

Eksport oraz bezpośrednie inwestycje zagraniczne firm województwa pomorskiego



Pod redakcją Stanisława Umińskiego



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Publikacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej
w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Autorzy: Krystyna Gawlikowska-Hueckel, Marian Gorynia,
Witold Orłowski, Andrzej Stępnia, Stanisław Umiński, Adriana Zabłocka

Publikacja przygotowana we współpracy PBS DGA Spółka z o.o.
i Ośrodka Badań Integracji Europejskiej Uniwersytetu Gdańskiego

eksport@pbsdga.pl

ISBN 978-83-929451-9-2

2009

Spis treści

Wstęp

Rozdział I: Handel zagraniczny województwa pomorskiego – analiza danych statystycznych.....5

I.1.	Wprowadzenie.....	5
I.2.	Założenia metodologiczne.....	5
I.3.	Krótki przegląd badań handlu zagranicznego regionów realizowanych w innych krajach.....	6
I.4.	Handel zagraniczny województwa pomorskiego – kilka podstawowych faktów.....	8
I.5.	Struktura geograficzna eksportu.....	14
I.6.	Produktowa struktura eksportu.....	18
I.7.	Struktura eksportu według proporcji czynników produkcji.....	20
I.8.	Struktura eksportu według form własności.....	24
I.9.	Znaczenie strefy euro.....	26
I.10.	Rola eksportu w poszczególnych gałęziach przemysłu i usług woj. pomorskiego.....	28
I.11.	Krótką charakterystyką importu, saldo handlu zagranicznego.....	29
I.12.	Podsumowanie.....	31
I.13.	Bibliografia.....	34

Rozdział II: Handel zagraniczny województwa pomorskiego – wyniki badań ankietowych.....36

II.1.	Wprowadzenie, opis próby.....	36
II.2.	Wielkość i znaczenie eksportu.....	37
II.3.	Problemy w eksporcie.....	39
II.4.	Relacje eksport - import.....	43
II.5.	Liczba realizowanych umów eksportowych, problemy z niewypłacalnością partnerów zagranicznych.....	46
II.6.	Rynki eksportowe, eksport do UE.....	52
II.7.	Ocena skutków członkostwa w UE.....	55
II.8.	Strategia rozwoju eksportu, wsparcie władz, konkurencyjność.....	58
II.9.	Poziom zatrudnienia, przyszłość firmy.....	69
II.10.	Podsumowanie.....	73

Rozdział III: Uwarunkowania eksportu kapitału w formie bezpośrednich inwestycji zagranicznych – wnioski dla województwa pomorskiego.....77

III.1.	Wprowadzenie.....	77
III.2.	Podstawy teoretyczne internacjonalizacji przedsiębiorstw - determinanty BIZ.....	80
III.2.1.	Modele sekwencyjne.....	80
III.2.2.	Eklektyczna teoria produkcji międzynarodowej.....	81
III.2.3.	BIZ a poziom rozwoju kraju.....	82
III.3.	Charakterystyka zjawiska odpływu kapitału w formie BIZ z Polski.....	84
III.3.1.	Struktura geograficzna odpływu kapitału w formie BIZ z Polski.....	84
III.3.2.	Struktura branżowa odpływu kapitału w formie BIZ z Polski.....	87
III.4.	Specyfika województwa pomorskiego a determinanty umiędzynarodowienia przedsiębiorstw.....	89
III.5.	Zagraniczne inwestycje bezpośrednie pomorskich przedsiębiorstw – studium przypadków.....	93
III.5.1.	LPP SA.....	93
III.5.2.	Gino Rossi SA.....	94
III.5.3.	PORTA KMI POLAND.....	94
III.5.4.	Proces internacjonalizacji pomorskich przedsiębiorstw – wnioski ze studium przypadków.....	95
III.6.	Podsumowanie.....	95
III.7.	Bibliografia.....	96

Rozdział IV: Eksport kapitału w formie zagranicznych inwestycji bezpośrednich – wyniki badań ankietowych w województwie pomorskim.....	98
IV.1 Wprowadzenie.....	98
IV.2 Charakterystyka zjawiska odpływu kapitału w formie BIZ z województwa pomorskiego.....	98
IV.2.1. Struktura geograficzna BIZ podjętych przez pomorskie przedsiębiorstwa.....	99
IV.2.2. Struktura branżowa pomorskich przedsiębiorstw podejmujących BIZ.....	102
IV.3. Motywy podjęcia BIZ przez pomorskie przedsiębiorstwa.....	103
IV.4. Determinanty podjęcia BIZ przez pomorskie przedsiębiorstwa.....	105
IV.5. Źródła przewagi konkurencyjnej pomorskich przedsiębiorstw posiadających zagraniczne oddziały.....	113
IV.6. Problemy biznesowe pomorskich przedsiębiorstw posiadających zagraniczne oddziały.....	115
IV.7. Plany rozwojowe pomorskich przedsiębiorstw posiadających zagraniczne oddziały.....	117
IV.8. Znaczenie wejścia Polski do Unii Europejskiej.....	119
IV.9. Znaczenie zagranicznej ekspansji kapitałowej pomorskich przedsiębiorstw dla rynku pracy.....	121
IV.10. Podsumownie.....	124
IV.11. Bibliografia.....	128
Rozdział V: Udział gospodarki polskiej w procesach internacjonalizacji i globalizacji – implikacje dla przedsiębiorstw.....	129
V.1. Wstęp – cel i założenia.....	129
V.2. Eksport oraz odpływające ZIB jako wiodące przejawy czynnego umiędzynarodowienia polskiej gospodarki.....	129
V.3. Perspektywy internacjonalizacji polskich przedsiębiorstw.....	132
V.5. Uwagi końcowe.....	137
V.6. Bibliografia.....	137
Rozdział VI: Makroekonomiczne uwarunkowania zagranicznej ekspansji polskich przedsiębiorstw.....	139
VI.1. Polska gospodarka: od stanu semi-autarkicznego do otwartości.....	139
VI.2. Globalny kryzys i jego wpływ na polską gospodarkę.....	141
VI.3. Zachowania polskich przedsiębiorstw wobec kryzysu.....	143
VI.5. Dotychczasowe formy wsparcia przedsiębiorstw w czasie kryzysu.....	145
VI.6. Podsumowanie.....	147
VI.7. Bibliografia.....	147
Uwagi końcowe.....	148

Przedstawiamy wyniki pierwszej części projektu „Analiza trendów rozwojowych firm województwa pomorskiego w zakresie eksportu oraz bezpośrednich inwestycji zagranicznych” realizowanego w Partnerstwie przez PBS DGA Spółka z o.o. i Uniwersytet Gdański. Projekt ten jest współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

Zasadniczym celem projektu jest rozpoznanie trendów rozwojowych firm produkcyjnych województwa pomorskiego w zakresie eksportu i podejmowanych inwestycji bezpośrednich za granicą oraz ich znaczenia dla sytuacji na rynku pracy. Eksport oraz bezpośrednie inwestycje zagraniczne (BIZ) to dwa najważniejsze sposoby zagranicznej ekspansji, przy czym – ze względu na stopień rozwoju polskiej gospodarki oraz możliwości kapitałowe przedsiębiorstw – to eksport jest ważniejszym sposobem zaopatrywania zagranicznych rynków. Niemniej jednak rośnie i rosnąć będzie rola BIZ podejmowanych przez firmy regionu. Pamiętać należy, że województwo pomorskie jest nie tylko miejscem, do którego napływa kapitał z zagranicy, ale też z Pomorza wywodzą się inwestorzy, którzy inwestują poza granicami Polski.

Rozpoznanie powyższych trendów jest – naszym zdaniem – szczególnie ważne w czasie kryzysu, w jakim aktualnie znajduje się światowa gospodarka, w tym kraje, które dla pomorskich eksporterów są najważniejszymi rynkami zbytu. Mamy nadzieję, że analizując problemy eksportu oraz BIZ przyczyniamy się do pogłębienia wiedzy na temat gospodarki regionu, kondycji pomorskich przedsiębiorstw oraz problemów, z jakimi się spotykają, a także ich planów na przyszłość. Wiedza ta stanowić powinna podstawę dla sformułowania ewentualnych działań promocyjnych i wspierających eksporterów, które zgodnie z zasadą subsydiarności oraz z poszanowaniem wspólnotowego prawa konkurencji mogą i powinny być prowadzone na szczeblu regionalnym. Istotne jest także – szczególnie w czasie kryzysu – rozpoznanie wpływu sytuacji w eksporcie oraz charakteru podejmowanych BIZ na rynek pracy.

Prezentowana publikacja składa się z kilku części. Pierwsze dwa rozdziały dotyczą eksportu pomorskich przedsiębiorstw. Prezentują one – w syntetyczny sposób – statystyczny obraz eksportu firm z Pomorza, a także wyniki badań ankietowych zrealizowanych na próbie 347 respondentów z województwa pomorskiego. Z założenia, wyniki badań ankietowych stanowią uzupełnienie badań opartych na danych statystycznych eksportu i importu. Odnoszą się też do planów przedsiębiorców dotyczących zwalniania i rekrutacji pracowników – w związku z sytuacją w eksporcie. Kolejne dwa rozdziały poświęcone są BIZ: dotyczą teoretycznych podstaw internacjonalizacji przedsiębiorstw, specyfiki województwa pomorskiego jako eksportera kapitału oraz wyników badań ankietowych odnoszących się do firm z pomorskiego, które zainwestowały poza granicami Polski. Publikacja zawiera także referaty przygotowane na konferencję promującą i upowszechniającą wyniki projektu, przez ekspertów zajmujących się problematyką strategii zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw oraz makroekonomicznymi uwarunkowaniami rozwoju gospodarki Polski.

Mamy nadzieję, że przeprowadzone przez nas badania, przyczynią się do lepszej identyfikacji problemów firm Pomorza oraz stanowić będą impuls do dyskusji na temat gospodarczej kondycji regionu, jego miejsca pośród innych województw a także szans i zagrożeń wiążących się z coraz większym włączaniem się w międzynarodowe procesy przepływu dóbr i kapitału.

Krystyna Gawlikowska-Hueckel, Uniwersytet Gdański, Europejski Bank Odbudowy i Rozwoju
Stanisław Umiński, Ośrodek Badań Integracji Europejskiej, Uniwersytet Gdański

I.1. Wprowadzenie

Handel zagraniczny analizowany jest najczęściej w odniesieniu do krajów lub konkretnych branż przemysłu. Ciekawe obserwacje mogą dotyczyć poziomu regionalnego [województw], zwłaszcza w czasie, gdy stosunki handlowe Polski podlegają dynamicznym zmianom. Województwa w różnym stopniu uczestniczą w eksporcie i imporcie Polski. Ich „wkład” w handel zagraniczny się zmienia, co jest wynikiem zachodzących przekształceń strukturalnych oraz przejawem zmian konkurencyjności. Po drugie, różnią się tzw. profile handlowe [eksportowe] regionalnych gospodarek. Każde z województw ma charakterystyczną strukturę eksportu determinowaną przede wszystkim przez bazę przemysłową. Różni się także profil tzw. powiązań geograficznych. Firmy z poszczególnych województw handlują zasadniczo z tzw. bliską zagranicą. Ale – co najbardziej istotne – niejednakowa jest intensywność powiązań eksportowych z UE [jako całością, oraz z jej poszczególnymi krajami członkowskimi].

Celem niniejszego rozdziału jest przedstawienie podstawowych informacji na temat handlu zagranicznego [zwłaszcza eksportu] województwa pomorskiego. Mają one stanowić tło dla innych prac w ramach projektu badawczego – przede wszystkim dla przeprowadzonych badań ankietowych.

I.2. Założenia metodologiczne

W trakcie przygotowania opracowania przyjęto następujące założenia metodologiczne:

- Zaszerogowanie 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 województwa pomorskiego 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. Ponadto w bazie danych występuje pozycja „województwo nieznanne”, które zostało wyeliminowane z obliczeń. Tak więc, wartość eksportu i importu Polski ogółem dla potrzeb przeprowadzonych analiz obliczono jako sumę odpowiednich wartości dla 16 województw.

- W handlu zagranicznym Polski znaczna część obrotów przypada na przedsiębiorstwa z udziałem kapitału zagranicznego. Firmy te 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.

- Przyjęto podział krajów z którymi utrzymywane są kontakty handlowe na 5 grup: „stara UE” [15 „starych” krajów członkowskich UE – UE15], „nowe kraje członkowskie UE” [9 krajów, które wraz z Polską w 2004 roku wstąpiły do Unii Europejskiej oraz Bułgaria i Rumunia], „Rosja, Ukraina i Białoruś” [trzy kraje, które po wstąpieniu przez Polskę do UE stanowią tzw. nowy Wschód –], znajdują się w bezpośredniej bliskości geograficznej Polski i tradycyjnie polskie firmy utrzymują z nimi stosunkowo silne powiązania gospodarcze], kraje Dalekiego Wschodu¹ oraz „pozostałe kraje”.

¹ 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 Timor, Wyspa Bożego Narodzenia, Wyspy Marshalla.

1.3. Krótki przegląd badań handlu zagranicznego regionów realizowanych w innych krajach

Przystępując do analiz handlu zagranicznego na poziomie regionów napotykamy na szereg problemów, które w skrócie warto przedstawić. Wynikają one – po pierwsze – z charakteru dostępnych danych statystycznych, po drugie, z różnych koncepcji takich badań reprezentowanych przez autorów, po trzecie, z odmiennych obszarów stanowiących przedmiot zainteresowania badaczy.

Podstawowym problemem natury ekonomicznej na jaki napotykamy analizując handel zagraniczny w ujęciu regionalnym jest fakt, że przedmiotem eksportu mogą być produkty *de facto* wytworzone przez firmy gdzie indziej zlokalizowane. Eksporter nie jest zatem producentem. Problem ten nie jest nowy, podnoszony był przez innych autorów. Potocznie jest on określany jako „gdzie zaczyna się eksport?”. Pisze o tym Bąkiewicz² w kontekście ewidencjonowania eksportu małych i średnich przedsiębiorstw. Przedmiotem handlu mogą być bowiem produkty firm, które same nie prowadzą wymiany zagranicznej, ale współpracują z firmami taką wymianę prowadzącymi. Powiązania produkcyjne sięgają znacznie głębiej niż wynikałoby to z analizy kontaktów z zagranicznymi kontrahentami, opartej na analizie danych statystycznych. Warto jednak dodać, że opisywany problem nie dotyczy tylko Polski. Bardzo obszerny opis problemów metodologicznych można spotkać w publikacji Leichenko i Ericssona³. Dane z amerykańskiego Urzędu Statystycznego dla handlu zagranicznego stanów USA udostępniane były na różnym poziomie dezagregacji według klasyfikacji SITC. Zmieniała się nazwa zbioru danych, ze względu na trwającą debatę metodologiczną między departamentem zajmującym się udostępnianiem danych statystycznych o przemyśle oraz departamentem statystyk handlu zagranicznego. Dyskusja dotyczyła problemu „gdzie rozpoczyna się eksport?”. Statystyki, które do 1986 roku dostępne były pod tytułem „Origin of Exports from Manufacturing Establishments”, po roku 1989 publikowane były jako „Exports from Manufacturing Establishments”. Różnica dotyczyła tego, że towary „rozpoczynają swoją podróż eksportową” nie w miejscu wyprodukowania, ale w miejscu w którym znajduje się siedziba eksportującego podmiotu (chodzi zatem o podmiot, który realizuje transakcję eksportową)⁴. Jeśli jednak powyżej opisane trudności potraktowalibyśmy jako argument przeciwko analizom handlu zagranicznego na szczeblu regionalnym, należałoby w ogóle zaprzestać analiz produkcji sprzedanej w regionach. Podobny problem występuje bowiem w przypadku produkcji sprzedanej przemysłu, gdyż komponenty do produkcji oraz wyroby gotowe mogą pochodzić z firm zlokalizowanych w innych regionach. Firma realizująca „finalną sprzedaż” pełni *de facto* rolę pośrednika.

Kolejnym argumentem nakazującym ostrożne podchodzenie do statystyk handlowych w ogóle są tzw. ceny transferowe, zwłaszcza w sytuacji, gdy większość handlu zagranicznego Polski przypada na firmy z kapitałem zagranicznym.

Należy stwierdzić, że publikacji dotyczących handlu zagranicznego na poziomie regionalnym nie ma dużo. Niektóre ze studiów poświęcone są obrotom handlowym stanów USA. Ich przedmiotem było zbadanie determinantów eksportu na poziomie stanów oraz przede wszystkim określenie wrażliwości na zmiany w polityce handlowej USA. Coughlin oraz Cartwright podjęli problem zależności między eksportem i zatrudnieniem w stanach USA⁵. Erickson analizował zależność między dynamiką rozwoju przemysłu w stanach USA, a rozwojem eksportu oraz produkcji na rynek lokalny⁶. Inne badania tego autora dotyczyły zróżnicowań konkurencyjności eksportu i weryfikacji teorii proporcji czynników produkcji⁷. Ciekawe opracowanie na temat przyczyn wzrostu eksportu stanów USA opublikowane zostało przez Gazela oraz Schwera⁸. Opierając się na modelu *shift-share*, autorzy konkludują, że popyt ze strony rynków zagranicznych w podobnym lub większym stopniu niż warunki popytowe regionu determinuje rozwój eksportu stanów USA.

² Bąkiewicz A. (2006), *Małe i średnie przedsiębiorstwa – lokalne powiązania z globalnym rynkiem*, Afryka, Azja, Ameryka Łacińska, tom 83, Warszawa.

³ Leichenko R. M., R. A. Erickson (1997), *Foreign Direct Investment and State Export Performance*, Journal of Regional Science, Vol. 37, No 2, s. 307-329.

⁴ Leichenko oraz Erickson wskazują na jeszcze jeden problem. Otóż często w transakcjach handlowych kraj przeznaczenia nie jest tym, do którego ostatecznie trafia eksport.

⁵ Cartwright P. A., C. C. Coughlin (1987), *An Examination of State Foreign Exports and Manufacturing Employment*, Economic Development Quarterly, Vol. 1, No 3, s. 257-267.

⁶ Erickson R. A. (1989), *Export Performance and State Industrial Growth*, Economic Geography, No 65, s. 280-192.

⁷ Erickson R. A., D. J. Hayward (1991), *The International Flows of Industrial Exports from USA Regions*, Annals of the Association of American Geographers, No 81, s. 371-390.

⁸ Gazel R. C., R. K. Schwer (1998), *Growth of International Exports among the States: Can a Modified Shift-Share Analysis Explain It?*, International Regional Science Review, Vol. 21, No. 2, s. 185-204.

Kwestia zależności między eksportem oraz regionalnym rozwojem gospodarczym i zatrudnieniem była przedmiotem badań prowadzonych także przez innych autorów⁹. Stabler i Howe¹⁰ sprawdzali czy z punktu widzenia stymulowania wzrostu regionów bardziej korzystny jest eksport dóbr przemysłowych czy usług? Rozważania odnosiły się do prowincji Kanady i wynika z nich, że ważne jest szybkie tempo wzrostu eksportu usług. Leichenko i Ericsson¹¹ zajęli się wpływem zagranicznych inwestycji bezpośrednich na eksport stanów USA, dochodząc do wniosku, że rosnący poziom zagranicznych inwestycji ma korzystny wpływ na zdolności eksportowe przemysłu.

Elf i Livingston¹² porównywali prawdopodobieństwo zaangażowania się w eksport firm z regionów rolniczych oraz z regionów metropolitalnych. Wśród powodów dla których regiony metropolitalne mają większe szanse na sukces w eksporcie autorzy wskazują na to, że regiony rolne są izolowane, bądź oddalone od „szans międzynarodowych”. Ponadto naturalną cechą regionów rolnych jest niższy potencjał kapitału ludzkiego. Golladay i Sandoval¹³ zastanawiali się, jaka powinna być optymalna polityka rozwoju w otwartej (na handel zagraniczny) gospodarce regionalnej. Zasadniczo ich wywód dotyczy tego, jakie instrumenty należy stosować, aby minimalizować koszty społecznych dostosowań do egzogenicznych szoków. Publikacja jest prezentacją dynamicznego, prognostycznego modelu dla Nowego Meksyku, który ma pomóc w oszacowaniu wydatków budżetu federalnego w przypadku dostosowań do zmian popytu na eksport stanu oraz zmiany napływających zagranicznych inwestycji.

Ważne miejsce w rozważaniach poświęconych problematyce handlu zagranicznego województw zajmuje teoria bazy eksportowej rozpatrywana w różnych ujęciach. W teorii tej występują zasadniczo dwa rodzaje aktywności ekonomicznej – bazowa i pozostała [nie-bazowa]. Sektor bazowy obejmuje część gospodarki, która dostarcza dochodów poprzez handel, natomiast nie-bazowa aktywność ekonomiczna dotyczy lokalnej produkcji i konsumpcji dóbr. Teoria podkreśla, że rozwój nie-bazowego sektora jest zależny od sektora bazowego, gdyż to ten drugi stwarza możliwości rozwoju pierwszemu. Ciekawy materiał szkoleniowy na temat bazy eksportowej zaprezentował Novlan¹⁴. Autor przedstawia koncepcję różnych hipotetycznych przypadków mnożnika regionalnego [nawiązując do teorii Keynesa]. Wychodzi od tzw. prostego modelu gospodarki Keynesa, następnie rozwija model ilustrując go przypadkiem gospodarki podobnej do wyspy greckiej bądź regionu Sycylii, które są silnie uzależnione od turystyki i opierają się na bazie hotelowej pozostającej własnością inwestorów zagranicznych. Kolejne wersje modelu prezentują coraz bardziej rozbudowane, skomplikowane, bliższe realiom sytuacje. Terry¹⁵ wskazuje natomiast, że w modelach bazy eksportowej, eksport – przez niektórych autorów – rozumiany jest jako sprzedaż nie tylko za granicę, ale także do innych regionów danego kraju.

Krytyczne podejście do koncepcji bazy eksportowej reprezentuje Markusen¹⁶. Podstawą powyższej koncepcji jest założenie, że całość wzrostu regionalnego jest funkcją eksportu. Markusen twierdzi natomiast, że także baza konsumpcyjna może służyć jako czynnik stymulujący wzrost. Lokalna aktywność inwestycyjna może „przełączyć” popyt w stronę lokalnych produktów, może przyciągnąć turystów i przyczyniać się do rewitalizacji „starzejących” się lokalizacji. Benerjee¹⁷ zastanawia się, czy model bazy eksportowej jest bardziej przydatnym narzędziem w krótkich czy raczej w długich okresach. Warto także wspomnieć badania Cronovicha i Gazela¹⁸, dotyczące znaczenia zmian kursów walutowych i zagranicznych dochodów dla eksportu na poziomie stanów USA. Autorzy krytycznie podchodzą do większości badań, z których wynika, że na poziomie kraju zmiany kursów walutowych wpływają na wielkość eksportu, natomiast na poziomie regionalnym tego wpływu nie można jednoznacznie zweryfikować. Jak dowodzą, gdy uwzględni się zmiany realnego kursu walutowego „ważonego” geograficzną strukturą obrotów specyficzną dla każdego stanu USA, negatywnie wpływają one na eksport.

9 Markusen A. R., H. Noponen, K. Driessen [1991], *International Trade, Productivity and US Regional Export Job Growth: A Shift-Share Interpretation*, *International Regional Science Review*, No 14, s. 15-39.

10 Stabler J. C., E. C. Howe [1998], *Service Exports and Regional Growth in the Postindustrial Era*, *Journal of Regional Science*, Vol. 28, No 3, s. 303-315.

11 Leichenko R. M., R. A. Erickson [1997], *Foreign Direct Investment and State Export Performance*, *Journal of Regional Science*, Vol. 37, No 2, s. 307-329.

12 Elf E. A., S. G. Livingston [2007], *Is There a Rural/Urban Export Gap?*, *Journal of Regional Science*, Vol. 47, No 2, s. 339-363.

13 Golladay F. L., A. D. Sandoval [1972], *Optimal Development Policy in an Open Regional Economy: A Programming Analysis*, *Journal of Regional Science*, Vol. 12, No 2, s. 185-198.

14 Novlan D., M. [2006], *The Export Base and Input-output Models of Regional Development*, [materiał powielony].

15 Terry E., F. [1965], *Linear Estimators of the Export Employment Multiplier*, *Journal of Regional Science*, Vol. 6, No 12, [1965].

16 Markusen A. [2006], *A Consumption Base Theory of Development. An Implication for the Rural Cultural Economy*, [materiał powielony].

17 Benerjee S. [2003], *Export-Base Theory: A Theory of the Short Run, Long Run or Both?*, [materiał powielony].

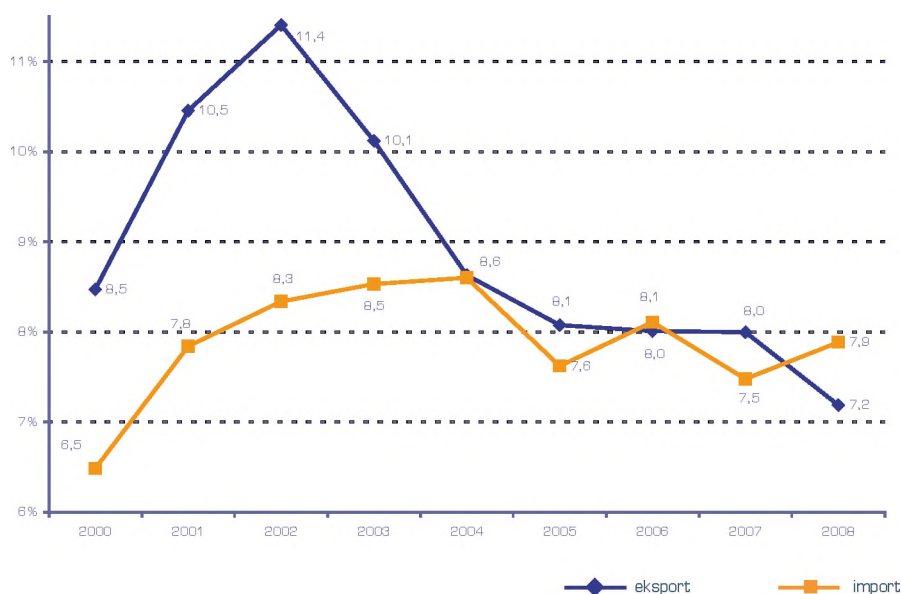
18 Cronovich R., R. Gazel [1998], *Do Exchange Rates and Foreign Incomes Matter for Exports at the State Level*, *Journal of Regional Science*, Vol. 38, No 4, s. 639-657, [1998].

Powyższy, krótki opis badań dotyczących handlu zagranicznego regionów w kontekście funkcjonowania rynku walutowego uzupełniony musi zostać o bardzo ciekawy problem handlu między regionami tego samego kraju w porównaniu z regionami rozdzielonymi państwową granicą – opisywany między innymi przez Alesinę i Barro¹⁹, McCalluma²⁰, czy Anderson i van Wincoopa²¹. Jest to tzw. *border effect*, inaczej zwany także *home bias*. Wniosek ogólny z badań cytowanych autorów jest taki, że regiony tego samego kraju zwykle doświadczają między sobą bardziej intensywnej wymiany niż regiony o podobnych profilach gospodarczych, ale zlokalizowane w różnych krajach. Przyczyną takiego stanu rzeczy jest istnienie różnych walut (gdyż granice są i tak bardzo mocno „otwarte”)²². Niezmiernie interesujące studium poświęcone efektowi *home bias* zostało przedstawione w przez Delgado²³. Z przeprowadzonych badań wynika, że konsumenci UE kupują przede wszystkim krajowe produkty, co z dystansem nakazuje oceniać funkcjonowanie rynku wewnętrznego UE.

I.4. Handel zagraniczny województwa pomorskiego – kilka podstawowych faktów

Udział województwa pomorskiego w ogólnopolskich obrotach handlowych cechował się pewnymi wahaniami. W 2000 roku udział regionu w eksporcie całego kraju wynosił 8,5%, a w imporcie 6,5%.

Wykres 1: Udział województwa pomorskiego w eksporcie oraz imporcie Polski w latach 2000-2008 (w %)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

19 Alesina A., R. Barro, [1995], *Currency Unions*, NBER Working Papers, No 7927.

20 Mc Callum J. [1995], *National Borders Matter: Canada-US Regional Trade Patterns*, American Economic Review, Vol. 3.

21 Anderson J., E. van Wincoop [2000], *Borders, Trade and Welfare*, NBER Working Papers, No 8515.

22 Badania na ten temat są opisywane przez Lutkowskiego. Zob. szerzej w Lutkowski K., „Od złotego do euro. Źródła obaw i nadziei”, Twigger. Biblioteka Bankowca, Warszawa 2004, s. 52-57.

23 Delgado J. [2006], *Single Market Trails Home Bias*, Bruegel Policy Brief, No 5.

Wyraźny „skok” eksportu przypada na lata 2001–2002, kiedy to udział pomorskiego w krajowym eksporcie osiągnął „rekordową” wysokość 11,4%. W latach 2002–2005 wskaźnik udziału Pomorza w ogólnopolskiej sprzedaży dóbr na rynki zagraniczne zmniejszał się – w latach 2005–2007 oscylował na poziomie około 8%, w roku 2008 spadł do 7,2%.

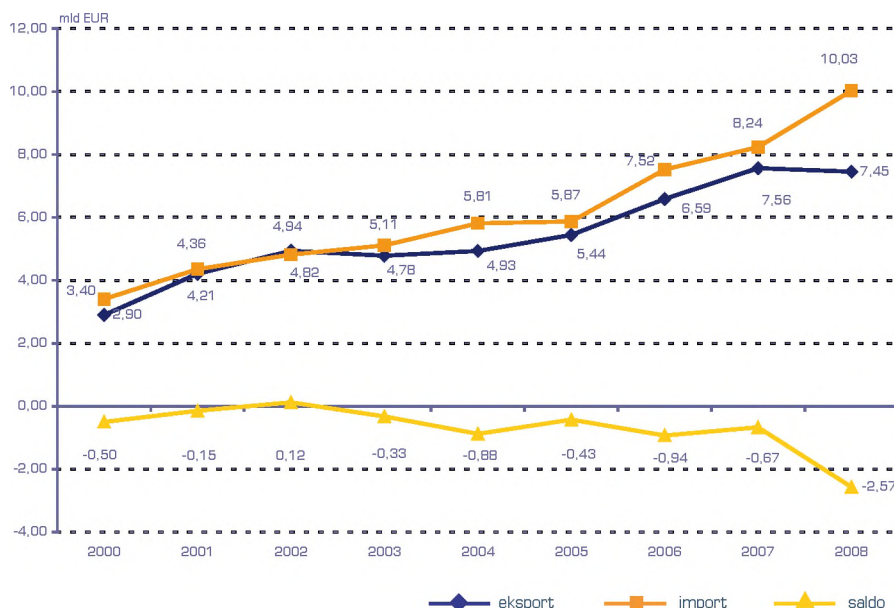
Analizując udziały województwa w ogólnopolskich obrotach handlowych należy pamiętać, że są to wskaźniki względne, które charakteryzują „wkład” Pomorza do handlu zagranicznego kraju. Zmniejszenie wartości wskaźników nie musi oznaczać spadku wolumenu handlu [w ujęciu bezwzględny], a zachodzące zmiany mogą być wynikiem między innymi: wahań w cyklu dostaw produktów za granicę, dynamicznego wzrostu obrotów innych województw, wzrostu lub spadku krajowego wolumenu handlu (importu i eksportu). Obserwacja trendu wskazuje, że po 2005 roku stabilizuje się udział województwa w ogólnopolskim imporcie, w eksporcie natomiast niepokojący jest spadek udziału pomorskiego w roku 2008 do 7,2%.

Niezależnie od wahań udziału województwa w obrotach handlowych Polski, w latach 2000–2007, wolumen eksportu i importu Pomorza zwiększył się: w 2007 roku firmy pomorskiego sprzedały za granicę produkty o wartości 7,6 mld EUR, a zakupiły na kwotę 8,2 mld EUR. W stosunku do roku 2007 eksport wzrósł o 4,7 mld EUR, natomiast import o 4,8 mld EUR. W roku 2008, względem roku 2007, wartość eksportu uległa nieznacznemu obniżeniu, do 7,45 mld EUR, import natomiast wzrósł do 10 mld EUR.

Przyczyn prosperity w handlu – do roku 2007 było zapewne kilka: okres dobrej koniunktury na rynkach światowych; umocnienie się pozycji polskich firm oraz zdobycie umiejętności „poruszania się” i konkurowania na rynkach zagranicznych; członkostwo w UE, poprzedzone realizacją Układu Europejskiego [część handlowa tego układu weszła w życie w 1992 roku i zakładała stopniowe znoszenie barier handlowych między Polską a krajami członkowskimi]. Liberalizacja obrotów umożliwiła polskim producentom konkurowanie na jednako- wych zasadach.

Spadek wartości eksportu w roku 2008 spowodowany był początkiem kryzysu gospodarczego na świecie, który – przypomnijmy – dotarł do Polski przede wszystkim poprzez eksport. Spowolnienie wzrostu gospodarczego w krajach, które są głównymi odbiorcami eksportu Pomorza, przełożyło się na spadek eksportu. Spadek wartości eksportu i wyraźny wzrost wartości importu przyczyniły się do tego, że poważnemu pogorszeniu uległo saldo obrotów, które wyniosło -2,57 mld EUR [w porównaniu z -0,67 mld w roku 2007]. Jest to najniższe, ujemne saldo rejestrowane od 2000 roku.

Wykres 2: Wartość eksportu, importu oraz saldo obrotów województwa pomorskiego [mld EUR] w latach 2000–2008

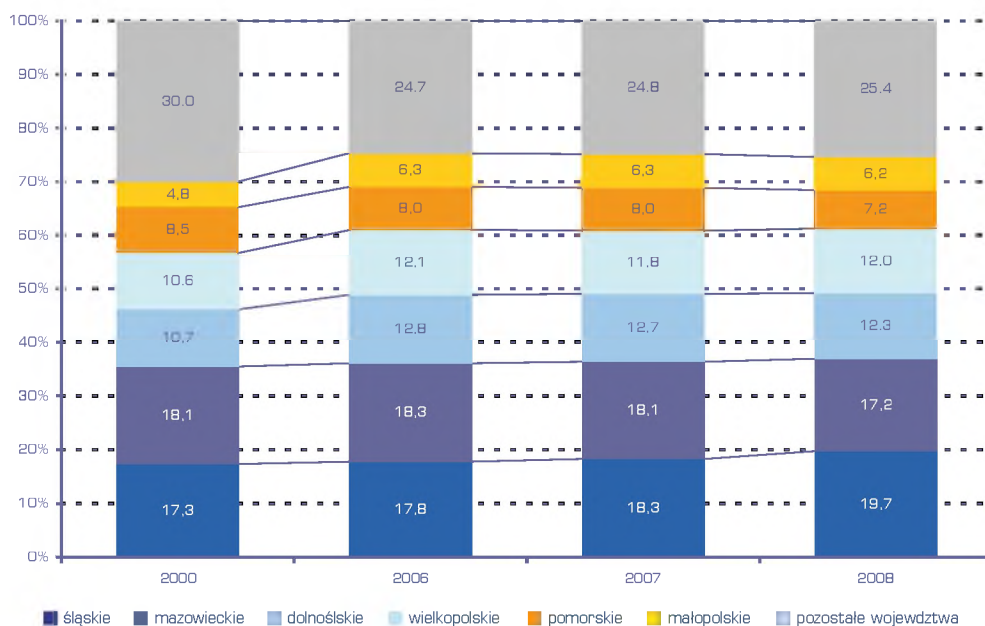


Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Analiza danych charakteryzujących udziały poszczególnych regionów w eksporcie Polski wskazuje na znaczną asymetrię w potencjale eksportowym województw. W 2008 roku na sześć z nich (Śląsk, Mazowsze, Dolny Śląsk, Wielkopolska, Pomorze i Małopolska) przypadało 74,6% całości obrotów eksportowych Polski. W latach 2000-2008 potencjał eksportowy wymienionych województw (mierzony sumą ich udziałów w polskim eksporcie) zwiększył się, gdyż w 2000 roku wynosił 70%. Dynamiczny wzrost udziału tych regionów w wolumenie krajowego eksportu świadczy o tym, że przewaga najsilniejszych pod względem handlu (ale też pod względem gospodarczym) województw nie tylko ulega utrwaleniu, ale się wręcz powiększa, aczkolwiek w roku 2008 – względem roku 2007 – pozostałe (spoza pierwszej „szóstki”) województwa nieznacznie zwiększyły swój udział w eksporcie ogólnopolskim.

Między rokiem 2008 i 2007, udział województwa pomorskiego w eksporcie Polski spadł o 0,81 pkt. %.

Wykres 3: Udziały województw w eksporcie Polski w latach 2000 oraz 2006, 2007 i 2008 (w %)

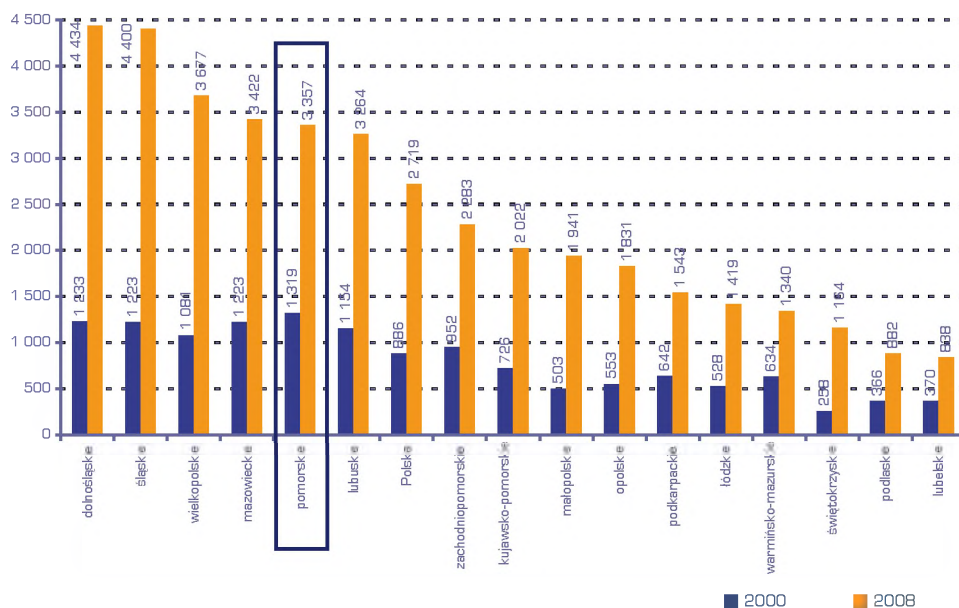


Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Wskaźnikiem pozwalającym na bardziej obiektywną ocenę procesów wzrostu i zmian zachodzących w wymianie jest wartość eksportu *per capita*. Z punktu widzenia kształtowania się tego wskaźnika, Pomorze w 2008 roku zajmowało 5. miejsce w kraju (w 2007 roku – trzecie).

W tym okresie eksport na jednego mieszkańca województwa kształtował się na poziomie 3357 EUR i zwiększył się od 2000 roku o 2038 EUR. Przyrost osiągnięty w tym okresie był zatem wyższy od wartości wskaźnika z 2000 roku (1319 EUR). Ze względu na to, że wartość eksportu województwa w roku 2008 względem roku 2007 obniżyła się, redukcji uległa też wartość eksportu *per capita* – o 63 EUR. Pomorskie jest jednym z trzech województw Polski, w których eksport *per capita* uległ zmniejszeniu.

Wykres 4: Wartość eksportu per capita w roku 2000 oraz 2008 [EUR]



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

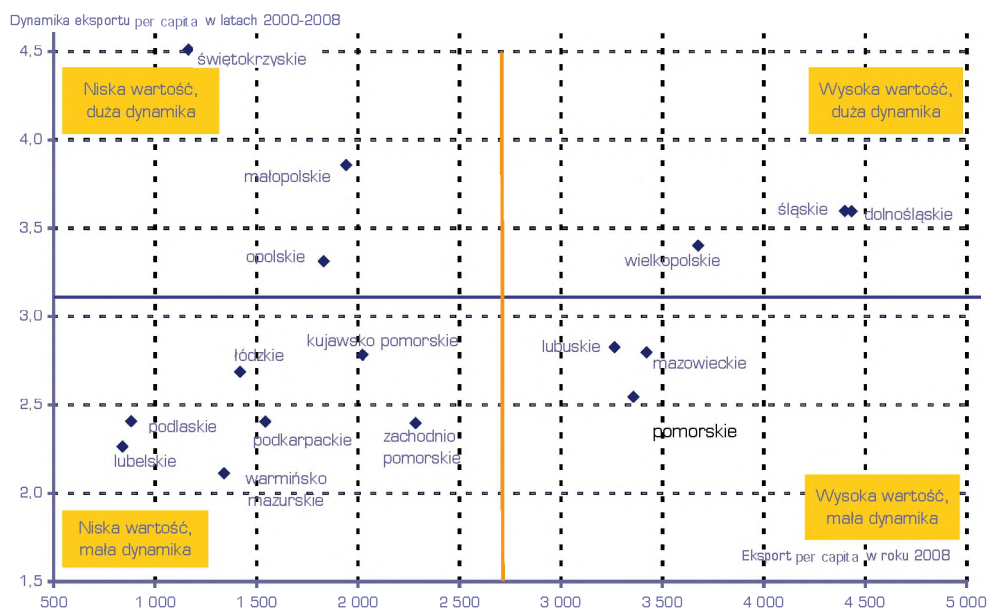
W latach 2000-2008 największą dynamiką wzrostu eksportu *per capita* cechowało się województwo świętokrzyskie. W okresie tym wartość eksportu *per capita* wzrosła 4,5-krotnie. Druga, pod względem wzrostu wskaźnika była Małopolska, następnie Dolny Śląsk i Śląsk, Wielkopolska oraz Opolszczyzna. Wymienione regiony powiększyły wielkość obrotów eksportu w przeliczeniu na mieszkańca (w latach 2000-2008) w stopniu większym niż wynosiła przeciętna dla Polski.

Świętokrzyskie należy do grupy regionów, które przynajmniej do tej pory, nie odnosiły spektakularnych sukcesów w handlu; w 2008 roku wielkość eksportu na jednego mieszkańca wynosiła 1 164 EUR. Dynamiczny wzrost wskaźnika wskazuje zapewne na pozytywne zmiany, które mają miejsce w województwie; należy jednak pamiętać, że wysokie przyrosty wskaźników z reguły osiągają te regiony (kraje), w których „poziom wyjściowy” wskaźników jest relatywnie niski.

Zwraca uwagę natomiast bardzo wysokie tempo wzrostu wskaźników w województwach, które należą do grupy silnych pod względem handlu: dolnośląskim, wielkopolskim i śląskim.

Jak widać z wyników analizy zaprezentowanej na poniższym wykresie, w porównaniu z innymi regionami, województwo pomorskie cechuje się wysoką wartością eksportu *per capita* i niską dynamiką wzrostu. Znalazło się w prawej, dolnej ćwiartce wykresu, wraz z lubuskim i mazowieckim.

Wykres 5: Zestawienie województw według wartości eksportu w przeliczeniu na jednego mieszkańca oraz dynamiki eksportu per capita w latach 2000-2008 [w %]



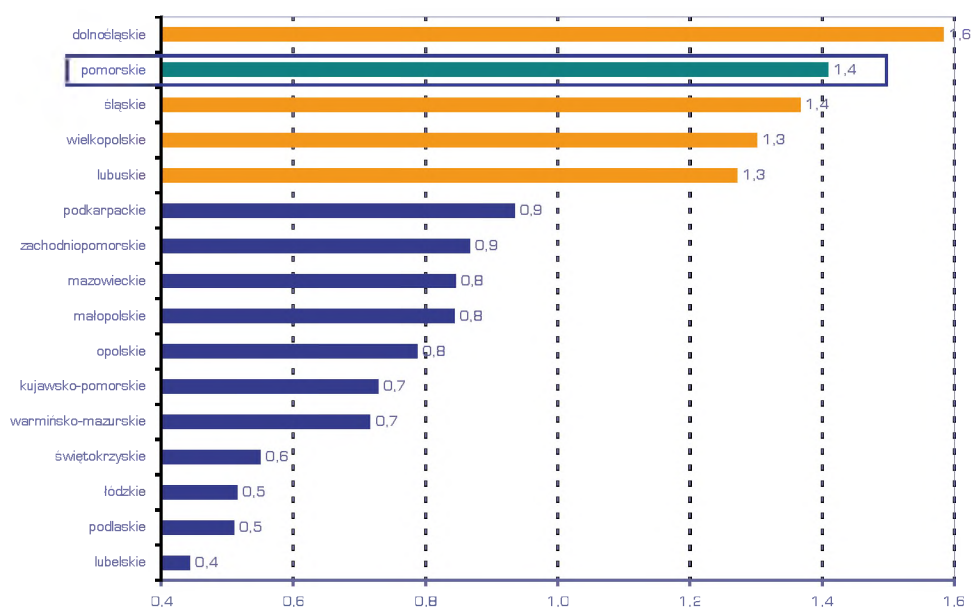
Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Szczególne znaczenie eksportu pokazuje relacja udziału województwa w krajowym eksporcie do udziału w PKB Polski. Ilustruje ona o ile więcej dany region wnosi do ogólnopolskiego eksportu niż do krajowego PKB (wykres 6). W pewnym uproszczeniu oznacza to, że regiony, które więcej „wnoszą” do ogólnopolskiego eksportu niż do krajowego PKB, są szczególnie zorientowane na sprzedaż za granicę i że ich zdolność do eksportu jest wyższa od przeciętnej. Pod względem kształtowania się wskaźnika relacji udziału województwa w eksporcie Polski do udziału w PKB Polski w roku 2006 wyraźna jest przewaga pięciu województw: dolnośląskiego, **pomorskiego**, śląskiego, i wielkopolskiego oraz lubuskiego. Wszystkie one mają wartości współczynnika powyżej jedności, co oznacza, że więcej „wnoszą” do eksportu Polski niż do krajowego PKB. Świadczy to o tym, że w wymienionych regionach znaczenie eksportu dla gospodarki jest szczególnie duże.

W porównaniu z innymi województwami, Pomorze cechuje wysoka relacja wartości eksportu do PKB. W 2006 roku wyniosła ona 42,5% [2. pozycja w kraju].

Szacunkowe obliczenia dotyczące relacji eksportu do przychodów ze sprzedaży ogółem zostały dokonane w oparciu o dwie, różne metody. Dane te dostarczają bardzo ważnych informacji, ponieważ ilustrują *de facto*, jaki udział w produkcji przemysłowej ma popyt zagranicy.

Wykres 6: Relacja udziału województwa w eksporcie Polski do udziału w PKB Polski w roku 2006



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Pierwsza oparta jest na dokumentach SAD, wartość eksportu [wyrobów przemysłowych] odniesiona jest do wartości przychodów ze sprzedaży w przemyśle. Największa rola eksportu [powyżej 50%] – według powyższej metody – występuje w województwach: lubuskim, dolnośląskim oraz zachodniopomorskim. Wysoka jest też w pomorskim [49,3%] oraz w Wielkopolsce, najniższa natomiast [poniżej 30%] w podlaskim, świętokrzyskim, lubelskim oraz łódzkim.

Zgodnie z szacunkami dokonanymi w oparciu o dokumenty SAD, w 2007 roku udział eksportu w przychodach ze sprzedaży przemysłu województwa pomorskiego wyniósł 58%. Oznacza to, że popyt zagranicy na produkty przemysłowe Pomorza był wyższy od zapotrzebowania zgłaszanego przez rynek krajowy. W roku 2008 – jak już wspomniano – spadł do poziomu 49,3%.

Im większy jest udział eksportu w produkcji przemysłowej, tym większy stopień „otwarcia” gospodarki regionalnej. Z jednej strony, jak już wspomniano, stanowi to sygnał informujący o tym, jaką wagę ma popyt zagranicy i w jakim stopniu stymuluje on produkcję przemysłu regionalnego, z drugiej strony wskazuje na ryzyko zmniejszenia produkcji w przypadku załamania się koniunktury u partnerów handlowych.

Ryzyko jednak jest w kalkulowane w działalność gospodarczą; w dzisiejszej globalnej gospodarce, kraje i regiony „skazane” są na otwartość, nie mogą być wyizolowane, i trudno wyobrazić sobie sytuację, w której załamanie koniunktury na rynkach zagranicznych nie naruszyłoby prosperity na rynku krajowym.

Druża metoda opiera się na danych ze sprawozdań finansowych FO1, składanych przez firmy zatrudniające 10 i więcej osób [3109 firm z województwa pomorskiego]. Nie dla wszystkich branż dostępne są dane statystyczne ze względu na przepisy dotyczące tajemnicy statystycznej GUS. W przypadku wielu branż pojawiają się tzw. zakrycia – dane nie są udostępniane, ze względu na małą liczbę firm w danej branży. Wyniki uzyskane tą metodą wskazują na niższy udział eksportu w przychodach ogółem, co może wynikać z faktu, że uwzględnione zostały tylko firmy składające sprawozdania FO1 oraz z tego, że nie dla wszystkich firm w przemyśle są dostępne dane statystyczne [ze względu na zasady udostępniania danych przez GUS – tajemnica statystyczna].

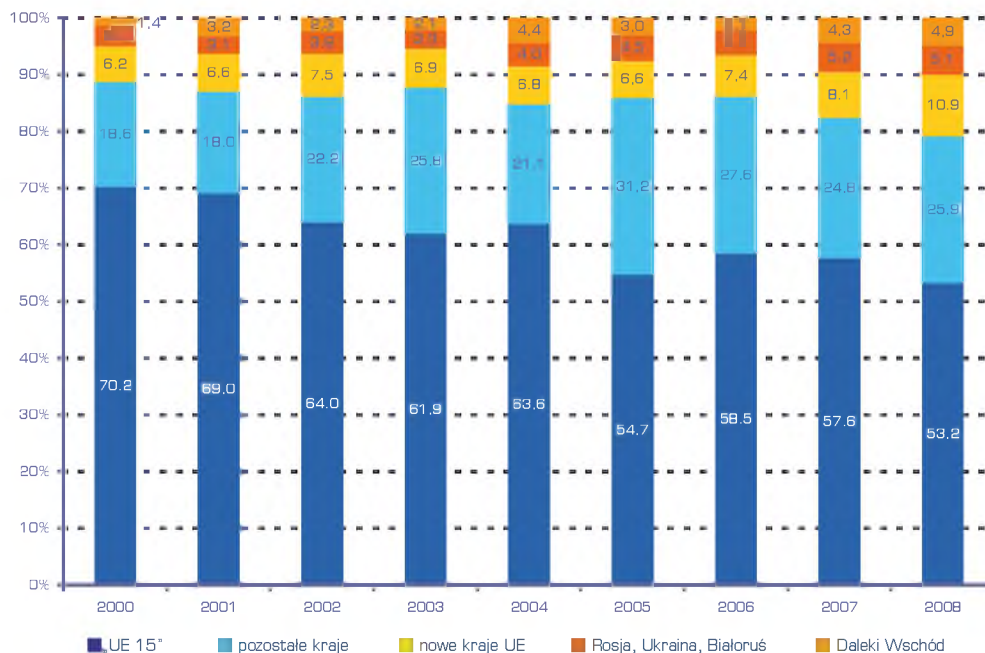
Według pierwszej z metod [SAD/REGON], pomorskie zajmuje 4. pozycję na liście województw. Według metody drugiej [FO1] – pozycję 8. Jak widać, uzyskane wyniki są mocno rozbieżne, przy czym lista województw znajdujących się na czele rankingu jest podobna. Niezależnie od tego, którą metodę przyjmiemy jako właściwą, zwrócić **należy uwagę na obserwowany w ostatnich latach spadek udziału eksportu w przychodach ze sprzedaży obliczony dla województwa pomorskiego. Szczególnie widać to w roku 2008 względem roku 2007. Przypomnieć trzeba, że rok 2008 to początek światowego kryzysu gospodarczego.**

I.5. Struktura geograficzna eksportu

Analiza struktury eksportu województwa pomorskiego wskazuje, że najpoważniejszym rynkiem zbytu dóbr wyprodukowanych w regionie są kraje „starej UE”. W 2008 roku trafiło do nich 53,2% eksportu województwa. W latach 2000-2008 udział ten wyraźnie się zmniejszył z 70,2% w 2000 roku do 53,2% w 2008 roku.

Od roku 2000, spadkowi udziału eksportu (przy wzroście wolumenu) do „starej” Unii towarzyszyło zwiększenie udziału sprzedaży na wszystkie inne rynki: do nowych krajów członkowskich [z 6,2% do 10,9%], Rosji, Ukrainy i Białorusi [z 3,6% do 5,1%] oraz na rynki tzw. pozostałych krajów: z 18,6% do 25,9%.

Wykres 7: Struktura eksportu województwa pomorskiego w podziale na grupy krajów w latach 2000-2008 [w %]



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Dominujący udział UE15 w eksporcie Pomorza nie jest zaskakujący. Jest to zjawisko typowe dla wszystkich krajów członkowskich UE. Prawdopodobnie ta polega na tym, że udział tzw. handlu wewnątrzunijnego [*intra EU trade*] w ogólnych obrotach handlowych jest dominujący. Sprzyja temu: daleko posunięta liberalizacja obrotów, polegająca na usunięciu barier w wymianie [zarówno taryfowych jak i pozataryfowych]; wspólne regulacje prawne, zharmonizowane przepisy, zunifikowane dokumenty odpraw, wspólne podejście do norm i standardów; bliskość geograficzna krajów UE15 oraz relatywnie duży i chłonny rynek.

W porównaniu z innymi województwami, udział krajów UE w eksporcie pomorskiego jest jednak relatywnie niski. Pomimo tego, wolumen eksportu do krajów UE15 jest większy niż do wszystkich pozostałych krajów łącznie. Warto zwrócić uwagę na zróżnicowanie dynamiki wzrostu eksportu kierowanego na poszczególne rynki. Wartość eksportu do Rosji, Ukrainy i Białorusi w latach 2000–2008 zwiększyła się prawie 3,6 razy, do „starej” UE 1,9 razy, do nowych krajów członkowskich UE o 4,5 razy, na Daleki Wschód dziewięciokrotnie i do tzw. pozostałych krajów 3,6 razy. Ogólny wolumen eksportu wzrósł w tym samym czasie 2,6 razy.

Analizując te wskaźniki należy odnieść je do wartości eksportu. Przykładowo, wartość produktów sprzedawanych na Daleki Wschód wyniosła w 2008 roku 362,2 mln EUR, w porównaniu do 3966,4 mln EUR uzyskiwanych z eksportu do 15 krajów UE.

W latach 2000–2008 obserwujemy też wzrost znaczenia rynków zbytu „nowej UE”. Eksport do tych krajów wzrósł ze 180,5 mln EUR w 2000 roku do 811,1 mln EUR w 2008 roku.

Rynek „nowej” UE nie jest tak pojemny, jak „starej UE”, nie tylko ze względu na liczbę konsumentów, ale również ze względu na niższą stopę życia mieszkańców.

Bardzo ważnym trendem jest dynamiczny wzrost eksportu na rynki poza-unijne. Wynika to z następujących względów:

- po pierwsze, wzrost sprzedaży poza UE zwiększa znaczenie eksportu jako czynnika wzrostu regionalnego;
- po drugie, większa liczba odbiorców i ich znaczące zróżnicowanie dywersyfikuje ryzyko;
- po trzecie spadek koniunktury na jednym z rynków może być kompensowany przychodami ze sprzedaży produktów na inne rynki.

Strategia rekompensowania strat na nowych rynkach może być wykorzystana jednak tylko wówczas, gdy kryzys „dotyka” rynku jednego lub grupy krajów, natomiast trudno ją stosować w sytuacji, gdy recesja ma charakter globalny. Obecny kryzys jest pod względem zasięgu i głębokości nietypowy i bardzo głęboki.

Tabela 1: Wartość eksportu województwa pomorskiego w latach 2000-2008 według grup krajów

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Daleki Wschód	39,7	134,3	115,5	98,4	216,1	163,5	135,6	327,2	362,2
Nowe kraje czl. UE	180,5	279,6	372,8	330,4	337,4	358,1	485,7	614w,3	811,1
Pozostałe kraje	540,1	757,0	1 098,1	1 233,5	1 041,7	1 697,3	1 817,3	1 872,0	1 930,6
Rosja, Ukraina, Białoruś	104,9	132,0	193,9	159,6	197,8	245,5	295,5	391,6	381,5
UE „15”	2 034,3	2 904,5	3 158,5	2 961,7	3 136,4	2 977,8	3 852,3	4 358,2	3 966,4
Ogółem	2 899,5	4 207,5	4 938,9	4 783,7	4 929,3	5 442,2	6 586,3	7 563,2	7 451,8

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Porównując wartości eksportu województwa pomorskiego w roku 2008 z rokiem 2007, dostrzegamy – co już wcześniej zostało zasygnalizowane – że globalna wartość obrotów nieznacznie spadła. W podziale na poszczególne grupy krajów, widzimy, że wzrósł eksport do krajów Dalekiego Wschodu, do nowych krajów członkowskich UE oraz do „pozostałych krajów”. Zmniejszeniu uległa wartość eksportu do Rosji, Ukrainy i Białorusi oraz w poważnym stopniu do UE „15” [z 4,36 mld EUR do 3,97 mld EUR].

Najważniejszym rynkiem zbytu dla Pomorza są Niemcy. W 2007 roku 15,7% eksportu województwa trafiło do tego kraju, w roku 2008 – 14,3%. Warto jednak zwrócić uwagę na to, że w 2000 roku udział ten sięgał aż 30,8%. Na drugim miejscu w 2008 roku znalazła się Norwegia [udział 12,5%]. Od roku 2000 nastąpił znaczący wzrost rangi tego kraju jako rynku zbytu pomorskich produktów. W 2000 roku udział Norwegii w eksporcie Pomorza wynosił 7,3%. Wzrostowi udziału Norwegii towarzyszyło duże zwiększenie wolumenu eksportu do tego kraju, który w latach 2000-2008 wzrósł z 211 mln EUR do 933 mln EUR czyli o 4,4 razy.

Trzecie miejsce w 2008 roku zajmuje Szwecja ze znaczącym udziałem 9,5% [w 2000 roku była 6.], czwarte UK, następne: Francja i Niderlandy. Udziały kolejnych krajów – pod względem ważności ich rynków zbytu – są mniejsze. Warto zwrócić uwagę na to, że stosunkowo duże znaczenie w eksporcie Pomorza odgrywają kraje Basenu Morza Bałtyckiego. Może to stanowić sygnał o nawiązującej się ściślejszej współpracy tych krajów i ich regionów.

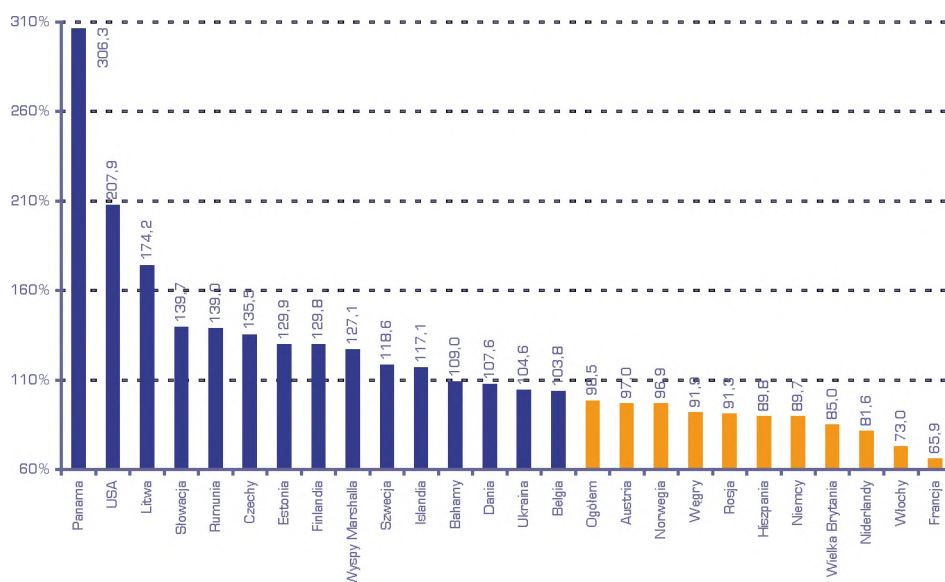
Tabela 2: Lista 25 najważniejszych krajów-partnerów w eksporcie województwa pomorskiego

Lp.	2008			2007			2000		
	Kraj	mln EUR	%	Kraj	mln EUR	%	Kraj	mln EUR	%
	Ogółem	7 451,8	100	Ogółem	7 563,2	100	Ogółem	2 899,5	100
1	Niemcy	1 063,1	14,3	Niemcy	1 184,7	15,7	Niemcy	892,0	30,8
2	Norwegia	932,9	12,5	Norwegia	962,8	12,7	Niderlandy	226,1	7,8
3	Szwecja	706,7	9,5	UK	616,4	8,1	Francja	221,1	7,6
4	UK	523,9	7,0	Szwecja	596,1	7,9	Norwegia	211,4	7,3
5	Francja	373,9	5,0	Francja	567,0	7,5	Szwecja	147,4	5,1
6	Niderlandy	360,1	4,8	Niderlandy	441,4	5,8	UK	146,5	5,1
7	Dania	310,6	4,2	Dania	288,6	3,8	Dania	127,0	4,4
8	Rosja	242,5	3,3	Rosja	265,5	3,5	Izrael	110,1	3,8
9	Bahamy	204,8	2,7	Bahamy	187,9	2,5	Rosja	76,5	2,6
10	Czechy	201,2	2,7	Włochy	167,7	2,2	Włochy	76,1	2,6
11	W.Marshalla	190,0	2,5	Liberia	151,7	2,0	Liberia	69,0	2,4
12	USA	185,4	2,5	W.Marshalla	149,5	2,0	Hiszpania	60,7	2,1
13	Belgia	139,8	1,9	Czechy	148,5	2,0	Belgia	53,9	1,9
14	Litwa	138,4	1,9	Węgry	140,3	1,9	USA	53,2	1,8
15	Panama	130,1	1,7	Belgia	134,7	1,8	Cypr	41,9	1,4
16	Węgry	128,9	1,7	Hiszpania	134,7	1,8	Czechy	37,3	1,3
17	Włochy	122,5	1,6	Ukraina	104,6	1,4	Austria	36,1	1,2
18	Hiszpania	120,9	1,6	USA	89,2	1,2	Litwa	26,8	0,9
19	Ukraina	109,4	1,5	Estonia	80,3	1,1	Węgry	26,3	0,9
20	Estonia	104,3	1,4	Finlandia	79,6	1,1	Ukraina	21,1	0,7
21	Finlandia	103,3	1,4	Litwa	79,4	1,1	Grecja	19,7	0,7
22	Rumunia	91,1	1,2	Rumunia	65,5	0,9	Słowacja	12,6	0,4
23	Słowacja	67,8	0,9	Antigua i Barbuda	62,4	0,8	Finlandia	12,3	0,4
24	Austria	59,9	0,8	Austria	61,8	0,8	Islandia	11,9	0,4
25	Islandia	57,6	0,8	Hongkong	55,7	0,7	Szwajcaria	11,6	0,4
	Pozostałe	783,0	10,5		747,5	9,9		171,0	5,9

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Wykres poniżej przedstawia zmiany wartości eksportu w roku 2008 względem roku 2007 w relacjach z poszczególnymi krajami. Dane na wykresie pokazują, jaki procent wartości eksportu z roku 2007 stanowi wartość w roku 2008. Na przykład, wartość eksportu [w EUR] ogółem w roku 2008 stanowi 98,5% wartości z roku 2007. Na wykresie zaprezentowane zostało 25 krajów, które mają największe udziały w eksporcie województwa – łącznie przypada na nie 90% eksportu Pomorskiego. Kolorem czerwonym oznaczono te kraje, do których wartość eksportu uległa zmniejszeniu. Najgłębsza redukcja eksportu dotyczyła Francji – sprzedaż do tego kraju w roku 2008 stanowiła tylko 65,9% poziomu z roku 2007. Znaczne spadki wystąpiły też w eksporcie do Włoch, Niemiec, Wielkiej Brytanii oraz Szwecji. Kraje te są ważnymi odbiorcami produktów sprzedawanych przez firmy z województwa pomorskiego, zatem spadki wartości eksportu do tych akurat krajów silnie wpływają na zmiany ogólnej wartości eksportu regionu. Najsilniejsze wzrosty dotyczyły: Panamy, USA, Litwy, Słowacji, Rumunii, Czech, Estonii oraz Finlandii.

Wykres B: Zmiany wartości eksportu województwa pomorskiego w roku 2008 względem 2007 [w %] dla najważniejszych 25 krajów w eksporcie województwa pomorskiego



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

„Wkład” województwa pomorskiego w eksport Polski do poszczególnych krajów różni się. Eksporterzy z pomorskiego najwięcej wnoszą do ogólnopolskiego eksportu do Norwegii [51%], Szwecji [21%] i Danii [15%], ale też do USA, Finlandii, UK, Niderlandów oraz Litwy.

Taki stan rzeczy potwierdzałby, że eksporterzy z Pomorza w naturalny sposób „ciążą” ku najbliższym rynkom zbytu, co w wymiarze teoretycznym jest zgodne z przewidywaniami tzw. nowej geografii ekonomicznej. Wyraźna jest orientacja ku rynkom skandynawskim/ nordyckim.

I.6. Produktowa struktura eksportu

Tradycyjnie, najważniejszą grupą towarową w eksporcie województwa pomorskiego są statki i łodzie. Udział województwa w ogólnopolskim eksporcie tej grupy towarowej w 2007 roku kształtował się na poziomie 89,4%. Duże jest również znaczenie tej grupy towarowej w eksporcie samego Pomorza, w 2008 roku wyniósł on 27,8%.

Drugą pod względem wolumenu i udziału w eksporcie jest grupa towarowa obejmująca produkty rafinacji ropy naftowej. Udział województwa ogólnopolskim w eksporcie tej grupy w 2008 roku wyniósł 56,4%, a jej udział w eksporcie regionalnym to 12,4%. Eksport artykułów zaliczanych do tej grupy towarowej związany jest z lokalizacją rafinerii, drugiego po Płocku – z punktu widzenia przerobu – tego typu zakładu w Polsce.

Trzecią, pod względem przychodów i udziału w eksporcie, grupą towarową są odbiorniki RTV, urządzenia do rejestracji i odtwarzania dźwięku. Ich udział w eksporcie Pomorza w 2008 roku wyniósł 10,2%, a udział województwa w ogólnokrajowym eksporcie tej grupy produktów równy był 16,1% [spadek względem roku 2007, kiedy to wynosił 30,5%].

Eksport tej grupy towarowej ma dla regionu szczególnie duże znaczenie. Obejmuje ona produkty charakteryzujące się wysoką intensywnością technologiczną. Produkcja tego rodzaju dóbr sprzyja podnoszeniu poziomu nowoczesności gospodarki regionalnej. Ponadto są to produkty o relatywnie wysokim stopniu przetworzenia, co sprzyja osiąganiu większych zysków niż w przypadku sprzedaży artykułów o niższym stopniu udziału wartości dodanej.

Analizując strukturę produktową eksportu Pomorza warto zwrócić uwagę na produkty zaliczane do branż nowoczesnych. Obok wspomnianych odbiorników RTV, pomorskie firmy eksportują: lampy elektronowe i pozostałe elementy elektroniczne, aparaturę elektryczną rozdzielczą i sterowniczą, instrumenty i przyrządy pomiarowe, kontrolne, nawigacyjne. Eksport tego typu artykułów jest najbardziej opłacalny, i zajmują one wysokie pozycje w rankingu eksportowanych produktów.

Miedzy rokiem 2008 i 2007 zaszły zmiany jeżeli chodzi o wartość eksportu poszczególnych grup produktowych. Porównując wartość eksportu w 2008 i 2007 roku, grupy produktowe, w których nastąpił największy wzrost to: żeliwo, stal i żelazostopy, wyroby włókiennicze gotowe, z wyłączeniem odzieży oraz wyroby stolarskie i ciesielskie dla budownictwa. Trzeba jednak nadmienić, że w wymiarze bezwzględny nie były to duże przyrosty. Poważny wzrost wartości eksportu [o 232 mld EUR] dotyczył produktów rafinacji ropy naftowej.

Jak wcześniej wspomniano, eksport województwa ogółem spadł o 111 mln EUR. W największym stopniu przyczyniły się do tego dwie grupy produktowe: odbiorniki RTV, urządzenia do rejestracji i odtwarzania dźwięku i obrazy oraz akcesoria do nich [spadek o 387,8 mln EUR] oraz wyroby metalowe gotowe pozostałe [spadek o 160,2 mln EUR].

Struktura eksportu na rynki poszczególnych krajów różni się. Eksport do Niemiec jest stosunkowo mocno zdywersyfikowany. Najważniejszą grupą produktową są statki i łodzie, jej udział w eksporcie Pomorza do Niemiec to 13,2% [140 mln EUR]. W porównaniu z rokiem 2007 – wartość jej eksportu wzrosła. Kolejne dwie ważne grupy to konstrukcje metalowe [9%, 95,6 mln EUR] oraz odbiorniki RTV [7%, 74,6 mln EUR]. Wartość eksportu tej ostatniej grupy towarowej w porównaniu z rokiem 2007 istotnie zmalała: z 181 mln EUR do 75 mln EUR. Inne ważne grupy produktów w eksporcie do Niemiec to: papier i tektura, ryby i produkty rybactwa, a także meble do siedzenia. Eksport do Norwegii charakteryzuje się silną koncentracją. Na najważniejszą grupę produktową [statki i łodzie] przypada ponad 68% całości sprzedaży firm z województwa pomorskiego na rynek tego kraju. Względem roku 2007 wartość eksportu tej grupy uległa redukcji o 75 mln EUR. Inne ważne grupy produktów to: konstrukcje metalowe, produkty rafinacji ropy naftowej oraz maszyny dla górnictwa i budownictwa. Wartość eksportu do Szwecji w roku 2008 w stosunku do roku poprzedniego wzrosła o 110,6 mln EUR. Przyczyniły się do tego dwie grupy produktowe – odbiorniki RTV oraz produkty rafinacji ropy naftowej. W 2008 roku przypadało na nie łącznie ponad 69% eksportu Pomorza do tego kraju. Udziały pozostałych grup produktowych są znacznie mniejsze i nie przekraczają

Tabela 3: Najważniejsze grupy produktów w eksporcie województwa pomorskiego w 2008 r.

Lp.	Grupa produktów	I	II	III
	Ogółem	7 451,8	100,0	7,2
1	Statki i łodzie	2 074,4	27,8	89,4
2	Produkty rafinacji ropy naftowej	925,1	12,4	56,4
3	Odbiorniki telewizyjne i radiowe, urządzenia do rejestracji i odtwarzania dźwięku i obrazu oraz akcesoria do nich	757,5	10,2	16,1
4	Papier i tektura	262,8	3,5	21,3
5	Konstrukcje metalowe	244,7	3,3	14,5
6	Ryby i pozostałe produkty rybactwa, przetworzone i zakonserwowane	181,5	2,4	23,3
7	Części i akcesoria do pojazdów samochodowych i ich silników	160,8	2,2	2,7
8	Lampy elektronowe i pozostałe elementy elektroniczne	154,9	2,1	48,9
9	Wyroby stolarskie i ciesielskie dla budownictwa	151,3	2,0	25,7
10	Wyroby z tworzyw sztucznych, pozostałe	103,8	1,4	12,2
11	Meble do siedzenia	103,5	1,4	3,6
12	Wyroby metalowe gotowe pozostałe, gdzie indziej niesklasyfikowane	97,5	1,3	5,6
13	Aparatura elektryczna rozdzielcza i sterownicza	81,8	1,1	7,1
14	Meble pozostałe	80,2	1,1	3,9
15	Płyty, arkusze, rury i kształtowniki, z tworzyw sztucznych	72,3	1,0	6,0
16	Zeliwo, stal i żelazostopy	72,3	1,0	1,8
17	Pojazdy samochodowe	68,5	0,9	0,6
18	Łodzie wypoczynkowe i sportowe	67,5	0,9	31,3
19	Urządzenia dźwigowe i chwytaki	62,8	0,8	13,2
20	Wyroby włókiennicze gotowe, z wyłączeniem odzieży	61,7	0,8	10,1
21	Instrumenty i przyrządy pomiarowe, kontrolne, nawigacyjne i podobne instrumenty i przyrządy	59,7	0,8	12,8
22	Urządzenia chłodnicze i wentylacyjne, z wyłączeniem urządzeń przeznaczonych dla gospodarstw domowych	59,2	0,8	10,2
23	Łożyska, koła zębate, przekładnie zębate i elementy napędowe	58,2	0,8	6,8
24	Cysterny, zbiorniki i pojemniki, z żeliwa, stali lub aluminium	52,3	0,7	21,9
25	Nadwozia do pojazdów samochodowych; przyczepy i naczepy	49,6	0,7	5,0
	Pozostałe	1 387,9	18,6	

Objaśnienia:

I – wartość eksportu grupy produktowej w 2008 roku (mln EUR),

II – udział grupy produktowej w eksporcie woj. pomorskiego ogółem w 2008 roku (w %),

III – udział województwa pomorskiego w ogólnopolskim eksporcie danej grupy towarowej w 2008 roku (w %).

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

4%. Także eksport do Wielkiej Brytanii charakteryzuje się relatywnie silną koncentracją. Na statki i łodzie przypada blisko 42% sprzedaży. Wartość eksportu tego typu produktów do UK w roku 2008 wzrosła. Spadła natomiast w takich ważnych kategoriach, jak: odbiorniki RTV (o 37 mln EUR) i produkty rafinacji ropy naftowej (o 21 mln EUR).

1.7. Struktura eksportu według proporcji czynników produkcji

W analizach handlu zagranicznego bardzo często przedmiotem badań jest intensywność strumienia eksportu oraz importu według tzw. proporcji czynników produkcji. Jest to nawiązanie do modeli handlu wywodzących się z tzw. teorematu Heckschera-Ohlina, zgodnie z którym w produktach będących przedmiotem wymiany zawarte [ucieleśnione] są czynniki produkcji. W teorii H-O baza handlu [eksportu] określana jest przez relatywne wyposażenie krajów w czynniki produkcji [praca i kapitał²⁴], determinujące ich względne ceny. 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 dobra²⁵. 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.

Na inny problem dotyczący problemu proporcji czynników produkcji wskazuje Fenstra²⁶, nawiązując do szeroko cytowanego i komentowanego artykułu Tempesta²⁷, w którym opisany jest przykład produkcji i eksportu lalki Barbie. Materiały użyte do produkcji lalki Barbie pochodzą z Japonii i Tajwanu, produkcja [montaż] przeniesione zostały do Indonezji, Malezji i Chin. Formy do plastiku oraz farby pochodzą z USA. Z dwóch dolarów wartości eksportu, gdy lalka opuszcza Hong Kong do USA, około 35 centów to koszt pracy w Chinach, 65 centów to koszty materiałów, pozostałe koszty obejmują transport, narzuty oraz zyski pozostające w Hong Kongu. Lalka w USA sprzedawana jest w cenie około 10 USD. Nasuwa się zatem pytanie, jakie dokładnie znaczenie mają słowa produkcja, czy producent w odniesieniu do firmy Mattel, która sprzedaje lalki Barbie. Jest to klasyczna sytuacja oderwania produkcji od firmy i od tzw. logo, opisana przez Naomi Klein w książce „No Logo”²⁸. Zatem jaka jest relacja eksportu do rzeczywistej wartości produkcji zrealizowanej w USA? Fisher i May²⁹ podążają podobnym tokiem rozumowania i zadają pytanie o sposoby określania udziału poszczególnych czynników produkcji [*factor content*] w produktach będących przedmiotem handlu międzynarodowego.

Warto także dodać, że wśród ekonomistów nie ma jednomyślności w kwestii tego, jaka działalność zaliczana może być do „wysokich technologii” lub „gałęzi intensywnych technologicznie”. 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. Natomiast lista pozycji zaliczanych do „wysokiej intensywności technologicznej” wg. WIFO1 jest dłuższa, i znajdują się na niej np. ważne w eksporcie Polski pojazdy samochodowe oraz inne produkty przemysłu samochodowego.

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. W przypadku bardziej rozwiniętych gospodarczo niż Polska krajów tego rodzaju produk-

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

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

26 Fenstra R. C. [1998], *Integration of Trade and Disintegration of Production in the Global Economy*, The Journal of Economic Perspectives, Autumn, Vol. 12(4), s. 31-50.

