

# Firmy liczą na większe obroty

Źródło: Rzeczpospolita  
Dostawca: Presspublica

31. marca 2009

Jeśli wejście do strefy euro poprawi konkurencyjność polskich przedsiębiorstw, będzie to oznaczać, że z ekonomicznego punktu widzenia operacja euro miała sens pisze rektor Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu

Cechą dyskusji prowadzonej na temat przystąpienia Polski do strefy euro jest wyraźna koncentracja uwagi na zagadnieniach makroekonomicznych. Jest to zrozumiałe i uzasadnione. Mniej zrozumiałe i mało uzasadnione wydaje się jednak praktyczny brak dyskusji i pogłębionych badań nad mikroekonomicznymi uwarunkowaniami procesu integracji walutowej. Równie ważne jak wyczerpujące symulacje makroekonomicznych konsekwencji przystąpienia Polski do strefy euro wydaje się sporządzanie scenariuszy zachowań przedsiębiorstw. Tzw. przełożenie się makroekonomicznych i regulacyjnych uwarunkowań zachowań firm na rzeczywiste funkcjonowanie przedsiębiorstw może odbiegać od zakładanych oczekiwań. Realne reakcje przedsiębiorstw na czynniki makroekonomiczne oraz na stosowane narzędzia polityki gospodarczej mogą odbiegać od obowiązujących modeli, mechanizmów i stereotypów ze względu na przykład na ograniczenia informacyjne (asymetria informacji), możliwości percepcyjne, skłonności do oportunistyki, a także potencjalne znaczenie emocji, przekonań, nastawień, uprzedzeń, intuicji czy wreszcie nawet z racji ograniczonych zdolności poznawczych i intelektualnych uczestników życia gospodarczego.

Stąd pomysł na badanie dotyczące wpływu przystąpienia Polski do strefy euro na międzynarodową konkurencyjność polskich przedsiębiorstw w tym przypadku dotyczące firm z Wielkopolski.

Najważniejszą postrzeganą przez przedsiębiorstwa korzyścią z przyjęcia wspólnej waluty jest zmniejszenie ryzyka kursowego

Sondaż przeprowadzono na przełomie sierpnia i września 2008 r. Badania empiryczne były oparte na danych pierwotnych. Dane te pochodziły z ankiety przeprowadzonej w czterech rodzajach przedsiębiorstw podzielonych ze względu na wielkość zatrudnienia: 1) od 50 do 99 pracujących, 2) od 100 do 249 pracujących, 3) od 250 do 499 pracujących i 4) powyżej 499 pracujących. Wielkość próby wyniosła 50 jednostek badawczych.

Autorzy badania zdają sobie sprawę z tego, że postrzeganie przyszłego świata gospodarczego przez menedżerów obciążone jest licznymi ograniczeniami, i nie wnioskuje o to, aby absolutyzować wyniki poszukiwań. Wydaje się jednak, że prezentowane wyniki mogą być wartościowym uzupełnieniem prac badawczych przyjmujących całkowicie odmienną perspektywę. Jeśli niżej relacjonowane wyniki badań nie zgadzają się z obowiązującymi stereotypami, to są co najmniej dwie możliwości wyjaśnienia tej sytuacji. Po pierwsze być może przyjmowane modele nie są jednak adekwatne i należy rozważyć ewentualność ich całkowitej zmiany lub częściowej modyfikacji. Po drugie możliwe jest także istnienie rozbieżności między teoretycznymi modelami a deklarowanymi poglądami badanych

menedżerów ze względu na ich ograniczoną wiedzę i doświadczenie. W tej drugiej sytuacji pojawi się postulat szerszego prowadzenia wśród menedżerów działalności szkoleniowej i edukacyjnej dotyczącej potencjalnego wpływu przystąpienia do strefy euro na ich działalność.

