSPORT

Ostatnie lata przyczyniły się do wzrostu konkurencyjności polskiego eksportu sektora wyrobów czekoladowych. W latach 2005-2016 rokrocznie jego wartość wzrastała o 16,7%, kiedy w analogicznym okresie polski eksport ogółem wzrastał o 8,1%. Na wykresie 2 przedstawiono wartość polskiego eksportu wyrobów czekoladowych w latach 2005-2016.

Na początku 2005 roku wartość polskiego eksportu produktów z czekolady wyniosła ok. 330 mln USD. Dziesięć lat później rynek ten był wyceniany już na blisko 1,55

mld USD (nieco ponad 4,5 razy więcej niż na początku – zob. wykres 2). Uwzględniając dynamikę tego rynku można jednoznacznie stwierdzić, że polski eksport wyrobów czekoladowych jest jednym z najszybciej rozwijających się sektorów naszej gospodarki.



**Rysunek 2.** Wartość polskiego eksportu wyrobów czekoladowych w latach 2005-2016 w mln USD\*

\*Dane za 2016 obejmują wartości za pierwszy i drugi kwartał tego roku.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS (2016).

Na przestrzeni analizowanych lat wartość polskiego importu wyrobów czekoladowych stanowiła blisko połowę wartości eksportu – Polska jest eksporterem netto opisywanego sektora.

Kraje unijne są głównymi partnerami w zakresie zakupu polskich produktów czekoladowych. W 2005 roku sprzedaż do Wielkiej Brytanii wyrobów czekoladowych osiągnęła wartość 42 mln USD, z kolei dziesięć lat później wartość ta wzrosła do kwoty 334 mln USD. Oprócz Wielkiej Brytanii równie ważnym odbiorcą polskich wyrobów czekoladowych są Niemcy. Na przestrzeni ostatnich 10 lat wartość polskiego eksportu sektora czekolady do tego państwa wzrosła blisko dziewięciokrotnie. W przypadku krajów pochodzących spoza Unii Europejskiej, głównym nabywcą polskich produktów czekoladowych jest Rosja. W 2015 roku wartość eksportu na ten rynek była wyższa o ponad 13 mln USD niż w 2005 roku. Na drugim miejscu znajdują się Stany Zjednoczone ze średnią wartością zakupionych produktów czekoladowych na poziomie 38,8 mln USD (2015).

**Tabela 1.** Główne rynki zbytu polskich produktów czekoladowych

UE		poza UE	
Kraj	Wartość eksportu w mln USD	Kraj	Wartość eksportu w mln USD
<b>2 0 0 5</b>			
Wielka Brytania	42,29	Rosja	36,75
Republika Czeska	37,86	Stany Zjednoczone	11,34
Niemcy	32,84	Arabia Saudyjska	6,47
Węgry	30,13	Turcja	6,43
Austria	19,89	Chorwacja	5,08
<b>2 0 1 5</b>			
Wielka Brytania	334,90	Rosja	49,83
Niemcy	286,06	Stany Zjednoczone	38,84
Włochy	52,28	Chiny	24,30
Francja	50,82	Arabia Saudyjska	20,02
Słowacja	50,30	Izrael	19,68

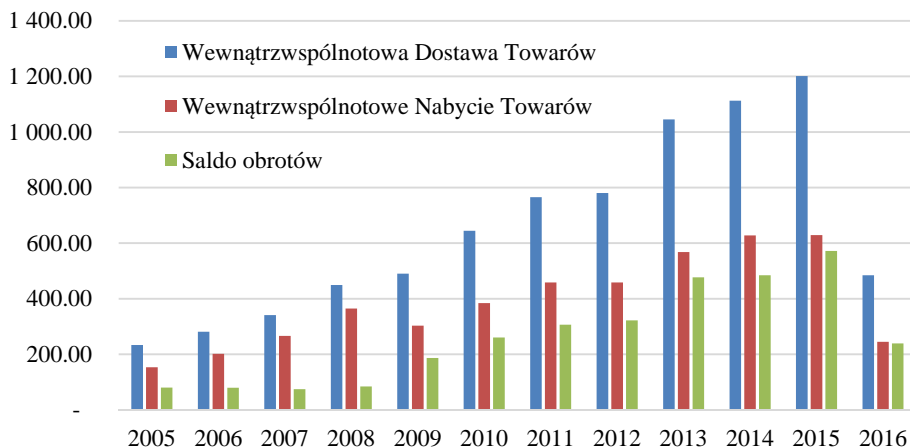
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS (2016).