27 Tempest R. [1996], *Barbie and the World Economy*, Los Angeles Times, September 22, s. A1, A12.

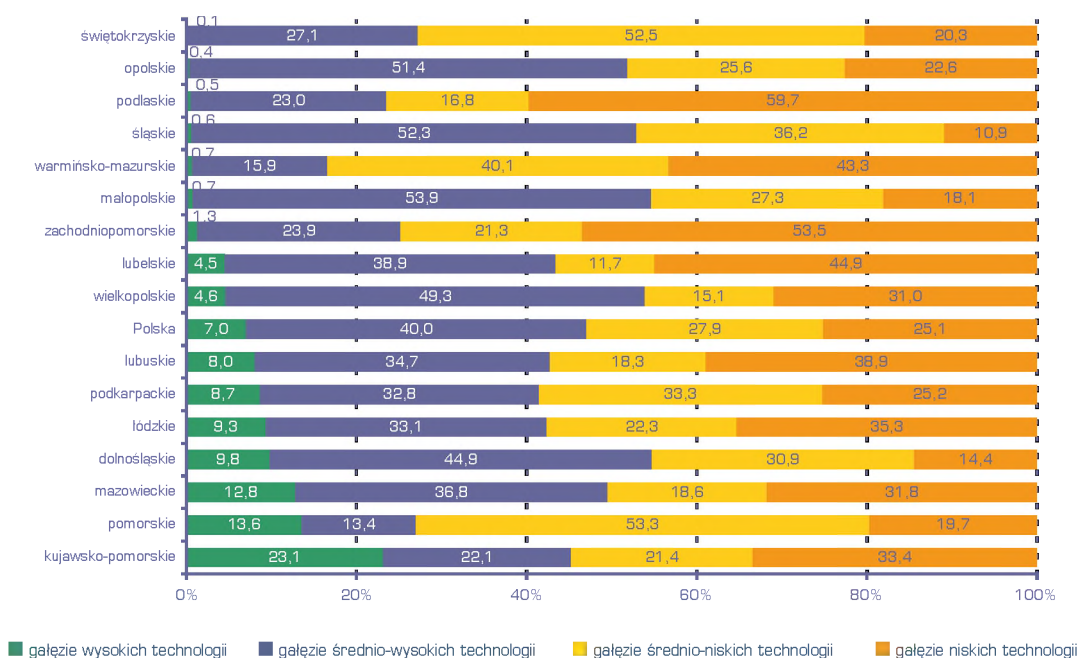
28 Klein N., [2004], *No Space, No Choice, No Jobs, No Logo*, Świat Literacki, Izabelin 2004.

29 Fisher O’N., E., S. L. May, [2006], *Relativity in Trade Theory: Towards A Solution to the Mystery of Missing Trade*, CESifo Working Paper No 1818.

cji nie można zaliczać do high-tech. Wydaje się jednak, że dla Polski, 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 zamożnych regionach Niemiec, z długimi tradycjami w zakresie produkcji przemysłowej, a inne w Polsce, która „na nowo”, po okresie gospodarki socjalistycznej buduje konkurencyjne struktury przemysłu.

Jeśli pod uwagę weźmiemy strukturę eksportu według klasyfikacji OECD (warto zaznaczyć, że klasyfikacja ta jest bardziej restrykcyjna niż WIFO1, gdyż – jak już wspomniano – jako *high-tech* traktuje mniejszą liczbę grup produktowych) województwo pomorskie zajmuje drugą pozycję pośród regionów Polski. Pierwszą zajmowało w 2007 roku. Udział produktów zaliczanych do wysokich technologii w eksporcie województwa w 2008 roku wyniósł 13,6% [18,4% w roku 2007]. Jest to wciąż raczej korzystna sytuacja – mimo spadku udziału wyrobów *high-tech* w porównaniu z rokiem poprzednim. W trzecim w rankingu województwie – mazowieckim – udział ten wynosi 12,8%. Według klasyfikacji OECD, podstawą eksportu województwa pomorskiego są produkty zaliczane do średnio-niskich technologii. Przypada na nie ponad 53% z całości eksportu. Zaznaczyć trzeba, że dla województwa charakterystyczny jest największy w Polsce udział tego typu produktów [porównywalny – 52,5% – występuje w przypadku województwa świętokrzyskiego]. Z drugiej strony, w eksporcie pomorskiego dostrzec trzeba bardzo niski udział gałęzi niskich technologii.

Wykres 9: Struktura eksportu według proporcji czynników produkcji w roku 2008 [w %] według klasyfikacji OECD. Porównanie województwa pomorskiego z innymi województwami

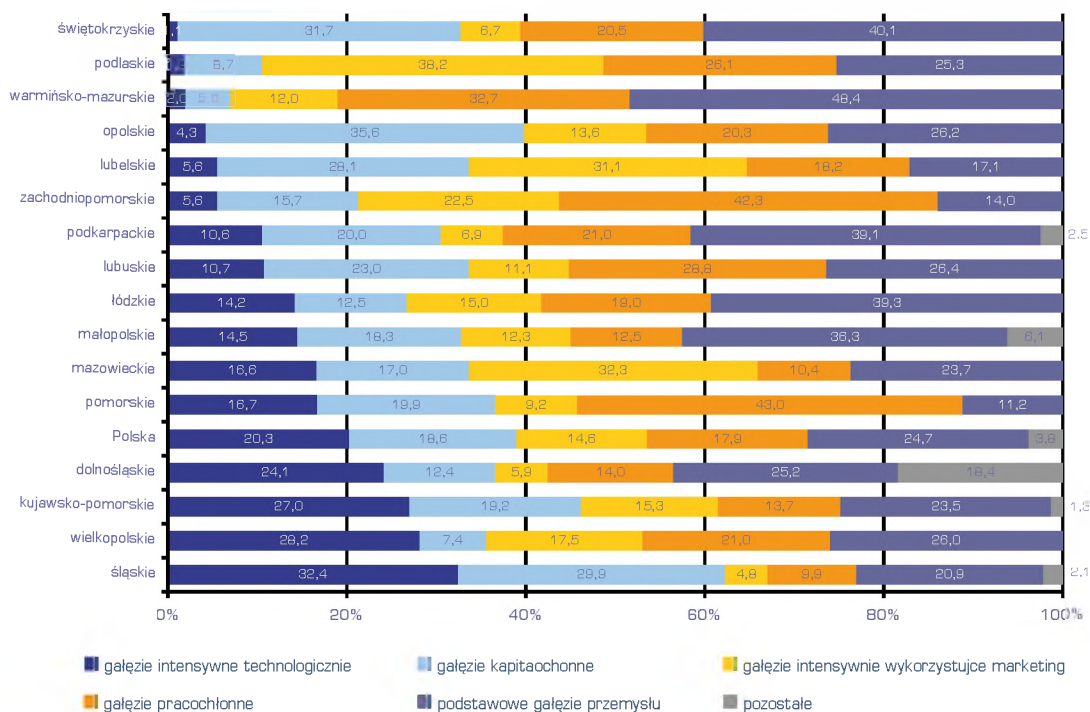


Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Analiza struktury eksportu według proporcji czynników produkcji przy wykorzystaniu klasyfikacji WIFO1 także potwierdza bardzo dobrą pozycję województwa, jeśli chodzi o znaczenie produktów zaliczanych do wysokich technologii. W rankingu województw, Pomorskie zajmuje piątą pozycję [w roku 2007 – czwartą]. Na tle pozostałych regionów wyróżnia się województwo śląskie, które zajmuje pierwszą pozycję, z udziałem dóbr *high-tech* równym ponad 32 %. Warto zwrócić uwagę na fakt, że Śląsk, według klasyfikacji OECD, ma udział produktów zaliczanych do wysokich technologii bardzo niski – równy 0,6 %, bardzo wysoki natomiast [najwyższy spośród województw] dóbr traktowanych jako technologie średnio-wysokie. Potwierdza to wcześniejszą konstatację, że klasyfikacje bardzo się różnią i – jak dowodzą badania – w polskich warunkach wyniki badań są bardzo wrażliwe na udział przemysłu samochodowego w regionalnej strukturze przemysłu i eksportu. Jak wcześniej wspomniano – dwie klasyfikacje w odrębny sposób traktują wyroby tego przemysłu.

Podsumowując, niezależnie od tego na jaką klasyfikację się zdecydujemy [OECD bądź WIFO1], pozycja województwa pomorskiego – z punktu widzenia udziału dóbr wysokich technologii w eksporcie – jest dobra. W rankingu według klasyfikacji OECD, województwo zajmuje drugie miejsce, a według WIFO1, miejsce piąte.

Wykres 10: Struktura eksportu według proporcji czynników produkcji w roku 2008 (w %) według klasyfikacji WIFO1. Porównanie województwa pomorskiego z innymi województwami



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Niepokojący jest jednak spadek wartości eksportu produktów *high-tech* w roku 2008 względem roku poprzedniego. Wyniósł on prawie 380 mln EUR, co skutkowało zmniejszeniem się udziału dóbr wysokich technologii w eksporcie województwa ogółem o ponad 5 pkt. %.

W roku 2008 względem roku poprzedniego, grupa produktów *high-tech* była jedyną, w przypadku której wartość eksportu uległa zmniejszeniu. W pozostałych grupach odnotowano – jeśli nawet niewielki – to jednak wzrost [tabela 4].

Tabela 4: Wartość oraz struktura eksportu województwa pomorskiego według proporcji czynników produkcji w latach 2006-2008 – według klasyfikacji OECD

	2006		2007		2008	
	mln EUR	%	mln EUR	%	mln EUR	%
Gałęzie wysokich technologii	1 090,4	16,6	1 392,6	18,4	1 013,4	13,6
Gałęzie średnio-wysokich technologii	793,9	12,1	928,3	12,3	999,1	13,4
Gałęzie średnio-niskich technologii	3 458,4	52,5	3 818,1	50,5	3 967,2	53,3
Gałęzie niskich technologii	1 240,8	18,8	1 422,8	18,8	1 470,2	19,7
Razem	6 583,6	100,0	7 561,8	100,0	7 449,8	100,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Podobnie przedstawia się sytuacja, jeżeli analizę zmian wartości eksportu oprzemy na klasyfikacji WIFO1. Eksport gałęzi intensywnych technologicznie w roku 2008 względem roku 2007 spadł o 400 mln EUR. Wartość eksportu spadła – nieznacznie – także w przypadku podstawowych gałęzi przemysłu. W pozostałych grupach – wzrosła.

Tabela 5: Wartość oraz struktura eksportu województwa pomorskiego według proporcji czynników produkcji w latach 2006-2008 – według klasyfikacji WIFO1

	2006		2007		2008	
	mln EUR	%	mln EUR	%	mln EUR	%
Podstawowe gałęzie przemysłu	752,2	11,4	952,6	12,6	830,8	11,2
Gałęzie pracochłonne	2 869,1	43,7	3 101,7	41,1	3 196,2	43,0
Gałęzie intensywnie wykorzystujące marketing	567,1	8,6	681,7	9,0	683,1	9,2
Gałęzie kapitałochłonne	1 060,3	16,1	1 161,6	15,4	1 475,5	19,9
Gałęzie intensywnie technologicznie	1 322,2	20,1	1 642,0	21,8	1 241,7	16,7
Ogółem	6 570,8	100	7 539,6	100	7 427,3	100

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Dokładniejsza analiza zmian wartości eksportu poszczególnych grup produktowych według klasyfikacji OECD oraz WIFO1 pozwala na zidentyfikowanie tych produktów, które w największym stopniu przyczyniły się do spadku wartości eksportu *high-tech*. Przede wszystkim są to odbiorniki RTV, urządzenia do rejestracji i odtwarzania dźwięku i obrazu oraz akcesoria do nich.

1.8. Struktura eksportu według form własności

Eksport Polski w blisko 60% przypada na przedsiębiorstwa, w strukturze własności których przeważa kapitał zagraniczny. Prowadzone analizy porównawcze dotyczące handlu zagranicznego potwierdzają, że w firmach z kapitałem zagranicznym udział eksportu w przychodach ze sprzedaży jest znacznie wyższy niż w przedsiębiorstwach rodzimych³⁰. 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. Teoria międzynarodowego przepływu kapitału tłumaczy przewagę zagranicznych inwestorów zgodnie z tzw. paradygmatem OLI (*Ownership, Localisation, Internalisation*) Dunninga. Wiąże się one z dostępem firm z zagranicznym kapitałem do zasobów produkcyjnych na uprzywilejowanych zasadach, co daje przewagę konkurencyjną. Mogą być to na przykład: prawnie strzeżona technologia i marka handlowa, zarządzanie produkcją, system organizacji i marketingu, potencjał naukowo-badawczy, zasób kapitału ludzkiego i doświadczenia, wyłączność lub uprzywilejowanie w dostępie do zasobów np. zasobów siły roboczej, zasobów naturalnych, środków finansowych, informacji. Firmy te wykorzystują korzystne warunki w krajach gdzie podejmują inwestycje (np. niskie koszty pracy, dostęp do taniej, wykwalifikowanej pracy, ulgi podatkowe oferowane aby zachęcić zagraniczny kapitał do wyboru konkretnego kraju bądź regionu itp.). Internalizacja natomiast stwarza szansę na osiąganie następujących korzyści: obniżka kosztów związanych z obsługą transakcji rynkowych, uniknięcie kosztów prawnej ochrony własności, większa swoboda w polityce cenowej w zakresie dóbr, na których rynku niemożliwa jest dyskryminacja cenowa, uniknięcie lub wykorzystanie interwencyjnej regulacji państwa (cła, ograniczenia ilościowe, kontrola cen itd.), możliwość realizacji praktyki z zakresu strategii konkurencyjnej (np. subsydiowanie między filiami lub filii przez przedsiębiorstwo macierzyste, manipulowanie cenami przy realizacji obrotów między filiami)³¹.

W porównaniu z innymi województwami, udział firm z kapitałem zagranicznym w eksporcie województwa pomorskiego jest niski. W 2007 roku wynosił on 40,6%, w 2008 roku spadł do 37,3%. Niższy udział charakterystyczny jest dla województw: małopolskiego [35,6%], lubelskiego [32,3%] oraz podlaskiego [14,3%].

Jak należy ocenić konsekwencje takiego stanu rzeczy? Z jednej strony, to właśnie firmy z udziałem kapitału zagranicznego w ostatnich latach w zasadniczym stopniu przyczyniają się do wzrostu eksportu w Polsce i w polskich województwach. Należy stwierdzić, że województwa, które w ostatnich latach odnotowują największe wartości eksportu (w ujęciu bezwzględnym oraz w przeliczeniu na jednego mieszkańca) są tymi, w których znaczną rolę w eksporcie odgrywa kapitał zagraniczny (wielkopolskie, śląskie, dolnośląskie, mazowieckie). W 2000 roku pomorskie zajmowało pierwsze miejsce w rankingu województw pod względem wartości eksportu *per capita*. Do roku 2008 pozycja województwa uległa pogorszeniu (spadek na pozycję piątą), a dwa pierwsze miejsca zajęły dolnośląskie, wielkopolskie i śląskie – czyli regiony z bardzo wysokim udziałem firm z kapitałem zagranicznym w eksporcie. W ostatnich latach widać jednak niepokojącą tendencję, malejącej dynamiki wzrostu eksportu województwa pomorskiego oraz spadku jego udziału w eksporcie Polski ogółem, co – naszym zdaniem – jest rezultatem większego zaangażowania proeksportowo zorientowanych firm z kapitałem zagranicznym, których więcej jest w pozostałych województwach.

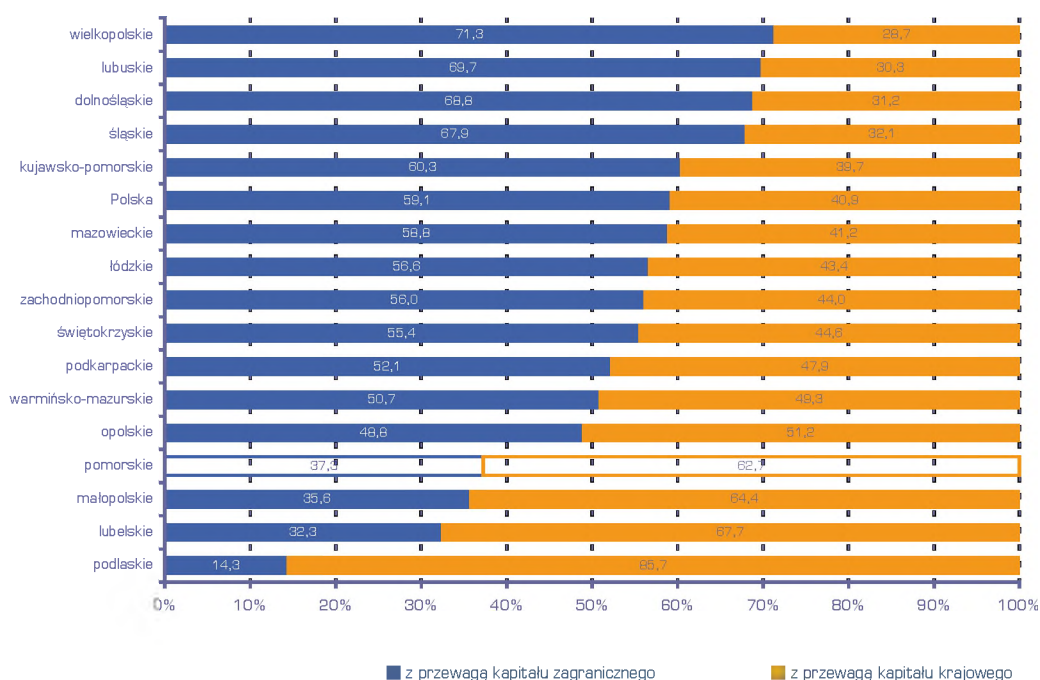
Z drugiej strony, można stwierdzić, że – wiaż dobra pozycja Pomorza w handlu zagranicznym – przy niskim udziale przedsiębiorstw z zagranicznym kapitałem w eksporcie regionu – dowodzi bardzo wysokiej „żywności” oraz konkurencyjności firm rodzimych. W kontekście powyższych rozważań należy także przypomnieć, że cechą charakterystyczną napływającego do województwa pomorskiego kapitału zagranicznego

30 Ciolek D., Umiński S., „Transfer technologii przez zagranicznych inwestorów”, *Ekonomista* 2007 (2), str. 225.

31 Dunning J. H. (1993) „*Multinational Enterprises and the Global Economy*”, Addison-Wesley Publishing Company, Wokingham England, s. 142-154.

w formie inwestycji bezpośrednich jest duży udział usług, a – jak wiadomo – usługi w mniejszym stopniu podlegają umiędzynarodowieniu, są tradycyjnie traktowane jako tzw. *non-tradables*.

Wykres 11: Eksport według form własności w roku 2008 [w %]



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

W latach 2005–2008 udział firm z przewagą kapitału zagranicznego w eksporcie województwa pomorskiego należy określić jako raczej stabilny, wahał się on w przedziale 35%–40%. Jeżeli chodzi o import, to w latach 2005–2007, udział firm z przewagą kapitału zagranicznego pozostawał praktycznie na stałym poziomie 29%, natomiast w roku 2008 spadł do 25%.

Tabela poniżej przedstawia wartości eksportu, importu oraz saldo obrotów w podziale na formy własności. Jak widać, w przypadku firm z przewagą własności krajowej, w latach 2005–2008 odnotowywano wyższe tempo wzrostu importu niż eksportu, czego skutkiem było pogarszanie się ujemnego salda obrotów, z poziomu -649 mln EUR w roku 2005 do -2,8 mld EUR w roku 2008. Inaczej sytuacja wygląda, jeśli chodzi o obroty handlowe przedsiębiorstw z przewagą kapitału zagranicznego. W firmach tych eksport był większy niż import, co skutkowało dodatnim saldem obrotów handlowych, nawet w roku 2008, kiedy to saldo to zmniejszyło się.

Tabela 6: Wartość eksportu, importu oraz salda obrotów województwa pomorskiego w latach 2005-2008 w podziale na formy własności [EUR]

		2005	2006	2007	2008
Firmy z przewagą kapitału krajowego	eksport	3 529,2	4 032,6	4 495,8	4 675,9
	import	4 177,9	5 335,0	5 792,4	7 505,9
	saldo	-648,7	-1 302,4	-1 296,6	-2 830,0
Firmy z przewagą kapitału zagranicznego	eksport	1 922,6	2 553,7	3 067,4	2 775,9
	import	1 713,2	2 187,9	2 445,3	2 519,7
	saldo	209,4	365,9	622,1	256,2

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Najwyższe udziały (ponad 90%) firm z przewagą kapitału zagranicznego dotyczą takich grup produktowych jak: papier i tektura, odbiorniki telewizyjne i radiowe, urządzenia do rejestracji i odtwarzania dźwięku i obrazu oraz akcesoria do nich, lampy elektronowe i pozostałe elementy elektroniczne oraz pojazdy samochodowe. Wysokie są też w przypadku: części i akcesoriów do pojazdów samochodowych i ich silników, instrumentów i przyrządów pomiarowych, kontrolnych, nawigacyjnych, łożysk, kół zębatach, przekładni zębatach i elementów napędowych a także wyrobów stolarskich i ciesielskich dla budownictwa. Jak widać, wysoki udział firm z przewagą kapitału zagranicznego nie jest tożsamy z wysokim udziałem grupy produktowej w eksporcie województwa. W przypadku najważniejszej grupy produktowej w eksporcie pomorskiego, jaką są statki i łodzie, blisko 98% eksportu przypada na firmy z przewagą kapitału krajowego.

I.9. Znaczenie strefy euro

Od 2004 roku Polska jest krajem członkowskim Unii Europejskiej, jednak pozostaje poza strefą euro. Zgodnie z artykułem 4. Traktatu Akcesyjnego, Polska na mocy art. 122 TWE korzysta z derogacji dotyczącej przystąpienia do unii gospodarczej i walutowej (UGW). Z derogacji korzysta także Szwecja [decyzja 98/317/WE]. Polska nie wynegocjowała klauzuli opt-out. Klauzulę taką wynegocjowały natomiast Wielka Brytania oraz Dania. Na mocy protokołów dołączonych do Traktatu z Maastricht kraje te nie przystąpiły do UGW, nie są zatem zobowiązane do przystępowania do strefy euro. Należy uświadomić sobie, że w przypadku Polski strategiczną decyzją nie jest problem „czy” wchodzić do strefy euro, ale „kiedy” należy to uczynić.

Trwa dyskusja dotycząca korzyści i kosztów związanych z wprowadzeniem euro. Odnosi się ona także do tego jak szybko wejść do ERMII [czyli „przedsionka” strefy euro] oraz samej strefy euro, przy czym kryzys gospodarczy na świecie, mniejsza dynamika wzrostu gospodarczego w Polsce oraz pogorszenie sytuacji finansów publicznych sprawiają, że perspektywa wejścia do strefy euro oddala się.

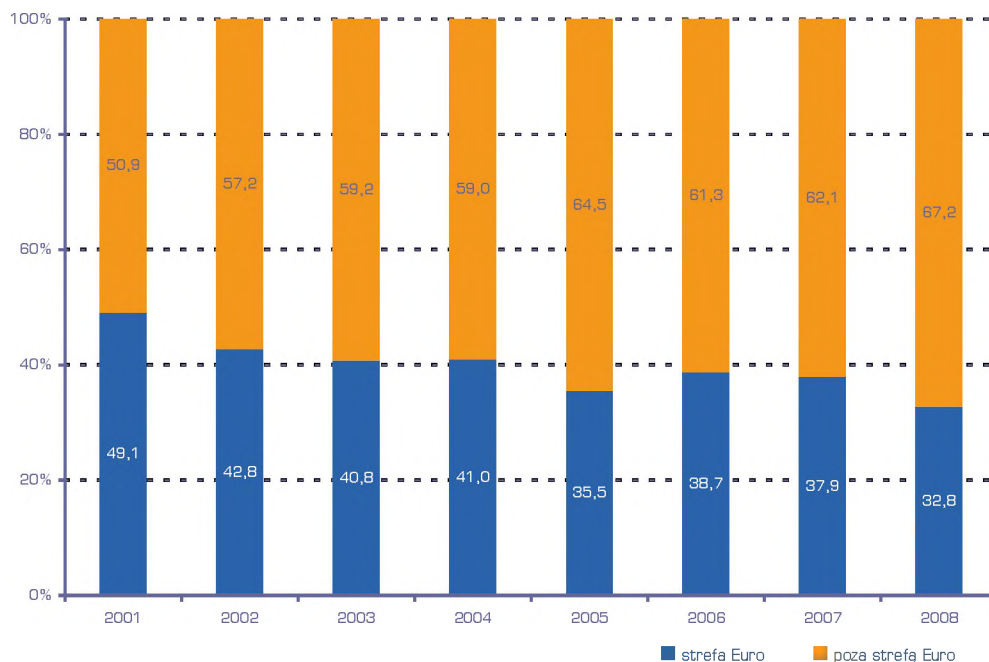
W dyskusji tej praktycznie pomija się jej aspekt regionalny. Chodzi o to, że w zależności od intensywności powiązań handlowych z krajami strefy euro, zakres korzyści i kosztów wiążących się z integracją monetarną będzie zróżnicowany w ujęciu regionalnym.

Jeśli zgodzimy się, że najważniejszą korzyścią wynikającą z przystąpienia do strefy euro jest eliminacja ryzyka kursowego, to korzyść ta zależy od geograficznej struktury powiązań handlowych. O tym, że ryzyko kursowe jest bardzo poważne i znacząco wpływa na wyniki finansowe oraz kondycję firm, świadczy przypadek eksportu województwa pomorskiego. Jest to znany i szeroko komentowany problem nie zabezpieczania

się stoczni przed ryzykiem kursowym, w sytuacji gdy zwyczajowo transakcje w przemyśle stoczniowym zawierane są w USD, a produkty przemysłu stoczniowego są podstawą eksportu Pomorza. Umacniający się przez dłuższy czas polski złoty względem dolara USA sprawił, że wiele zawartych kontraktów stało się nieopłacalnymi. Także problem dwustronnych opcji walutowych, zawieranych przez wiele polskich firm na tzw. niesymetrycznych zasadach, dowodzi jak duże znaczenie ma ryzyko kursowe. W ostatnim roku kurs złotego podlegał znacznym wahaniom. Część problemów – na przykład silny złoty względem USD (a także EUR) – minęły. Pamiętać należy jednak, że problemem zasadniczo nie jest to czy złoty jest silny czy słaby – ale raczej to, że jego kurs się zmienia i jak rzutuje to na sytuację eksporterów i importerów. Znaczna część tego ryzyka mogłaby zostać wyeliminowana, gdyby Polska była w strefie euro. Z drugiej jednak strony, fakt, że w Polsce nie wprowadzono jeszcze euro, sprawił, że spadek wpływów z eksportu w czasie światowej dekonunktury gospodarczej w części jest rekompensowany przez słabszy kurs złotego. Nie jest to jednak „mocny” argument za nie wprowadzaniem euro. Po pierwsze, w Polsce mamy do czynienia z wysoką importochłonnością eksportu, co oznacza, że spadek kursu złotego podrażając import, przyczynia się do wzrostu kosztów produkcji, co osłabia konkurencyjność eksportu. Po drugie – jak już wspomniano – Polska i tak zobowiązana jest do wejścia do strefy euro.

W porównaniu z pozostałymi województwami, dla pomorskiego charakterystyczny jest bardzo niski udział krajów strefy euro w eksporcie. W 2007 roku wyniósł on prawie 38%, w roku 2008 spadł do poziomu 33%. Od 2001 roku, udział ten w przypadku Pomorza uległ obniżeniu (z 49,1%). Przyczyną takiego stanu rzeczy jest specyficzna geograficzna struktura eksportu, w znacznym stopniu determinowana przez produktową strukturę sprzedaży. Transakcje zawierane w przemyśle stoczniowym tradycyjnie rozliczane są w USD, eksport kierowany jest zasadniczo do krajów spoza strefy euro. Należy przypomnieć, że spośród krajów UE, do bardzo ważnych partnerów – odbiorców eksportu pomorskich firm – zaliczają się kraje spoza strefy euro (Szwecja, UK, Dania). Znacznym odbiorcą eksportu jest Norwegia, która nie należy ani do UE, ani do strefy euro.

Wykres 12: Udział krajów strefy euro w eksporcie województwa pomorskiego w latach 2001-2008 [w %]



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Jeżeli przeanalizujemy cały handel zagraniczny województwa pomorskiego [czyli eksport i import łącznie], to udział krajów strefy euro w tak obliczonych obrotach handlowych jest jeszcze mniejszy. Od 2001 roku do roku 2008 obniżył się on z 42% do 28%. Zdajemy sobie sprawę, że struktura handlu zagranicznego w podziale na kraje strefy euro oraz do strefy tej nie należące nie jest w pełni tożsama ze strukturą rozliczeń według poszczególnych walut. Trudno jednak zakładać, że w handlu z krajami strefy euro transakcje rozliczane są w innej niż euro walucie. Daje to przybliżony pogląd na skalę korzyści, jakie odnieść mogą firmy angażujące się w wymianę handlową z zagranicą z tytułu przyjęcia przez Polskę euro.

Z dużym prawdopodobieństwem można stwierdzić, że zakres tych korzyści – biorąc pod uwagę udział krajów strefy euro w obrotach handlowych firm z województwa pomorskiego – będzie relatywnie mniejszy niż w innych regionach. Jeśli ponownie przyjrzymy się jak wygląda struktura eksportu [w układzie „kraje strefy euro” – „spoza strefy euro”] Pomorza porównana z innymi województwami, widać, że niższy niż województwo pomorskie udział strefy euro ma tylko województwo podlaskie. Cechują je silne powiązania handlowe z USA, co wynika z długiej tradycji nie tylko handlu z tym krajem ale też z migracji zarobkowej mieszkańców Podlasia oraz z intensywnych relacji handlowych z Rosją, Ukrainą i Białorusią, w których walutą rozliczeniową jest USD. Niskie udziały [poniżej 50%] krajów strefy euro dotyczą też eksportu takich województw, jak: świętokrzyskie, mazowieckie, podkarpackie, łódzkie i małopolskie.

Warto zwrócić uwagę, że zróżnicowanie województw Polski pod tym względem jest znaczące. W Lubuskiem, które tradycyjnie utrzymuje silne powiązania handlowe z Niemcami, udział „krajów strefy euro” w eksporcie wynosi ponad 70%. Wysoki [59% do 62%] jest też w Opolskiem, Kujawsko-pomorskiem, Śląskiem oraz na Dolnym Śląsku i w Wielkopolsce.

I.10. Rola eksportu w poszczególnych gałęziach przemysłu i usług województwa pomorskiego

Eksport ma różne znaczenie w poszczególnych gałęziach przemysłu. Jest to istotne z punktu widzenia, po pierwsze, kryzysu gospodarczego jaki występuje obecnie w gospodarce światowej i w coraz większym stopniu przekłada się na sytuację polskich firm – zwłaszcza eksporterów [spadek zamówień eksportowych jest bowiem najważniejszym „kanałem transmisji” kryzysu do polskiej gospodarki]. Po drugie, wyższy udział eksportu w produkcji sprzedanej to większe ryzyko handlu zagranicznego, na które składa się nie tylko ryzyko kursowe, ale cały szereg innych ryzyk: prawne, niewypłacalności odbiorcy, nie wywiązania się odbiorcy lub/i dostawcy z warunków kontaktu, utarty lub zniszczenia towaru, kadrowe, finansowe, ceny, transportowe³².

Analiza, której celem jest identyfikacja branż w regionie, w których mamy do czynienia z największym znaczeniem eksportu – jest trudna do przeprowadzenia. Problemem jest dostępność danych statystycznych oraz wybór odpowiednich miar statystycznych. Poniżej prezentowane obliczenia przeprowadzone zostały w oparciu o sprawozdania finansowe przedsiębiorstw [FO1], składane przez firmy zatrudniające 10 i więcej osób. Baza danych dotyczy roku 2008 [obejmuje 3109 firm z województwa pomorskiego]. Nie dla wszystkich branż dostępne są dane statystyczne ze względu na przepisy dotyczące tajemnicy statystycznej GUS. W przypadku wielu branż pojawiają się tzw. zakrycia, czyli po prostu dane nie są udostępniane, ze względu na małą liczbę firm w danej branży. Obliczenia przeprowadzono zarówno dla dwu-, jak i trzycyfrowych PKD.

Analiza przeprowadzona na dwucyfrowych PKD, wskazuje, że bardzo wysoki udział eksportu w przychodach ze sprzedaży ogółem dotyczy produkcji sprzętu i urządzeń RTV, wynosi on 88,5%. Jako bardzo wysoki ocenić należy także udział eksportu w przychodach ogółem w produkcji pozostałego sprzętu transportowego [72%] oraz w produkcji pojazdów samochodowych, przyczep i naczep [70%], przy czym spadek on o blisko 9 pkt. % w porównaniu z rokiem 2005. Średni poziom [w granicach od 45% do 55%] udziału eksportu w przychodach dotyczy takich branż, jak: produkcja maszyn biurowych i komputerów, przemysł włókienniczy, produkcja odzieży i wyrobów futrzarskich, produkcja papieru oraz wyrobów z papieru. Zwrócić należy uwagę na spadek znaczenia eksportu w przychodach w przemyśle meblarskim [z 62,5% w roku 2005 do 47,8%

³² Kaczmarek T. T., „Zarządzanie ryzykiem w przedsiębiorstwie eksportującym, ODDK, Gdańsk 2001; Kaczmarek T. T., „Ryzyko w handlu międzynarodowym”, ODDK, Gdańsk 2004.

w roku 2008]. Najmniejsze znaczenie eksport ma w przychodach ogółem następujących branż: produkcja wyrobów z surowców niemetalicznych [7,8%], działalność wydawnicza i poligraficzna [8,1%], produkcja wyrobów chemicznych [11,4%] oraz produkcja artykułów spożywczych i napojów [12,2%].

Do innych wniosków prowadzi analiza przeprowadzona na poziomie trzycyfrowych PKD. Bardzo wysoka rola eksportu [udział produkcji w przychodach ogółem na poziomie 79%–90%] charakterystyczna jest dla: produkcji odbiorników RTV, produkcji nadajników RTV, produkcji skór wyprawionych oraz części do pojazdów samochodowych i silników do nich. Powyżej 50% eksport stanowi też w przychodach takich branż, jak: produkcja wyrobów gumowych, produkcja i naprawa statków i łodzi, produkcja urządzeń do wytwarzania i wykorzystywania energii mechanicznej, produkcja nadwozi pojazdów samochodowych, produkcja gotowych wyrobów włókienniczych, produkcja cystern, pojemników i zbiorników,

produkcja pozostałych wyrobów włókienniczych, produkcja wyrobów z drewna, produkcja maszyn biurowych i komputerów, produkcja mebli oraz produkcja maszyn specjalnego przeznaczenia.

Kolejną miarą informującą o znaczeniu eksportu jest wartość przychodów ze sprzedaży eksportowej w przeliczeniu na jednego pracującego. Jest ona najwyższa dla produkcji papieru oraz wyrobów z papieru [549 tys. PLN], produkcji sprzętu i urządzeń RTV [394 tys. PLN], w przemyśle samochodowym [285 tys. PLN] oraz w produkcji pozostałego sprzętu transportowego [201 tys. PLN]. Wartość ta pozostaje na poziomie 97–124 tys. PLN dla: produkcji maszyn i urządzeń, produkcji maszyn biurowych i komputerów, wyrobów gumowych i tworzyw sztucznych oraz metalowych wyrobów gotowych.

Biorąc pod uwagę trzycyfrowe PKD, najwyższe wartości eksportu w przeliczeniu na pracującego w 2008 roku dotyczyły produkcji nadajników oraz odbiorników RTV [451 tys. PLN] oraz przemysłu samochodowego [300 tys. PLN], a ponadto: urządzeń do wytwarzania i wykorzystywania energii mechanicznej, w produkcji i naprawie statków i łodzi, produkcji skór wyprawionych oraz maszyn biurowych i komputerów.

Warto też przyrzeć się jak wygląda rola eksportu w wybranych branżach sektora usług. Usługi tradycyjnie w teorii ekonomii traktowane są jako część tzw. sektora *non-tradable*, co oznacza, że nie podlegają umiędzynarodowieniu, lub jedynie w małym stopniu są przedmiotem wymiany międzynarodowej. Jednak w przypadku niektórych rodzajów usług, stopień ich umiędzynarodowienia wzrasta. Tradycyjna cecha usług, którą jest bezpośrednia interakcja między konsumentem oraz oferentem, ma coraz mniejsze znaczenie w przypadku usług nowoczesnych. Stopień umiędzynarodowienia działalności usługowej wzrasta także ze względu na rosnącą międzynarodową mobilność osób, a jak wiadomo, wysoka mobilność ludzi sprzyja wymianie usług.

W województwie pomorskim pośród dwucyfrowych branż działalności usługowej wyróżniają się przede wszystkim dwa rodzaje aktywności. Jest to transport wodny, w przypadku którego udział eksportu w przychodach ze sprzedaży w 2008 roku wynosił blisko 71%, oraz informatyka [54%]. Stosunkowo dużą rolę eksport odgrywa też w przypadku działalności wspomagającej transport i związanej z turystyką [18,9%]. W pozostałych branżach usług [według dwucyfrowych PKD] rola eksportu jest mniejsza.

Pośród trzycyfrowych PKD w usługach, najwyższe udziały eksportu w przychodach występowały w branżach związanych z informatyką oraz transporcie morskim i przybrzeżnym. Uzyskane wyniki są bez wątpienia pochodną specyficznej struktury gospodarki województwa pomorskiego, a w zasadzie jego „morskości”, czyli położenia nad morzem [transport morski i przybrzeżny oraz działalność związana z szeroko rozumianym transportem, logistyką i spedycją]. Z drugiej strony, co jest zgodne z przewidywaniami teorii usług, wysoki stopień umiędzynarodowienia cechuje usługi nowoczesne, o wysokiej wartości dodanej, wyspecjalizowane [profesjonalne]. Jest to przede wszystkim działalność związana z informatyką, w zakresie oprogramowania, badań i analiz technicznych. Na Pomorzu lokuje się coraz więcej międzynarodowych koncernów, które prowadzą działalność informatyczną, także rodzime firmy z tej branży coraz więcej eksportują.

I.11. Krótka charakterystyka importu, saldo handlu zagranicznego

Województwo pomorskie jest też poważnym importerem. Jak już wspomniano, udział regionu w ogólnopolskim imporcie w 2008 roku wyniósł 7,9%. Wartość importu między rokiem 2007 i 2008 silnie wzrosła – z 8,3 mld EUR do 10 mld EUR. Najważniejszą grupą produktową w imporcie jest ropa naftowa i gaz

ziemny [29%], co bezpośrednio wynika ze specyfiki przemysłu województwa i lokalizacji na jego terenie rafinerii Grupy Lotos. Import tego typu produktów w porównaniu z 2007 rokiem silnie wzrósł [o 811 mln EUR]. Rosnące moce produkcyjne Grupy Lotos nakazują spodziewać się dalszych wzrostów importu ropy i gazu w następnych latach. Druga ważna grupa produktów to statki i łodzie – 14,6% importu województwa ogółem, o wartości 1,46 mld EUR. Jako trzecie na liście uplasowały się produkty rafinacji ropy naftowej [7%, 697 mln EUR]. Pozostałe produkty mają mniejsze znaczenie w imporcie. Ich udział nie przekracza 5%.

Tabela 7: Najważniejsze produkty w imporcie województwa pomorskiego w latach 2007 oraz 2008

Lp.		2007		2008	
		mln EUR	%	mln EUR	%
	Ogółem	8 237,7	100,0	10 025,6	100,0
1	Ropa naftowa i gaz ziemny	2 120,1	25,7	2 931,1	29,2
2	Statki i łodzie	1 181,6	14,3	1 464,8	14,6
3	Produkty rafinacji ropy naftowej	470,3	5,7	696,8	7,0
4	Lampy elektronowe i pozostałe elementy elektroniczne	391,6	4,8	425,9	4,2
5	Żeliwo, stal i żelazostopy	290,1	3,5	224,7	2,2
6	Tworzywa sztuczne w formach podstawowych	167,3	2,0	155,3	1,5
7	Zboża, ziemniaki, rośliny przemysłowe i surowce rolnictwa pozostałe	85,3	1,0	154,2	1,5
8	Ryby i pozostałe produkty rybactwa, przetworzone i zakonserwowane	163,9	2,0	153,9	1,5
9	Odbiorniki RTV, urz. do rejestracji i odtwarzania dźwięku i obrazu oraz akcesoria do nich	243,4	3,0	137,7	1,4
10	Wyroby chemiczne pozostałe, gdzie indziej niesklasyfikowane	35,5	0,4	133,9	1,3
11	Części i akcesoria do pojazdów samochodowych i ich silników	83,9	1,0	125,4	1,3
12	Aparatura elektryczna rozdzielcza i sterownicza	104,2	1,3	109,3	1,1
	Pozostałe	2 900,6	35,2	3 312,4	33,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Najwyższe dodatnie saldo obrotów występuje w przypadku odbiorników RTV, w roku 2008 nadwyżka eksportu nad importem wyniosła 620 mld EUR, była o blisko 300 mln EUR niższa niż rok wcześniej. Wysokie dodatnie saldo [610 mln EUR] rejestrowane jest także w grupie produktowej statki i łodzie. Inne produkty, z wysokim dodatnim saldem [powyżej 50 mln EUR] to: produkty rafinacji ropy naftowej, papier i tektura, konstrukcje metalowe, wyroby stolarskie i ciesielskie dla budownictwa, meble do siedzenia oraz łodzie wyczynkowe i sportowe.

Jeżeli natomiast chodzi o produkty, w handlu którymi rejestrowane jest ujemne saldo obrotów, to najgłębsze jest on w przypadku ropy naftowej i gazu ziemnego. W tej grupie towarowej nie występuje eksport i tym samym ujemne saldo w 2008 roku wyniosło 2,9 mld EUR. W przypadku pozostałych produktów mamy do czynienia z mniejszymi, ujemnymi wartościami salda. W przypadku lamp elektronowych oraz pozostałych elementów elektronicznych wynosi ono -271 mln EUR. W przedziale od -100 mln EUR do -200 mln EUR saldo rejestrowane jest dla: zbóż, ziemniaków, roślin przemysłowych i surowców rolnictwa, wyrobów chemicznych pozostałych, tworzyw sztucznych w formach podstawowych oraz żeliwa, stali i żelazostopów.

I.12. Podsumowanie

Województwo pomorskie należy do największych eksporterów (5. pozycja) wśród regionów Polski. Wartość eksportu – w latach 2000–2007 – systematycznie wzrastała. W 2007 roku eksport wyniósł 7,6 mld EUR, import równy był 8,2 mld EUR. Ujemne saldo obrotów wyniosło zatem -0,7 mld EUR. W roku 2008 nastąpiło odwrócenie tych korzystnych tendencji. Wartość eksportu uległa nieznacznej redukcji do 7,45 mld EUR, import wzrósł do 10 mld EUR, ujemne saldo wyniosło 2,6 mld EUR. W roku 2008 w eksporcie województwa pomorskiego widać już zatem skutki światowego kryzysu gospodarczego. Bez wątpienia spadek dynamiki wzrostu gospodarczego w krajach, które są najważniejszymi odbiorcami produktów oferowanych przez pomorskie firmy, skutkował spadkiem wartości eksportu.

Początek dekady był okresem, w którym udział województwa w eksporcie Polski wyraźnie wzrósł – do 11,4% w 2002 roku. Od roku 2003 **obserwujemy natomiast bardzo niepokojący trend spadku udziału regionu w eksporcie ogólnopolskim.** Warto wspomnieć, że jest to czas dyskutowania korzyści z członkostwa w UE, które traktować można jako swoisty „sprawdzian” konkurencyjności eksportu. Od 2005 roku udział województwa w krajowym imporcie ustabilizował się na poziomie 7,5%–8,1%. W ogólnokrajowym eksporcie natomiast, udział pomorskiego w 2008 roku spadł do 7,2%.

Pomorze należy do województw zaliczanych do grupy liderów eksportu. W 2008 roku na sześć z nich (Śląsk, Mazowsze, Dolny Śląsk, Wielkopolska, Pomorze i Małopolska) przypadało 74,6% całości obrotów eksportowych Polski.

Przewaga wspomnianej grupy wydaje się mieć charakter trwały: w latach 2000–2008 potencjał eksportowy tych województw (mierzony sumą ich udziałów w polskim eksporcie) zwiększył się. W 2000 roku wyniósł 70%.

Wskaźnikiem pozwalającym na bardziej obiektywną ocenę procesów wzrostu i zmian zachodzących w wymianie handlowej jest wartość eksportu *per capita*. Z punktu widzenia kształtowania się tego wskaźnika, Pomorze w 2007 roku zajmowało 3. miejsce w kraju [w 2007 roku wartość eksportu *per capita* wyniosła 3421 EUR i zwiększyła się od roku 2000 o 2102 EUR]. Rok 2008 przyniósł spadek wartości eksportu *per capita* do poziomu 3357 EUR i przesunięcie się regionu na piątą pozycję.

Trudno o jednoznaczną ocenę otwarcia województwa na handel zagraniczny. Z jednej strony, pomorskie charakteryzuje się bardzo wysoką relacją eksportu do PKB [wyższą ma tylko dolnośląskie]. Dane na temat PKB mają jednak charakter „historyczny”, gdyż najnowsze są dostępne za rok 2006. Gdy jednak przyjrzymy się jak kształtuje się relacja wartości eksportu do produkcji sprzedanej, to w roku 2008 dostrzec należy jej spadek. Z pewnością wynika to ze światowego kryzysu ekonomicznego. Nadchodzące dwa, trzy lata pozwolą na sformułowanie bardziej precyzyjnych wniosków, czy proces ten ma charakter koniunkturalny, czy strukturalny. Czy są to na przykład: mniejsze sukcesy regionu – niż innych województw – w przyciąganiu proeksportowo nastawionych inwestorów w przemyśle, spadek konkurencyjności eksportu na przykład w stosunku do dostawców z innych krajów, struktura podaży eksportowej rozbieżna z popytem na głównych rynkach zbytu, nieskuteczne strategie eksportowe firm itp.

Najpoważniejszym rynkiem zbytu dóbr wyprodukowanych w regionie są kraje „starej UE”. W 2008 roku trafiało do nich 53,2% eksportu województwa. Od roku 2000 udział ten wyraźnie się jednak zmniejszył z poziomu 70,2%. Cechą charakterystyczną eksportu Pomorza jest wysoki udział tzw. „pozostałych krajów”. Ich wysoka rola wynika ze specyfiki eksportu, w strukturze którego dużą rolę odgrywają statki, łodzie itp. W grupie „pozostałych krajów” eksport jest kierowany przede wszystkim do Norwegii, na Bahamy, Wyspy Marshalla, USA oraz do Panamy.

Dynamika wzrostu eksportu kierowanego do różnych grup krajów w latach 2000–2008 była bardzo zróżnicowana. Szczególną dynamiką cechował się kierunek „Daleki Wschód” [dziewięciokrotny wzrost wartości eksportu]. W latach 2000–2008 obserwujemy też wzrost znaczenia rynków zbytu „nowej UE”. Eksport do tych krajów wzrósł ze 180,5 mln EUR w 2000 roku do 811 mln EUR w 2008 roku.

Najważniejszym rynkiem zbytu dla Pomorza są Niemcy. W 2008 roku 14,3% eksportu województwa trafiło do tego kraju, jednak od 2000 roku udział ten zmniejszył się. Na drugim miejscu w 2008 roku znalazła się Norwegia (udział 12,5%), trzecie miejsce zajęła Szwecja [ze znaczącym udziałem 9,5%]. Należy podkreślić, że stosunkowo ważnymi odbiorcami eksportu Pomorza są kraje Basenu Morza Bałtyckiego. Może to

stanowiąc sygnał o nawiązującej się ściślejszej współpracy między tymi krajami i ich regionami.

Najważniejszą grupą towarową w eksporcie województwa pomorskiego są statki i łodzie. Udział województwa w krajowym eksporcie tej grupy towarowej w 2008 roku kształtował się na poziomie 89,4%. Duże jest również znaczenie tej grupy towarowej w eksporcie samego Pomorza – 27,8% w 2008 roku.

Drugim pod względem wolumenu i udziału w eksporcie jest grupa towarowa: produkty rafinacji ropy naftowej. Jej udział w eksporcie regionalnym to 12,4%. Eksport artykułów zaliczanych do tej grupy towarowej związany jest z lokalizacją rafinerii, drugiego po Płocku – z punktu widzenia przerobu – tego typu zakładu w Polsce.

Trzecią pod względem przychodów i udziału w eksporcie, grupą towarową są odbiorniki RTV, urządzenia do rejestracji i odtwarzania dźwięku.

Analizując strukturę produktową eksportu Pomorza warto zwrócić uwagę na produkty zaliczane do branż nowoczesnych. Obok wspomnianych odbiorników RTV, pomorskie firmy eksportują: lampy elektronowe i pozostałe elementy elektroniczne, aparaturę elektryczną rozdzielczą i sterowniczą, instrumenty i przyrządy pomiarowe, kontrolne, nawigacyjne. Eksport tego typu artykułów jest najbardziej opłacalny, i zajmują one wysokie pozycje w rankingu eksportowanych produktów.

W porównaniu z pozostałymi regionami Polski, województwo pomorskie charakteryzuje się wysokim udziałem produktów wysokich technologii w eksporcie. Niezależnie od tego na jaką klasyfikację się zdecydujemy (OECD bądź WIFO1), pozycja województwa pomorskiego – z punktu widzenia udziału dóbr wysokich technologii w eksporcie – jest dobra. W rankingu według klasyfikacji OECD, województwo zajmuje drugie miejsce, a według WIFO1, miejsce piąte. Niepokojący jest jednak spadek wartości eksportu produktów *high-tech* w roku 2008 względem roku poprzedniego.

W porównaniu z innymi województwami, udział firm z kapitałem zagranicznym w eksporcie województwa pomorskiego jest niski. W 2008 roku wynosił on 37,3%. Niższy udział charakterystyczny jest dla województw: małopolskiego [35,6%], lubelskiego [32,3%] oraz podlaskiego [14,3%].

W przypadku firm z przewagą własności krajowej, w latach 2005–2008 odnotowywano wyższe tempo wzrostu importu niż eksportu, czego skutkiem było pogarszanie się ujemnego salda obrotów, z poziomu -649 mln EUR w roku 2005 do -2,8 mld EUR w roku 2008. Inaczej sytuacja wygląda, jeśli chodzi o obroty handlowe przedsiębiorstw z przewagą kapitału zagranicznego. W firmach tych eksport był większy niż import, co skutkowało dodatnim saldem obrotów handlowych, nawet w roku 2008, kiedy saldo to zmniejszyło się.

W Pomorskiem mamy do czynienia z bardzo niskim udziałem krajów strefy euro w eksporcie. W 2008 roku wyniósł on prawie 33%. Udział ten niższy był tylko w Podlaskiem. W przypadku województwa pomorskiego udział ten uległ obniżeniu.

Analiza SWOT eksportu województwa pomorskiego.

Słabe strony

Od 2002 roku zaobserwować można systematyczny spadek udziału województwa pomorskiego w eksporcie Polski. Jest to zjawisko niepokojące. Co więcej, w 2008 roku eksport województwa zmniejszył się w porównaniu z rokiem 2007. Bez wątpienia na taki stan rzeczy wpłynął światowy kryzys gospodarczy. Obserwacja długofalowych tendencji w eksporcie województwa nakazuje jednak zwrócić uwagę na strukturalne przyczyny pogarszania się pozycji województwa jako eksportera.

Szanse

Z punktu widzenia eksporterów, a także potencjalnych inwestorów planujących rozpoczęcie i prowadzenia działalności gospodarczej w regionie, ważna jest i będzie budowa kolejnych odcinków autostrady A1. Autostrada poprawi ogólną dostępność komunikacyjną regionu, ułatwi nawiązywanie kontaktów z podwykonawcami oraz odbiorcami produktów finalnych. Można postawić tezę, że w znacznym stopniu „przybliży” ona region do najważniejszych rynków zbytu. W warunkach członkostwa w UE dało o sobie znać – w pewnym sensie – mniej korzystne położenie geograficzne regionu, w stosunku do województw bliżej położonych i lepiej pod względem komunikacyjnym połączonych z europejską siecią drogową województw jak np. Wielkopolska czy Dolny Śląsk. Jest to widoczne przy wyborze lokalizacji pod nowe inwestycje, zwłaszcza przez firmy

z zagranicznym kapitałem. Autostrada A1 może w znacznym stopniu neutralizować niedogodności wynikające ze specyfiki położenia regionu. Pozwoli też na lepsze wykorzystanie jego potencjału gospodarczego.

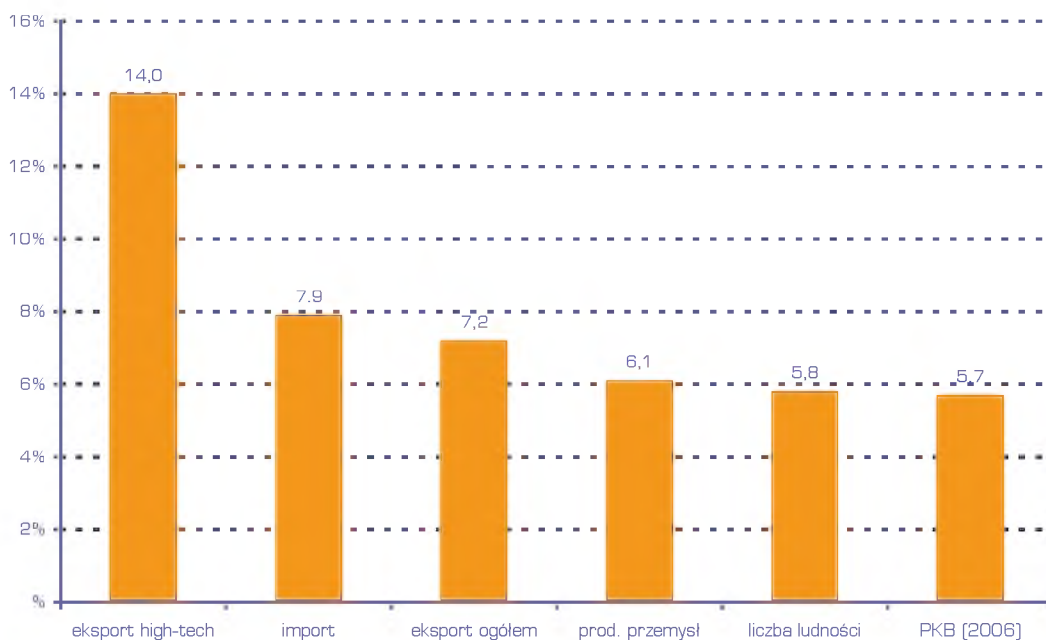
Szansą jest także wysoki – i naszym zdaniem rosnący – potencjał eksportowy małych i średnich, konkurencyjnych przedsiębiorstw. Przykładem jest branża stoczniowa, w której obok dużych eksporterów, funkcjonuje dużo mniejszych firm, a ich pozycja na rynkach zagranicznych jest ugruntowana. W regionie działa wiele znanych firm, które na rynkach zagranicznych wyrobiły sobie wysoką pozycję.

Szansą jest obszar krajów Morza Bałtyckiego. Wydaje się być on naturalnym zapleczem eksportowym dla pomorskich firm.

Mocne strony

Pomimo obserwowanych niepokojących procesów spadku udziału województwa w eksporcie Polski, wciąż należy ono do grona najważniejszych eksporterów. W zakresie wielu produktów udział województwa w eksporcie ogólnokrajowym jest znaczący, także wysoki jest wkład regionu w ogólnokrajowy eksport na rynki wielu krajów. Województwo pomorskie zajmuje silną, piątą pozycję na liście najważniejszych eksporterów. Region cechuje znacznie wyższy udział w ogólnopolskim eksporcie niż w PKB, liczbie ludności czy produkcji przemysłowej. Bardzo wysoki jest wkład pomorskiego w krajowy eksport dóbr *high-tech*. Województwo ma bardzo solidną bazę eksportową. Silna pozycja dotyczy eksportu statków i – generalnie – środków transportu wodnego (łodzie, motorówki, jachty itp.), elektroniki, pojazdów samochodowych, mebli ale także takich rozpoznawalnych produktów jak np. biżuteria (przede wszystkim z bursztynu), zabawki (np. Trefl), produkty przerobu ropy naftowej [Lotos] i wiele innych.

Wykres 13: Udział województwa pomorskiego w: liczbie ludności, PKB, eksporcie, produkcji przemysłowej, eksporcie dóbr wysokich technologii (według klasyfikacji OECD) oraz imporcie – Polski ogółem [w %]



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Zagrożenia

W porównaniu z innymi regionami, dla województwa pomorskiego charakterystyczny jest wysoki stopień koncentracji produktowej eksportu. Na pięć najważniejszych produktów przypada 57% eksportu. Na dziesięć – 67% [wyższy stopień koncentracji niż Pomorskie ma tylko Śląsk]. W przypadku wahań bądź załamania koniunktury na rynkach istotnych produktów eksportowych, przekłada się to na wartość eksportu województwa ogółem.

Jako zagrożenie traktować należy też stosunkowo mniejszy napływ kapitału zagranicznego, niż do innych regionów, co – w dłuższej perspektywie – może wpłynąć na pogorszenie bazy eksportowej regionu. Charakter napływającego do województwa kapitału zagranicznego potwierdza, że znaczna część inwestycji trafia do sektora usług. Usługi – jak wiadomo – w mniejszym stopniu podlegają umiędzynarodowieniu, co niekorzystnie może wpłynąć na bazę eksportową województwa. Przykłady takich krajów jak Indie dowodzą, że z powodzeniem można budować potencjał eksportowy na usługach, jednak muszą być to usługi nowoczesne, wysoce specjalistyczne. Województwo ma w tym zakresie duże szanse ze względu na potencjał naukowy i techniczny, jednak zbudowanie silnej pozycji – jako eksportera usług – wymaga czasu.

W dłuższej perspektywie złoty zastąpiony zostanie przez euro, w związku z podjętymi przez Polskę zobowiązaniami w traktacie akcesyjnym do UE. Dla eksporterów i importerów przyniesie to korzyści w postaci eliminacji ryzyka kursowego. Wydaje się, że dla firm Pomorza będą one mniejsze, ze względu na relatywnie niski udział krajów strefy euro w obrotach handlowych.

I.13. Bibliografia

1. Alesina A., R. Barro, [1995], *Currency Unions*, NBER Working Papers, No 7927.
2. Anderson J., E. van Wincoop [2000], *Borders, Trade and Welfare*, NBER Working Papers, No 8515.
3. Bakiewicz A. [2006], *Małe i średnie przedsiębiorstwa – lokalne powiązania z globalnym rynkiem*, Afryka, Azja, Ameryka Łacińska, tom, 83, Warszawa.
4. Benerjee S. [2003], *Export-Base Theory: A Theory of the Short Run, Long Run or Both?*, materiał powielony.
5. Cartwright P. A., C. C. Coughlin [1987], *An Examination of State Foreign Exports and Manufacturing Employment*, *Economic Development Quarterly*, Vol. 1, No. 3, s. 257-267.
6. Cronovich R., R. Gazel [1998], *Do Exchange Rates and Foreign Incomes Matter for Exports at the State Level*, *Journal of Regional Science*, Vol. 38, No 4, s.6339-657, [1998].
7. Delgado J. [2006], *Single Market Trails Home Bias*, Breugel Policy Brief, No 5.
8. Dunning J. H. [1993] „*Multinational Enterprises and the Global Economy*”, Addison-Wesley Publishing Company, Wokingham, England
9. Elf E. A., S. G. Livingston [2007], *Is There a Rural/Urban Export Gap?*, *Journal of Regional Science*, Vol. 47, No 2, s. 339-363.
10. Erickson R. A. [1989], *Export Performance and State Industrial Growth*, *Economic Geography*, no 65, s. 280-192.
11. Erickson A. R. [1992], *Interstate Differences in Relative Export Performance: A Test of Factor Endowments Theory*, *Geographical Analysis*, No 24, s. 223-239.
12. Ericson R. A., D. J. Hayward [1991], *The International Flows of Industrial Exports from USA Regions*, *Annals of the Association of American Geographers*, No 81, s. 371-390.
13. Fenstra R. C. [1998], *Integration of Trade and Disintegration of Production in the Global Economy*, *The Journal of Economic Perspectives*, Autumn, vol. 12[4], s. 31-50.
14. Fisher O'N., E., S. L. May, [2006], *Relativity in Trade Theory: Towards A Solution to the Mystery of Missing Trade*, CESifo Working Paper No 1818.
15. García Sanchis J. R., Sansó i A. Rosselló [1998], *Consequences of the Spanish Integration in the EU on the Trade of Catalonia*, materiał konferencyjny: 38th Congress of the European Regional Science Association.
16. Gawlikowska-Hueckel K. [2002], *Procesy rozwoju regionalnego w Unii Europejskiej. Konwergencja czy*

polaryzacja?, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk.

17. Gazel R. C., R. K. Schwer [1998], *Growth of International Exports among the States: Can a Modified Shift-Share Analysis Explain It?*, International Regional Science Review, Vol. 21, No. 2, s. 185-204.
18. Golladay F. L., A. D. Sandoval [1972], *Optimal Development Policy in an Open Regional Economy: A Programming Analysis*, Journal of Regional Science, Vol. 12, No 2, s. 185-198.
19. Kaczmarek T. T., „Zarządzanie ryzykiem w przedsiębiorstwie eksportującym”, ODDK, Gdańsk 2001
20. Kaczmarek T. T., „Ryzyko w handlu międzynarodowym”, ODDK, Gdańsk 2004
21. Klein N., [2004], *No Space, No Choice, No Jobs, No Logo*, Świat Literacki, Izabelin 2004
22. Leichenko R. M., R. A. Erickson [1997], *Foreign Direct Investment and State Export Performance*, Journal of Regional Science, Vol. 37, No 2, s. 307-329.
23. Lutkowski K., [2004], *Od złotego do euro. Źródła obaw i nadziei*, Twigger. Biblioteka Bankowca, Warszawa.
24. Markusen A. R., H. Noponen, K. Driessen [1991], *International Trade, Productivity and US Regional Export Job Growth: A Shift-Share Interpretation*, International Regional Science Review, No 14, s. 15-39.
25. Markusen A. [2006], *A Consumption Base Theory of Development. An Implication th the Rural Cultural Economy*, [materiał powielony].
26. Mc Callum J. [1995], *National Borders Matter: Canada-US Regional Trade Patterns*, American Economic Review, Vol. 3.
27. Novlan D., M. [2006], *The Export Base and Input-output Models of Regional Development*, [materiał powielony].
28. Stabler J. C., E. C. Howe [1998], *Service Exports and Regional Growth In the Postindustrial Era*, Journal of Regional Science, Vol. 28, No 3, s. 303-315.
29. Sun H. [2001], *Foreign Direct Investment and Regional Export Performance in China*, Journal of Regional Science, Vol. 41, No 2, s. 317-336.
30. Tempest R. [1996], *Barbie and the World Economy*, Los Angeles Times, September 22, s. A1, A12.
31. Terry E., F. [1965], *Linear Estimators of the Export Employment Multiplier*, Journal of Regional Science, Vol. 6, No 12, [1965].

Krystyna Gawlikowska-Hueckel, Uniwersytet Gdański, Europejski Bank Odbudowy i Rozwoju
Stanisław Umiński, Ośrodek Badań Integracji Europejskiej, Uniwersytet Gdański

II.1. Wprowadzenie, opis próby

Badanie ankietowe eksporterów z województwa pomorskiego zostało przeprowadzone na przełomie maja i czerwca 2009 roku na próbie 347 firm produkcyjnych. Jego celem było poznanie problemów eksporterów, ich zamierzeń, percepcji kosztów i korzyści wynikających z członkostwa Polski w UE, a także określenie wpływu sytuacji w eksporcie na rynek pracy. Badanie powtórzone zostanie w przyszłym roku.

Ankietowane firmy są stosunkowo „młode”. Większość z nich została założona po 1980 roku; warto jednak podkreślić, że w grupie ankietowanych znajdują się również przedsiębiorstwa, które powstały przed II wojną światową, a kilka z nich ma jeszcze dłuższą „historię”. Zwraca uwagę fakt, że najwięcej firm utworzono w początkowych latach okresu transformacji. W 1989 roku powstało 6,1% ogółu badanej populacji, w 1991 i 1992 po 6,4% w 1994 i 1995 odpowiednio: 5,5% i 5,2%. W pozostałych latach liczba zakładanych firm jest mniejsza. Szczególny „zastój” można obserwować w okresie przed 1988 rokiem. Warunki gospodarki centralnie planowanej utrudniały rozwój przedsiębiorczości, szczególnie własności prywatnej. Zwiększenie liczby zakładanych firm po 1989 roku świadczy o tym, że w okresie zmian politycznych i ustrojowych wzrosła skłonność do aktywności inwestycyjnej oraz że w początkowej fazie transformacji panował większy optymizm i wiara w skuteczne działania. Sprzyjał temu budzący się „duch przedsiębiorczości”, który wyzwał nowe inicjatywy i zachęcał do podejmowania ryzyka.

Największa część firm [47,4%] jest „w wieku” 10–20 lat, a 25% ma ponad 20 lat. 18% stanowią przedsiębiorstwa działające od 5 do 10 lat, a 9,6% do 5 lat. Znaczna część badanej populacji [72,4%] funkcjonuje od ponad 10 lat – ma zatem długoletnie doświadczenia związane z funkcjonowaniem w gospodarce rynkowej i na rynkach międzynarodowych. Uprawnia to również do wniosku, że firmy te mają najtrudniejszy okres doświadczeń za sobą, a nawiązane przez nie kontakty będą cechować się trwałością³³. „Starsze”, mające bogatsze doświadczenia firmy cechuje większa elastyczność i zdolność przystosowywania do zmieniających się warunków, umiejętność dostosowywania oferty do preferencji klientów oraz utrzymywanie jakości produktów na odpowiednim poziomie. „Przetrawienie” firmy w dłuższym okresie świadczy o jej dojrzałości i rokuje, że będzie się ona nadal rozwijać.

Z punktu widzenia badań, „dojrzały” wiek populacji jest również korzystny. Uzyskane od respondentów opinie nie są bowiem przypadkowe czy intuicyjne, ale zostały zweryfikowane przez lata działalności i doświadczenia.

Większość z ankietowanych firm dysponuje wyłącznie polskim kapitałem [267 firm, czyli 78,3%]. 2,9% firm ma udział kapitału obcego sięgający do 10% całości kapitału, w 3,2% populacji udział ten kształtuje się w przedziale od 10% do 50%, a w 15,5% sięga powyżej 50%.

Próba uwzględniona w badaniach odzwierciedla pewną prawidłowość i jest w pewnym sensie pochodną sytuacji własnościowej przedsiębiorstw w województwie pomorskim, gdzie – jak wiadomo – trafia relatywnie mniej zagranicznych inwestorów bezpośrednich [niż do najbardziej pod tym względem preferowanych regionów]. W kontekście tego faktu warto zauważyć, że firmy wyłącznie z polskim kapitałem podjęły samodzielnie działalność eksportową i że cechuje je znaczna skuteczność. Należy to podkreślić, ponieważ w momencie ich ekspansji na rynek międzynarodowy, konkurenci posiadali niewspółmiernie większe doświadczenia i umiejętności w zakresie organizacji, zarządzania i marketingu.

Z punktu widzenia lokalizacji przestrzennej istnieją obszary [powiaty], w których działa znacznie większa liczba firm niż w pozostałych. Nie jest to zjawisko zaskakujące: wielkie aglomeracje czy ośrodki miejskie mają zdolność do „przyciągania” firm, inwestorów i pracowników, ponieważ z reguły są tu korzystniejsze warunki dla ich działania. W teorii ekonomii mówi się o biegunach wzrostu, które wchłaniając zasoby, z czasem mogą przyczynić się do rozwoju całego regionu. W badanej próbie widać tę asymetrię: wyraźnie dominuje miasto Gdańsk, w którym zlokalizowane jest 19,3% całej populacji badanych firm. Drugie miejsce zajmuje Gdynia [12,4%], trzecie powiat wejherowski [11,5%] i kartuski [11%]. W dwóch miastach: Gdańsku i Gdyni oraz w dwóch powiatach: wejherowskim i kartuskim skupionych jest łącznie 54,2% wszystkich badanych przedsiębiorstw.

³³ Trwałość ta może zostać naruszona przez kryzys w gospodarce światowej.

Istotnym z punktu widzenia analizy firm jest pytanie o ich wielkość. Jednym z kryteriów oceny jest wielkość zatrudnienia. Największa grupa firm zatrudnia od 11 do 50 osób, co zgodnie ze przyjętą w Polsce metodologią, pozwala na ich zaliczenie do grupy przedsiębiorstw małych. 34% firm zatrudnia od 51 do 200 osób, a 8,1% ponad 250. 18,7% prowadzi działalność eksportową zatrudniając do 10 osób.

Polityka firm w zakresie zatrudnienia na pełne etaty jest bardzo zróżnicowana i trudno mówić tutaj o jakichkolwiek prawidłowościach. Liczba zatrudnionych jest zapewne związana z wielkością produkcji firm oraz zważywszy na to, że są to firmy sprzedające na rynki zagraniczne, z wartością eksportu. Można sądzić, że polityka zatrudnienia prowadzona przez firmy jest racjonalna i zmierza do tego, aby liczba pracujących na etaty i umowy o pracę była uzasadniona potrzebami i rozmiarami produkcji.

Kolejnym zagadnieniem związanym z zatrudnieniem było pytanie o udział kobiet wśród liczby pracujących. Udział kobiet kształtujący się na poziomie do 20% liczby zatrudnionych występuje w 54,6% badanej populacji firm. W przypadku 18,9% udział ten waha się od 20% do 40%, dla 12,1% zawarty jest w przedziale od 40% do 60%, dla 9,4% od 60% do 80% a dla 5% ponad 80% zatrudnionych to kobiety. W badanych przedsiębiorstwach wśród pracowników dominują mężczyźni. Wynika to zapewne, przynajmniej częściowo, z profilu produkcyjnego badanych firm, których znaczna część reprezentuje branże tradycyjnie zatrudniające mężczyzn. Na stanowiskach kierowniczych również dominują mężczyźni. W 84,7% firm w gremiach kierowniczych zasiada do 20% kobiet, w 8,1% od 20% do 40%, w 4,2% od 40% do 60%, w 1,2% od 60% do 80%, w 1,8% ponad 80%. Nawet, jeżeli uwzględnimy to, że badane firmy zatrudniają więcej mężczyzn, to i tak – proporcjonalnie – w kierownictwie istnieje ich nadreprezentacja. Należy jednak dodać, że pod tym względem ankietowana próba nie różni się od ogólnych prawidłowości charakteryzujących sektor przedsiębiorstw w Polsce.

Próba jest dość zróżnicowana, jeżeli chodzi o profil działania przedsiębiorstw. Najwięcej firm – 64 [18,4%] działa w branży: produkcja metalowych wyrobów gotowych z wyłączeniem maszyn i urządzeń, kolejna pod względem liczebności [39 firm] jest działalność produkcyjna gdzie indziej niesklasyfikowana [11,2%] oraz produkcja maszyn i urządzeń [29 firm, 8,4%]. W badaniu wzięły również firmy reprezentujące następujące branże: produkcja drewna i wyrobów z drewna oraz z korka [z wyłączeniem mebli] [23 firmy, 6,6%], produkcja wyrobów gumowych i z tworzyw sztucznych [22 firmy, 6,3%], produkcja artykułów spożywczych i napojów [19 firm, 5,5%], produkcja wyrobów z pozostałych surowców niemetalicznych [14 firm, 4%], produkcja wyrobów chemicznych [7 firm, 2%], działalność wydawnicza, poligrafia i reprodukcja zapisanych nośników informacji [6 firm, 1,7%], produkcja odzieży i wyrobów futrzarskich [5 firm, 1,4%], produkcja skór wyprawionych i wyrobów ze skór wyprawionych [4 firmy, 1,2%]. Pozostałe branże, których udział w badanej populacji był niższy od 1% to: produkcja metali, górnictwo rud metali, włókiennictwo.

II.2. Wielkość i znaczenie eksportu

Badaniem objęto przedsiębiorstwa produkujące na eksport, jednak udział eksportu w ich przychodach ze sprzedaży jest dość znacznie zróżnicowany. W 2005 roku dla 31,7% firm udział ten nie przekroczył 20% przychodów ze sprzedaży ogółem, a dla 25,7% kształtował się na poziomie powyżej 80%.

W 2008 roku w porównaniu do 2005 zaszły pewne zmiany: udział firm, dla których przychody z eksportu stanowią ponad 80% przychodów ze sprzedaży zwiększył się z 25,7% do 27,4%; zmniejszyła się natomiast grupa firm, w której przychód ten osiąga pułap do 20% [z 31,7% w 2005 roku do 27,4% w 2008 roku]. Zarówno w ocenie udziału eksportu w przychodach ze sprzedaży ogółem w roku 2005 jak i w roku 2009 wysoki jest odsetek wskazań „trudno powiedzieć”, co jest zrozumiałe, ze względu na fakt, że z jednej strony chodzi o dane historyczne, z drugiej *de facto* o prognozę na rok 2009, w którym prognozowanie – ze względu na kryzys gospodarczy – jest trudne i obarczone znacznym błędem.

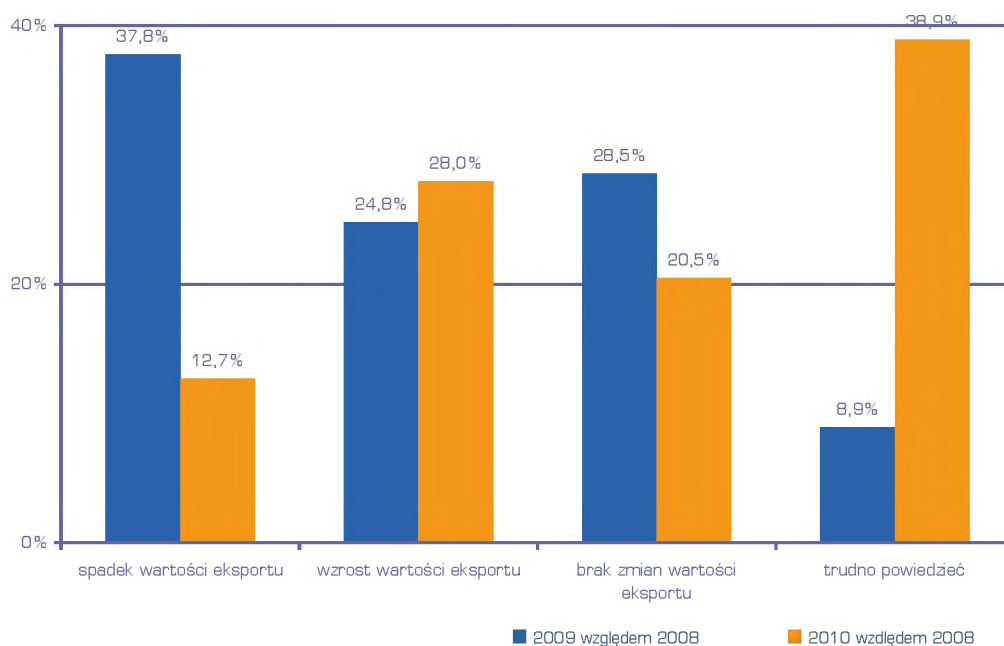
Interesujące jest pytanie, jaki jest udział eksportu w przychodach ze sprzedaży i czy na ten udział wpływa wielkość firm. Jak wynika z odpowiedzi uzyskanych od respondentów, udziały eksportu w przychodach ze sprzedaży są bardzo zróżnicowane. W próbie nie ma firm, które produkowałyby wyłącznie na eksport [niewielka ich część nie potrafi sprecyzować, jaki jest udział eksportu w wartości produkcji sprzedanej], są

jednak firmy, w przypadku których udział eksportu w przychodach jest bardzo wysoki i przekracza 80%. Z badania wynika, że dla wielu firm największe znaczenie ma rynek krajowy, ale sprzedają one pewną część wyprodukowanych dóbr za granicę. Wśród tych, które deklarują, że udział eksportu w przychodach ze sprzedaży ogółem w 2008 roku wynosił do 20% znajdują się zarówno przedsiębiorstwa mniejsze i większe. Największy odsetek z badanych grup deklarujących wspomniany udział [do 20%] to firmy, których łączny przychód ze sprzedaży w 2008 roku wyniósł do 0,5 mln PLN.

