

# Internacjonalizacja i globalizacja gospodarki polskiej

Redaktorzy naukowi  
**Jan Rymarczyk**  
**Tomasz Szela**

Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej  
im. Oskara Langego we Wrocławiu



# MATERIAŁY KONFERENCYJNE

Academii Ekonomicznej  
im. Oskara Langego  
w Wrocławiu

## INTERNACJONALIZACJA I GLOBALIZACJA GOSPODARSTWA POLSKIEGO

Wrocław, 2007

Wydawnictwo  
Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego  
wrocław

Wydawnictwo  
Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego  
wrocław



**PRACE NAUKOWE nr 893**  
**Akademii Ekonomicznej**  
**im. Oskara Langego**  
**we Wrocławiu**

# **INTERNACJONALIZACJA I GLOBALIZACJA GOSPODARKI POLSKIEJ**

**Redaktorzy naukowi**

**Jan Rymarczyk  
Tomasz Szelaǳ**

Materiały z XVIII Ogólnopolskiej Konferencji Naukowej  
zorganizowanej przez Katedrę Handlu Zagranicznego  
Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu

Wrocław, 17-18 maja 2001

Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej  
im. Oskara Langego we Wrocławiu  
Wrocław 2001



Recenzent

*Leon Olszewski*

Pracę wydrukowano na podstawie materiałów  
dostarczonych przez Autorów w formie gotowej do reprodukcji,  
bez dokonywania zmian redakcyjnych

© Copyright by Akademia Ekonomiczna we Wrocławiu  
Wrocław 2001

**PL ISSN 0324-8445**

Druk i oprawa: Lelo-Projekt Wrocław

## Spis treści

Wstęp .....	9
Franciszek Adamczuk: Transgraniczna współpraca miast Zgorzelec i Görlitz – aspekty społeczno-gospodarcze .....	11
Małgorzata Bartosik: Polska na mapie kulturowej świata – implikacje dla działalności marketingowej firm międzynarodowych .....	19
Anna Błoniarz: Powstanie i rozwój domu aukcyjnego Sotheby's na międzynarodowym rynku dzieł sztuki jako przejaw myślenia globalnego .....	30
Jarosław Brach: Sprzedaż pojazdów użytkowych na świecie – podstawowe trendy .....	47
Ryszard Broszkiewicz: Próba oceny skuteczności oddziaływania instrumentów sterujących procesami handlu zagranicznego na efektywność eksportu i importu (na przykładzie Polski) .....	65
Adam Budnikowski: Polska wobec procesu globalizacji i integracji .....	76
Mariusz Chrzan: Wpływ polityki pieniężnej na handel zagraniczny w latach 1994-2001 .....	89
Michał Dobroczyński: Uwarunkowania przyspieszonego umiędzynarodowienia gospodarki polskiej .....	98
Małgorzata Domiter: Wpływ kapitału obcego na przeobrażenia w polskiej sieci handlowej – analiza na przykładzie Gminy Wrocław .....	108
Barbara Durka: Zagraniczna polityka gospodarcza Polski wobec wyzwań globalizacji .....	126
Ryszard S. Gibuła: Budowa społeczeństwa informacyjnego w Europie .....	138
Elżbieta Gołemska, Maciej Szymczak: Logistyka globalna w internacjonalizacji przedsiębiorstw .....	156
Marian Gorynia, Barbara Jankowska: Opinie przedsiębiorstw na temat wybranych aspektów przystąpienia Polski do Unii Europejskiej .....	167
Roman Gurbiel: Transfer technologii jako główny czynnik kształtowania konkurencyjności gospodarki. Przykład gospodarki Finlandii .....	177
Emilia Jurzyk: Mikrofinansowanie – panaceum na wszelkie bolączki krajów rozwijających się? Kilka uwag krytycznych .....	190

Karol Kociszewski: Ekologiczne aspekty Wspólnej Polityki Rolnej Unii Europejskiej jako przejaw internalizacji koncepcji trwałego ekologicznie zrównoważonego rozwoju .....	198
Tomasz Kotowski: „Nowa Gospodarka” .....	207
Wioletta Ławryniuk: Państwo i organizacje międzynarodowe jako podmioty procesu globalizacji gospodarki światowej .....	214
Witold Małachowski: Rola Niemiec w procesie internacjonalizacji i globalizacji gospodarki polskiej .....	223
Wawrzyniec Michalczyk, Tomasz Szelağ: Główne determinanty kursu złotówki względem euro .....	232
Wawrzyniec Michalczyk, Tomasz Szelağ: Światowy rynek miedzi w ujęciu podmiotowym ze szczególnym uwzględnieniem KGHM Polska Miedź S.A. ....	241
Elżbieta Mirecka: Elektroniczna globalizacja banków .....	255
Małgorzata Miszkurka: Wpływ procesów liberalizacji handlu i przepływu kapitału na równowagę zewnętrzną polskiej gospodarki .....	261
Mariusz Niemiec: Motywy fuzji i przejęć polskich przedsiębiorstw przez kapitał zagraniczny .....	269
Zbigniew Olesiński, Agnieszka Predygier: Rola zinstytucjonalizowanego otoczenia biznesu dla napływu bezpośrednich inwestycji zagranicznych .....	280
Wojciech Oniszczyk: Polityka handlowa Rosji w procesie integracji z gospodarką światową .....	293
Ewa Oziewicz: Globalizacja gospodarki światowej – wybór czy przeznaczenie .....	302
Wojciech Pająk: Analiza organizacji systemu logistycznego w procesie umiędzynarodowienia działalności przedsiębiorstwa .....	314
Agnieszka Piasecka: Modele dystrybucji książek w Polsce i wybranych krajach zachodnich .....	329
Eugeniusz Pluciński: Internacjonalizacja i globalizacja polskiej gospodarki a stabilność krajowego systemu finansowego. Wybrane aspekty .....	343
Urszula Płowiec: Rozwój Unii Europejskiej – wyzwania dla Polski.....	355
Zdzisław W. Puślecki: Kraje Europy Środkowej i Wschodniej w procesach integracji europejskiej i globalizacji gospodarki światowej .....	367
Magdalena E. Rosińska: Dostosowania Polski do standardów Unii Europejskiej jako element internacjonalizacji polskiej gospodarki na przykładzie rolnictwa .....	377
Jan Rymarczyk: Promocja internacjonalizacji polskich przedsiębiorstw .....	393
Jerzy Rymarczyk: Kryteria kopenhaskie a perspektywa członkostwa krajów Europy Środkowo-Wschodniej w Unii Europejskiej .....	406
Robert Salamon: Total Quality Management jako element strategii przedsiębiorstw międzynarodowych działających w Polsce .....	416
Dorota Simpson: Internacjonalizacja przedsiębiorstw usługowych w dobie globalizacji .....	427

Bogusława Drelich-Skulska: Współpraca gospodarcza Japonii ze Stanami Zjednoczonymi w kontekście problemu nadwyżki handlowej .....	441
Przemysław Skulski: Strategie wejścia na rynki zagraniczne – aspekt marketingowy .....	453
Kazimierz Starzyk: Przyszli członkowie WTO. Przypadek ChRL .....	463
Rafał Śliwiński: Rola małych i średnich przedsiębiorstw w polityce rozwoju gospodarczego Polski .....	473
Marzenna A. Weresa: Wpływ zagranicznych inwestycji bezpośrednich na innowacyjność polskich przedsiębiorstw .....	484
Jolanta Wilczyńska: Zarys historii stosunków gospodarczych Japonii i Unii Europejskiej .....	496
Marta Wincewicz, Jadwiga Korek: Ogniwa kanałów dystrybucji w handlu zagranicznym .....	503
Marta Wincewicz, Marzena Krawczyk: Obowiązki kupującego i sprzedającego wynikające z umowy sprzedaży w świetle wybranych regulacji międzynarodowych .....	514
Marek Wróblewski: Dolny Śląsk w procesie globalizacji gospodarki polskiej .....	530
Jacek Żurowski: Kształtowanie strategii przyciągania inwestycji zagranicznych na przykładzie Polski i wybranych krajów .....	537
Marcin Sutkowski: Wprowadzenie i praktyczne zastosowania opcji egzotycznych .....	552



**Marian Gorynia, Barbara Jankowska**

Akademia Ekonomiczna w Poznaniu

**OPINIE PRZEDSIĘBIORSTW NA TEMAT WYBRANYCH  
ASPEKTÓW PRZYSTĄPIENIA POLSKI DO UNII  
EUROPEJSKIEJ**

**Wstęp**

W niniejszym referacie zrelacjonowano część wyników badań empirycznych uzyskanych w rezultacie realizacji projektu badawczego Komitetu Badań Naukowych pt. „Luka przystosowawcza na poziomie przedsiębiorstwa a przystąpienie Polski do Unii Europejskiej. Implikacje dla strategii firm i polityki gospodarczej”.

Główną hipotezą poddaną weryfikacji w badaniu empirycznym była hipoteza o występowaniu luki konkurencyjnej pomiędzy przedsiębiorstwami polskimi a ich głównymi konkurentami działającymi na rynkach Unii Europejskiej. W ramach rynków Unii Europejskiej wyodrębniono dwie kategorie rynków : trzy największe w przypadku każdej badanej firmy rynki unijne i pozostałe rynki unijne. Powyższe postępowanie wynikało z faktu, iż zbiór rynków unijnych nie jest zbiorem homogenicznym i traktowanie go jako takiego byłoby nadmiernym uproszczeniem. Korzystając z okazji podjęto również próbę stwierdzenia występowania luki konkurencyjnej pomiędzy polskimi przedsiębiorstwami a ich rywalami także na innych rynkach, a mianowicie na rynkach poradzieckich, rynkach CEFTA i pozostałych rynkach. W przypadku każdego rynku poddano pomiarowi pozycję konkurencyjną, potencjał konkurencyjny oraz strategię konkurencyjną badanych firm.

Wyniki badań dotyczących występowania luki konkurencyjnej zostały opublikowane w innych opracowaniach.<sup>1</sup>

Czerpanie przez Polskę korzyści z członkostwa w Unii Europejskiej jest w znacznej mierze uzależnione od zaangażowania pojedynczych podmiotów gospodarczych w działalność na rynkach unijnych. Wydaje się więc, że polskie przedsiębiorstwa stoją przed koniecznością podejmowania coraz bardziej zaawansowanych form internacjonalizacji swej działalności. Umiejdzynarodowienie przedsiębiorstw wiąże się z nawiązywaniem ściślejszej współpracy z partnerami unijnymi. Gotowość rozwijania coraz to nowych i bardziej zaawansowanych form „kooperacji” zależy znów w znacznym stopniu od tego, na ile pojedyncze przedsiębiorstwa potrafią krytycznie ocenić swoją obecną pozycję w tej dziedzinie. Nie bez znaczenia dla rozwoju współpracy jest także umiejętność dostrzeżenia potencjalnych pozytywnych i negatywnych efektów, jakie przyniesie akcesja Polski do Unii Europejskiej. Zagadnieniom tym poświęcono w opisanych niżej badaniach cztery pytania. Pierwsze z tych pytań miało wykazać, czy przedsiębiorstwa są zainteresowane podjęciem innych niż eksport form ekspansji na rynki unijne. Drugie dotyczyło postrzegania przystąpienia Polski do Unii Europejskiej w kategoriach szans i zagrożeń. Natomiast pytania trzecie i czwarte zmierzały do ustalenia znaczenia potencjalnych pozytywnych i negatywnych efektów członkostwa Polski w Unii Europejskiej.

Badania zostały przeprowadzone w 2000 roku i objęły 68 firm przemysłu przetwórczego zarejestrowanych w Polsce.

## Metoda badawcza

Założenia przeprowadzonego badania były następujące:

1. badania zrealizowano metodą wywiadu bezpośredniego – przeszkoleni ankieterzy (pracownicy naukowcy, doktoranci, studenci) przeprowadzili wywiady według opracowanego kwestionariusza z przedstawicielami wyższego kierownictwa badanych firm (po jednym przedstawicielu z każdego badanego przedsiębiorstwa). Ankieterzy spełniali potrójną rolę:
  - poinformowanie przedstawicieli przedsiębiorstw wypełniających kwestionariusz o istocie i celach badania oraz poinstruowanie o sposobie udzielania odpowiedzi na poszczególne pytania;

---

<sup>1</sup> M. Gorynia: *Międzynarodowa konkurencyjność polskich przedsiębiorstw – wyniki badań empirycznych*. VII Kongres Ekonomistów Polskich, Warszawa, styczeń 2001 oraz M. Gorynia: *Luka konkurencyjna w przedsiębiorstwach a przystąpienie Polski do Unii Europejskiej*. „Gospodarka Narodowa” 2000, nr 9-10.

- pomoc przy udzielaniu odpowiedzi na pytania, wyjaśnianie wątpliwości;
  - sprawdzanie wypełnionych kwestionariuszy pod względem kompletności odpowiedzi;
2. badania polegały przede wszystkim na zebraniu opinii menedżerów odnośnie do trzech aspektów konkurencyjności – pozycja konkurencyjna, potencjał konkurencyjny, instrumenty konkurowania (strategia konkurencyjna), a dodatkowo zostały także podjęte zagadnienia roli polityki gospodarczej i samorządu gospodarczego w procesach przystosowawczych;
  3. badania dotyczyły przedsiębiorstw z sektora przemysłu przetwórczego;
  4. badania dotyczyły przedsiębiorstw zarejestrowanych w Polsce bez względu na pochodzenie kapitału – „kosmopolityczne” podejście do źródeł finansowania kapitału badanych przedsiębiorstw uzasadnić można postępującym otwieraniem się gospodarki polskiej i wzrastającym stopniem integracji z jej otoczeniem międzynarodowym; w tej sytuacji pochodzenie kapitału zaczyna odgrywać rolę drugorzędną – ważne są realizowane inwestycje, wzrost produkcji, zatrudnienie, płacone podatki itp.;
  5. badania dotyczyły przede wszystkim przedsiębiorstw średnich i dużych;
  6. główne kryteria doboru przedsiębiorstw do badań były następujące:
    - kryterium wielkości firmy – do badania starano się dobierać przede wszystkim przedsiębiorstwa średnich rozmiarów oraz w drugiej kolejności firmy dużych rozmiarów;
    - przynależność do sektora przemysłu przetwórczego;
    - prowadzenie działalności eksportowej na kilku rynkach zagranicznych – spełnienie tego warunku umożliwiło określenie międzynarodowej pozycji konkurencyjnej badanego przedsiębiorstwa (czyli pozycji na rynkach zagranicznych – eksportowych), porównanie własnego potencjału konkurencyjnego z potencjałem konkurencyjnym rywali działających na rynkach zagranicznych, porównanie strategii konkurencyjnej badanych firm ze strategiami konkurentów;
    - warunkiem sine qua non uczestnictwa w badaniu była chęć współpracy ze strony firmy zaproszonej do udziału w badaniu; łączna liczba przedsiębiorstw spełniających powyższe kryteria zaproszonych do współpracy przewyższała koło 2,5-krotnie liczbę firm, od których uzyskano odpowiedzi;

## Charakterystyka próby badawczej

W badaniu uczestniczyły przedsiębiorstwa o różnych formach prawnych: 29 spółek z ograniczoną odpowiedzialnością, 27 spółek akcyjnych, 4 spółki cywilne, 3 osoby prowadzące indywidualną działalność gospodarczą, 4 spółdzielnie i 1 przedsiębiorstwo państwowe. 19 spośród badanych przedsiębiorstw to przedsiębiorstwa z udziałem kapitału zagranicznego, przy czym 5 firm miało 100% udział kapitału zagranicznego, 12 firm miało większościowy udział kapitału zagranicznego, a jedna firma mniejszościowy udział kapitału obcego.

Jeśli chodzi o liczbę zatrudnionych w badanych firmach, to przedstawiała się ona następująco:

- do 50 – 4 firmy
- 50-100 – 10 firm
- 101-500 – 38 firm
- ponad 500 – 16 firm

Średnie zatrudnienie w badanych firmach wynosiło 364 osoby.

Badane firmy charakteryzowały się następującą wartością sprzedaży w 1999 roku:

- do 5 mln zł – 3 firmy
- 5-10 mln zł – 9 firm
- 10-50 mln zł – 25 firm
- 50-100 mln zł – 13 firm
- ponad 100 mln zł – 14 firm

Średnia wartość sprzedaży w 1999 roku wynosiła w badanych firmach 93,2 mln zł. W 1999 roku 48 z 56 badanych firm, które podały informacje dotyczące wyniku finansowego, zanotowało zysk. Łączna wartość zysku wyniosła 206,5 mln zł, a średni zysk wyniósł 4,3 mln zł. W 1999 roku 8 firm zanotowało stratę, której łączna wartość wyniosła 8,1 mln zł, a średnia strata wyniosła 1,0 mln zł.

Przynależność branżową przedsiębiorstw wchodzących w skład próby badawczej przedstawiono w tabeli 1. Przedsiębiorstwa uczestniczące w badaniu należały do 15 działów Europejskiej Klasyfikacji Działalności. Najliczniej reprezentowane działy to: produkcja artykułów spożywczych i napojów (15 dział EKD) – 8 firm, produkcja metalowych wyrobów gotowych (28 dział EKD) – 8 firm, produkcja mebli (36 dział EKD) – 7 firm.

Badane firmy charakteryzowały się wysokim stopniem jednorodności prowadzonej działalności. Na pytanie dotyczące udziału sprzedaży branży podstawowej w sprzedaży ogółem przedsiębiorstwa odpowiedziało 66 firm. Średni udział branży podstawowej w sprzedaży ogółem wynosił w nich 89,8 %.

Tabela 1. Struktura branżowa próbki badawczej.

Nazwa branży	Dział ekd	Liczba wskazań
Produkcja artykułów spożywczych i napojów	15	8
Produkcja tkanin	17	3
Produkcja odzieży; wyprawianie i barwienie skór futerkowych	18	3
Produkcja drewna i wyrobów z drewna i korka, z wyjątkiem mebli; produkcja artykułów ze słomy i materiałów używanych do wyplatania	20	3
Produkcja masy celulozowej, papieru oraz wyrobów z papieru	21	1
Produkcja chemikaliów, wyrobów chemicznych i włókien sztucznych	24	7
Produkcja wyrobów z gumy i tworzyw sztucznych	25	5
Produkcja wyrobów z pozostałych surowców niemetalicznych	26	5
Produkcja metali	27	5
Produkcja metalowych wyrobów gotowych z wyjątkiem maszyn i urządzeń	28	8
Produkcja maszyn i urządzeń, gdzie indziej nie sklasyfikowana	29	4
Produkcja maszyn i aparatury elektrycznej, gdzie indziej nie sklasyfikowana	31	5
Produkcja instrumentów medycznych, precyzyjnych i optycznych, zegarów i zegarków	33	2
Produkcja pozostałego sprzętu transportowego	35	2
Produkcja mebli, działalność produkcyjna, gdzie indziej nie sklasyfikowana	36	7

## Obecne i przewidywane formy współpracy z firmami unijnymi

Obecnych i przewidywanych form współpracy z firmami unijnymi dotyczyło bezpośrednio jedno z pytań kwestionariusza ankiety. Chodziło o poznanie opinii respondentów na temat innych niż eksport form ekspansji na rynek unijny. Pośrednio z tym zagadnieniem były związane jeszcze dwa pytania. Populacja badanych przedsiębiorstw to eksporterzy, dlatego najpierw podjęto próbę zdiagnozowania, do jakich rezultatów w obszarze przychodów ze sprzedaży i pozycji na rynku prowadzi działalność eksportowa badanych firm.

Realizowaną obecnie formą współpracy badanych firm z przedsiębiorstwami unijnymi jest eksport. Udział eksportu w sprzedaży ogółem badanych przedsiębiorstw osiągnął w 1999 roku średnio około 35% (dane podały 63 firmy), przy czym eksport na trzy największe rynki Unii Europejskiej stanowił średnio 26% sprzedaży ogółem (dane podało 46 firm). Natomiast na pozostałych rynkach unijnych badane firmy zrealizowały średnio około 2,2% swojej sprzedaży ogółem. Pozostałe przychody ze sprzedaży eksportowej pochodziły z rynków poradzieckich, rynków CEFTA oraz pozostałych. W zestawie największych unijnych rynków zbytu badanych firm znalazły się Niemcy, Francja, Wielka Brytania i Holandia. Badane firmy prognozują, że wymienione rynki będą odgrywać wiodącą rolę w ich sprzedaży eksportowej także w latach 2000, 2003 oraz 2005. Należy zaznaczyć, że począwszy od 1999 roku respondenci sprzedają więcej na rynku holenderskim niż brytyjskim, a więc trzecie miejsce przysługujące jeszcze w 1998 roku rynkowi brytyjskiemu zostało zajęte przez rynek holenderski. W opinii menedżerów badanych przedsiębiorstw należy spodziewać się niezbyt szybkiego, aczkolwiek systematycznego wzrostu udziału eksportu w sprzedaży ogółem, co może świadczyć o pozytywnym nastawieniu badanych firm do tej formy współpracy z partnerami unijnymi i zamiarze jej dalszego rozwijania.

Aktywność eksportowa pozwoliła firmom – respondentom osiągnąć średnio około 4%-owy udział w największych rynkach unijnych oraz około 1,5%-owy udział w pozostałych rynkach unijnych. Średni udział badanych przedsiębiorstw w wyszczególnionych kategoriach rynków pozostawał w przeszłości i ma pozostawać w przyszłości relatywnie stabilny. Jednak warto podkreślić, że w roku 2003 respondenci przewidują spadek swoich udziałów tak w trzech największych rynkach unijnych, jak i w pozostałych rynkach unijnych. Może to wynikać z obaw, jakie rodzi przewidywane na ten rok przystąpienie Polski do Unii Europejskiej. Trzeba też podkreślić, że wiele firm nie było w stanie oszacować udziału w rynkach unijnych, który udało im się wypracować poprzez eksport.

Po rozpoznaniu, do jakich efektów w postaci przychodów ze sprzedaży i udziału w rynku prowadzi eksport - dominująca wśród badanych firm forma współpracy z przedsiębiorstwami unijnymi, menedżerowie wypowiedali się na temat joint venture, zagranicznej inwestycji bezpośredniej, licencji, franszyzy oraz sojuszu strategicznego jako alternatywnych w stosunku do eksportu form ekspansji na rynek unijny. Uzyskane odpowiedzi przekonują, że badane przedsiębiorstwa nie są zainteresowane rozwinięciem innych niż eksport form współpracy z partnerami z Unii Europejskiej (tabela 2). Zdecydowana większość badanych przedsiębiorstw w ogóle nie rozpatrywała joint venture, zagranicznej inwestycji bezpośredniej, licencji, franszyzy czy sojuszu strategicznego jako form współpracy z przedsiębiorstwami unijnymi. Zgodnie z opiniami menedżerów badanych firm eksport pozostanie dominującą formą umiędzynarodowienia działalności przedsiębiorstw. Niewielka część z nich prowadziła luźne rozważania odnośnie do zawiązania sojuszu strategicznego lub do utworzenia joint venture w Unii Europejskiej. Tylko 6 spośród

badanych firm zawiązało już sojusz strategiczny z partnerem z Unii Europejskiej, a 1 utworzyła joint venture na terenie Unii.

Tabela 2. Stosunek przedsiębiorstwa do podjęcia ekspansji na rynek unijny.

Stosunek przedsiębiorstwa	Joint venture w UE	ZIB w UE	Licencja dla UE	Franszyza dla UE	Sojusz strategiczny w UE
Nie rozważaliśmy tego problemu	43	52	53	55	30
Prowadziliśmy luźne rozważania	14	3	5	3	24
Jesteśmy w trakcie przygotowywania decyzji	3	2	1	0	2
Podjęliśmy decyzję o ekspansji	0	0	0	1	2
Realizujemy ekspansję	1	0	0	0	6
Liczba firm	61	57	59	59	64

Kwestią wymagającą podkreślenia jest fakt, że bazowanie na eksporcie, nie jest w wielu przypadkach podparte danymi na temat pozycji rynkowej, jaką ta forma współpracy z firmami unijnymi zapewnia respondentom. Jak wspomniano wyżej, znaczna część badanych przedsiębiorstw miała problemy z oszacowaniem swego udziału w rynkach Unii Europejskiej. Wobec braku wspomnianej wiedzy należy więc postawić pod znakiem zapytania możliwość świadomego kształtowania posunięć firm w obszarze ich aktywności na rynkach unijnych.

Zdaniem autorów rezygnację z joint venture, zagranicznej inwestycji bezpośredniej, licencji, franszyzy oraz sojuszu strategicznego można by tłumaczyć luką konkurencyjną, z jaką borykają się badane przedsiębiorstwa. Poza tym przeprowadzone badania dowodzą, że rynek unijny jest oceniany jako „trudny” pod względem konkurowania. W obliczu większych barier wejścia na rynek Unii w porównaniu z innymi rynkami znajdującymi się w portfelach rynków zbytu badanych firm, przedsiębiorstwa odzęgnują się od form współpracy, które wiążą się z większym zaangażowaniem szeroko rozumianych zasobów, a więc i z większym ryzykiem. Wydaje się uzasadnione stwierdzenie, że badane firmy będą nadal w dziedzinie współpracy z partnerami unijnymi uprawiać monokulturę. Dominującą formą „kooperacji” pozostanie eksport.

## Szanse i zagrożenia oraz przewidywane efekty przystąpienia Polski do Unii Europejskiej

Przedyskutowane w poprzednim punkcie deklaracje badanych przedsiębiorstw odnośnie do obecnych i przewidywanych form współpracy z firmami unijnymi ściśle wiążą się z postrzeganiem przystąpienia Polski do Unii Europejskiej w kategoriach szans i zagrożeń. Dodatkowo, poczyniona przez menedżerów ocena znaczenia potencjalnych pozytywnych oraz negatywnych efektów akcesji Polski do Unii może częściowo wyjaśniać nastawienie badanych firm do innych niż eksport form współpracy z partnerami unijnymi. Zasygnalizowane kwestie były przedmiotem ostatniej grupy pytań w prowadzonych badaniach.

Wydaje się, że w odniesieniu do oceny przystąpienia Polski do Unii Europejskiej w kategoriach szans i zagrożeń mamy do czynienia z przypadkiem swoistego, częściowego rozdzielenia jaźni: respondenci uważają bowiem w zdecydowanej większości, że przystąpienie jest szansą dla gospodarki polskiej jako całości, natomiast w odniesieniu do zarządzanych przez nich firm wprawdzie także przeważa postrzeganie członkostwa w Unii Europejskiej jako szansy, niemniej istotna jest liczba opinii, że przystąpienie jest zagrożeniem lub, że nie jest ani szansą, ani zagrożeniem (tabela 3). Można więc sądzić, że generalny (odnoszący się do gospodarki jako całości) entuzjazm związany z członkostwem przetrzymuje się w umiarkowany sceptycyzm, gdy chodzi o konkretne przedsiębiorstwa.

Niemożność jednoznacznego stwierdzenia, czy przystąpienie Polski do Unii Europejskiej będzie dla pojedynczych podmiotów gospodarczych szansą rozwoju czy też zagrożeniem, może wynikać z dostrzegania przez badane firmy obok potencjalnych pozytywnych także potencjalnych negatywnych efektów członkostwa.<sup>2</sup> W zestawie potencjalnych pozytywnych efektów największe znaczenie przypisano poprawie dostępu do rynku, oznaczającej możliwości wzrostu sprzedaży. Duże oczekiwania wiążą respondenci ze zwiększeniem możliwości pozyskania inwestora strategicznego oraz z podniesieniem poziomu jakości na skutek wzrostu presji konkurencyjnej (tabela 4). Nadanie dużego znaczenia możliwościom pozyskania inwestora strategicznego oraz poprawie jakości z powodu silnej presji konkurencyjnej pozwala sądzić, że badane przedsiębiorstwa upatrują w członkostwie Polski w Unii szansę na dalszą restrukturyzację oraz poprawę w obszarze jednego z kluczowych instrumentów konkurencyjności – w obszarze jakości. Należy jednak podkreślić, że wysokim rangom przypisywanym tym efektom towarzyszą względnie wysokie wartości odchylenia standardowego. Świadczy to o braku zgodności opinii w tej sprawie. Stosunkowo najmniejsze znaczenie przypisywane jest ułatwieniu do-

---

<sup>2</sup> Respondenci zostali poproszeni o przypisanie rang poszczególnym pozytywnym i negatywnym efektom przystąpienia Polski do Unii Europejskiej. Przyjęto, że im większa ranga, tym większe znaczenie. Przy siedmiu efektach skala rang wynosiła 1-7.



stępu do źródeł zaopatrzenia. Warto odnotowania jest, że respondenci nie wskazali na inne, niż wymienione w tabeli czwartej pozytywne efekty, mimo że mieli taką możliwość (pytanie miało charakter otwarty).

Jeśli chodzi o negatywne efekty przystąpienia Polski do Unii Europejskiej to największe obawy wzbudza obniżenie konkurencyjności cenowej produktów badanych firm na rynkach zagranicznych na skutek wzrostowego wyrównywania się poziomu cen w Polsce i w Unii Europejskiej (tabela 5). Efekt ten stanowi przede wszystkim szczególne zagrożenie dla przedsiębiorstw opierających swoją przewagę konkurencyjną na niższych kosztach pracy czy surowców. Dotyczy to więc głównie oferentów produktów nisko przetworzonych i pracochłonnych. Wyrównywanie się poziomu cen w Polsce i w Unii Europejskiej spowoduje erozję przewagi komparatywnej, jaką wspomniani oferenci dysponowali w eksporcie. Za istotny potencjalny negatywny efekt członkostwa uznano również trudności w zakresie podłożenia unijnym wymogom standaryzacyjnym i certyfikacyjnym. Relatywnie najmniejsze znaczenie respondenci przywiązują do trudności z podłożeniem wymogom ekologicznym.

Rezultaty przeprowadzonych badań odnośnie do szans i zagrożeń oraz przewidywanych efektów przystąpienia Polski do Unii Europejskiej przekonują o konieczności podjęcia niezbędnych działań w celu eskalacji pozytywnych i neutralizacji negatywnych następstw członkostwa. Wydaje się, że czynności te winny zostać podjęte przede wszystkim przez pojedyncze podmioty gospodarcze, wspierane tylko w taki sposób przez władze szczebla mezo- i makroekonomicznego, by nie spowodować zakłóceń w swobodnym działaniu mechanizmu rynkowego.

Tabela 3. Przystąpienie Polski do Unii Europejskiej - szansa czy zagrożenie.

Szansa / zagrożenie	Dla gospodarki polskiej	Dla twojego przedsiębiorstwa
Poważna szansa rozwoju	26	13
Szansa rozwoju	28	21
Ani szansa, ani zagrożenie	9	18
Zagrożenie	4	13
Poważne zagrożenie	0	2

Tabela 4. Hierarchia znaczenia potencjalnych pozytywnych efektów przystąpienia Polski do Unii Europejskiej.

Potencjalny pozytywny efekt	Liczba firm	Średnia	Odchyl. stand.
Ułatwienie dostępu do rynku - wzrost sprzedaży	64	4,61	2,49
Zwiększenie możliwości pozyskania inwestora strategicznego	62	4,32	2,12
Podniesienie poziomu jakości na skutek wzrostu presji konkurencyjnej	63	4,19	1,91
Podniesienie efektywności - efekt korzyści skali	64	3,83	1,70
Ułatwienie dostępu do nowych technologii	63	3,83	1,77
Ułatwienie dostępu do kapitałów	63	3,67	1,87
Ułatwienie dostępu do źródeł zaopatrzenia	64	3,28	1,86

Tabela 5. Hierarchia znaczenia potencjalnych negatywnych efektów przystąpienia Polski do Unii Europejskiej.

Potencjalny negatywny efekt	Liczba firm	Średnia	Odchyl. stand.
Obniżenie konkurencyjności cenowej na rynkach zagranicznych na skutek wzrostowego wyrównywania się poziomu cen w Polsce i UE	66	4,29	1,75
Trudności z podołaniem unijnym wymogom standaryzacyjnym i certyfikacyjnym	66	3,80	1,82
Utrata części rynku krajowego z powodu niekonkurencyjności cenowej	66	3,55	1,79
Utrata części rynku krajowego z powodu niskiego poziomu nowoczesności produktów	65	3,14	1,57
Utrata części rynku krajowego z powodu niekonkurencyjności jakościowej	66	3,11	1,36
Trudności z podołaniem wymogom ekologicznym	65	2,82	1,75