Prezentowane badanie koncentruje uwagę na wpływie przystąpienia do strefy euro na konkurencyjność przedsiębiorstw. Tak naprawdę bowiem odpowiedź na pytanie o to, czy warto, czy nie warto, czy należy, czy nie należy przystępować do strefy euro, sprowadza się do oszacowania wpływu przystąpienia na konkurencyjność firm. Jeśli wejście do strefy euro poprawi konkurencyjność polskich przedsiębiorstw, będzie to oznaczać, że z ekonomicznego punktu widzenia operacja euro miała sens.

### **Co tak naprawdę badano?**

W toku badań, które zostały bardzo skrótowo zrelacjonowane w prezentowanym artykule, autorzy postawili w centrum zainteresowania mikroprzedsiębiorstwa i to, jak przystąpienie Polski do strefy euro może wpłynąć na międzynarodową konkurencyjność i internacjonalizację konkretnych przedsiębiorstw. Chcąc rozwikłać powyższy dylemat, autorzy przygotowali schemat pokazujący najważniejsze zmienne opisujące interesujące ich zjawisko i związki między nimi.

Należy podkreślić, że zdaniem autorów wpływ euro na konkurencyjność firm będzie miał charakter bezpośredni i pośredni. Wpływ pośredni (strzałka 1 oraz strzałka 3) będzie dokonywał się poprzez zmiany w szeroko pojętym otoczeniu biznesowym, w szczególności w relacjach firm z instytucjami sektora finansowego i ubezpieczeniowego, ale także w zmianach w wielkościach makroekonomicznych opisujących stan polskiej gospodarki. Natomiast wpływ bezpośredni (strzałka 2) wiąże się z oddziaływaniem euro na przedsiębiorstwo poprzez wpływ na zajmowaną pozycję konkurencyjną, posiadany potencjał konkurencyjny oraz stosowaną przez przedsiębiorstwo strategię konkurencyjną, na którą składają się i o kształcie której decydują wdrażane strategie funkcjonalne.

Wprowadzenie euro niesie ze sobą implikacje dla funkcjonowania firm w skali krajowej, ale przede wszystkim w skali międzynarodowej. Dlatego nie sposób pominąć w dyskusji i badaniach wpływu wprowadzenia euro na umiędzynarodowienie firm. Chodzi więc o to, jak euro może się przyczynić do osiągnięcia/utrąty konkurencyjności w skali międzynarodowej. Rysuje się tutaj zależność dwustronna polegająca na stwierdzeniu, że z jednej strony wysoka konkurencyjność stanowi bazę do podjęcia ekspansji międzynarodowej (strzałka 4). Z drugiej zaś internacjonalizacja daje szansę stałego podwyższania konkurencyjności na przykład jest to możliwe dzięki korzyściom skali, jakie mogą wynikać z wchodzenia na rynki zagraniczne (strzałka 5).

Kwestią podstawową jest uzyskanie odpowiedzi na pytanie, czy wejście do strefy euro będzie działać pobudzająco czy też hamująco na internacjonalizację firm. Istotne jest więc zidentyfikowanie obecnych form umiędzynarodowienia przedsiębiorstw oraz ewentualnych, przewidywanych przez same firmy zmian w tym zakresie po wprowadzeniu euro. Warto również rozpoznać przewidywane/planowane przez firmy zmiany w portfelach rynków. Wpływ internacjonalizacji na konkurencyjność może się także odbywać poprzez konieczność podwyższenia jakości wyrobów (usług) wynikającą z podjęcia obsługi wymagających, wyrafinowanych odbiorców zagranicznych. Wreszcie wpływ 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 (strzałka 6).

### **Co udało się ustalić?**

Wyniki badań skłaniają do kilku wniosków:

Większość ankietowanych przedsiębiorstw opowiada się za wprowadzeniem w Polsce wspólnej waluty, chociaż stopień akceptacji różni się w zależności od potencjału przedsiębiorstwa bardziej przychylnie odnoszą się do tego procesu przedsiębiorstwa większe, posiadające silne, międzynarodowe powiązania.