Porównanie udziałów eksportu w przychodach ze sprzedaży w okresie 2005–2008 pozwala na sformułowanie wniosku, że między 2005 a 2008 rokiem rola eksportu nieznacznie wzrosła. Spadł odsetek firm deklarujących udział eksportu w przychodach ogółem na poziomie do 20%. Prognoza na rok 2009 wskazuje, że wzrost roli eksportu – w czasie kryzysu – został zahamowany. Z pewnością kryzys w gospodarce światowej oraz na rynkach krajów będących najpoważniejszymi partnerami handlowymi Polski, ma wpływ na popyt zagranicy na polskie towary. Pełne skutki kurczenia się popytu ujawnią się jednak dopiero po pewnym czasie³⁴, ponieważ reakcja firm jest opóźniona w stosunku do spadku koniunktury. Podejmowane przez przedsiębiorstwa działania dostosowawcze polegające na zmniejszaniu rozmiarów produkcji i redukcji zatrudnienia następują po pewnym czasie od otrzymania sygnału o zmniejszeniu się popytu. Ponadto, w pierwszej fazie firmy mogą realizować produkcję na niezmiennym poziomie, ponieważ jej zbyt jest zapewniony dzięki zawartym wcześniej kontraktom.

Kolejne pytanie dotyczyło zmian wartości eksportu, przy czym chodzi o zmiany w wartościach bezwzględnych, wyrażone w EUR lub USD, czyli w tej walucie, w której rozliczany jest eksport. Celem pytania było „uchwycenie” prognozowanych realnych zmian popytu.

Wykres 1: Prognoza wartości eksportu w latach 2009 oraz 2010 względem roku 2008



Źródło: Badania ankietowe

³⁴ W przypadku badań, dopiero wówczas, gdy zebrane i opracowane zostaną nowe dane statystyczne dotyczące tego okresu.

Jak wynika z analizy odpowiedzi [prognozy wzrostu wartości eksportu zestawiono na poniższym wykresie dla roku 2009 i 2010] w roku 2009 w wielu firmach [37,8%] prognozowany jest spadek przychodów ze sprzedaży za granicę. W przypadku 28,5% badanych firm spodziewany eksport pozostanie bez zmian. Dla roku 2010 zwraca uwagę znaczny odsetek wskazań „trudno powiedzieć”, co wiąże się zapewne ze znaczną niepewnością co do rozwoju sytuacji na najważniejszych rynkach zbytu. Stosunkowo niski jest natomiast odsetek wskazań „spadek wartości eksportu” [12,7%], więcej firm – niż w 2009 roku – oczekuje wzrostu eksportu.

Do interesujących wniosków prowadzi analiza prognozy wartości eksportu na rok 2010 względem 2008 roku, uwzględniająca całkowitą wartość przychodów ze sprzedaży wśród badanych firm. Z analizy odpowiedzi wynika, że 38,9% firm nie jest w stanie jednoznacznie przewidzieć, jakie będą możliwości eksportu w 2010 roku. Niepewność, spowodowaną kryzysem odczuwają w podobnym stopniu firmy małe i duże. Widać jednak, że najbardziej optymistyczne są oczekiwania firm dużych (wartość przychodów ze sprzedaży powyżej 50 mln PLN), których największy odsetek spodziewa się wzrostu eksportu w 2010 roku.

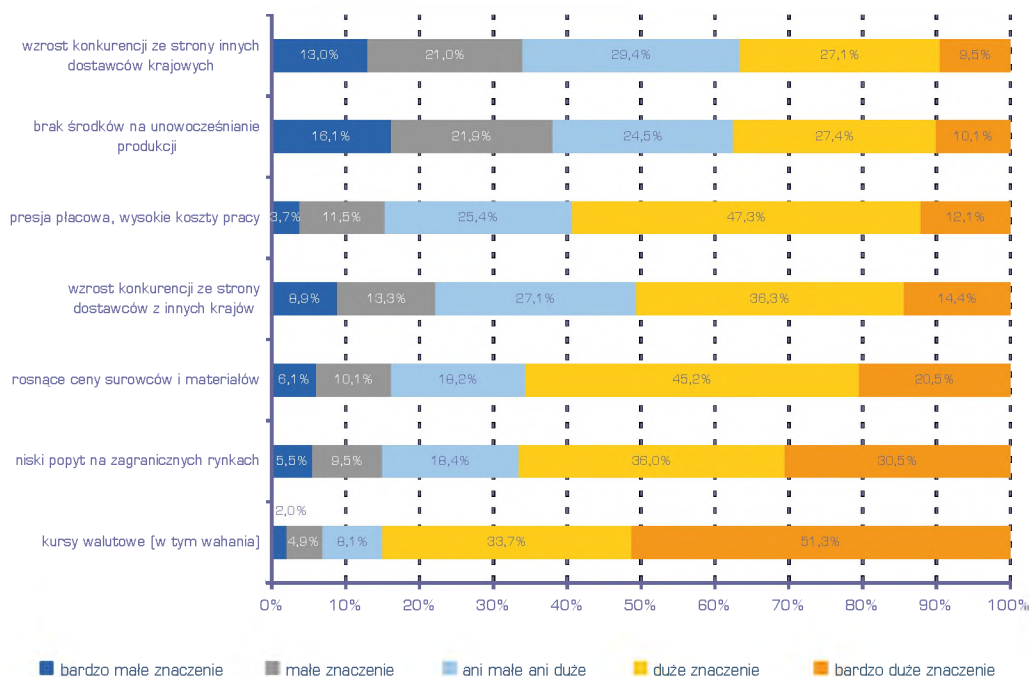
Na tej podstawie trudno oceniać zdolności dostosowawcze firm: po pierwsze są to prognozy, po drugie większy optymizm nie stanowi gwarancji przetrwania. Często właśnie najmniejsze firmy cechuje większa elastyczność, ponieważ są one w stanie skuteczniej działać w zmieniającym się otoczeniu zewnętrznym. Związane jest to z mniejszą skalą działania i względnie łatwiejszym „przestawieniem” się na inną produkcję.

Jeżeli chodzi o dokładniejsze prognozy formułowane przez respondentów odnośnie wzrostu i spadku wartości eksportu względem roku 2008, to antycypowane zmiany zawierają się przede wszystkim w przedziale „mniej niż 20%”. Mniej wskazań dotyczy przedziału 20%–40%.

II.3. Problemy w eksporcie

Następne pytanie skierowane do respondentów dotyczyło problemów w rozwoju i realizacji eksportu. Poproszono o wskazanie, które z wymienionych czynników: wzrost konkurencji ze strony dostawców z innych krajów, wzrost konkurencji ze strony innych dostawców krajowych, niski popyt na rynkach zagranicznych, kursy walutowe (w tym wahania), presja płacowa – wysokie koszty pracy, rosnące ceny surowców i materiałów, brak środków na unowocześnienie produkcji mają dla nich: bardzo małe znaczenie, małe znaczenie, neutralne (ani małe ani duże), duże znaczenie i bardzo duże znaczenie. Podsumowanie odpowiedzi respondentów przedstawiono na kolejnym wykresie.

Wykres 2: Czynniki niekorzystnie wpływające na rozwój eksportu



Źródło: Badania ankietowe

Największy odsetek respondentów [51,3%] ocenia, że kursy walutowe i ich wahania są czynnikiem, który ma „bardzo duże znaczenie” w rozwoju eksportu.

Zapewne wpływ na tę ocenę miała niestabilność sytuacji na rynkach walutowych oraz kształtowanie się kursu PLN wobec EUR i USD w latach 2008 i 2009. W pierwszej połowie 2008 roku PLN umacniał się, co – jak wiadomo – wpływa na pogorszenie zdolności do konkurencyjności polskich dóbr na rynkach międzynarodowych, ponieważ ich ceny relatywnie wzrastają.

Od połowy 2008 roku zarysowała się tendencja odwrotna: złoty podlegał deprecjacji, co przyczyniło się do „utrzymania” pozycji polskich eksporterów, ponieważ ich produkty względnie „taniały”. Miało to bardzo duże znaczenie w okresie kryzysu, który dotknął gospodarki najpoważniejszych polskich partnerów handlowych. Generalnie „słaby” złoty jest sprzymierzeńcem eksporterów, a szczególną rolę dostosowawczą zmieniający kurs walutowy spełnił w okresie dramatycznego spadku koniunktury na rynku międzynarodowym.

Oceniając ten problem należy jednak wspomnieć również o tym, że dla firm niekorzystne jest funkcjonowanie w warunkach niepewności, a zmienne kursy walutowe taką niepewność wprowadzają. Wahania kursowe nasilają się w okresie kryzysu, ponieważ wzmacnia się fala spekulacji, która nie ominęła również złotego.

Wykres 3: Kursy średnie PLN/EUR oraz PLN/USD w okresie 31 grudnia 2007 – 31 lipiec 2009



Źródło: NBP, tabele kursów średnich

Analizując problem zmiennych kursów, należy wspomnieć o jeszcze jednej relacji, ważnej dla eksporterów. Polskie firmy, w tym również produkujące na eksport, importują surowce i dobra, które stanowią komponenty eksportu. Deprecjacja złotego oznacza zatem również „podrożenie” importu, ponieważ wpływa na wzrost cen produktów importowanych. Uwzględniane jest to przez eksporterów przy ocenie różnych systemów kursów walutowych i z tego punktu widzenia zmienne kursy walutowe mogą być traktowane jako czynnik utrudniający funkcjonowanie na rynkach zagranicznych.

Aby precyzyjniej zidentyfikować, jaki wpływ na polski handel zagraniczny mają kursy walutowe, na podstawie odpowiedzi respondentów wyliczono graniczne kursy PLN wobec EUR i USD wyznaczające opłacalność eksportu i wypieranie produkcji krajowej przez import.

Graniczny kurs PLN względem EUR, poniżej którego eksport staje się nieopłacalny (zbyt silny złoty), a produkcja krajowa zaczyna być wypierana przez import to – średnio – około 3,7 (PLN/EUR). Natomiast kurs PLN względem USD, poniżej którego eksport przestaje być opłacalny, a produkcja krajowa zaczyna być wypierana przez import to około 2,5-2,6 (PLN/USD). Są to wartości uśrednione, traktować je należy jako punkt odniesienia w przypadku analizowania tendencji ruchów kursów walutowych PLN względem EUR oraz USD. Przy dzisiejszych kursach PLN zarówno względem EUR jak też USD, na podstawie powyższych oszacowań należy stwierdzić, że PLN nie jest zbyt mocny i średnio rzecz biorąc eksporterzy z województwa pomorskiego są takim poziomem kursu wyznaczonego przez rynek usatysfakcjonowani.

Wysoki kurs PLN, jak wiadomo, powoduje wystąpienie dwóch efektów: pierwszy przejawia się we względnej podwyżce cen polskich produktów na rynkach zagranicznych, drugi na tanieniu importu. Aprecjacja kursu ma wpływ na decyzje firm eksportujących: spadek zamówień może skutkować obniżeniem produkcji, redukcją zatrudnienia oraz rezygnacją z planów inwestycyjnych. A zatem, wzrost wartości PLN do EUR czy USD oznacza zmniejszenie wpływów ze sprzedaży. Remedium na to może być wzrost cen towarów eksportowa-

nych, co wymaga renegocjacji umów, a przede wszystkim prowadzi do obniżenia zdolności do konkutowania. Silny PLN oznacza, że bardziej opłacalny staje się względnie taniejący import, który zaczyna "wypychać" rodzimą produkcję. Efekt wypierania może prowadzić do eliminacji części polskich producentów z rynku. Długookresowa aprecjacja może (po pewnym czasie) doprowadzić do zwiększenia deficytu rachunku obrotów bieżących oraz – ze względu na wzrost importu relatywnie tańszych dóbr – sprzyjać obniżeniu inflacji. W długim okresie może to prowadzić do spadku koniunktury i PKB.

Efekty deprecjacji [niski kurs PLN] są odmienne: towary polskie z punktu widzenia zagranicznych odbiorców relatywnie tanieją, natomiast wzrastają ceny dóbr importowych. Z jednej strony wspomaga to eksport, z drugiej strony „drożeją” komponenty używane do produkcji. Utrzymywanie się niskiego poziomu kursu walutowego może stać się czynnikiem prowokującym inflację.

Wspominając o poziomie opłacalności eksportu, trzeba również pamiętać o tym, że część firm zakupuje komponenty do produkcji, płacąc w EUR, po czy sprzedaje je i otrzymuje płatność w USD (lub odwrotnie). Zatem na poziom opłacalności eksportu i importu wpływa również relacja kursowa USD/EUR.

Analizując problem wpływu kursu walutowego na sytuację eksporterów i całej gospodarki warto jednak wspomnieć, że – obok aprecjacji i deprecjacji – działa tutaj wiele innych czynników, z których do najważniejszych należą: popyt wewnętrzny, nastroje konsumentów, koniunktura na rynkach zagranicznych, bezpośrednie inwestycje zagraniczne, inwestycje portfelowe oraz polityka pieniężna.

Jak jednak jednoznacznie wynika z udzielonych przez respondentów odpowiedzi – zasadniczym problemem dla firm prowadzących wymianę zagraniczną są wahania kursów. Jest to szczególnie istotne, ponieważ polski eksport jest wysoce importochłonny. Z punktu widzenia eksporterów słaby złoty jest korzystny, gdyż poprawia konkurencyjność eksportu. Podraża jednak import, co przyczynia się do wzrostu kosztów, w tym kosztów produkcji eksportowej.

Drugim [po wahaniami kursów walutowych], wskazanym przez największy odsetek badanych (30,5% ankietowanych firm) czynnikiem mającym bardzo duże znaczenie dla rozwoju eksportu jest niski popyt na zagranicznych rynkach. Wydaje się, że respondentom nie chodzi tylko o same rozmiary popytu: mniejsze zainteresowanie polskimi towarami nie wynika z niewielkiej siły nabywczej, ale może być spowodowane bardzo silną konkurencją ze strony innych producentów (w tym z Chin). Ponadto, nie można zakładać sytuacji, że odbiorcy czekają na polskie towary; po to, aby się z nimi „przebić” trzeba prowadzić forsowną strategię marketingową. Zaniechanie takich działań może być dzisiaj równoznaczne z utratą rynków zbytu.

Trzecim, postrzeganym jako „bardzo ważny” czynnikiem wpływającym na eksport są rosnące ceny surowców i materiałów [opinia 20,5% respondentów].

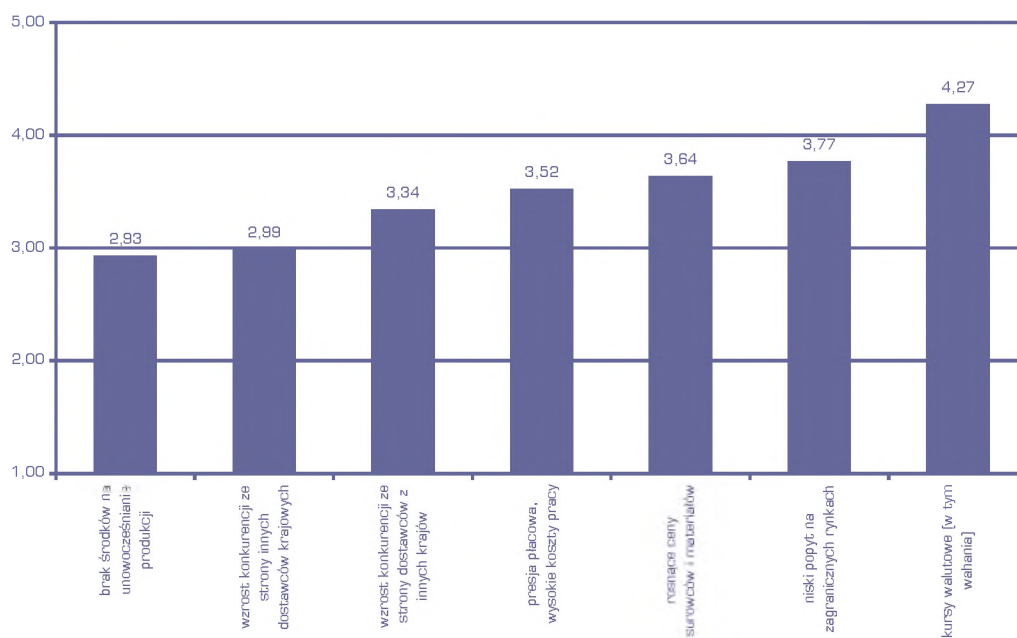
Duże znaczenie dla eksportu ma – zdaniem 47,3% badanych firm – presja płacowa oraz wysokie koszty pracy, a dla 45,2% rosnące ceny surowców i materiałów. 36,3% jako ważne określa istnienie silnej konkurencji ze strony dostawców z innych krajów.

Interesujące jest to, że w każdej grupie odpowiedzi pojawia się dość istotna część respondentów, która twierdzi, że wymienione czynniki rozwoju eksportu mają dla nich znaczenie neutralne (ani duże ani małe). 27,1% nie widzi zagrożenia ze strony konkurentów zagranicznych, 29,4% ze strony konkurentów krajowych, 18,4% nie obawia się ograniczeń związanych z niskim popytem zagranicznym, dla 25,4% obojętna jest presja płacowa, dla 18,2% rosnące koszty surowców i materiałów, a dla 24,5% brak środków na unowocześnienie środków produkcji. Może to świadczyć o tym, że w województwie pomorskim jest grupa firm eksportujących, która już obecnie zagwarantowała sobie bardzo silną pozycję na rynkach zagranicznych, a uwzględnione w ankiecie czynniki determinujące sprzedaż za granicę są dla nich nieistotne.

Najlicniejsza grupa firm uważa, że bardzo małe znaczenie ma dla nich brak środków na unowocześnienie produkcji [16,1%] oraz wzrost konkurencji ze strony dostawców krajowych [13%].

Podsumowując, za czynnik o największym znaczeniu w rozwoju eksportu uznano wahania kursów walutowych, następnie niski popyt na rynkach zagranicznych oraz rosnące ceny surowców i materiałów.

Wykres 4: Czynniki niekorzystnie wpływające na rozwój eksportu. Średnie na skali: od 1-bardzo małe znaczenie do 5-bardzo duże znaczenie



Źródło: Badania ankietowe

Presja na płace i wysokie koszty pracy są czynnikiem o dużym znaczeniu. Opinia ta nie jest zaskakująca; płace są elementem kosztów, a ich zwiększenie „przekłada” się automatycznie na wzrost cen, co oznacza zmniejszenie się przewagi konkurencyjnej.

Z drugiej strony, płace w polskim sektorze przedsiębiorstw są ciągle niskie w porównaniu z krajami wysoko rozwiniętymi gospodarczo. Dążenie do spłaszczenia różnic w wynagrodzeniach wzmacnia – ze strony pracowników – presję na wzrost dochodów.

Najmniejszym problemem – zdaniem respondentów – jest brak środków na unowocześnianie produkcji. Taka odpowiedź w pewnym sensie jest zaskakująca w czasie kryzysu, kiedy to ze strony przedsiębiorców często formułowane są narzekania na trudność w dostępie do finansowania, kredytu itp.

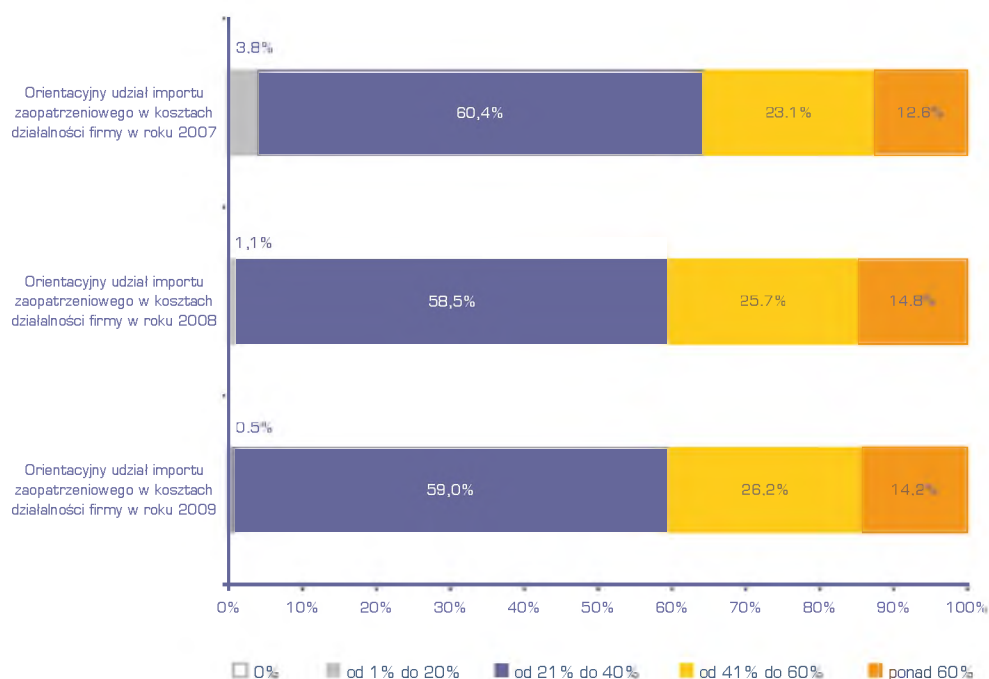
II.4. Relacje eksport - import

Eksportujące firmy Pomorza są również często importerami. Pełna ocena wymaga, aby oszacować również ich skłonność do importu, która może wpływać na funkcjonowanie i rozwój przedsiębiorstwa. Przykładowo, można na ten problem spojrzeć z punktu widzenia kursów walutowych. Jak już wspomniano, obniżenie kursu PLN wobec EUR i USD ma oddziaływanie dwójakie: z jednej strony może prowadzić do zwiększenia zdolności do konkutowania, z drugiej może wpływać na zwiększenie kosztów [jeżeli firmy do produkcji dóbr eksportowych używają komponentów pochodzących z importu]. Na to, w jakim zakresie firma może czerpać korzyści z deprecjacji wpływa w znacznym stopniu relacja eksportu do importu w firmie.

Największy odsetek [71,7%] badanych firm wskazuje, że ich eksport jest większy od importu. Dotyczy to wszystkich grup badanych przedsiębiorstw, wyróżnionych ze względu na wielkość rocznych przychodów. Najpoważniejsza nadwyżka eksportu wobec importu jest charakterystyczna dla grupy firm, której roczne przychody wahają się od 1 mln PLN do 5 mln PLN [83,3%]. Największa z kolei grupa firm [35,5%], w których import jest większy niż eksport to te, których roczne przychody ze sprzedaży osiągają powyżej 50 mln PLN.

Mimo, że w większości badanych firm eksport jest wyższy od importu, jednak dla wszystkich import zaopatrzeniowy ma bardzo duże znaczenie. 84,4% ankietowanych deklaruje, że korzysta z takiej formy zaopatrzenia.

Wykres 5: Orientacyjny udział importu zaopatrzeniowego w kosztach działalności



Źródło: Badania ankietowe

Największy odsetek [71,7%] badanych firm wskazuje, że ich eksport jest większy od importu. Dotyczy to wszystkich grup badanych przedsiębiorstw, różniących się wielkością rocznych przychodów. Najpoważniejsza nadwyżka eksportu nad importem charakterystyczna jest dla grupy firm, której roczne przychody wahają się od 1 do 5 mln PLN [83,3%]. Największa z kolei grupa firm [35,5%], w których import jest większy od eksportu to te, których roczne przychody ze sprzedaży osiągają powyżej 50 mln PLN.

Mimo, że w większości badanych firm eksport jest wyższy od importu, to jednak dla wszystkich import zaopatrzeniowy ma bardzo duże znaczenie. 84,4% ankietowanych deklaruje, że korzysta z takiej formy zaopatrzenia.

Największy odsetek firm deklaruje, że w 2008 roku udział importu zaopatrzeniowego w kosztach ich działalności wahał się od 1-20%. Dla 25,7% populacji udział ten kształtuje się na poziomie od 21-40%, a dla 14,8% wynosi od 41-60%. Tylko 1,1% firm nie importuje produktów zaopatrzeniowych. Z rozkładu odpowiedzi wynika, że zmiany cen importu zaopatrzeniowego (wywołane wahaniami kursów) nie są odczuwane w jednakowym stopniu przez wszystkie badane firmy, ponieważ waga tego importu jest niejednakowa, a jego udział w kosztach działalności jest bardzo różny.

Odpowiedzi przedsiębiorców wskazują na to, że w 2010 roku nie oczekują istotnych zmian w tym zakresie. Pojawia się tu pytanie, czy istotnie przyszły rok nie przyniesie podwyżek cen produktów importowanych. Sytuacja zależęć będzie w znacznym stopniu od koniunktury na rynkach międzynarodowych: kryzys przyniósł obniżkę cen surowców, faza ożywienia (jeżeli nastąpi) może doprowadzić do wzrostu tych cen. Tego typu fluktuacje wpłyną zapewne na wydatki firm związane z zakupami dokonywanymi za granicą.

Kolejne, zadane respondentom pytanie, dotyczyło oczekiwań związanych z kształtowaniem się salda obrotów handlu zagranicznego w 2009 roku. Generalnie, 21,9% wszystkich badanych firm oczekuje, że w 2009 roku nastąpi wzrost salda obrotów handlu zagranicznego, 35,9 prognozuje, że saldo pozostanie bez zmian, 22,7% spodziewa się spadku salda, a 19,5% nie jest w stanie udzielić jednoznacznej odpowiedzi na pytanie (trudno powiedzieć).

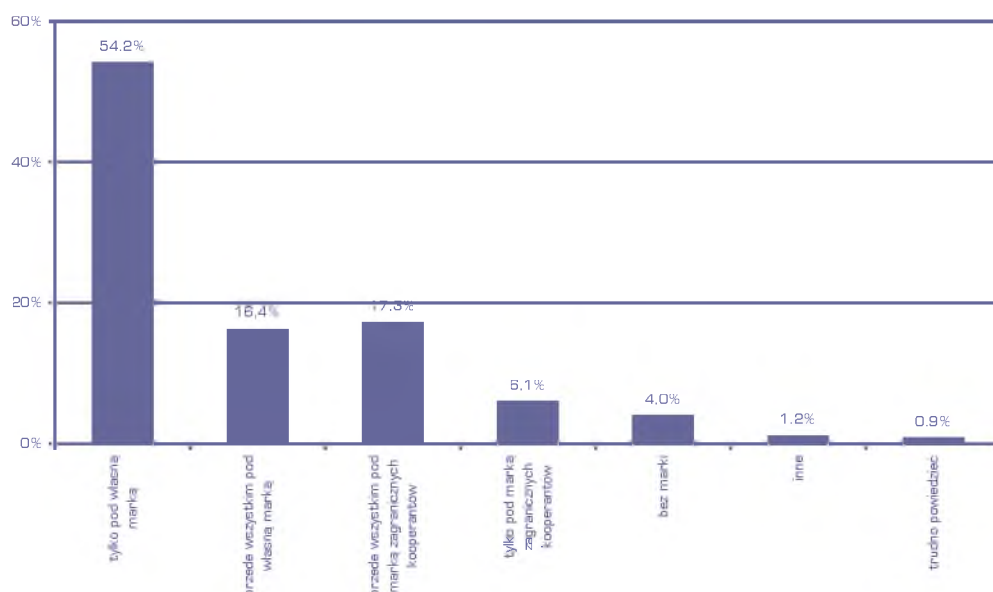
Uzyskane odpowiedzi wskazują na spodziewaną stabilizację, jeżeli chodzi o kształtowanie się relacji importu do eksportu. Na ich podstawie trudno jednak wyciągać dalej idące wnioski, jako że to jak ostatecznie ukształtuje się rzeczywista relacja eksportu do importu de facto zależy od pojedynczych transakcji zawieranych przez największych importerów i eksporterów województwa. Ponadto, blisko 20% respondentów nie jest w stanie przewidzieć tendencji.

Kolejnym zagadnieniem pozwalającym na pełniejszą ocenę sytuacji firm eksportowych Pomorza było pytanie o formę sprzedaży produktów eksportowanych. Najbardziej opłacalny jest eksport „pod własną marką”. Świadczy to tym, że konsumenci identyfikują i odróżniają tę markę oraz, że stanowi ona gwarancję oczekiwanej jakości. Wejście na rynki krajów rozwiniętych z własnymi markami jest jednak trudne i z reguły wymaga dobrej znajomości klientów, do których oferta jest skierowana oraz poprzedzającej sprzedaż intensywnej kampanii reklamowej. Zdobycie i utrzymanie udziałów w wymagających rynkach nie jest łatwe, ale świadczy o pewnej dojrzałości firmy i jej umiejętnościach konkurowania z wieloma innymi dostawcami. Należy zwrócić również uwagę na to, że konkurencja ta odbywa się w warunkach nieco zniekształconych. Wielu zagranicznych producentów o uznanych markach zleca wykonanie produktów tanim wykonawcom i w ten sposób –konkurując marką czy logo – zdobywa dodatkowe zyski. Tego typu praktyki stosowane są również wobec polskich firm.

Uwzględniając te okoliczności oraz to, że polskie firmy wchodziły na rynki zagraniczne w sytuacji, gdy konkurenci byli w pełni „dojrzałi” i doświadczeni, fakt, że 54,2% respondentów sprzedaje produkty tylko pod własną marką, a 16,4% przede wszystkim pod własną należy uznać za sukces firm Pomorza.

17,3% badanej populacji firm podaje, że sprzedaż eksportowanych dóbr odbywa się przede wszystkim pod marką zagranicznych kooperantów, 4% natomiast nie etykietuje towarów żadną marką.

Wykres 6: Forma sprzedaży produktów eksportowanych przez firmę



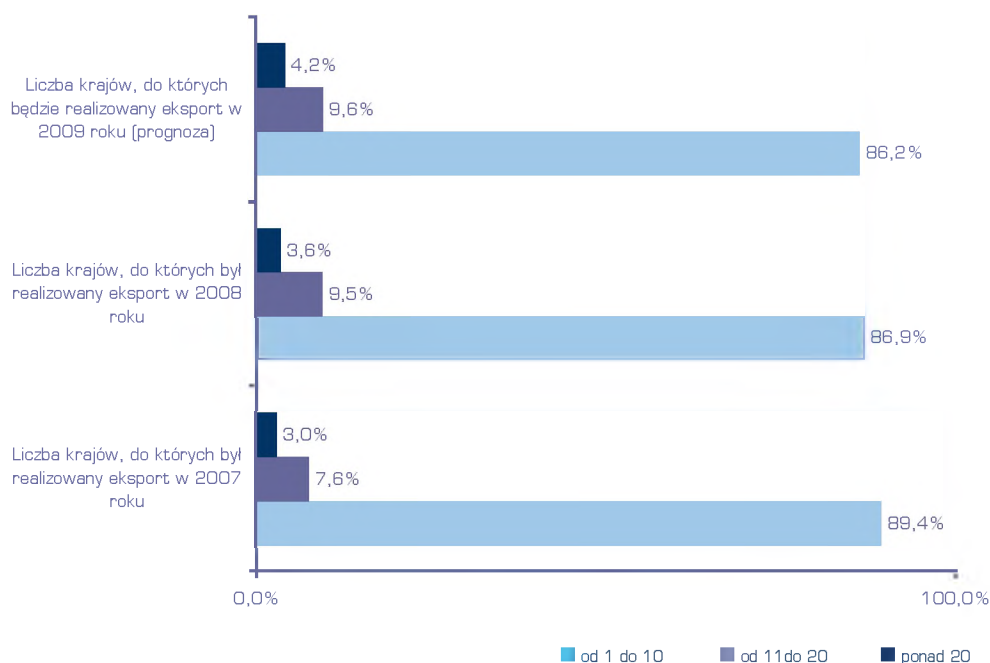
Źródło: Badania ankietowe

II.5. Liczba realizowanych umów eksportowych, problemy z niewypłacalnością partnerów zagranicznych

Z odpowiedzi respondentów wynika, że średnia liczba realizowanych umów eksportowych nieznacznie wzrasta. W 2007 roku wynosiła ono średnio 43, w roku 2008 i 2009 wzrosła do 47 (prognoza). Mimo, że istotniejszy – z punktu widzenia przychodów – jest wolumen eksportu niż liczba umów, w oparciu o które realizowane są dostawy, to jednak ich liczba świadczy o aktywności firm zaangażowanych w wymianę międzynarodową. Ważne jest „wejście” na rynki zagraniczne, a pierwsze zawarte umowy stanowią często początek bardziej aktywnej współpracy z partnerami.

Kolejnym czynnikiem, który pozwala na bardziej kompleksową ocenę firm jest liczba krajów, do których eksportowane są ich produkty.

Wykres 7: Liczba krajów, do których był realizowany eksport w poszczególnych latach

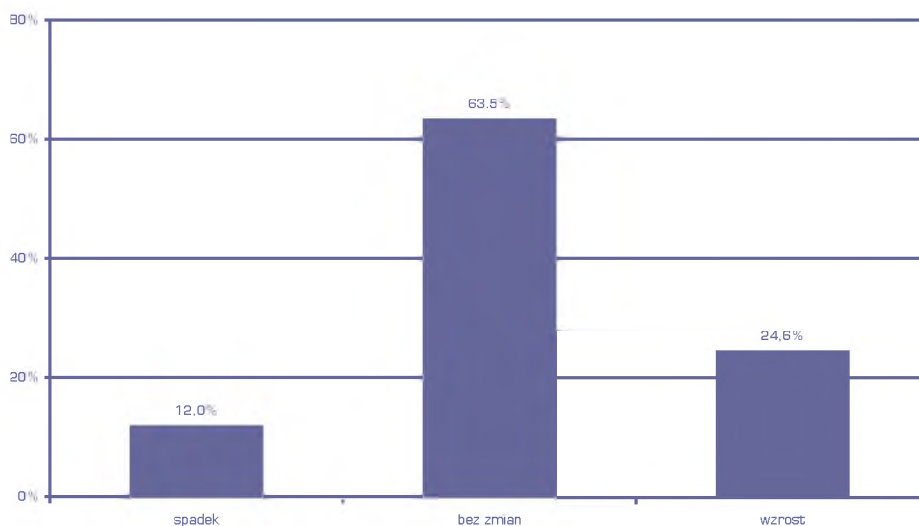


Źródło: Badania ankietowe

Jak wynika z uzyskanych odpowiedzi w 2007 roku 89,4% firm eksportowało swoje produkty na rynki od 1 do 10 krajów. W 2008 roku odsetek ten nieznacznie zmalał, do 86,9%, a dla roku 2009 szacuje się, że wyniesie 86,2%. Kolejna pod względem liczebności grupa firm [7,6% populacji] eksportowała swoje produkty [w 2007 roku] do 11 do 20 krajów; w 2008 roku odsetek ten wzrósł do 9,5%, a w roku 2009, zgodnie z prognozami, wyniesie 9,6%. Najmniejszy jest odsetek firm, których produkcja trafia do ponad 20 krajów: w 2007 roku dotyczyło to 3% badanej populacji, w roku 2008 3,6%, a w roku 2009 – zgodnie z prognozami – ich udział wzrośnie do 4,2%. Jak widać z rozkładu odpowiedzi najwięcej firm koncentruje swoją działalność eksportową na od 1 do 10 rynkach [obecnie oraz, zgodnie z prognozami, w przyszłości]. „Eksportowa specjalizacja geograficzna” ma wiele pozytywnych stron; ograniczanie się do niewielkiej liczby rynków zbytu pozwala na lepsze poznanie ich specyfiki, odrębności, kultury, preferencji konsumentów. Zwiększa to możliwości stosowania aktywnego marketingu oraz elastyczną reakcję i dostosowanie do wymagań klientów bez dużego różnicowania profilu produkcji.

Dominacja kilku rynków ma jednak również negatywne strony. Spadek koniunktury i popytu w partnerskich krajach może spowodować zahamowanie produkcji eksportowej i istotnie wpłynąć na sytuację ekonomiczną firmy. Z tego punktu widzenia „bezpieczniejsza” jest większa dywersyfikacja rynków. Doświadczenia ostatniego załamania gospodarczego wskazują jednak na to, że w gospodarce globalnej kryzys może mieć również charakter globalny, a zatem nie ma żadnej gwarancji, że spadek popytu na jednym rynku można kompensować wzrostem sprzedaży do innych krajów. Należy jednak dodać, że jeżeli eksport obejmuje dobra homogeniczne, czyli nie trzeba różnicować produktu w zależności od rynku zbytu, wówczas większa liczba odbiorców w różnych krajach może determinować zwiększone rozmiary produkcji, co z punktu widzenia ekonomii skali jest dla firmy opłacalne.

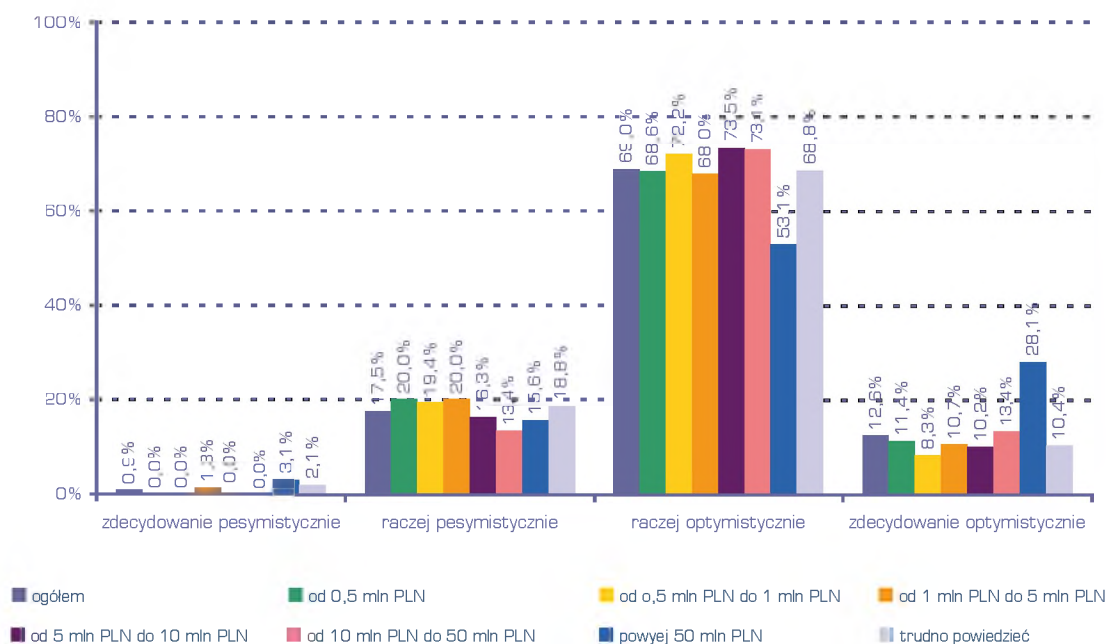
Wykres 8: Zmiany liczby krajów, do których realizowany był eksport w roku 2008 względem roku 2007



Źródło: Badania ankietowe

Jak wynika z odpowiedzi respondentów, liczba krajów do których eksportowane są ich produkty nie jest stabilna i waha się. W 2008 roku w stosunku do roku 2007 aż 12% firm odnotowało spadek liczby krajów, do których trafia ich eksport, dla 63,5% liczba krajów pozostała niezmienną, a 24,6% zwiększyło liczbę rynków zbytu. Świadczy to tym, że pozyskanie partnerów handlowych nie jest równoznaczne z pełną stabilizacją; w kontaktach międzynarodowych ważne są również starania o ich utrzymanie. Za zerwanie lub nieprzedłużenie umowy nie zawsze ponosi odpowiedzialność firma eksportująca. Jest wiele sytuacji, które mogą spowodować zaprzestanie eksportu. Jedną z nich może być to, że eksport jest nieopłacalny. Zadając pytanie o problem tego rodzaju eksportu, sprecyzowano, że eksport nieopłacalny występuje wówczas, gdy cena nie pokrywa kosztów produkcji i pozostałych kosztów związanych z eksportem.

Wykres 9: Problem nieopłacalnego eksportu



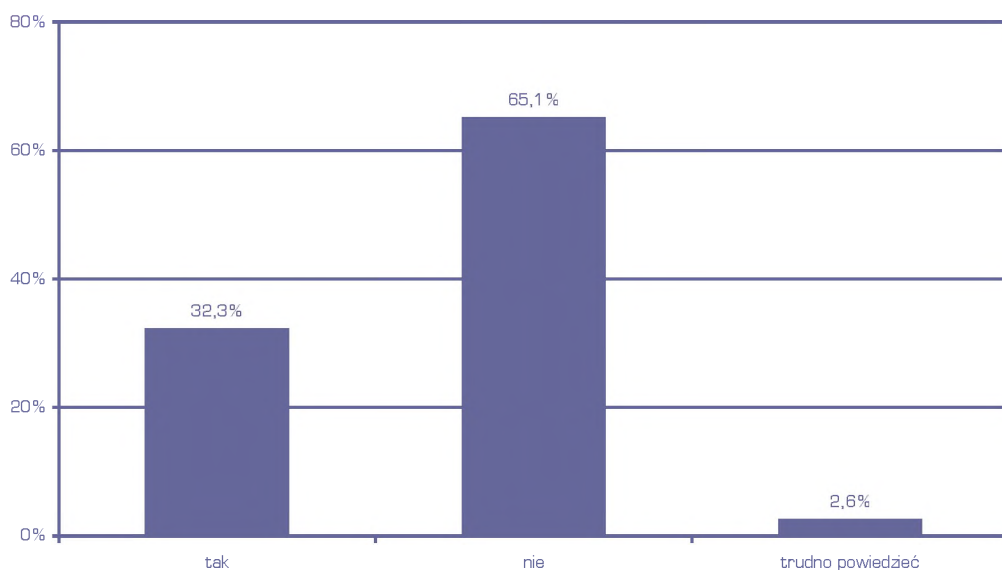
Źródło: Badania ankietowe

Zaskakujący jest fakt, że stosunkowo duża grupa firm o różnych rozmiarach produkcji potwierdza, że skonfrontowana jest z tego typu zjawiskiem. Relatywnie największy odsetek takich odpowiedzi [36,1%] występuje w grupie firm, których roczny przychód zawarty jest w przedziale od 0,5 do 1 mln PLN. Nieco mniejszy jest udział respondentów [34,3%] potwierdzających to niekorzystne zjawisko w grupie firm posiadających przychody do 0,5 mln PLN. Nie jest to jednak typowe tylko dla firm najmniejszych. Fakt istnienia nieopłacalnego eksportu potwierdza aż 30,3% firm z grupy, której roczne dochody przekraczają 50 mln PLN.

W kontekście występowania nieopłacalnego eksportu można zastanawiać się nad racjonalnością sprzedaży produktów za granicę. Sytuacja tego typu może być tolerowana przez firmy tylko wówczas, gdy ma charakter przejściowy; często zdarza się, że po okresie zmniejszenia popytu następuje wzrost zapotrzebowania. Niejednokrotnie nieopłacalny eksport może być wynikiem nieznaności realiów innych krajów, albo wiązać się z kosztami „wejścia” i zdobywania nowych rynków zbytu. Utrzymywanie się jednak nieopłacalnego eksportu w dłuższym okresie (nawet przy kompensowaniu strat zyskami pochodzącymi ze sprzedaży na rynku krajowym) wymusza w końcu decyzję o jego zaniechaniu. Podtrzymywanie tego typu eksportu może – oprócz strat – narażać producentów na zarzuty o stosowanie dumpingu, który jest niezgodny z zasadami polityki konkurencji UE. Należy jednak podkreślić, że zdecydowana większość respondentów we wszystkich grupach ankietowanych firm deklaruje, że nie prowadzi nieopłacalnego eksportu.

Czynnikiem negatywnie wpływającym na sytuację firm może być również niewypłacalność partnerów handlowych. Powody tej niewypłacalności mogą być bardzo różnorodne; część firm partnerskich jest eliminowana z rynku, ponieważ nie jest w stanie wytrzymać walki konkurencyjnej, część bankrutuje, a postępowania dotyczące masy upadłościowej są długotrwałe i trudno liczyć na to, że straty spowodowane niezrealizowaniem umowy zostaną szybko wyrównane. Część partnerów może być nierzetelna i już w momencie zawierania umowy zakłada, że nie wywiąże się ze zobowiązań. Istnieją pewne możliwości zabezpieczenia się przed skutkami takich działań: np. poprzez dokładne „rozpoznanie” potencjalnych partnerów, a przede wszystkim poprzez ubezpieczenie się.

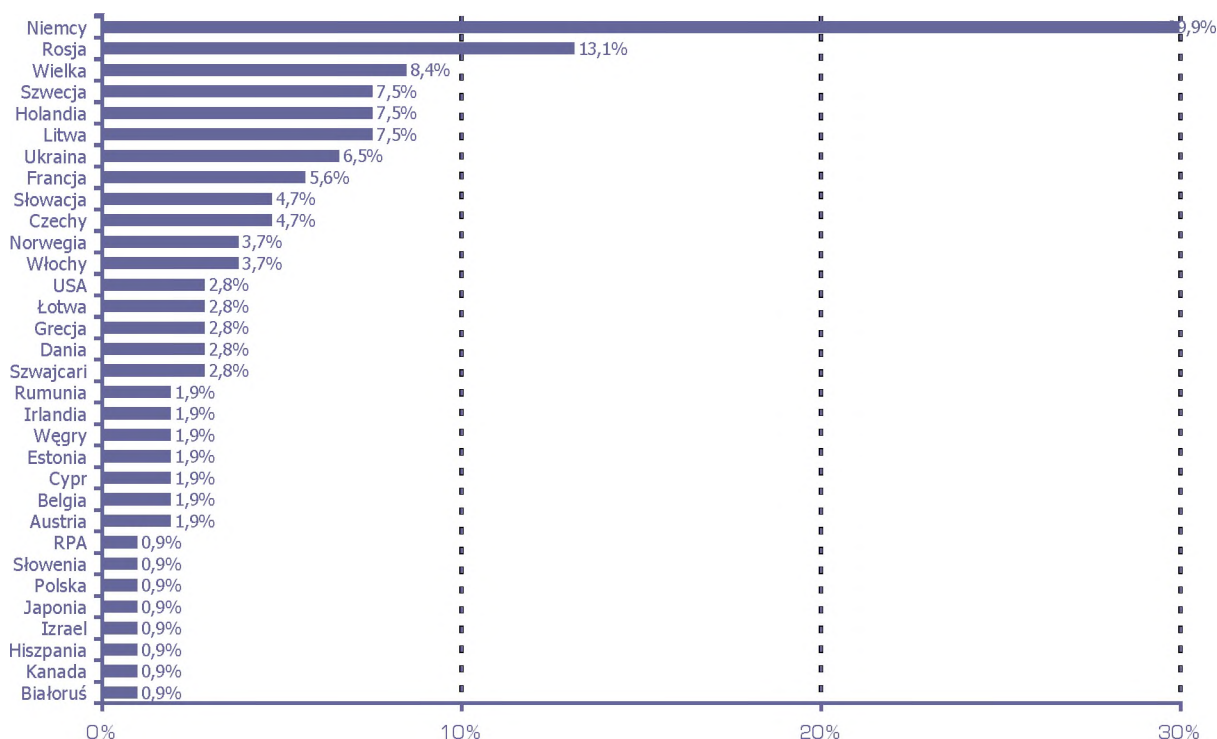
Wykres 10: Występowanie problemów z niewypłacalnością partnera handlowego



Źródło: Badania ankietowe

Jak wynika z odpowiedzi uzyskanych od respondentów, aż 32,3% badanej populacji pomorskich firm spotkało się z problemami związanymi z niewypłacalnością partnera. Liczba krajów, z których pochodzą „niewypłacalni” partnerzy jest znaczna.

Wykres 11: Kraje pochodzenia niewypłacalnych partnerów



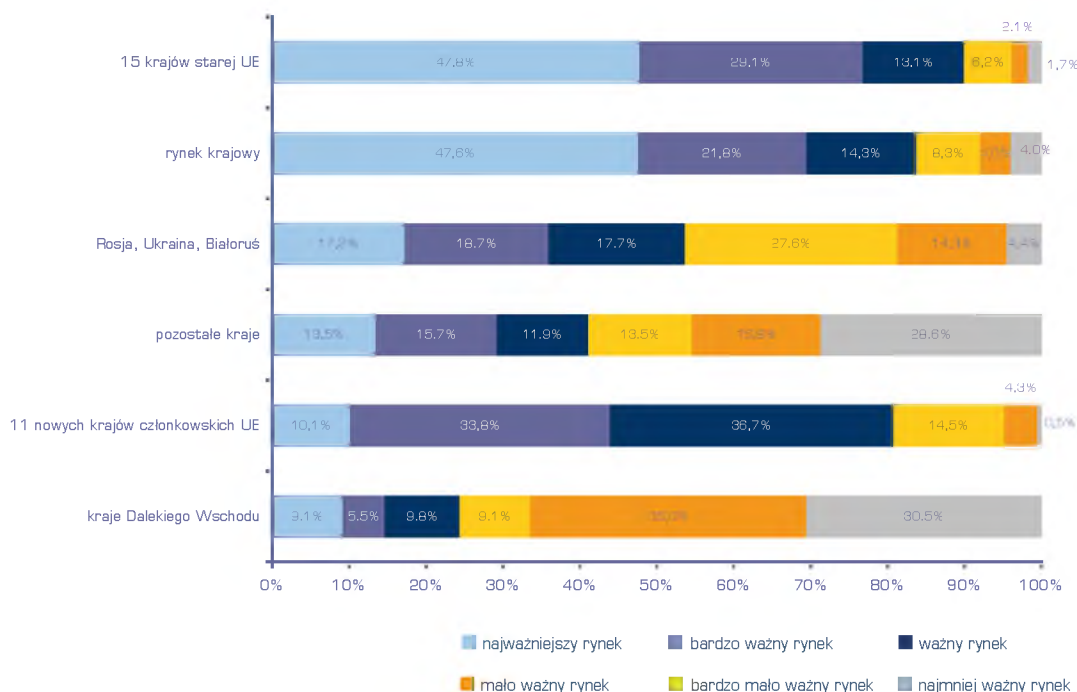
Źródło: Badania ankietowe

Pomorskie firmy miały stosunkowo najwięcej problemów z niewypłacalnością partnerów z Niemiec. Az 29,9% wszystkich nierozliczonych transakcji dotyczyło umów zawartych z firmami niemieckimi. Związane jest to zapewne z tym, że udział niemieckiego rynku w eksporcie Pomorza jest relatywnie wysoki. Druga – pod względem liczby niewypłacalnych partnerów – na liście jest Rosja [13,1 %], a trzecia Brytania [8,4%].

II.6. Rynki eksportowe, eksport do UE

Ocena działalności firm eksportujących na Pomorzu ma również na celu poznanie planów ich przyszłej działalności oraz ekspansji, a także preferencji związanych z rynkami zbytu.

Wykres 12: Plany dotyczące zwiększenia sprzedaży w bieżącym roku. Ważność poszczególnych rynków



Źródło: Badania ankietowe

Jak wynika z opinii respondentów planują oni zwiększenie sprzedaży na rynki zagraniczne. Plany „ekspansji” eksportowej dotyczą różnych rynków, największa jednak część respondentów [47,6%] uznaje 15 krajów „starej” UE za rynek „najważniejszy”. Minimalnie mniejszy jest udział firm [47,6%] dla których „najważniejszy” jest rynek krajowy. 11 nowych krajów członkowskich ma rangę najważniejszego rynku dla 10,1 % badanych firm. Z kolei najmniej ważne dla badanych firm Pomorza są rynki krajów Dalekiego Wschodu i tzw. innych krajów.

Nie ulega kwestii, że wymiana w ramach rynku wewnętrznego UE przynosi wiele korzyści. Wynika to z następujących powodów:

- jest to obszar bliski w sensie geograficznym, co minimalizuje tzw. koszty kontaktu oraz transportu,
- rynek UE stanowi obszar bez granic wewnętrznych, na którym wyeliminowano kontrole graniczne, uproszczono procedury związane z tranzytem i przewozem ładunków,
- na rynku tym obowiązują wspólne normy i standardy ułatwiające wymianę,
- w UE obowiązują precyzyjne zasady związane z polityką handlową i konkurencji,
- w UE istnieją instytucje, przed którymi można dochodzić swoich praw producenta i konsumenta,
- ze względu na to, że w większości krajów członkowskich wprowadzono wspólną walutę, uproszczone są rozliczenia.

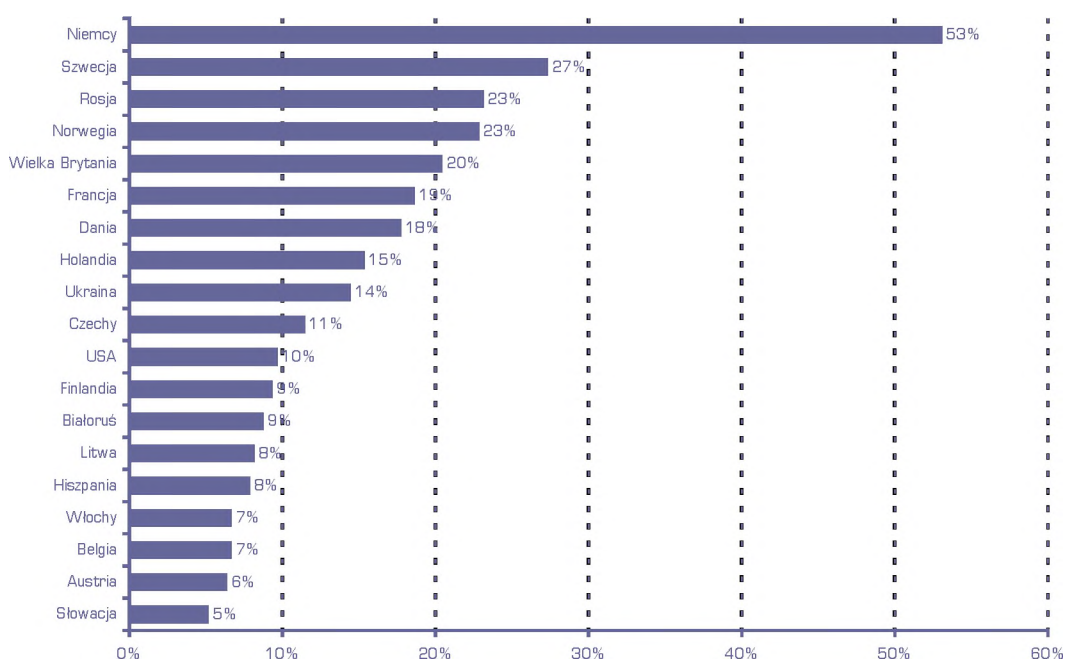
Z drugiej strony, na rynku unijnym panuje bardzo znaczna konkurencja. „Stara” UE to kraje o ugruntowanej gospodarce rynkowej, ukształtowanych preferencjach i wysokich oczekiwaniach konsumentów.

Jak już wspomniano, drugi pod względem „ważności” dla firm Pomorza jest rynek krajowy. Nie jest to zaskakujące, ponieważ jest to przede wszystkim rynek najlepiej producentom znany. Ponadto trzeba zwrócić uwagę na szereg jego dodatkowych atutów, takich jak: znaczna liczba konsumentów, stosunkowo niższe koszty transportu (ze względu na mniejsze odległości i taryfy), łatwiej dostępna sieć sprzedaży, łatwiejsza i tańsza kampania reklamowa, w której można wykorzystać znajomość gustów i zwyczajów konsumentów, tradycji i przyzwyczajeń. Rynek krajowy jest też pewnym poletkiem doświadczalnym dla firm: „wypróbowanie” produktów na rynkach krajowych może ułatwić potem ich eksport.

W kontekście odpowiedzi na to pytanie, wydaje się, że firmy Pomorza mogłyby zwrócić większą uwagę na regiony, które w tej chwili oceniają jako rynki najmniej ważne, czyli kraje Dalekiego Wschodu. Są to obszary z bardzo dużą liczbą konsumentów, często mniej wymagających od tych, zamieszkujących Europę. Z pewnością nawiązanie kontaktów oraz poznanie nowych partnerów wymaga pewnych wysiłków i nakładów, ale „wejście” na te rynki mogłoby się okazać w przyszłości bardzo opłacalne.

Wykres 13 przedstawia najbardziej obiecujące rynki eksportowe. Są przede wszystkim Niemcy, Szwecja, Rosja, Norwegia, UK, Francja oraz Dania i Holandia. Zaznaczyć należy, że wskazania respondentów pokrywają się z rzeczywistą geograficzną strukturą eksportu, określoną na podstawie danych GUS. Może to znaczyć, że ankietowane firmy nie będą poszukiwać nowych rynków zbytu, raczej skoncentrują swą aktywność na tych – które są im znane i na których są już obecne.

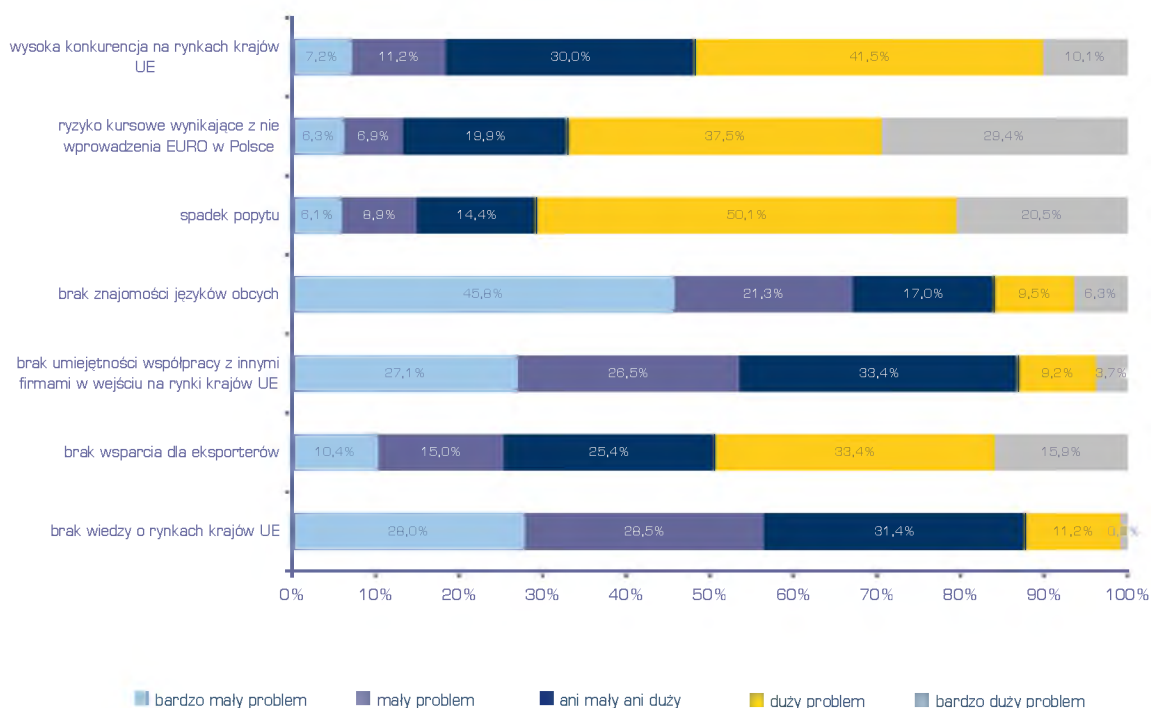
Wykres 13: Najbardziej obiecujące kraje/ryniki eksportowe według wskazań respondentów



Źródło: Badania ankietowe

Obecnie jednak najbardziej perspektywicznymi rynkami dla ankietowanych firm Pomorza jest UE. Nie oznacza to jednak, że niedostrzegane są pewne bariery związane z ekspansją na ten rynek

Wykres 14: Problemy w ekspansji eksportowej na rynki krajów UE

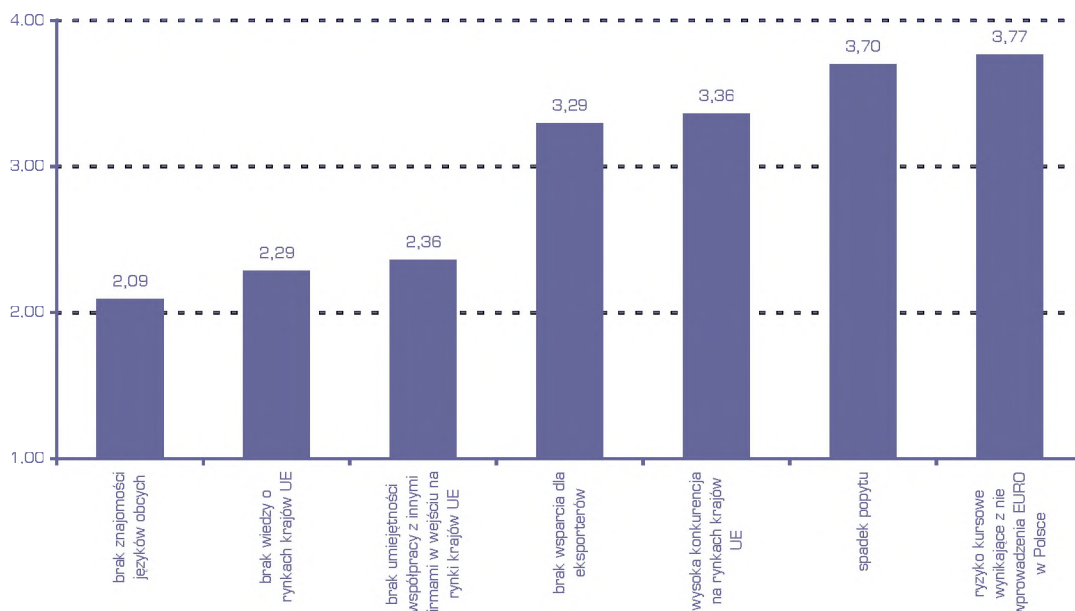


Źródło: Badania ankietowe

Jako bardzo duży problem, najczęściej, czyli 29,4% respondentów, wskazało ryzyko kursowe wynikające z nie wprowadzenia w Polsce euro. Dla 37,5% jest to duży problem, a dla 19,9% ani duży ani mały. Dla 6,9% ryzyko kursowe jest małym problemem, a dla 6,3% bardzo małym. Ponad jedna piąta respondentów [20,5%] za bardzo duży problem uznała spadek popytu związany z kryzysem gospodarczym (czynnik ten jest jednak przez największy odsetek badanych przedsiębiorstw – 70,6% – uznawany za „duży”). 15,9% respondentów uważa, że bardzo dużym problemem jest brak wsparcia dla eksporterów, a co dziesiąty – wysoki poziom konkurencji na rynkach krajów Unii Europejskiej [41,5% ankietowanych postrzega to jako „duży” problem].

Stosunkowo niewielka liczba respondentów wskazuje na czynniki związane z wiedzą czy umiejętnościami jako na te, które stanowią duże problem. Ponad 77% badanych ma jedynie bardzo małe lub małe problemy z brakiem znajomości języków obcych; duży problem ma z tym 9,5% ankietowanych, bardzo duży – 6,3%. 53,6% przedsiębiorstw nie ma też większych problemów z umiejętnością współpracy z europejskimi kontrahentami, a dla jednej trzeciej nie jest to ani duży, ani mały problem. Jedynie dla 0,9% ankietowanych bardzo dużym problemem jest brak wiedzy o samych rynkach UE; 28% z nich ma tutaj bardzo mały problem, 28,5% mały, a największa część, bo 31,5% – ani mały, ani duży.

Wykres 15: Problemy w ekspansji eksportowej na rynki krajów UE. Średnie na skali od 1-bardzo mały problem do 5-bardzo duży problem



Źródło: Badania ankietowe

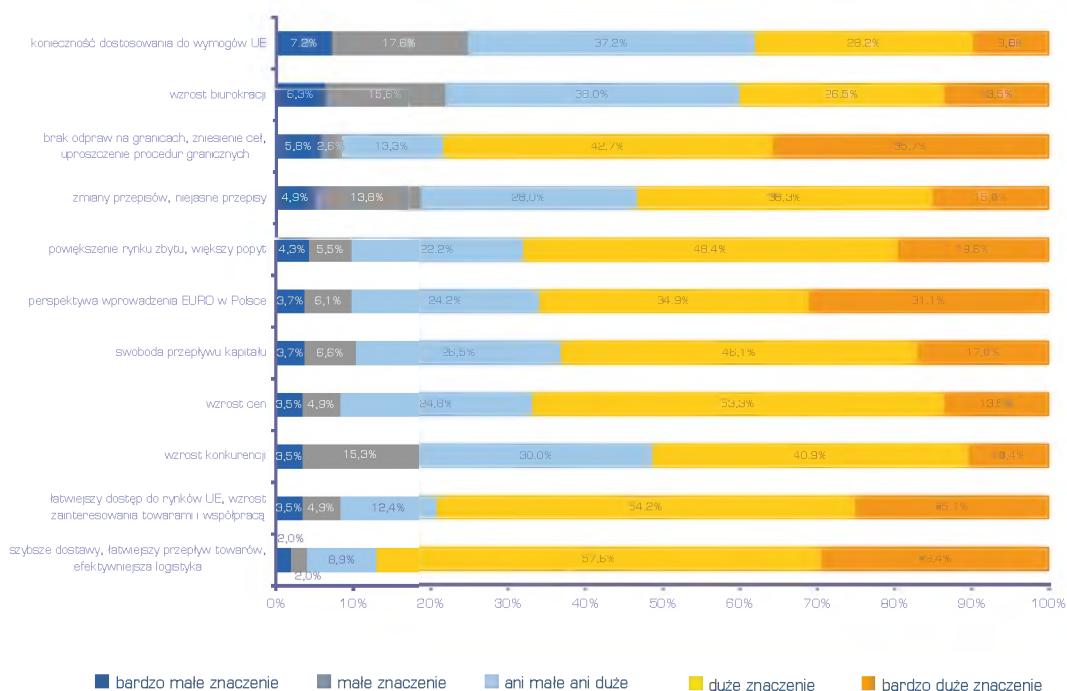
Uśrednione dane potwierdzają powyższe wnioski – dla badanych przedsiębiorstw największymi barierami w ekspansji eksportowej do UE są przede wszystkim czynniki zewnętrzne, takie jak ogólny stan gospodarki czy polityka gospodarcza i proeksportowa, a w mniejszym stopniu wewnętrzne, takie jak posiadana wiedza i umiejętności. Żaden ze wskazanych w badaniu problemów nie osiąga przy tym średniej oceny powyżej 4 [duży].

Zwraca uwagę fakt, że przedsiębiorstwa dostrzegają trudności związane ze spadkiem popytu. W świetle znacznego skurczenia się PKB największych gospodarek UE są one obecnie, bardzo istotne, jednak wraz z oczekiwaną poprawą koniunktury, popyt na tych rynkach wzrośnie.

II.7. Ocena skutków członkostwa w UE

Firmy potwierdzają, że członkostwo Polski w UE przyniosło wiele pozytywnych skutków. Najwięcej badanych firm [35,7% respondentów] wskazało, że bardzo duże znaczenie miało dla nich uproszczenie procedur granicznych. Podobną wagę przedsiębiorcy przywiązują do perspektywy wprowadzenia w Polsce Euro; dla 31,1% badanych problem ten ma znaczenie bardzo duże. Aż 87% firm stwierdziło, że wynikające z członkostwa w UE szybsze i łatwiejsze przepływy towarów oraz efektywniejsza logistyka mają duże lub bardzo duże znaczenie. 25,1% respondentów uznało łatwiejszy dostęp do rynków UE oraz wzrost zainteresowania towarami i współpracą za czynnik o bardzo dużym znaczeniu, podczas gdy kolejne 54,2% przypisało mu znaczenie duże.

Wykres 16: Znaczenie dla firm poszczególnych skutków członkostwa w UE



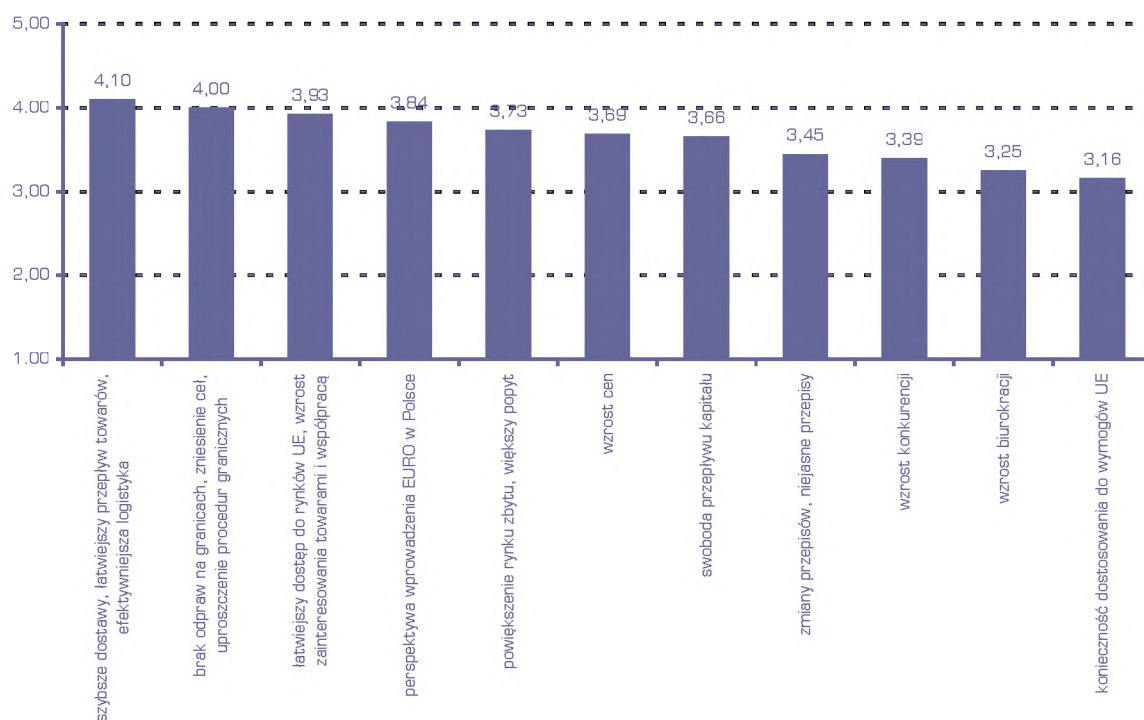
Źródło: Badania ankietowe

53,3% uznaje wzrost cen po przystąpieniu do UE za skutek o dużym znaczeniu, chociaż tylko 13,5% przypisuje temu efektowi znaczenie bardzo duże. Dla 48,4% firm duże znaczenie ma powiększenie rynku zbytu, a prawie co piąta uznaje ten efekt za bardzo ważny. Podobnie wyglądały odpowiedzi dotyczące swobody przepływu kapitału, chociaż liczba przedsiębiorców przypisujących duże lub bardzo duże znaczenie temu czynnikowi była mniejsza o 4,9 punktu procentowego.

Zarówno wzrost biurokracji, jak i konieczność dostosowania przepisów do wymogów UE, wywołały u respondentów podobne odczucia – w obu przypadkach niespełna 20% badanych uznało ich skutki za mało lub bardzo mało ważne, a po ok. 40% – za co najmniej duże lub ani małe, ani duże. Od obu tych efektów większe znaczenie miały zmiany przepisów lub niejasne przepisy, będące dużym lub bardzo dużym problemem dla 53% ankietowanych. Również nieznacznie ponad połowa firm wskazała wzrost konkurencji jako duży lub bardzo duży problem, podczas gdy 30% nie uznaje go ani za duże, ani za małe zagrożenie.

Oczywistym wnioskiem badania jest to, że praktycznie wszystkie wymienione skutki przystąpienia do UE miały dość duży wpływ na działalność przedsiębiorstw.

Wykres 17: Znaczenie dla firm poszczególnych skutków członkostwa w UE. Średnie na skali od 1-bardzo małe znaczenie do 5-bardzo duże znaczenie

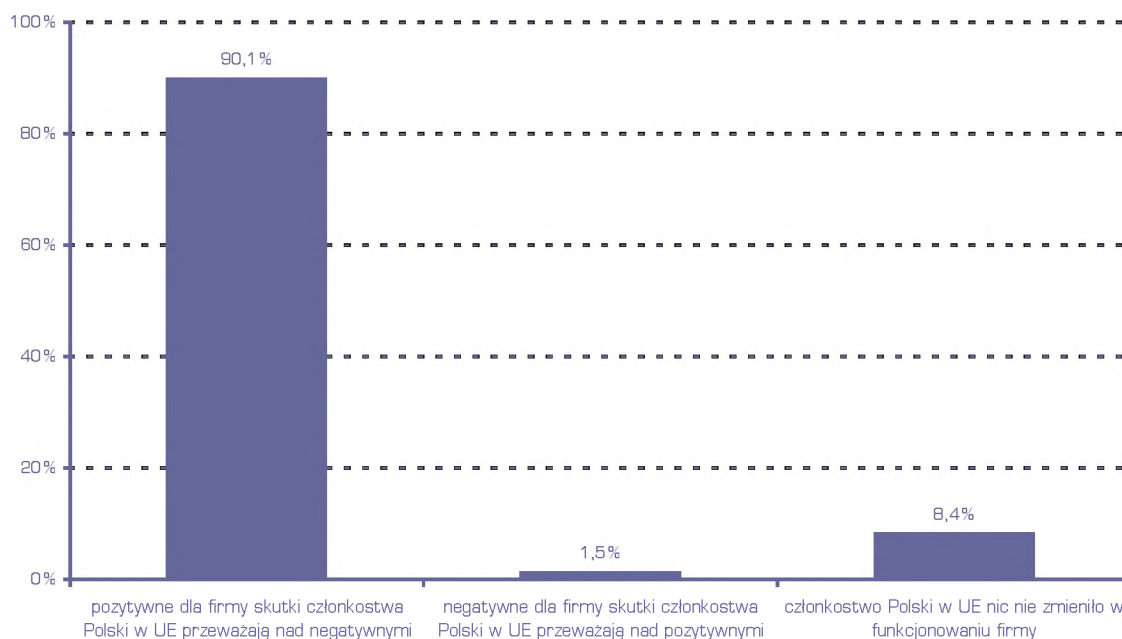


Źródło: Badania ankietowe

Uśrednione oceny skutków przystąpienia do Unii Europejskiej potwierdzają, jak ważna dla firm była integracja Polski z UE – żaden ze skutków akcesji nie osiągnął średniej oceny poniżej 3 [znaczenie ani małe, ani duże].

Kolejny ważny wniosek wynikający z analizy ankiet to fakt, że pozytywne skutki integracji są oceniane jako dużo ważniejsze niż te, które utrudniają funkcjonowanie przedsiębiorstwom – najważniejsze okazały się efektywniejsze przepływy towarów oraz zniesienie odpraw, cel, i uproszczenie procedur granicznych – średnia ocena tych czynników wynosiła 4 [znaczenie duże] lub więcej. Istotnie, badania empiryczne wskazują, że liberalizacja [przede wszystkim zniesienie barier fizycznych] przyczynia się do znacznej redukcji kosztów, w tym również nakładów związanych z czasem przewozu ładunków i „traconym” na odprawy na granicach. Ponadto, znajomość rynków, wspólne zasady dotyczące standardów, odpraw i tranzytu sprzyjają wzrostowi wymiany.

Wykres 18: Oceny członkostwa Polski w UE



Źródło: Badania ankietowe

Ocena skutków przystąpienia Polski do Unii Europejskiej przez badane firmy jest logiczną konsekwencją poprzedniego pytania – ponad 90% ankietowanych uznało, że pozytywne skutki akcesji dominują nad ocenami negatywnymi. Dla 8,4% badanych uzyskanie przez Polskę statusu członka UE nic nie zmieniło, jeżeli chodzi o funkcjonowanie firmy. Jedynie dla 1,5% przedsiębiorstw przystąpienie Polski do Unii przyniosło efekty negatywne.

II.8. Strategia rozwoju eksportu, wsparcie władz, konkurencyjność

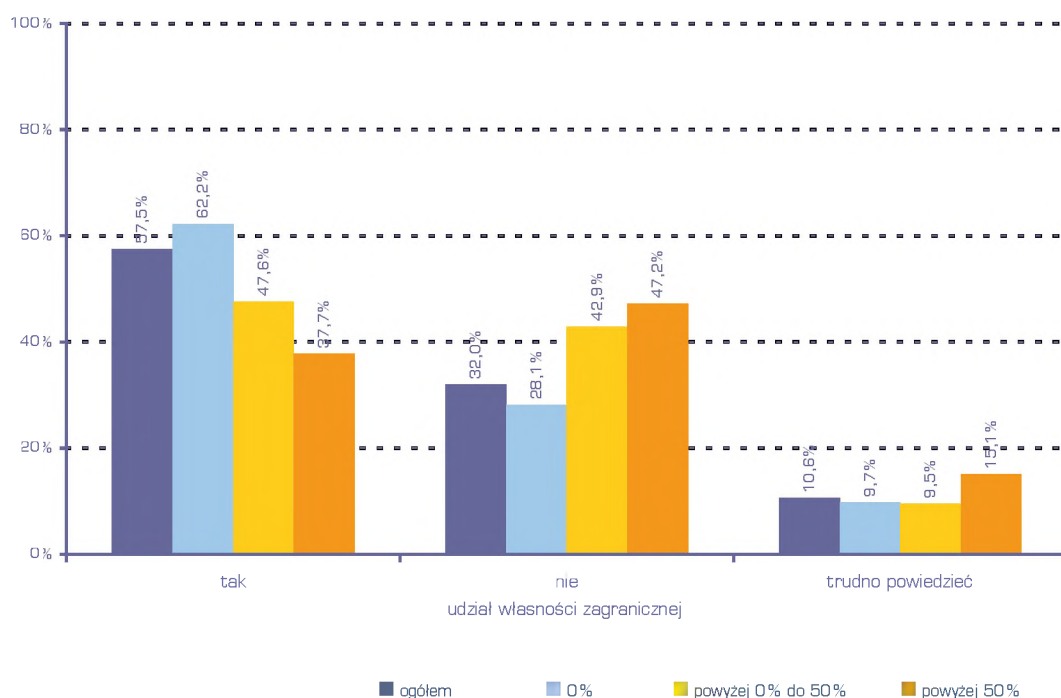
Dla wielu firm, zwłaszcza tych mało doświadczonych, rozpoczęcie i rozwijanie eksportu nie jest kwestią łatwą. Tym ważniejsze jest przygotowanie i wdrożenie odpowiedniej strategii rozwoju eksportu. 34,3% respondentów przygotowało taką strategię. Spośród tych firm, które takiej strategii nie przygotowały, aż 67,9% nie planuje jej opracowania, 16,6% ma zamiar przygotować taki dokument, a 15,5% nie jest w stanie jednoznacznie odpowiedzieć na zadane pytanie.