#### 4. HANDEL WEWNĄTRZUNIJNY

Na przestrzeni analizowanych lat eksport produktów czekoladowych wewnątrz struktur unijnych rozwijał się bardzo dynamicznie. Saldo obrotów pomiędzy Polską a krajami unijnymi było dodatnie. W 2005 roku wartość Wewnątrzspółnotowej Dostawy Towarów (WDT) Polski na rynki unijne wyniosła blisko 223,6 mln USD, zaś Wewnątrzspółnotowe Nabycie Towarów (WNT) w tym samym czasie wyniosło 153, 4 mln USD (zob. wykres 3). Kilka lat później (2015) wartości te wzrosły odpowiednio do 1,2 mld USD oraz 629,2 mln.

W skali globalnej rynki unijne są głównymi partnerami Polski w wymianie międzynarodowej. Ich udział w tworzeniu polskiego eksportu (czy też WDT) wyrobów czekoladowych wyniósł w 2015 roku aż 77,9%. Na wykresie 3 zaprezentowano wartości Wewnątrzspółnotowej Dostawy Towarów oraz Wewnątrzspółnotowego Nabycia Towarów w latach 2005-2016 w handlu Polski z pozostałymi krajami UE.

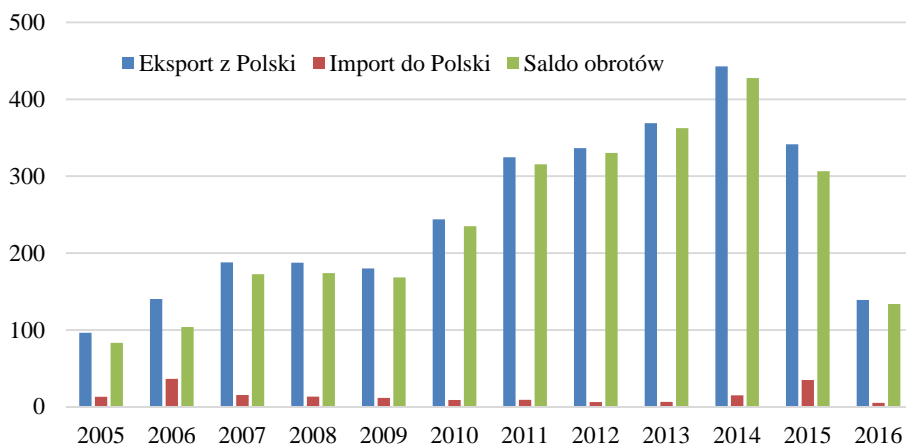
Wśród krajów unijnych w 2015 roku głównymi rynkami zbytu były Wielka Brytania i Niemcy (zob. tabela 1). Udział tych dwóch krajów w tworzeniu polskiego eksportu wyrobów czekoladowych wyniósł aż 40,2%. Co ciekawe, w przypadku wymiany zagranicznej pomiędzy Polską a Niemcami nasz kraj jest importerem netto wyrobów czekoladowych.



**Rysunek 3.** Wymiana handlowa Polski z krajami UE w sektorze wyrobów czekoladowych w latach 2005-2016 w mln USD  
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS (2016).