Najważniejszą postrzeganą przez przedsiębiorstwa korzyścią z przyjęcia wspólnej waluty jest zmniejszenie ryzyka kursowego, chociaż jedynie niewielki odsetek firm zabezpiecza się przed tym ryzykiem. Powodem mogą być wysokie koszty instrumentów pochodnych oraz brak znajomości tych instrumentów w szczególności w obszarze małych przedsiębiorstw. Zaznaczyć należy, że dane statystyczne NBP potwierdzają intensywny rozwój rynku instrumentów pochodnych, w szczególności operacji typu CIRs, chociaż najbardziej popularne są swapy walutowe.

Przedsiębiorstwa nie liczą na istotne zmniejszenie kosztów produkcji po wejściu do strefy euro, co może mieć uzasadnienie w deklarowanych obawach przed wzrostem cen, który skonsumuje oszczędności związane z ułatwieniami w rozliczeniach oraz osłabi siłę nabywczą polskich konsumentów. Konstatacja ta, niestety, znajduje swoje odbicie w popularnym w mediach przekonaniu o nieuchronnym wzroście cen produktów po przyjęciu wspólnej waluty, czego jednak w żadnym stopniu nie potwierdzają dane statystyczne mówiące o kształtowaniu się inflacji w krajach strefy euro po 1999 roku.

Przedsiębiorstwa nie spodziewają się znacznej poprawy swojej pozycji konkurencyjnej po przyjęciu euro w Polsce, a swoją obecną sytuację oceniają gorzej na tle konkurentów z innych państw Unii Europejskiej. Trudno jednoznacznie ocenić to zjawisko z uwagi na wiele czynników wpływających na ten proces, od strictly ekonomicznych po psychologiczne (np. mentalność polskiego malkontenta).

Techniczny proces dostosowania polskich przedsiębiorstw do funkcjonowania w strefie euro nie powinien spowodować większych trudności, pewnym utrudnieniem może być wyłącznie dostosowanie systemów księgowych.

Niepokój może budzić fakt, że przedsiębiorstwa nie przewidują większych zmian w zakresie stosowania strategii konkurencyjnych po wejściu Polski do strefy euro, co może ponownie wskazywać na brak rzetelnej wiedzy przedsiębiorstw o realnych konsekwencjach procesu integracyjnego,

Niepokój może budzić fakt, że firmynie przewidują większych zmian w zakresie stosowania strategii konkurencyjnych po wejściu Polski do strefy euro

Od chwili naszej akcesji do Unii Europejskiej ujawniają się coraz wyraźniej dynamiczne efekty integracji przejawiające się w zwielokrotnieniu wymiany handlowej po przyjęciu euro firmy oczekują dalszej intensyfikacji wymiany. Silną pozycję wśród rynków

zagranicznych utrzyma rynek niemiecki odpowiadający za jedną trzecią polskiej wymiany zagranicznej, wśród rynków spoza UE silną pozycję utrzyma Rosja.

Wyniki badań są jak się wydaje

istotnym przyczynkiem do ogólnonarodowej debaty nad korzyściami i kosztami przyjęcia wspólnej waluty. Podobne badania powinny być kontynuowane w skali krajowej, aby uzyskać większą, reprezentatywną próbę badawczą. Nawet w częściowych wielkopolskich badaniach można zauważyć, że część deklarowanych przez badanych obaw i oczekiwań związanych z procesem wejścia Polski do strefy euro nie znajduje potwierdzenia w opiniach ekspertów.

W chwili, kiedy rząd zadeklarował oficjalnie docelową datę przystąpienia Polski do strefy euro, należy podjąć starania, aby dostarczyć społeczeństwu rzetelnych informacji na temat konsekwencji całego procesu. Należy unikać sytuacji, w której kwestia kluczowa dla polskiej gospodarki ugrzęźnie w ideologicznych sporach zamiast w merytorycznej dyskusji.

*Współautorami tekstu są:*

*dr Barbara Jankowska, dr Maciej Pietrzykowski i dr Piotr Tarka pracownicy Katedry Strategii i Polityki Konkurencyjności Międzynarodowej na Wydziale Gospodarki Międzynarodowej Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu.*

Marian **Gorynia**