Wysoki udział odpowiedzi negatywnych jest zaskakujący, świadczy o tym, że dużo firm działa dość

spontanicznie i nie wyznacza sobie celów strategicznych oraz nie określa środków prowadzących do ich realizacji. Być może związane jest to z tym, że część przedsiębiorstw wykorzystuje pojawiające się okazje: od kontraktu do kontraktu. Z drugiej jednak strony, podstawy zarządzania wskazują na potrzebę opracowania strategii, która ułatwia i racjonalizuje działania, a także identyfikuje czynniki służące „zdobywaniu” nowych rynków zbytu.

Kolejne pytanie skierowane do respondentów dotyczyło oczekiwań w zakresie wsparcia ich działalności eksportowej przez władze regionalne. Mimo, że firmy są coraz bardziej samodzielne, pomoc ze strony władz regionalnych jest ciągle uważana za pożądaną. 57,3% respondentów jest zdania, że jest potrzebna, 31,7% wyraża pogląd, że jest ona zbędna, a 11% nie ma opinii na ten temat. Interesującym wydaje się porównanie potrzeb w zakresie pomocy regionalnej firm z kapitałem polskim i z udziałem kapitału zagranicznego.

Wykres 19: Oczekiwania wsparcia od władz regionalnych, porównanie odpowiedzi respondentów według udziału kapitału zagranicznego



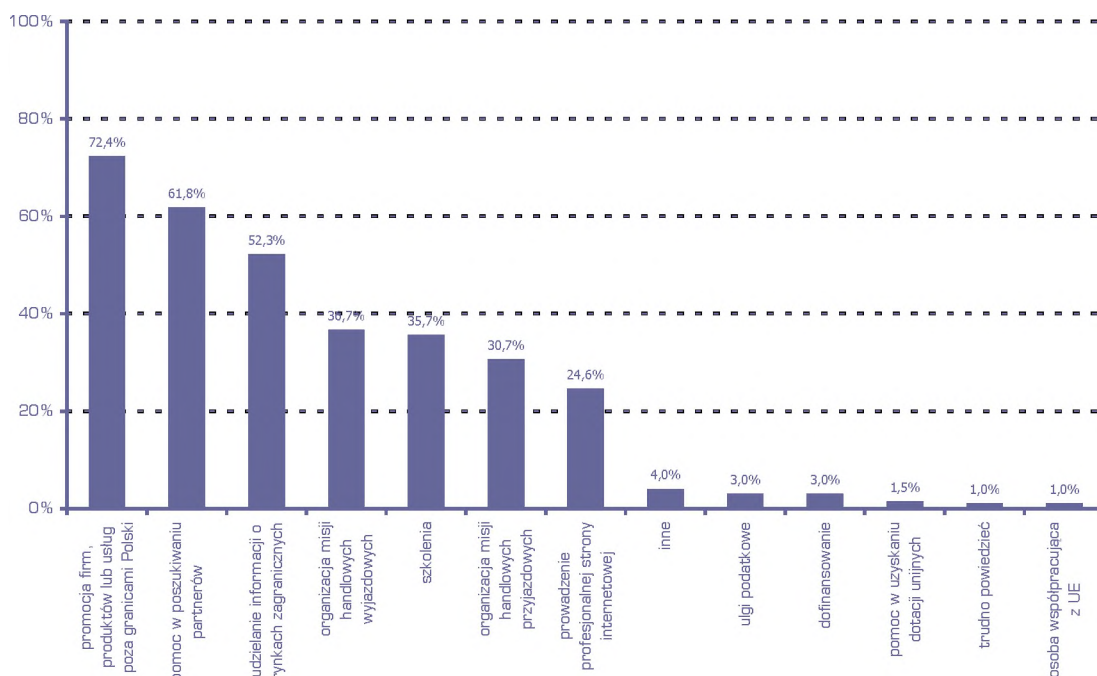
Źródło: Badania ankietowe

Jak wynika z uzyskanych odpowiedzi, najmniej wymagające pod tym względem są firmy z udziałem kapitału zagranicznego powyżej 50%. Tylko 37,7% uważa pomoc władz regionalnych za potrzebną, natomiast 47,2% nie oczekuje jej uruchomienia. Najbardziej z całej populacji badanych, pomocy tej oczekują firmy rodzime.

Odpowiedzi takie wydają się być uzasadnione. Firmy z udziałem kapitału obcego eksportują często produkty do krajów pochodzenia kapitału, a zatem na rynki bardzo dobrze im znane i dodatkowe wsparcie jest zbędne. Ich handel [eksport i import] często ma charakter typu wewnątrzgałęziowego [odbywa się między oddziałami firmy].

Polskie przedsiębiorstwa nie znajdują się w tak korzystnej sytuacji, stąd ich potrzeby w zakresie różnych form wsparcia są większe. Z punktu widzenia aktywności władz regionalnych, ważna jest identyfikacja, jakiego rodzaju działań oczekują eksporterzy.

Wykres 20: Oczekiwane formy pomocy od władz regionalnych



Źródło: Badania ankietowe

72,4% respondentów (najwyższy odsetek spośród wszystkich wymienionych opcji) oczekuje od władz lokalnych pomocy w zagranicznej promocji. 61,8% chętnie przyjąłoby również pomoc w poszukiwaniu partnerów, a 52,3% skorzystałoby z informacji o rynkach zagranicznych. 36,7% ankietowanych przedsiębiorców wskazało na takie działania jak: organizowanie misji handlowych wyjazdowych i przyjazdowych oraz szkolenia. Prawie jedna czwarta [24,6%] jest zdania, że właściwą formą wsparcia byłoby prowadzenie przez władze regionalne profesjonalnej strony internetowej.

Tylko 3% oczekuje pomocy pieniężnej, jak ulgi podatkowe czy bezpośrednie dofinansowanie. Bardzo nieliczne potrzebują od władz regionalnych pomocy w uzyskiwaniu unijnych dotacji, czy zatrudnienia osoby odpowiedzialnej za współpracę z UE. 5% respondentów oczekuje innych form pomocy niż wymienione lub nie potrafi określić swoich preferencji w tej sprawie.

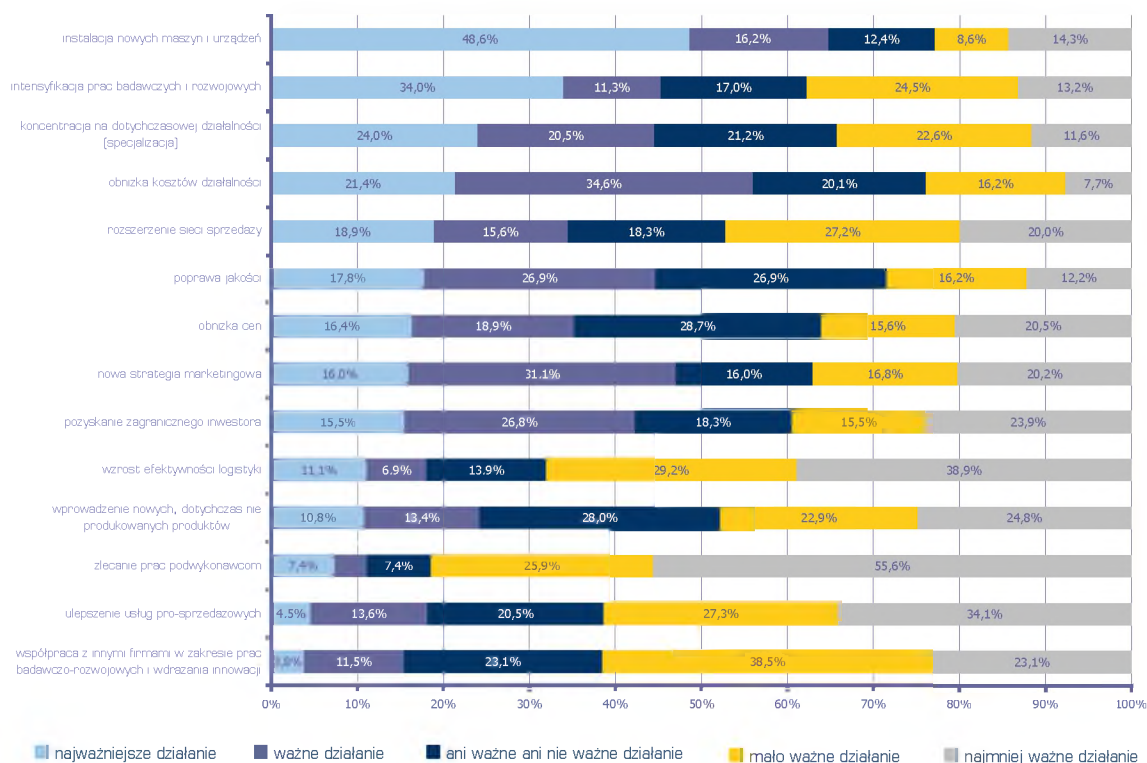
Analiza tej części odpowiedzi pozwala na stwierdzenie, że firmy dostosowały się do zasad gospodarki rynkowej i tylko znikoma część z nich uważa, że pożądane byłyby takie formy pomocy, jak ulgi podatkowe, czy dofinansowanie. Dominująca ich część oczekuje pomocy w zakresie lansowania produktów i usług. Oczekiwania te wydają się uzasadnione, ponieważ – jak wynika z wielu badań empirycznych, włączenie się władz w promocję całego regionu (w tym kojarzenie partnerów handlowych, reklama produktów firm regionalnych) jest z reguły skuteczniejsze od samodzielnych prób „dotarcia” do kontrahentów i konsumentów.

Pytanie to rozszerzono, prosząc respondentów o to, aby wskazali, czy są inne, niż wymienione w ankiecie formy pomocy, których oczekiwaliby od władz regionalnych. Odpowiedzi były zróżnicowane; znaczna część z nich dotyczyła problemów finansowych. Sugestie zgłaszane przez firmy dotyczyły: zmniejszenia podatków

lokalnych i od nieruchomości, ulg podatkowych, pomocy w finansowaniu rozwoju firmy i produkcji, dofinansowania uczestnictwa w targach międzynarodowych, dofinansowywania firm, jeżeli zmuszone są one czasowo zawiesić produkcję.

Inne propozycje to: pomoc w pozyskiwaniu pieniędzy z Funduszy Strukturalnych, utworzenie stanowiska koordynatora ds. współpracy z krajami UE, pomoc prawna, pomoc ze strony radców handlowych ambasad, pomoc w uzyskaniu informacji o średnich cenach produktu eksportowanego. Jest też grupa respondentów, która oczekuje, że władze regionalne wpłyną na zahamowanie wahań kursów walutowych oraz ustabilizują ceny paliw.

Wykres 21: Działania podejmowane w firmach w celu poprawy konkurencyjności oferty eksportowej



Źródło: Badania ankietowe

Kolejne pytanie skierowane do ankietowanych firm miało na celu wskazanie działań, które są przez nich podejmowane w celu poprawy konkurencyjności oferty eksportowej.

Prawie połowa [48,6%] respondentów za najważniejsze działanie sprzyjające wzrostowi konkurencyjności uznała instalację nowych maszyn i urządzeń. 34% uważa, że największe znaczenie ma prowadzenie prac badawczych i rozwojowych (choć równocześnie 24,5% uważa je za mało ważne, a 13,2% za najmniej ważne). 24% za klucz do wzrostu konkurencyjności uznaje dalszą specjalizację działalności.

Często wśród ważnych, choć zwykle nie priorytetowych działań, wymieniane są: obniżka kosztów działalności, nowe strategie marketingowe, poprawa jakości oraz pozyskanie zagranicznego inwestora. Rozbieżne zdania panują w sprawie rozszerzania sieci sprzedaży; po ok. 20% respondentów uznaje to za najbardziej i najmniej ważne działania.

Do najmniej ważnych działań ankietowane firmy zaliczały zlecenie prac podwykonawcom, wzrost efektywności logistyki, współpracę z innymi firmami w sprawach innowacji i B + R [mimo, że intensyfikacja prac badawczych i rozwojowych jest często wymieniana jako działalność priorytetowa], czy ulepszanie usług pro-sprzedażowych.

Bardzo charakterystyczne jest znaczne zróżnicowanie odpowiedzi. Różnorodność działań na rzecz poprawy konkurencyjności może być wynikiem specyfiki firm i etapu ich dojrzałości. Przykładowo firmy zajmujące się eksportem surowców lub mało skomplikowanych, elementarnych podzespołów nie mają potrzeby intensyfikacji prac badawczo-rozwojowych. W kontekście odpowiedzi na to pytanie, nie zaskakują opinie dotyczące potrzeby nasilenia współpracy w zakresie B + R z innymi firmami. Dla 23,1 % firm jest to działanie najmniej ważne, a dla 38,5 % mało ważne. Może to stanowić sygnał, że w Polsce nie ma jeszcze tradycji tego rodzaju współpracy i przedsiębiorstwa nie dostrzegają korzyści, jakie się z nią wiąza.

Pewne kontrowersje może budzić fakt, że aż dla 34,1 % firm najmniej ważne, a dla 27,3 % mało ważne jest rozwijanie usług pro-sprzedażowych. Być może jest to wynikiem tego, że te firmy, które działają na rynku od dawna zdołały opracować strategie marketingowe, mają z reguły dobrze rozwinięte usługi pro-sprzedażowe i nie muszą starać się o ich poprawę. Może to też być spowodowane tym, że nie zajmują się one sprzedażą bezpośrednią, ale korzystają z usług wyspecjalizowanych pośredników.

Dość istotne jest to, że zaledwie 16,4 % firm widzi szansę poprawę konkurencyjności w obniżce cen. Jak wiadomo konkurencję przy pomocy cen prowadzą z reguły firmy, które oferują wyroby o niskim stopniu przetworzenia. Producenci wysoko przetworzonych, nowoczesnych dóbr współzawodniczą o klienta raczej przy pomocy jakości, marki, gwarancji bezusterkowego działania produktów. Taki rozrzut odpowiedzi świadczy o tym, że albo ceny na wyroby są dostatecznie niskie i nie stanowią dla konsumentów bariery, albo w sprzedaży wykorzystywane są inne, pozacenowe atuty dóbr.

Z drugiej strony niezwykle silna konkurencja ze strony towarów chińskich polega głównie na tym, że ich ceny – w porównaniu do innych – są bardzo niskie. Dlatego nieco zaskakujące jest to, że aż 20,5 % respondentów uznało działania na rzecz redukcji cen jako najmniej ważne. W kontekście odpowiedzi na to pytanie, warto odnotować, że aż 55,6 % firm uważa, że zlecenie produkcji dóbr podwykonawcom jest najmniej ważne, a 25,9 % mało ważne. Jak wiadomo, bardzo dużo przedsiębiorstw europejskich i amerykańskich zleca wykonanie produktów chińskim [czy innym azjatyckim] wykonawcom, dostarczając surowce, materiały i design. Wykorzystując tanią siłę roboczą są w stanie obniżyć ceny i skuteczniej walczyć o klienta. Być może stanowić to powinno wskazówkę dla pomorskich firm, aby w szerszym zakresie wykorzystywać podwykonawców, w tym również zagranicznych.

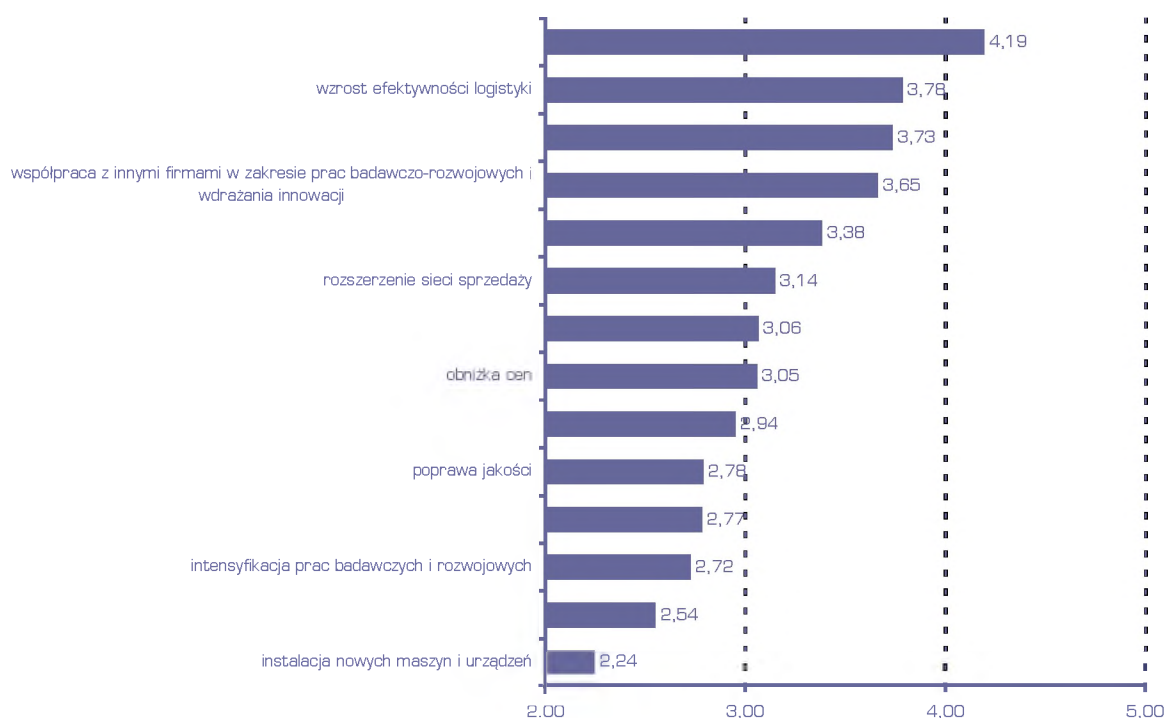
Interesujące jest również to, że działania na rzecz poprawy jakości są uważane za ważne przez 26,9 % respondentów, a za ani ważne ani nieważne przez dokładnie taką samą grupę ankietowanych [26,9 %]. „Tylko” 17,8 % firm uważa to za działanie najważniejsze. Jak wiadomo, jakość produktów na wymagającym rynku konsumenta ma bardzo duże znaczenie, dlatego zaniechanie działań na rzecz jej ciągłej poprawy wydaje się nieuzasadnione.

Podobnie, w kontekście agresywnie działających zachodnich firm, zastanawia stosunkowo zachowawcze podejście do wprowadzania nowych produktów. Jak wykazują badania, na rynek trafia corocznie wiele nowych produktów lub przynajmniej znacznie ulepszonych. Tymczasem respondenci deklarują, że działania na rzecz wprowadzenia nowych produktów są najważniejsze tylko dla 10,8 %, dla 28 % są ani ważne ani nieważne, a dla 24 % najmniej ważne.

W podsumowaniu średnich ocen widać, że ankietowane firmy upatrują klucza do poprawy swojej konkurencyjności w długoterminowych inwestycjach [jak B + R czy nowe urządzenia], a także bardziej ogólnych działaniach mających na celu poprawę jakości i obniżkę kosztów.

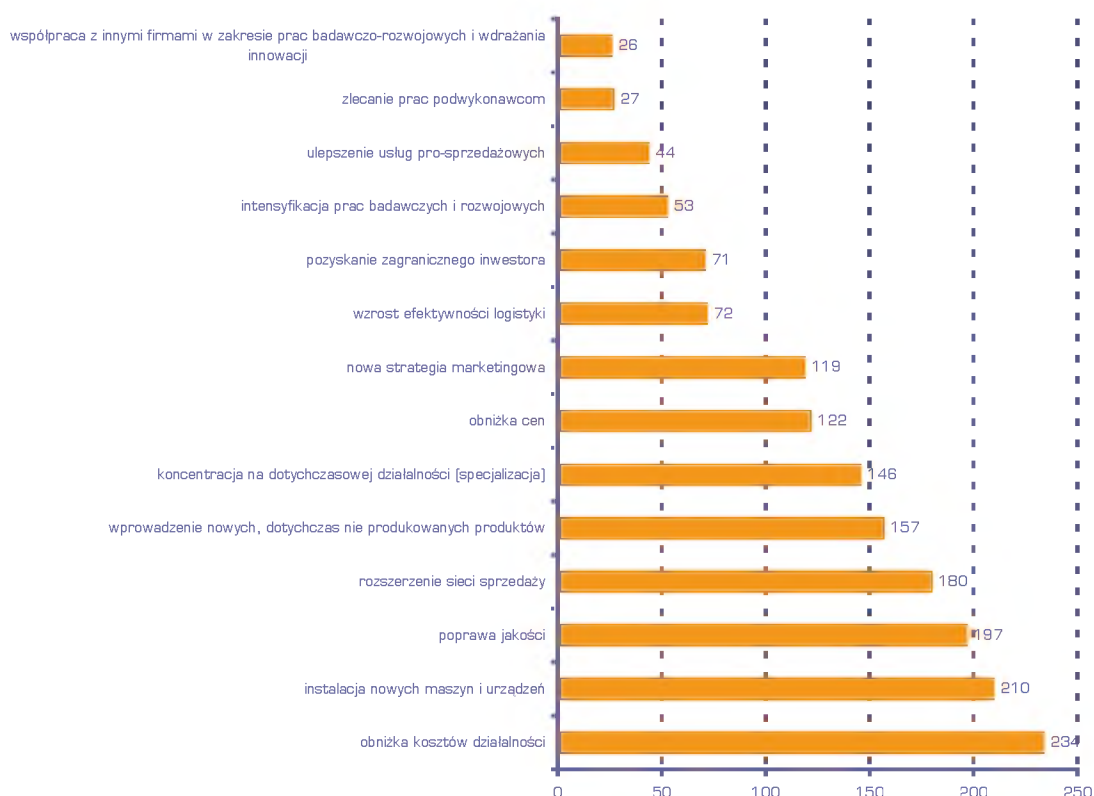
Kolejne dwa wykresy należy analizować łącznie. Na pierwszym z nich przedstawiono działania podejmowane w firmach w celu poprawy konkurencyjności oferty eksportowej z prośbą o wskazanie wagi poszczególnych działań na skali od 1 do 5 [od 1 – najważniejsze działanie do 5 – najmniej ważne], na drugim liczbe firm wskazujących na poszczególne działania.

Wykres 22: Działania podejmowane w firmach w celu poprawy konkurencyjności oferty eksportowej. Średnie na skali od 1-najważniejsze działanie do 5-najmniej ważne działanie



Źródło: Badania ankietowe

Wykres 23: Liczba firm wskazujących poszczególne działania podejmowane w firmach w celu poprawy konkurencyjności oferty eksportowej



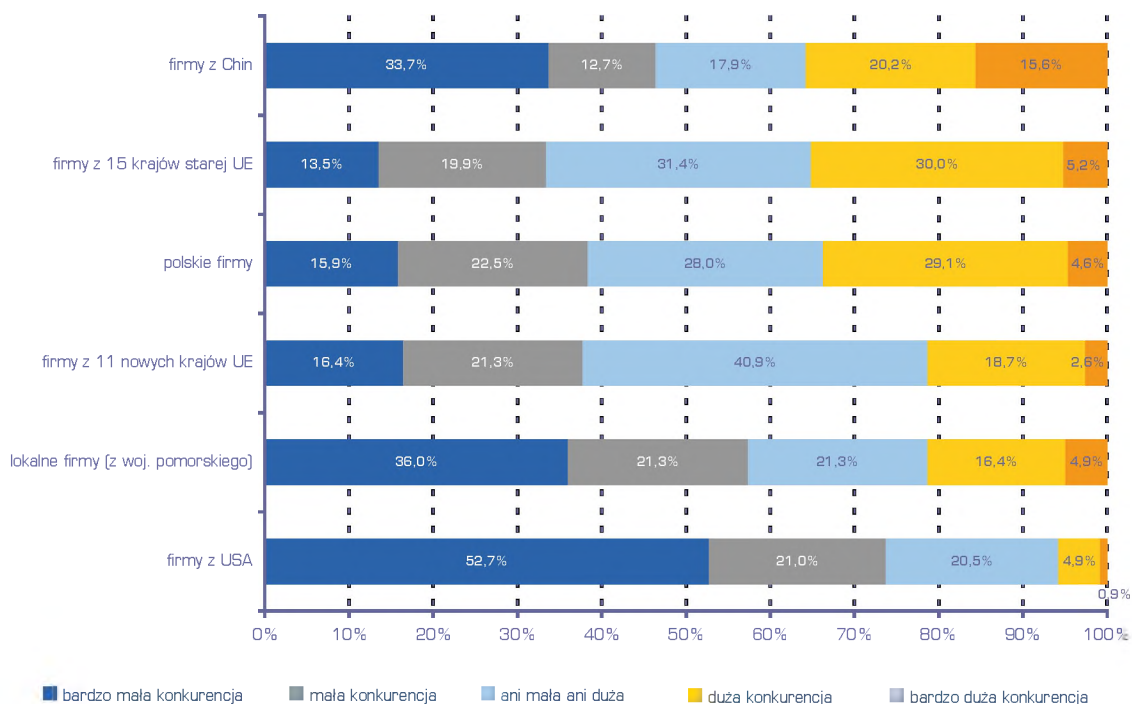
Źródło: Badania ankietowe

Zestawienie odpowiedzi przedstawionych na wykresach pozwala na konstatację, że istnieją grupy firm, dla których pewne działania mają większe znaczenie niż dla całej populacji.

Np. część ankietowanych firm upatruje klucza do poprawy swojej konkurencyjności w długoterminowych inwestycjach [jak B + R czy nowe urządzenia], a także bardziej ogólnych działaniach mających na celu poprawę jakości i obniżkę kosztów. Za stosunkowo nieważną przez część firm uznawana jest kooperacja z innymi przedsiębiorstwami, w postaci zlecania prac podwykonawcom lub wspólnych badań. Przedsiębiorstwa nie widzą też z reguły potrzeby ulepszania swych systemów logistycznych i usług pro-sprzedażowych.

Kolejne pytanie skierowane do firm miało na celu identyfikację najpoważniejszych konkurentów w sensie krajów, z których się rekrutują.

Wykres 24: Na ile firmy z wymienionych regionów stanowią konkurencję na zagranicznych rynkach, na których pomorskie firmy oferują swoje produkty?



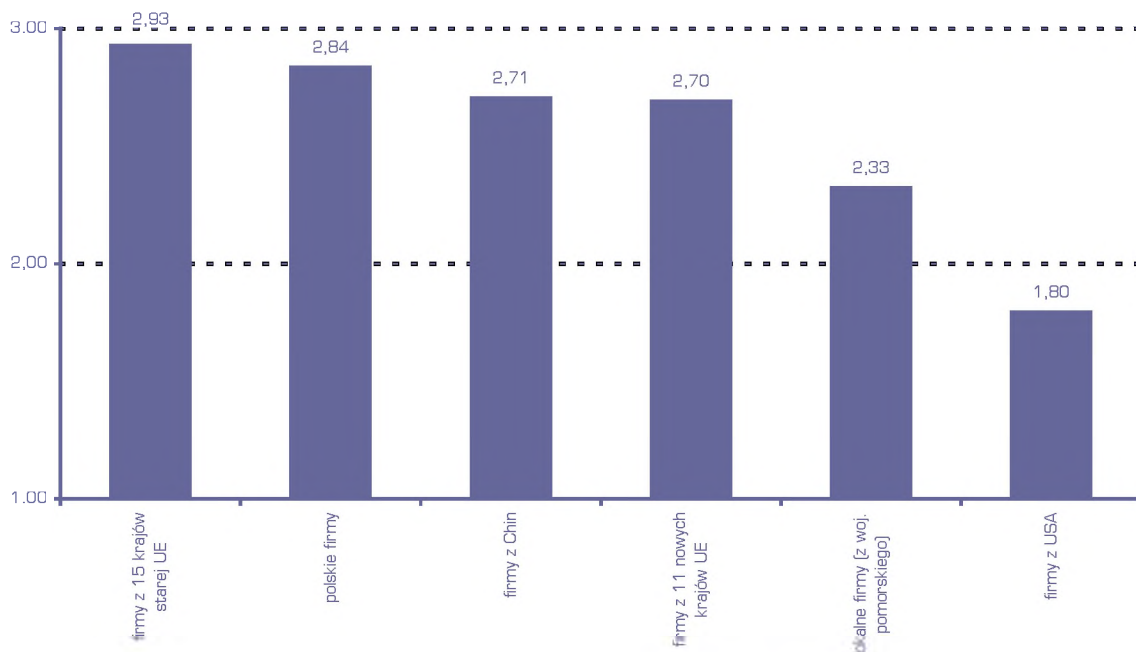
Źródło: Badania ankietowe

Największa część respondentów [15,6%] wskazuje na firmy chińskie jako bardzo konkurencyjne. Jak już wspomniano, najpoważniejszą „bronią” chińskich produktów są ich niskie ceny, przy pomocy których są w stanie skutecznie konkurować nie tylko z polskimi i pomorskimi przedsiębiorstwami. Zwraca jednak uwagę to, że dla 33,7% ankietowanych, Chiny są postrzegane jako kraj stwarzający bardzo małą konkurencję.

Firmy z 15 „starych” krajów UE, polskie, zlokalizowane w województwie pomorskim są postrzegane jako bardzo konkurencyjne przez ok. 5% badanych. Dla 30% badanych, firmy z UE 15 stanowią dużą konkurencję; dla 18,7% podobny stopień zagrożenia stwarzają firmy z „nowych” 11 krajów członkowskich, a dla 16,4% przedsiębiorstwa zlokalizowane na Pomorzu.

W przypadku firm „nowej” 11 w UE więcej respondentów uznaje je za konkurencję małą niż dużą. Najmniej obaw u pomorskich przedsiębiorców budzi konkurencja ze strony firm z USA, z którymi w dużym lub bardzo dużym stopniu konkuruje tylko 5,8% firm, natomiast w bardzo małym – 52,7%.

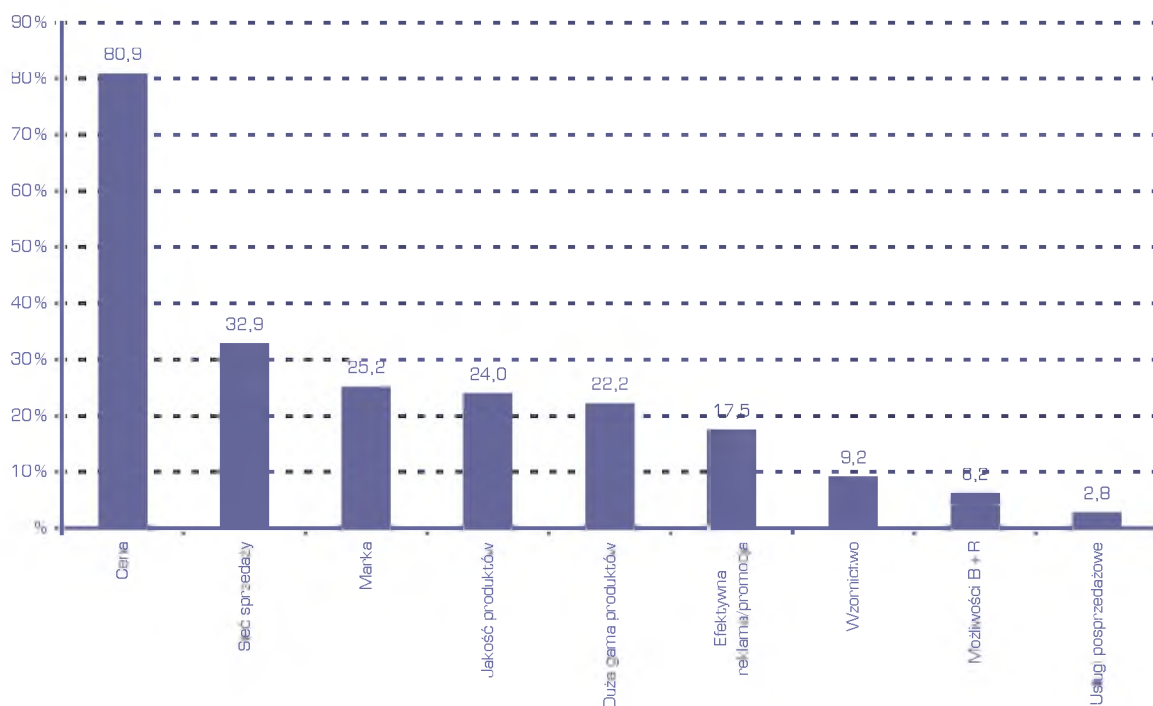
Wykres 25: Na ile firmy z wymienionych regionów stanowią konkurencję na zagranicznych rynkach, na których pomorskie firmy oferują swoje produkty? Średnie na skali od 1-bardzo mała konkurencja do 5-bardzo duża konkurencja



Źródło: Badania ankietowe

Średnie oceny potwierdzają to, że największą konkurencję dla pomorskich eksporterów – po UE15 – stanowią firmy rodzime. W dalszej kolejności znajdują się firmy chińskie i z pozostałych „nowych krajów członkowskich UE”. Lokalne firmy z województwa pomorskiego uznawane są za mniej konkurencyjne niż z pozostałych części kraju. Konkurencja ze strony firm amerykańskich odczuwana jest przez niewielki tylko odsetek lokalnych przedsiębiorstw. Jest to zapewne spowodowane znacząco mniejszą skalą handlu z tym krajem.

Wykres 26: Co jest głównym źródłem przewagi firm, które stanowią największą konkurencję na zagranicznych rynkach



Źródło: Badania ankietowe

Najważniejszym źródłem przewagi konkurencyjnej firm "współzawodniczących" o klientów z przedsiębiorstwami pomorskimi są ceny. Taką odpowiedź wskazało 80,9% badanych. Jest to ocena nieco zaskakująca w kontekście odpowiedzi uzyskanych na pytanie dotyczące działań podejmowanych w celu poprawy konkurencyjności oferty eksportowej [tylko 16,4% firm uznało obniżkę cen za działanie najważniejsze, a aż 20,5% za działanie najmniej ważne]. Konfrontacja tych dwóch odpowiedzi może sugerować, że – wobec konkurencji z chińskimi tanimi produktami – firmom nie warto podejmować batalii o obniżkę kosztów produkcji, bo są to próby zupełnie jałowe. Jest to wynikiem m.in. tego, że nie ma możliwości redukcji płac do poziomu akceptowanego przez chińskich pracowników.

Za drugie – z punktu widzenia ważności – źródło przewagi konkurencyjnej ankietowane firmy uznały sieć sprzedaży [32,9%]. Istotnie, posiadanie własnej sieci dystrybucji eliminuje pośredników i pozwala na bezpośredni kontakt z klientem. Organizacja takiej sieci wiąże się jednak ze znacznymi kosztami, na które firmy nie mogą sobie pozwolić.

25,2% wskazuje na markę produktu. Potwierdza to fakt, że obecnie konkurowanie za pośrednictwem marek jest bardzo ważnym elementem walki konkurencyjnej. Paradoks polega na tym, że wiele produktów sprzedawanych pod znanymi markami zostało wyprodukowanych na "taniach" rynkach, przy wykorzystaniu

niezwykle taniej siły roboczej [Chiny, Bangladesz, Indie]. Magia marki pozwala jednak "przyciągnąć" klientów, mimo, że mniej znane "etykiety" oferują dobra podobnej, a czasem nawet wyższej jakości. Wylansowanie marki jest jednak bardzo kosztowne i wymaga dużych nakładów finansowych; w dodatku wysiłki te nie zawsze są skuteczne i nie zawsze kończą się sukcesem.

24% ankietowanych jest zdania, że głównym źródłem przewagi konkurencyjnej innych firm jest jakość produktów [26,9% firm uważa działania na rzecz poprawy jakości za ważne, 17,8% za najważniejsze].

Jakość jest bardzo istotnym orężem walki o klienta, szczególnie w sytuacji, gdy niemożliwa jest konkurencja cenowa. Dlatego działania na rzecz poprawy jakości mogą przyczynić się do wzrostu udziału w wymagających rynkach krajów zachodnich; uzyskane odpowiedzi świadczą jednak o tym, że mimo działań na rzecz poprawy jakości (w tym również harmonizacji norm i standardów, wprowadzenia kontroli jakości), zagrożenie ze strony innych firm jest ciągle znaczące.

22,2% ankietowanych uważa, że głównym źródłem przewagi konkurencyjnej innych firm jest duża gama produktów. Faktycznie, jednym ze stałych działań jest dążenie do wprowadzenia na rynek produktów nowych lub quasi nowych [faktycznie lub pozornie ulepszonych]. Stwarza to znaczne zagrożenie konkurencyjne, ponieważ klienci, zachęceni reklamą, często te "nowe" produkty wybierają.

Dlatego ważna jest również efektywna reklama i promocja [17,5% firm wskazuje ją jako główne źródło przewagi konkurencyjnej].

Za czynniki o mniejszym znaczeniu ankietowane firmy uznają wzornictwo [9,2%], możliwości B + R [6,2%] oraz usługi posprzedażowe [2,8%].

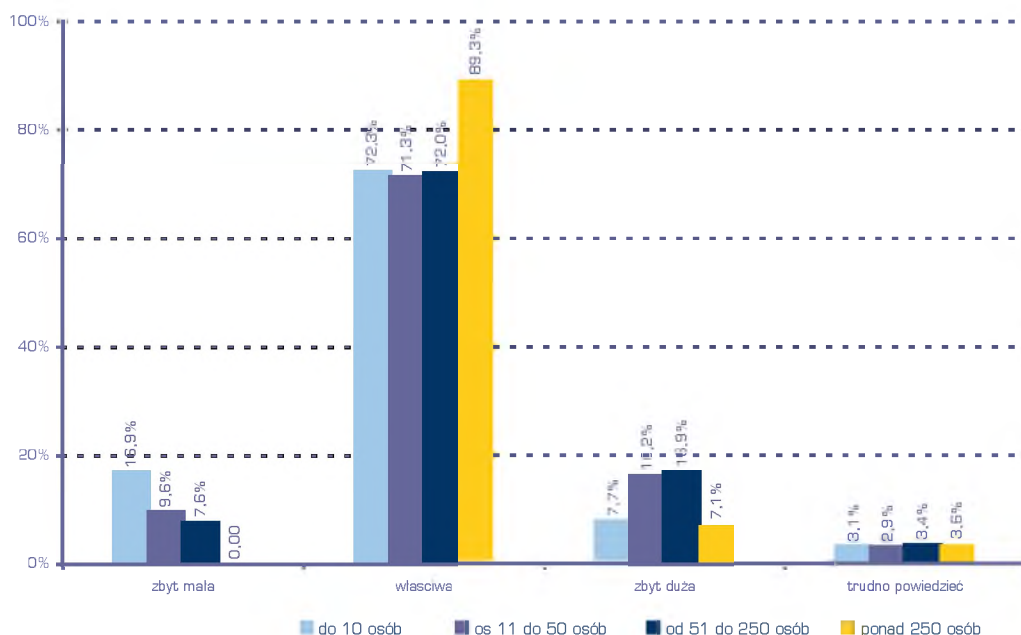
Zaskakujące jest to, że stosunkowo mało firm wskazuje na możliwości związane z B + R. Świadczy to tym, że pomorskie firmy albo jeszcze nie dostrzegają ogromnych możliwości i pozytywnych skutków związanych z intensyfikacją działalności związanej z badaniami i rozwojem, albo ich profil produkcji nie wymaga zwiększenia zakresu dotychczas prowadzonych badań.

Pytanie rozszerzono, prosząc firmy, aby wskazały na ewentualnie inne źródła przewagi konkurencyjnej firm. Wśród najczęściej wskazywanych znalazły się takie odpowiedzi, jak: zasoby finansowe, wielkość [są znacznie większe], ugruntowana pozycja na rynkach [znacznie dłużej są tam obecne], tradycja, większe ułatwienia prawne, rozpoznawalność i marka, położenie geograficzne. Zwraca uwagę to, że sporo respondentów uznało, że źródłem przewagi są niższe koszty produkcji.

II.9. Poziom zatrudnienia, przyszłość firmy

Kolejny problem związany z oceną konkurencyjności dotyczy oceny stanu i prognozowanych zmian zatrudnienia. Jak wiadomo, w okresie spadku koniunktury firmy podejmują kroki dostosowawcze, zmierzające przede wszystkim do obniżenia kosztów. Jest to działanie często konieczne w obliczu kurczącego się popytu i spadku wartości sprzedaży.

Wykres 27: Ocena wielkości zatrudnienia w firmie w stosunku do sytuacji w eksporcie



Źródło: Badania ankietowe

Rozkład odpowiedzi wskazuje jednoznacznie na to, że najwięcej firm w każdej z grup wyróżnionych ze względu na wielkość zatrudnienia uważa, że jest ono "właściwe". Pojawiają się, co prawda, pewne różnice między największymi i mniejszymi przedsiębiorstwami, ale nie są one bardzo duże. Najbardziej "dostosowane" do realnych potrzeb produkcji i eksportu są rozmiary zatrudnienia w firmach zatrudniających powyżej 250 osób. Za "właściwe" uważa je 89,3% populacji ankietowanych firm, 7,1% ocenia je jako "za duże", żadna natomiast z nich nie deklaruje, że jest ono zbyt małe.

Bardzo zbliżone są udziały ocenianych zatrudnienie jako "właściwe" w pozostałych grupach przedsiębiorstw [zatrudniających do 10 osób, od 11 do 50 osób i od 10 do 250 osób].

Za takie uważa je 72,3% firm zatrudniających do 10 osób, 71,3% zatrudniających od 11 do 50 osób i 72% zatrudniających od 51 do 250 osób. Odpowiedzi te świadczą o tym, że firmy w znacznym stopniu zracjonalizowały zatrudnienie. Nie oznacza to jednak, że liczba zatrudnionych dokładnie odpowiada potrzebom produkcji i eksportu. 16,2% firm z grupy zatrudniającej od 11 do 50 osób i 16,9% z grupy zatrudniającej od 51 do 250 osób uważa, że jest ono za duże. Mniejsze dysproporcje pomiędzy zatrudnieniem pożądanym a faktycznym występują w grupie firm zatrudniających do 10 osób, w której 7,7% badanych uważa je za duże i w grupie zatrudniającej ponad 250 [7,1% ocenia je jako nadmierne].

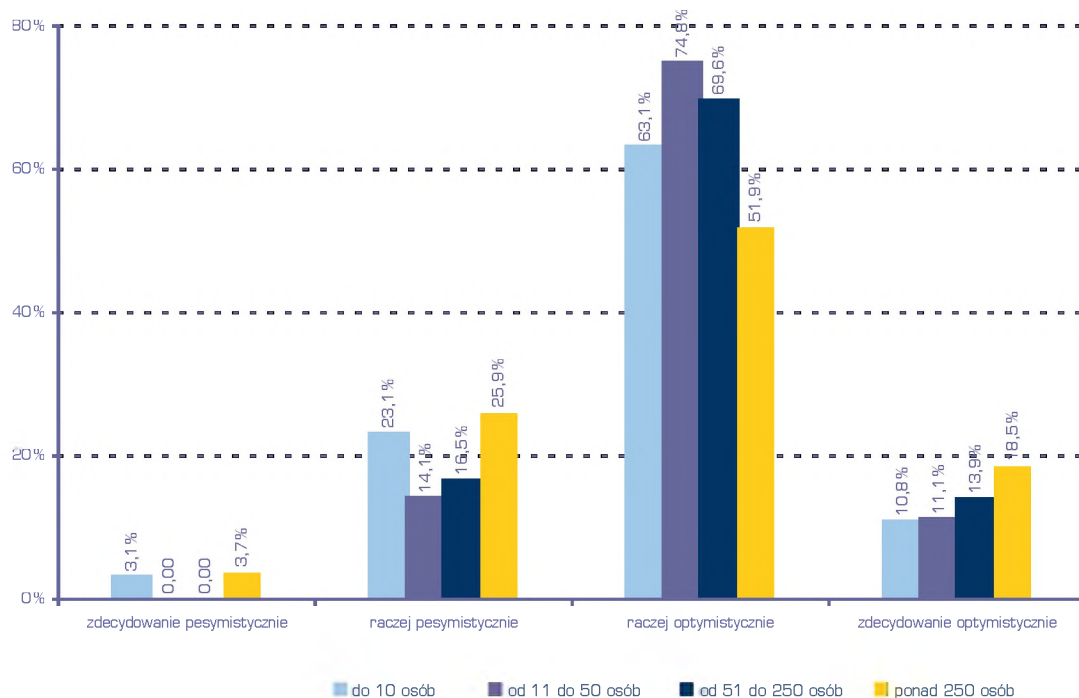
Trudno jednoznacznie stwierdzić, czy tego typu sytuacja jest rezultatem obecnego kryzysu, na który firmy jeszcze nie zdążyły zareagować redukcją zatrudnienia, czy jest wynikiem prowadzonej poprzednio polityki zatrudnienia. Można jednak sądzić, że racjonalizacja kosztów wymusi dostosowania polegające między innymi na redukcji etatów.

Warto również odnotować to, że część firm deklaruje, że zatrudnia "zbyt mało" osób. Najwięcej [16,9%], udzielających takiej odpowiedzi rekrutuje się z grupy przedsiębiorstw zatrudniających do 10 osób, następnie z grupy firm zatrudniających od 11 do 50 osób [9,6%] i z grupy zatrudniających od 51 do 250 osób [7,6%]. Oznacza to, że są jeszcze firmy, w których wzrost produkcji i eksportu są na tyle obiecujące, że pojawia się potrzeba wzrostu zatrudnienia. Symptomatyczne jest to, że relatywnie najwięcej takich firm rekrutuje się z grupy przedsiębiorstw najmniejszych [zatrudniających do 10 osób].

Analiza szczegółowych odpowiedzi na pytanie dotyczące planowanych zmian poziomu zatrudnienia wskazuje, że – jak już wspomniano – około 85%–90% respondentów nie antycypuje zmian [ani wzrostu ani spadku] poziomu zatrudnienia. W tych firmach, gdzie takie zmiany są planowane, w przeważającej większości firm nie przekroczą one 10% aktualnego poziomu zatrudnienia.

Kolejne pytanie dotyczyło prognozy rozwoju firm [z punktu widzenia zatrudnienia] w ciągu najbliższych dwóch lat. Pierwszym nasuwającym się wnioskiem płynącym z analizy ankiet jest to, że oceny raczej optymistyczne i zdecydowanie optymistyczne przeważają nad raczej pesymistycznymi i zdecydowanie pesymistycznymi.

Wykres 28: Prognozy rozwoju firm w nadchodzących dwóch latach. Struktura odpowiedzi według wielkości zatrudnienia



Źródło: Badania ankietowe

Relatywnie najbardziej optymistyczna (łącznie odpowiedzi: raczej optymistycznie i zdecydowanie optymistycznie) jest grupa przedsiębiorstw zatrudniających od 11-50 osób. 74,8% ich populacji ocenia perspektywę dotyczące zatrudnienia jako optymistyczne, a 11,1% jako zdecydowanie optymistyczne. Korzystne również są prognozy w grupie zatrudniającej od 51-250 osób [69,6% widzi przyszłość raczej optymistycznie, a 13,9% zdecydowanie optymistycznie].

Największy odsetek firm deklarujących prognozy jako bardzo optymistyczne rekrutuje się z grupy zatrudniającej ponad 250 osób [18,5%]. 51,9% tych przedsiębiorstw ocenia przyszłość jako raczej optymistyczną.

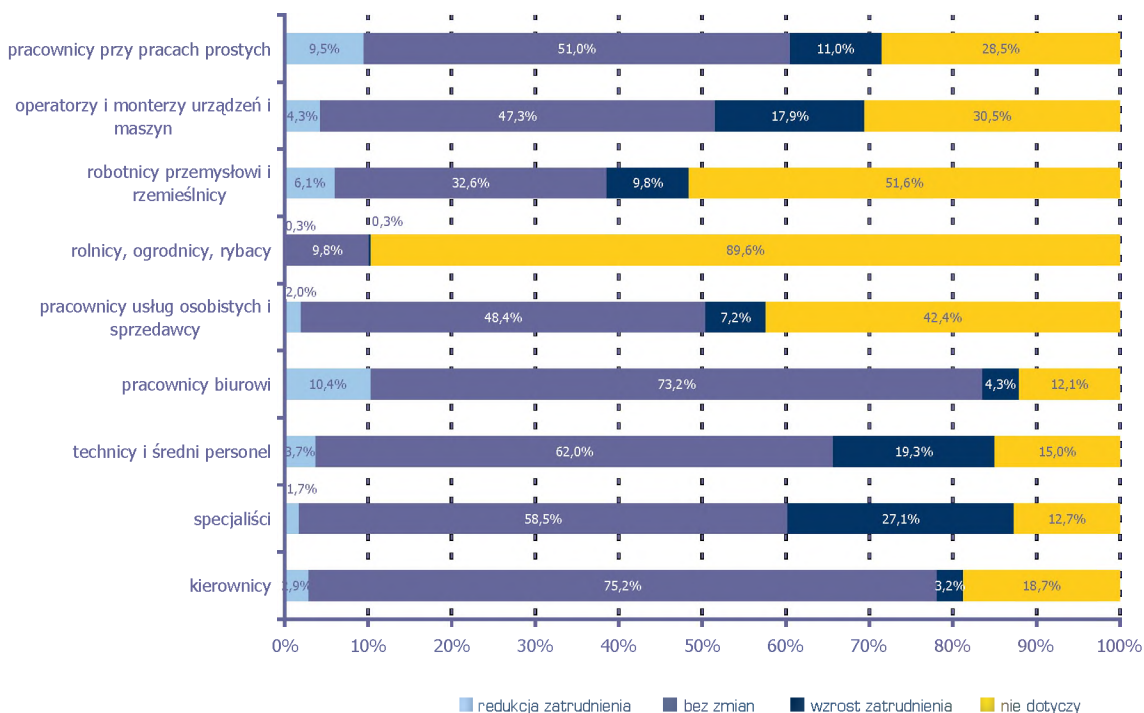
Warto podkreślić, że optymizm nie jest zarezerwowany tylko dla firm średnich. Aż 63,1% z grupy zatrudniającej do 10 osób ocenia przyszłość jako raczej optymistyczną, a 10,8% jako zdecydowanie optymistyczną.

Relatywnie największa grupa firm oceniających perspektywę funkcjonowania jako raczej pesymistyczne rekrutuje się z grupy zatrudniającej ponad 250 osób [25,9%], zaraz potem znajduje się grupa firm zatrudniających do 10 osób [23,1%]. Zbliżone są udziały odpowiedzi firm zatrudniających od 11 do 50 osób i od 51 do 250 [odpowiednio: 14,1% i 16,5%].

"Skrajni" pesymiści (oceny: zdecydowanie pesymistycznie) występują tylko w grupach zatrudniających do 10 osób [3,1% badanych] i ponad 250 osób [3,7% ankietowanych].

Generalnie zatem odpowiedzi są optymistyczne. Jest to godne podkreślenia, ponieważ, jak już wspomniano, optymizm jest jednym z ważnych wskaźników wyprzedzających badanie przebiegu koniunktury. Na podstawie odpowiedzi uzyskanych od ankietowanych można wnioskować, że kondycja firm eksportujących jest dobra i że, przynajmniej na razie, nie obawiają się oni większych problemów związanych ze spadkiem koniunktury.

Wykres 29: Prognozowane zmiany struktury zatrudnienia (wg grup zawodowych) w związku ze zmianą sytuacji w eksporcie



Źródło: Badania ankietowe

Jak wynika z odpowiedzi uzyskanych od ankietowanych przedsiębiorców, nie przewidują oni drastycznej redukcji zatrudnienia w związku z niekorzystną sytuacją gospodarczą na zagranicznych rynkach zbytu. Zdecydowana większość respondentów nie przewiduje radykalnych zmian we wszystkich wyszczególnionych kategoriach pracowników. Co więcej, prawie we wszystkich kategoriach zawodowych przewidywany wzrost zatrudnienia przewyższa prognozowany spadek – szczególnie mocno widać to w planach zatrudniania specjalistów oraz operatorów, techników, i średniego personelu. Jediną grupą zatrudnionych, u której prognozowane spadki zatrudnienia przewyższają jego wzrost, są pracownicy biurowi – chociaż nawet tutaj spadek przewiduje jedynie 10,4% respondentów.

Zakładane zmniejszenie liczby pracowników biurowych jest uzasadnione. W firmach produkcyjnych redukcja zatrudnionych na tych etatach nie ma wpływu na zmniejszenie mocy produkcyjnych, natomiast może sprzyjać obniżce kosztów.

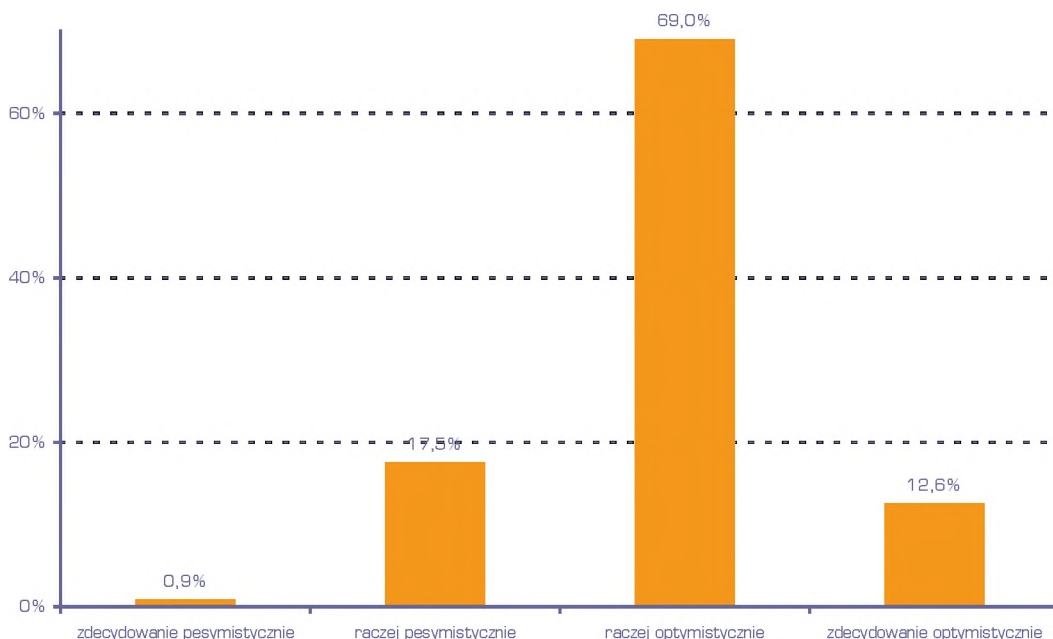
Przewidywane jest również spadek liczby pracowników wykonujących prace proste [o 9,5%]. Największy wzrost zatrudnienia przewidywany jest w grupie: specjaliści [o 27,1%], następnie technicy i średni personel [19,3%] oraz operatorzy urządzeń i maszyn [o 17,3%].

Odpowiedzi na to pytanie świadczą o tym, że – przynajmniej w okresie przeprowadzania wywiadu – objęte badaniem pomorskie firmy nie czuły silnej presji na radykalne obniżenie rozmiarów produkcji i – co się z tym wiąże – redukcję zatrudnienia. Drugie spostrzeżenie dotyczy tego, że stosunkowo największą stabilizacją, jeżeli chodzi o zatrudnienie, cechują się grupy specjalistów, wykwalifikowani technicy i pracownicy bezpośredniego produkcji.

Odpowiedzi wskazują na zmieniające się potrzeby rynku pracy. Coraz bardziej są przydatni są pracownicy wysoko wykwalifikowani.

Na wykresie 30 przedstawiono prognozy dotyczące oceny rozwoju firm. Jak wynika z uzyskanych odpowiedzi przewidywania są raczej optymistyczne. Opinię zdecydowanie optymistyczną wyraża 12,6% respondentów, a optymistyczną 69% ankietowanych. Tylko 0,99% postrzega przyszłość firmy zdecydowanie pesymistycznie a 17,5% pesymistycznie.

Wykres 30: Ocena rozwoju firmy w najbliższych latach



Źródło: Badania ankietowe

W poszczególnych grupach firm pojawiają się pewne różnice, ale nie są one bardzo duże. Największy odsetek firm deklarujących, że przyszły rozwój firmy postrzegają jako bardzo optymistyczny rekrutuje się z grupy przedsiębiorstw z udziałem kapitału obcego oraz o wartości sprzedaży powyżej 50 mln PLN.

W kontekście kryzysu i spadku koniunktury na rynkach światowych odpowiedzi respondentów świadczą o ich relatywnie dobrych nastrojach. Jak wiadomo, nastawienie producentów i konsumentów jest z jednym istotnych elementów oceny koniunktury.

II.10. Podsumowanie

347 objętych badaniem firm to przedsiębiorstwa produkcyjne, prowadzące działalność eksportową. Większość z nich została założona po 1980 roku. Świadczy to tym, że w początkowej fazie transformacji panował większy optymizm i wiara w skuteczne działania. Sprzyjał temu budzący się „duch przedsiębiorczości”, który wyzwał nowe inicjatywy i zachęcał do podejmowania ryzyka. Można również wnioskować, że firmy te mają najtrudniejszy okres doświadczeń za sobą i cechuje je elastyczność i zdolność przystosowywania do zmieniających się warunków rynkowych, umiejętność dostosowywania oferty do preferencji klientów oraz utrzymywanie jakości produktów na odpowiednim poziomie.

Polityka pomorskich firm eksportowych w zakresie zatrudnienia pracowników na pełne etaty jest bardzo zróżnicowana i trudno mówić tutaj o jakichkolwiek prawidłowościach. Liczba zatrudnionych jest zapewne związana z wielkością produkcji oraz zważywszy na to, że są to firmy sprzedające na rynki zagraniczne, z wartością eksportu. Z odpowiedzi respondentów można wywnioskować, że polityka zatrudnienia prowadzona przez firmy jest racjonalna i zmierza do tego, aby liczba pracujących na etaty i umowy o pracę była uzasadniona potrzebami i rozmiarami produkcji. W badanych przedsiębiorstwach wśród pracowników dominują mężczyźni. Wynika to zapewne, przynajmniej częściowo, z profilu produkcyjnego badanych firm, których znaczna część reprezentuje branżę tradycyjnie zatrudniającą mężczyzn. Podobnie, w zarządach firm dominują mężczyźni. Jednak nawet, jeżeli uwzględnimy to, że badane firmy zatrudniają więcej mężczyzn, to i tak – proporcjonalnie – w kierownictwie istnieje ich nadreprezentacja. Należy jednak dodać, że pod tym względem ankietowana próba nie różni się od ogólnych prawidłowości charakteryzujących sektor przedsiębiorstw w Polsce.

W pomorskich, objętych badaniem firmach, nie występuje korelacja między wielkością firmy, a jej skłonnością do eksportu. W grupie firm, w których udział eksportu w przychodach ze sprzedaży jest najmniejszy znajdują się zarówno te najmniejsze jak i największe (o przychodach do 0,5 mln PLN, jak i powyżej 50 mln PLN). Podobnie wygląda to w grupie o najwyższym udziale eksportu w przychodach. Powinno to stanowić zachętę dla innych małych przedsiębiorstw, dla których eksport może stać się ważnym czynnikiem rozwoju.

Porównanie udziałów eksportu w przychodach ze sprzedaży w latach 2005–2008 pozwala na sformułowanie wniosku, że między 2005 a 2008 rokiem nieznacznie wzrosła rola eksportu. Spadł odsetek firm deklarujących udział eksportu w przychodach ogółem na poziomie do 20%. Prognoza na rok 2009 wskazuje, że wzrost roli eksportu – w czasie kryzysu został zahamowany.

Z pewnością kryzys w gospodarce światowej oraz na rynkach krajów będących najpoważniejszymi partnerami handlowymi Polski może mieć wpływ na popyt zagranicy na polskie towary. Pełne skutki kurczenia się popytu ujawniają się jednak dopiero po pewnym czasie, ponieważ reakcja firm jest opóźniona w stosunku do spadku koniunktury. Pogorszenie sytuacji gospodarczej najpoważniejszych polskich partnerów handlowych ma już obecnie wpływ na prognozy dotyczące wolumenu eksportu, ale nie są to oczekiwania skrajnie pesymistyczne: pewna liczba firm spodziewa się spadku obrotów, część przewiduje ich zwiększenie, inni odczuwają niepewność związaną z sytuacją na rynkach międzynarodowych. Nie ma wyraźnego związku między wielkością firmy a oczekiwaniami dotyczącymi rozwoju sytuacji (optymistyczne czy pesymistyczne), jakkolwiek oceny optymistyczne przeważają w opiniach firm dużych. Podobnie zróżnicowane są prognozy dotyczące salda obrotów handlu zagranicznego, największa część firm uznaje, że pozostanie ono bez zmian, część spodziewa się jego wzrostu, ale część spadku.

Na podstawie tych przewidywań nie można jednoznacznie oceniać zdolności dostosowawczych firm; po pierwsze są to prognozy, po drugie większy optymizm nie stanowi gwarancji przetrwania. Często właśnie najmniejsze firmy cechuje większa elastyczność, ponieważ są one w stanie skuteczniej działać w zmieniającym

się otoczeniu zewnętrznym. Związane jest to z mniejszą skalą działania i względnie łatwiejszym „przestawieniem” się na inny rodzaj produkcji.

Za czynnik o największym znaczeniu w rozwoju eksportu pomorskie firmy uznają wahania kursów walutowych, następnie niski popyt na rynkach zagranicznych oraz rosnące ceny surowców i materiałów. Zastanawiające jest to, że stosunkowo mniejsza liczba firm dostrzega wagę unowocześnienia procesów produkcji. Tego typu odpowiedź może sugerować, że produkcja w firmach eksportowych nie wymaga dodatkowych inwestycji modernizacyjnych lub, że firmy nie odczuwają presji na podwyższenie nowoczesności i jakości produkcji.

W badanych firmach eksport jest wyższy od importu, ale dla wszystkich import zaopatrzeniowy ma bardzo duże znaczenie. Zmiany cen importu zaopatrzeniowego (wywołane wahaniami kursów) nie są odczuwane w jednakowym stopniu przez wszystkie badane firmy, ponieważ waga tego importu jest niejednakowa, a jego udział w kosztach działalności jest bardzo różny. Odpowiedzi przedsiębiorców wskazują jednak na to, że w 2010 roku nie oczekują istotnych zmian w tym zakresie. Pojawia się tu pytanie, czy istotnie przyszły rok nie przyniesie podwyżek cen produktów importowanych. Sytuacja zależec będzie w znacznym stopniu od koniunktury na rynkach międzynarodowych: kryzys przyniósł obniżkę cen surowców, faza ożywienia (jeżeli nastąpi) może doprowadzić do wzrostu tych cen. Tego typu fluktuacje wpłyną zapewne na wydatki firm związane z zakupami dokonywanymi za granicą.

Formy sprzedaży produktów eksportowych firm Pomorza są zróżnicowane. Jak wiadomo, najbardziej opłacalny jest eksport „pod własną marką”. Tego typu sprzedaż prowadzi aż 54,2% pomorskich firm, a 16,4% – sprzedaż przede wszystkim pod własną.

Należy to uznać za sukces firm Pomorza, ponieważ świadczy to tym, że konsumenci identyfikują i odróżniają ich markę oraz, że stanowi ona gwarancję oczekiwanej jakości. Wejście na rynki krajów rozwiniętych z własnymi markami wymaga dobrej znajomości klientów, do których oferta jest skierowana oraz przeprowadzającej sprzedaż intensywnej kampanii reklamowej. Umiejętność przeprowadzenia tej kampanii świadczy o pewnej dojrzałości firm i ich umiejętnościach konkutowania z wieloma innymi dostawcami. Należy zwrócić również uwagę na to, że konkurencja ta odbywa się w warunkach nieco zniekształconych. Wiele zagranicznych producentów o uznanych markach zleca wykonanie produktów tanim wykonawcom i w ten sposób – konkurując marką czy logo – zdobywają dodatkowe zyski. Tego typu praktyki stosowane są również wobec polskich firm.

Aktywność pomorskich firm przejawia się również we wzrastającej liczbie realizowanych umów handlowych. Ważna, z punktu widzenia firmy, jest również liczba krajów, do których trafia eksport. „Eksportowa specjalizacja geograficzna” ma wiele pozytywnych stron; ograniczanie się do niewielkiej liczby rynków zbytu pozwala na lepsze poznanie ich specyfiki, odrębności, kultury, preferencji konsumentów. Zwiększa to możliwości stosowania aktywnego marketingu oraz elastyczność reakcji i dostosowania do wymagań klientów bez dużego różnicowania profilu produkcji. Dominacja kilku rynków ma jednak również negatywne strony. Spadek koniunktury i popytu w partnerskich krajach może spowodować zahamowanie produkcji eksportowej i istotnie wpłynąć na sytuację ekonomiczną firmy. Z tego punktu widzenia „bezpieczniejsza” jest większa dywersyfikacja rynków. Doświadczenia ostatniego załamania wskazują jednak na to, że w gospodarce globalnej kryzys może mieć również charakter globalny, a zatem nie ma żadnej gwarancji, że spadek popytu na jednym rynku można kompensować wzrostem sprzedaży do innych krajów. Należy jednak dodać, że jeżeli eksport obejmuje dobra homogeniczne, czyli niewymagające różnicowania produktu w zależności od rynku zbytu, wówczas większa liczba odbiorców w różnych krajach może determinować zwiększone rozmiary produkcji, co z punktu widzenia korzyści skali jest dla firmy opłacalne.

Liczba zawieranych umów i krajów, do których trafia eksport zmienia się w poszczególnych latach (czego dowodzi analiza danych statystycznych GUS dotyczących eksportu). Świadczy to tym, że pozyskanie partnerów handlowych nie jest równoznaczne z pełną stabilizacją; w kontaktach międzynarodowych ważne są również starania o ich utrzymanie.

Czynnikiem negatywnie wpływającym na rozwój firmy może być nieopłacalny eksport, który jest udziałem części pomorskich firm. W kontekście występowania nieopłacalnego eksportu można zastanawiać się nad racjonalnością sprzedaży produktów za granicę. Tego typu sytuacja może być tolerowana przez firmy tylko wówczas, gdy ma charakter przejściowy. Utrzymywanie się nieopłacalnego eksportu w dłuższym okresie (nawet przy kompensowaniu strat zyskami pochodzącymi ze sprzedaży na rynku krajowym) wymusza w końcu decyzję o jego zaniechaniu. Podtrzymywanie tego typu eksportu może – oprócz strat –

narażać producentów na zarzuty o stosowanie dumpingu, który jest niezgodny z zasadami polityki konkurencji UE. Należy jednak podkreślić, że zdecydowana większość respondentów we wszystkich grupach ankietowanych firm deklaruje, że nie prowadzi nieopłacalnego eksportu.

Czynnikiem negatywnie wpływającym na sytuację firm może być również niewypłacalność partnerów handlowych. Pomorskie firmy spotkały się z tym problemem; stosunkowo najwięcej niewypłacalnych partnerów pochodziło z Niemiec. Druga – pod względem liczby niewypłacalnych partnerów – na liście jest Rosja, trzecia Wielka Brytania. Uniknięcie strat spowodowane tego typu zdarzeniami jest trudne; formą zabezpieczenia się może być ubezpieczenie transakcji handlowych.

Najważniejszym rynkiem dla firm Pomorza jest UE15. Nie jest to zaskakujące zważywszy na bliskość tego regionu oraz na to, że między Polską a UE nastąpiło zniesienie barier fizycznych, technicznych i fiskalnych, co bardzo ułatwia i upraszcza wymianę handlową.

Wydaje się jednak, że firmy Pomorza mogłyby zwrócić większą uwagę na kraje, które w tej chwili oceniają jako rynki najmniej ważne, czyli kraje Dalekiego Wschodu. Są to obszary z bardzo dużą liczbą konsumentów, często mniej wymagających od tych, zamieszkujących Europę. Z pewnością nawiązanie kontaktów oraz poznanie nowych partnerów wymaga pewnych wysiłków i nakładów, ale „wejście” na te rynki mogłoby się okazać w przyszłości bardzo opłacalne.

Mimo wagi rynku UE, firmy Pomorza dostrzegają pewne bariery utrudniające wymianę. Należą do nich: ryzyko kursowe wynikające z nie wprowadzenia w Polsce euro, spadek popytu związany z kryzysem gospodarczym, wysoki poziom konkurencji na rynkach krajów Unii Europejskiej. Stosunkowo niewielka liczba respondentów wskazuje na czynniki związane z wiedzą czy umiejętnościami jako na te, które stwarzają duże problemy. Optymistyczne jest to, że coraz mniejsza liczba firm ma trudności związane z brakiem znajomości języków obcych oraz z brakiem umiejętności współpracy z europejskimi kontrahentami czy niedostateczną wiedzą o rynkach UE. Największymi barierami w ekspansji eksportowej do UE są przede wszystkim czynniki zewnętrzne, takie jak ogólny stan gospodarki czy polityka gospodarcza i proeksportowa, a w mniejszym stopniu wewnętrzne, takie jak posiadana wiedza i umiejętności.

Firmy potwierdzają, że członkostwo Polski w UE przyniosło wiele pozytywnych skutków, przy czym są one dużo ważniejsze niż te, które utrudniają funkcjonowanie przedsiębiorstwom – najważniejsze okazały się efektywniejsze przepływy towarów oraz zniesienie odpraw, cel i uproszczenie procedur granicznych.

Część firm ma przygotowaną strategię rozwoju eksportu i ją realizuje, znaczna jednak część jej nie posiada. Może to świadczyć o tym, że w kwestii eksportu część firm działa dość spontanicznie i nie wyznacza sobie celów strategicznych oraz nie określa środków prowadzących do ich realizacji. Być może związane jest to z tym, że część przedsiębiorstw wykorzystuje pojawiające się okazje: od kontraktu do kontraktu. Z drugiej jednak strony, pryncypia skutecznego zarządzania wskazują na potrzebę opracowania strategii, która ułatwia i racjonalizuje działania a także identyfikuje czynniki służące „zdobywaniu” nowych rynków zbytu.

Pomorskie firmy są coraz bardziej samodzielne, jednak pomoc ze strony władz regionalnych jest ciągle uważana za pożądaną. Najbardziej potrzebna jest pomoc w zagranicznej promocji, w poszukiwaniu partnerów, dostarczaniu informacji o rynkach zagranicznych. Ważne jest organizowanie misji handlowych wyjazdowych i przyjazdowych oraz szkolenia. Prawie jedna czwarta [24,6 %] jest zdania, że właściwą formą wsparcia byłoby prowadzenie przez władze regionalne profesjonalnej strony internetowej. Tylko 3% oczekuje pomocy pieniężnej, jak ulgi podatkowe czy bezpośrednie dofinansowanie. Bardzo nieliczne potrzebują od władz regionalnych pomocy w uzyskiwaniu unijnych dotacji, czy zatrudnienia osoby odpowiedzialnej za rozwój współpracy z krajami UE.

Na podstawie tych opinii można wnioskować, że firmy dostosowały się do zasad gospodarki rynkowej i tylko znikoma część z nich uważa, że pożądaną byłoby takie formy pomocy, jak ulgi podatkowe, czy dofinansowanie. Dominująca ich część chciałaby uzyskać pomoc w zakresie lansowania produktów i usług. Oczekiwania te wydają się uzasadnione, ponieważ – jak wynika z wielu badań empirycznych, włączenie się władz w promocję całego regionu [w tym kojarzenie partnerów handlowych, reklama produktów firm regionalnych] jest z reguły skuteczniejsze od samodzielnych prób „dotarcia” do kontrahentów i konsumentów.

Pomorskie firmy podejmują różne działania zmierzające do poprawy konkurencyjności. Za najważniejsze uznano instalację nowych maszyn i urządzeń, prowadzenie prac badawczych i rozwojowych, specjalizację, obniżkę kosztów działalności, nowe strategie marketingowe, poprawę jakości oraz pozyskanie zagranicznego inwestora. Rozbieżne zdania panują w sprawie rozszerzania sieci sprzedaży.

Do najmniej ważnych działań ankietowane firmy zaliczyły zlecenie prac podwykonawcom, wzrost efektywności logistyki, współpracę z innymi firmami w sprawach innowacji i B + R [mimo, że intensyfikacja prac badawczych i rozwojowych jest często wymieniana jako działalność priorytetowa], czy ulepszanie usług pro-sprzedażowych.

Zaskakujące jest to, że relatywnie niewielka liczba respondentów zgłasza potrzebę nasilenia współpracy w zakresie B + R z innymi firmami. Może to stanowić sygnał, że nie ma jeszcze tradycji tego rodzaju współpracy i przedsiębiorstwa nie dostrzegają korzyści, które ona stwarza. Podobnie, relatywnie niewielka część respondentów uważa za priorytetowe działania na rzecz poprawy jakości. Jak wiadomo, jakość produktów na wymagającym rynku konsumenta ma bardzo duże znaczenie; dlatego zaniechanie starań na rzecz jej ciągłej poprawy wydaje się nieuzasadnione.

Podobnie, w kontekście agresywnie działających zachodnich firm, stosunkowo zachowawcze jest podejście pomorskich firm do wprowadzania nowych produktów. Jak wykazują badania, na rynek trafia corocznie wiele nowych produktów lub przynajmniej znacznie ulepszonych.

Firmy planują pewne zmiany w zatrudnieniu, nie przewidują jednak drastycznej jego redukcji w związku z niekorzystną sytuacją gospodarczą na zagranicznych rynkach zbytu. Co więcej, prawie we wszystkich kategoriach zawodowych przewidywany wzrost zatrudnienia przewyższa prognozowany spadek – szczególnie mocno widać to w planach zatrudniania specjalistów oraz operatorów, techników, i średniego personelu. Największe zmniejszenie liczby pracowników ma dotyczyć etatów biurowych.

Odpowiedzi na to pytanie świadczą o tym, że – przynajmniej w okresie przeprowadzania wywiadów – objęte badaniem firmy nie czuły silnej presji na radykalne obniżenie rozmiarów produkcji i – co się z tym wiąże – redukcję zatrudnienia. Drugie spostrzeżenie dotyczy tego, że stosunkowo największą stabilizacją, jeżeli chodzi o zatrudnienie cechują się grupy specjalistów, wykwalifikowani technicy i pracownicy bezpośredniego produkcji.

Duża część pomorskich firm odczuwa presję konkurencyjną. Największa część wskazuje na firmy chińskie jako bardzo konkurencyjne. Jak wiadomo, najpoważniejszą „bronią” chińskich produktów są ich niskie ceny, przy pomocy których są w stanie skutecznie konkurować nie tylko z polskimi i pomorskimi przedsiębiorstwami. Istotne zagrożenie konkurencyjne stanowią inne polskie firmy. Lokalne firmy z województwa pomorskiego uznawane są za mniej konkurencyjne od tych z pozostałych części kraju. Konkurencja ze strony firm amerykańskich odczuwana jest przez niewielki tylko odsetek lokalnych przedsiębiorstw. Jest to zapewne spowodowane mniejszą znacząco skalą handlu z tym krajem.

Generalnie, przewidywania dotyczące rozwoju firm są raczej optymistyczne. W poszczególnych grupach firm pojawiają się pewne różnice, ale nie są one bardzo duże.

Największy odsetek firm deklarujących, że przyszły rozwój firmy postrzegają jako bardzo optymistyczny rekrutuje się grupy przedsiębiorstw z udziałem kapitału obcego powyżej 50%.

W kontekście kryzysu i spadku koniunktury na rynkach światowych odpowiedzi respondentów świadczą o ich relatywnie dobrych nastrojach. Jak wiadomo, nastawienie producentów i konsumentów jest z jednym istotnych elementów oceny przyszłego kształtowania się koniunktury.