## 5. HANDEL POZAUNIJNY Z WYBRANYMI KRAJAMI

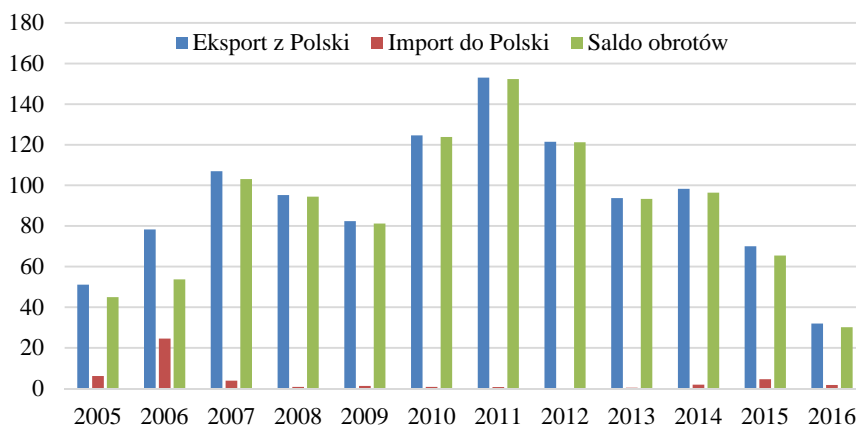
W 2015 roku wartość polskiego eksportu wyrobów czekoladowych na rynki pozauinijne wyniosła 341,5 mln USD, co stanowiło 22,1% całości polskiego eksportu omawianego sektora w tym roku. W latach 2005-2015 produkcja polskich produktów czekoladowych na rynki pozauinijne wzrastała średniorocznie o 13,5% (zob. wykres 4).



**Rysunek 4.** Wymiana Polski z krajami spoza Unii Europejskiej w zakresie handlu wyrobami czekoladowymi w latach 2005-2016 w mln USD  
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS (2016).

W badanym okresie eksport na rynki krajów rozwijających się i rozwiniętych wzrastał średniorocznie w tempie odpowiednio o 19,3% oraz 19,9%. Warto zwrócić uwagę, że od 2011 roku wartość eksportu do krajów EŚW spada (spadek rzędu 54,2% – czyli o blisko 83 mln USD). Jest to spowodowane w głównej mierze tym, że część krajów odpowiedzialnych za tworzenie wyników eksportowych Polski wstępując do struktur unijnych przestała być brana pod uwagę w kategorii krajów EŚW, zaś została ujęta w krajach unijnych.

Wykres 5 przedstawia wartości obrotów z krajami Europy Środkowo-Wschodniej. Polska jest eksporterem netto wyrobów czekoladowych w handlu z krajami EŚW. W 2011 roku polski eksport produktów czekoladowych przekroczył wartość 150 mln USD, co stanowiło najwyższą kwotę w analizowanych latach 2005-2016.



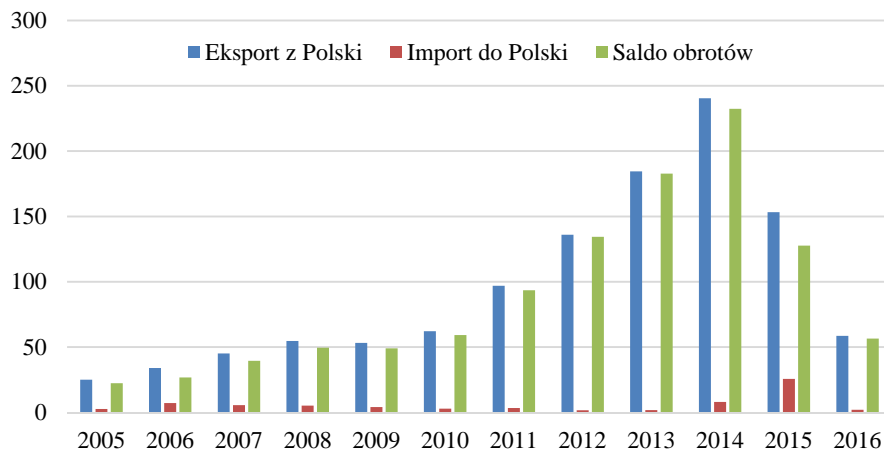
**Rysunek 5.** Wymiana Polski z krajami Europy Środkowo-Wschodniej w zakresie produkcji wyrobów czekoladowych w latach 2005-2016 (mln USD)\*

\*Dane za 2016 obejmują wartości za pierwszy i drugi kwartał tego roku.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS (2016).