Andrzej Stępnik, Ośrodek Badań Integracji Europejskiej, Uniwersytet Gdański

Adriana Zabłocka, Ośrodek Badań Integracji Europejskiej, Uniwersytet Gdański

III.1. Wprowadzenie

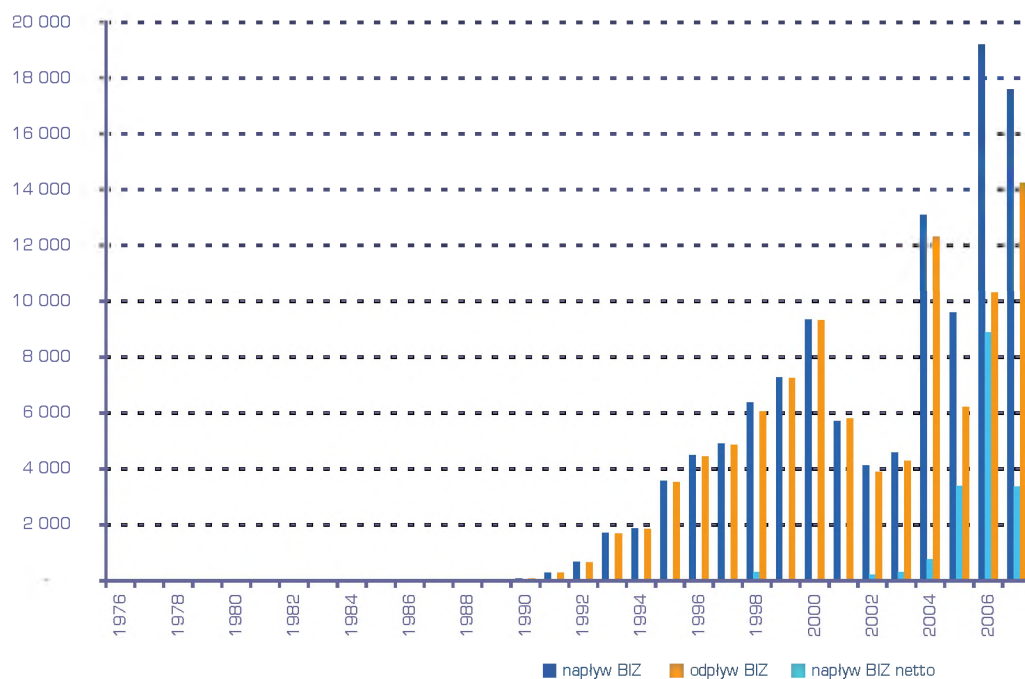
Proces internacjonalizacji zdefiniować można jako stopniowy wzrost zaangażowania przedsiębiorstw w działalność międzynarodową. W tradycyjnym ujęciu³⁵ pierwszym etapem tego procesu jest zazwyczaj eksport sporadyczny, którego wzrost skłania przedsiębiorstwa do przejścia do drugiego etapu internacjonalizacji – eksportu za pośrednictwem niezależnych agentów (pośredników). Na kolejnym etapie umiędzynarodowienia przedsiębiorstwo tworzy oddział handlowy za granicą. Ostatnim etapem jest ustanowienie własnego zakładu produkcyjnego (poprzez fuzję, przejęcie zagranicznego przedsiębiorstwa lub jego wybudowanie od podstaw). Utworzenie oddziału handlowego i produkcyjnego za granicą oznacza podjęcie bezpośrednich inwestycji zagranicznych (BIZ), czyli trwałe zaangażowanie kapitałowe przedsiębiorstwa za granicą.

Analizując proces internacjonalizacji polskich przedsiębiorstw oparty na BIZ należy zauważyć, że ma on swoją specyfikę związaną z dziedzictwem gospodarki centralnie planowanej. W okresie poprzedzającym okres transformacji, a także na początku tego okresu w 1990 roku Polska (podobnie jak inne kraje Europy Środkowo-Wschodniej – EŚW) była niemal nieobecna na mapie bezpośrednich inwestycji zagranicznych.

Również w początkowym okresie procesu transformacji polska gospodarka charakteryzowała się niewielką integracją z gospodarką światową. W pierwszej połowie lat 90-tych ubiegłego wieku polskie przedsiębiorstwa zostały poddane procesowi prywatyzacji i związanej z tym, dezintegracji dużych przedsiębiorstw. Poza tym przedsiębiorstwa z krajów EŚW musiały zmierzyć się z otwarciem gospodarek na proces globalizacji. Deregulacja, prywatyzacja i liberalizacja towarzyszące transformacji przyspieszyły proces internacjonalizacji, z jego początkową fazą charakteryzującą się szybszym i większym napływem inwestycji niż ich odpływem. Znaczącą część napływających do Polski BIZ w latach 1990–2001 stanowiły przejęcia państwowych przedsiębiorstw [Rymarczyk, 2004].

³⁵ Tj. w tzw. modelu uppsalskim, więcej o tym modelu w kolejnym rozdziale

Wykres 1: Przepływy BIZ w Polsce w latach 1976–2007 [w mln USD]



Źródło: Opracowanie własne na podstawie: World Investment Report, Country Fact Sheet: Poland, UNCTAD, różne roczniki

Wartość odpływu kapitału z tytułu polskich BIZ kształtowała się, w pierwszych latach transformacji, na stosunkowo niskim poziomie i zaczęła wzrastać dopiero pod koniec lat 90-tych. Niewielkie zaangażowanie inwestycyjne polskich przedsiębiorstw za granicą wiązać należy głównie z brakiem kapitału oraz tradycji i doświadczenia w inwestowaniu za granicą [Rymarczyk, 2004].

Istotna zmiana wartości przepływów BIZ w Polsce nastąpiła po wstąpieniu do UE w 2004 roku. Zarejestrowany w tym okresie niebagatelny wzrost dotyczył zarówno napływu, jak i odpływu BIZ. Jednak napływ BIZ do Polski nadal znacznie przewyższa skumulowaną wartość odpływu BIZ.

Tabela 1: Stan polskich BIZ [w mln USD]

	1980	1990	2000	2003	2004	2005	2006	2007
napływ	-	109	34 227	55 268	61 427	89 694	124 530	142 110
odpływ	312	408	1 018	1 855	2 661	6 439	16 291	19 644

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: World Investment Report, Country Fact sheet: Poland, UNCTAD, różne roczniki

Niemniej jednak, istotny wzrost wartości odpływu kapitału z tytułu polskich BIZ wskazuje na możliwość zrównoważenia stanu napływu i odpływu kapitału w formie BIZ w długim okresie. O niebagatelnym wzroście odpływu kapitału z tytułu polskich BIZ od czasu wstąpienia Polski do UE świadczy także zmiana pozycji naszego kraju w światowym rankingu krajów pod względem wskaźnika odpływu kapitału w formie BIZ [Outward FDI Performance Index] [zob. Tabela 2.] sporządzanym corocznie przez UNCTAD.

Tabela 2: Miejsce Polski w światowym rankingu krajów pod względem wskaźnika napływu BIZ (Inward FDI Performance Index), wskaźnika potencjału napływu BIZ (Inward FDI Potential Index) oraz wskaźnika podejmowanych BIZ (Outward FDI Performance Index) w wybranych latach

	1990	2000	2003	2004	2005	2006	2007
Inward FDI Performance Index	100	47	72	75	53	51	60
Inward FDI Potential Index	53	42	43	43	44	43	b. d.
Outward FDI Performance Index	63	84	86	62	53	38	38

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: World Investment Report, Country Fact sheet: Poland, UNCTAD, różne roczniki

Wskaźnik odpływu kapitału w formie BIZ [Outward FDI Performance Index] obrazuje zasięg w jakim dany kraj podejmuje BIZ relatywnie do rozmiarów swej gospodarki i jest mierzony udziałem podejmowanych BIZ przez dany kraj w światowych odpływach kapitału w formie BIZ w stosunku do udziału danego kraju w światowym PKB³⁶. Uzyskane w rankingu z roku 2007 38 miejsce Polski pod względem tego wskaźnika plasuje nasz kraj dość wysoko wśród „nowych krajów członkowskich UE” (UE12), ponieważ tylko Estonia, Węgry, Cypr i Słowenia zajęły w tym rankingu wyższe pozycje [WIR 2008]. Należy jednak zauważyć, że poza Grecją wszystkie kraje UE15, zanotowały wyższe wartości wskaźnika odpływu kapitału w formie BIZ w 2007 roku, co może świadczyć o istotnych różnicach jakie istnieją pomiędzy Polską a krajami „starej UE” pod względem umiędzynarodowienia działalności przedsiębiorstw. Wyrównania tych różnic i uzyskania zbliżonych do krajów UE15 wzorów napływu i odpływu kapitału w formie BIZ w Polsce można się spodziewać w długim okresie. Polska jest bowiem obecnie postrzegana przede wszystkim, jako kraj o wysokim potencjale i wskaźnikach napływu kapitału w formie BIZ [WIR 2008].

Jednak zaobserwowane w ostatnich latach zmiany w zakresie odpływu kapitału z tytułu polskich BIZ skłaniają do podjęcia analizy tego zjawiska. Z uwagi na marginalne znaczenie BIZ podejmowanych przez polskie przedsiębiorstwa zagadnienie to dotychczas rzadko stanowiło przedmiot analiz. Jednak zarejestrowany po wstąpieniu Polski do UE istotny wzrost odpływu BIZ zwiększył zainteresowanie tym zjawiskiem. Jedno z pierwszych badań na ten temat zostało przeprowadzone przez zespół pracowników Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu pod kierownictwem prof. Karaszewskiego³⁷.

Celem niniejszej części opracowania jest identyfikacja zmian zachodzących w procesie internacjonalizacji polskich przedsiębiorstw od czasu wstąpienia Polski do UE. W ramach wprowadzenia do tematu dokonano przeglądu literatury przedmiotu na temat procesu internacjonalizacji oraz czynników determinujących odpływ kapitału w formie BIZ. Zidentyfikowane w ten sposób determinanty stanowiły podstawę przeprowadzonej, w kolejnej części opracowywania, analizy rozwoju i specyfiki BIZ podejmowanych przez polskie przedsiębiorstwa. Została ona dokonana na podstawie danych Narodowego Banku Polskiego nt. polskich inwestycji bezpośrednich za granicą. Brak danych statystycznych w ujęciu regionalnym uniemożliwił przeprowadzenie analizy zjawiska podejmowania BIZ przez pomorskie przedsiębiorstwa. Dlatego też zdecydowano się na

³⁶ Więcej o metodologii pomiaru wskaźników napływu i odpływu kapitału w formie BIZ zawartych w Tabeli 3. zob. WIR 2002, s. 34-36

³⁷ Bezpośrednie inwestycje zagraniczne polskich przedsiębiorstw (2008) opracowanie zbiorowe pod kierunkiem naukowym Włodzimierza Karaszewskiego. Wydawnictwo „Dom Organizatora”, Toruń.

przeprowadzenie studium przypadków trzech pomorskich przedsiębiorstw, które utworzyły swe oddziały handlowe i produkcyjne za granicą. Wnioski płynące z analizy danych wtórnych w ujęciu krajowym oraz ze studium przypadków zostały poddane weryfikacji w ramach badania ankietowego pomorskich przedsiębiorstw produkcyjnych, którego wyniki przedstawiono w rozdziale IV.

III.2. Podstawy teoretyczne internacjonalizacji przedsiębiorstw - determinanty BIZ

Proces internacjonalizacji przedsiębiorstw stanowił przedmiot zainteresowania wielu badaczy. Różnorodne istniejące modele internacjonalizacji prowadzą do uznania tego procesu za bardzo złożony i wielowymiarowy. Dotychczasowy dorobek badawczy można przyporządkować trzem podstawowym podejściom analitycznym procesu internacjonalizacji³⁸: modelom sekwencyjnym, podejściu sieciowemu oraz modelom eklektycznym. Dla realizacji celu niniejszego badania najistotniejsze znaczenie wydają się mieć modele sekwencyjne i eklektyczne. Dlatego też poniżej krótko scharakteryzowano te dwa podejścia.

III.2.1. Modele sekwencyjne

Jedną z koncepcji internacjonalizacji, która zyskała istotną popularność jest stworzony przez pracowników z uniwersytetu w Uppsali tzw. **model uppsalski**. Na podstawie obserwacji firm szwedzkich wyróżniono 4 etapy internacjonalizacji: eksport sporadyczny, eksport za pośrednictwem niezależnych pośredników, utworzenie filii [oddziału] handlowej i utworzenie filii [oddziału] produkcyjnej. Głównym założeniem modelu uppsalskiego jest to, że proces internacjonalizacji ma charakter sekwencyjny i deterministyczny – każdy etap lub działanie stanowi podstawę przejścia do kolejnego etapu. Tym samym na podstawie teraźniejszego etapu internacjonalizacji można przewidywać dalszy rozwój tego procesu.

Twórcy uppsalskiego modelu internacjonalizacji wskazali, że zagraniczna ekspansja przedsiębiorstw poprzedzona jest sukcesem na rynku krajowym i zazwyczaj rozpoczyna się od rynków sąsiednich, a w późniejszym okresie obejmuje także dalsze rynki. Istotne znaczenie przy wyborze kierunków ekspansji odgrywa dystans psychiczny i kulturowy, który uzależniony jest m.in. od czynników językowych, kulturowych, politycznych, edukacyjnych i poziomu rozwoju gospodarczego. Dystans psychiczny między rynkiem macierzystym a rynkiem ekspansji, który najczęściej skorelowany jest z dystansem geograficznym, może w istotny sposób ograniczyć proces zagranicznej ekspansji przedsiębiorstwa. Ponadto, twórcy modelu uppsalskiego wskazali, że czynnikami ograniczającymi internacjonalizację mogą również być: brak wiedzy o zagranicznych rynkach, brak zasobów koniecznych do ekspansji, koszty transportu, bariery taryfowe i pozataryfowe, a także ryzyko związane z wejściem na rynek zagraniczny.

Model uppsalski został stworzony na podstawie analizy czterech szwedzkich przedsiębiorstw. Stosunkowo niewielka liczba przedsiębiorstw poddanych analizie stała się źródłem krytyki tego modelu. Model ten został również uznany za zbyt deterministyczny. Jeden z krytyków modelu, Turnbull [1987], twierdził, że wybór formy wejścia na rynki zagraniczne jest niezależny od zdobytego przez przedsiębiorstwa doświadczenia na rynkach eksportowych. Na potwierdzenie swego stanowiska, przytoczył on wyniki badań empirycznych Turnbulla i Valla [1986], które kwestionują koncepcję modelu uppsalskiego. Badania te ukazują, że przedsiębiorstwa nie podążają zgodnie z jednym, spójnym modelem procesu internacjonalizacji. Przedsiębiorstwa mogą bowiem wybrać różne sposoby wejścia i modele internacjonalizacji w różnych krajach. Zaobserwować również można różnice pomiędzy modelami internacjonalizacji w różnych branżach³⁹.

38 Szerzej na temat teorii umiędzynarodowienia zob. Gorynia M., *Strategie zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw*, PWE, Warszawa 2007.

39 Więcej na temat modeli modyfikujących model uppsalski zob. M.Gorynia, *Strategie zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw*, PWE, Warszawa 2007, s. 69–71.

III.2.2. Eklektyczna teoria produkcji międzynarodowej

Eklektyczna teoria produkcji międzynarodowej scala dorobek różnorodnych teorii⁴⁰ na temat zagranicznych inwestycji bezpośrednich⁴¹. Jej twórca, Dunning, dążył do scharakteryzowania przedsiębiorstw dokonujących BIZ, ich motywów oraz czynników lokalizacji ich działań.

W podejściu eklektycznym BIZ stanowią jedną z trzech podstawowych możliwości obsługi rynków zagranicznych przez przedsiębiorstwo, obok eksportu i umów kontraktowych (licencyjnych). Standardowym wyjaśnieniem wyboru BIZ spośród tych trzech opcji jest obecność, specyficznych dla przedsiębiorstwa, niematerialnych aktywów tj. technologii, umiejętności menedżerskich itp. Tego rodzaju aktywa mogą stanowić podstawę podjęcia decyzji o BIZ z uwagi na możliwość wystąpienia niedoskonałości rynku związanych z tymi aktywami. Standardowa hipoteza zakłada, że bodźcem do podjęcia BIZ jest brak możliwości uzyskania pełnej renty z takich aktywów przy wykorzystaniu stosunków kontraktowych z partnerem zewnętrznym. W takiej sytuacji optymalnym rozwiązaniem dla przedsiębiorstwa jest internalizacja transakcji rynkowej, co oznacza podjęcie BIZ na danym rynku. Podstawą powyższego wyjaśnienia BIZ jest praca Williamsona (1975) na temat kosztów transakcyjnych oraz rozwój paradygmatu własności–lokalizacji–internalizacji [*OLI – ownership-location-internalization*] (Rugman, 1981, Dunning, 1981, 1988).

Zgodnie z tym paradygmatem czynnikiem umożliwiającym międzynarodową ekspansję przedsiębiorstwa jest posiadanie unikalnych przewag, które przewyższają straty związane z funkcjonowaniem jako zagraniczne przedsiębiorstwo na zagranicznych rynkach.

Paradygmat OLI wskazuje 3 grupy przewag decydujących o możliwości międzynarodowej ekspansji przedsiębiorstw:

1. **Przewagi własnościowe** [*O – ownership-specific advantages*], dzięki którym przedsiębiorstwa pochodzące z jednego kraju posiadają relatywną przewagę nad przedsiębiorstwami z innych krajów w obsłudze rynku. W tradycyjnym ujęciu źródłem tych przewag mogą być specyficzne dla danego przedsiębiorstwa aktywa tj. patenty, technologie, *know-how* lub marka. Ponadto przewagi własnościowe to również: [i] umiejętności organizacyjne koordynacji działalności w ramach przedsiębiorstwa; [ii] wiedza o rynkach umożliwiająca efektywne nabywanie zasobów od dostawców; [iii] znajomość rynków umożliwiająca efektywną sprzedaż swej produkcji oraz [iv] możliwość efektywnego zastosowania informacji o technologii, rynkach lub organizacjach, które są specyficzne dla innego przedsiębiorstwa, grupy podmiotów lub dla lokalizacji (Narula, Dunning, 1999).

2. **Przewagi lokalizacyjne** [*L – location-specific advantages*] stwarzają możliwość uzyskania większych zysków za granicą, niż w rodzimym kraju przy wykorzystaniu specyficznych przewag własnościowych. Źródłem tych przewag może być przestrzenne rozmieszczenie produkcji i rynków, ceny i jakość czynników produkcji, koszty transportu i komunikowania się, czy też charakter i zasięg interwencji państwa.

3. **Przewagi internalizacji** [*I – internalization-specific advantages*] umożliwiają generowanie większych zysków, poprzez rezygnację z kontraktowych relacji z przedsiębiorstwami zagranicznymi i samodzielne wykorzystanie przewag internalizacji w ramach własnych filii. Większe zyski mogą być uzyskiwane m.in. dzięki ograniczeniu kosztów związanych z obsługą transakcji rynkowych, uniknięciu kosztów prawnej ochrony własności, a także dzięki większej swobodzie w kształtowaniu polityki cenowej, sprawowaniu przez sprzedawcę kontroli nad jakością produktu, kontroli źródeł podaży i rynków zbytu, stosowaniu cen transferowych.

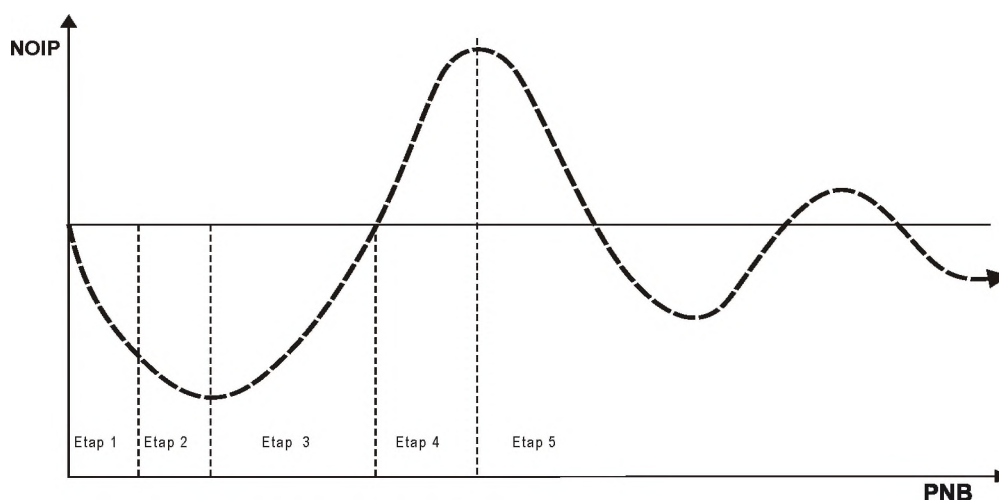
40 Przede wszystkim wnioski na temat BIZ płynące z modelu cyklu życia produktu, teorii oligopolu międzynarodowego oraz teorii lokalizacji.

41 Więcej na temat istniejących teorii IB zobacz w: Stępiński A., *Strategie przedsiębiorstw na obszarze Unii Europejskiej w zakresie zagranicznych inwestycji bezpośrednich*, Ośrodek Badań Integracji Europejskiej, Uniwersytet Gdański, Gdańsk 2005, s. 13–45.

III.2.3. BIZ a poziom rozwoju kraju

Z uwagi na przeprowadzoną w kolejnym rozdziale analizę zjawiska odpływu kapitału w formie BIZ z Polski należy także zwrócić uwagę na związek jaki istnieje pomiędzy BIZ a poziomem rozwoju kraju. Zgodnie z dynamicznymi modelami internacjonalizacji odpływ kapitału w formie BIZ jest funkcją poziomu rozwoju kraju, którego pozycja inwestycyjna netto (*NOIP* – *net outward investment position*) uzależniona jest od PNB per capita. Koncepcja ta, w formie modelu ścieżki rozwoju inwestycji (*IDP* – *investment development path*), została zaproponowana przez Dunninga na początku lat 80-tych [Dunning, 1981]. Od tego czasu kilkakrotnie podlegała modyfikacjom [Dunning, 1986, Dunning i Narula, 1994, 1996, 2002] prowadzącym do wyróżnienia 5 etapów w ścieżce rozwoju inwestycji, co graficznie obrazuje poniższy wykres.

Rysunek 1: Ścieżka rozwoju inwestycji (IDP)



Źródło: Dunning, Narula, 2002, s. 139

Początek pierwszego etapu IPD charakteryzuje pozycja inwestycyjna netto (NOIP) danego kraju bliska wartości 0, która następnie szybko osiąga istotną wartość ujemną. Na tym etapie wyrażony w wartościach absolutnych napływ BIZ do danego kraju jest niewielki, a ich motywem jest głównie wykorzystanie zasobów naturalnych danego kraju. Odpływ kapitału w formie BIZ również jest niewielki, lub nie istnieje, ponieważ zagraniczne przedsiębiorstwa nie są zainteresowane własnościowymi relacjami z przedsiębiorstwami z danego kraju. Etap drugi IDP charakteryzuje się natomiast zwiększonym napływem BIZ oraz odpływem BIZ pozostającym nadal na niskim poziomie, lecz nieco wyższym niż na etapie 1. Taka sytuacja sprawia, że pozycja inwestycyjna netto danego kraju nadal ulega spadkowi, lecz stopa tego spadku zmniejsza się pod koniec tego etapu dzięki konwergencji wzrostu odpływu kapitału w formie BIZ i napływu BIZ. Z kolei trzeci etap IDP oznacza rosnącą pozycję inwestycyjną netto danego kraju, uzyskaną dzięki zwiększonej stopie wzrostu odpływu kapitału w formie BIZ oraz stopniowemu zmniejszaniu się napływu BIZ. Podczas czwartego etapu IDP stan odpływu BIZ nadal rośnie szybciej niż stan napływu BIZ, co sprawia, że pozycja inwestycyjna netto danego kraju osiąga wartość dodatnią. Etap ten, a także etap 5 są charakterystyczne dla krajów wysoko rozwiniętych. Na ostatnim etapie IDP pozycja inwestycyjna netto kraju najpierw zmniejsza się, a następnie oscyluje blisko 0, przy wzroście zarówno stanu napływu, jak i odpływu kapitału w formie BIZ.

Poniższa tabela przedstawia sporządzoną przez Dunninga, von Hoesela i Narulę (1997) charakterystykę BIZ podejmowanych za granicą na różnych etapach ścieżki rozwoju inwestycji.

Tabela 3: Cechy podejmowanych BIZ na różnych etapach IDP

	Drugi etap IDP	Trzeci etap IDP	Czwarty i piąty etap IDP
Przeznaczenie	Regionalne BIZ: sąsiednie kraje i kraje rozwijające się	Większość BIZ nadal regionalna, lecz zyskuje na znaczeniu wymiar globalny	Wymiar globalny
Motywy	Poszukiwanie zasobów i rynków w krajach rozwijających się	W krajach rozwijających się poszukiwanie rynków i zasobów. W krajach rozwiniętych poszukiwanie aktywów i rynków.	Poszukiwanie efektywności przez KTN, których celem jest optymalne wykorzystanie przewag konkurencyjnych i komparatywnych każdego z krajów
Typ podejmowanych BIZ	W krajach rozwijających się intensywne wykorzystanie naturalnych aktywów, mała skala produkcji w słabych sektorach (Heksher-Ohlin, podążanie w kierunku niezróżnicowanych sektorów Smitha)	W krajach rozwijających się sektory intensywnie wykorzystujące naturalne aktywa. W krajach rozwiniętych: a) montownie, BIZ poszukujące rynków głównie w sektorach Smitha b) inwestycje poszukujące aktywów w schumpeterowskich sektorach	Sektory intensywnie wykorzystujące kapitał i wiedzę [schumpeterowskie]; wskaźniki kapitał/praca uzależnione od naturalnych/ wykreowanych aktywów kraju goszczącego.
Przewagi własnościowe	Głównie specyficzne dla kraju pochodzenia. Podstawowe przewagi związane z aktywami, brak przewag związanych z transakcjami.	Specyficzne dla przedsiębiorstwa i kraju.	Głównie przewagi specyficzne dla przedsiębiorstwa. Zaawansowane przewagi związane z aktywami i związane z transakcjami.
Przykładowe przewagi własnościowe	1. Własność grupy konglomeratowej 2. Technologie (głównie adaptowane) 3. Dostosowanie zarządzania do warunków trzeciego świata 4. Niskie koszty zasobów [wraz z kosztami personelu technicznego i menedżerskiego]	1. Własność grupy konglomeratowej 2. Dostosowanie zarządzania do warunków trzeciego świata 3. Niskie koszty zasobów [wraz z kosztami personelu technicznego i menedżerskiego] 4. Przewagi „etniczne” 5. Pewne zróżnicowanie produktów 6. Ograniczone umiejętności marketingowe 7. Wertykalna kontrola nad rynkami czynników produkcji/ produktów 8. Subsydiowany kapitał	1. Duże rozmiary – korzyści skali 2. Dostęp do rynków kapitałowych 3. Technologia 4. Zróżnicowanie produktów 5. Marketingowe know-how 6. Umiejętności transnarodowego zarządzania 7. Globalnie efektywna działalność wewnątrz przedsiębiorstwa 8. Wertykalna kontrola nad rynkami czynników produkcji/ produktów

Źródło: J.H.Dunning, R.von Hoesel, R.Narula [1997] Explaining the 'New' Wave of Outward FDI from Developing Countries: The Case of Taiwan and Korea, International Business Review

Przeprowadzone badania empiryczne koncepcji ścieżki rozwoju inwestycji wskazały na jej dynamiczny charakter oraz na to, że jest ona specyficzna dla każdego kraju [zob. Gorynia, Nowak, Wolniak, 2008].

Przeprowadzone przez Gorynię, Nowaka i Wolniaka [2008] badanie polskiej ścieżki rozwoju inwestycji od czasu transformacji ustrojowej pozwoliło na ustalenie tego, że Polska znajdowała się na pierwszym etapie IDP w pierwszej połowie lat 90-tych ubiegłego wieku. Świadczyła o tym ujemna wartość pozycji inwestycyjnej netto (NOIP), wykazująca tendencje spadkowe w całym tym okresie. Według tych badaczy Polska weszła w drugi etap IDP w drugiej połowie lat 90-tych, o czym świadczył istotny wzrost napływu BIZ oraz wyhamowanie tendencji spadkowych pozycji inwestycyjnej netto. Autorzy ci dostrzegli również, pewne symptomy zbliżania się do etapu trzeciego IDP, ale wyciągnięcie ostatecznych wniosków wymaga dalszej obserwacji

NOIP w najbliższych latach.

Wniosek, że Polska, podobnie jak inne kraje UE10, znajduje się na 1 lub 2 etapie IDP został również sformułowany przez Boudier-Bensebaa [2008]. Autorka ta nie zaobserwowała jednak symptomów świadczących o możliwości przejścia tych krajów do 3 etapu IDP, co wiązać jednak można z okresem którego dotyczyło badanie, tj. latami 1995–2004.

III.3. Charakterystyka zjawiska odpływu kapitału w formie BIZ z Polski

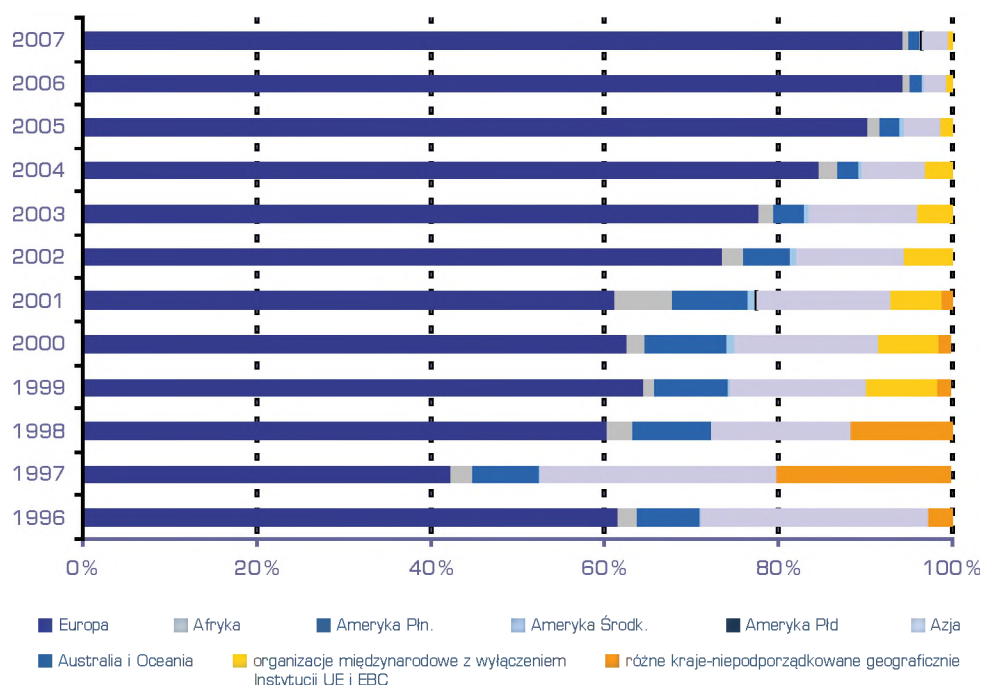
Przeprowadzona w niniejszym rozdziale charakterystyka zjawiska odpływu kapitału w formie BIZ z Polski, a tym samym stopnia internacjonalizacji polskich przedsiębiorstw, została dokonana na podstawie dostępnych danych statystycznych NBP za lata 1996–2007. Należy jednak zaznaczyć, że porównywalność danych za lata 2004–2007 z danymi z poprzednich lat jest ograniczona, z uwagi na włączenie od 2004 roku do danych o polskich BIZ kredytów handlowych oraz tzw. kapitału w tranzycie. Materiały NBP na temat polskich inwestycji za granicą zawierają trzy grupy danych (prezentowanych w podziale geograficznym i sektorowym) o: wielkości odpływu kapitału z tytułu BIZ, stanie należności z tytułu BIZ oraz wartości dochodów należnych rezydentom z tytułu BIZ. Informacje o polskich inwestycjach bezpośrednich za granicą opracowywane są przez NBP na podstawie corocznych sprawozdań składanych przez rezydentów.

III.3.1. Struktura geograficzna odpływu kapitału w formie BIZ z Polski

Punktem wyjścia do przeprowadzenia analizy danych NBP dotyczących odpływu kapitału w formie BIZ z Polski było przyjęcie hipotetycznego założenia, opartego na wynikach badań przeprowadzonych przez Gorynię, Nowaka i Wolniaka [2008] oraz Boudier-Bensebaa [2008], o tym, że Polska znajduje się na drugim etapie ścieżki rozwoju inwestycji. Etap ten, określany w literaturze przedmiotu jako pierwsza fala internacjonalizacji, charakteryzuje się regionalnym charakterem podejmowanych BIZ [zob. tabela 3]. Potwierdzenie występowania tej cechy w polskiej ścieżce rozwoju inwestycji przynosi analiza udziału poszczególnych kontyentów w stanie należności z tytułu polskich BIZ, ukazująca istotną dominację Europy (94,2% w 2007 roku), jako miejsca podejmowania BIZ przez polskie przedsiębiorstwa.

Należy jednak zauważyć, że odpływ kapitału w formie BIZ w większości do krajów leżących w tym samym regionie geograficznym co kraj inwestora, charakteryzuje zarówno drugi, jak i trzeci etap ścieżki rozwoju inwestycji [zob. Tabela 3.]. Cechą 3. etapu IDP jest jednak także zyskiwanie na znaczeniu globalnego wymiaru podejmowanych IDP, co w przypadku Polski można wykluczyć. Dane zaprezentowane na wykresie 2. ukazują bowiem postępujący od 2002r. istotny spadek znaczenia pozaeuropejskich rynków jako miejsca lokalizacji polskich BIZ.

Wykres 2: Udział poszczególnych kontynentów w stanie należności z tytułu polskich BIZ za granicą na koniec roku w latach 1996–2007 [w %]



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych NBP

Regionalny charakter BIZ podejmowanych na 2. etapie IDP objawia się ich lokalizacją w krajach sąsiednich, a także w krajach rozwijających się [tabela 3]. Takie preferencje lokalizacji geograficznej wiążą się najczęściej z brakiem odpowiedniego międzynarodowego doświadczenia przedsiębiorstw, które sprawia, że jako miejsce swoich zagranicznych inwestycji wybierają one kraje charakteryzujące się przewagami lokalizacyjnymi najbardziej zbliżonymi do przewag występujących w rodzimym kraju. Ponadto przewagi własnościowe tych przedsiębiorstw mają charakter specyficzny dla kraju pochodzenia, determinowany zakłóceniami rynku wywołanymi polityką tego kraju, co sprawia, że mogą one istnieć tylko w przypadku występowania podobnych korzyści lokalizacyjnych.

Jednak dane na temat najważniejszych kierunków geograficznych polskich inwestycji za granicą zawarte w tabeli 4 nie wskazują na występowanie tej cechy drugiego etapu IDP. Zarówno w roku 2006, jak i w roku 2007 najważniejszymi lokalizacjami polskich BIZ były bowiem dwa wysoko rozwinięte kraje europejskie: Luksemburg i Szwajcaria. Tak wysoka pozycja tych krajów, a także Holandii i Wielkiej Brytanii, w rankingu kierunków geograficznych polskich BIZ jest trudna do wyjaśnienia na podstawie dostępnych danych i teorii BIZ. Można przypuszczać, że istotne znaczenie Luksemburga i Królestwa Niderlandów jako miejsca podejmowania polskich BIZ wiąże się podejmowaniem BIZ w formie tzw. podmiotów specjalnego przeznaczenia, czyli podmiotów gospodarczych prowadzących działalność finansową na rzecz pozostałych podmiotów z grupy kapitałowej. Głównym zadaniem takich podmiotów jest transferowanie kapitału pomiędzy podmiotami w ramach grupy kapitałowej⁴². Takie przypuszczenia wydają się potwierdzać informacje NBP, według których, w przypadku 6 krajów zaliczanych do głównych kierunków polskich BIZ w roku 2007, kapitał zaangażowany został przede wszystkim w działalność usługową – w tym w grupę usług obejmującą obsługę nieruchomości, informatykę, naukę, wynajem maszyn i pozostałe usługi związane z prowadzeniem działalności gospodarczej⁴³.

⁴² *Polskie inwestycje bezpośrednie za granicą w 2007 roku*, Warszawa, grudzień 2008r., Departament Statystyki NBP, s. 27.

⁴³ *Ibidem*, s. 18.

Tabela 4: Najważniejsze kierunki geograficzne polskich inwestycji za granicą w 2007r. (udział procentowy wybranych krajów w ogólnym stanie należności z tytułu polskich BIZ na koniec roku w latach 1996-2007)

Kraj	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Luksemburg	0,0%	0,0%	0,0%	16,8%	13,1%	8,9%	6,2%	3,0%	3,5%	2,9%	24,8%	21,2%
Szwajcaria	0,5%	0,6%	0,6%	6,5%	6,1%	7,1%	6,8%	5,2%	13,7%	31,2%	20,0%	20,1%
Niderlandy	0,0%	0,1%	1,2%	0,3%	0,7%	8,7%	18,7%	14,0%	14,9%	7,5%	8,8%	6,8%
Republika Czeska	0,4%	-0,3%	1,5%	0,6%	3,2%	3,0%	3,0%	4,2%	2,8%	11,4%	6,6%	6,7%
Wielka Brytania	10,3%	11,2%	10,9%	12,9%	11,6%	3,1%	2,8%	3,0%	2,8%	4,5%	7,6%	5,9%
Litwa	0,4%	0,3%	0,8%	1,1%	1,2%	1,7%	1,6%	1,7%	1,3%	1,1%	5,3%	5,9%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych NBP

Łączny udział krajów sąsiadujących z Polską w ogólnym stanie należności z tytułu polskich BIZ osiągnął natomiast 20,8% w 2006r. oraz 25% w 2007r. [zob. Wykres 3.]. Spośród tej grupy krajów najważniejszymi lokalizacjami polskich BIZ była Republika Czeska i Litwa. Jednak wątpliwości może budzić próba wskazania lokalizacyjnych przewag tych krajów nad innymi krajami regionu ESW. Istotny wzrost udziału Republiki Czeskiej w ogólnym stanie należności z tytułu polskich BIZ nastąpił bowiem w 2005r. [zob. Tabela 4.], tj. w roku przejścia kontroli przez Orlen nad czeskim holdingiem Unipetrol. Podobna sytuacja wystąpiła w 2006r. w przypadku Litwy, tj. w roku przejścia przez Orlen litewskiego przedsiębiorstwa Mažeikiu Nafta. Dane NBP na temat odpływu kapitału z tytułu polskich IB na Litwę w 2006r. wskazują, że ich ogólna wartość netto wynosiła 2 373,4mln USD⁴⁴, co w porównaniu z opublikowaną przez Orlen kwotą, za którą nabyto udziały Mažeikiu Nafta [2,34 mld USD]⁴⁵, pozwala na wnioskowanie, że ta jedna transakcja spowodowała istotny wzrost znaczenia Litwy jako kierunku lokalizacji polskich BIZ. W takiej sytuacji wysoka pozycja Czech i Litwy w rankingu kierunków geograficznych polskich BIZ może mieć związek nie tylko z przewagami lokalizacyjnymi, ale także przewagami internalizacji i własności występującymi w przedsiębiorstwie Orlen.

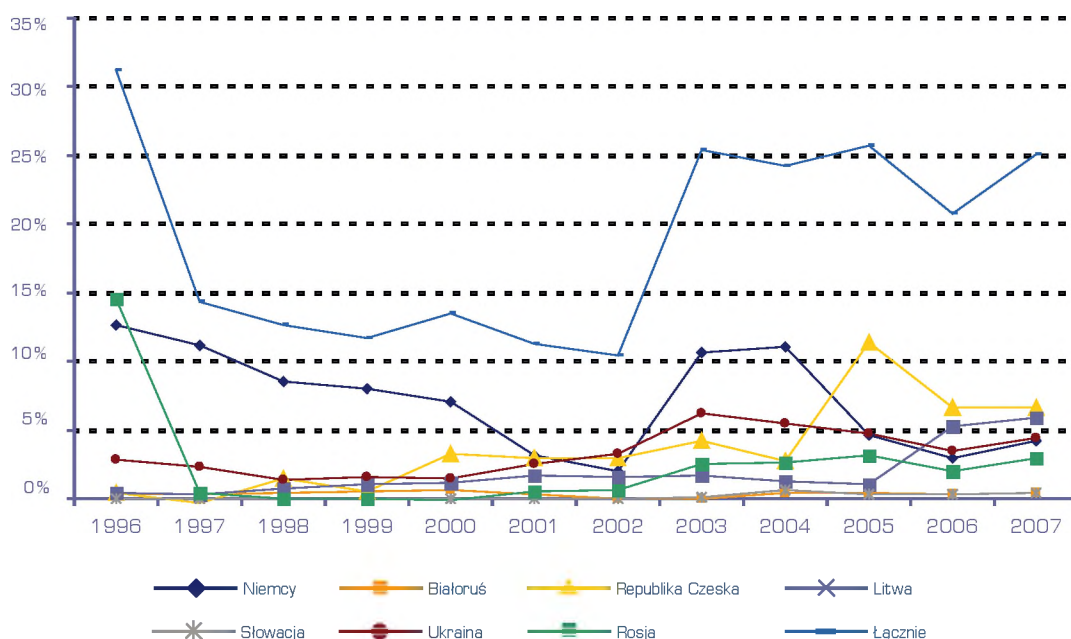
Dane statystyczne na temat kierunków geograficznych polskich BIZ ukazują również stosunkowo niewielki udział Niemiec w ogólnym stanie należności z tytułu polskich BIZ (2,9% w 2006 roku oraz 4,2% w 2007 roku). Zgodnie z uppsalskim modelem internacjonalizacji można byłoby bowiem oczekiwać stosunkowo większej wartości polskich inwestycji bezpośrednich w kraju, będącym od wielu lat głównym partnerem handlowym Polski.

Analizując dane dotyczące głównych kierunków geograficznych polskich BIZ można przypuszczać, że typowe dla drugiego etapu IDP determinanty odpływu BIZ mogą wystąpić w przypadku inwestycji podejmowanych przez polskie przedsiębiorstwa na Ukrainie i w Rosji. Udział tych dwóch krajów w ogólnym stanie należności z tytułu polskich BIZ nie podlegał istotnym zmianom od 2003 roku i w przypadku Ukrainy oscylował w granicach 5%, a w przypadku Rosji mieścił się w granicach 2%–3% [wykres 3]. Można przypuszczać, że polskie przedsiębiorstwa podejmując IB na Ukrainie i w Rosji kierowały się typowymi dla drugiego etapu IDP motywami, tj. poszukiwaniem zasobów i rynków w krajach rozwijających się [tabela 3]. Dzięki długookresowym relacjom handlowym z tymi krajami polskie przedsiębiorstwa mogą posiadać przewagi własnościowe w odniesieniu do tych rynków, umożliwiające ograniczenie kosztów transakcyjnych. Ponadto stopniowa utrata przewagi konkurencyjnej Polski, opartej na niskich kosztach pracy może skłaniać przedsiębiorstwa do przeniesienia pracochłonnej działalności, wymagającej niskich kwalifikacji pracowników, do krajów byłego bloku wschodniego o niższych kosztach pracy.

⁴⁴ Polskie inwestycje bezpośrednie za granicą w 2007 roku, Warszawa, grudzień 2008r., Departament Statystyki NBP, s. 114

⁴⁵ http://www.orlen.pl/cgi-bin/internet.exe/portal/ep/programView.do?BV_UseBVCookie=Yes&pageTypelid=8599&programPage=%2fep%2fprogram%2fart.tyul.jsp&channelId=-24469&programId=17280, stan na dzień 28.02.2009

Wykres 3: Udział procentowy krajów sąsiadujących z Polską w ogólnym stanie należności z tytułu polskich BIZ na koniec roku w latach 1996–2007



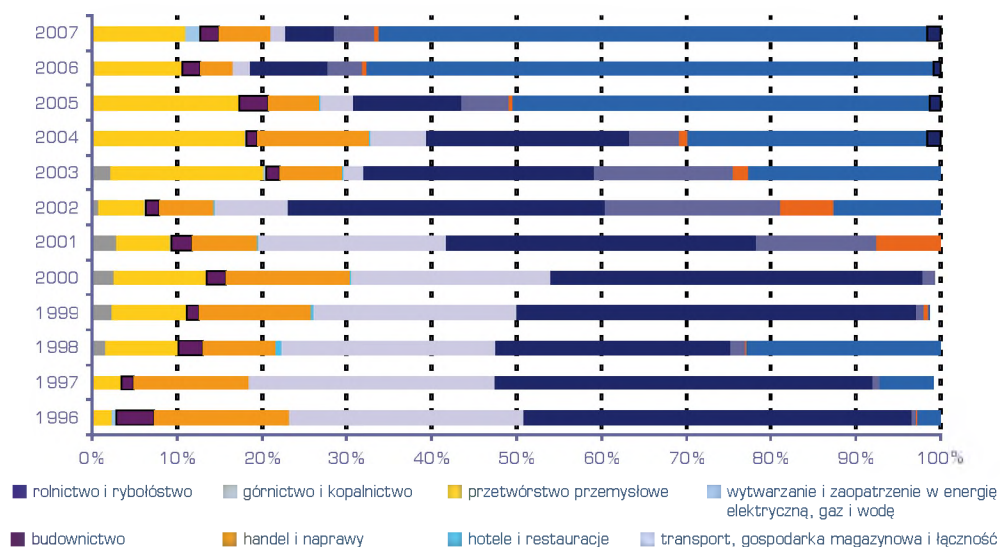
Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych NBP

III.3.2. Struktura branżowa odpływu kapitału w formie BIZ z Polski

Dostępne dane na temat struktury branżowej odpływu kapitału z Polski wskazują, że w 2007 roku 64,6 % stanu należności z tytułu polskich BIZ zaliczona została do grupy działalności pt. pozostałe nigdzie niesklasyfikowane [wykres 4]. Prawdopodobnym wyjaśnieniem takiego stanu jest rejestrowanie przez przedsiębiorstwa wielu rodzajów działalności, co utrudnia sporządzanie dokładnych zestawień przez NBP. Mając świadomość słabości dostępnych danych podjęto próbę sformułowania na ich podstawie kilku wniosków na temat struktury branżowej odpływu kapitału w formie BIZ z Polski.

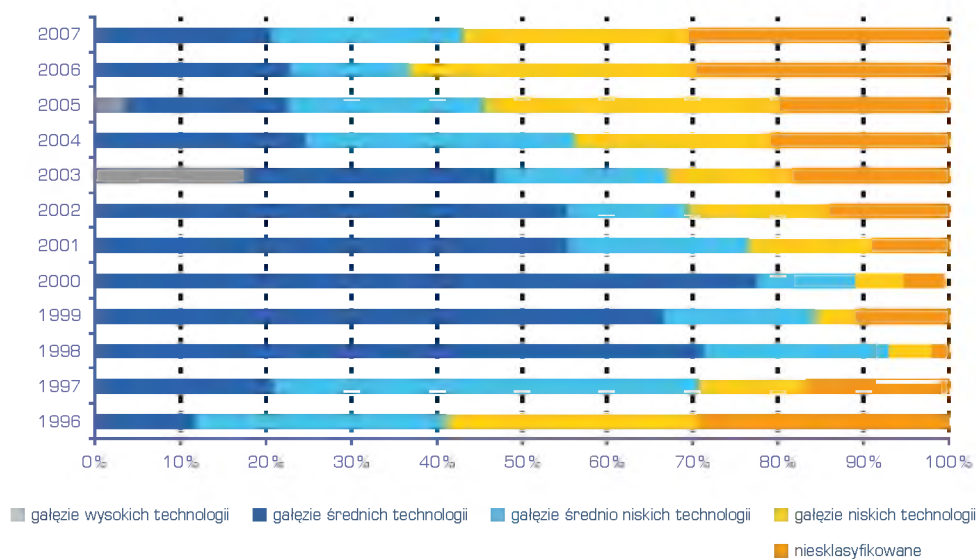
Pomijając grupę niesklasyfikowanej działalności można zauważyć, że istotna część polskich inwestycji bezpośrednich za granicą przypadała na branżę przetwórstwa przemysłowego [10,2% w 2006 roku i 10,9% w 2007 roku]. W ramach tej branży największy udział w 2007 roku przypadał na wytwarzanie koksu, produktów rafinacji ropy naftowej i paliw jądrowych [12,8%] oraz produkcję artykułów spożywczych, napojów i wyrobów tytoniowych [10,6%]. Branże te według klasyfikacji OECD zaliczane są odpowiednio do gałęzi średnio-niskich i niskich technologii.

Wykres 4: Struktura branżowa stanu należności z tytułu polskich BIZ za granicą na koniec roku w latach 1996 -2007



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych NBP

Wykres 5: Struktura stanu należności z tytułu polskich IB za granicą w przetwórstwie przemysłowym według proporcji czynników produkcji według klasyfikacji OECD na koniec roku w latach 1996 -2007



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych NBP

Gałęzie niskich i średnio-niskich technologii od 2004 roku dominują wśród polskich BIZ w branży przetwórstwa przemysłowego [wykres 5]. Taka struktura BIZ charakteryzuje drugi etap IDP [tabela 3]. Marginalne znaczenie podejmowania BIZ przez polskie przedsiębiorstwa w gałęziach wysokich technologii może świadczyć o znikomym znaczeniu przewag własnościowych specyficznych dla przedsiębiorstwa związanych z B + R.

Istotny udział handlu i napraw [6,2% w 2007 roku] w strukturze branżowej stanu należności z tytułu polskich BIZ [wykres 4] może natomiast wskazywać na to, że część polskich przedsiębiorstw podejmujących inwestycje bezpośrednio za granicą może znajdować się na trzecim etapie internacjonalizacji modelu uppsalskiego, tj. tworzy oddziały handlowe za granicą.

Trudno jednak na podstawie teorii internacjonalizacji wyjaśnić istotny (choć zmniejszający się z roku na rok) udział pośrednictwa finansowego w strukturze branżowej należności z tytułu polskich BIZ. Wyjaśnieniem takiej sytuacji może być przejście ukraińskiego KREDOBANKU przez PKO BP⁴⁶.

III.4. Specyfika województwa pomorskiego a determinanty umiędzynarodowienia przedsiębiorstw

Zgodnie z koncepcją IDP, a także z koncepcją diamentu przewagi konkurencyjnej Portera [1990], konkurencyjność przedsiębiorstw, decydująca o możliwości umiędzynarodowienia ich działalności, determinowana jest w istotnym stopniu poziomem rozwoju gospodarczego kraju pochodzenia, mierzonego PKB *per capita*. Badania przeprowadzone przez Andreffa [2002] potwierdziły, że wzrost poziomu rozwoju gospodarczego kraju zwiększa prawdopodobieństwo podjęcia BIZ.

Tabela 5: Produkt krajowy brutto na jednego mieszkańca w latach 2000-2006, Polska = 100

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
POLSKA	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Łódzkie	90,0	90,2	91,3	92,3	91,9	91,8	91,8
Mazowieckie	151,0	156,5	154,4	155,5	152,3	158,4	159,7
Małopolskie	87,0	84,1	85,6	85,8	85,3	85,3	86,7
Śląskie	107,0	107,5	108,9	108,8	112,3	107,9	106,1
Lubelskie	70,0	71,1	70,5	70,6	69,3	68,3	67,6
Podkarpackie	69,8	70,4	70,1	70,8	69,7	69,0	68,4
Podlaskie	75,2	77,5	77,3	75,9	74,6	74,0	73,4
Świętokrzyskie	77,5	76,0	77,1	78,1	77,2	74,8	76,0
Lubuskie	90,1	88,5	87,8	86,5	89,3	90,2	89,0
Wielkopolskie	106,5	106,1	103,7	104,7	107,4	106,9	105,3
Zachodniopomorskie	101,7	99,4	98,1	94,7	92,7	92,8	91,1
Dolnośląskie	103,9	101,4	103,2	102,4	101,8	103,3	107,0
Opolskie	84,4	81,7	80,7	79,4	85,8	82,8	80,4
Kujawsko-Pomorskie	91,5	91,6	91,2	89,6	89,3	87,2	87,4
Pomorskie	99,4	98,0	99,8	98,3	97,5	98,2	98,5
Warmińsko-Mazurskie	78,3	75,9	76,3	78,9	77,6	76,5	75,6

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

⁴⁶ <http://www.kredobank.com.ua/pl/about/5318.html>, stan na dzień 28.02.2009

Na podstawie powyższego nasuwa się pytanie o potencjalny wpływ poziomu rozwoju województwa pomorskiego na odpływ kapitału w formie BIZ. Z uwagi na brak danych na temat odpływu BIZ w ujęciu regionalnym postanowiono poddać analizie poziom rozwoju gospodarczego województwa pomorskiego na tle innych regionów Polski. Dane zawarte w powyższej tabeli wskazują, że PKB *per capita* w województwie pomorskim od roku 2000 oscyluje blisko średniej krajowej. Na tej podstawie można przypuszczać, że przedstawione w poprzednim rozdziale dane na temat odpływu kapitału w formie BIZ z Polski mogą także odzwierciedlać odpływ BIZ z województwa pomorskiego. Z drugiej jednak strony znikomy wzrost PKB *per capita* w ostatnich latach może wskazywać na brak istotnej poprawy konkurencyjności pomorskich przedsiębiorstw stanowiącej bodziec do znacznego wzrostu odpływu kapitału w formie BIZ.

Jednak przed sformulowaniem ostatecznego wniosku na ten temat poddano również analizie regionalną specyfikę innych determinantów odpływu BIZ. Jednym z takich czynników są wysiłki technologiczne przedsiębiorstw. Wyniki badań empirycznych wskazuje bowiem, że intensywność B + R niemal zawsze była pozytywnie skorelowana z międzynarodową działalnością przedsiębiorstwa (Blonigen, 2005). Zawarte w tabeli 6 dane regionalne na temat udziału wydatków na B + R przedsiębiorstw przemysłowych w całkowitej sprzedaży tych przedsiębiorstwa w 2007 roku wskazują, że województwo pomorskie nie wyróżniało się spośród innych polskich regionów, notując wynik zbliżony do średniej krajowej.

Tabela 6: Udział wydatków na B + R przedsiębiorstw przemysłowych w całkowitej sprzedaży przedsiębiorstw przemysłowych w 2007 roku

POLSKA	0,13%
Dolnośląskie	0,15%
Kujawsko-Pomorskie	0,10%
Lubelskie	0,23%
Lubuskie	0,06%
Łódzkie	0,11%
Małopolskie	0,20%
Mazowieckie	0,12%
Opolskie	0,04%
Podkarpackie	0,32%
Podlaskie	0,04%
Pomorskie	0,14%
Śląskie	0,08%
Świętokrzyskie	0,10%
Warmińsko-Mazurskie	0,17%
Wielkopolskie	0,13%
Zachodniopomorskie	0,03%

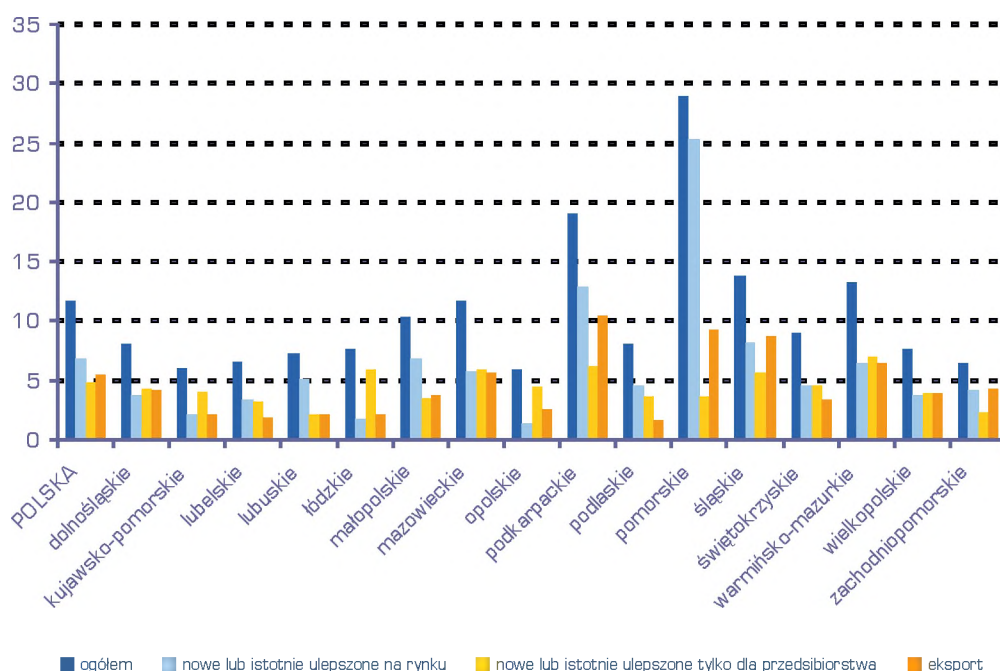
Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Brak relatywnej przewagi pomorskich przedsiębiorstw pod względem intensywności B + R może je jednak skłaniać do podjęcia BIZ w formie przejęć zagranicznych przedsiębiorstw motywowanych uzyskaniem dostępu do aktywów specyficznych dla przedsiębiorstwa. Wyniki badań przeprowadzonych przez Koguta i Changa [1991] oraz Blonigena [1997] wskazują bowiem na możliwość wystąpienia takiej relacji.

Interesujące jest to, że mimo niskiej intensywności B + R zarejestrowanej w województwie pomorskim w 2007 roku zanotowano w tym regionie najwyższy spośród wszystkich polskich województw wskaźnik udziału produkcji sprzedanej wyrobów nowych lub istotnie ulepszonych w produkcji sprzedanej wyrobów ogółem.

Wskaźnik ten osiągnął na Pomorzu 37%, wobec średniej krajowej wynoszącej 14,7%. Sprzedaż produktów nowych lub istotnie ulepszonych była dla pomorskich przedsiębiorstw źródłem 25,4% przychodów netto ze sprzedaży, wobec średniej dla Polski kształtującej się na poziomie 6,8%. Eksport produktów nowych lub istotnie ulepszonych stanowił na Pomorzu 9,3% przychodów netto ze sprzedaży, co plasuje województwo pomorskie na drugiej pozycji, tuż za województwem podkarpackim [wykres 6]. Takie dane świadczą mogą o posiadaniu przez pomorskie przedsiębiorstwa pewnej technologicznej przewagi własnościowej.

Wykres 6: Przychody netto ze sprzedaży produktów nowych lub istotnie ulepszonych w % przychodów netto ze sprzedaży ogółem w przedsiębiorstwach przemysłowych w 2007 roku



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Ciekawych informacji na temat działalności innowacyjnej przedsiębiorstw przemysłowych dostarczają również dane na temat struktury nakładów inwestycyjnych w 2007 roku. Dane te ukazują, że największa część nakładów inwestycyjnych we wszystkich polskich regionach przeznaczona była na zakup maszyn, urządzeń i narzędzi oraz środków transportu. W przypadku województwa pomorskiego udział tego rodzaju nakładów wyniósł niemal 54% nakładów na działalność innowacyjną. Dane GUS ukazują również to, że w województwie pomorskim blisko 1/3 nakładów na zakup maszyn, urządzeń i narzędzi oraz środków transportu stanowił import. Taką sytuację można wiązać z drugim etapem IDP [tabela 3], który charakteryzuje się występowaniem przewag własnościowych opartych na adaptowanych technologiach. Należy jednak zauważyć, że adaptowane zagraniczne *know-how* oraz maszyny i urządzenia mogą stanowić źródło przewag własnościowych skłaniających do podjęcia BIZ prawdopodobnie tylko na rynkach krajów słabiej rozwiniętych, innych niż kraj pochodzenia importowanej technologii i maszyn.

Tabela 7: Wielkość nakładów na działalność innowacyjną w przemyśle [ceny bieżące w mln PLN] oraz ich struktura według rodzajów działalności innowacyjnej [w %] w 2007 roku.

	ogółem	w tym							
		działalność BR	zakup nowych technologii	oprogramowanie	inwestycje		szkolenie personelu	marketing nowych produktów	pozostałe
					budynki i grunty	maszyny i urządzenia			
POLSKA	20222,9	8,1%	1,7%	1,8%	24,2%	58,8%	0,3%	3,1%	2,0%
Dolnośląskie	1451,8	8,8%	2,0%	2,8%	23,5%	60,2%	0,1%	1,1%	1,6%
Kujawsko-Pomorskie	957,8	4,7%	0,9%	2,1%	31,1%	58,2%	0,1%	1,1%	1,9%
Lubelskie	481,0	12,0%	0,4%	1,8%	34,0%	48,8%	0,1%	0,9%	2,1%
Lubuskie	198,6	4,2%	2,2%	2,1%	40,5%	48,5%	0,2%	1,5%	0,9%
Łódzkie	1889,9	3,6%	0,5%	0,4%	26,6%	66,8%	0,1%	0,6%	2,4%
Małopolskie	1188,1	15,4%	2,8%	2,0%	24,9%	53,4%	0,2%	0,8%	0,6%
Mazowieckie	4061,8	6,7%	1,5%	2,0%	35,5%	46,9%	0,1%	6,3%	1,0%
Opolskie	369,2	2,8%	0,2%	0,9%	8,1%	81,7%	0,1%	0,4%	5,8%
Podkarpackie	905,1	13,0%	4,8%	2,0%	24,8%	50,5%	0,3%	2,2%	2,4%
Podlaskie	230,7	2,2%	0,0%	2,7%	13,8%	67,2%	0,2%	1,9%	12,0%
Pomorskie	692,8	12,1%	2,4%	5,9%	22,7%	53,9%	0,6%	1,1%	1,3%
Śląskie	5401,4	9,3%	1,1%	1,1%	14,2%	67,1%	0,8%	3,7%	2,7%
Świętokrzyskie	309,8	7,7%	4,0%	1,5%	22,0%	62,1%	0,1%	0,3%	2,3%
Warmińsko-Mazurskie	352,6	1,4%	0,0%	0,9%	33,0%	63,7%	0,1%	0,5%	0,3%
Wielkopolskie	1488,9	7,8%	3,8%	2,2%	20,1%	58,0%	0,2%	5,8%	2,2%
Zachodniopomorskie	243,5	4,4%	0,0%	1,0%	34,5%	57,0%	0,1%	0,5%	2,5%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Model IDP pozwala również sformułować przypuszczenie związane ze stosunkowo niewielkimi nakładami na marketing nowych produktów na poziomie kraju i na poziomie poszczególnych regionów w roku 2007. Marketingowe know-how jest bowiem źródłem przewagi własnościowej krajów znajdujących się na 4. i 5. etapie IDP. Kraje rozwijające się charakteryzują się zazwyczaj niewielkimi możliwościami zróżnicowania swych produktów poprzez marki i znaki handlowe posiadające dobrą światową reputację. Należy jednak zauważyć, że przedsiębiorstwa, które są w stanie zróżnicować swoje produkty i zbudować silne marki na rynku krajowym będą dysponowały przewagą własnościową sprzyjającą zagranicznej ekspansji.

Kolejnym czynnikiem, który potencjalnie może mieć wpływ na proces umiędzynarodowienia pomorskich przedsiębiorstw jest ich wielkość. Twierdzi się, że duże przedsiębiorstwa są bardziej skłonne do internacjonalizacji niż małe, ponieważ mają lepszy dostęp do informacji o rynku i posiadają siłę finansową, która pozwala im na poniesienie większego ryzyka. Ponadto badania empiryczne potwierdziły, że wielkość przedsiębiorstwa jest istotną determinantą zagranicznych działań [Caves, 1996].

Przyjmując, że potencjalnymi inwestorami mogą być przedsiębiorstwa duże [tj. zatrudniające powyżej 249 osób] należy stwierdzić, że przedsiębiorstw takich według danych GUS z 2006 roku było w województwie pomorskim stosunkowo niewiele, bo 289, co stanowi nieco ponad 1% ogółu podmiotów zarejestrowanych w REGON. Spośród tych przedsiębiorstw 14,2% stanowiło własność zagraniczną. W przypadku przedsiębiorstw zagranicznych zlokalizowanych w województwie pomorskim można przypuszczać, że nie będą one zaangażowane w ekspansję pomorskich przedsiębiorstw w formie BIZ. Wydaje się bowiem, że przedsiębiorstwa te zdecydowały się na inwestycje w Polsce kierując się motywami rynkowymi i zasobowymi. Można też przypuszczać, że w przypadku korporacji transnarodowych decyzja o dalszej zagranicznej ekspansji

sji w formie BIZ będzie podejmowana i realizowana przez centralę korporacji, a nie jej polski oddział.

Zgodnie z teorią cyklu życia produktu Vernona [1966] BIZ zastępują wstępną eksplorację zagranicznych rynków poprzez eksport. Według Kumar [2007] wzrost BIZ podejmowanych przez kraje rozwijające się może wiązać się z potrzebą wsparcia eksportu lokalną obecnością w postaci utworzenia filii handlowych (wspierających np. rozwój sieci dystrybucji, marketingu, dostarczenie usług posprzedażowych itp.). Ponadto eksport poprawia międzynarodową konkurencyjność przedsiębiorstwa i może dostarczyć wartościowych informacji o pojawiających się możliwościach ekspansji w innych krajach. Można więc przypuszczać, że zaobserwowany wzrost wartości eksportu pomorskich przedsiębiorstw powinien zwiększać prawdopodobieństwem podjęcia BIZ przez te przedsiębiorstwa. Można przypuszczać, że na obecnym etapie polskiej IDP pomorskie przedsiębiorstwa mogą podejmować BIZ w formie oddziałów handlowych

III.5. Zagraniczne inwestycje bezpośrednie pomorskich przedsiębiorstw – studium przypadków

Z uwagi na brak danych w ujęciu regionalnym na temat polskich IB za granicą w niniejszej części pracy wykorzystano jedyną możliwą metodę badawczą, tzn. studium przypadków podejmowania IB przez pomorskie przedsiębiorstwa. Krótka charakterystyka zagranicznej działalności trzech pomorskich przedsiębiorstw – LPP, Gino Rossi oraz PORTA stanowi podstawę sformułowania kilku hipotez na temat procesu internacjonalizacji pomorskich przedsiębiorstw.

III.5.1. LPP SA⁴⁷

Przedsiębiorstwo LPP zostało założone w 1995 roku w Gdańsku i od początku działalności funkcjonuje w branży odzieżowej. Działalność ta w początkowym okresie miała charakter handlowy i polegała na zaopatrywaniu hipermarketów w produkowane w Azji t-shirty. Kolejnym etapem rozwoju przedsiębiorstwa był rozwój własnej marki [RESERVED] i sieci sprzedaży detalicznej. W 2000 roku firma LPP otworzyła pierwszy salon RESERVED w Polsce, a już w 2002 roku rozpoczęła budowę sieci sprzedaży w krajach Europy Środkowo-Wschodniej. Obecnie w skład grupy kapitałowej LPP SA wchodzi: LPP SA jako jednostka dominująca, 20 zależnych spółek krajowych oraz 15 zależnych spółek zagranicznych. Spółki zagraniczne zlokalizowane są w krajach ESW: po jednej spółce w Estonii, na Węgrzech, na Łotwie, na Ukrainie, w Rumunii, Bułgarii i Słowacji, 2 spółki w Czechach oraz 3 spółki na Litwie i 3 spółki w Rosji. Spółki te zajmują się głównie dystrybucją towarów pod marką Reserved, Cropp, House i Mohito w krajach swej lokalizacji. Wśród zagranicznych spółek grupy LPP SA znajdują się 4 spółki należące do grupy kapitałowej Artman SA, która podobnie jak LPP zajmuje się projektowaniem i dystrybucją odzieży w Polsce i krajach ESW. Grupa kapitałowa Artman SA została w 2008 roku przejęta przez LPP SA i obecnie wchodzi w skład grupy kapitałowej LPP SA.

W gdańskiej siedzibie LPP SA mieści się biuro projektowe odzieży 6 marek: RESERVED, CROPP, ESOTIQ, RENÉ VILARD, HENDERSON i PROMOSTARS. Wzory odzieży marek House i Mohito, należących do grupy Artman SA, powstają natomiast w biurze projektowym w Krakowie. Produkcja poszczególnych modeli prowadzona jest w ramach współpracy z zakładami w Polsce i za granicą, m.in. w Chinach. Za lokowanie produkcji w Chinach odpowiedzialne jest biuro handlowe spółki w Szanghaju.

Produkty gotowe trafiają do powstałego w 2008 roku centrum logistycznego zlokalizowanego w Pruszczu Gdańskim. O lokalizacji tego dużego i nowoczesnego centrum zdecydowało dobre położenie komunikacyjne [droga morska i lądowa]. Działalność centrum obejmuje transport, magazynowanie, sortowanie i dystrybucję towarów. Dystrybucja produktów LPP SA odbywa się przede wszystkim poprzez sieć własnych sklepów firmowych LPP, a także poprzez hurtownie, sieci sklepów detalicznych, agencje reklamowe oraz

⁴⁷ Informacje ze oficjalnej strony przedsiębiorstwa: <http://www.lpp.com.pl/onas/historia.htm> oraz ze „Śródrocznego skróconego sprawozdania finansowego za IV kwartał 2008 roku”: http://www.inwestor.lpp.com.pl/uploads/raporty_okresowe/Raporty%20PL/2008/4Q%202008/srodroczne_skraczone_sprawozdanie_finance_za_iv_kwartal_2008.pdf

eksport do krajów EŚW.

III.5.2. Gino Rossi SA⁴⁸

Przedsiębiorstwo Gino Rossi powstało w 1992 roku w Słupsku jako wspólne przedsięwzięcie sześciu udziałowców z Polski i Włoch (wśród nich Gino Rossi). Włoscy akcjonariusze wnieśli do przedsiębiorstwa wiedzę na temat branży obuwniczej, a polscy partnerzy doświadczenie i wiedzę o polskim rynku. Ekspansja rynkowa spółki rozpoczęła się wraz z utworzeniem w 1994 roku w Sopocie pierwszego salonu firmowego Gino Rossi. Początkowo przedsiębiorstwo oferowało obuwie męskie i budowało wizerunek silnej marki. Silna marka pozwoliła na rozszerzenie asortymentu o obuwie damskie, teczki, torebki damskie, portfele, paski, skarpety, kosmetyki do obuwia. W 1998 roku spółka rozpoczęła w zlecenie produkcję obuwia damskiego we Włoszech. Od 2002 roku Gino Rossi SA jest wyłącznym dystrybutorem na terenie Polski włoskiego obuwia marki Geox. W 2006 roku Gino Rossi przejął kontrolę nad spółką Simple Creative Products Sp. z o.o. zajmującą się projektowaniem i sprzedażą odzieży damskiej. Tym samym działalność Gino Rossi została poszerzona o odzież damską z segmentu premium, a w 2008 roku dzięki przejęciu kontroli nad spółką Cosimo Martinelli Poland Sp. z o.o., działalność uzupełniono o odzież męską z tego samego segmentu.

Produkcja obuwia odbywa się głównie we własnym zakładzie spółki w Słupsku, przy czym najbardziej pracochłonne etapy produkcji są zlecane kooperantom. W 2008 roku spółka Gino Rossi SA rozpoczęła współpracę z kooperantami z Indii, w zakresie produkcji cholewek i obuwia gotowego. Ponadto Gino Rossi SA importuje obuwie z Włoch, które wraz z obuwiem wytwarzanym we własnym zakładzie i u kooperantów zagranicznych oferowane jest w salonach firmowych spółki oraz w sklepach multibrandowych w Polsce. Spółka w niewielkim zakresie prowadzi również sprzedaż hurtową obuwia.

Produkcja odzieży marki Simple odbywa się całkowicie na zasadach outsourcingu.

Grupa Kapitałowa Gino Rossi na dzień 30.06.2008 roku posiadała 125 salonów firmowych marek: gino rossi, vanita i geox [w tym 29 za granicą] oraz 40 salonów firmowych marki Simple [w tym 2 za granicą]. Zagraniczne sieci sklepów firmowych Gino Rossi znajdują się na terenie Niemiec, Danii, Australii, Rosji i Czech. W celu prowadzenia sprzedaży detalicznej obuwia i wyrobów skórzanych w tych krajach, Gino Rossi założył swoje spółki: w 2005 roku w Czechach i w Niemczech, w 2007 roku w Danii, Australii i w Rosji. W 2008 roku Gino Rossi SA sprzedało 100% udziałów swojej duńskiej spółki.

W planach grupy kapitałowej Gino Rossi do 2010 roku jest rozwój salonów firmowych w kraju i za granicą. Spółka zamierza rozwijać się na rynkach wschodnich, głównie w Rosji i na Ukrainie.

Grupa zmierza też do handlowego profilu działalności i wykorzystania tańszych źródeł zaopatrzenia w wysokiej jakości wyroby. Stosowanie outsourcingu w produkcji wiąże z planowanym stopniowym odchodzeniem od modelu tradycyjnego przedsiębiorstwa, do modelu przedsiębiorstwa zarządzającego markami.

III.5.3. PORTA KMI POLAND⁴⁹

Przedsiębiorstwo PORTA KMI POLAND powstało w 1992 roku w Bolszewie koło Wejherowa. Od początku swojej działalności funkcjonuje na rynku stolarki budowlanej. PORTA jest liderem wśród producentów skrzydeł i ościeżnic drzwiowych w Polsce. Wraz z firmami developerskimi Invest Komfort i SGI Baltis wchodzi w skład grupy kapitałowej Baltis Investment SA. PORTA ma pięć zakładów produkcyjnych [4 w Polsce i 1 w Rumunii]. Przedsiębiorstwo dysponuje nowoczesnym i zautomatyzowanym parkiem maszynowym wyprodukowanym w Niemczech i we Włoszech. PORTA współpracuje z renomowanymi światowymi dostawcami surowców i akcesoriów wyposażenia drzwi, co pozwala na uzyskanie wysokiej jakości wyrobów.

Inwestycja w zakład produkcyjny w Rumunii rozpoczęła się w 2003 roku. Oficjalne otwarcie fabryki

⁴⁸ Informacje ze oficjalnej strony przedsiębiorstwa: <http://www.gino-rossi.com/www/> oraz „Sprawozdania Zarządu z działalności Grupy Kapitałowej Gino Rossi sporządzone za okres 01.01.2008r.-30.06.2008r.”: <http://www.inwestor.gino-rossi.com/?id=15>
⁴⁹ <http://www.porta.com.pl/pl/about/index.html>

PORTA KMI Romania nastąpiło w 17 czerwca 2005 roku. Dzięki tej inwestycji PORTA ma zamiar stać się wiodącym producentem drzwi na rumuńskim rynku. Firma jest laureatem wielu konkursów. W październiku 2006 roku w ramach konkursu Liderzy Eksportu 2005 uzyskała nagrodę w kategorii „wielkość zainwestowanego kapitału za granicą”. Natomiast w latach 2006 i 2007 zdobyła Tytuł Marki Wysokiej Reputacji. PORTA posiada salon firmowy w Moskwie.

III.5.4. Proces internacjonalizacji pomorskich przedsiębiorstw – wnioski ze studium przypadków

Cechą łączącą przedsiębiorstwa LPP, Gino Rossi oraz PORTA jest zbliżony okres rozpoczęcia działalności – pierwsza połowa lat 90-tych. Ponad 10-letnie doświadczenie pozwoliło tym przedsiębiorstwom na zdobycie silnej pozycji na krajowym rynku. Wszystkie trzy określają siebie jako liderów branży. Taka sytuacja bliska jest uppsalskiemu modelowi internacjonalizacji, zgodnie z którym zagraniczna ekspansja przedsiębiorstw poprzedzona jest sukcesem na rynku krajowym. Proces internacjonalizacji tych przedsiębiorstw rozpoczął się na bliskich rynkach, o niewielkim dystansie psychicznym i kulturowym, co jest zgodne z modelem uppsalskim, a także drugim etapem IDP. Należy jednak zauważyć, że nieco odmienna od LPP i PORTA, orientacja geograficzna Gino Rossi ma ulec pewnej zmianie w najbliższym okresie w kierunku krajów EŚW, głównie Rosji i Ukrainy.

Zagraniczną ekspansję przedsiębiorstw na rynki EŚW można wiązać przede wszystkim z chęcią zdobycia nowych rynków zbytu, choć w przypadku PORTA można również wnioskować o chęci poszukiwania na tych rynkach dostępu do zasobów. Dostęp do tańszych zasobów jako motyw internacjonalizacji można również wskazać w przypadku LPP i Gino Rossi. Należy jednak zauważyć, że specyficzne dla tych sektorów niewielkie znaczenie przewagi internalizacji skłania te przedsiębiorstwa do rozwoju outsourcingu. Wpływ na taką formę internacjonalizacji może mieć istotne umiędzynarodowienie otoczenia tych przedsiębiorstw.

Kolejną cechą łączącą wszystkie trzy przedsiębiorstwa jest posiadanie przewagi własnościowej w postaci silnych krajowych marek. Rozwój i wzmacnianie marki stanowi ważną część działań tych przedsiębiorstw.

Ciekawych wniosków na temat procesu internacjonalizacji dostarcza przypadek LPP SA. Przedsiębiorstwo to, mimo internacjonalizacji i stosowania outsourcingu w produkcji, utrzymuje i rozwija swoje gdańskie biuro projektowe. Istotnym elementem rozwoju procesu internacjonalizacji tego przedsiębiorstwa jest również wybudowanie dużego centrum logistycznego w Pruszczu Gdańskim, co może wskazywać na istnienie przewagi lokalizacyjnej województwa pomorskiego związanej z infrastrukturą transportową.

Generalny wniosek jaki można sformułować na podstawie studium przypadków procesu internacjonalizacji przedsiębiorstw LPP, Gino Rossi i PORTA jest taki, że przedsiębiorstwa te znajdują się we wczesnym etapie procesu internacjonalizacji. Specyfika branżowa, pozycja przedsiębiorstw na rynku krajowym, czas istnienia przedsiębiorstwa, własność niematerialnych aktywów w postaci silnych marek są czynnikami, które mogą mieć związek z czasem i formą internacjonalizacji.

III.6. Podsumowanie

Dane UNCTAD i NBP wskazują na istotny wzrost wartości odpływu kapitału z tytułu polskich BIZ od 2004 roku co może świadczyć o postępie w procesie umiędzynarodowienia polskich przedsiębiorstw. Obliczany przez UNCTAD wskaźnik odpływu kapitału w formie BIZ (*Outward FDI Performance Index*) wskazuje jednak na istnienie istotnych różnic pomiędzy krajami „starej UE” (UE15) a „nowymi państwami członkowskimi UE” (UE12), co może świadczyć o wstępnej fazie umiędzynarodowienia przedsiębiorstw z UE12. Na tej podstawie można sformułować przypuszczenie o kontynuacji trendu wzrostowego odpływu kapitału z tytułu polskich BIZ.

Istniejące badania na temat polskiej ścieżki rozwoju inwestycji (IDP) lokalizują Polskę na drugim etapie IDP, uznawanym w literaturze przedmiotu za pierwszą fazę internacjonalizacji przedsiębiorstw. Etap ten charak-

teryzuje się regionalnym charakterem podejmowanych BIZ, co potwierdzają dane NBP na temat struktury regionalnej stanu należności z tytułu polskich BIZ, wskazujące na dominację krajów europejskich (94,2% w 2007 roku).

Najważniejszymi krajami lokalizacji polskich BIZ w 2007 roku były wysoko rozwinięte kraje europejskie – Luksemburg i Szwajcaria. Taki kierunek geograficzny polskich BIZ trudno wyjaśnić na podstawie wskazanych w literaturze przedmiotu determinant specyficznych dla drugiego etapu IDP. Typowe dla tej fazy internacjonalizacji jest bowiem podejmowanie BIZ w krajach o niższym lub podobnym poziomie rozwoju gospodarczego.

Dostępne dane NBP na temat struktury branżowej BIZ podejmowanych przez polskie przedsiębiorstwa charakteryzują się istotną słabością, tj. brakiem branżowego sklasyfikowania 64,6% stanu należności z tytułu polskich BIZ. Pomijając grupę działalności niesklasyfikowanej można zauważyć, że istotną część polskich inwestycji bezpośrednich przypadała na gałęzie średnio-niskich i niskich technologii branży przetwórstwa przemysłowego oraz na handel i naprawy. Podejmowanie BIZ głównie w takich gałęziach charakterystyczne jest dla drugiego etapu IDP oraz dla trzeciego etapu internacjonalizacji modelu uppsalskiego.

Z uwagi na zbliżony do średniej krajowej poziom PKB *per capita* w województwie pomorskim można przypuszczać, że charakterystyka odpływu kapitału w formie BIZ z Polski może także odzwierciedlać podejmowanie BIZ przez pomorskie przedsiębiorstwa. Z drugiej jednak strony znikomy wzrost PKB *per capita* w ostatnich latach może wskazywać na brak istotnej poprawy konkurencyjności pomorskich przedsiębiorstw stanowiącej bodziec do znacznego wzrostu odpływu kapitału w formie BIZ. Wskazywać na to również może brak relatywnej przewagi pomorskich przedsiębiorstw pod względem intensywności B + R.

Można przypuszczać, że zaobserwowany wzrost wartości eksportu pomorskich przedsiębiorstw może wiązać się z podjętymi przez nie BIZ w formie oddziałów handlowych. Na podejmowanie BIZ w tej właśnie formie we wczesnej fazie umiędzynarodowienia wskazuje nie tylko model uppsalski, ale także studia przypadków trzech pomorskich przedsiębiorstw. Cechami łączącymi trzy pomorskie przedsiębiorstwa, które podjęły BIZ są również: długoletnie doświadczenie i silna pozycja na rynku krajowym, przewaga własnościowa w postaci silnych krajowych marek, inwestycje na bliskich geograficznie i kulturowo rynkach motywowane zdobyciem nowych rynków lub dostępem do tańszych zasobów. Natomiast pewne różnice w procesie umiędzynarodowienia tych przedsiębiorstw można wiązać ze specyfiką branżową.

III.7. Bibliografia

1. Andreff W. [2002] *The new multinational corporations from transition countries*, Economic Systems 26
2. *Bezpośrednie inwestycje zagraniczne polskich przedsiębiorstw* [2008] opracowanie zbiorowe pod kierunkiem naukowym Włodzimierza Karaszewskiego, Wydawnictwo „Dom Organizatora”, Toruń
3. Blonigen B. [2005] *A Review of the Empirical Literature on FDI Determinants*, [materiał powielony]
4. Boudier-Bensebaa F. [2008] *FDI-assisted development in the light of the investment development path paradigm: Evidence from Central and Eastern European countries*, Transnational Corporations, 17(1), UNCTAD
5. Caves R. E. [1996] *Multinational Enterprise and Economic Analysis*, Second Edition, Cambridge, New York and Melbourne: Cambridge University Press.
6. Dunning J.H. [1981] *Explaining the international direct investment position of countries: towards a dynamic or development approach*, Weltwirtschaft Archiv, No 117, s. 30-64
7. Dunning J.H. [1986] *The Investment Development Cycle Revisited*, Weltwirtschaftliches Archiv, No 122, s. 667-677.
8. Dunning J. H. [1988], *The eclectic paradigm of international production: a restatement and some possible extensions*, Journal of International Business Studies, Vol. 19, No. 1
9. Dunning J.H., R. von Hoesel, R. Narula [1997] *Explaining the 'New' Wave of Outward FDI from Developing Countries: The Case of Taiwan and Korea*, International Business Review
10. Dunning J.H., R. Narula [2002] *"The Investment Development Path Revisited"*, in J.H. Dunning, Theories and Paradigms of International Business Activity. The Selected Essays of John H. Dunning, Volume 1,

[Cheltenham, UK and Northampton, MA: Edward Elgar]

- 11.Gorynia M., *Strategie zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw*, PWE, Warszawa 2007
- 12.Gorynia M., J. Nowak, R. Wolniak [2008] *Poland's Investment Development Path and Industry Structure of FDI Inflows and Outflows*, Journal of East-West Business, No 2, International Business Press
- 13.Kogut B., S. J. Chang. [1996] *Platform Investments and Volatile Exchange Rates: Direct Investment in the U.S. by Japanese Electronic Companies*, Review of Economics and Statistics, 78[2]
- 14.Kumar N. [2007] *Emerging TNCs: trends, patterns and determinants of outward FDI by Indian enterprises*, Transnational Corporations, Vol. 16, No. 1 [April 2007]
- 15.Porter M. E. [1990] *New Global Strategies for Competitive Advantage*, Planning Review, May-June 1990
- 16.Rugman A.M. [1981] *Inside the Multinationals. The Economics of Internal Markets*, Columbia University Press, New York
- 17.Rymarczyk J. [2004], *Internacjonalizacja i globalizacja przedsiębiorstwa*, PWE, Warszawa
- 18.Turnbull, P.W., [1987] *A Challenge to the Stages Theory of Internationalization Process*, w: P.J. Rosson, S.D. Reid [eds.] *Managing Export Entry and Expansion*, Praeger, New York
- 19.Turnbull P.W., J..P Valla [1986], *Strategies for International Industrial Marketing*, London: Croom Helm
- 20.Stępiak A.[2005], *Strategie przedsiębiorstw na obszarze Unii Europejskiej w zakresie zagranicznych inwestycji bezpośrednich*, Ośrodek Badań Integracji Europejskiej, Uniwersytet Gdański, Gdańsk 2005
- 21.Williamson O.E. [1975], *Markets and Hierarchies: Analysis and Antitrust Implications: A Study in the Economics of Internal Organizations*, The Free Press, New York
- 22.*World Investment Report 2008, Transnational Corporation, and the Infrastructure Challenge*, UNCTAD, United Nations, New York and Geneva, 2008
- 23.*World Investment Report, Country Fact sheet: Poland*, UNCTAD – różne roczniki
- 24.*Polskie inwestycje bezpośrednie za granicą w latach 1996-2002*, Aneks Statystyczny, Warszawa, luty 2009r., Departament Statystyki NBP
- 25.*Polskie inwestycje bezpośrednie za granicą w 2007 roku*, Warszawa, grudzień 2008r., Departament Statystyki NBP
- 26.*Polskie inwestycje bezpośrednie za granicą w 2005 roku*, Aneks Statystyczny, Warszawa, listopad 2008r., Departament Statystyki NBP
- 27.*Polskie inwestycje bezpośrednie za granicą w 2004 roku*, Aneks Statystyczny, Warszawa, listopad 2008r., Departament Statystyki NBP
- 28.*Polskie inwestycje bezpośrednie za granicą w 2003 roku*, Aneks Statystyczny, Warszawa, styczeń 2009r., Departament Statystyki NBP

Andrzej Stępnik, Ośrodek Badań Integracji Europejskiej, Uniwersytet Gdański

Adriana Zabłocka, Ośrodek Badań Integracji Europejskiej, Uniwersytet Gdański

IV.1. Wprowadzenie

Wraz z wstąpieniem Polski do UE w 2004r. nastąpił istotny wzrost odpływu kapitału w formie BIZ z Polski. Zaobserwowana zmiana w tym obszarze aktywności międzynarodowej polskich przedsiębiorstw zwiększyła zainteresowanie tym zjawiskiem⁵⁰. W dotychczasowych pracach na temat podejmowania BIZ przez polskie przedsiębiorstwa pomijano skalę i specyfikę tego zjawiska w ujęciu regionalnym. Za przyczyny takiego stanu uważać należy nie tylko stosunkowo krótki okres istotnego wzrostu odpływu BIZ, ale także brak danych statystycznych na ten temat na poziomie regionów.

Z uwagi na brak takich danych (danych wtórnych na poziomie przedsiębiorstw regionu) jedyną możliwością analizy zjawiska BIZ podejmowanych przez pomorskie przedsiębiorstwa było wykorzystanie metody ankietowej. W tym celu na przełomie maja i czerwca 2009 roku PBS DGA Spółka z o.o. zrealizowała wywiady w przedsiębiorstwach produkcyjnych prowadzących działalność eksportową. Skierowanie ankiety do eksporterów celem identyfikacji i charakterystyki odpływu kapitału w formie BIZ znajduje swoje uzasadnienie w tzw. uppsalskim modelu internacjonalizacji, zgodnie z którym podjęcie BIZ przez przedsiębiorstwo zazwyczaj poprzedzone jest eksportem.

Pośród biorących udział w badaniu 347 pomorskich eksporterów jedynie 21 [tj. 6%] posiadało zagraniczne oddziały. Czternaście spośród nich to samodzielne przedsiębiorstwa, z czego: 7 to przedsiębiorstwa polskie, 1 z udziałem własności zagranicznej w granicach 10%–50%, natomiast pozostałe 6 to przedsiębiorstwa z udziałem własności zagranicznej przekraczającej 50%. Trzy spośród 21 pomorskich przedsiębiorstw posiadających zagraniczne oddziały to centrale polskich przedsiębiorstw. Cztery spośród 21 firm wskazało, że są filiami lub oddziałami zagranicznych przedsiębiorstw, co można uznać za podstawę wykluczenia ich odpowiedzi jako źródła formułowania wniosków na temat procesu umiędzynarodowienia pomorskich przedsiębiorstw. Można bowiem przypuszczać, że udzielające wywiadu oddziały stanowią część międzynarodowego przedsiębiorstwa, którego działalność determinowana jest przede wszystkim przez firmę matkę, a w mniejszym stopniu przez pomorski oddział tego przedsiębiorstwa. Tym samym, przeprowadzona w niniejszym opracowaniu analiza zjawiska podejmowania BIZ przez pomorskie przedsiębiorstwa bazuje na małej próbie przedsiębiorstw. Można jednak przypuszczać, że próba ta może reprezentować istotną część małej populacji pomorskich przedsiębiorstw produkcyjnych posiadających oddziały zagraniczne⁵¹.

IV.2. Charakterystyka zjawiska odpływu kapitału w formie BIZ z województwa pomorskiego

Niewielki odsetek pomorskich eksporterów dysponujących zagranicznymi oddziałami świadczy o początkowej fazie umiędzynarodowienia pomorskich przedsiębiorstw produkcyjnych. Podstawą do wyciągnięcia takiego wniosku może być również to, że 14 spośród 17 firm poddanych analizie posiadało wyłącznie zagraniczne oddziały handlowe, 2 wyłącznie zagraniczne oddziały produkcyjne, a jedna zarówno oddział handlowy, jak i produkcyjny.

Dominacja oddziałów handlowych wśród BIZ podjętych przez pomorskie przedsiębiorstwa wskazuje na ich komplementarny charakter wobec eksportu oraz na istotne znaczenie przewag lokalizacyjnych specyficznych dla kraju pochodzenia na obecnym etapie umiędzynarodowienia tych przedsiębiorstw.

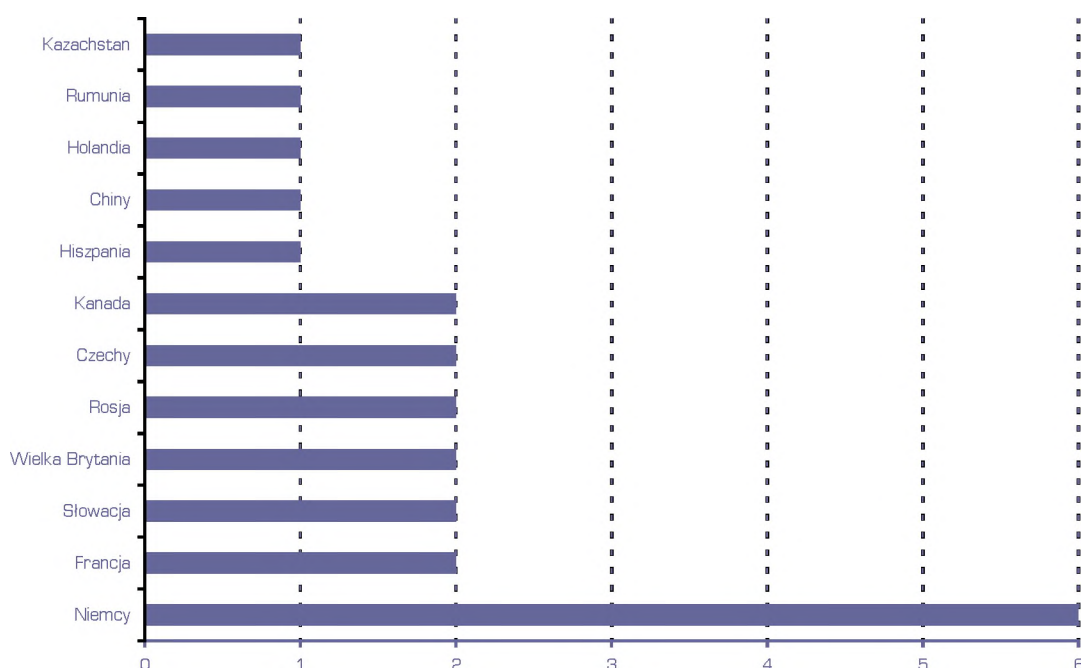
50 Jedno z pierwszych opracowań na ten temat zostało przygotowane przez zespół pracowników Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania Uniwersytetu Mikołaja Kopernika pod kierunkiem naukowym prof. W. Karaszewskiego, zob. „Bezpośrednie inwestycje zagraniczne polskich przedsiębiorstw” opracowanie zbiorowe pod kierunkiem naukowym Włodzimierza Karaszewskiego, Wydawnictwo „Dom Organizatora” Toruń 2008

51 według danych zespołu badawczego kierunkiem naukowym prof. W. Karaszewskiego w Polsce w 2007r. było blisko 500 przedsiębiorstw, które dokonały inwestycji bezpośrednich za granicą, zob. „Bezpośrednie inwestycje zagraniczne polskich przedsiębiorstw” op.cit. s. 15-16

IV.2.1. Struktura geograficzna BIZ podjętych przez pomorskie przedsiębiorstwa

Dziesięć spośród 15 pomorskich przedsiębiorstw posiadających oddziały handlowe lub usługowe za granicą zlokalizowało ten oddział tylko w jednym kraju, dwa w dwóch krajach, natomiast trzy w trzech krajach. Większość zagranicznych oddziałów handlowych lub usługowych pomorskich przedsiębiorstw zostało zlokalizowanych w krajach UE [wykres 1]. Taki kierunek ekspansji geograficznej odpowiada uppsalskiemu modelowi internacjonalizacji, zgodnie z którym zagraniczna ekspansja przedsiębiorstw rozpoczyna się zazwyczaj od sąsiednich krajów o zbliżonej kulturze i gustach konsumentów⁵². Podejmowanie BIZ w krajach leżących w tym samym regionie co kraj inwestora charakteryzuje również 2. i 3. etap ścieżki rozwoju inwestycji.

Wykres 1: Lokalizacja zagranicznych oddziałów handlowych pomorskich przedsiębiorstw



Źródło: Badania ankietowe

Istotne znaczenie wysoko rozwiniętych, dużych krajów europejskich [Niemiec, Francji, Wielkiej Brytanii] jako miejsca lokalizacji oddziałów handlowych lub usługowych pomorskich przedsiębiorstw związane jest niewątpliwie z ponad 50% udziałem UE-15 w eksporcie pomorskich przedsiębiorstw⁵³. Rynki te uznane również zostały przez pomorskie przedsiębiorstwa posiadające zagraniczne oddziały za najważniejsze w ich planach wzrostu sprzedaży w bieżącym roku [wykres 2]. Istotne zainteresowanie pomorskich przedsiębiorstw tymi krajami, a zwłaszcza rynkiem niemieckim, należy uznać za zgodne z uppsalskim modelem internacjonalizacji, w którym głównym kierunkiem podejmowanych BIZ powinny być rynki głównych partnerów handlowych. Podjęcie BIZ przez pomorskie przedsiębiorstwa przede wszystkim w krajach charakteryzujących się wyższym poziomem rozwoju niż Polska może świadczyć o relatywnej przewadze konkurencyjnej inwestujących firm. Należy jednak zauważyć, że mimo lokalizacji oddziałów handlowych lub usługowych przede wszystkim w dużych krajach UE15 tylko 20% pomorskich przedsiębiorstw posiadających tego typu oddziały wskazało, iż najważniejszym powodem podjęcia BIZ była wielkość rynku. Dwa razy więcej przedsiębiorstw

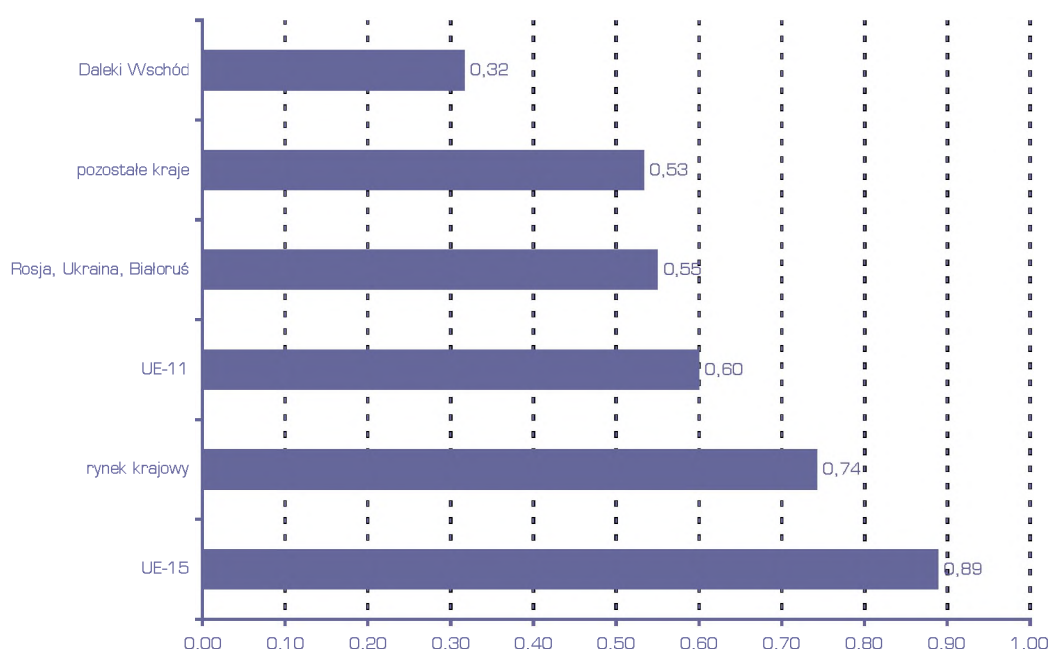
⁵² Romanowska M. (2009) *Planowanie strategiczne w przedsiębiorstwie*, PWE, Warszawa, s.103.

⁵³ Zobacz rozdział pierwszy niniejszego opracowania.

[40%] stwierdziło, że najważniejszym powodem podjęcia BIZ w formie oddziału handlowego lub usługowego w krajach UE15 było podążanie za kontrahentem, co świadczy o defensywnym charakterze ich działań na tych rynkach. Natomiast wśród ważnych powodów podjęcia BIZ w tej formie i w tych krajach znalazły się inne motywy o charakterze rynkowym tj. perspektywy wzrostu i potencjał rynku [20%] oraz bliskość rynków zbytu [20%].

Dominacja motywów rynkowych wśród pomorskich przedsiębiorstw posiadających oddziały handlowe lub usługowe w krajach UE15 świadczy o początkowej fazie internacjonalizacji tych przedsiębiorstw. Według Dunninga motywy rynkowe, a także motywy zasobowe, są charakterystyczne dla inwestorów rozpoczynających zagraniczną ekspansję⁵⁴.

Wykres 2: Znaczenie rynków w planach wzrostu sprzedaży na 2009 roku pomorskich przedsiębiorstw posiadających zagraniczne oddziały



Wskaźnik ważności, obliczony na podstawie rozwiązania zaproponowanego przez Władysława Karaszewskiego i Stanisława Sudolę. Zob. w: „Bezpośrednie inwestycje zagraniczne polskich przedsiębiorstw” opracowanie zbiorowe pod kierunkiem naukowym Włodzimierza Karaszewskiego, Wydawnictwo „Dom Organizatora”, Toruń, 2008, s. 17.

Źródło: Badania ankietowe

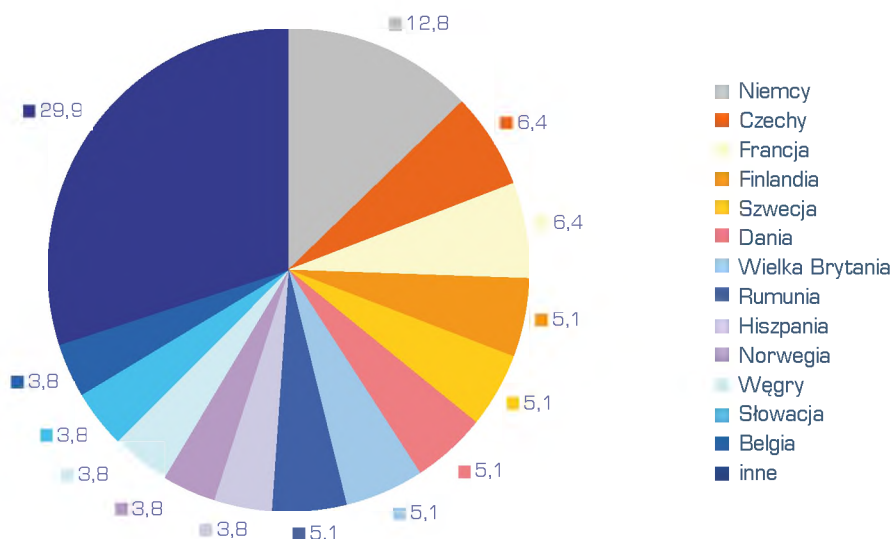
Duże znaczenie w planach wzrostu sprzedaży w bieżącym roku zostało również przypisane „nowym krajom członkowskim UE” [UE11] oraz rynkowi krajowemu. Zebrane podczas wywiadów informacje na temat istniejących lokalizacji oddziałów handlowych lub usługowych pomorskich przedsiębiorstw wskazują, że zainteresowanie inwestorów zostało skierowane na trzy kraje UE11: Czechy, Słowację i Rumunię. Istotnym czynnikiem decydującym o lokalizacji inwestycji w tych krajach była ich bliskość oraz podobieństwo do rynku krajowego. Charakteryzują się one bowiem zbliżonym lub nieco niższym poziomem rozwoju niż Polska, podobną historią oraz porównywalną strukturą gospodarki i tradycją.

54 Dunning J.H. [1998] *Location and the multinational enterprise: a neglected factor?*, Journal of International Business Studies, 29, [1] s. 54.

Można przypuszczać, że działalność istniejącego oddziału handlowego w Rumunii ma związek z funkcjonowaniem oddziału produkcyjnego uruchomionego w tym kraju i w tym samym roku przez jedno z przedsiębiorstw objętych badaniem. W przypadku lokalizacji oddziałów handlowych lub usługowych w Czechach i Słowacji istotnym powodem takiej lokalizacji były przede wszystkim czynniki rynkowe (podążenie za kontrahentem, perspektywy wzrostu i potencjał rynku, bliskość rynku), a także czynniki zasobowe (niski koszt inwestycji). Należy stwierdzić, że motywy podejmowania inwestycji przez pomorskie przedsiębiorstwa w tych dwóch krajach również świadczą o początkowej fazie internacjonalizacji tych przedsiębiorstw.

Rynki europejskie uznawane są przez pomorskie przedsiębiorstwa, posiadające oddziały handlowe lub usługowe za granicą, za najbardziej obiecujące rynki eksportowe (wykres 3). Taką opinię uznać można za potwierdzenie rynkowych motywów (tj. np. perspektywy wzrostu i potencjał rynku) podjęcia przez nie BIZ w tej formie oraz wspomagającym handel charakterze tych inwestycji.

Wykres 3: Najbardziej obiecujące rynki eksportowe [w %] według pomorskich przedsiębiorstw posiadających zagraniczne oddziały



Źródło: Badania ankietowe

Wśród ujętych na wykresie 3 w kategorii „inne” znalazły się również nowe kraje członkowskie UE (Bułgaria, Litwa, Łotwa, Estonia) oraz dwa kraje UE15 (Włochy, Holandia), a także Szwajcaria, Ukraina, Rosja. Natomiast pozaeuropejskie kraje wskazane przez respondentów to: Stany Zjednoczone, Japonia, Kuba, Sudan i Chiny. Należy zauważyć, że do grona najbardziej obiecujących rynków eksportowych nie zostały zaliczone dwa kraje – Kanada i Kazachstan, w których trzy pomorskie przedsiębiorstwa mają swoje oddziały handlowe lub usługowe. Mimo różnic istniejących pomiędzy tymi dwoma krajami główne powody podjęcia inwestycji są zbliżone. Podobnie jak w przypadku lokalizacji BIZ w krajach UE motywy mają przede wszystkim charakter rynkowy (perspektywy wzrostu i potencjał rynku, wielkość rynku, podążanie za kontrahentem). Ważnym motywem uruchomienia oddziału handlowego w Kazachstanie był również niski koszt inwestycji. Wybór tych dwóch krajów jako miejsca lokalizacji BIZ można traktować jako przykład koncepcji internacjonalizacji niekonwencjonalnej⁵⁵. Jedną z cech tej koncepcji jest bowiem skłonność przedsiębiorstw do wchodzenia na odległe ze względu na dystans psychiczny rynki we wczesnych fazach internacjonalizacji.

⁵⁵ Więcej na temat internacjonalizacji niekonwencjonalnej zob. Gorynia M. (2007) *Strategie zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw*, PWE, Warszawa s. 73–75.

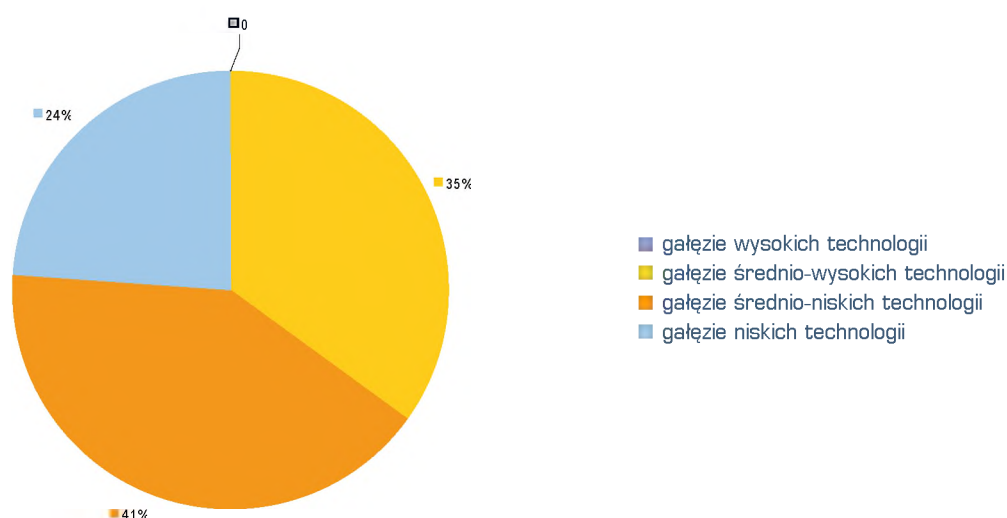
Zagraniczne oddziały produkcyjne pomorskich przedsiębiorstw zlokalizowane zostały na Ukrainie, w Rumunii i w Niemczech. Cechą łączącą te lokalizacje jest duża wielkość rynków, która zgodnie z literaturą przedmiotu stwarza możliwość osiągnięcia korzyści skali w utworzonych oddziałach produkcyjnych i rezygnacji z obsługi danego rynku poprzez eksport⁵⁶. Zadeklarowane przez te przedsiębiorstwa motywy podjęcia BIZ potwierdzają najistotniejsze znaczenie wielkości rynku w tych trzech krajach oraz perspektywy wzrostu i potencjał rozwoju rynku rumuńskiego i ukraińskiego.

Informacje na temat przedsiębiorstw posiadających oddziały produkcyjne za granicą wskazują, że ich proces umiędzynarodowienia nie odzwierciedla w pełni koncepcji modelu uppsalskiego. W przypadku dwóch spośród trzech przedsiębiorstw etap utworzenia oddziału produkcyjnego nie był poprzedzony utworzeniem oddziału handlowego. Tylko jedno z trzech przedsiębiorstw posiadających zagraniczny oddział produkcyjny posiadało również oddział handlowy w kraju lokalizacji. Zarówno oddział produkcyjny, jak i oddział handlowy zostały utworzone w tym samym roku, co nie potwierdza wskazanej przez model uppsalski sekwencyjnej i deterministycznej relacji między utworzeniem oddziału handlowego a powstaniem oddziału produkcyjnego. W takiej sytuacji za trafne należy uznać spostrzeżenia krytyków modelu uppsalskiego, według których przedsiębiorstwa nie podążają zgodnie z jednym, spójnym modelem procesu internacjonalizacji.

IV.2.2. Struktura branżowa pomorskich przedsiębiorstw podejmujących BIZ

Struktura podstawowych produktów eksportowanych przez pomorskie przedsiębiorstwa posiadające zagraniczne oddziały [Wykres 4.] wskazuje, że w procesie umiędzynarodowienia uczestniczą przedsiębiorstwa wytwarzające produkty średnich i niskich technologii. Są to produkty standardowe, wytwarzane w sektorach charakteryzujących się konkurencją cenową. Na tej podstawie można sformułować przypuszczenie, że czynnikiem decydującym o zagranicznej ekspansji pomorskich przedsiębiorstw nie jest przewaga technologiczna lub globalnie rozpoznawalna marka.

Wykres 4: Struktura podstawowych produktów eksportowanych przez pomorskie przedsiębiorstwa posiadające zagraniczne oddziały według proporcji czynników produkcji według klasyfikacji OECD



Źródło: Badania ankietowe

⁵⁶ Krugman P. [1979] *Increasing Returns, Monopolistic Competition, and International Trade*, Journal of International economics, 9(4), s. 469–79; Amiti M. [1998] *New trade theories and industrial location in the EU: a survey of evidence*, Oxford Review of Economic Policy, 14, s. 45–53.

Struktura produktów oferowanych na zagranicznych rynkach przez pomorskie przedsiębiorstwa posiadające zagraniczne oddziały jest zbliżona do struktury stanu należności z tytułu polskich inwestycji bezpośrednich za granicą w branży przetwórstwa przemysłowego⁵⁷. W obu przypadkach dominują gałęzie niskich i średnich technologii, tj. struktura branżowa BIZ charakterystyczna dla drugiego etapu ścieżki rozwoju inwestycji (*IDP, ang. investment development path*). Brak produktów wysokich technologii wśród produktów oferowanych na zagranicznych rynkach przez pomorskie przedsiębiorstwa posiadające zagraniczne oddziały może świadczyć o braku przewag własnościowych związanych z B+R. Taki stan należy uznać za nieco zaskakujący wobec istotnego udziału produktów wysokich technologii w strukturze produktowej eksportu województwa pomorskiego⁵⁸. Można przypuszczać, że pomorscy eksporterzy produktów wysokich technologii nie posiadają odpowiednich, innych niż przewagi technologiczne, przewag własnościowych, umożliwiających przejście do kolejnego etapu umiędzynarodowienia ich działalności.

Pomorskie przedsiębiorstwa posiadające za granicą oddziały produkcyjne wytwarzały w nich te same produkty, które zostały wskazane przez nie jako podstawowe produkty eksportowe. Sytuacja ta, a także stosunkowo krótki okres funkcjonowania oddziałów produkcyjnych na Ukrainie [od 2005 roku] i w Rumunii [od 2007 roku] bliskie jest modelowym wyjaśnieniom zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw ujętym w cyklu życia produktu Vernona [1966]. Impuls uruchomienia zagranicznej produkcji pojawia się w tym modelu na drugim etapie cyklu życia produktu, pod wpływem upodabniania się rynków eksportowych do rynku kraju macierzystego firmy oraz pojawienia się lokalnych konkurentów. Można więc wnioskować, że istniejąca różnica w poziomie dochodów pomiędzy Polską a Ukrainą i Rumunią oraz fakt funkcjonowania tych przedsiębiorstw w starzejących się na polskim rynku gałęziach średnio-niskich technologii [produkcja opakowań z tworzyw sztucznych i produkcja rynien] mógł stanowić bodziec do uruchomienia, a w przyszłości całkowitego przeniesienia, produkcji do tych krajów.

Nieco innych charakter wydaje się mieć teoretyczne uzasadnienie utworzenia oddziału produkcyjnego w Niemczech przez przedsiębiorstwo reprezentujące gałąź średnio-wysokich technologii [produkcja łożysk ślizgowych]. Wśród głównych motywów podjęcia BIZ przez to przedsiębiorstwo znalazły się wielkość rynku oraz niskie koszty pracy. Jednak rok założenia tego oddziału – 1970 – pozwala sformułować przypuszczenie, że istotnym bodźcem były względy polityczne określane w literaturze przedmiotu jako „ucieczka przed systemem”, która mogła służyć wsparciu działalności eksportowej przedsiębiorstwa.

IV.3. Motywy podjęcia BIZ przez pomorskie przedsiębiorstwa

Jednym z zagadnień poruszanych w pracach badawczych na temat BIZ są motywy tej formy zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw. W literaturze przedmiotu istnieją różnorodne klasyfikacje powodów podejmowania BIZ⁵⁹. Dla celów niniejszego opracowania wykorzystano klasyfikację motywów zaproponowaną przez Dunninga [1993, 1998], uzupełniając ją o grupę motywów politycznych. Zgodnie z tą klasyfikacją stymulanty BIZ dzieli się na 4 grupy: pozyskanie zasobów, zdobycie rynków, poprawa efektywności, pozyskanie strategicznych zasobów. Według Dunninga dwie pierwsze grupy motywów dominują wśród początkujących inwestorów, natomiast dwie kolejne charakteryzują firmy mające doświadczenie w podejmowaniu BIZ. Zależność ta została potwierdzona w badaniach powodów podjęcia BIZ przez pomorskie przedsiębiorstwa [wykres 5]. Za trzy najważniejsze motywy zostały bowiem uznane czynniki o charakterze rynkowym tj.: podążanie za kontrahentem, wielkość rynku, perspektywy wzrostu i potencjał rynku. Istotne znaczenie zostało także przypisane motywom zasobowym tj. cenom i dostępności materiałów i półproduktów oraz niższym kosztom inwestycji i niższym kosztom pracy. Wśród dość istotnych powodów podjęcia BIZ przez pomorskie przedsiębiorstwa znalazły się także czynniki efektywnościowe: możliwość wykorzystania posiadanych zasobów i odpowiednia infrastruktura logistyczna.

Podążanie za kontrahentem, jako najważniejszy powód podjęcia BIZ przez pomorskie przedsiębiorstwa, może świadczyć o defensywnym charakterze tych inwestycji – ukierunkowaniu na utrzymanie posiadanej pozycji

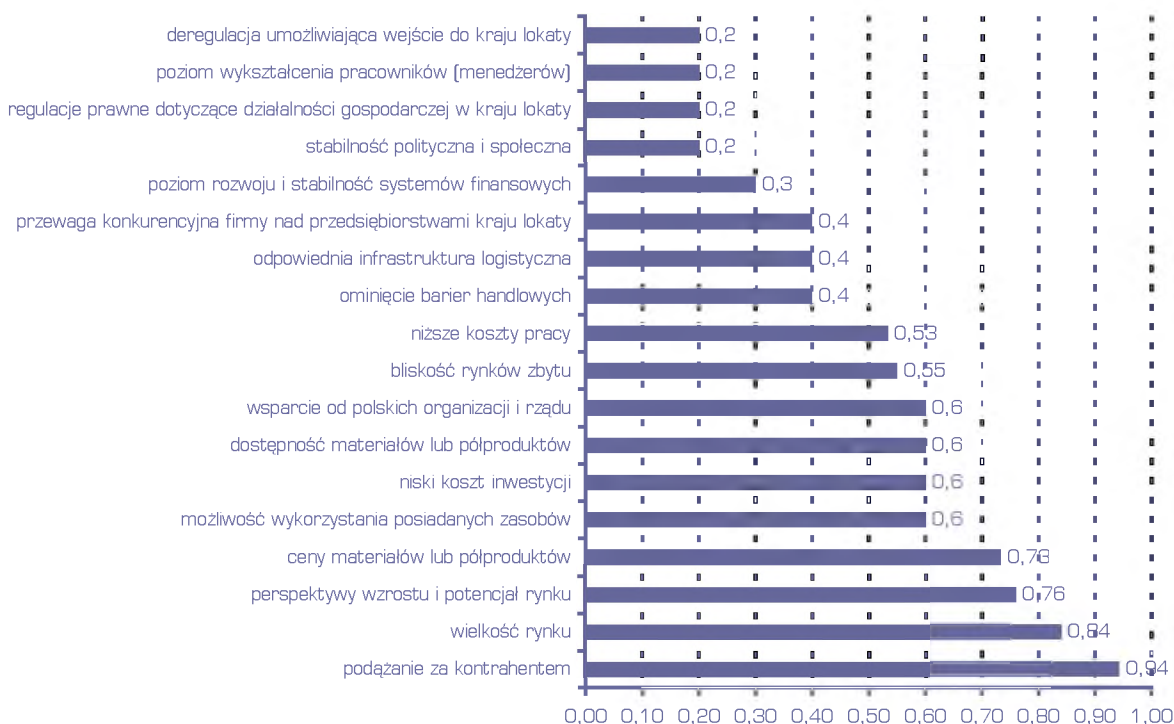
57 Porównaj wykres 5 w rozdziale trzecim niniejszego opracowania.

58 Zobacz rozdział pierwszy niniejszego opracowania.

59 Stepniak A. [2005] *Strategie przedsiębiorstw na obszarze Unii Europejskiej w zakresie zagranicznych inwestycji bezpośrednich*, Ośrodek Badań Integracji Europejskiej, Uniwersytet Gdański, s. 46–50; Gorynia M. [2007] *Strategie zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw*, PWE, Warszawa, s. 58–60.

na rynku. Jednak sformułowanie ostatecznych wniosków jest utrudnione z uwagi na to, że kolejne dwa ważne motywy zagranicznych inwestycji wskazują na ich ofensywny charakter. Zyskiwanie na znaczeniu motywów ofensywnych pozwala optymistycznie spojrzeć w przyszłość funkcjonowania pomorskich przedsiębiorstw na zagranicznych rynkach.

Wykres 5: Powody podjęcia przez pomorskie przedsiębiorstwa inwestycji za granicą



Źródło: Badania ankietowe

Istotne znaczenie przypisywane przez pomorskie przedsiębiorstwa czynnikom o charakterze rynkowym zgodne jest z wynikami badań na temat stymulant BIZ polskich przedsiębiorstw przeprowadzonymi przez zespół pod kierunkiem naukowym Karaszewskiego⁶⁰. Pewna różnica istnieje tylko w hierarchii ważności poszczególnych motywów rynkowych. Najważniejszy motyw pomorskich przedsiębiorstw – podążanie za kontrahentem – uplasował się na dalszym miejscu w przypadku polskich przedsiębiorstw, które podjęły BIZ. Dla nich najistotniejszym czynnikiem okazały się nowe rynki zbytu.

60 Bezpośrednie inwestycje zagraniczne polskich przedsiębiorstw (2008) opracowanie zbiorowe pod kierunkiem naukowym Włodzimierza Karaszewskiego, Wydawnictwo „Dom Organizatora”, Toruń s. 64–68.

IV.4. Determinanty podjęcia BIZ przez pomorskie przedsiębiorstwa

Zgodnie z paradygmatem OLI czynnikiem decydującym o podjęciu BIZ jest posiadanie unikalnych przewag, które umożliwiają pokonanie trudności związanym z faktem, że firma jest zagraniczna i nie ma tak dobrej wiedzy o rynkach jak firmy lokalne. Przeprowadzone dotychczas badania empiryczne⁶¹ wskazują, że w krajach o średnim poziomie dochodów istotnym czynnikiem decydującym o rozpoczęciu przez przedsiębiorstwa procesu internacjonalizacji jest przede wszystkim obecność przewag własnościowych. Nieco mniejsze znaczenie przypisywane jest przewadze lokalizacyjnej. Dlatego też w niniejszym badaniu podjęto próbę ustalenia przewag własnościowych specyficznych dla pomorskich przedsiębiorstw posiadających oddziały za granicą, które sprzyjają ich zagranicznej ekspansji.

W tym celu przeprowadzono analizę statystyczną czynników wskazywanych w literaturze przedmiotu jako determinanty BIZ w grupie 17 pomorskich przedsiębiorstw posiadających zagraniczne oddziały oraz w grupie 306 pomorskich przedsiębiorstw eksportowych nie posiadających zagranicznych oddziałów. Badaniem objęto wyłącznie pomorskie przedsiębiorstwa eksportowe będące samodzielnymi firmami lub centralami, tj. wyłączono przedsiębiorstwa będące filiami lub oddziałami.

Wnioski płynące z analizy istotności różnic pomiędzy dwoma grupami przedsiębiorstw mają służyć ustaleniu ewentualnych przewag konkurencyjnych pomorskich przedsiębiorstw posiadających zagraniczne oddziały nad pomorskimi przedsiębiorstwami eksportowymi, które nie podjęły zagranicznej ekspansji w formie BIZ.

Literatura przedmiotu oraz badania empiryczne⁶² wskazują, że źródłem przewag własnościowych, mogących wpłynąć na podjęcie przez przedsiębiorstwo BIZ mogą być: zakumulowana wiedza posiadana przez przedsiębiorstwo i jego wysiłki technologiczne, zależność technologiczna, działania marketingowe i różnicowanie produktu, orientacja eksportowa przedsiębiorstwa oraz jego wielkość. Poniżej przedstawiono charakterystykę tych potencjalnych źródeł przewagi własnościowej pomorskich przedsiębiorstw posiadających zagraniczne oddziały nad pomorskimi przedsiębiorstwami eksportowymi, które zagranicznej ekspansji w formie BIZ nie podjęły.

Zakumulowana wiedza

Zakumulowane doświadczenie jest uznawane w literaturze przedmiotu⁶³ za istotne źródło zdobywania wiedzy i absorpcji know-how, prowadzące do innowacyjnych przedsięwzięć w przedsiębiorstwie, które z uwagi na swój niesformalizowany charakter nie znajdują odzwierciedlenia w formalnych wskaźnikach działalności innowacyjnej przedsiębiorstwa. Tego rodzaju przewagi własnościowe mogą odgrywać istotne znaczenie w przypadku podejmowania BIZ w relatywnie dojrzałych gałęziach. Jak dowiodły badania przeprowadzone przez Kumar [2007] zakumulowana wiedza, mierzona latami działalności przedsiębiorstwa zwiększa prawdopodobieństwo podjęcia BIZ przez przedsiębiorstwa funkcjonujące w gałęziach niskich i średnich technologii.

Z informacji uzyskanych podczas przeprowadzonych wywiadów wynika, że średni okres funkcjonowania pomorskich przedsiębiorstw posiadających zagraniczne oddziały wyniósł 25,4 roku i był o ponad 5 lat dłuższy od średniego okresu pozostałych przedsiębiorstw eksportowych objętych badaniem (ich wiek to: 20,1 roku).

61 Campa J.M., M.F. Guillen [1999] *The Internalization of Exports: Firm- and Location-Specific Factors in a Middle-Income Country*, Management Science, Vol. 45, No. 11; Kumar N. [2007] Emerging TNCs: trends, patterns and determinants of outward FDI by Indian enterprises, Transnational Corporations, Vol. 16, No. 1.

62 Dunning J.H. [1997] *The European Internal Market Program and inbound foreign direct investment*, from Journal of Common Market Studies, 35 (1) s. 1-30 and [2] s. 189-223; Campa J.M., M.F. Guillen, op. cit.

63 Dunning J. H. [1979] *Explaining changing patterns of international production: in defence of the eclectic theory*, Oxford Bulletin of Economics and Statistics No 41, s. 269-296; Kumar N., op. cit.

Tabela 1: Okres funkcjonowania pomorskich przedsiębiorstw eksportowych

Okres funkcjonowania przedsiębiorstwa	Eksporterzy nie posiadający zagranicznych oddziałów	Eksporterzy posiadający zagraniczne oddziały	Razem
do 5 lat	9,2%	-	8,8%
ponad 5 do 10 lat	17,2%	23,5%	17,5%
ponad 10 do 20 lat	48,8%	29,4%	47,8%
ponad 20 lat	24,8%	47,1%	25,9%
razem	100%	100%	100%

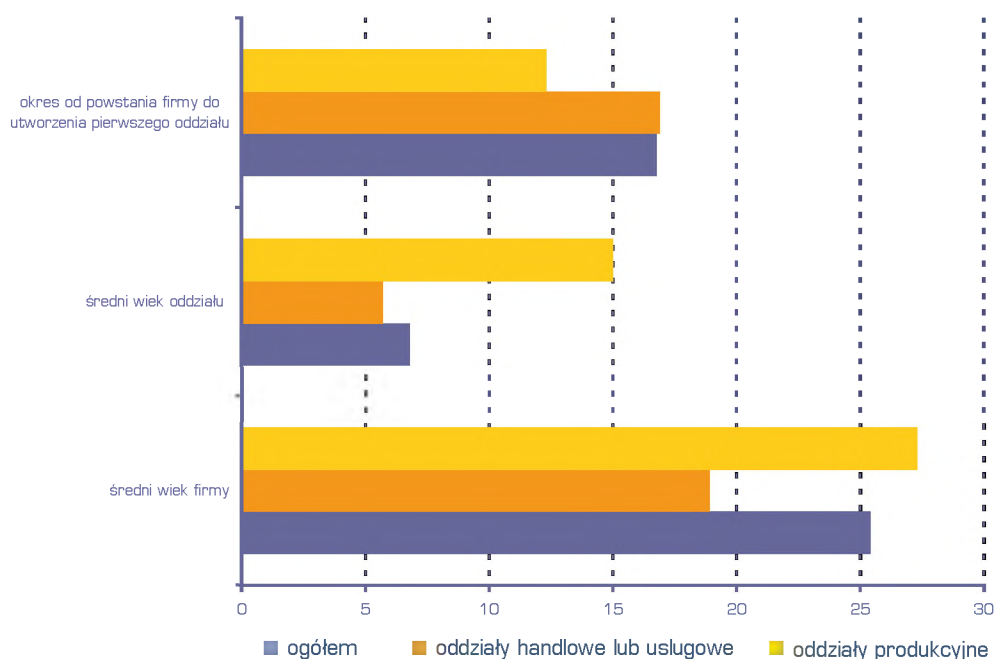
Wartość testu: $\chi^2 = 6,303 > \chi^2_{0,05,3} = 0,098$

Źródło: Badania ankietowe

Najliczniej reprezentowane w grupie przedsiębiorstw posiadających zagraniczne oddziały [47,1 %] były przedsiębiorstwa, które funkcjonowały ponad 20 lat (tabela 1). Z kolei wśród przedsiębiorstw nie posiadających zagranicznych oddziałów największy odsetek [48,8 %] przypadał na przedsiębiorstwa funkcjonujące od 10 do 20 lat. W grupie objętych badaniem pomorskich przedsiębiorstw, które podjęły BIZ nie było firm istniejących 5 lat i krócej. W przypadku pomorskich eksporterów nie posiadających zagranicznych oddziałów odsetek przedsiębiorstw funkcjonujących pięć lat i krócej wyniósł 9,2 %.

Średni wiek firm posiadających zagraniczne oddziały handlowe [18,9 roku] jest znacznie niższy niż przedsiębiorstw posiadających zagraniczne oddziały produkcyjne [27,3 roku] (wykres 6). Należy jednak zauważyć, że średni wiek firm posiadających oddziały produkcyjne został obliczony na podstawie informacji o 3 przedsiębiorstwach, z których jedno powstało w 1960 roku natomiast dwa pozostałe odpowiednio w 1983 roku i 2002 roku. Z uwagi na małą próbę należy z dużą ostrożnością interpretować uśrednione wartości dotyczące tych przedsiębiorstw.

Wykres 6: Okres funkcjonowania pomorskich przedsiębiorstw eksportowych oraz ich zagranicznych oddziałów



Źródło: Badania ankietowe

Średni okres od założenia przedsiębiorstwa do utworzenia pierwszego zagranicznego oddziału wynosił 16,7 roku, przy czym zagraniczne oddziały przedsiębiorstw funkcjonujących w gałęziach średnio-wysokich technologii uruchamiane były średnio 2,5 roku wcześniej, niż oddziały firm z gałęzi średnio-niskich i niskich technologii. Przeciętnie pomorskie przedsiębiorstwa uruchamiały zagraniczny oddział handlowy po blisko 17 latach istnienia, natomiast oddział produkcyjny po niewiele ponad 12 latach.

Zagraniczne oddziały pomorskich przedsiębiorstw istnieją stosunkowo krótko, średnio 6,8 roku. Na tej podstawie można przypuszczać, że istotny wpływ na ich utworzenie mogło mieć wejście Polski do UE.

Działania technologiczne

Działania technologiczne przedsiębiorstw zaliczane są, obok działań marketingowych, do niematerialnych aktywów sprzyjających podjęciu BIZ. Dysponujące tego rodzaju aktywami przedsiębiorstwo eksportowe powinno bowiem dążyć do internalizacji swojej działalności na rynkach zagranicznych, w celu uniemożliwienia przejścia przez pośredników renty generowanej dzięki tym niematerialnym aktywom. Poza tym podjęcie BIZ, zwłaszcza w formie oddziałów handlowych, może być sposobem na zmniejszenie luki informacyjnej między sprzedawcą a nabywcą z różnych krajów, w przypadku sprzedaży wyszukanych produktów, wykreowanych dzięki niematerialnym aktywom. W przypadku gałęzi zaawansowanych technologicznie podjęcie BIZ może także stanowić sposób na pokrycie wysokich wydatków na B + R, zapobieżenie starzeniu się produktu lub na uzyskanie udziału w rynku⁶⁴.

Powszechnie stosowanym wskaźnikiem działalności technologicznej przedsiębiorstwa jest wielkość całkowitych wydatków na B + R jako procent całkowitej sprzedaży danego przedsiębiorstwa w ciągu roku. Średnia wielkość wydatków na B + R pomorskich przedsiębiorstw posiadających zagraniczne oddziały wyniosła w 2008 roku 1,9% wartości ich rocznej sprzedaży. Średnią wielkość wydatków na B + R pomorskich przedsiębiorstw posiadających oddziały za granicą można uznać za dość istotną w porównaniu ze średnią wielkością wydatków na B + R wszystkich pomorskich przedsiębiorstw: 0,14% ich całkowitej sprzedaży w 2007 roku⁶⁵.

Wielkość ta była jedynie nieco niższa od średniej wielkości wydatków na B + R [2,0% całkowitej sprzedaży w 2008 roku] wskazanej przez ankietowane przedsiębiorstwa eksportowe nie posiadające zagranicznych oddziałów. Wyniki procedur weryfikacji parametrycznej⁶⁶ nie pozwalają na uznanie różnic w zakresie wydatków na B + R pomiędzy dwoma grupami przedsiębiorstw za statystycznie istotne.

Można więc sformułować przypuszczenie, że pomorskie przedsiębiorstwa, które podjęły BIZ nie dysponowały przewagą własnościową w postaci intensywniejszych działań technologicznych nad pomorskimi przedsiębiorstwami eksportowymi nie posiadającymi zagranicznych oddziałów.

Niezależność technologiczna

Kolejnym czynnikiem, który w literaturze przedmiotu wskazywany jest jako determinanta podjęcia BIZ jest niezależność technologiczna przedsiębiorstwa. Mało prawdopodobne bowiem jest zdobycie przewagi nad innymi przedsiębiorstwami na zagranicznych rynkach na bazie importowanego wyposażenia i *know-how*. Na tej podstawie można uznać, że uzależnienie przedsiębiorstwa od importowanej technologii i dóbr kapitałowych może być negatywnie skorelowane z możliwością podjęcia BIZ. Za wskaźniki zależności technologicznej przedsiębiorstwa przyjmuje się najczęściej opłaty licencyjne lub inne opłaty przekazywane za granicę przez dane przedsiębiorstwo oraz import dóbr kapitałowych przez dane przedsiębiorstwo [ujęte jako procent wartości sprzedaży w danym roku].

Na podstawie odpowiedzi udzielonych przez badane przedsiębiorstwa na temat opłat licencyjnych można przypuszczać, że są one niezależne pod względem technologicznym. Średnia wartość opłat licencyjnych ponoszonych przez pomorskie przedsiębiorstwa posiadające zagraniczne oddziały wyniosła w 2008 roku 0,14 %. Dwukrotnie większe nakłady na opłaty licencyjne [0,29% ich rocznej sprzedaży] w tym okresie poniosły przedsiębiorstwa eksportowe nie posiadające zagranicznych oddziałów. Jednak różnicę pomiędzy dwoma grupami przedsiębiorstw trudno uznać za statystycznie istotną⁶⁷.

Za istotne ze statystycznego punktu widzenia uznać natomiast można różnice istniejące pomiędzy dwoma

64. Filippaios F., C. Stoian (2005) *Where to, Odysseus? The quest of Greek firms to expand abroad*, Working Papers No. 104, Kent Business School.

65. Zob. tabela 6 w rozdziale trzecim niniejszego opracowania

66. Wartość testu $\chi^2 = 0,045 < \alpha = 0,05$; $s = 263 = 0,964$.

67. Wartość testu $\chi^2 = 0,345 < \alpha = 0,05$; $s = 269 = 0,730$.

typami przedsiębiorstw w zakresie średniej wielkości ich nakładów na import dóbr kapitałowych⁶⁸. Średnia wartość tego importu dla pomorskich przedsiębiorstw posiadających zagraniczne oddziały wyniosła 12,7% wartości ich sprzedaży w 2008 roku. Natomiast średnia wielkość importu dóbr kapitałowych dla eksporterów nie posiadających zagranicznych oddziałów wyniosła w 2008 roku 2,5% wartości ich sprzedaży. Na tej podstawie można stwierdzić, że jednym ze źródeł przewag własnościowych decydujących o podjęciu BIZ przez pomorskie przedsiębiorstwa są importowane maszyny i urządzenia. Stosowanie bardziej zaawansowanych, importowanych technik produkcji wiąże się natomiast z potrzebą zatrudnienia dobrze wykształconych pracowników [specjalistów].

Jak zauważono w pierwszej części opracowania adaptowane zagraniczne *know-how* oraz maszyny i urządzenia mogą stanowić źródło przewag własnościowych skłaniających do podjęcia BIZ prawdopodobnie tylko na rynkach krajów słabiej rozwiniętych, innych niż kraj pochodzenia importowanej technologii i maszyn. Jednak dane na temat pomorskich przedsiębiorstw posiadających zagraniczne oddziały i importujących dobra kapitałowe nie wskazują na taki kierunek geograficzny ich międzynarodowej ekspansji. Cztery spośród 5 przedsiębiorstw zlokalizowało bowiem swoje oddziały w krajach Europy Zachodniej [w Wielkiej Brytanii, Holandii, Francji i w Niemczech], a tylko jedna firma miało swój oddział w kraju słabiej rozwiniętym niż Polska, tj. w Kazachstanie. Taki nietypowy, dla przedsiębiorstw stosujących importowane technologie, kierunek międzynarodowej ekspansji może świadczyć o istotnych, pozytywnych efektach adaptacji importowanego *know-how* umożliwiających pomorskim przedsiębiorstwom uruchomienie oddziałów handlowych na rynkach krajów wysoko rozwiniętych. Trwałość uzyskanej w ten sposób przewagi trudno jednak ocenić na podstawie dostępnych informacji. Należy mieć nadzieję, że importowana technologia przyczyni się do podjęcia dalszych wysiłków technologicznych [działań B+R] przez pomorskie przedsiębiorstwa i do umocnienia w ten sposób ich pozycji na rynkach krajów wysoko rozwiniętych.

Działania marketingowe

Drugim, obok działań technologicznych, źródłem przewagi własnościowej związanej z niematerialnymi aktywami są działania marketingowe. Nakłady na działalność marketingową, ukierunkowane na zbudowanie marki lub zróżnicowanie produktu, mogą mieć istotne znaczenie zwłaszcza w sektorach opartych na wiedzy, w których jakość jest źródłem relatywnie wysokich zysków. Dlatego też przedsiębiorstwa decydują się na podjęcie BIZ, zwłaszcza w formie oddziałów handlowych, w celu zapobieżenia przejęcia przez pośredników części zysku ze sprzedaży markowych, zróżnicowanych produktów.

Powszechną miarą intensywności działań marketingowych przedsiębiorstwa jest wielkość wydatków na reklamę wyrażona jako procent wielkości sprzedaży danego przedsiębiorstwa w ciągu roku. Średnia wielkość wydatków na reklamę pomorskich przedsiębiorstw posiadających zagraniczne oddziały wyniosła 1,98% ich całkowitej rocznej sprzedaży. Wielkość ta nie była istotnie wyższa od średniej wielkości wydatków na reklamę pomorskich przedsiębiorstw eksportowych nie posiadających zagranicznych oddziałów, która wyniosła 1,97%⁶⁹.

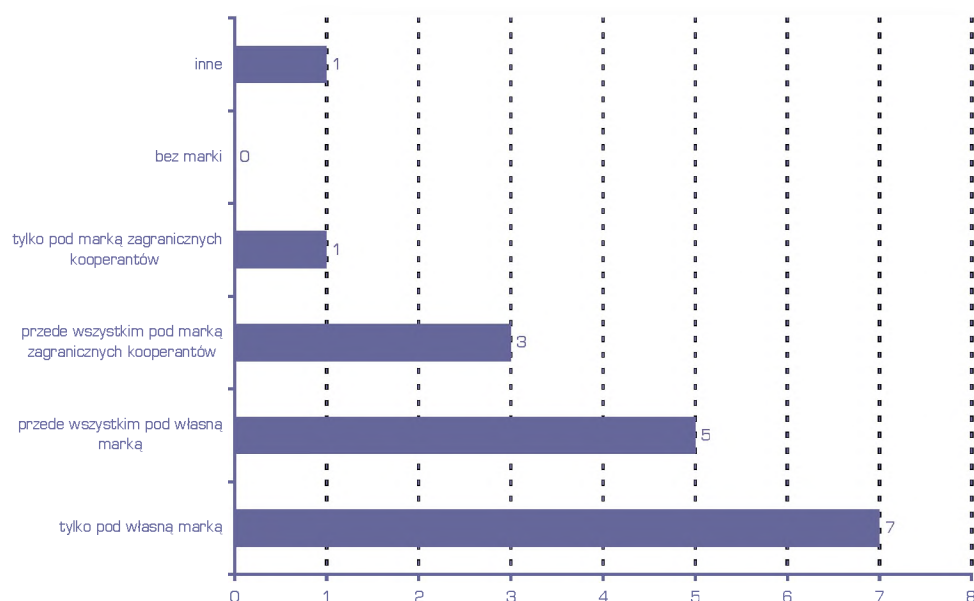
Nakłady te były nieco wyższe od średniej w przypadku pomorskich przedsiębiorstw posiadających zagraniczne oddziały funkcjonujących w gałęziach średnio-niskich technologii i wynosiły 2,4%, równe średniej w firmach z gałęzi średnio-wysokich technologii i niższe od średniej w gałęziach niskich technologii [1,15%].

Dodatkowych informacji na temat stopnia zróżnicowania produktów wytwarzanych przez pomorskie przedsiębiorstwa dostarczyła odpowiedź na pytanie dotyczące sposobu sprzedaży eksportowanych przez nie produktów. Siedem spośród 17 pomorskich przedsiębiorstw posiadających zagraniczne oddziały sprzedawała produkty wyłącznie pod własną marką, natomiast 5 przedsiębiorstw używało przede wszystkim własnej marki [wykres 7].

⁶⁸ Wartość testu $t_{0.05} = 1,680 > t_{0.05} = 0,05$; $s = 10,161 = -10,19320$.

⁶⁹ Wartość testu $t_{0.05} = 0,008 < t_{0.05} = 0,05$; $s = 273 = 0,994$.

Wykres 7: Sposób sprzedaży eksportowanych produktów przez pomorskie przedsiębiorstwa posiadające zagraniczne oddziały



Źródło: Badania ankietowe

Na tej podstawie można byłoby przypuszczać, że silna marka własna może mieć istotny wpływ na podjęcie BIZ. Jednak ostateczne sformułowanie takiego wniosku należy uznać za ryzykowne, z uwagi na zbliżony odsetek pomorskich przedsiębiorstw eksportowych nie posiadających zagranicznych oddziałów sprzedających swe eksportowane produkty wyłącznie [54,9%] lub przede wszystkim [16,7%] pod własną marką [tabela 2].

Tabela 2: Sposób sprzedaży eksportowanych produktów przez pomorskie przedsiębiorstwa eksportowe

Sposób sprzedaży eksportowanych produktów	Eksporterzy nie posiadający zagranicznych oddziałów	Eksporterzy posiadający zagraniczne oddziały	Razem
tylko pod własną marką	54,9%	41,2%	54,2%
przede wszystkim pod własną marką	16,7%	29,4%	17,3%
przede wszystkim pod marką zagranicznych kooperantów	17,3%	17,6%	17,3%
pod marką zagranicznych kooperantów	4,9%	5,9%	5,0%
bez marki	4,2%	-	4,0%
inne	1,0%	5,9%	1,2%
trudno powiedzieć	1,0%	-	0,9%
razem	100%	100%	100%

Wartość testu: $\chi^2 = 2,902 > \chi^2_{0,05, 4} = 0,574$

Źródło: Badania ankietowe

Można jedynie przypuszczać, że w obu grupach przedsiębiorstw mamy do czynienia z wykorzystaniem podstawowych marek, wykreowanych pierwotnie dla celów eksportu. Wydaje się, że pomorskie przedsiębiorstwa inwestujące ze granicą kierują się przede wszystkim ochroną już istniejących marek poprzez bardziej zaawansowaną formę obecności na dotychczas obsługiwanych rynkach. Stosunkowo niskie nakłady na reklamę nie wskazują na świadome budowanie globalnie rozpoznawalnej marki przez pomorskie przedsiębiorstwa posiadające zagraniczne oddziały. W celu umocnienia i zwiększenia pozycji pomorskich przedsiębiorstw na rynkach zagranicznych wskazane jednak jest zwiększenie nakładów na promocję i kreację ich międzynarodowych marek.

Orientacja eksportowa

Zgodnie z teorią cyklu życia produktu Vernona [1966] zagraniczne inwestycje następują po wstępnej eksploracji zagranicznych rynków poprzez eksport. Wyniki badań przeprowadzonych przez Kumar [2007] ukazały, że istotnym motywem podejmowania BIZ przez przedsiębiorstwa z krajów rozwijających się była potrzeba wsparcia eksportu lokalną obecnością [m.in. rozwojem sieci marketingowej, zapewnieniem usług posprzedażnych itp.]. Działalność eksportowa przedsiębiorstw zwiększa ich międzynarodową konkurencyjność oraz może stanowić cenne źródło informacji na temat pojawiających się możliwości ekspansji na zagranicznych rynkach. Dlatego też intensywność eksportowa przedsiębiorstw postrzegana jest jako czynnik stymulujący do podjęcia BIZ, zwłaszcza tych o charakterze defensywnym – chroniącym zdobyte rynki eksportowe. W przypadku przedsiębiorstw pochodzących z krajów rozwiniętych zaobserwowano symultaniczne występowanie eksportu i BIZ. Natomiast wstępny etap umiędzynarodowienia przedsiębiorstw z krajów rozwijających się determinuje sekwencyjną relację pomiędzy eksportem a podjęciem BIZ.

Porównanie dwóch grup pomorskich przedsiębiorstw eksportowych pod względem znaczenia eksportu w ich przychodach ze sprzedaży wskazuje na istnienie różnic pomiędzy nimi w tym zakresie. W przypadku przedsiębiorstw posiadających zagraniczne oddziały największą grupę [41,2%] tworzyły te, w których eksport przekraczał 80% ich sprzedaży w 2008 roku [tabela 3]. Wśród przedstawicieli tej grupy przedsiębiorstw znalazła się również firma posiadająca oddział produkcyjny w Niemczech, utworzony w 1970 roku. Pozostałe dwie firmy posiadające zagraniczne oddziały produkcyjne charakteryzowały się udziałem eksportu w przychodach ze sprzedaży w 2008 roku mieszczących się w granicach 40%–60% oraz 60%–80%.

Stosunkowo licznie reprezentowana [23,5%] była także grupa przedsiębiorstw posiadających zagraniczne oddziały z udziałem eksportu w przychodach ze sprzedaży nie przekraczających 20%.

Tabela 3: Udział eksportu w przychodach ze sprzedaży w 2008r. w pomorskich przedsiębiorstwach

Udział eksportu w przychodach ze sprzedaży	Eksporterzy nie posiadający zagranicznych oddziałów	Eksporterzy posiadający zagraniczne oddziały	Razem
do 20%	29,5%	23,5%	29,2%
od 20 do 40%	19,1%	17,6%	19,0%
od 40 do 60%	13,4%	11,8%	13,3%
od 60 do 80%	12,8%	5,9%	12,4%
powyżej 80%	25,2%	41,2%	26,0%
razem	100%	100%	100%

Wartość testu: $\chi^2 = 2,446 > \chi^2_{0,05, 4} = 0,654$

Źródło: Badania ankietowe

W przypadku pomorskich przedsiębiorstw eksportowych nie posiadających zagranicznych oddziałów najliczniej reprezentowana [29,5%] była grupa przedsiębiorstw, w których udział eksportu w przychodach ze sprzedaży w roku 2008 nie przekraczał 20%. Drugą w kolejności [25,2%] była grupa o udziale eksportu w przychodach ze sprzedaży większym niż 80%.

Istniejące różnice pomiędzy tymi grupami przedsiębiorstw można uznać za statystycznie istotne, dlatego też wysoka intensywność eksportowa pomorskich przedsiębiorstw posiadających zagraniczne oddziały może świadczyć o defensywnym charakterze podejmowanych inwestycji, służących ochronie zdobytych rynków eksportowych.

Wielkość przedsiębiorstwa

Kolejną spośród wyróżnionych w literaturze przedmiotu przewag własnościowych przedsiębiorstw podejmujących BIZ jest wielkość przedsiębiorstwa. Uznawana jest ona za przewagę własnościową minimalizującą koszty transakcyjne⁷⁰. Większe przedsiębiorstwa są bardziej skłonne do podjęcia działalności za granicą niż firmy mniejsze, z uwagi na lepszy dostęp do informacji o rynku oraz dzięki posiadanej sile finansowej, umożliwiającej podjęcie większego ryzyka. Wiele studiów empirycznych potwierdziło związek pomiędzy wielkością przedsiębiorstwa, a podjęciem BIZ⁷¹.

Dwoma najczęściej stosowanymi miarami wielkości przedsiębiorstwa jest liczba zatrudnionych oraz wartość przychodów ze sprzedaży. Średnio pomorskie przedsiębiorstwa posiadające zagraniczne oddziały zatrudniają 246 osób. Przeciętne zatrudnienie pomorskich eksporterów nie posiadających zagranicznych oddziałów wynosiło natomiast 97 osób. Wyniki procedur weryfikacji parametrycznej⁷² pozwalają na uznanie istniejących różnic w poziomie zatrudnienia za statystycznie istotne.

Tabela 4: Liczba zatrudnionych [pełne etaty] w pomorskich przedsiębiorstwach eksportowych

Liczba zatrudnionych	Eksporterzy nie posiadający zagraniczne oddziały	Eksporterzy posiadający zagraniczne oddziały	Razem
do 10 osób	21,2%	0%	20,1%
od 11 do 50 osób	41,5%	5,9%	39,6%
od 51 do 250 osób	30,4%	76,5%	32,8%
ponad 250 osób	6,9%	17,6%	7,4%
razem	100%	100%	100%

Wartość testu: $\chi^2 = 21,708 > \chi^2_{0,05; 3} = 0,000$

Źródło: Badania ankietowe

Na podstawie danych zawartych w tabeli 4 można stwierdzić, że pomorskie przedsiębiorstwa posiadające zagraniczne oddziały to przede wszystkim średnie i duże firmy. Pięć spośród 17 przedsiębiorstw to przedsiębiorstwa duże, zatrudniające 250 lub więcej pracowników, a 7 przedsiębiorstw zatrudniało od 100 do 220.

W przypadku pomorskich eksporterów nie posiadających zagranicznych oddziałów najliczniejszą grupę [41,5%] tworzyły przedsiębiorstwa małe, zatrudniające do 50 osób. Drugą w kolejności grupę stanowiły przedsiębiorstwa średnie [30,4%]. Niewiele ponad 20% stanowiły natomiast mikroprzedsiębiorstwa, które nie występowały wśród przedsiębiorstw posiadających zagraniczne oddziały.

Dane na temat wartości przychodów ze sprzedaży w 2008 roku [tabela 5] również ukazują różnice istniejące pomiędzy tymi dwoma grupami przedsiębiorstw.

70 Dunning J.H. [1993] *Multinational Enterprises and the Global Economy*, New York: Addison Wesley, tabela 4.1 s. 81.

71 Caves R. [1996] *Multinational Enterprise and Economic Analysis*, Cambridge: Cambridge University Press; Horst T. [1972] Firm and industry determinants of the decision to invest abroad: an empirical study, *Review of Economics and Statistics*, 54, s. 258-266; Filippaios, Stojan, op. cit.; Kumar op.cit.

72 Wartość testu $\chi^2 = 2,315 > \chi^2_{0,05; 3} = 0,078$; s = 17,551 = 0,033.

Tabela 5: Wartość przychodów ze sprzedaży w 2008r. w pomorskich przedsiębiorstwach eksportowych

Wartość przychodów ze sprzedaży	Eksporterzy nie posiadający zagranicznych oddziałów	Eksporterzy posiadający zagraniczne oddziały	Razem
do 0,5 mln PLN	13,2%	0%	12,5%
od 0,5 mln PLN do 1 mln PLN	13,2%	0%	12,5%
od 1 mln PLN do 5 mln PLN	27,2%	6,7%	26,1%
od 5 mln PLN do 10 mln PLN	15,5%	33,3%	16,4%
od 10 mln PLN do 50 mln PLN	22,3%	26,7%	22,5%
powyżej 50 mln PLN	8,7%	33,3%	10,0%
razem	100%	100%	100%

Wartość testu: $\chi^2 = 17,759 > \chi^2_{0,05, 5} = 0,003$

Źródło: Badania ankietowe

Najliczniej reprezentowane wśród pomorskich przedsiębiorstw posiadających zagraniczne oddziały były przedsiębiorstwa, których przychody ze sprzedaży w 2008 roku przekroczyły 50 mln PLN lub mieściły się w przedziale od 5 mln PLN do 10 mln PLN.

W przypadku pomorskich przedsiębiorstw eksportowych nie posiadających zagranicznych oddziałów największą grupę stanowiły przedsiębiorstwa o niższych przychodach, tj. mieszczących się w przedziale od 1 mln PLN do 5 mln PLN. Drugą pod względem liczebności grupę tworzyły natomiast przedsiębiorstwa, których przychody ze sprzedaży w 2008 roku osiągnęły wartość od 10 mln PLN do 50 mln PLN.

Podsumowanie

Przeprowadzona analiza potencjalnych źródeł przewag własnościowych pomorskich przedsiębiorstw eksportowych wskazuje, że za czynniki decydujące o podjęciu eksportu kapitału w formie BIZ uważać można zakumulowaną wiedzę przedsiębiorstwa, zależność technologiczną w formie importu dóbr kapitałowych, orientację eksportową oraz wielkość przedsiębiorstwa. Podstawą do sformułowania takiego wniosku jest istotna różnica wielkości tych wskaźników pomiędzy ankietowanymi eksporterami posiadającymi zagraniczne oddziały i eksporterami nie posiadającymi zagranicznych oddziałów [tabela 6].