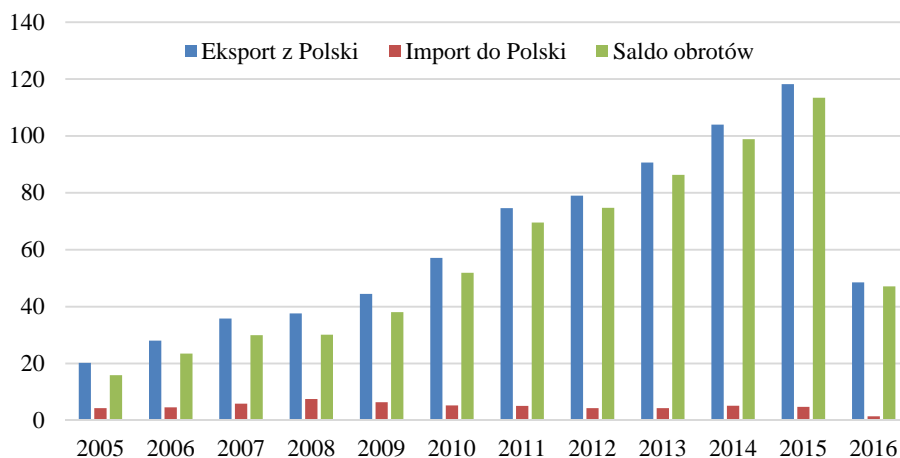
W 2005 roku wartość polskiego eksportu wyrobów czekoladowych na rynki krajów rozwijających się wyniosła 25 mln USD, natomiast w 2015 wartość ta wzrosła do ponad 153 mln USD (wzrost o ok. 128 mln USD). Najwyższa wartość eksportu do tych państw w latach 2005-2016 miała miejsce w 2014 roku, kiedy to wartość polskiego eksportu zbliżyła się do pułapu 250 mln USD – zob. wykres 6.

Na wykresie 7 przedstawiono wartości wymiany handlowej Polski z krajami rozwiniętymi.



**Rysunek 6.** Wymiana Polski z krajami rozwijającymi się w zakresie produkcji wyrobów czekoladowych w mln USD

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS (2016).



**Rysunek 7.** Wymiana Polski z krajami rozwiniętymi w zakresie produkcji wyrobów czekoladowych w mln USD

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS (2016).

Wartość eksportu wyrobów czekoladowych na rynki państw rozwiniętych wyniosła blisko 118,2 mln USD (2015). Podobnie jak w trzech poprzednich przypadkach (tj. wymiana handlowa z krajami UE, EŚW, rozwijającymi się) Polska jest eksporterem netto wyrobów czekoladowych na rynki państw rozwiniętych.



## 6. PODSUMOWANIE

Polski eksport wyrobów czekoladowych charakteryzuje się wysoką dynamiką. Nasz kraj w głównej mierze wysyła omawiane wyroby na rynki unijne. Kraje rozwijające się oraz rozwinięte pełnią również istotną rolę w wymianie tej grupy towarowej, a ich udział w tworzeniu polskiego eksportu wyrobów czekoladowych ulega zmianom.

Rynek wyrobów czekoladowych, podobnie jak choćby rynek meblarski jest jednym z sektorów polskiej gospodarki, który wyróżnia nas wśród innych państw (Bigos, 2016).

Niestety brak jest aktualnych opracowań dotyczących eksportu produkcji wyrobów czekoladowych. Na chwilę obecną badania oraz płynące z nich wnioski opierają się na analizie wartości uzyskanych z powszechnie dostępnych baz danych.