Tabela 6: Determinanty BIZ – zestawienie wyników

Determinanty BIZ	Eksporterzy nie posiadający zagraniczne oddziały	Eksporterzy posiadający zagraniczne oddziały
Średni okres funkcjonowania przedsiębiorstwa	20 lat	25 lat
Średnia wartość wydatków na B + R	2,0% całkowitej sprzedaży w 2008r.	1,9% całkowitej sprzedaży w 2008r.
Średnia wartość opłat licencyjnych	0,29% całkowitej sprzedaży w 2008r.	0,14% całkowitej sprzedaży w 2008r.
Średnia wartość importu dóbr kapitałowych	2,5% całkowitej sprzedaży w 2008r.	12,7% całkowitej sprzedaży w 2008r.
Średnia wartość wydatków na reklamę	1,97% całkowitej sprzedaży w 2008r.	1,98% całkowitej sprzedaży w 2008r.
Udział eksportu w przychodach ze sprzedaży w 2008r. [najliczniej reprezentowana grupa]	do 20% udziału eksportu w przychodach ze sprzedaży [29,5% respondentów]	powyżej 80% udziału eksportu w przychodach ze sprzedaży [41,2% respondentów]
Średnie zatrudnienie	97 osób	246 osób
Wartość przychodów ze sprzedaży w 2008r. [najliczniej reprezentowana grupa]	od 1 mln PLN do 5 mln PLN [27,2% respondentów]	powyżej 50 mln PLN [33,3% respondentów]

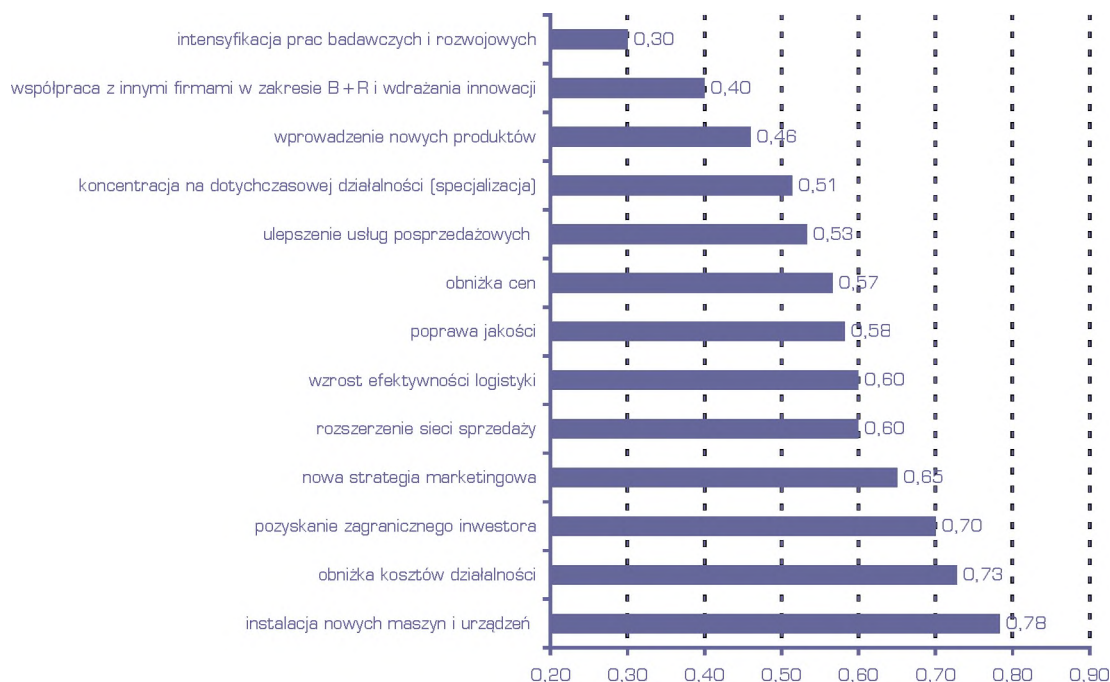
Źródło: Badania ankietowe

Istotnych różnic pomiędzy dwoma grupami przedsiębiorstw nie zaobserwowano natomiast w przypadku wskaźników odzwierciedlających ich wysiłki technologiczne, działania marketingowe i zróżnicowanie produktów oraz zależność technologiczną w postaci opłat licencyjnych. Stosunkowo niskie nakłady na reklamę i na B+R nie wskazują na świadome budowanie globalnie rozpoznawalnej marki oraz na podjęcie działań na rzecz poprawy jakości i zróżnicowania produktów wytwarzanych przez pomorskie przedsiębiorstwa posiadające zagraniczne oddziały. W celu zachowania i umocnienia pozycji pomorskich przedsiębiorstw na rynkach zagranicznych wskazane jednak jest zwiększenie nakładów na promocję i kreację ich międzynarodowych marek oraz na działania technologiczne. Stosowne wsparcie władz regionalnych i krajowych konieczne wydaje się, gdyż zakumulowana wiedza przedsiębiorstw, istotna orientacja eksportowa oraz wielkość przedsiębiorstw będą skłaniały je do podjęcia kolejnych inwestycji bezpośrednich w celu zachowania i zwiększenia posiadanych udziałów na zagranicznych rynkach w długim okresie.

IV.5. Źródła przewagi konkurencyjnej pomorskich przedsiębiorstw posiadających zagraniczne oddziały

Interesujących informacji na temat czynników decydujących o podjęciu BIZ przez pomorskie przedsiębiorstwa dostarczają również wskazane przez respondentów najważniejsze działania podejmowane przez nie w celu poprawy konkurencyjności ich produktów [wykres 8].

Wykres 8: Najważniejsze działania podejmowane przez pomorskie firmy posiadające zagraniczne oddziały w celu poprawy konkurencyjności oferty eksportowej



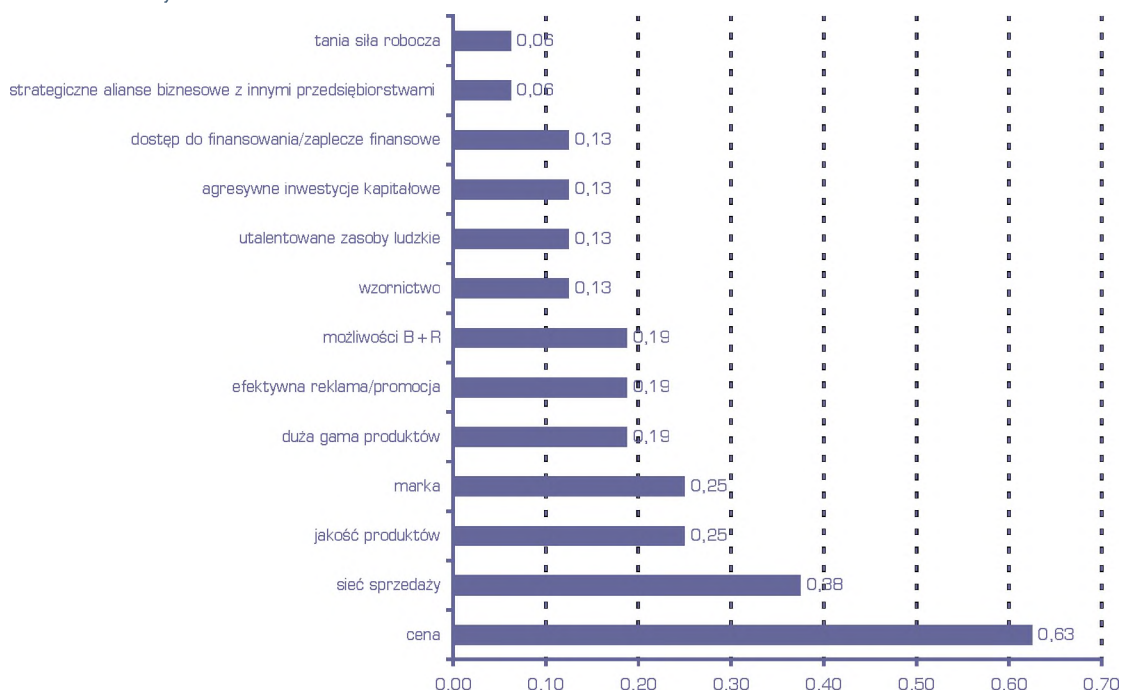
Wskaźnik ważności, obliczony jak dla wykresu 2.

Źródło: Badania ankietowe

Zgodnie z danymi przedstawionymi na powyższym wykresie najistotniejszym działaniem podejmowanym przez pomorskie firmy posiadające zagraniczne oddziały w celu poprawy konkurencyjności swoich produktów była instalacja nowych maszyn i urządzeń. Zestawiając te informacje z przedstawionymi w poprzednim rozdziale wynikami na temat importu dóbr kapitałowych przez inwestujące za granicą przedsiębiorstwa można wnioskować, że wskazane najistotniejsze źródło przewagi konkurencyjnej tych przedsiębiorstw może mieć związek głównie z adaptowanymi technologiami, co stanowi jedną z cech charakterystycznych dla drugiego etapu IDP⁷³.

Ważnym działaniem na rzecz poprawy konkurencyjności podejmowanym przez pomorskie przedsiębiorstwa posiadające zagraniczne oddziały była obniżka kosztów działalności. Na podstawie literatury przedmiotu można przypuszczać, że takie działanie jest wymuszone procesem globalizacji prowadzącym do istotnej obniżki kosztów i cen⁷⁴. To właśnie cena została wskazana jako najważniejsze źródło przewagi konkurencyjnej konkurentów pomorskich przedsiębiorstw posiadających zagraniczne oddziały [wykres 9], co może mieć związek nie tylko z globalizacją, ale także z rodzajem produktów wytwarzanych przez ankietowane przedsiębiorstwa.

Wykres 9: Źródła przewagi konkurencyjnej konkurentów pomorskich przedsiębiorstw posiadających zagraniczne oddziały



Wskaźnik ważności, obliczony jak dla wykresu 2.

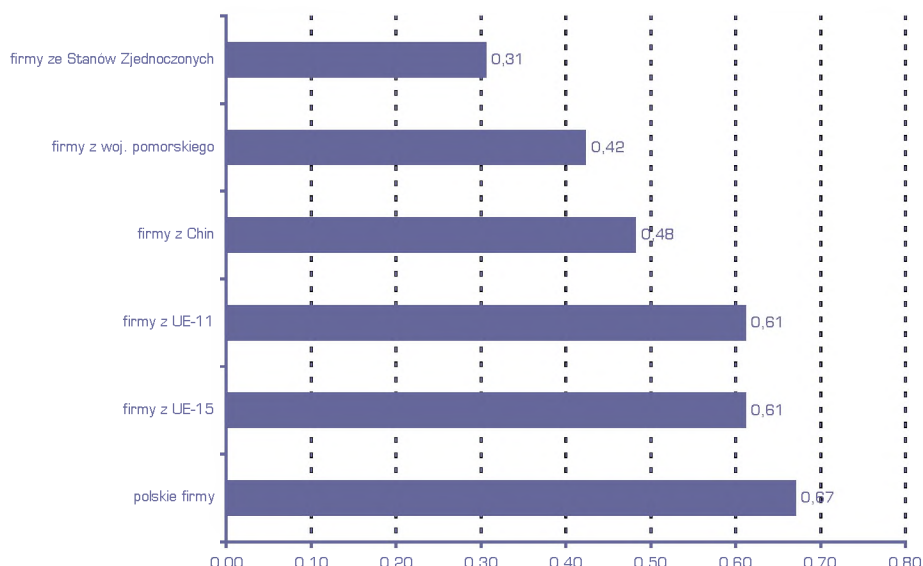
Źródło: Badania ankietowe

Jednak wskazana narodowość głównych konkurentów pomorskich przedsiębiorstw na rynkach zagranicznych istotnie zmniejsza znaczenie czynnika globalizacji. Według respondentów najważniejszym źródłem konkurencji na rynkach zagranicznych są polskie przedsiębiorstwa [wykres 10].

⁷³ Zobacz tabela nr 3 w rozdziale trzecim niniejszego opracowania.

⁷⁴ Zorska (2007) op.cit.

Wykres 10: Znaczenie firm z różnych regionów jako źródła konkurencji na zagranicznych rynkach, na których oferują swoje produkty pomorskie firmy posiadające zagraniczne oddziały



Wskaźnik ważności, obliczony jak dla wykresu 2.

Zródło: Badania ankietowe

Sytuacja ta wskazuje na obecność i istotne znaczenie przewag lokalizacyjnych specyficznych dla kraju macierzystego przedsiębiorstw podejmujących BIZ, charakterystycznych dla drugiego etapu IDP. Można przypuszczać, że przewagi te to przede wszystkim stosunkowo niskie koszty zasobów ludzkich.

Pomorskie przedsiębiorstwa posiadające zagraniczne oddziały wskazują na stosunkowo niewielkie znaczenie działalności marketingowej i badawczo-rozwojowej w swoich działaniach na rzecz poprawy konkurencyjności produktów. Taki stan wydają się również potwierdzać przedstawione powyżej dane na temat wielkości wydatków na B+R i reklamę. Najodpowiedniejszym wytłumaczeniem takiej sytuacji wydaje się być obecny etap polskiej ścieżki rozwoju inwestycji. Marketingowe know-how jest bowiem źródłem przewagi własnościowej krajów znajdujących się na 4. i 5. etapie IDP. Kraje rozwijające się charakteryzują się zazwyczaj niewielkimi możliwościami zróżnicowania produktów poprzez marki i znaki handlowe posiadające dobrą światową reputację. Należy jednak zauważyć, że w odniesieniu do pomorskich przedsiębiorstw podejmujących BIZ dominacja sprzedaży produktów eksportowanych pod własną marką [wykres 7] może sprzyjać kontynuacji ich zagranicznej ekspansji.

IV.6. Problemy biznesowe pomorskich przedsiębiorstw posiadających zagraniczne oddziały

Za najważniejsze problemy, na które napotykają pomorskie przedsiębiorstwa w krajach lokalizacji swych zagranicznych oddziałów, zostały uznane dwa czynniki o charakterze rynkowym: spadek cen sprzedaży oraz spadek popytu [wykres 11]. Z danych przedstawionych powyżej wynika [wykres 9], że istotniejszy wpływ na spadek cen ma raczej presja konkurencyjna, niż spadek popytu. Potwierdzeniem tego przypuszczenia jest uznanie nasyconego rynku zbytu za ważny problem biznesowy w kraju lokalizacji zagranicznego oddziału pomorskiego przedsiębiorstwa [wykres 11]. Równie ważnym czynnikiem utrudniającym funkcjonowanie zagranicznym oddziałom pomorskich przedsiębiorstw była zmienność kursu walutowego lokalnej waluty.

Wykres 11: Najważniejsze problemy biznesowe w kraju lokalizacji zagranicznego oddziału



Wskaźnik ważności, obliczony jak dla wykresu 2.

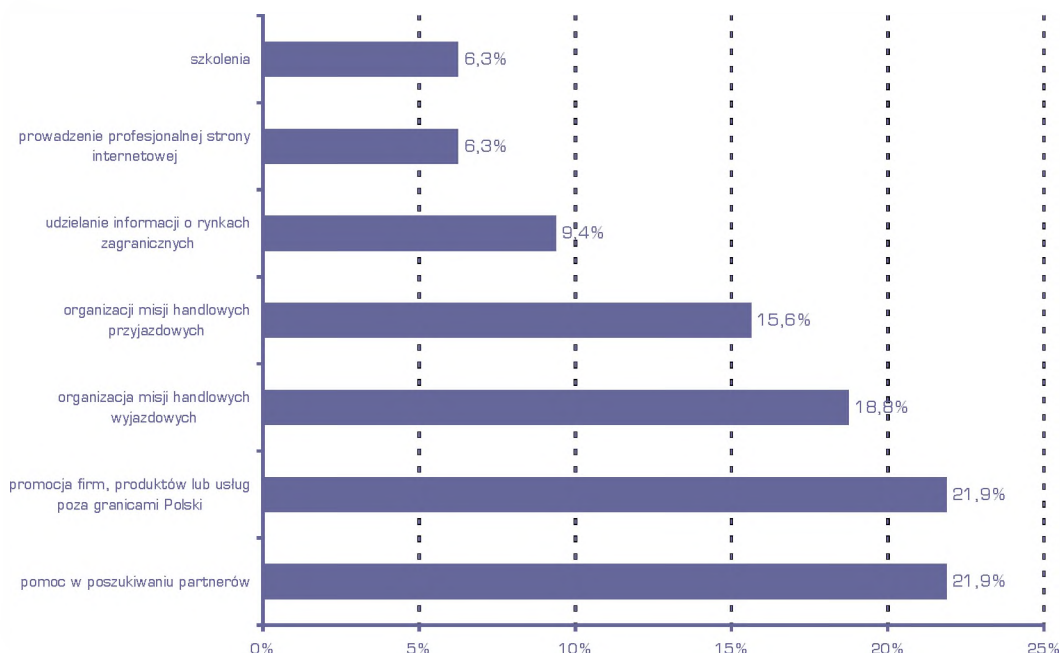
Źródło: Badania ankietowe

Do ważnych ograniczeń istniejących w krajach lokalizacji zagranicznych oddziałów pomorskich przedsiębiorstw zaliczono także słabą infrastrukturę, niestabilność polityczną i społeczną, niestabilność przepisów prawnych oraz trudne i skomplikowane procedury administracyjne. Za mało istotne problemy biznesowe zostały natomiast uznane takie rządowe czynniki mające wpływ na międzynarodową działalność przedsiębiorstw, jak: regulacje prawne dotyczące działalności gospodarczej, wysokie podatki oraz procedury celne. Stosunkowo niewielkie znaczenie tych ostatnich można wytłumaczyć geograficznym ukierunkowaniem BIZ podjętych przez pomorskie przedsiębiorstwa na kraje UE, w przypadku których skomplikowane i czasochłonne procedury celne nie występują.

Zauważyć również należy, że za mało istotny problem biznesowy pomorskich przedsiębiorstw posiadających zagraniczne oddziały została uznana przewaga jakościowa produktów wytwarzanych przez firmy kraju lokaty. Na podstawie przedstawionej wyżej struktury branżowej respondentów oraz determinantów podjętych przez nich BIZ można wnioskować, że niewielkie znaczenie tego problemu biznesowego wiąże się przede wszystkim z cenowym, a nie jakościowym charakterem konkurencji w branżach reprezentowanych przez pomorskie przedsiębiorstwa posiadające zagraniczne oddziały.

Ważnym problemem okazał się natomiast brak wsparcia ze strony kraju macierzystego. Istotna część ankietowanych przedsiębiorstw posiadających zagraniczne oddziały [10 z 17] oczekiwałaby pomocy ze strony władz regionalnych w zakresie wsparcia eksportu oraz podejmowania działalności za granicą.

Wykres 12: Oczekiwane formy pomocy od władz regionalnych w zakresie wsparcia eksportu oraz podejmowania działalności za granicą



Wskaźnik ważności, obliczony jak dla wykresu 2.

Źródło: Badania ankietowe

Jako najodpowiedniejsze formy wsparcia pomorskich przedsiębiorstw posiadających zagraniczne oddziały zostały wskazane: pomoc w poszukiwaniu partnerów oraz promocja firm, produktów lub usług poza granicami Polski. Za pomocne zostały uznane również misje handlowe wyjazdowe i przyjazdowe. Stosunkowo niewielkie znaczenie zostało natomiast przypisane organizacji przez władze regionalne szkoleń i prowadzenie profesjonalnej strony internetowej. Odpowiedzi te wskazują na gotowość pomorskich przedsiębiorstw do kooperacji z zagranicznymi przedsiębiorstwami, co może w pozytywny sposób wpłynąć na umocnienie ich obecności na rynkach zagranicznych. Ponadto ukazują one również to, że przedsiębiorstwa są świadome przewag, jakie mogłyby uzyskać na rynkach międzynarodowych dzięki odpowiedniej działalności marketingowej. Wsparcie przedsiębiorstw w tych działaniach byłoby cennym przedsięwzięciem instytucji regionalnych i krajowych.

Mimo istniejących trudności w krajach lokalizacji zagranicznych oddziałów żadna z ankietowanych firm nie zakończyła zagranicznej działalności produkcyjnej w ciągu ostatnich 5 lat.

IV.7. Plany rozwojowe pomorskich przedsiębiorstw posiadających zagraniczne oddziały

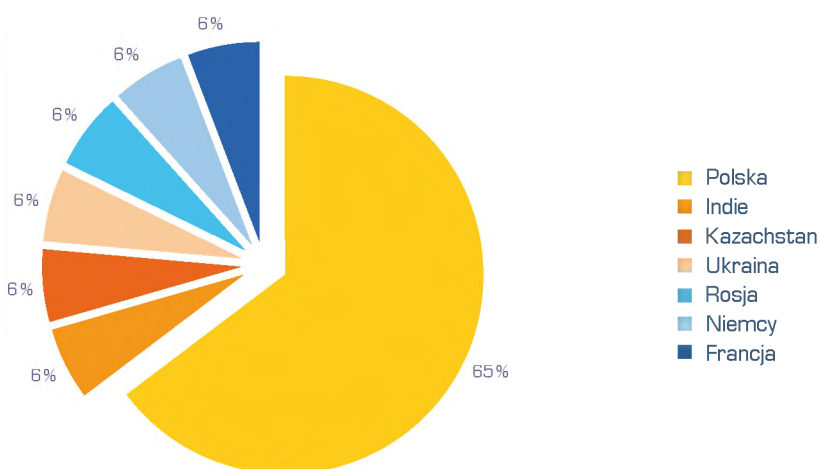
Ankietowane przedsiębiorstwa nie zamierzają ograniczać wielkości swych zagranicznych oddziałów w ciągu najbliższych 2 lat. Większość przedsiębiorstw (10 z 17) zamierza zachować swe oddziały w dotychczasowym stanie, natomiast siedem przedsiębiorstw planuje ekspansję. Najczęściej wskazywanym działaniem związanym z ekspansją była dywersyfikacja produkcji (3 z 7 przedsiębiorstw), następnie dodatkowe inwestycje (2 z 7), a także poprawa wzornictwa i B + R oraz poprawa jakości produktów (po 1 odpowiedzi). Jedno z przedsiębiorstw posiadających zagraniczny oddział handlowy i produkcyjny wskazało, że w celu

ekspansji zamierza rozwinąć sieć handlową.

Pięć z 17 ankietowanych przedsiębiorstw zamierza w okresie najbliższych 5 lat uruchomić za granicą oddziały handlowe lub usługowe w celu zwiększenia sprzedaży wytwarzanych produktów. Najczęściej wskazywane miejsce lokalizacji to Niemcy [2 wskazania] i Ukraina [2 wskazania], a pozostałe lokalizacje to Belgia, Francja, Rumunia, Kazachstan.

Według pomorskich przedsiębiorstw posiadających zagraniczne oddziały optymalną lokalizacją działalności produkcyjnej w perspektywie 5–10 lat jest natomiast Polska [wykres 13], co wydaje się potwierdzać zidentyfikowane powyżej prawdopodobne istotne znaczenie przewag specyficznych dla kraju pochodzenia, tj. niskich kosztów zasobów ludzkich.

Wykres 13: Kraje postrzegane jako optymalna lokalizacja działalności produkcyjnej przedsiębiorstw w perspektywie 5-10 lat



Źródło: Badania ankietowe

Potwierdzeniem dominacji Polski jako miejsca lokalizacji produkcji przez pomorskie przedsiębiorstwa jest ich odpowiedź na pytanie dotyczące podstawowych funkcji, jakie powinny spełniać ich zagraniczne oddziały. Za najważniejszą rolę i funkcję zagranicznych oddziałów przedsiębiorstw została uznana „sprzedaż wyrobów na lokalnym rynku” [62,5% odpowiedzi]. Znacznie mniejsze znaczenie zostało przypisane pozostałym zaproponowanym odpowiedziom (po 12,5%): produkcja i sprzedaż wyrobów do krajów trzecich, produkcja i sprzedaż wyrobów na lokalnym rynku, działalność badawczo-rozwojowa skierowana na dopasowanie wyrobów do potrzeb rynków lokalnych. Żadne z ankietowanych przedsiębiorstw nie wskazało 2 sugerowanych odpowiedzi: „działalność badawczo-rozwojowa” oraz „świadczenie usług (np. finansowo-księgowych)” na rzecz przedsiębiorstwa macierzystego”.

Wskazane odpowiedzi potwierdzają początkową fazę internacjonalizacji działalności pomorskich przedsiębiorstw polegającą głównie na wsparciu eksportu i niewielkim znaczeniu działań na rzecz poprawy efektywności lub pozyskania strategicznych zasobów w perspektywie najbliższych 10 lat.

IV.8. Znaczenie wejścia Polski do Unii Europejskiej

Zaobserwowany w Polsce w ostatnich latach wzrost odpływu kapitału w formie BIZ skłania do podjęcia próby ustalenia znaczenia członkostwa w UE dla pomorskich przedsiębiorstw posiadających zagraniczne oddziały. Teoria integracji gospodarczej wskazuje, że przystąpienie do ugrupowania integracyjnego powinno stymulować zarówno handel jak i BIZ w ramach wspólnego rynku. Istotne znaczenie powinny także odgrywać dynamiczne efekty integracji wspierające poprawę konkurencyjności przedsiębiorstw i ich restrukturyzację dzięki kreacji dużego rynku wewnętrznego oraz ułatwionemu przepływowi wiedzy i technologii.

Doświadczenia krajów UE15 wskazują, że pierwsze 5 do 8 lat członkostwa tych krajów w UE miało istotne znaczenie dla umiędzynarodowienia działalności przedsiębiorstw w formie BIZ⁷⁵. Na przykład w Hiszpanii, która przystąpiła do UE w 1986 roku, zarejestrowano w latach 1988–1991 pięciokrotnie większy eksport kapitału w formie BIZ niż w okresie 1975–1978⁷⁶. Także dane na temat podejmowania BIZ przez portugalskie przedsiębiorstwa wskazują na intensyfikację tego zjawiska w latach 80-tych tuż przed i po wstąpieniu Portugalii do UE w 1986 roku oraz na kulminację eksportu kapitału w formie BIZ w latach 1997–2002⁷⁷.

Poza tym badanie przeprowadzone przez Pain i Lansbury [1996]⁷⁸ potwierdziło istnienie związku między pogłębianiem integracji gospodarczej a intensyfikacją BIZ pomiędzy krajami tworzącymi ugrupowanie integracyjne. Autorzy ci wykazali, że wewnątrzwspólnotowe BIZ podejmowane przez brytyjskie i niemieckie przedsiębiorstwa rosły znacznie szybciej niż w przypadku braku Programu Rynku Wewnętrznego (PRW). Wewnątrzwspólnotowe BIZ przedsiębiorstw z tych dwóch krajów rosły znacznie szybciej, niż ich inwestycje poza obszarem Wspólnoty lub kosztem tych inwestycji. Ponadto PRW miał bardziej istotny wpływ na wzrost BIZ podejmowanych przez brytyjskie i niemieckie przedsiębiorstwa z sektorów mniej intensywnych pod względem wymiany międzynarodowej (np. usługi finansowe), gdyż w przeszłości pozataryfowe bariery ograniczały zarówno BIZ, jak i handel w tych sektorach w znacznie większym stopniu niż w sektorach bardziej intensywnych pod względem handlu.

Na wstępie opisu znaczenia wejścia Polski do UE dla pomorskich przedsiębiorstw posiadających zagraniczne oddziały warto poddać analizie okres uruchomienia tych oddziałów. Spośród 26 zagranicznych oddziałów, należących do objętych badaniem przedsiębiorstw, 16 (w tym 2 oddziały produkcyjne) zostało uruchomionych w lub po 2004 roku tj. od momentu wejścia Polski do UE. Jedenaście z tych 16 oddziałów zostało utworzonych w krajach UE, co wskazuje na istotne znaczenie wewnątrzwspólnotowych BIZ. Większość [6] z oddziałów utworzonych w UE zostało zlokalizowanych w krajach UE15 (3 w Niemczech, 2 we Francji i 1 w Wielkiej Brytanii), a pozostałe 5 oddziałów powstało w „nowych krajach członkowskich UE” (2 w Rumunii, 2 na Słowacji i 1 w Czechach). Pięć zagranicznych oddziałów pomorskich przedsiębiorstw utworzonych od 2004 roku zostało zlokalizowanych poza UE (Chiny, Rosja, Kazachstan, Ukraina).

Ustalenie wpływu członkostwa Polski w UE na podjęcie BIZ jest utrudnione z uwagi na obecność innych czynników, które również mogą w istotny sposób oddziaływać na odpływ kapitału z krajów Europy Środkowo-Wschodniej⁷⁹. Jednak na podstawie odpowiedzi udzielonych przez pomorskie przedsiębiorstwa posiadające zagraniczne oddziały można stwierdzić, że swoboda przepływu kapitału uznawana jest przez nie jako istotny skutek członkostwa Polski w UE (Wykres 14.), co może świadczyć o tym, że wejście Polski do UE rzeczywiście stanowi istotny czynnik zewnętrzny skłaniający do podjęcia BIZ. Taki pogląd pomorskich przedsiębiorstw wskazuje również na to, że są one świadome występowania korzyści z możliwości wyboru optymalnej lokalizacji działalności na obszarze UE, umożliwiającej uzyskanie najwyższych przychodów.

75 Dunning [1997] op.cit.; Stępiak A. [2005] *Strategie przedsiębiorstw na obszarze Unii Europejskiej w zakresie zagranicznych inwestycji bezpośrednich*, Ośrodek Badań Integracji Europejskiej, Uniwersytet Gdański, s.118–120.

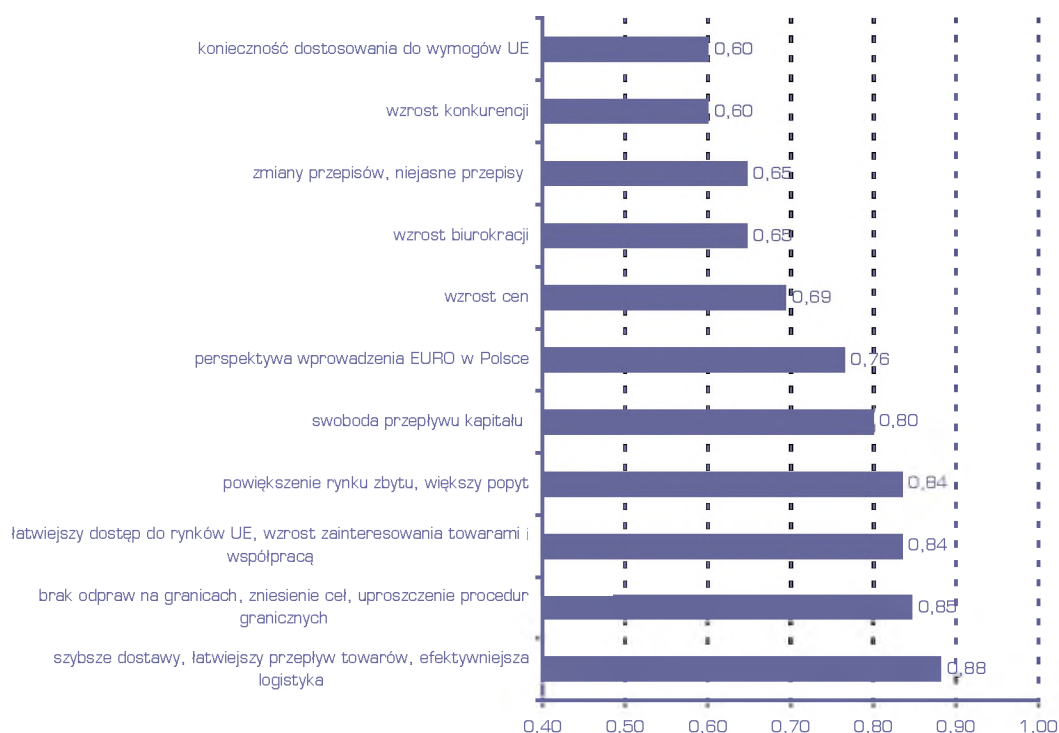
76 Campa, Guillen, op.cit.

77 Castro F. [2004], *Foreign Direct Investment in a Late Industrialising Country: The Portuguese IDP Revised*, Working Papers No. 147, CEMPRE, Faculdade de Economia, Universidade do Porto.

78 Dunning [1997], op.cit.

79 M.Svetičić, A.Jaklić [2006] *Outward FDI from New European Member States*, November 15, 2006 [materiał powielony] – do czynników tych autorzy ci zaliczyli transformację, liberalizację i prywatyzację oraz efekt kreacji inwestycji w wyniku integracji, który miał miejsce przed wstąpieniem niektórych z tych krajów do UE.

Wykres 14: Skutki członkostwa Polski w UE dla pomorskich przedsiębiorstw posiadających zagraniczne oddziały



Wskaźnik ważności, obliczony jak dla wykresu 2.

Źródło: Badania ankietowe

Za najważniejszy skutek członkostwa Polski w UE zostały natomiast uznane czynniki o charakterze infrastrukturalnym, które ułatwiają przede wszystkim przepływ towarów. Taką opinię uznać można za potwierdzenie istotnej orientacji eksportowej pomorskich przedsiębiorstw oraz wspomagającej eksport funkcji ich oddziałów zlokalizowanych w krajach UE.

Duże znaczenie respondenci przypisali również czynnikom rynkowym [tj. łatwiejszy dostęp do rynków UE, powiększenie rynków zbytu] co może świadczyć o realizacji ofensywnej strategii na rynku UE przez pomorskie przedsiębiorstwa posiadające oddziały zagraniczne. Za istotny skutek członkostwa uznane również zostało pogłębianie procesu integracji, tj. perspektywa wprowadzenia w Polsce euro. Wejście do strefy euro oznaczałoby sprostanie jednemu z ważnych problemów biznesowych w kraju lokalizacji zagranicznych oddziałów pomorskich przedsiębiorstw, tj. zmienności kursu walutowego (wykres 11). Ponadto dzięki wprowadzeniu wspólnej waluty przedsiębiorstwa uzyskiwałyby szerszy dostęp do kapitału w wyniku zwiększającej się w ramach strefy euro integracji rynków finansowych i kapitałowych.

Wśród wskazanych przez respondentów skutków członkostwa znalazł się także wzrost cen i konkurencji, co może być symptomem dynamicznych efektów integracji, skłaniających przedsiębiorstwa do podjęcia działań restrukturyzacyjnych, poprawiających ich konkurencyjność. Udzielające wywiadu pomorskie przedsiębiorstwa posiadające zagraniczne oddziały wśród ważnych skutków członkostwa Polski w UE umieściły także wzrost biurokracji, zmieniające się przepisy oraz konieczność dostosowania się do wymogów UE. Jednak znaczenie tych czynników było nieco mniejsze niż wspomnianych wcześniej skutków członkostwa w UE.

IV.9. Znaczenie zagranicznej ekspansji kapitałowej pomorskich przedsiębiorstw dla rynku pracy

Związek pomiędzy odpływem kapitału w formie BIZ a zmianami na rynku pracy kraju macierzystego może mieć dwojaki charakter. W przypadku substytucyjnego wobec eksportu charakteru podjętych BIZ, ich efektem może być spadek zatrudnienia i ograniczenie wzrostu gospodarczego w kraju macierzystym. Natomiast efektem istnienia komplementarnej relacji między podjętymi BIZ a eksportem może być wzrost zatrudnienia i pobudzenie wzrostu gospodarczego⁸⁰.

Według Helpman et al.⁸¹, to czy relacje mają charakter komplementarny czy też substytucyjny uzależnione jest od typu BIZ. W przypadku horyzontalnych BIZ [tworzenia zagranicznych filii zwykle w celu wytwarzania dotychczas eksportowanych produktów na potrzeby rynków zbytu krajów lokalizacji BIZ] najczęściej występuje negatywne oddziaływanie na eksport, co wskazuje na substytucyjną relację między tego typu BIZ a eksportem. Natomiast wertykalne BIZ [przemieszczanie wybranych etapów procesu produkcji do różnych krajów, zgodnie z ich przewagą kosztową] mogą przyczynić się do wzrostu eksportu dóbr kapitałowych i zaopatrzeniowych oraz do zwiększenia różnego rodzaju usług (np. menedżerskich, B + R) realizowanych przez centralę na rzecz zagranicznych oddziałów.

Można przypuszczać, że w przypadku pomorskich przedsiębiorstw posiadających zagraniczne oddziały dominuje relacja komplementarna między BIZ a eksportem. Z uwagi na wstępną fazę internacjonalizacji i dominację oddziałów handlowych zlokalizowanych na głównych rynkach eksportowych, BIZ uznać należy przede wszystkim jako mechanizm wspomagający eksport, a tym samym zatrudnienie w województwie pomorskim. Zauważyć również należy, że trzy przedsiębiorstwa posiadające oddziały produkcyjne za granicą [BIZ o charakterze horyzontalnym] charakteryzowały się wysokim udziałem eksportu w przychodach ze sprzedaży [Tabela 7].

Tabela 7: Udział eksportu w przychodach ze sprzedaży w pomorskich przedsiębiorstwach posiadających oddziały produkcyjne

Lokalizacja oddziału produkcyjnego	Rok utworzenia oddziału	Udział eksportu w przychodach ze sprzedaży w roku:		
		2005	2008	2009 [prognoza]
Ukraina	2005	20-40%	40-60%	40-60%
Rumunia	2007	40-60%	60-80%	60-80%
Niemcy	1970	powyżej 80%	powyżej 80%	powyżej 80%

Źródło: Badania ankietowe

Dane zawarte w powyżej tabeli wydają się nie potwierdzać substytucyjnego związku pomiędzy horyzontalnymi BIZ a eksportem. Udział eksportu w przychodach ze sprzedaży w przedsiębiorstwach posiadających oddziały produkcyjne na Ukrainie i w Rumunii uległ bowiem zwiększeniu po uruchomieniu oddziałów. Wyciągnięcie ostatecznych wniosków na temat relacji między BIZ a eksportem w tych przedsiębiorstwach jest jednak utrudnione ze względu na brak dodatkowych informacji na ten temat oraz na temat wpływu innych czynników (np. wejścia Polski do UE) na wzrost eksportu. Można przypuszczać, że z uwagi na brak tendencji spadkowych eksportu w pomorskich przedsiębiorstwach posiadających zagraniczne oddziały produkcyjne ich zagraniczna ekspansja w formie BIZ nie powinna w istotny sposób oddziaływać na zatrudnienie w województwie pomorskim w najbliższych latach. Największe z tych przedsiębiorstw zamierza bowiem w 2009r. i 2010r. zachować obecny poziom zatrudnienia, a średnie przedsiębiorstwo zamierza ograniczyć zatrudnienie

80 Zorska A. [2007] *Korporacje transnarodowe. Przemiany, oddziaływania, wyzwania*, PWE, Warszawa, s. 270–277

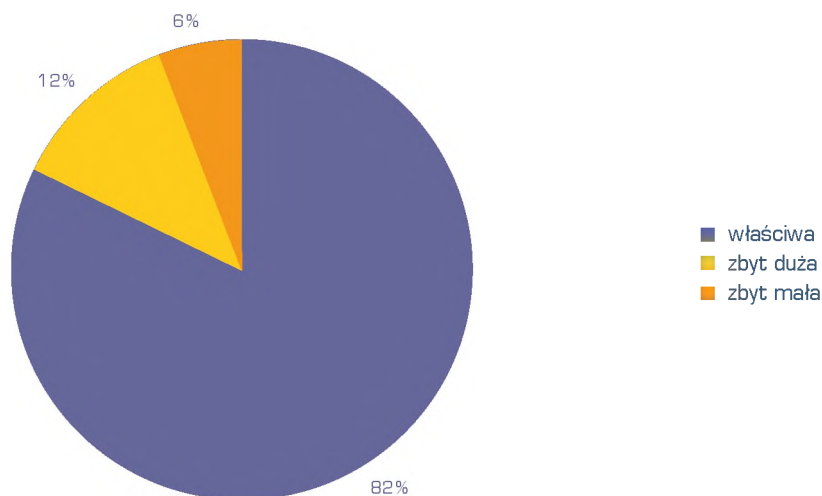
81 Helpman H., M. J. Melitz, S. R. Yeaple [2004], *Export Versus FDI with Heterogeneous Firms*, American Economic Review, 94, s. 300–316.

w tych dwóch latach łącznie o około 40 osób. Najmniejsze z tych przedsiębiorstw planuje wzrost zatrudnienia w 2010 roku o 15% [około 8 osób].

Sformułowanie ostatecznych wniosków na temat związku pomiędzy istniejącymi zagranicznymi oddziałami produkcyjnymi pomorskich przedsiębiorstw a zmianą eksportu i poziomem zatrudnienia wymaga dalszych obserwacji i analiz tego zjawiska. Wyniki badań Stępnika [1996] na temat wzajemnych relacji między niemieckimi inwestycjami bezpośrednimi a eksportem towarowym wskazują, że inwestycje bezpośrednie i eksport towarowy mogą się wzajemnie uzupełniać, a nawet przyczyniać się do wzajemnego wzrostu. Tylko w niewielu gałęziach pracochłonnych (przemysł tekstylny, odzieżowy, samochodowy) zaobserwowano możliwość substytucji eksportu towarowego przez eksport kapitału⁸². Gałęzie reprezentowane przez pomorskie przedsiębiorstwa posiadające zagraniczne oddziały produkcyjne można zaliczyć do pracochłonnych jednak dostępne dane na temat zmian eksportu po podjęciu IB nie wskazują na substytucyjną relację.

Większość [82,35%] ankietowanych pomorskich przedsiębiorstw posiadających zagraniczne oddziały handlowe i produkcyjne uznała aktualną wielkość zatrudnienia w firmie za właściwą w obecnej sytuacji w eksporcie [wykres 15]. Niemal 12% respondentów uznało obecny stan zatrudnienia za zbyt duży, a niecałe 6% za zbyt mały.

Wykres 15: Ocena aktualnej wielkość zatrudnienia w firmie wobec obecnej sytuacji w eksporcie



Źródło: Badania ankietowe

Połowa ankietowanych pomorskich przedsiębiorstw posiadających zagraniczne oddziały prognozuje brak zmian w poziomie zatrudnienia w 2009 roku [tabela 8]. Natomiast zmiany w tym zakresie w 2010 roku nie są przewidywane przez niemal 44% respondentów. Przewidywany przez ankietowane firmy wzrost zatrudnienia w latach 2009 i 2010 powinien wynieść odpowiednio 10,6% oraz 12,5%. Natomiast spadek zatrudnienia w tym czasie wyniesie prawdopodobnie odpowiednio 9,7% oraz 13,3%. Prognozy dotyczące zmian w zatrudnieniu ukazują również to, że w okresie tym pracę w ankietowanych przedsiębiorstwach powinny uzyskać dodatkowe 53 osoby.

⁸² Stępnik A. [1996] *Integracja regionalna i transfer kapitału. Inwestycje bezpośrednie w aspekcie klimatu inwestycyjnego w Unii Europejskiej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk, s. 233–242.

Tabela 8: Prognoza zmian poziomu zatrudnienia względem 2008r.

	spadek		bez zmian	wzrost	
	% zatrudnionych	liczba osób	% firm	% zatrudnionych	liczba osób
w roku 2009	9,7%	140	50%	10,6%	167
w roku 2010	13,3%	165	43,8%	12,5%	191

Źródło: Badania ankietowe

Największy wzrost zatrudnienia przewidywany jest w grupie specjalistów [tabela 9], natomiast redukcją zatrudnienia zagrożeni są w największym stopniu pracownicy przy pracach prostych. Plany zatrudnienia specjalistów mogą mieć związek z istotnym importem kapitału przez pomorskie przedsiębiorstwa posiadające zagraniczne oddziały [tabela 6], dzięki któremu przedsiębiorstwa te stosują bardziej intensywnie kapitałowo techniki produkcji wymagające zatrudnienia wykształconych pracowników. Tym samym dla pracodawców istotniejsze znaczenie może mieć poziom wykształcenia pracowników niż koszty pracy.

Tabela 9: Plany wzrostu i ograniczenia zatrudnienia poszczególnych grup zawodowych

	redukcja zatrudnienia	bez zmian	wzrost zatrudnienia	nie dotyczy
kierownicy	0,0%	76,5%	5,9%	17,6%
specjaliści	0,0%	52,9%	41,2%	5,9%
technicy i średni personel	0,0%	70,6%	11,8%	17,6%
pracownicy biurowi	11,8%	58,8%	11,8%	17,6%
pracownicy usług osobistych i sprzedawcy	0,0%	47,1%	17,6%	35,3%
rolnicy, ogrodnicy, rybacy	0,0%	5,9%	0,0%	94,1%
robotnicy przemysłowi i rzemieślnicy	11,8%	35,3%	5,9%	47,1%
operatorzy i monterzy urządzeń i maszyn	11,8%	47,1%	17,6%	23,5%
pracownicy przy pracach prostych	17,6%	47,1%	17,6%	17,6%

Źródło: Badania ankietowe

Średnio w zagranicznym oddziale pomorskiego przedsiębiorstwa zatrudnionych było 21 osób. Zaobserwować jednak można duże różnice pod względem liczby zatrudnionych w poszczególnych oddziałach. Największą liczbę pracowników miały dwa oddziały produkcyjne – 240 i 40 osób. Najmniejsze 4 oddziały handlowe zatrudniały natomiast 1–2 osoby. Cechą łączącą 3 spośród tych 4 oddziałów był stosunkowo krótki okres ich funkcjonowania – od roku do 4 lat. Generalnym wnioskiem płynącym z uzyskanych podczas wywiadów informacji jest to, że zatrudnienie w zagranicznych oddziałach pomorskich przedsiębiorstw rośnie wraz wiekiem tych oddziałów oraz jest znacznie większe w oddziałach produkcyjnych (średnio 97 osób) niż w oddziałach handlowych (średnio 6 osób).

Ponad 43% ankietowanych przedsiębiorstw powierzyło stanowiska kierownicze oraz stanowiska w dziale marketingu i sprzedaży lokalnym pracownikom [tabela 10]. Niemal 19% respondentów zatrudniło pracowników lokalnych w dziale zaopatrzenia, a 25% powierzyło im stanowisko prezesa oddziału. Jedna czwarta ankietowanych przedsiębiorstw nie zatrudniała pracowników lokalnych w swoich oddziałach. W tego typu oddziałach zatrudnionych było łącznie 76 pracowników.

Tabela 10: Stanowiska w zagranicznym oddziale powierzone lokalnym pracownikom

rodzaj stanowiska	% firm
prezes zagranicznego oddziału	25,0%
stanowiska kierownicze	43,8%
dział finansów i rachunkowości	31,3%
dział marketingu i sprzedaży	43,8%
dział reklamy i PR	25,0%
dział spraw ogólnych i zasobów ludzkich	25,0%
dział zaopatrzenia	18,8%
produkcja	25,0%
inne	6,3%
żadne	25,0%

Źródło: Badania ankietowe

Prawdopodobnie z uwagi na niewielkie rozmiary swych zagranicznych oddziałów żadne z pomorskich przedsiębiorstw nie zamierza w ciągu najbliższych dwóch lat ograniczać zatrudnienia lokalnych pracowników w tych oddziałach [tabela 11].

Tabela 11: Plany wzrostu i ograniczenia zatrudnienia poszczególnych grup zawodowych

	spadek zatrudnienia	bez zmian	wzrost zatrudnienia	trudno powiedzieć
stanowiska menadżerskie	0,0%	87,5%	12,5%	0,0%
pozostałe stanowiska	0,0%	56,3%	31,3%	12,5%

Źródło: Badania ankietowe

Większość przedsiębiorstw zamierza utrzymać zatrudnienie lokalnych pracowników na niezmiennym poziomie. Plany wzrostu zatrudnienia pracowników lokalnych na stanowiskach kierowniczych posiada 12,5% firm, a 31,3% ankietowanych przedsiębiorstw zamierza w ciągu najbliższych dwóch lat zwiększyć zatrudnienie lokalnych pracowników na stanowiskach innych niż menedżerskie. Wzrost zatrudnienia planują wyłącznie przedsiębiorstwa posiadające zagraniczne oddziały utworzone od 2005 roku, w tym dwa oddziały produkcyjne. W obu tych oddziałach przewidywany jest wzrost zatrudnienia tylko na stanowiskach innych niż kierownicze, co uznać można za potwierdzenie zadeklarowanego planu ekspansji tych oddziałów w ciągu najbliższych dwóch lat. Kontynuacja tych działań w dłuższym okresie może doprowadzić do ograniczenia zatrudnienia w pomorskich zakładach produkcyjnych tych przedsiębiorstw, a nawet całkowitego przeniesienia produkcji tych pracochłonnych produktów do rumuńskich i ukraińskich oddziałów.

IV.10. Podsumowanie

Przeprowadzone badanie ankietowe pomorskich przedsiębiorstw produkcyjnych prowadzących działalność eksportową wskazuje na początkowy etap umiędzynarodowienia ich działalności. Działania i zasoby związane z umiędzynarodowieniem działalności tych przedsiębiorstw zostały przede wszystkim skoncentro-

wane na eksporcie i wsparciu eksportu poprzez handlowo-usługową obecność na zagranicznych rynkach.

Struktura geograficzna BIZ podejmowanych przez respondentów wskazuje na dominację krajów europejskich, głównie krajów członkowskich UE [73% wszystkich oddziałów zlokalizowano na ich obszarze].

Struktura branżowa udzielających wywiadu pomorskich przedsiębiorstw, które podjęły BIZ wskazuje, że w procesie umiędzynarodowienia uczestniczą firmy wytwarzające produkty średnich i niskich technologii, tj. produkty standardowe, charakteryzujące się konkurencją cenową.

Wśród wskazanych przez ankietowane przedsiębiorstwa motywów podjęcia BIZ dominują czynniki o charakterze rynkowym [tj. podążanie za kontrahentem, wielkość rynku, perspektywy wzrostu i potencjał rynku], co świadczy o początkowym etapie umiędzynarodowienia tych przedsiębiorstw.

Analiza czynników uznawanych w literaturze przedmiotu za determinanty podjęcia BIZ wskazuje na brak relatywnej przewagi, biorących udział w badaniu przedsiębiorstw posiadających zagraniczne oddziały, pod względem intensywności nakładów na B+R i na marketing. Do charakteryzujących te przedsiębiorstwa przewag własnościowych zaliczyć natomiast można ich zakumulowaną wiedzę, importowane technologie i maszyny, orientację eksportową oraz ich wielkość. Zidentyfikowane przewagi własnościowe pomorskich przedsiębiorstw nie stwarzają im możliwości zachowania posiadanej przewagi konkurencyjnej na rynkach zagranicznych w długim okresie. W tym celu konieczne jest wzmocnienie przewag własnościowych uzyskiwanych dzięki istotnym nakładom na marketing i B+R.

Za najważniejsze źródło przewagi konkurencyjnej konkurentów na rynkach zagranicznych respondenci uznali cenę. Natomiast za najważniejszych konkurentów na tych rynkach zostały uznane polskie przedsiębiorstwa. Świadczy to o istnieniu przewag lokalizacyjnych specyficznych dla kraju macierzystego przedsiębiorstw podejmujących BIZ, charakterystycznych dla krajów znajdujących się na początkowym etapie umiędzynarodowienia. Kontynuacja procesu internacjonalizacji wymaga jednak przejścia od konkurencji kosztowej do konkurencji jakościowej, budowanej w oparciu o przewagi marketingowe i B+R.

Najistotniejsze problemy, z jakimi zmagają się w krajach lokalizacji swoich oddziałów pomorskie przedsiębiorstwa biorące udział w badaniu, to spadek cen sprzedaży oraz spadek popytu. Ważnym problemem okazał się także brak wsparcia ze strony kraju macierzystego.

Respondenci uznali, że najodpowiedniejszymi formami wsparcia pomorskich przedsiębiorstw posiadających zagraniczne oddziały przez władze regionalne powinna być pomoc w poszukiwaniu partnerów oraz promocja firm, produktów lub usług poza granicami Polski.

Biorące udział w badaniu przedsiębiorstwa nie zamierzają w ciągu najbliższych 2 lat ograniczyć wielkości swoich zagranicznych oddziałów. Niewiele ponad 40% ankietowanych przedsiębiorstw planuje w tym okresie dalszą ekspansję. Blisko 30% respondentów zamierza w okresie najbliższych 5 lat uruchomić zagraniczne oddziały handlowe lub usługowe w celu zwiększenia sprzedaży wytwarzanych produktów. Za optymalną lokalizację działalności produkcyjnej w perspektywie 5–10 lat została natomiast uznana Polska.

Większość [16 z 26] istniejących zagranicznych oddziałów, należących do udzielających wywiadu przedsiębiorstw, zostało uruchomionych od czasu wejścia Polski do UE, przy czym większość z nich [11] została zlokalizowana w UE. Według respondentów najważniejszym skutkiem wejścia Polski do UE są szybsze dostawy, łatwiejszy przepływ towarów i efektywniejsza logistyka. Takie odpowiedzi świadczą o umiejętności wykorzystania przez pomorskie przedsiębiorstwa korzyści płynących z funkcjonowania w ramach rynku wewnętrznego, gwarantującego swobodę przepływu towarów, usług, osób i kapitału.

Z uwagi na komplementarną relację między BIZ podjętymi przez ankietowane przedsiębiorstwa a eksportem, eksport kapitału w formie BIZ nie powinien w najbliższych latach negatywnie oddziaływać na zatrudnienie w województwie pomorskim. Prognozowane przez ankietowane przedsiębiorstwa zmiany w poziomie zatrudnienia w latach 2009-2010 wskazują, że w okresie tym ankietowane przedsiębiorstwa utworzą dodatkowe 53 miejsca pracy. Największy wzrost zatrudnienia przewidywany jest w grupie specjalistów.

Średnio w zagranicznym oddziale biorącego udział w badaniu pomorskiego przedsiębiorstwa zatrudnione było 21 osób. Prawdopodobnie z uwagi na niewielkie rozmiary swych zagranicznych oddziałów żadne z pomorskich przedsiębiorstw posiadających zagraniczne oddziały nie zamierza w ciągu najbliższych dwóch lat ograniczać zatrudnienia lokalnych pracowników w tych oddziałach. Większość przedsiębiorstw zamierza utrzymać zatrudnienie lokalnych pracowników na niezmiennym poziomie.

Analiza SWOT eksportu kapitału w formie BIZ firm województwa pomorskiego.

Słabe strony

Do słabych stron zaliczyć należy strukturę branżową pomorskich przedsiębiorstw posiadających zagraniczne oddziały. Zaangażowanie w proces umiędzynarodowienia wyłącznie firm wytwarzających produkty średnich i niskich technologii może w długim okresie doprowadzić do całkowitego przeniesienia produkcji tych wyrobów z województwa pomorskiego do zagranicznych oddziałów zlokalizowanych w krajach o niższych kosztach pracy. Zidentyfikowany na podstawie struktury branżowej brak wśród badanych przedsiębiorstw przewag własnościowych związanych z B + R potwierdziła analiza determinantów podjęcia BIZ, która wskazała również na brak przewag uzyskiwanych dzięki działalności marketingowej. Taka sytuacja budzi niepokój, gdyż zachowanie i umocnienie pozycji pomorskich przedsiębiorstw na rynkach zagranicznych wymaga intensyfikacji działań poprawiających jakość i zróżnicowanie wytwarzanych produktów. Konieczność podjęcia tego rodzaju działań ma istotne znaczenie także wobec kolejnej zidentyfikowanej słabej strony, a mianowicie defensywnego charakteru głównego motywu podejmowania BIZ przez pomorskie przedsiębiorstwa, tj. podążania za kontrahentem. Zastąpienie tego motywu przez oczekiwania o charakterze ofensywnym (np. perspektywa wzrostu i potencjał rynku) wymaga wzmocnienia przewag własnościowych opartych na działaniach marketingowych i B + R.

Za słabą stronę procesu umiędzynarodowienia pomorskich przedsiębiorstw można też uznać brak firm wytwarzających produkty wysokich technologii wśród przedsiębiorstw, które podjęły BIZ. Sytuacja ta jest zaskakująca wobec istotnego udziału produktów wysokich technologii w strukturze produktowej eksportu województwa pomorskiego. Można przypuszczać, że pomorscy eksporterzy produktów wysokich technologii nie posiadają odpowiednich, innych niż przewagi technologiczne, przewag własnościowych, umożliwiających im przejście do kolejnego etapu umiędzynarodowienia ich działalności. Ustalenie tych „brakujących” przewag wymaga kontynuacji badań na temat procesu umiędzynarodowienia pomorskich przedsiębiorstw.

Szanse

Do istniejących szans rozwojowych przedsiębiorstw eksportowych województwa pomorskiego należy zaliczyć dominację oddziałów handlowych wśród istniejących zagranicznych oddziałów pomorskich przedsiębiorstw. Zadaniem oddziałów handlowych jest bowiem wsparcie eksportu, skutkujące jego wzrostem, a także zwiększeniem zatrudnienia.

Istotną część zagranicznych oddziałów pomorskich przedsiębiorstw została utworzona po wstąpieniu Polski do UE, co świadczy o tym że przedsiębiorstwa te wykorzystały, uzyskaną dzięki swobodzie przepływu kapitału, szansę na reorganizację swojej działalności. Można przypuszczać, że stopniowo zwiększać się będzie liczba pomorskich przedsiębiorstw dążących do poprawy konkurencyjności poprzez poszukiwanie szans na jednolitym rynku europejskim. Jedną z możliwości na zwiększenie obecności pomorskich przedsiębiorstw na rynkach zagranicznych może być pozyskanie zagranicznego partnera.

Mocne strony

Do mocnych stron eksportu kapitału w formie BIZ województwa pomorskiego zaliczyć można orientację geograficzną tych działań. Istotne znaczenia wysoko rozwiniętych, dużych krajów europejskich (Niemiec, Francji, Wielkiej Brytanii) jako miejsca lokalizacji zagranicznych oddziałów pomorskich przedsiębiorstw może świadczyć o relatywnej przewadze konkurencyjnej tych firm.

Mocną stroną pomorskich przedsiębiorstw posiadających zagraniczne oddziały jest również dysponowanie odpowiednią, zakumulowaną wiedzą (mierzoną latami działalności) stwarzającą możliwość poszukiwania szans rozwojowych za granicą. Także dość istotne doświadczenie pomorskich eksporterów nie posiadających zagranicznych oddziałów może w najbliższej przyszłości skłonić ich do podjęcia BIZ.

Atutem pomorskich przedsiębiorstw posiadających zagraniczne oddziały jest także ich wielkość, tj. dominacja wśród nich firm dużych i średnich. Takie rozmiary ułatwiają im podjęcie zagranicznej działalności, z uwagi na lepszy dostęp do informacji o rynku oraz dzięki posiadanej sile finansowej, umożliwiającej podjęcie większego ryzyka.

Zagrożenia

Jednak zachowanie istniejącej przewagi konkurencyjnej pomorskich przedsiębiorstw w krajach locali-

zacji ich zagranicznych oddziałów może być zagrożone, gdyż sprowadza się ona obecnie przede wszystkim do przewagi kosztowej. Nasilająca się konkurencja cenowa na rynkach lokalizacji zagranicznych oddziałów pomorskich przedsiębiorstw stanowi obecnie najistotniejszy problem biznesowy.

Konkurencja cenowa oraz pracowitość charakter produktów wytwarzanych przez pomorskie przedsiębiorstwa posiadające zagraniczne oddziały może w przyszłości doprowadzić do przeniesienia produkcji do krajów o niższych kosztach pracy.

Za czynnik utrudniający obecnie międzynarodową ekspansję pomorskich przedsiębiorstw można także uznać pozostawanie Polski poza strefą euro. Stanowi to źródło problemów związanych ze zmiennością kursu walutowego oraz ogranicza dostęp do zintegrowanych rynków finansowych i kapitałowych.

Przeprowadzone analizy pozwalają na sformułowanie następujących rekomendacji dla polityki rozwoju:

1. Promocja wiedzy na temat korzyści płynących z optymalizacji działalności przedsiębiorstw poprzez jej umiędzynarodowienie. Wzorem innych krajów UE (np. Portugalii) działania te powinny być podjęte przez krajową agencję promocji internacjonalizacji polskich przedsiębiorstw (np. fundusz publiczno-prywatny na rzecz umiędzynarodowienia firm krajowych). Wydaje się, że podmiotem, który mógłby realizować tego rodzaju działania powinna być Polska Agencja Informacji i Inwestycji Zagranicznych (PAliIZ). Stworzone przez nią, a finansowane z funduszy lokalnych, Regionalne Centra Obsługi Inwestora mogłyby udzielać informacji przedsiębiorstwom regionu na temat korzyści i możliwości związanych z umiędzynarodowieniem ich działalności.

2. Pomoc w poszukiwaniu zagranicznych partnerów, których wiedza i środki finansowe mogłyby ułatwić mniejszym przedsiębiorstwom eksportowym, zwłaszcza z branż wysokich technologii, przejście do bardziej zaawansowanych form umiędzynarodowienia ich działalności. Władze regionalne wraz z Regionalnymi Centrami Obsługi Inwestora mogłyby w tym celu organizować misje handlowe przyjazdowe i wyjazdowe.

3. Promocja firm i produktów poza granicami Polski. Działania te powinny być skierowane na wzmocnienie przewag własnościowych związanych z działalnością marketingową i powinny wspierać budowę silnych międzynarodowych marek produktów wytwarzanych przez pomorskie przedsiębiorstwa.

4. Wsparcie przedsiębiorstw w ich działaniach B+R, ukierunkowanych na poprawę jakości oraz innowacyjność wytwarzanych produktów.

5. Dostosowanie zasobów pracy do potrzeb przedsiębiorstw. Podjęcie działań wspierających kształcenie specjalistów.

6. Propagowanie cyklicznych imprez organizowanych przez UE wspierających współpracę przedsiębiorstw w ramach UE.

7. Kontynuacja badań dotyczących planów międzynarodowej ekspansji pomorskich przedsiębiorstw w celu rozpoznania działań, które w przyszłości mogą w istotnym stopniu kształtować gospodarkę regionu.

IV.11. Bibliografia

1. Amiti M. [1998] *New trade theories and industrial location in the EU: a survey of evidence*, Oxford Review of Economic Policy, 14, s. 45–53.
2. *Bezpośrednie inwestycje zagraniczne polskich przedsiębiorstw* [2008] opracowanie zbiorowe pod kierunkiem naukowym Włodzimierza Karaszewskiego, Wydawnictwo „Dom Organizatora”, Toruń.
3. Caves R. [1996] *Multinational Enterprise and Economic Analysis*, Cambridge: Cambridge University Press.
4. Campa J.M., M.F. Guillén [1999] *The Internalization of Exports: Firm- and Location-Specific Factors in a Middle-Income Country*, Management Science, Vol. 45, No. 11, November 1999.
5. Castro F. [2004], *Foreign Direct Investment in a Late Industrialising Country: The Portuguese IDP Revised*, Working Papers No. 147, CEMPRE, Faculdade de Economia, Universidade do Porto.
6. Dunning J. H. [1979] *Explaining changing patterns of international production: in defence of the electric theory*, Oxford Bulletin of Economics and Statistics No 41, s. 269–296.
7. Dunning J.H. [2002] *Global Capitalism, FDI and Competitiveness*. The Selected Essays of John H. Dunning, Vol. II Edward Elgar, Cheltenham, UK.
8. Dunning J.H. [1998] *Location and the multinational enterprise: a neglected factor?*, Journal of International Business Studies, 29, [1] s. 45–66.
9. Dunning J.H. [1993] *Multinational Enterprises and the Global Economy*, New York: Addison Wesley.
10. Dunning J.H. [1997] *The European Internal Market Program and inbound foreign direct investment, from Journal of Common Market Studies*, 35 [1] s. 1–30 and [2] s. 189–223.
11. Filippaios F., C. Stoian [2005] *Where to, Odysseus? The quest of Greek firms to expand abroad*, Working Papers No. 104, Kent Business School, December 2005.
12. Gorynia M. [2007] *Strategie zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw*, PWE, Warszawa
13. Helpman H., M. J. Melitz, S. R. Yeaple [2004], *Export Versus FDI with Heterogeneous Firms*, American Economic Review, 94, s. 300–316.
14. Horst T. [1972] *Firm and industry determinants of the decision to invest abroad: an empirical study*, Review of Economics and Statistics, 54, s. 258–266.
15. Kumar N. [2007] *Emerging TNCs: trends, patterns and determinants of outward FDI by Indian enterprises*, Transnational Corporations, Vol. 16, No. 1 [April 2007].
16. Krugman P. [1979] *Increasing Returns, Monopolistic Competition, and International Trade*, Journal of International economics, 9[4], s. 469–79.
17. Romanowska M. [2009] *Planowanie strategiczne w przedsiębiorstwie*, PWE, Warszawa.
18. Stępnia A. [1996] *Integracja regionalna i transfer kapitału. Inwestycje bezpośrednie w aspekcie klimatu inwestycyjnego w Unii Europejskiej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk.
19. Stępnia A. [2005] *Strategie przedsiębiorstw na obszarze Unii Europejskiej w zakresie zagranicznych inwestycji bezpośrednich*, Ośrodek Badań Integracji Europejskiej, Uniwersytet Gdański, Gdańsk.
20. M. Svetličič, A. Jaklič [2006] *Outward FDI from New European Member States*, November 15, 2006 [materiał powielony].
21. Zorska A. [2007] *Korporacje transnarodowe. Przemiany, oddziaływania, wyzwania*, PWE, Warszawa.

Marian Gorynia

Katedra Strategii i Polityki Konkurencyjności Międzynarodowej, Wydział Gospodarki Międzynarodowej
Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu

V.1. Wstęp - cel i założenia

Celem artykułu jest:

- dokonanie uproszczonej diagnozy w zakresie zaawansowania procesów internacjonalizacji czynnej w gospodarce polskiej w okresie transformacji,
- podjęcie próby sformułowania przewidywań w tym zakresie na przyszłość.

Punktem wyjścia będzie zaprezentowanie i analiza danych zbiorczych dotyczących ekspansji przedsiębiorstw polskich za granicą. W drugiej części artykułu zostaną sformułowane uwagi o charakterze prognostycznym wynikające z głównych koncepcji teoretycznych ujmujących internacjonalizację przedsiębiorstw i gospodarek.

Dalsze rozważania wymagają przyjęcia kilku założeń wstępnych, które powinny sprzyjać klarowności wyводу, a także uchronić przed powstawaniem niepotrzebnych nieporozumień. Założenia te są następujące:

- przyjmujemy, że przez internacjonalizację gospodarki rozumiemy wszelkie formy i przejawy współpracy gospodarki krajowej z jej otoczeniem międzynarodowym, niezależnie od kierunku tej współpracy. Jest to szerokie rozumienie tego terminu. W tym znaczeniu internacjonalizacja to nie tylko eksport i BIZ wychodzące z Polski (internacjonalizacja czynna), ale także import i zagraniczne inwestycje przychodzące do Polski (internacjonalizacja bierna).

- internacjonalizacja (umiędzynarodowienie działalności) jest jednym z trzech tradycyjnych kierunków rozwoju strategicznego firmy [Garrette, Dussauge 1996, s. 81]. Dwa pozostałe to integracja wertykalna (pionowa integracja działalności) i dywersyfikacja (zróżnicowanie działalności). Przez internacjonalizację najczęściej rozumie się każdy rodzaj działalności gospodarczej podejmowanej przez przedsiębiorstwo za granicą [Rymarczyk 1996, s. 17]. To rozumienie internacjonalizacji można utożsamiać z pojęciem zagranicznej ekspansji przedsiębiorstwa. Niekiedy jednak internacjonalizacja traktowana jest szerzej – zalicza się do niej zarówno aktywne, jak i bierne formy współpracy z partnerami zagranicznymi, wyróżniając odpowiednio internacjonalizację czynną i internacjonalizację bierną [Fonfara, Gorynia, Najlepszy, Schroeder 2000, s. 16; Gorynia 2007, s. 35-36]. W tym artykule pojęcie internacjonalizacji przedsiębiorstwa będzie odnośzone w zasadzie do internacjonalizacji czynnej czyli do zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw.

- internacjonalizacja działalności przedsiębiorstwa utożsamiana z ekspansją zagraniczną firmy może odbywać się różnymi sposobami. Zazwyczaj formy zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw zalicza się do trzech grup [Fonfara, Gorynia, Najlepszy, Schroeder 2000, s. 50; Gorynia 2007, s. 109]: eksport, kooperacja, samodzielna działalność na rynkach zagranicznych.

V.2. Eksport oraz odpływające BIZ jako wiodące przejawy czynnego umiędzynarodowienia polskiej gospodarki

Jak już wspomiano we wstępie, internacjonalizacja czynna występuje wtedy, kiedy firmy polskie wychodzą za granicę – wychodzenie to może przybierać różne formy (eksport, kooperacja, samodzielna działalność na rynkach zagranicznych na przykład w postaci filii). Mając świadomość, że współpraca gospodarki polskiej z otoczeniem zagranicznym obejmuje nie tylko eksport i zagraniczne inwestycje bezpośrednie wychodzące z Polski, uwagę skupimy na tych dwóch formach, gdyż są one najbardziej widocznym przejawem postępującej czynnej internacjonalizacji firm i całej gospodarki. Z powodu braku miejsca nie będziemy zajmować się zmianami w strukturze towarowej i geograficznej eksportu oraz inwestycji wychodzących z Polski, choć są to bardzo ważne aspekty umiędzynarodowienia gospodarki polskiej.

W tabeli 1 przedstawiono dane dotyczące wartości produktu krajowego brutto (PKB) i eksportu Polski w latach 1990–2007. Z danych prezentowanych przez UNCTAD⁸³ wynika, że relacja wartości światowego eksportu [w dol. USA] w 2007 roku do wartości światowego eksportu w 1990 roku w cenach bieżących wynosiła 398%. W skali świata stosunek wartości eksportu na 1 mieszkańca w 2007 roku do wartości eksportu per capita w 1990 roku wynosił 298%.

Z danych statystycznych dotyczących Polski można wyprowadzić następujące wnioski:

– relacje wartości [w cenach bieżących] PKB i eksportu w 2007 roku do wartości w 1990 roku wynosiły odpowiednio: 719% i 969%. Skala przyrostu wartości eksportu była ponad 1,3 razy większa niż skala przyrostu PKB. W dynamice zmian analizowanych wielkości występowały więc istotne różnice,

– relacje wartości [w cenach bieżących] PKB i eksportu na 1 mieszkańca kształtowały się w tym samym okresie odpowiednio jak: 720% i 968%. Skala dysproporcji tempa zmian tych wielkości była więc podobna, jak w wypadku całkowitych wartości PKB i eksportu.

Zestawienie danych dla Polski i dla świata pozwala wyciągnąć następujące wnioski:

– wskaźnik dynamiki eksportu światowego w cenach bieżących w latach 1990–2007 wyniósł 398%, a eksportu z Polski 969% – z punktu widzenia wzrostu wartości eksportu gospodarka polska integrowała się relatywnie bardzo szybko z otoczeniem międzynarodowym,

– udział gospodarki polskiej w światowym eksporcie w latach 1990–2007 wzrósł odpowiednio z 0,4% do 1,1%,

– wartość eksportu na 1 mieszkańca w 2007 roku w świecie wynosiła 1939 dol. USA, a w Polsce 3641 dol. USA. Dynamika zmian tego wskaźnika w latach 1990–2007 wyniosła dla świata 298%, a dla Polski 968%.

Tabela 1: Produkt krajowy brutto i eksport Polski w latach 1990–2007 [ceny bieżące]

lata	PKB		Eksport			
	w mln dol. USA ^a	na 1 mieszkańca w dol. USA ^a	w mln dol. USA	na 1 mieszkańca w dol. USA	udział w świecie w %	udział eksportu w PKB
1990	58976	1547	14322	376	0,4	2403
1991	72924	1998	14903	390	0,4	20,4
1992	84326	2198	13187	344	0,4	15,6
1993	85853	2232	14143	368	0,4	16,5
1994	117978	3057	17240	447	0,4	14,6
1995	126348	3086	22895	593	0,5	18,1
1996	134550	3484	24440	633	0,5	18,2
1997	143066	3702	25751	666	0,5	18,0
1998	157274	4068	28229	730	0,6	17,9
1999	155151	4014	27407	709	0,5	17,7
2000	171300	4110	31651	820	0,5	18,5
2001	183000	4737	36092	934	0,6	19,7
2002	189000	4944	41010	1073	0,7	21,7
2003	209600	5486	53577	1403	0,8	25,6
2004	252400	6610	73781	1932	0,9	29,2
2005	303200	7944	89378	2342	0,9	29,5
2006	340900	8940	109584	2874	1,0	32,3
2007	424600	11141	138785	3641	1,1	32,6

^a Według kursu oficjalnego

Źródło: Rocznik Statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej [2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008].

83 Ze względu na brak miejsca danych tych nie podajemy tutaj (<http://www.unctad.org/Templates/Page.asp?intItemID=1890&lang=1>).

W tabeli 2 przedstawiono dane dotyczące zagranicznych inwestycji bezpośrednich wychodzących z Polski i w skali świata. Z danych zawartych w tabeli wynika, że w latach 1990–2007 udział skumulowanej wartości BIZ wypływających z Polski w skumulowanej wartości inwestycji wypływających w skali świata zwiększył się z 0,01% do 0,13%. Udział ten zwiększył się więc 13-krotnie, tym niemniej nadal jest on bardzo niski, na przykład w porównaniu z udziałem eksportu polskiego w eksporcie światowym. Analiza danych zawartych w tabeli 2 prowadzi do wniosku, że wskaźnik dynamiki wzrostu wartości wypływu zagranicznych inwestycji bezpośrednich w skali świata w latach 1990–2007 [837%] był około 25 razy mniejszy aniżeli ten sam wskaźnik dla Polski [20956%]. Dla skumulowanej wartości inwestycji wypływających w skali świata i wypływających z Polski wskaźnik dynamiki w latach 1990–2007 wynosił odpowiednio 874% i 20674%.

Tabela 2: Wpływ ZIB z Polski i w skali świata w latach 1990-2007 [mln dol. USA]

lata	Wpływ inwestycji z Polski	Skumulowana wartość inwestycji wypływających z Polski	Wpływ inwestycji w skali świata	Skumulowana wartość inwestycji wypływających w skali świata
1990	16	95	238641	1785264
1991	-7	88	200197	2111217
1992	13	101	202905	2082433
1993	18	198	244788	2275166
1994	29	461	288508	2601505
1995	42	539	358177	2942248
1996	53	735	397707	3272033
1997	45	678	484896	3663183
1998	316	1165	693095	4302142
1999	31	1024	1104937	5156903
2000	17	1018	1239149	6148284
2001	-90	1156	743465	6564217
2002	230	1457	652181	7288417
2003	305	2145	561104	8731240
2004	794	3274	813068	9732233
2005	1455	6279	778725	10671889
2006	8888	16287	1215789	12474261
2007	3353	19640	1996514	15602339

Źródło: World Investment Report, UNCTAD za odpowiednie lata.

Zarówno dane dotyczące eksportu, jak i BIZ wypływających z Polski świadczą o dużym przełomie w sferze internacjonalizacji czynnej polskiej gospodarki w latach 1990–2007. Trudno jednak uznać osiągnięte wyniki za jednoznaczny sukces. Zestawienie wskaźników umiędzynarodowienia gospodarki polskiej ze wskaźnikami dla krajów sąsiednich, które w okresie gospodarki socjalistycznej znajdowały się w podobnej sytuacji, nie wypada dla Polski korzystnie.

Dane i wskaźniki zaprezentowane powyżej w sposób bardzo skrótowy upoważniają do sformułowania ogólnej, uproszczonej konkluzji, iż w latach 1990–2007, a więc w okresie transformacji gospodarki polskiej, mieliśmy do czynienia z przyspieszonym w stosunku do średnich światowych włączaniem się Polski do światowego systemu gospodarczego zarówno w obszarze handlu międzynarodowego, jak i zagranicznych inwestycji bezpośrednich. Zarysowane tendencje makroekonomiczne w bardzo zróżnicowany sposób przejawiały się co prawda w różnych branżach polskiej gospodarki, a także w relacjach gospodarczych z poszczególnymi krajami i obszarami geograficznymi. Ich bardziej wnikliwa i wyczerpująca analiza wymagałaby jednak odręb-

nego opracowania.

Zarysowane tendencje makroekonomiczne znalazły także swoje odbicie w strategiach polskich przedsiębiorstw, które aktywnie podeszły do szans, jakie stworzył im proces transformacji, a później także przystąpienie Polski do Unii Europejskiej.

V.3. Perspektywy internacjonalizacji polskich przedsiębiorstw

Na tle przeprowadzonej uproszczonej diagnozy stanu internacjonalizacji gospodarki polskiej oraz w świetle znanych w literaturze koncepcji teoretycznych zajmujących stanowisko w kwestiach internacjonalizacji możliwe jest podjęcie próby sformułowania kilku uwag o charakterze prognostycznym. Niżej sformułowano cztery hipotezy dotyczące prawdopodobnego i pożądanego przebiegu procesów internacjonalizacji polskich przedsiębiorstw w przyszłości – hipotezy te wiążą się z przebiegiem procesu transformacji oraz z przystąpieniem Polski do Unii Europejskiej [UE]. Hipotezy te są następujące:

1. *Hipoteza 1:* W przyszłości będzie występować kontynuacja prointernacjonalizacyjnego oddziaływania członkostwa Polski w UE. W znacznej części swoją aktualność zachowa następująca hipoteza sformułowana przed 8 laty⁸⁴: „Przystąpienie Polski do Unii Europejskiej stworzy firmom polskim niespotykane wcześniej możliwości ekspansji na olbrzymim rynku unijnym. Z tego punktu widzenia UE to przede wszystkim szansa dla polskich przedsiębiorstw. Z drugiej strony członkostwo w Unii oznacza pełne otwarcie rynku polskiego dla konkurentów unijnych. To z kolei rodzi szereg zagrożeń dla firm polskich. Podstawowym skutkiem przystąpienia do Unii będzie dalsza liberalizacja związków gospodarczych z tym ugrupowaniem, a więc zamazywanie się granicy między wewnętrznymi [polskimi] rynkami branżowymi a europejskimi rynkami branżowymi. Należy oczekiwać następujących konsekwencji dla konkurencji na rynkach branżowych, których uczestnikami są polskie przedsiębiorstwa: zaostrzać się będzie rywalizacja między firmami już istniejącymi, wzrośnie zagrożenie nowymi wejściami, nastąpi wzrost zagrożenia przez substytuty, niezbyt silna pozycja przetargowa firm polskich jako dostawców i odbiorców firm unijnych, w tendencji znacznie większych i często w szybkim tempie globalizujących swoją działalność”.