Należy popularyzować osiągnięcia polskiego eksportu na arenie międzynarodowej, ze szczególnym uwzględnieniem sektorów, w których zajmujemy ponadprzeciętną pozycję na tle pozostałych państw. Równie istotne jest także ukierunkowanie badań w kierunku analizy sektorowej, aby obserwować trendy występujące w handlu zagranicznym.

Czas pokaże czy polski eksport omawianych wyrobów będzie główną wizytówką naszego kraju oraz czy wykorzystamy w pełni potencjał tego sektora i stanimy się kolejnym, obok Niemiec „czekoladowym” krajem.

## LITERATURA

- Bigos, K. (2016). Analiza koncentracji polskiego i światowego sektora meblarskiego. W: S. Wydymus, M. Maciejewski (red.), *Handel międzynarodowy w rozwoju społeczno-ekonomicznym państw*, 29-40. Warszawa: CeDeWu.
- Brach, J., Chrzan, M., Domiter, M., & Drelich-Skulska, B. (2010). Teoretyczne podstawy wymiany międzynarodowej. W: J. Rymarczyk (red.), *Międzynarodowe stosunki gospodarcze*, 21-52. Warszawa: PWE.
- Chrzan, M. (2005). Korzyści z wymiany międzynarodowej. W: J. Rymarczyk (red.), *Handel zagraniczny. Organizacja i technika*, 385-411, Warszawa: PWE.
- COMTRADE (2016). *UN Comtrade Database*. Pozyskano z <https://comtrade.un.org/data/> w dniu 31 października 2016.
- Domańska, A. (2015). Liberalizacja i otwartość gospodarek a rozwój badań makroekonomii. W: Wydymus, S., Maciejewski, M. (red.), *Liberalizacja i protekcjonizm we współczesnym handlu międzynarodowym*, 17-40. Warszawa: CeDeWu.
- Grauer, P., Strojny, M., Trawka, J., Wiza, R., & Żuchowski, F. (2014). *Rynek Słodyczy w Polsce, Raport KPMG*. Warszawa: KPMG.
- GUS (2016). *Baza Danych Handlu Zagranicznego*. Pozyskano z <http://hinex.stat.gov.pl/hinex/asp/index.aspx> w dniu 31 października 2016.
- Makać, A. (2006). Międzynarodowy handel towarowy. W: E. Oziewicz (red.), *Przemiany we współczesnej gospodarce światowej*, 30-56, Warszawa: PWE.
- Orłowska, R. (2013). Korzyści z handlu międzynarodowego w świetle teorii W: E. Oziewicz, T. Michałowski (red.), *Międzynarodowe stosunki gospodarcze*, 69-83. Warszawa: PWE.

- Ricardo, D. (1957). *Zasady ekonomii politycznej i opodatkowania*. Warszawa: PWN.
- Sierakowska, D. (2015). Cena kakao mocno w górę, *Puls Biznesu*, 10 lutego 2015. Pozyskano z <https://www.pb.pl/cena-kakao-mocno-w-gore-783030> w dniu 5 listopada 2016.
- Zielińska-Głębocka, A., Rynarzewski, T. (2006). *Międzynarodowe stosunki gospodarcze. Teoria wymiany i polityki handlu międzynarodowego*. Warszawa: PWN.

### **Structure of Polish chocolate products export: value and spatial approaches**

**Abstract:** This article aims at analysing Polish export in chocolate manufacture sector. It shows empirical findings aforementioned sector. The basic problem of this publication is associate with value identity and geographical structure of Polish export in manufacture sector. Most of all the article is based on sources which derives from UN and WTO database. The conclusions are drawn based on data which describe development of Polish and international trade in chocolate manufacture sector. In Polish scientific literature, there is actually no one, who delve into analysis of Polish export in chocolate manufacture sector achievements therefore the analysis is difficult. Mainly the analysis is based on findings which derives from information published on official statistics websites.

**Keywords:** chocolate, export, Poland, intra-EU trade, extra-EU trade, competitiveness

**JEL codes:** F16, F18, L80