2. *Hipoteza 2:* Nasilać się będzie proces internacjonalizacji gospodarki i firm. Podobnie jak w wypadku *hipotezy 1* można przewidywać podtrzymanie ważności hipotezy sformułowanej przed kilku laty⁸⁵: „Należy spodziewać się istotnego wzrostu stopnia internacjonalizacji gospodarki polskiej i polskich przedsiębiorstw. Wzrost ten jednak będzie rozłożony w czasie i umiarkowany, a także silnie zróżnicowany sektorowo [branżowo]. Wobec faktu, że większość przedsiębiorstw polskich cechuje się niskim stopniem internacjonalizacji i bardzo ograniczonymi doświadczeniami internacjonalizacyjnymi, wydaje się, że internacjonalizacja czynna firm polskich będzie przebiegać w tendencji raczej według tzw. modelu uppsalskiego. Początkowo internacjonalizacja będzie więc bazować na eksporcie, a dopiero później w miarę zdobywania wiedzy i doświadczenia międzynarodowego firmy będą przechodzić do bardziej zaawansowanych form umiędzynarodowienia”.

3. *Hipoteza 3:* Kolejny „impuls internacjonalizacyjny” będzie wynikał z przystąpienia Polski do strefy euro.

4. *Hipoteza 4:* Należy spodziewać się stałego i systematycznego wzrostu znaczenia wpływu BIZ w strategiach internacjonalizacji polskich przedsiębiorstw. Jest to nawiązanie do treści *hipotezy 2*, z jednoczesnym jej uszczegółowieniem.

Hipoteza 1.

Konsekwencje członkostwa w UE dla konkurencji na rynkach branżowych

Niżej zostaną rozwinięte dające się dedukcyjnie wyprowadzić hipotezy [prognozy] na temat wpływu członkostwa Polski w UE dla konkurencji na rynkach branżowych. Wpływ członkostwa w znaczącej mierze zdążył się już ujawnić, tym niemniej należy oczekiwać jego kontynuacji, choć na mniejszą niż dotychczas skalę. Każde przedsiębiorstwo jest uczestnikiem jakiegoś rynku branżowego. W sytuacji gospodarki zamkniętej lub względnie zamkniętej punktem wyjścia jest krajowy [wewnętrzny] rynek branżowy. Zgodnie z powszechnie

⁸⁴ Hipotezy te zostały sformułowane w roku 2001 w: Gorynia (2002). Hipotezy dotyczą internacjonalizacji czynnej.

⁸⁵ Hipotezy te zostały sformułowane w roku 2001 w: Gorynia (2002). Hipotezy dotyczą internacjonalizacji czynnej.

znanym tzw. modelem 5 sił Portera na rynku branżowym działają siły konkurencji, do których zalicza się: rywalizację pomiędzy firmami już istniejącymi, zagrożenie nowymi wejściami, zagrożenie ze strony substytutów, siłę przetargową dostawców i siłę przetargową nabywców [Porter 1992]. W warunkach otwarcia gospodarki mamy do czynienia z internacjonalizacją i globalizacją działalności firm. Ujmuje to tzw. model Yipa, zgodnie z którym potencjał globalizacyjny sektora [branży] wyznaczony jest przez pięć grup czynników: czynniki rynkowe, czynniki kosztowe, czynniki rządowe, czynniki konkurencyjne i czynniki dodatkowe [Yip 2004]. Próba określenia konsekwencji członkostwa w UE dla funkcjonowania rynków branżowych może wychodzić od uwzględnienia oddziaływania zmiennych zawartych w modelu Yipa na zależności ujmowane w modelu Portera. Należy wskazać na następujące konsekwencje „nałożenia na siebie” modelu Yipa i Portera:

- włączanie się firm z krajów przyjętych do Unii w zakres działania jednolitego rynku wewnętrznego pociąga za sobą wzrost natężenia konkurencji – poszerzanie się obszaru prowadzenia interesów oznaczające zamazywanie się granic pomiędzy krajowymi rynkami branżowymi sprawia, że zaostrza się rywalizacja między dotychczasowymi uczestnikami branży – obrona pozycji przed konkurentami, jak również ekspansja w nowych kierunkach geograficznych;

- jednym z efektów wzrostu natężenia konkurencji będzie podwyższenie poziomu profesjonalnego prowadzenia działalności gospodarczej – z jednej strony imperatyw profesjonalnego zarządzania eliminował będzie wprowadzenie nieracjonalne i nieprzewidywalne zachowania, z drugiej natomiast podnosił będzie ryzyko wykroczenia i wykorzystania błędów danego przedsiębiorstwa przez konkurentów [rzeczywistych i potencjalnych], których liczba, jak stwierdzono wyżej, zwiększy się;

- zwiększa się zagrożenie nowymi wejściami, gdyż poszerza się obszar, z którego nowo wchodzący mogą pochodzić, a także obniżają się [w znaczeniu relatywnym] bariery wejścia – w szerszym zakresie mogą być więc spełnione postulaty koncepcji rynków spornych [*contestable markets*];

- wzrastający poziom internacjonalizacji branży może zwiększać potencjalną lub faktyczną presję ze strony substytutów, gdyż rozszerza się obszar, z którego mogą one pochodzić;

- umiędzynarodowienie [a tym bardziej globalizacja] klienta danego przedsiębiorstwa wzmacnia siłę przetargową wobec konkurentów z danej branży, natomiast umiędzynarodowienie [globalizacja] konkurenta osłabia siłę przetargową jego klientów;

- umiędzynarodowienie [a tym bardziej globalizacja] dostawcy danego przedsiębiorstwa wzmacnia siłę przetargową wobec konkurentów z danej branży, natomiast umiędzynarodowienie [globalizacja] konkurenta osłabia siłę przetargową jego dostawców.

Należy z całym naciskiem wskazać, że powyższe konsekwencje w równym stopniu dotyczą obecności firm polskich na poszczególnych rynkach krajowych, tworzących europejski jednolity rynek wewnętrzny, jak i działania firm unijnych na rynku polskim.

Podsumowując, podstawową konsekwencją członkostwa w UE dla konkurencji w branżach, w których obecne są polskie przedsiębiorstwa, będzie dalszy wzrost natężenia konkurencji, który oznacza pojawienie się nowych szans, z jednoczesnym wystąpieniem niespotykanych dotychczas zagrożeń. Zwiększona konkurencja w branżach, będąca skutkiem wyeliminowania istniejących jeszcze barier w wymianie gospodarczej, powinna wywrzeć wpływ na podstawowe charakterystyki ekonomiczne tychże branż. W drodze dedukcji można wyprowadzić szereg implikacji dla strategii przedsiębiorstw, a mianowicie:

- konieczność obniżki kosztów dzięki korzyściom skali [nacisk na zwiększenie skali produkcji] i uczenia się oraz dzięki lepszemu zarządzaniu [zmiany w zarządzaniu],
- konieczność podjęcia [kontynuacji] restrukturyzacji firm,
- nacisk na innowacje i postęp techniczny.

Rozkład tych konsekwencji w odniesieniu do poszczególnych branż będzie oczywiście zróżnicowany, między innymi w zależności od tego, w jakiej fazie cyklu życia branża się znajduje, jakie tempo wzrostu będzie występować w danej branży, jaka jest wyjściowa struktura branży itp.

Hipoteza 2.

Model internacjonalizacji polskich przedsiębiorstw

Kolejne ważne pytanie dotyczy sposobu prowadzenia przez firmy polskie ekspansji na rynkach unijnych. Wśród koncepcji internacjonalizacji firmy największą popularność zdobył tzw. model uppsalski [Johanson, Wiedersheim-Paul 1975, Johanson, Vahlne 1977]. Punktem wyjścia modelu jest obserwacja, że w wypadku wielu firm szwedzkich, a także firm pochodzących z innych krajów, w szczególności charakteryzujących się niewielkimi rozmiarami rynku krajowego, typowe zachowanie firmy rozwijającej działalność gospodarczą na rynkach zagranicznych cechuje się etapowością zaangażowania się w obsługę tych rynków. Najważniejszą tezą modelu uppsalskiego jest stwierdzenie, że proces internacjonalizacji ma charakter sekwencyjny, fazowy, etapowy, ewolucyjny lub stopniowy – ten zestaw określeń ma sugerować pewną uzasadnioną, nieprzypadkową, przynajmniej częściowo zdeterminowaną kolej rzeczy, pewien proces rozwijający się w czasie. Ograniczenia lub uwarunkowania tego procesu stanowią: brak wiedzy o rynkach zagranicznych, brak zasobów koniecznych do ekspansji, ryzyko związane z wejściem na rynek zagraniczny, dystans psychiczny między rynkiem macierzystym a rynkiem ekspansji, skorelowany najczęściej z dystansem geograficznym, koszty transportu, bariery taryfowe i pozataryfowe.

Mimo iż model uppsalski zawiera szereg uproszczeń, które w przeszłości stanowiły często podstawę jego krytyki, to jednak wydaje się, że wiele obserwacji zawartych w tym modelu znajduje i będzie znajdować odzwierciedlenie w zachowaniach internacjonalizacyjnych firm polskich. Podstawowe hipotezy szczegółowe, jakie można tutaj zaproponować są następujące:

- regułą w internacjonalizacji polskich przedsiębiorstw, które proces umiędzynarodowienia działalności dopiero podejmą, będzie zaczynanie ekspansji od eksportu,
- nowo podejmowany eksport skierowany będzie na najbliższe geograficznie rynki,
- faza zaangażowania eksportowego będzie fazą relatywnie długotrwałą,
- z pewnym opóźnieniem podejmowane będą inne, uważane za bardziej zaawansowane, formy ekspansji zagranicznej.

Powyższe hipotezy są zgodne z zachowaniami przedsiębiorstw polskich w obszarze ekspansji na rynek unijny w okresie przed przystąpieniem do UE. Świadczą o tym wyniki badania przeprowadzonego w 2000 roku w grupie 68 przedsiębiorstw [Gorynia (red.) 2002, s. 135].

Sekwencja etapów w modelu uppsalskim została określona przez autorów jako *establishment chain* [Johanson, Wiedersheim-Paul 1975]. Należy jednak podkreślić, że twórcy modelu wcale nie nadają mu skrajnie deterministycznego charakteru, zdając sobie sprawę, że nie zawsze w grę wchodzić będzie przejście przez wszystkie etapy w zaproponowanej kolejności. Proces internacjonalizacji może przebiegać inaczej, aniżeli to zostało ujęte w modelu, w następujących sytuacjach:

- gdy firmy dysponują ogromnymi zasobami [w szczególności finansowymi] i konsekwencje ewentualnego niepowodzenia byłyby dla nich stosunkowo niewielkie,
- kiedy warunki na danym rynku są bardzo stabilne i wiedza o nim może być zdobyta inaczej niż przez doświadczenie,
- kiedy przedsiębiorstwo posiada już znaczne doświadczenie w działalności na rynku o bardzo zbliżonych warunkach, jak te panujące na rynku, na który chce aktualnie wejść,
- małe rozmiary rynku mogą przemawiać za rezygnacją z etapu budowy na nim własnej filii produkcyjnej.

Wydaje się, że w wypadku polskich firm dokonujących ekspansji zagranicznej pierwsze trzy okoliczności nie będą (przynajmniej w krótkim okresie) występować zbyt często. Prawdopodobieństwo wystąpienia bardziej niekonwencjonalnych zachowań będzie zwiększać się w dłuższym okresie. W literaturze formułuje się mianowicie bardziej ogólną opinię, że firmy dokonujące ekspansji międzynarodowej, w szczególności duże korporacje międzynarodowe, często omijają [opuszczają], przeskakują niektóre etapy internacjonalizacji ujęte w modelu uppsalskim [tzw. *leapfrogging*] [Welch, Luostarinen 1988]. Jednocześnie wykazują one skłonność do wchodzenia na odległe ze względu na dystans psychiczny rynki w coraz wcześniejszych fazach ekspansji. Przedsiębiorstwa stawiające pierwsze kroki w dziedzinie internacjonalizacji postępują zgodnie z modelem sekwencyjnym. Wraz z upływem czasu i nabywaniem coraz większego doświadczenia międzynarodowego decydują się na ominięcie niektórych etapów i przechodzą bezpośrednio do form działalności zagranicznej cechujących się dużym zaangażowaniem i wysokim stopniem kontroli. Skutkiem takiego sposobu postępowania jest istotne przyspieszenie tempa internacjonalizacji. Postępowania firmy w odniesieniu do

kolejnych, późniejszych rynków ekspansji nie należy jednak traktować jako całkowitego zaprzeczenia modelu sekwencyjnego. Wejście na te późniejsze rynki należy raczej rozpatrywać w kontekście wcześniejszych doświadczeń internacjonalizacyjnych firmy. W tej perspektywie wejście na późniejszy, kolejny rynek nie jest skokiem w nieznaną [Welch, Luostarinen 1988].

Przypadki niekonwencjonalnych zachowań internacjonalizacyjnych firm polskich będą oczywiście występować, choć nie wydaje się, aby miały to być strategie dominujące.

Hipoteza 3.

„Impuls internacjonalizacyjny” wynikający z przystąpienia Polski do strefy euro

Wprowadzenie euro przyniesie ze sobą implikacje dla funkcjonowania firm w skali krajowej, ale przede wszystkim w skali międzynarodowej. Dlatego nie sposób pominąć w dyskusji i badaniach, jak wprowadzenie euro wpłynie na umiędzynarodowienie firm. Chodzi o to, jak euro może przyczynić się do osiągania/utruty konkurencyjności w skali międzynarodowej. Rysuje się tutaj zależność dwustronna, polegająca na stwierdzeniu, że z jednej strony, wysoka konkurencyjność stanowi bazę do podjęcia ekspansji międzynarodowej. Z drugiej strony, internacjonalizacja daje szansę stałego podwyższania konkurencyjności – na przykład jest to możliwe dzięki korzyściom skali, jakie mogą wynikać z wychodzenia na rynki zagraniczne. Kwestią podstawową jest uzyskanie odpowiedzi na pytanie, czy wejście do strefy euro będzie działać pobudzająco czy hamująco na internacjonalizację, po pierwsze, firm dotychczas nieumiędzynarodowionych, po drugie, umiędzynarodowionych w słabym stopniu, i po trzecie, aktywnych i zaawansowanych internacjonalistów. Dostępna wiedza teoretyczna, a także doświadczenia zebrane w innych krajach pozwalają przypuszczać z dużym prawdopodobieństwem, że wpływ ten będzie miał charakter pobudzający internacjonalizację. Można się także spodziewać dokonania przez firmy zmian w portfelach rynków. Ważny będzie ponadto wpływ internacjonalizacji na konkurencyjność poprzez konieczność podwyższenia jakości wyrobów (usług), wynikającą z podjęcia obsługi wymagających, wyrafinowanych odbiorców zagranicznych. Oddziaływanie konkurencyjności na internacjonalizację to proces dwustronny, interakcyjny, wzmacniający się z upływem czasu. Trudno powiedzieć, co jest pierwsze – czy konkurencyjność poprzedza internacjonalizację, czy też internacjonalizacja wzmacnia konkurencyjność. Wydaje się jednak, że w momencie rozpoczęcia ekspansji zagranicznej konieczne jest posiadanie wyjściowego poziomu konkurencyjności, wystarczającego do podjęcia rywalizacji z konkurentami zagranicznymi. Po rozpoczęciu internacjonalizacji zaczyna działać mechanizm: internacjonalizacja poprawia konkurencyjność, co z kolei umożliwia dalszą ekspansję zagraniczną. Wpływ przyjęcia euro na internacjonalizację firmy będzie dokonywał się także poprzez zmiany w otoczeniu biznesowym oraz we wskaźnikach makroekonomicznych opisujących gospodarkę kraju pochodzenia danej firmy oraz gospodarkę kraju goszczącego, przyjmującego firmę polską – inwestora bezpośredniego czy chociażby eksportera.

Hipoteza 4.

Stąły i systematyczny wzrost znaczenia wpływu BIZ w strategiach internacjonalizacji polskich przedsiębiorstw

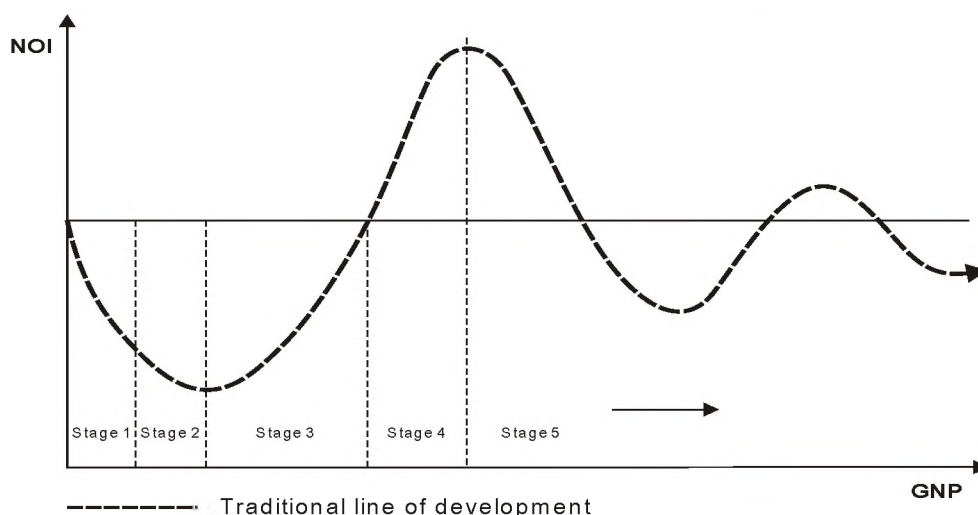
Treść tej hipotezy można wyprowadzać zarówno z przywołanej już koncepcji internacjonalizacji konwencjonalnej, jak i z koncepcji ścieżki rozwoju inwestycyjnego (*IDP – investment development path*) Dunninga. Według tej pierwszej, wzrost doświadczenia międzynarodowego firmy prowadzi do podejmowania coraz bardziej skomplikowanych, absorbujących i wymagających dużego zaangażowania zasobów form ekspansji międzynarodowej. Podejmowanie ZIB jest tradycyjnie uważane za najbardziej zaawansowaną formę internacjonalizacji.

Druga z wymienionych koncepcji, koncepcja IDP została po raz pierwszy wprowadzona przez Dunninga we wczesnych latach 80-tych XX wieku [Dunning, 1981]. Od tego czasu była wielokrotnie rozbudowywana i zmieniana [Dunning 1986; Dunning 1997; Dunning and Narula 1994, 1996, 2002; oraz Narula and Dunning 2000]. Wielu innych autorów wniosło także poważny wkład do tej koncepcji, jak na przykład Lall [1996] lub Durán and Úbeda [2001, 2005].

Zgodnie z podstawowym brzmieniem koncepcji IDP, pozycja danego kraju w zakresie inwestycji wpływających i napływających jest związana z poziomem jego rozwoju gospodarczego. Zmiany wartości i struktury ZIB prowadzą do różnych wartości pozycji inwestycji wpływających netto (*NOIP – net outward investment position*), definiowanej jako różnica między całkowitą (skumulowaną) wartością ZIB wpływających a wartością skumulowaną inwestycji napływających. Jak pokazano na rysunku 1 zmieniająca się wartość NOIP

przechodzi przez 5 stadiów związanych z poziomem rozwoju gospodarczego danego kraju mierzonego poziomem PKB *per capita*.

Rysunek 1: Kształt ścieżki rozwoju inwestycyjnego



Źródło: Dunning and Narula, 2002, s. 139.

Na początku stadium 1 IDP, NOI jest bliska zera, a następnie osiąga szybko rosnące wartości ujemne. Przyływające FDI, niewielkie w wartościach absolutnych, napływają w celu osiągnięcia przewag związanych z dostępem do zasobów naturalnych. Inwestycje wypływające są małe lub nie istnieją. Etap 2 charakteryzuje się rosnącym napływem ZIB, przy czym inwestycje wypływające pozostają nadal niewielkie, choć większe niż w poprzednim stadium. Dlatego NOI nadal obniża się, ale w późniejszej części etapu 2 tempo spadku wartości NOI zmniejsza się, ponieważ wzrostowi inwestycji napływających towarzyszy wzrost inwestycji wypływających. W krajach znajdujących się w trzeciej fazie następuje wzrost NOI spowodowany rosnącym tempem wzrostu inwestycji wypływających i stopniowym spadkiem tempa wzrostu inwestycji napływających, które w tym etapie wynikają raczej z motywów poszukiwania wyższej efektywności. W stadium 4 inwestycje wypływające rosną szybciej niż inwestycje napływające, NOI przekracza poziom 0 i staje się pozytywna. Przewagi lokalizacyjne kraju są w tym stadium związane głównie z zasobami tworzonymi przez człowieka (*created assets*). To stadium, podobnie jak następny etap 5, jest charakterystyczne dla krajów najwyżej rozwiniętych. W fazie 5 NOI najpierw spada, a potem wykazuje tendencję do fluktuacji wokół 0, przy czym zazwyczaj rosną zarówno inwestycje napływające, jak i wypływające.

Odniesienie koncepcji IDP i NOI do sytuacji gospodarki polskiej wskazuje na to, że znajduje się ona prawdopodobnie gdzieś pomiędzy stadium 2 i 3. W skali całej gospodarki oczekiwać więc należy zarówno wzrostu inwestycji napływających, jak i wypływających. Te drugie rosnąć winny jednak zdecydowanie szybciej od tych pierwszych. Prawidłowość ta powinna znaleźć odbicie w strategiach firm – stąd spodziewanym ważnym kierunkiem ewolucji strategii zagranicznej ekspansji firm będzie wzrost znaczenia ZIB wypływających z Polski.

V.5. Uwagi końcowe

Wydaje się, że z wysokim prawdopodobieństwem można przewidywać, iż mimo zawirowań związanych z występującym kryzysem finansowym i gospodarczym, wcześniej zauważone tendencje w zakresie czynnej internacjonalizacji gospodarki polskiej będą kontynuowane. Nie jest pozbawione podstaw przypuszczenie, iż po powrocie gospodarki światowej na „normalną trajektorię” długookresowego wzrostu gospodarczego, włączanie się gospodarki polskiej do jej otoczenia międzynarodowego może nawet przyspieszyć. Za takim kierunkiem rozwoju wypadków przemawia okoliczność, iż wskaźniki czynnej internacjonalizacji gospodarki polskiej, mimo szybkiego wzrostu w okresie transformacji, nadal są stosunkowo niskie, jeśli porównamy je ze wskaźnikami dla rozwiniętych gospodarek rynkowych. Jeśli zarysowane kierunki ewolucji na poziomie makro istotnie wystąpią, to będzie to musiało znaleźć odzwierciedlenie w strategiach zagranicznej ekspansji firm. Interesującym przedmiotem badań zachowań przedsiębiorstw w perspektywie średniookresowej mogłoby być zbadanie, na ile rzeczywiste strategie firm będą przystawać do zaproponowanych hipotez (prognoz).

V.6. Bibliografia

1. Dunning, J.H. [1981]. *Explaining the International Direct Investment Position of Countries: Towards a Dynamic or Developmental Approach*, Weltwirtschaftliches Archiv, 117.
2. Dunning, J.H. [1986]. *The Investment Development Cycle Revisited*, Weltwirtschaftliches Archiv, 122.
3. Dunning, J.H. [1997]. *Alliance Capitalism and Global Business*. London and New York: Routledge.
4. Dunning, J.H. and Narula, R. [1994]. *Transpacific Direct Investment and the Investment Development Path: The Record Assessed*. Essays in International Business, 10.
5. Dunning, J.H. and Narula, R. [1996]. *The Investment Development Path Revisited: Some Emerging Issues*, in J. H. Dunning and R. Narula (eds.), *Foreign Direct Investment and Governments: Catalysts for Economic Restructuring*, London and New York: Routledge.
6. Dunning, J.H. and Narula, R. (eds.) [1996]. *Foreign Direct Investment and Governments: Catalysts for Economic Restructuring*, London and New York: Routledge.
7. Dunning, J.H. and Narula R. [2002]. *The Investment Development Path Revisited*, in J.H. Dunning, *Theories and Paradigms of International Business Activity*. The Selected Essays of John H. Dunning, Volume 1, Cheltenham, UK and Northampton, MA: Edward Elgar.
8. Durán, J. and Úbeda, F [2001]. *The Investment Development Path: a New Empirical Approach*, Transnational Corporations, 10 [2].
9. Durán, J.J. and Úbeda, F. [2005]. *The Investment Development Path of Newly Developed Countries*. International Journal of the Economics of Business, 12 [1].
10. Fonfara K., Gorynia M. [red.], Najlepszy E., Schroeder J. [2000], *Strategie przedsiębiorstw w biznesie międzynarodowym*, Wydawnictwo AE, Poznań.
11. Garrette B., Dussauge P. [1996], *Strategie aliansów na rynku*, Poltext, Warszawa.
12. Gorynia M. [red.] [2002], *Luka konkurencyjna na poziomie przedsiębiorstwa a przystąpienie Polski do Unii Europejskiej*, Wydawnictwo AE, Poznań.
13. Gorynia M. [2007], *Strategie zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.
14. Johanson J., Wiedersheim-Paul F. [1975], *The Internationalization of the Firm: Four Swedish Cases*, Journal of Management Studies, October, 305–322.
15. Johanson J., Vahlne J.E. [1977], *The Internationalization Process of the Firm: a Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments*, Journal of International Business Studies, 8 [1], 23–32.
16. Lal, S. [1996]. *The Investment Development Path: Some Conclusions*. in J. H. Dunning and R. Narula (eds.), *Foreign Direct Investment and Governments: Catalysts for Economic Restructuring*, London and New York: Routledge, 423–441.

17. Narula, R. and Dunning, J.H. [2000]. *Industrial development, globalization and multinational enterprises: New realities for developing countries*, Oxford Development Studies, 2.
18. Porter, M. E. [1992], *Strategia konkurencji*, PWE, Warszawa.
19. Rymarczyk, J. [1996], *Internacjonalizacja przedsiębiorstwa*, PWE, Warszawa.
20. Welch, L. S., Luostarinen, R. [1988], *Internationalization: Evolution of a Concept*, Journal of General Management, 14 [2].
21. Yip, G. S. [2004], *Strategia globalna. Światowa przewaga konkurencyjna*, PWE, Warszawa.

Witold M. Orłowski, Niezależny Ośrodek Badań Ekonomicznych NOBE

VI.1. Polska gospodarka: od stanu semi-autarkicznego do otwartości

W roku 1989 polską gospodarkę można było praktycznie uznawać za na poły autarkiczną. Handel zagraniczny Polski, tak jak innych krajów komunistycznych dzielił się na dwie części: część realizowaną w ramach RWPG, oraz część realizowaną na wolnym rynku światowym. Dla wszystkich krajów EŚW, łącznie z Jugosławią, głównym partnerem handlowym był ZSRR, dostarczający głównie surowce w zamian za towary przemysłowe (z kolei dla ZSRR głównym partnerem handlowym były kraje RWPG). Wymiana w ramach RWPG odbywała się według sztucznie ustalanych cen, oderwanych od cen światowych, a partnerzy (nieoficjalnie) wzajemnie oskarżali się o wykorzystywanie tego faktu przez inne strony dla uzyskania sztucznie poprawionych *terms of trade*, a w ślad za tym do drenażu części oszczędności z innych krajów (faktycznego ujemnego salda handlowego), któremu nie towarzyszył jednak odpowiedni wzrost zadłużenia. W szczególności, ZSRR twierdził że dostarcza krajom satelickim surowce (zwłaszcza ropę naftową i gaz) po sztucznie zaniżonych cenach, a kraje satelickie – że wysyłają do ZSRR towary przemysłowe po cenach niższych od wartości rynkowej, w szczególności w odniesieniu do „wsadu” surowców i komponentów importowanych za dewizy z krajów o gospodarce rynkowej [por. Orłowski [2009a]].

Polski eksport wynosił w roku 1989 poniżej 13 mld USD, co stanowiło 0,4% eksportu światowego. Z sumy tej około 1/3 pochodziło z eksportu w ramach RWPG, a 2/3 z eksportu na rynki światowe. O ile trudno jest dziś ocenić prawdziwą skalę i wartość eksportu realizowanego w ramach RWPG, to na uwagę zasługuje systematyczny spadek udziału i znaczenia Polski w tej części światowego eksportu, która trafiała na wolny rynek.

Rewolucyjne zmiany zaszły dopiero w momencie liberalizacji gospodarki, stanowiącej kluczowy element pakietu reform z początku lat 1990-tych. W pierwszej fazie okresu transformacji, w latach 1990–2003, nastąpiło stopniowe włączenie się polskich firm do międzynarodowej wymiany handlowej, dzięki czemu wielkość polskiego eksportu wzrosła do 72 mld USD [eksport towarów i usług według bilansu płatniczego], a więc odpowiednika 33% PKB. Jednocześnie znacząco wzrosły napływy inwestycji bezpośrednich, poprzednio w ogóle nie występujące: w latach 1995–2003 wynosiły one przeciętnie rocznie 5,6 mld USD, czyli odpowiednik 3,3% PKB [wahania od 2,1 do 5,6% PKB].

Przełomowe znaczenie dla kształtowania się procesów ekspansji polskich firm i włączania się Polski do światowego rynku przepływu kapitałów miała akcesja do Unii Europejskiej. Znaczenie to szybko potwierdziły zmiany, następujące w ciągu pierwszych lat członkostwa. Najważniejszą ze zmian było radykalne przyspieszenie wzrostu gospodarczego, któremu towarzyszyło wyraźne wzmocnienie fundamentów rozwoju kraju i zwiększający się szybko stopień otwarcia gospodarki [por. dane w tabeli 1].

Przeciętny wzrost PKB w latach 2004–08 wynosił 5,3% rocznie, dzięki czemu po 5 latach członkostwa w Unii polski PKB zwiększył się o niemal 30%. Szybsze tempo rozwoju w porównaniu z Europą Zachodnią spowodowało, że PKB na głowę mieszkańca Polski wzrósł z 43% poziomu obserwowanego w krajach „starej Unii” w roku 2003, do niemal 51% w roku 2008.

Szybkiemu wzrostowi PKB towarzyszyły znaczące zmiany strukturalne, nadające rozwojowi cechy trwałości. Po pierwsze, członkostwo w Unii radykalnie poprawiło wizerunek Polski jako atrakcyjnej lokalizacji dla inwestycji. Według danych EBOR, coroczne napływy kapitału zagranicznego w formie BIZ zwiększyły się do 16 mld USD średniorocznie w latach 2004–08 [odpowiednik przeciętnie 4,5% PKB rocznie]. Napływowi temu towarzyszyła poprawa międzynarodowych ocen wiarygodności finansowej Polski oraz awans do ścisłej światowej czołówki krajów wskazywanych przez międzynarodowe koncerny jako najbardziej obiecujące miejsca do inwestowania. Wzrastała również skala inwestycji firm krajowych, oraz stopniowo zwiększały się współfinansowane z unijnego budżetu inwestycje infrastrukturalne. Łącznie, w latach 2004–08 nakłady

Tabela 1: Tempo i charakterystyki wzrostu gospodarczego Polski, 2003-2008

	2003	2008	Zmiana w punktach procentowych
PKB per capita [UE-15 = 100]*	43,0	50,7	7,7
Zmiany wolumenu, ceny stałe, poziom roku 2003 równy 100			
PKB	100,0	129,6	29,6
Spożycie indywidualne	100,0	124,2	24,2
Inwestycje	100,0	165,2	65,2
Eksport**	100,0	179,4	79,4
Import**	100,0	179,1	79,1
Relacja do PKB w procentach			
Wynik finansów publicznych	-6,3	-2,9	3,4
Saldo obrotów bieżących	-2,1	-5,7	-3,6
Inwestycje	18,2	21,9	3,6
Eksport	33,2	40,2	7,0
Import	35,9	43,3	7,4

* Dane szacunkowe, wg parytetu siły nabywczej walut

** Wg rachunków narodowych

Źródło: GUS, Eurostat, obliczenia własne

inwestycyjne wzrosły o 65% [znacznie bardziej od PKB], dzięki czemu relacja inwestycji do PKB zwiększyła się z 18% w roku 2003 do 22% w roku 2008, a tempo modernizacji kraju uległo w tym okresie znacznemu przyspieszeniu.

Po drugie, po okresie kiedy Polska była wyłącznie importerem kapitału, w latach 2004–08 stopniowo zwiększała się skala ekspansji kapitałowej polskich firm na rynki zagraniczne. Przeciętna skala polskich inwestycji bezpośrednich wzrosła do 4,4 mld USD rocznie (odpowiednik 1,2% PKB), z rekordowymi inwestycjami w roku 2006 (9 mld USD). Jak się ocenia, inwestycje te miały w znacznej mierze charakter rozbudowy przyczółków do ekspansji eksportowej, zwłaszcza na rynki Zachodniej Europy. Na rynkach krajów Europy Środkowo-Wschodniej zjawisko to miało często inny charakter, związany z rozwojem lokalnej produkcji lub przenoszeniem produkcji z Polski w celu optymalizacji kosztów. Generalnie jednak, dominującym powodem ekspansji była chęć docierania do nowych rynków i nowych klientów [por. PricewaterhouseCoopers [2009]].

Po trzecie, rozwojowi towarzyszył wzrost konkurencyjności polskiej gospodarki i stopnia jej integracji z globalnym, a zwłaszcza europejskim rynkiem. Zarówno eksport, jak import zwiększyły się w latach 2004–08 o niemal 80%, a relacja obu tych wielkości do PKB wzrosła o ponad 7 pkt.%, przekraczając odpowiednio 40% i 43%. Zjawiska gwałtownego przyspieszenia napływu inwestycji zagranicznych i wzrostu eksportu w znacznej mierze wynikały z procesu przenoszenia z Europy Zachodniej do Europy Środkowo-Wschodniej części produkcji, zwłaszcza przemysłowej (np. produkcji przemysłu motoryzacyjnego). Dzięki członkostwu w Unii region zaczął być postrzegany jako miejsce całkowicie bezpieczne, a jednocześnie dysponujące ogromną przewagą konkurencyjną wobec Zachodniej Europy – stosunkowo niedrogimi pracownikami. Warto przy tym zauważyć, że choć przyspieszeniu napływu kapitału i wzrostu PKB towarzyszył wszędzie w regionie znaczny wzrost deficytu obrotów bieżących, w głównej mierze wynikający ze wzrostu deficytu handlowego, nie osiągnął on w Polsce poziomu niebezpiecznie wysokiego, zwłaszcza wobec zwiększonej wiarygodności finansowej naszego kraju. Korzystnie odróżniało to sytuację Polski w latach 2004–08

od sytuacji z końca lat 1990-tych, a także stawiało kraj w wyraźnie lepszej pozycji od większości nowych krajów członkowskich Unii, gdzie wzrost deficytu obrotów bieżących przekroczył bezpieczne granice (zwłaszcza w krajach bałtyckich, Rumunii i Bułgarii).

VI.2. Globalny kryzys i jego wpływ na polską gospodarkę

Sytuacja polskiej gospodarki uległa radykalnej zmianie w drugiej połowie roku 2008, wraz ze stopniowym ujawnianiem się pełnego wpływu globalnego kryzysu finansowego i gospodarczego. Nie ulega żadnej wątpliwości, że kryzys finansowy, który wybuchł w latach 2007–08, stanowi najpoważniejsze od niemal wieku załamanie globalnej gospodarki w czasach pokojowych. Już obecnie doprowadził on do częściowego paraliżu światowego systemu finansowego, załamania się rynków kapitałowych oraz do najpotężniejszej od dekad globalnej recesji, której głębokości i trwałości jeszcze nie znamy. Nie chodzi o samą skalę jego konsekwencji ekonomicznych: w latach 1929–32 tylko w USA zbankrutowało 9 tysięcy banków (obecnie, do tej pory, w gruncie rzeczy, zbankrutował tylko 1 duży bank inwestycyjny, a pozostałe którym zagroziło bankructwo zostały albo przejęte przez inne banki, albo całkowicie lub częściowo znacjonalizowane), indeksy giełdy nowojorskiej spadły do roku 1934 aż o 90%, a skumulowana skala załamania PKB sięgnęła 30% (obecne najbardziej nawet pesymistyczne prognozy spadku amerykańskiego PKB w roku 2009 nie przekraczają 4%).

Pomimo to, nie ma wątpliwości, że mamy do czynienia z kryzysem wielkim i długotrwałym – i to z kilku powodów. Po pierwsze, skala załamania nastrojów na światowych rynkach jest nieporównywalnie większa od wszystkiego, z czym mieliśmy do czynienia od lat 1930-tych. Po drugie, skala strat które odnotowuje sektor finansowy jest gigantyczna (według ocen IMF, skala strat przekroczy 3 biliony USD, z czego utracone kredyty stanowić będą niecałą 1/3, a ponad 2/3 straty na różnego rodzaju obligacjach, por. IMF [2009]). Po trzecie, w ramach walki z kryzysem rządy gotowe są sięgać po najbardziej radykalne metody, z nacjonalizacją instytucji finansowych i użyciem kolosalnych funduszy pochodzących z kieszeni podatników dla stymulowania gospodarki włącznie. Po czwarte, w dyskusji na temat przyczyn i konsekwencji kryzysu dominują opinie, że dowodzi on konieczności fundamentalnych zmian polityki gospodarczej i regulacyjnej w skali całego świata, przede wszystkim w odniesieniu do rynków finansowych. Po piąte, globalne badania prowadzone wśród przedsiębiorstw wskazują na fundamentalną zmianę postrzegania perspektyw gospodarczych w nadchodzących latach, której efektem są zmiany strategii rozwojowej firm (por. PricewaterhouseCoopers [2009]).

Najistotniejsze kanały wpływu kryzysu finansowego na światowy wzrost gospodarczy i sektor przedsiębiorstw są następujące (por. Orłowski [2009b]):

- Po pierwsze, spadki na giełdach i spadek cen nieruchomości oznaczają, że gwałtownie zmniejszyła się wycena majątku posiadanego przez gospodarstwa domowe, zwłaszcza w krajach najwyżej rozwiniętych (USA, Europa Zachodnia, Japonia). Powoduje to negatywny wpływ efektu bogactwa, czyli wpływa na silne ograniczenie dokonywanych przez konsumentów zakupów (dodatkowo, skutkiem nadmiernego zadłużenia gospodarstw domowych, nastąpiło ograniczenie dostępności kredytu konsumpcyjnego).
 - Po drugie, kryzys finansowy utrudnia dostęp do kredytu dla przedsiębiorstw i podwyższa jego cenę. Efekty tego zjawiska dotknęły w pierwszej kolejności te przemysły, które najsilniej uzależnione są od kredytu (m.in. przemysł motoryzacyjny), ale w ciągu roku 2009 rozszerzają się na wszystkie gałęzie gospodarki.
 - Po trzecie, spadek cen nieruchomości powoduje załamanie aktywności sektora budownictwa, tym silniejsze im silniejszy był wcześniej boom mieszkaniowy (dotyczy to zwłaszcza sytuacji w USA, a w Europie Wielkiej Brytanii, Irlandii i Hiszpanii).
 - Po czwarte, spadek zakupów konsumenckich i utrudniony dostęp do kredytu powoduje obniżenie wydatków inwestycyjnych przedsiębiorstw. Według prognoz Komisji Europejskiej z początku 2009 roku spadek inwestycji może sięgnąć w roku 2009 -12% w Wielkiej Brytanii oraz po ok. -5% do -6% w pozostałych dużych krajach Zachodniej Europy (por. European Commission [2009]). Wyniki w zakresie inwestycji odnotowane w pierwszej połowie roku 2009 skłaniają jednak do znacznie większego pesymizmu w tym zakresie.
 - Po piąte, wszystkie te zjawiska powodują silny wzrost bezrobocia, przyczyniając się do spowolnienia wzrostu płac, dalszego pogorszenia nastrojów konsumenckich i ograniczenia zakupów.
- Powyżej opisane zjawiska występują głównie w krajach rozwiniętych, najsilniej dotkniętych efektami kryzysu

finansowego, w szczególności w krajach Europy Zachodniej. Należy przy tym zauważyć, że skala pesymizmu w krajach zachodniej części UE przekracza to, co obserwowane jest w innych krajach rozwiniętych [za wyjątkiem Japonii].

Generalnie dane pokazują, że Europa [zarówno zachodnia, jak wschodnia – z wyłączeniem Polski] należy do regionów świata które najsilniej odczuwają obecny kryzys. Otoczenie makroekonomiczne uległo drastycznemu pogorszeniu, spadła produkcja, popyt krajowy i eksport. Jednocześnie nastąpiło, przynajmniej czasowe, wyhamowanie procesów globalizacyjnych (tzw. „ucieczka do bezpieczeństwa”, por. IMF [2009]) oraz ogólne, drastyczne pogorszenie postrzegania przez przedsiębiorstwa ich perspektyw rozwojowych, zarówno w krótkim jak dłuższym okresie. Powszechnie uważa się, że ryzyko wystąpienia długotrwałych zjawisk o charakterze stagflacyjnym w USA [związanych z przyjętymi metodami walki z recesją] może zaowocować wieloletnią dekoniunkturą w globalnej gospodarce.

W przypadku większości krajów rozwijających się [wschodzących rynków], w tym w szczególności Polski, kanały wpływu kryzysu na sytuację przedsiębiorstw odnotowane w krajach rozwiniętych będą miały mniejsze znaczenie, natomiast głównym mechanizmem przenoszenia się kryzysu do realnej gospodarki są efekty „zarażania się”, następujące głównie trzema kanałami.

- Pierwszym kanałem jest kanał handlowy, czyli spadek eksportu w wyniku pogorszenia się koniunktury u głównych partnerów handlowych. Według prognoz IMF, tempo wzrostu światowego handlu znacząco spadnie; rzeczywista skala tego spadku jest jednak trudna do oszacowania. W czasie poprzedniej globalnej recesji w latach 2001–02 [oczywiście znacznie płytszej i mniej poważnej od obecnej] wolumen importu krajów rozwiniętych spadł w roku 2001 o -0,5%, co pociągnęło za sobą drastyczny spadek dynamiki eksportu krajów rozwijających się [z 14% w roku 2000 do 2,6% w roku 2001]. Należy się jednak liczyć z tym, że obecnie efekt ten będzie znacznie silniejszy [według prognoz Komisji Europejskiej, wolumen importu głównych krajów Zachodniej Europy spadnie w roku 2009 o ponad -3%, por. European Commission [2009]].
- Drugim kanałem jest spadek inwestycji bezpośrednich, dokonywanych w krajach rozwijających się. Inwestycje bezpośrednie [czyli głównie inwestycje w budowę lub zakup istniejących fabryk] nie są oczywiście tak nieprzewidywalne jak inwestycje finansowe, ale również potrafią mocno reagować na to, co dzieje się w gospodarkach krajów rozwiniętych. W czasie poprzedniej globalnej recesji w latach 2001–02, łączna skala inwestycji bezpośrednich dokonywanych w krajach rozwijających się zmniejszyła się z 256 miliardów dolarów w roku 2000 do 166 miliardów w roku 2002 [a więc spadła o ponad jedną trzecią], a zaczęła zwiększać się ponownie dopiero w roku 2003 [por UNCTAD [2007]]. Obecnie efekty te mogą być znacznie silniejsze i bardziej długotrwałe, bowiem na recesję w krajach zamożnych, która zniechęca wielkie firmy do inwestowania, może nałożyć się silne ograniczenie dostępności kredytu spowodowane paraliżem sektora bankowego.
- Trzecim kanałem wpływu są zawirowania na lokalnych rynkach finansowych. Nawet kraje o wyjątkowo mocnych fundamentach makroekonomicznych mogą żywić obawy, że z powodu ogólnoświatowego załamania zaufania do rynków wschodzących stabilność ich walut może być zagrożona, a koszty pozyskania kapitału drastycznie zwiększone. Jednocześnie wiele krajów rozwijających się, zwłaszcza w Europie Środkowo-Wschodniej, w ciągu minionych lat relatywnie łatwego dostępu do taniego kapitału w nadmiernym stopniu uzależniło się od napływów kapitału zagranicznego, co prowadziło do nadmiernego zadłużenia przedsiębiorstw i gospodarstw domowych i do nadmiernej ekspozycji na ryzyko kursowe. Dotyczy to w większym lub mniejszym stopniu wszystkich krajów regionu, które nie wprowadziły euro [por. Orłowski [2004]].

Efektom kryzysu stało się wyhamowanie rozwoju gospodarczego Polski: tempo wzrostu PKB obniżyło się z 6% w pierwszej połowie roku 2008 do 1% w pierwszej połowie roku 2009. Dynamika popytu krajowego spadła, odpowiednio, z niemal 7% poniżej zera, a dynamika eksportu z ponad 10% do -15%. Choć wyniki te wyglądają znakomicie na tle innych krajów Europy, wydaje się mało prawdopodobne, by znaczące przyspieszenie tempa wzrostu nastąpiło przed drugą połową roku 2010.

VI.3. Zachowania polskich przedsiębiorstw wobec kryzysu

W przypadku polskich przedsiębiorstw, efekty długotrwałego kryzysu mogą być bardzo znaczne nawet w przypadku, jeśli Polska zdecydowanie mniej od innych krajów Unii odczuje krótkookresowe efekty recesji w latach 2009–10. Wynika to z kilku przyczyn.

- Po pierwsze, obecny kryzys dotarł do Polski bezpośrednio po zakończeniu bolesnych i głębokich reform, związanych z transformacją gospodarczą. Mimo sukcesu odniesionego w trudnym okresie budowy podstaw gospodarki rynkowej, gospodarka polska charakteryzuje się nadal licznymi słabościami o charakterze strukturalnym. Stopy oszczędności są generalnie niskie w stosunku do potrzeb inwestycyjnych, rynki finansowe wciąż relatywnie słabo rozwinięte i zdominowane przez zagraniczne grupy bankowe, rynki czynników produkcji niedostatecznie elastyczne, instytucje publiczne odpowiedzialne za regulacje, nadzór i formułowanie polityki gospodarczej nie dysponują odpowiednio bogatymi doświadczeniami, warunki do prowadzenia działalności gospodarczej należą do najtrudniejszych w Unii [por. World Bank [2009], Co sprzyja... [2005]]. Efektem tych słabości może być większa podatność i wrażliwość na wstrząsy finansowe i realne niż w krajach Zachodniej Europy.

- Po drugie, program inwestycyjny polskiej gospodarki w znacznym stopniu uzależniony jest od importu kapitału, głównie z krajów Zachodniej Europy. Zjawisko przepływu kapitału z zachodu na wschód Unii ukształtowało się w ostatnich latach w sposób naturalny, w wyniku kreacji inwestycji wynikającej z wysokiej konkurencyjności nowych krajów członkowskich w poszerzonej Unii. Oznaczało ono ruch w stronę lepszej alokacji kapitału, wzrostu konkurencyjności Unii jako całości i przyspieszenia procesów realnej konwergencji oraz wzrostu spójności społeczno-ekonomicznej Unii. Niestety, przepływ kapitału, który w normalnych warunkach odbywał się bez żadnych zakłóceń, uległ gwałtownemu zahamowaniu w warunkach globalnego kryzysu walutowego, recesyjnego załamania skłonności do inwestowania i wzrostu nieufności do rynków wschodzących. Może to długookresowo utrudnić i podnieść koszt finansowania inwestycji polskich przedsiębiorstw.

- Po trzecie, polskie przedsiębiorstwa w wysokim stopniu uzależniły się od eksportu na rynki zachodnioeuropejskie, zwłaszcza w latach 2004–08 skutkiem gwałtownego wzrostu wymiany handlowej po rozszerzeniu Unii. Podobnie jak w przypadku przepływów kapitału, mamy tu do czynienia ze zjawiskiem będącym naturalną i pożądaną konsekwencją integracji europejskiej. W obecnej chwili oznacza to jednak, że główne źródła zjawisk recesyjnych mają charakter zewnętrzny, zależą niemal wyłącznie od sytuacji gospodarczej w Zachodniej Europie i znajdują się całkowicie poza zasięgiem oddziaływania polityki gospodarczej nowych krajów członkowskich.

Generalnie więc, perspektywy otoczenia rynkowego w którym będą działać w nadchodzących latach polskie firmy uległy silnemu pogorszeniu, co skłania do przeformułowania przez nie planów inwestycyjnych i strategii rozwojowych. Zmiany te jako pierwsze dostrzegły duże firmy [por. PricewaterhouseCoopers [2009]], podczas gdy w sektorze MŚP mamy do czynienia ze znacznie wolniejszą reakcją na zmiany sytuacji [por. Firmy.net [2009]]. Jest to prawdopodobnie w znacznej mierze wynikiem faktu, że wyraźne pogorszenie sytuacji na rynku krajowym, najważniejszym dla większości MŚP, nastąpiło dopiero w pierwszych miesiącach roku 2009.

Wyniki badań zmian strategii firm na świecie i w Polsce w obliczu zjawisk kryzysowych mają, jak dotąd, charakter stosunkowo ograniczony i wstępny, ze względu na dynamiczny charakter zachodzących procesów. Spośród prac teoretycznych za najciekawszą można uznać pracę: Kotler, Caslione [2009], sugerującą że chaotyczne i nieprzewidywalne warunki, w których działają firmy, staną się w nadchodzących latach normalnością, co wymaga odpowiedniej zmiany strategii działania firm, a zwłaszcza poprawy w zakresie zarządzania ryzykiem. Postulowany przez autorów nowy paradygmat zarządzania „chaotyka” w szczególności nakazuje: analizować na bieżąco źródła wstrząsów dla firm, przygotowywać scenariuszowe warianty reakcji, analizować wynikające z chaosu nowe wyzwania i szanse rozwojowe, rozwinąć zasoby gwarantujące długookresowy sukces [m.in. kapitał ludzki], unikać nadmiernej ekspozycji na ryzyko, elastycznie kształtować bilans firmy, dostosować produkcję do nowych wymogów konsumenta, stosować przemyślaną długookresową strategię cenową.

Spośród licznych, krótkookresowych badań empirycznych dotyczących dostosowania przedsiębiorstw

do zjawisk kryzysowych, prowadzonych w odniesieniu do firm polskich, na uwagę zasługują wyniki badań PricewaterhouseCoopers [2009]. Najważniejsze wnioski są następujące.

- Prognozy formułowane przez menedżerów globalnych firm w minionym roku z miesiąca na miesiąc drastycznie się pogarszały, rosła nerwowość i narastał pesymizm. Dotyczył on nie tylko zbliżających się 12 miesięcy, w ciągu których ankietowani spodziewali się nadejścia potężnego spowolnienia gospodarczego lub recesji, ale również perspektywy średniookresowej. O ile w pierwszej grupie ankietowanych, którym pytanie o perspektywę rozwoju firm w ciągu 3 lat zadano we wrześniu, 60% wyrażało dużą pewność co do wzrostu, w październiku odsetek ten spadł o ponad połowę.

- W przypadku polskich menedżerów, załamanie nastrojów okazało się bardziej gwałtowne niż przeciętnie na świecie. Pewność co do perspektyw rozwoju firm w horyzoncie najbliższych 12 miesięcy (dużą lub średnią) deklarowało 34% ankietowanych, a w horyzoncie 3 lat – 82%. Sama skala pesymizmu nie odbiega od poziomu światowego (różnica występuje przy ocenie krótkookresowej, ale daje się wyjaśnić późniejszym terminem przeprowadzenia badania w Polsce). Uwagę zwraca jednak gwałtowność zaobserwowanej zmiany, bowiem jeszcze wiosną roku 2008 optymizm co do perspektyw rozwoju firm deklarowało niemal 100% ankietowanych polskich menedżerów. Tak drastyczne pogorszenie się nastrojów oznacza, że dla polskich firm zmiana sytuacji gospodarczej stanowiła kompletne zaskoczenie. Warto też zwrócić uwagę na fakt, że na nastroje polskich menedżerów nie wpływa w znaczący sposób fakt, że Polska radzi sobie z kryzysem najlepiej spośród wszystkich krajów OECD i jako jedyna gospodarka w Unii Europejskiej odnotowuje nadal jeszcze wzrost produkcji. Świadczy to o sporej nieufności w odniesieniu do otoczenia, w którym działają polskie firmy.

- Postrzeganie przez polskich menedżerów największych zagrożeń, stojących przed zarządzanymi firmami jest nieco inne, niż przeciętnie na świecie. Za największe zagrożenie, tak jak wszędzie, uważa się utrzymywanie się złej koniunktury w gospodarce globalnej (obawia się jej aż 96% respondentów, wobec 62% rok wcześniej i 85% przeciętnie na świecie). Na drugim miejscu znalazł się nadmierny poziom regulacji (87% wskazań, wobec 70% rok wcześniej i tylko 55% przeciętnie na świecie). Trzecie miejsce zajmują niepokoje na rynkach kapitałowych (83% wskazań), a czwarte konkurencja kosztowo-cenowa ze strony producentów z innych krajów (82% wskazań, podobnie jak rok wcześniej). Polscy menedżerowie nie uważają natomiast za poważne zagrożenie dla swoich firm większości ryzyk globalnych, których obawiają się menedżerowie ze świata, w tym w szczególności zmian klimatycznych, pandemii, wyczerpywania się bogactw naturalnych czy eksplozji terroryzmu. Oznacza to prawdopodobnie niedoceniające znaczenia tych zjawisk, których wpływ na sytuację Polski będzie zapewne w nadchodzących latach znacząco wzrastał.

- Oceniając kierunek, w którym będzie zmierzać w nadchodzących latach globalna gospodarka, polscy menedżerowie spodziewają się (ponad 80% wskazań), że na świecie występować będą napięcia związane z gospodarczymi zmaganiem pomiędzy starymi potęgami ekonomicznymi z grupy G8, a grupą dynamicznych, nowych mocarstw ekonomicznych, czemu towarzyszyć będą rosnące napięcia polityczne i religijne. Spodziewają się też (68%–77% wskazań) rosnącej presji na rynku zasobów naturalnych (a więc zapewne wzrostu cen i spadku bezpieczeństwa dostaw) oraz rosnącej przepaści między bogatymi i biednymi. Zdaniem większości ankietowanych (59%–64%), rządy i przedsiębiorstwa nie znajdują skutecznych metod rozwiązania globalnych problemów, a na świecie mogą pojawić się silne tendencje protekcyjnistyczne.

- Niepewność co do warunków, w których przyjdzie w nadchodzących latach działać polskim i światowym firmom, każe starannie zaplanować strategię rozwoju bazującą na pełnym wykorzystaniu najważniejszych posiadanych atutów. Oceniając najważniejsze źródła przewagi konkurencyjnej zarządzanych przez siebie firm, polscy menedżerowie za główne czynniki sukcesu uważają: umiejętność dostosowania się do zmian i wysoką jakość obsługi klienta (100% wskazań). Niewiele mniejsze znaczenie (ponad 90% wskazań) mają: reputacja, innowacje służące poprawie poziomu technologicznego firmy, dobra znajomość rynku oraz sprawne zarządzanie łańcuchem dostaw. W stosunku do odpowiedzi z poprzedniego badania, nieco niżej oceniono znaczenie dostępu do wysoko wykwalifikowanych pracowników (przyciągnięcia i zatrzymania w firmie talentów). Jest to prawdopodobnie efekt wychłodzenia rynku pracy w wyniku spadku popytu. Należy jednak pamiętać, że sytuacja taka będzie najprawdopodobniej mieć tylko przejściowy charakter. Wzrosło natomiast zainteresowanie dostępem do kapitału, w poprzednich latach w ogóle nie zauważane na liście problemów rozwojowych. W porównaniu ze średnią zaobserwowaną na świecie, zarządzający polskimi firmami menedżerowie przykładają nieco wyższą wagę do innowacji technologicznych i znajomości rynku, a niższą do umiejętności zawierania aliansów i porozumień, społecznej odpowiedzialności biznesu i problemu dostępu do

surowców naturalnych.

- W obecnych, trudnych warunkach rynkowych, zadaniem firm jest takie sformułowanie programów inwestycyjnych, w tym programów skierowanych na ekspansję międzynarodową, które zapewnią pogodzenie krótkookresowych i długookresowych wymogów rozwoju. Pytani o najważniejsze czynniki determinujące podejmowane decyzje inwestycyjne polscy menedżerowie wskazywali jako trzy równorzędne cele: realizację strategicznych celów firmy, osiągnięcie zakładanej stopy zwrotu oraz maksymalizację stopy zwrotu. Odpowiedzi te, potwierdzające wysiłek w zakresie kontynuacji realizacji długookresowych planów rozwoju, są zgodne z odpowiedziami których udzielano w ankiecie światowej. Podobnie zbliżony, choć mniejszy odsetek wskazań dotyczył jak najszybszego odzyskania poniesionych nakładów. Różnice pomiędzy odpowiedziami udzielonymi przez menedżerów polskich w stosunku do wyników uzyskanych przeciętnie na świecie dotyczą dwóch czynników: nieco większej wagi przykładanej do zaspokojenia potrzeb społecznych interesariuszy spoza grona inwestorów, klientów i pracowników, oraz zdecydowanie mniejszej wagi przykładanej do zapewnienia dobrobytu przyszłych pokoleń. Ta ostatnia odpowiedź może świadczyć o tym, że w specyficznych warunkach działania tworzonych przez transformację, integrację europejską i doganianie lepiej rozwiniętych sąsiadów, polski biznes zajęty jest nadal bardziej wyzwaniami o charakterze krótko- i średnioterminowym, niż długoterminowymi.

- Trudne zadanie pogodzenia krótkookresowych i długookresowych wymogów rozwoju firmy, wymaga posiadania odpowiednich informacji na temat kluczowych problemów stojących przed firmą. W ankiecie zadano pytania zarówno na temat informacji, które zarządzający firmami uważają za najistotniejsze dla prawidłowego podejmowania kluczowych decyzji, jak na temat obecnej dostępności tych informacji. Rezultatem nałożenia na siebie obu wykresów jest szacunek luki informacyjnej, czyli rozżewu pomiędzy wagą różnych informacji a ich dostępnością. Według polskich menedżerów, największa luka informacyjna występuje w zakresie wiedzy o preferencjach i potrzebach klientów oraz w zakresie wiedzy na temat ryzyk, które mogą zagrażać firmie (w obu tych przypadkach wszyscy ankietowani menedżerowie uznali informację za kluczową dla prawidłowego podejmowania decyzji, podczas gdy tylko 13%–17% ankietowanych stwierdziło, że dysponuje w tym zakresie wyczerpującą wiedzą). Mniej drastyczne, choć również istotne szacunki luki informacyjnej pojawiły się w niemal wszystkich badanych obszarach za wyjątkiem wiedzy na temat łańcucha dostaw i zmian klimatycznych. W badaniu globalnym uzyskano podobny obraz sytuacji.

- Odpowiadając na pytanie o największe zagrożenia w zakresie pozyskania i utrzymania kapitału ludzkiego firm, polscy menedżerowie wskazali głównie na ograniczoną podaż pracowników z odpowiednimi kwalifikacjami (podobnej odpowiedzi udzielili menedżerowie na całym świecie). Mimo spowolnienia gospodarczego, polscy menedżerowie nadal uważali za zagrożenie presję płacową na rynku pracowników wysoko wykwalifikowanych, działania konkurencji (przejmowanie najcenniejszych pracowników), oraz problem zapewnienia utalentowanym pracownikom odpowiednio atrakcyjnych ścieżek kariery zawodowej. W odróżnieniu od wyników uzyskanych w ankiecie globalnej, polscy menedżerowie nie stawiali wysoko na liście problemów rekrutacji i integracji młodych pracowników.

Wśród podejmowanych działań zaradczych ankietowani polscy menedżerowie (podobnie jak menedżerowie na całym świecie) wymieniali przede wszystkim transfery kluczowych pracowników w ramach organizacji, tworzenie bardziej elastycznych warunków pracy oraz współpracę z zewnętrznymi specjalistami w celu przyciągnięcia talentów. W porównaniu z wynikami globalnymi zwraca uwagę fakt, że polscy menedżerowie bardzo nisko umieścili na liście działań tworzenie szans na angażowanie się pracowników w działania społecznie odpowiedzialne – działanie, które wśród menedżerów na całym świecie znalazło się na trzecim miejscu pod względem ważności.

VI.4. Dotychczasowe formy wsparcia przedsiębiorstw w czasie kryzysu

Działania podjęte przez rządy krajów rozwiniętych w zakresie wsparcia przedsiębiorstw w czasie obecnego kryzysu gospodarczego opierają się zazwyczaj na szeregu podstaw [por. Orłowski [2009a]:

- Próbach utrzymania i ożywienia kredytu dla gospodarki, w drodze pomocy finansowej dla banków

i polityki taniego pieniądza stosowanej przez banki centralne [w tym tzw. polityki „luzowania ilościowego”].

- Bezpośredniej pomocy finansowej dla wybranych firm o charakterze strategicznym, w tym jawnych bądź ukrytych działań o charakterze protekcyjnym.

- Pośredniej pomocy dla firm w drodze pakietów stymulujących popyt rynkowy [zazwyczaj o charakterze „*smart action*”, tzn. promującym wybrane kierunki rozwoju, np. przeciwdziałanie zmianom klimatycznym].

- Ułatwień w zakresie regulacyjnym i podatkowym [m.in. zmiany dotyczące traktowania podatkowego wydatków na B + R, wydatków inwestycyjnych, czasowe lub trwałe zmiany stawek podatkowych].

Kraje europejskie różnią się od USA w zakresie podjętych działań przede wszystkim odnośnie skali programów stymulacyjnych. Jedynie Wielka Brytania podjęła wysiłek keynesowskiego stymulowania gospodarki w skali podobnej do obserwowanej w USA, podczas gdy większość krajów strefy euro pozostaje w tym zakresie ostrożniejsza [zwłaszcza Niemcy], pozwalając jedynie działać automatycznym stabilizatorom koniunktury i wspierając zagrożone upadkiem instytucje finansowe [por. Orłowski [2009a]].

W przypadku Polski główne działania rządu wspierające przedsiębiorstwa [zrealizowane jak dotąd w ograniczonym stopniu] to:

- Próba utrzymania i ożywienia kredytu dla gospodarki, w drodze zasilania przez NBP banków w krótkookresową płynność.

- Pakiet gwarancji kredytowych dla przedsiębiorstw [w praktyce jeszcze nie funkcjonujący].

- Wsparcie dla uelastycznienia zasad funkcjonowania rynku pracy [wypracowanych w drodze dialogu autonomicznego pracodawców i związków zawodowych].

Wśród najważniejszych pól, na których polscy menedżerowie mogliby oczekiwać od rządu poprawy sytuacji, znajduje się polityka podatkowa i funkcjonowanie systemu podatkowego [por. PricewaterhouseCoopers [2009]]. Polscy menedżerowie, podobnie jak zarządzający firmami na całym świecie, na pierwszym miejscu stawiają w tym zakresie jasność i stabilność przepisów podatkowych oraz łatwość przestrzegania przepisów [co wiąże się z jasnością i logiczną konstrukcją prawa, sprawnym działaniem urzędów podatkowych oraz niewielkim stopniem uznaniowości decyzji]. Pożądanymi cechami systemu podatkowego, pozytywnie wpływającymi na podejmowane decyzje inwestycyjne byłyby umiarkowane łączne obciążenia podatkowe firm oraz życzliwy stosunek organów podatkowych do podatnika. Polscy menedżerowie nie uważają natomiast za specjalnie istotny problem nominalnej stawki podatku dochodowego od osób prawnych – problem, który zazwyczaj przyćmiewa wszystkie inne w debacie politycznej na temat podatków. Opinie polskich menedżerów są generalnie zgodne ze wskazaniami uzyskanymi w ankiecie światowej. Uwagę zwraca jedynie wyraźnie mniejsze niż gdzie indziej zainteresowanie nominalną stawką podatku od zysków firm – co może sugerować, że obecnie obowiązująca w Polsce stawka CIT jest uznawana przez firmy za satysfakcjonującą.

VI.5. Podsumowanie

Generalnie można więc uznać, że polskie firmy zmuszone są do dostosowania się do kryzysu w niesprzyjającym otoczeniu rynkowym i przy stosunkowo małym wsparciu ze strony rządu. Sytuację firm sektora MŚP ułatwia natomiast niewątpliwie fakt stosunkowo łagodnego przebiegu kryzysu gospodarczego w Polsce, a w szczególności nadal utrzymującego się wzrostu na wielu segmentach rynku krajowego. Sytuacja ta jednak najprawdopodobniej będzie w ciągu najbliższych kwartałów w Europie i w Polsce trudna, a długookresowe perspektywy powrotu do wysokiego tempa wzrostu gospodarczego pozostają całkowicie niejasne.

W szczególności oznacza to utrzymanie się przez dłuższy czas niekorzystnych warunków do ekspansji zagranicznej polskich przedsiębiorstw: bardzo słabego popytu zagranicznego i trudnego dostępu do finansowania inwestycji. Zjawiska te mogą stopniowo zanikać dopiero w miarę powrotu ożywienia gospodarczego w skali całej Europy.

VI.6. Bibliografia

1. Co sprzyja... [2005], *Co sprzyja rozwojowi gospodarczemu?*, [red.]: L.Zienkowski, Scholar, Warszawa 2005.
2. European Commission [2009], *Interim Forecast*. Brussels, January 2009.
3. Firmy.net [2009], *Sektor MSP nie obawia się kryzysu*, Warszawa, marzec 2009.
4. IMF [2009], *World Economic Outlook*, Washington DC, 2009.
5. Kotler P., Caslione J. [2009], *Chaotics: The Business of Managing and Marketing in The Age of Turbulence*, Amacom 2009.
6. OECD [2003], *The Sources of Economic Growth in OECD Countries*, OECD, Paris 2003.
7. Orłowski W.M. [2004], *Optymalna ścieżka do euro*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2003.
8. Orłowski W.M. [2009a], *Dziesięć przyczyn kryzysu i ich analiza*, [w:] *Globalny Kryzys finansowy i jego konsekwencje w opiniach ekonomistów polskich*, [red.] J.Szambelańczyk, Związek Banków Polskich, Warszawa 2009.
9. Orłowski W.M. [2009b], *W pogoni za straconym czasem. Wzrost gospodarczy w Europie Środkowo-Wschodniej 1950–2030*, PWE, Warszawa 2009.
10. PricewaterhouseCoopers [2009], *CEO Survey. Polish Perspective*, PricewaterhouseCoopers, Warszawa 2009.
11. UNCTAD [2007], *World Investment Report*, New York 2007.
12. World Bank [2009], *Doing Business 2009*, The World Bank, Washington, 2009.

Gospodarka Polski w coraz większym stopniu włącza się w międzynarodowe przepływy produktów, a także uczestniczy w procesach transferu kapitału. Jest to dowodem na jej konkurencyjność i vitalność. Zasadniczym impulsem w kierunku umiędzynarodowienia w ostatnich latach była akcesja do UE. Przede wszystkim zwrócić należy uwagę na zakres korzyści wynikających z dostępu do rynku wewnętrznego UE. Umiędzynarodowienie jest także skutkiem napływu do Polski kapitału zagranicznego w formie inwestycji bezpośrednich. Na firmy z udziałem kapitału zagranicznego przypada 60% całości eksportu Polski. W procesie stymulowania otwarcia gospodarki oraz budowy jej eksportowego potencjału – rolę inwestorów zagranicznych trudno przecenić.

Nawiązując do ważnego teoretycznego nurtu, jakim jest nowa geografia ekonomiczna, podjęliśmy próbę określenia stopnia oraz charakteru umiędzynarodowienia gospodarki województwa pomorskiego, dokonując analizy trendów rozwojowych w zakresie eksportu oraz zagranicznych inwestycji bezpośrednich. Realizacja badań możliwa była dzięki wsparciu ze strony Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego (Program Operacyjny Kapitał Ludzki). Nowa geografia ekonomiczna zachęca do prowadzenia analiz dotyczących handlu zagranicznego oraz przepływów kapitałowych na poziomie regionów. Na poziom regionalny przenoszone są badania, które tradycyjnie prowadzone były w odniesieniu do krajów. W literaturze ekonomicznej trwa dyskusja, które z teorii handlu zagranicznego bardziej nadają się do objaśniania wolumenu oraz charakteru międzynarodowej wymiany dóbr na poziomie regionalnym. Warto nadmienić, że literatura ta jest coraz obszerniejsza. Prace wielu znanych ekonomistów [Krugman, Davis, Weinstein, Martin, Venables, Porter, van Wincoop] dowodzą, że na poziomie regionalnym prowadzonych jest coraz więcej badań, regiony w większym stopniu uczestniczą w międzynarodowych procesach przepływu kapitału oraz handlu. Na problem ten można także spojrzeć też z drugiej strony: wzrastający stopień otwarcia gospodarki, intensywne przepływy kapitałowe, rosnący eksport i import coraz bardziej determinują sytuację gospodarczą regionów, stąd zainteresowanie tymi procesami.

Badania w tym względzie posunęły się tak daleko, że nawet takie zjawisko jak tzw. choroba holenderska, tradycyjnie analizowana tylko dla krajów, jest dzisiaj przedmiotem rozważań na szczeblu regionalnym [np. w Kanadzie, Indiach, Chinach czy Australii]. Gospodarki narodowe – w których bada się międzynarodowe przepływy dóbr oraz kapitału – przestają być traktowane jako tzw. punkt w przestrzeni, tym samym dostrzega się ich silne, wewnętrzne, regionalne różnicowanie.

W oparciu o przeprowadzone badania należy stwierdzić, że gospodarka województwa pomorskiego znajduje się na wstępnym etapie umiędzynarodowienia, co wynika z zaawansowania rozwoju gospodarczego Polski oraz Pomorza, a także z potencjału i zasobów – zwłaszcza kapitałowych – przedsiębiorstw. Zaznaczyć należy, że zdecydowanie łatwiej jest zidentyfikować, zbadać i opisać tendencje zachodzące w eksporcie i imporcie niż w przepływie kapitału. Kapitał – taka jest jego natura – często preferuje „pozostać anonimowy”, ponadto statystyki dotyczące przepływów kapitałowych są niedoskonałe i trudno dostępne.

Pomorskie zajmuje piąte miejsce pośród województw – najważniejszych eksporterów, charakteryzuje się dosyć wysokim poziomem otwarcia na handel, wysoką wartością eksportu w przeliczeniu na jednego mieszkańca, jest ważnym eksporterem wielu produktów. Niepokoi jednak systematyczny spadek udziału regionu w eksporcie kraju oraz niski udział firm z kapitałem zagranicznym. W przypadku innych województw, które zaliczyć można do grona liderów w eksporcie, firmy z zagranicznym kapitałem odgrywają znacznie większą rolę w eksporcie i przyczyniły się do jego dynamicznego wzrostu w ostatnich latach.

Pogarszanie się pozycji Pomorza jako eksportera nakazuje zadać pytania, które pozwolą przybliżyć rzeczywistą naturę problemu. Pomijając czynniki o charakterze koniunkturalnym [kryzys gospodarczy na świecie], obserwowany spadek udziału województwa w eksporcie Polski wydaje się mieć też powody strukturalne. Jednym z nich jest relatywnie niski napływ proeksportowo zorientowanych zagranicznych inwestycji bezpośrednich – przypomnijmy, że działalność tych firm na Pomorzu generuje dodatnie saldo obrotów handlowych. Problemy w eksporcie są także w znacznym stopniu pochodną ogólnej sytuacji gospodarczej, zwłaszcza w przemyśle stoczniowym, którego rola w eksporcie jest duża. Wydaje się także, że położenie regionu – czyli de facto jego oddalenie od ważnych rynków zbytu w UE – ma znaczenie. Z tego względu zakończenie budowy autostrady A1 – i w ogóle budowa systemu autostrad i dróg szybkiego ruchu w Polsce – pozytywnie wpłynie na kondycję gospodarczą Pomorza i jego eksport oraz pozwoli lepiej wykorzystać jego potencjał i możliwości. Rynki krajów regionu Morza Bałtyckiego są naturalnym zapleczem handlowym dla pomorskich firm, jednak gospodarcze serce Europy „bije” bardziej na południe i na zachód – dlatego sprawna sieć komunikacyjna jest

ważnym czynnikiem poprawy sytuacji w eksporcie.

Jeżeli chodzi o eksport kapitału w formie zagranicznych inwestycji bezpośrednich przez pomorskie firmy, jest on wciąż *in statu nascendi* – co jest zrozumiałe biorąc pod uwagę zasoby kapitałowe oraz pozycję Polski na tzw. ścieżce rozwoju inwestycji. O sile firm Pomorza, o ich vitalności oraz elastyczności świadczy jednak obserwowany w ostatnim czasie wzrost zainteresowania pozyskiwaniem kapitału na zakup innych firm – w tym za granicą. Sprzyja temu kryzys gospodarczy, który doprowadził do przeceny wielu atrakcyjnych aktywów. Z Pomorza pochodzą zagraniczne inwestycje takich znanych firm, jak LPP, Gino Rossi, Porta. W nadchodzących latach spodziewać można się intensyfikacji eksportu kapitału w formie inwestycji bezpośrednich. Sprzyjać temu procesowi będzie zdobywanie doświadczenia, ugruntowanie pozycji firm na rynku krajowym oraz przewaga własnościowa wynikająca ze zbudowania silnych marek, rozpoznawalnych na rynku. Inwestycje podejmowane będą raczej na tzw. bliskich rynkach, które są firmom relatywnie dobrze znane. Literatura z dziedziny zagranicznych inwestycji bezpośrednich podpowiada nam, że są one podejmowane w krajach sąsiednich. Kapitał – zwłaszcza z krajów, które zaczynają jego eksport – najczęściej „przekracza tylko jedną granicę”. Z drugiej strony, wraz ze wzrostem kosztów pracy w Polsce, pomorskie firmy będą inwestowały na przykład w Chinach czy innych krajach Dalekiego Wschodu, co w dłuższej perspektywie wiązać się będzie z zagrożeniem dla rynku pracy. Liczyć się należy bowiem z – wydaje się nieuchronnym procesem/zjawiskiem – „odrywania produkcji od logo”, od marki, opisanym przez N. Klein w książce „No Logo”.

W krótkiej perspektywie z tytułu eksportu kapitału nie dostrzegamy zagrożeń dla rynku pracy. Eksport kapitału nie przyczyni się do redukcji miejsc pracy w regionie, gdyż inwestycje te wydają się mieć charakter komplementarny względem eksportu, czyli ich wzrost pociąga za sobą zwiększenie się eksportu. Czy tak będzie zawsze? Odpowiedź na to pytanie zależeć będzie od tego, czy firmy z Pomorza wypracują silną pozycję jako inwestorzy zagraniczni opierający swą strategię działania na innowacyjności, nakładach na badania i rozwój oraz wiedzy, a także na unikalności produkowanych wyrobów. Także ze strony badanych eksporterów nie widać większych zagrożeń dla rynku pracy, biorąc pod uwagę skalę obecnego kryzysu gospodarczego, skala antycypowanych zmian w poziomie zatrudnienia jest nieznaczną. Jeśli redukcja nastąpi, w najmniejszym stopniu będzie dotyczyła specjalistów (ich wykształcenie jest kosztowne i długotrwałe), a także operatorów, techników i średniego personelu. To, jak ostatecznie rozwinie się sytuacja, zależeć będzie od przebiegu kryzysu gospodarczego. Formułowane są bardzo rozbieżne prognozy. Kryzys może mieć przebieg w kształcie litery V, litery U, lub (co gorsza) litery L. Warianty różnią się zatem głębokością załamania oraz jego przewidywaną długością. Ankietowane pomorskie firmy deklarują jednak dosyć duży optymizm, który co prawda nie gwarantuje sukcesu. Ponadto pełne skutki obecnego załamania koniunktury na najważniejszych zagranicznych rynkach zbytu dopiero się ujawniają. Pamiętajmy jednak, że kryzys trwa tak długo, jak długo uczestnicy życia gospodarczego uważają, że trwa. Optymizm jest bowiem podstawą dla powrotu na ścieżkę wzrostu. Ponadto popyt krajowy okazał się relatywnie stabilny, także osłabienie złotego neutralizuje [przynajmniej w części] spadek wpływów z eksportu.

Rozpoczęte w tym roku badania będą kontynuowane w roku przyszłym. Będzie to bez wątpienia ciekawy czas, w którym spodziewane jest ożywienie gospodarcze. Wówczas okaże się, jak firmy z województwa pomorskiego poradziły sobie w trudnych czasach kryzysu, który jest twardym sprawdzianem ich kondycji, konkurencyjności i elastyczności.

*W imieniu Zespołu realizującego badania
Stanisław Umiński*

PBS DGA Spółka z o.o.
ul. Junaków 2
81-812 Sopot
tel. 58 555 41 55

Ośrodek Badań Integracji Europejskiej, Uniwersytet Gdański
ul. Armii Krajowej 119/121
81-824 Sopot
tel. 58 523 13 70



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY

