

Akademia Ekonomiczna w Poznaniu

HANDEL i FINANSE MIĘDZYNARODOWE w warunkach globalizacji



redakcja naukowa

Jerzy Schroeder, Beata Stępień



Poznań 2007

70,00

RECENZENT

Zdzisław W. Puslecki

PROJEKT OKŁADKI

Cezary Gwóźdź

KOREKTA

*Anna Grześ
Ewa Sobczak*

306861



© Copyright by Akademia Ekonomiczna w Poznaniu
Poznań 2007

ISBN 978-83-7417-272-1

WYDAWNICTWO AKADEMII EKONOMICZNEJ W POZNANIU
ul. Powstańców Wielkopolskich 16, 61-895 Poznań
tel. 061 854 31 54, 061 854 31 55, fax 061 854 31 59
www.wydawnictwo-ae.pl, e-mail: info@wydawnictwo-ae.pl
Adres do korespondencji: al. Niepodległości 10, 60-967 Poznań

P. 2007. 847 / 4

SPIS TREŚCI

J. Schroeder, B. Stępień

Gospodarowanie w skali globu nie oznacza jedynie korzyści i nie prowadzi do pełnej konwergencji – wprowadzenie 7

Część 1. Międzynarodowe powiązania handlowe i integracyjne

Bohdan Jeliński

Konkurencyjność międzynarodowa w warunkach globalizacji 23

Tadeusz Sporek

Spółczesne społeczeństwo informacyjne – głównym motorem procesu globalizacji we współczesnej gospodarce światowej 35

Elżbieta Czarny

Wybrane korzyści i zagrożenia związane z handlem międzynarodowym (ujęcie teoretyczne) 48

Bogusława Drelich-Skulska

Sankcje ekonomiczne jako instrument współczesnych stosunków międzynarodowych 58

Małgorzata Domiter

Subsystem OECD oraz GATT/WTO jako wyznaczniki międzynarodowej koordynacji polityki handlowej 69

Magdalena Rudnicka

Oslabienie procesu liberalizacji wymiany wielostronnej, na tle ożywienia procesu regionalizacji, po konferencji ministerialnej w Doha 83

Krystyna Żołądkiewicz

Strefa wolnego handlu Australii i Nowej Zelandii jako przykład procesów integracyjnych na świecie 98

Ewa Oziewicz

Zmiany w modelu handlu wewnątrzregionalnego w Azji na przełomie wieków 112

Łukasz Ambroziak	
Handel wewnątrzgałęziowy państw nadbałtyckich z Unią Europejską.....	123
Wiesław Łuczyński	
Estymacja mocy gęstości spektralnej za pomocą algorytmu cyfrowej analizy widmowej music	137
Aleksandra Kuźmińska	
Zmiany w polskim systemie promocji eksportu w kontekście utworzenia polskiej agencji handlu i inwestycji	149
Henryk Mruk	
Targi jako narzędzie wspierania wymiany międzynarodowej	161
Część 2. Finansowy wymiar działalności międzynarodowej	
Janusz Bilski	
Unie, bloki, strefy walutowe we współczesnej gospodarce światowej.....	173
Małgorzata Janicka	
Wskaźniki otwartości kraju na przepływy kapitałowe	184
Urszula Opacka	
Przyszłość rynków kapitałowych wybranych krajów Europy Środkowo-Wschodniej w ramach jednolitego rynku UE	196
Aleksandra Ruchniewicz	
Koncepcja nadzoru zintegrowanego na przykładzie Polski	207
Lidia Mesjasz	
Rola MFW w rozwiązywaniu kryzysów finansowych	216
Tomasz Michałowski	
Propozycje reform w zakresie działalności kredytowej Międzynarodowego Funduszu Walutowego (MFW).....	233
Eugeniusz Gostomski	
Działalność banków zagranicznych na rynku niemieckim.....	245
Iwona Sobol	
Analiza funkcjonowania głównych centrów finansowych świata – Londynu i Nowego Jorku	253
Sławomir Antkiewicz	
Rozwój europejskiego rynku funduszy inwestycyjnych ze szczególnym uwzględnieniem krajów Europy Środkowo-Wschodniej.....	264

Elżbieta Mirecka	
Skuteczność działań ograniczających proces prania pieniędzy	277
Elżbieta Czarny, Jerzy Menkes	
Kraje słabo rozwinięte a napływ kapitału bezpośredniego	288
Magdalena Stawicka	
Tendencje w napływie kapitału zagranicznego do krajów Europy Południowo- -Wschodniej oraz Wspólnoty Niepodległych Państw w latach 2000-2005 ..	301
Marzenna A. Weresa	
Wpływ zagranicznych inwestycji bezpośrednich na polski handel zagra- niczny	310
 Część 3. Przedsiębiorstwo w otoczeniu międzynarodowym	
Anna Jankowiak	
Rola i znaczenie korporacji transnarodowych we współczesnej gospodarce światowej.....	323
Szymon Mazurek	
Międzynarodowe powiązania przedsiębiorstw a transmisja kryzysów gospodarczych.....	335
Magdalena Śliwińska	
Definicja siły rynkowej przedsiębiorstwa jako kluczowy dylemat współ- czesnej polityki konkurencji Unii Europejskiej	345
Beata Stępień	
Wpływ narodowego systemu gospodarowania na działalność przedsię- biorstw międzynarodowych	361
Miłosz Łuczak	
Internacjonalizacja działalności z perspektywy teorii zasobowej firmy.....	374
Marian Gorynia, Barbara Jankowska	
Uczestnictwo w klastrze a skłonność przedsiębiorstwa do internacjonaliza- cji na przykładzie wielkopolskiego klastra meblarskiego	387
Aleksandra Hauke	
Strategiczna sieć biznesowa w procesie internacjonalizacji – podstawowe założenia.....	399
Milena Ratajczak	
Powiązania sieciowe jako źródło przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa na rynkach zagranicznych	411

Magdalena Rosińska

Strategia zarządzania kapitałem ludzkim jako podstawa rozwoju organizacji
w warunkach globalizacji..... 423

Jerzy Schroeder

Zarządzanie procesem repatriacji w przedsiębiorstwie międzynarodowym 434

Elżbieta Gołębska

Zadania logistyki międzynarodowej w procesach integracji w Europie i na
świecie 444

Karolina Tyc-Szmił

Lokalizacja międzynarodowych centrów usług profesjonalnych 457

Elżbieta Duliniec

Międzynarodowe trendy kulturowe a marketing międzynarodowy 464

Henryk Mruk, Beata Stępień

Klient jako źródło przewagi konkurencyjnej w przedsiębiorstwie międzyna-
rodowym – perspektywa instytucjonalna..... 475

Małgorzata Bartosik-Purgat

Kraj pochodzenia produktu – kryterium wyborów konsumpcyjnych mło-
dych konsumentów w Polsce i Hiszpanii..... 488

Ewa Markiewicz

Różnicowanie produktu globalnego w przedsiębiorstwie hotelarskim 503

Marzanna Witek-Hajduk

Stopień internacjonalizacji a model biznesu przedsiębiorstwa 518

Rafał Śliwiński

Ukryte i jawne instrumenty wsparcia małych i średnich przedsiębiorstw.... 530

Marian Gorynia*
Barbara Jankowska**

UCZESTNICTWO W KLASTRZE A SKŁONNOŚĆ PRZEDSIĘBIORSTWA DO INTERNACJONALIZACJI NA PRZYKŁADZIE WIELKOPOLSKIEGO KLASTRA MEBLARSKIEGO¹

Wprowadzenie

Wrzeczywistych gospodarkach rynkowych działanie „mechanizmu cenowego” właściwego dla modelowego rynku doskonałego obudowane jest funkcjonowaniem różnego typu rozwiązań instytucjonalnych, które wspierają i uzupełniają regulacyjną rolę neoklasycznego systemu cen, nie ograniczając roli rynku i nie likwidując pozytywnych efektów działania mechanizmu rynkowego. Wielu badaczy wskazuje w szczególności na to, że rywalizacji będącej esencją wolnego, doskonałego rynku towarzyszą coraz częściej zachowania kooperacyjne przedsiębiorstw, przyjmujące bardzo różne formy i skalę. Tytułowa koncepcja klastrów jest przykładem ujmowania świata gospodarczego przez pryzmat relacji współpracy pomiędzy przedsiębiorstwami, które działają w ramach gospodarki rynkowej². Stosunki kooperacyjne nie zastępują jednak rywalizacji rynkowej, lecz ją uzupełniają. Kooperacja z jednymi podporządkowana jest konkurowaniu z innymi – w ten lapidarny sposób można by ująć syntezę dzisiejszych relacji między firmami działającymi w gospodarce rynkowej.

* Akademia Ekonomiczna w Poznaniu.

** Akademia Ekonomiczna w Poznaniu.

¹ Opracowanie powstało w ramach projektu badawczego „Rola klastrów we wspieraniu międzynarodowej konkurencyjności oraz internacjonalizacji polskich przedsiębiorstw” finansowanego przez Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego (1 H02D 103 28).

² Koncepcję klastra jako jeden z możliwych sposobów regulacji gospodarki oraz dostępne w literaturze przedmiotu definicje i typologie klastra omówiono w artykule: M. Gorynia, B. Jankowska, *Koncepcja klastrów jako sposób regulacji zachowań podmiotów gospodarczych*, *Ekonomista* 2007, nr 3.

Celem tego artykułu jest zaprezentowanie możliwych oddziaływań uczestnictwa w klastrze na internacjonalizację przedsiębiorstwa³. Autorzy podejmują próbę identyfikacji i uporządkowania najważniejszych koncepcji dotyczących tego problemu, które można znaleźć w literaturze. Następnie przedstawiają opinie wielkopolskich firm meblarskich oraz przedsiębiorstw z branż im pokrewnych i je wspierających na temat znaczenia ich uczestnictwa w tworzącym się w Wielkopolsce klastrze meblarskim dla ich umiędzynarodowienia. W referacie krótko scharakteryzowano również polską branżę meblarską pod kątem jej internacjonalizacji.

Oddziaływanie klastra na internacjonalizację przedsiębiorstw lokalnych

Jeśli chodzi o związki między uczestnictwem w klastrze a zachowaniami w zakresie internacjonalizacji, to należy zauważyć, że kwestia ta była podnoszona przez takich badaczy, jak Brown i Bell, Oviatt i McDougall, Sopas czy Porter, którzy doszukiwali się istotnych, dodatnich sprzężeń między funkcjonowaniem w klastrze a internacjonalizacją jego uczestnika⁴. Jednocześnie w literaturze spotkać można także opinie, na przykład Cavusgila i Nevena, McConnella⁵, że brak istotnego związku między na przykład skłonnością do eksportu a lokalizacją firmy. Być może fakt ten potwierdza porterowską tezę, że „grupowe myślenie” w klastrze czasem przyczynia się do ignorowania informacji o nowych trendach poza klastrzem i – jak

³ Tematowi oddziaływania klastra na internacjonalizację oraz konkurencyjność firm tworzących klastry poświęcono artykuł: M. Gorynia, B. Jankowska, *Wpływ klastrów na konkurencyjność i internacjonalizację przedsiębiorstw*, *Gospodarka Narodowa* 2007, nr 7-8.

⁴ P. Brown, J. Bell, *Industrial Clusters and Small Firm Internationalisation*, w: *The Multinational in the Millennium: Companies and Countries*, red. S. Young., N. Hood, Changes and Choices, 27th Annual Conference UK Chapter Academy of International Business, Vol. 1, Inglis Allen, Glasgow 2000, za: P. Dimitratos, S. Lioukas, *Destination Country, Business Geographic Location and Firms' Internationalisation Ventures: Evidence from Greece*, 26th EIBA 2000 Annual Conference, CD ROM Proceedings. B. M. Oviatt, P.P. McDougall, *Challenges for Internationalization Process Theory: The Case of International New Ventures*, *Management International Review* 1997, vol. 37, special issue: 2, s. 85-99; M.E. Porter, *The Competitive Advantage of Nations*, Macmillan, London 1998; L. Sopas, „Born” *Exporting in Regional Clusters: Preliminary Empirical Evidence*, w: *The Multinational in the Millennium: Companies and Countries*, red. S. Young., N. Hood, Changes and Choices, 27th Annual Conference UK Chapter Academy of International Business, vol. 1, Inglis Allen, Glasgow 2000, za: P. Dimitratos, S. Lioukas, *Destination Country, Business Geographic Location and Firms' Internationalisation Ventures: Evidence from Greece*, 26th EIBA 2000 Annual Conference, CD ROM Proceedings.

⁵ S. T. Cavusgil, J. R. Nevin, *Internal Determinants of Export Marketing Behaviour: An Empirical Investigation*, *Journal of Marketing Research* 1981, vol. 18, s. 114-119; McConnell J.E., *The Export Decision: An Empirical Study of Firm Behaviour*, *Economic Geography* 1979, vol. 55, no. 3, s. 171-183.

zauważają wspomniani Brown i Bell – ujemne efekty zewnętrzne mogą zneutralizować efekty pozytywne dla internacjonalizacji firmy.

Na związek między skłonnością do internacjonalizacji po stronie małych i średnich firm produkcyjnych poprzez BIZ (bezpośrednie inwestycje zagraniczne) a specyfiką ich lokalnego otoczenia zwrócili uwagę Mariotti i Piscitello⁶. Wykazali oni, że w wypadku małych i średnich przedsiębiorstw, które z jednej strony mogą doświadczać barier natury finansowej, kadrowej oraz informacyjnej w podejmowaniu BIZ, możliwe jest osiągnięcie przewagi konkurencyjnej nad rywalami na rynku zagranicznym⁷. Mariotti i Piscitello, na przykładzie włoskich firm produkcyjnych (branże tekstylna, odzieżowa, skórzana, wyrobów ze skóry, obuwnicza, produktów z drewna oraz przemysłu maszynowego) i ich aktywności internacjonalizacyjnej w latach 1986-1995, pokazują, że lokalne, najbliższe otoczenie firmy może uzupełniać jej potencjał konkurencyjny i wspierać jej ekspansję zagraniczną⁸. Analizie poddali przedsiębiorstwa małe i średnie w przekroju 20 mniejszych obszarów geograficznych. W swoich badaniach utożsamiali otoczenie lokalne z miejscem, gdzie kreuje się technologie oraz innowacje⁹, aktywność podmiotów gospodarczych jest koordynowana, i tworzy się sieć współzależności między uczestnikami życia gospodarczego, które to współzależności nie mają charakteru wymiany handlowej¹⁰. Terytorialny system powiązań obejmujący system produkcji, podmioty gospodarcze, instytucje społeczne, specyficzną kulturę i kolektywne uczenie się¹¹ przyczynia się do kreacji unikalnej, trudnej do imitacji przewagi konkurencyjnej po stronie firm wchodzących w skład tego systemu¹².

W sposób szczególny pozytywnie na internacjonalizację firmy oddziałują funkcjonujące w lokalnym środowisku zasady, rutyny, zwyczaje branżowe, duch przedsiębiorczości oraz umiejętności i zdolności charakterystyczne dla danego obszaru i to one podbudowują przewagę konkurencyjną wynikającą z potencjału konku-

⁶ S. Mariotti, L. Piscitello, *Localized Capabilities and the Internationalization of Manufacturing Activities by SME's*, Entrepreneurship&Regional Development 2001, vol. 13, s. 65-80.

⁷ P.J. Buckley, *Foreign Direct Investment by Small and Medium Sized Enterprises: The Theoretical Background*, Small Business Economics 1989, vol. 1, s. 89-100; J.H. Dunning, *Towards an Eclectic Theory of International Production: Some Empirical Tests*, Journal of International Business Studies 1980, vol. 11, no. 1, s. 9-31.

⁸ S. Mariotti., L. Piscitello, *Localized capabilities...*, op.cit.

⁹ E. Malecki, *Technology and Economic Development. The Dynamic of Local, Regional and National Change*, Longman, Harlowe 1991, za: S. Mariotti, L. Piscitello, *Localized Capabilities...*, op.cit.

¹⁰ M. Storper, *The Resurgence of Regional Economies, Ten Years Later: The Region as a Nexus of Untraded Interdependencies*, Journal of European Urban and Regional Studies 1995, vol. 2(3), s. 191-221.

¹¹ R. Camagni, *Introduction: from Local 'Milieu' to Innovation Through Cooperation Networks*, w: *Innovation Networks. Spatial Perspectives*, red. R. Camagni R., GREMI-Belhaven, London 2001.

¹² M.E. Porter, J.W. Rivkin, *Activity Systems as Barriers to Imitation*, Working Paper no. 98-066, Harvard Graduate School, University of Warwick 1997, za: S. Mariotti, L. Piscitello, *Localized Capabilities...*, op.cit.

rencyjnego samego przedsiębiorstwa, która ma wpływ na decyzje dotyczące internacjonalizacji¹³.

Polska branża meblarska – kondycja i umiędzynarodowienie¹⁴

Branża meblarska, która w wyniku zmian ustrojowych została praktycznie cała sprywatyzowana, jest dziś jedną z kluczowych branż polskiej gospodarki. Szacuje się, że jej udział w tworzeniu PKB w 2005 roku wynosił około 2% i był ponad dwukrotnie wyższy aniżeli udział tejże branży w tworzeniu PKB Unii Europejskiej¹⁵. W 2005 roku Polska zajmowała 6 miejsce w Europie, jeśli chodzi o wartość produkcji mebli. Wyprzedziły ją Włochy, Niemcy, Wielka Brytania, Francja i Hiszpania. Natomiast w skali całego świata Polska zajmowała 10 miejsce, pomiędzy Kanadą a Meksykiem. Wartość produkcji meblarskiej na świecie szacowana jest na 250 mld euro rocznie¹⁶. Największymi producentami mebli na świecie są Stany Zjednoczone Ameryki, Włochy, Niemcy, Chiny i Japonia posiadające łącznie 57% potencjału światowego.

Produkcja polskich firm meblarskich jest obecnie jedną z kluczowych produkcji eksportowych. Według danych Głównego Urzędu Statystycznego udział eksportu mebli w eksporcie ogółem w 2005 roku stanowił 6,5%, a w grupie towarów przemysłowych i różnych wyrobów przemysłowych aż 16%. Warto zauważyć, że bilans w handlu zagranicznym meblami był dodatni i wynosił w 2005 roku ponad 14 mld złotych. Lata 1989-2005 w Polsce to okres nasilonego rozwoju eksportu mebli. Rozpatrując wspomniany przedział czasowy, rozwój eksportu mebli był imponujący. Wartość eksportu mebli w 1989 r. wynosiła 147 mln USD, a w 2005 r. 5030 mln USD, co daje ponad 30-krotny wzrost. Polscy producenci mebli znajdują się w czołówce, jeśli chodzi o wartość eksportu, gdyż w grupie producentów z 20 krajów zajmowali w 2005 roku 4 pozycję, zaraz za Niemcami. Pozycja pierwsza należała do Chin, a druga do Włoch. Wśród zagranicznych rynków zbytu polskich mebli najważniejsze miejsce w 2004 roku zajmowały Niemcy (udział w sprzedaży eksportowej 41,5%), Francja (udział 7,6%) i Wielka Brytania (udział 6,8%).

¹³ S. Mariotti, L. Piscitello, *Localized Capabilities...*, op.cit.

¹⁴ Ten fragment opracowania powstał dzięki informacjom otrzymanym z Ogólnopolskiej Izby Gospodarczej Producentów Mebli. Autorzy szczególnie dziękują Panu Markowi Adamowiczowi z OIGPM oraz Panu Tomaszowi Wiktorskiemu z Katedry Nauki o Drewnie i Ochrony Drewna, Wydział Technologii Drewna SGGW.

¹⁵ Szacunki przeprowadzono dla UE liczącej 25 państw przy założeniu, że 1 € = 4,0254 PLN – średnioważony kurs euro w 2005 r. wg NBP, na podstawie danych UEA, GUS, OIGPM.

¹⁶ B. De Turck, P. Kimtsaris, *The European Furniture Industry. Draft Strategy*, UEA, Brussels 2006.

Polskie firmy meblowe doświadczają presji rywali zagranicznych nie tylko na rynkach eksportowych, ale także na rynku macierzystym. Wartość zagranicznych inwestycji bezpośrednich w branży w latach 1990-2005 wyniosła niemalże 300 mln USD (według Polskiej Agencji Informacji i Inwestycji Zagranicznych – PAIiIZ – uwzględniając inwestycje powyżej 1 mln USD). Napływ obcego kapitału do branży przyczyniał się do rozpoznawania nowych rynków zbytu, transferu technologii i wiedzy. Duże znaczenie dla rozwoju branży meblarskiej miały także inwestycje w branży wspierającej – w branży tworzyw sztucznych. Wartość nakładów inwestycyjnych w tym wypadku wyniosła ponad 1600 mln USD.

Badania empiryczne wśród uczestników klastra meblarskiego

Metoda badawcza

Badanie empiryczne, dotyczące roli klastrów we wspieraniu międzynarodowej konkurencyjności oraz internacjonalizacji firm polskich w odniesieniu do klastra meblowego w Wielkopolsce, zostało przeprowadzone w miesiącach lipcu i sierpniu 2006 roku. Głównym kryterium doboru jednostek do próby była, po pierwsze, lokalizacja danego przedsiębiorstwa na terenie Wielkopolski, a po drugie, przedmiot jej działalności. Chodziło o dobór przedsiębiorstw, które są zlokalizowane w Wielkopolsce i prowadzą aktywność w ramach szeroko pojętej branży meblarskiej oraz branż ją wspierających i jej pokrewnych. Zaproszenie do uczestnictwa w badaniu skierowano do 140 przedsiębiorstw z branży meblarskiej oraz branż współpracujących.

W badaniu zastosowano metodę pogłębionego wywiadu indywidualnego. Wybrane osoby (studenci, pracownicy naukowi), które zostały uprzednio odpowiednio przeszkolone, przeprowadziły wywiady przy wykorzystaniu wcześniej opracowanego kwestionariusza stanowiącego podstawowe narzędzie badawcze podczas rozmowy.

Kwestionariusz

Narzędziem wykorzystywanym w badaniu był kwestionariusz. Składał się on z 21 pytań wyskalowanych, które zostały pogrupowane pod względem tematycznym na sześć części. W pierwszej części zawarto pytania pozwalające w najbardziej ogólny sposób scharakteryzować badane przedsiębiorstwo. Drugą część kwestionariusza zatytułowano „Klaster a potencjał konkurencyjny”. Trzecia część kwestionariusza miała na celu wypunktowanie związków między uczestnictwem w klastrze a pozycją konkurencyjną i strategią konkurencyjną badanych firm.

Czwarta część ankiety dotyczyła związków klastra z internacjonalizacją firmy, a w piątej próbowano dociec, jakie zadania spełnia i jakie powinien spełniać samorząd gospodarczy. Część szоста odnosiła się do instrumentów polityki gospodarczej. Respondentom dano do oceny, pod względem przydatności i realizacji, wiele zadań i instrumentów z tych obszarów.

Próba badawcza

W badaniu wzięło udział 31 przedsiębiorstw. Największą grupę stanowiły firmy należące do szeroko pojętej branży meblowej – 36. dział Polskiej/Europejskiej Klasyfikacji Działalności. Wśród nich znalazły się w szczególności podmioty prowadzące działalność w ramach podklasy:

- 36.11.Z – Produkcja krzeseł i mebli do siedzenia,
- 36.12.Z – Produkcja mebli biurowych i sklepowych, pozostała,
- 36.13.Z – Produkcja mebli kuchennych,
- 36.14.A – Produkcja mebli pozostała, z wyłączeniem działalności usługowej,
- 36.14.B – Działalność usługowa w zakresie wykończania mebli.

Poza przedsiębiorstwami produkcyjnymi oraz usługowymi z działu 36., w badaniu uczestniczyły podmioty z branż pokrewnych i wspierających branżę meblową, w szczególności reprezentujące podklasy:

- 52.44.Z – Sprzedaż detaliczna mebli, sprzętu oświetleniowego i artykułów użytku domowego, gdzie indziej niesklasyfikowana,
- 20.20.Z – Produkcja arkuszy fornirowych; produkcja płyt i sklejek,
- 51.15.Z – Działalność agentów zajmujących się sprzedażą mebli, artykułów gospodarstwa domowego i drobnych wyrobów metalowych,
- 51.53.A – Sprzedaż hurtowa drewna,
- 51.18.Z – Działalność agentów specjalizujących się w sprzedaży określonego towaru lub określonej grupy towarów, gdzie indziej niesklasyfikowana,
- 51.90.Z – Pozostała sprzedaż hurtowa.

Pod względem wielkości zatrudnienia większość próby należy do grupy małych przedsiębiorstw. Ponad połowa badanych firm to podmioty zatrudniające od 50 do 99 osób. W badaniu uczestniczyła jedna firma zatrudniająca ponad 1000 osób.

Jeśli chodzi o formę prawną respondentów, 58% badanych firm to osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą, prawie 23% stanowią spółki kodeksu handlowego, dominują spółki z ograniczoną odpowiedzialnością, ale występują także spółki jawne. Około 6% badanych przedsiębiorstw to podmioty z inną niż podano w kwestionariuszu formą prawną – spółki cywilne. Wśród respondentów ankiety znalazły się także 2 przedsiębiorstwa państwowe, a jedno z nich to przedsiębiorstwo zatrudniające ponad 250 osób.

Cechą charakterystyczną respondentów jest nie tylko dominacja kapitału prywatnego w ich strukturze właścicielskiej, ale także praktycznie brak kapitału zagra-

nicznego. W badaniu uczestniczyły tylko 3 podmioty z kapitałem zagranicznym, przy czym w jednym z nich wyniósł on aż 100%. Polskie firmy stanowią ponad 96% całej grupy. Nie jest to jednak w żadnym wypadku odzwierciedlenie sytuacji panującej na rynku polskim. W branży meblowej daje się zauważyć znaczną ekspansję inwestorów zagranicznych, a wśród nich inwestorów niemieckich, którzy kontrolują około 80% największych zakładów branży¹⁷.

W ramach charakterystyki badanej grupy respondenci zostali poproszeni także o ujawnienie danych dotyczących przychodów ze sprzedaży oraz wyniku finansowego za okres 2000-2005. Jednakże pytania te nie spotkały się z przychylnością wielu respondentów i większość jednostek nie była skłonna podać odpowiednich informacji dla lat: 2000, 2002, 2004 i 2005. Bardzo często respondenci podawali dane tylko dla lat 2004-2005. Tylko 10 firm, czyli około 30% badanej próby, udzieliło pełnej informacji, podając wartość sprzedaży w 2000, 2002, 2004 i 2005 roku. Jeszcze gorzej wygląda sytuacja, jeśli chodzi o zwrotność informacji dotyczącej wyniku finansowego – tylko 6 podmiotów, a więc niecałe 20% odpowiedziało wyczerpująco na postawione pytanie. Z uzyskanych danych wynika, że okresem wzrostu przychodów ze sprzedaży był przede wszystkim przedział czasu od 2002 roku do roku 2004. Większość z firm, które udzieliły odpowiedzi na to pytanie, wskazała wzrost przychodów ze sprzedaży właśnie w tych latach. Ten okres był także najbardziej pomyślny z punktu widzenia wyniku finansowego.

Uczestnictwo w klastrze a zachowania internacjonalizacyjne

Rozważania przeprowadzone na początku niniejszego opracowania pokazują, że funkcjonowanie przedsiębiorstwa w klastrze może oddziaływać na jego skłonności internacjonalizacyjne. Autorzy w toku prowadzonych badań również podjęli próbę stwierdzenia, na ile prowadzenie przez badane firmy aktywności w granicach klastra meblarskiego może oddziaływać na ich umiędzynarodowienie.

Z przeprowadzonych badań wynika, że średnio około 65% firm uczestniczących w badaniu prowadzi działalność na rynkach zagranicznych, przy czym przeważająca ich większość pozyskała kontakt z zagranicznym kontrahentem od podmiotu niewchodzącego w skład klastra (por. tab. 1).

W tabeli 2 przedstawiono udział przychodów ze sprzedaży na poszczególne kategorie rynków w przychodach ze sprzedaży ogółem. Okazuje się, że udział eksportu w sprzedaży ogółem w 2006 i 2005 roku oscylował wokół 30%. Jednakże trzeba zauważyć, że wspomnianym średnim towarzyszą duże wartości odchyień standardowych, co wskazuje na dużą rozbieżność danych indywidualnych. Analiza danych zawartych w tabeli 2 prowadzi do wniosku, że najlepsze „wyniki eksportowe” charakteryzowały 2000 rok, potem w latach 2002 i 2004 można zauważyć wyraźne ob-

¹⁷ J. Okrzesik, *Eksporterzy mebli zaciskają zęby...*, Boss-Gospodarka 2001, nr 28, s. 20.

Tabela 1. Prowadzenie aktywności na rynkach zagranicznych i źródło informacji o zagranicznym kontrahencie

Wyszczególnienie	OW	Wyszczególnienie	OW
Firma nie prowadzi działalności na rynkach zagranicznych	35,48	Kontakt z zagranicznym kontrahentem innego uczestnika klastra	12,90
Firma prowadzi działalność na rynkach zagranicznych	64,52	Kontakt z zagranicznym kontrahentem podmiotu spoza klastra	54,84
Brak danych	0	Brak danych	32,26

OW – odsetek wskazań (%)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

niżenie się „aktywności eksportowej” mierzonej średnim udziałem przychodów ze sprzedaży na rynki zagraniczne w przychodach ze sprzedaży ogółem. Choć i ten wniosek należy traktować ostrożnie, gdyż niskim „średnim eksportowym” towarzyszą niższe odsetki wskazań po stronie respondentów. Brak chęci do udzielania odpowiedzi odnośnie do analizowanej kwestii może jednak sugerować, że w tych latach badane firmy rzeczywiście nie najlepiej radziły sobie na rynkach zagranicznych.

Tabela 2. Udział przychodów ze sprzedaży na poszczególne kategorie rynków w przychodach ze sprzedaży ogółem

Rynek	2000			2002			2004			2005			2006		
	OW	ŚR	SDV	OW	ŚR	SDV	OW	ŚR	SDV	OW	ŚR	SDV	OW	ŚR	SDV
Wielkopolska	54,84	38,24	39,1	83,9	38,5	36,90	74,19	24,7	27,13	80,65	23,04	32,27	93,55	31,82	41,68
Reszta Polski	74,19	40,91	37,2	80,7	39,2	33,50	83,87	25,2	28,13	80,65	27,04	38,65	96,77	35,31	41,60
Eksport	80,65	42,16	37,1	54,8	17,1	23,50	87,1	25,3	26,66	93,55	29,30	40,16	96,77	35,31	41,60

OW – odsetek wskazań (%)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

W zestawie rynków zagranicznych badanych firm najważniejsze miejsce zajmuje rynek niemiecki (por. tab. 3). Pozycja druga należy do rynku holenderskiego, a trzecia do rynku czeskiego. W grupie eksporterów były też firmy, które nie podały obsługiwanych przez siebie rynków-krajów, lecz określiły tylko kierunek eksportu, np. Europa Zachodnia.

Przedstawicielom firm postawiono pytanie, jakie znaczenie dla umiędzynarodowienia ich przedsiębiorstwa ma/może mieć formalna/nieformalna kooperacja

Tabela 3. Rynki eksportowe badanych firm

Wyszczególnienie	LW	OW
Niemcy	9	29,03
Holandia	4	12,90
Czechy	3	9,68
Francja	2	6,45
Szwajcaria	2	6,45
Belgia	2	6,45
Austria	2	6,45
Irlandia	1	3,23
Norwegia	1	3,23
Słowenia	1	3,23
Białoruś	1	3,23
Litwa	1	3,23
Słowacja	1	3,23
Wielka Brytania	1	3,23
Brak danych o rynkach	7	22,58

LW – liczba wskazań, OW – odsetek wskazań (%)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

z określonymi podmiotami lokalnymi z Wielkopolski. W tym celu respondenci zostali poproszeni o wykorzystanie pięciostopniowej skali, gdzie 0 oznaczało „bez znaczenia”, 1 – „minimalne znaczenie”, 2 – „średnie znaczenie”, 3 – „duże znaczenie”.

Tabela 4. Znaczenie kooperacji z wybranymi podmiotami dla internacjonalizacji badanych przedsiębiorstw

Podmiot	Odsetek wskazań (%)	ŚR	SDV
1. Konkurenci	87,10	1,78	1,40
2. Organizacje branżowe	83,87	1,77	1,37
3. Dostawcy	83,87	2,04	1,54
4. Klienci	83,87	2,38	1,20
5. Instytucje badawczo-rozwojowe	83,87	1,96	1,48
6. Agencje badania i analizy rynku	83,87	1,65	1,47
7. Jednostki dystrybucyjno-marketingowe	83,87	1,69	1,38
8. Samorząd, inne instytucje	83,87	0,81	1,20
9. Uniwersytet, inne szkoły	83,87	0,88	1,31

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

nie”, 4 – „bardzo duże znaczenie”. Największe znaczenie z punktu widzenia internacjonalizacji ma współpraca z klientami (średnia ocen 2,38) i dalej z dostawcami (średnia 2,04), a najmniejsze kooperacja z samorządem (średnia 0,81). Okazuje się, że współpraca tak z klientami, jak i z dostawcami ma umiarkowane, średnie znaczenie dla umiędzynarodowienia uczestników badanego klastra (tab. 4). Respondenci nie są więc przekonani o silnym, wyraźnym oddziaływaniu ich funkcjonowania w tworzącym się klastrze na ich aktywność w zakresie umiędzynarodowienia.

Wnioski i zalecenia

Wyniki przeprowadzonych badań empirycznych pokazują, że wielkopolskie firmy meblarskie, choć aktywnie umiędzynarodowiają swoją działalność poprzez eksport, nie dostrzegają niestety potencjału, jaki drzemie w strukturze klastrowej i jej wpływie na możliwości szerszej ekspansji zagranicznej. Źródeł takiego stanu rzeczy można doszukiwać się, po pierwsze, w dość nieufnych postawach badanych firm wobec nawiązywania relacji kooperacyjnych z rywalami oraz, po drugie, w tym, że klastery ten właściwie dopiero się tworzy. Mając na uwadze, że branża tworząca rdzeń klastra, czyli branża meblarska, jest w pewnym sensie skazana na eksport, gdyż od wielu lat 80% produkcji jest kierowane za granicę, można sądzić, że powstający w Wielkopolsce klastery meblarski również będzie charakteryzował się wysokim stopniem umiędzynarodowienia. Problemem pozostaje jednak nakłonienie wielkopolskich firm meblarskich do współpracy, która mogłaby sprzyjać ich internacjonalizacji. Współpraca ta wydaje się tym bardziej istotna, że wśród przedsiębiorstw meblarskich w Wielkopolsce przeważają firmy małe i średnie, które z racji mniejszego potencjału konkurencyjnego powinny połączyć siły na etapie zdobywania rynków zagranicznych i kooperować w zakresie np. aktywności eksportowej, wspólnie prowadząc badania rynków zagranicznych i podejmując akcje promocyjno-reklamowe. Internacjonalizacja uczestników klastra jest niezwykle ważna także dlatego, że w Polsce notuje się jeden z najniższych wskaźników zużycia mebli w Europie. Statystyczny Polak wydaje rocznie na meble 21 euro, przy prawie 300 euro wydawanych przez mieszkańców Austrii [De Turck, Kimtsaris 2006]. Wreszcie bliskość kluczowego dla branży meblarskiej rynku niemieckiego jest także sytuacją korzystną z punktu widzenia umiędzynarodowienia firm meblarskich z Wielkopolski.

Zaangażowanie eksportowe polskich producentów mebli należy ocenić pozytywnie, choć warto podkreślić, że również polski rynek jest rynkiem o dużym potencjale rozwojowym. Wzrost realnych dochodów polskiego społeczeństwa pozwala sądzić, że w przyszłości wzrośnie popyt na meble, co dalej mogłoby się przyczynić do dalszej poprawy sytuacji polskich eksporterów. Ich lepsza kondycja finansowa, spowodowana wzrostem wydatków na meble po stronie polskich klien-

tów, umożliwiłaby podjęcie kolejnych działań służących poprawie ich konkurencyjności, a to przysporzyłby środków na jeszcze szerszą internacjonalizację.

Bibliografia

- Brown P., Bell J., *Industrial Clusters and Small Firm Internationalisation*, w: *The Multinational in the Millennium: Companies and Countries*, red. S. Young., N. Hood, Changes and Choices, 27th Annual Conference UK Chapter Academy of International Business, vol. 1, Inglis Allen, Glasgow 2000.
- Buckley P.J., *Foreign Direct Investment by Small and Medium Sized Enterprises: The Theoretical Background*, Small Business Economics 1989, vol. 1.
- Camagni R., *Introduction: from Local 'Milieu' to Innovation Through Cooperation Networks*, w: *Innovation Networks. Spatial Perspectives*, red. R. Camagni, GREMI-Belhaven, London 2001.
- Cavusgil S. T., Nevin J. R., *Internal Determinants of Export Marketing Behaviour: An Empirical Investigation*, Journal of Marketing Research 1981, vol. 18.
- De Turck B., Kimsaris P., *The European Furniture Industry. Draft Strategy*, UEA, Brussels 2006.
- Dimitratos P., Lioukas S., *Destination Country, Business Geographic Location and Firms' Internationalisation Ventures: Evidence from Greece*, 26th EIBA 2000 Annual Conference, CD ROM Proceedings.
- Dunning J.H., *Towards an Eclectic Theory of International Production: Some Empirical Tests*, Journal of International Business Studies 1980, vol. 11, no. 1.
- Gorynia M., Jankowska B., *Koncepcja klastrów jako sposób regulacji zachowań podmiotów gospodarczych*, Ekonomista 2007, nr 3.
- Gorynia M., Jankowska B., *Wpływ klastrów na konkurencyjność i internacjonalizację przedsiębiorstw*, Gospodarka Narodowa 2007, nr 7-8.
- Malecki E., *Technology and Economic Development. The Dynamic of Local, Regional and National Change*, Longman, Harlowe 1991.
- Mariotti S., Piscitello L., *Localized Capabilities and the Internationalization of Manufacturing Activities by SMEs*, Entrepreneurship & Regional Development 2001, vol. 13.
- McConnell J.E., *The Export Decision: An Empirical Study of Firm Behaviour*, Economic Geography 1979, vol. 55, no. 3.
- Oviatt B. M., McDougall P.P., *Challenges for Internationalization Process Theory: The Case of International New Ventures*, Management International Review 1997, vol. 37, special issue: 2.
- Okrzesik J., *Eksporterzy mebli zaciskają zęby...*, Boss-Gospodarka 2001, nr 28.
- Porter M.E., *The Competitive Advantage of Nations*, Macmillan, London 1998.
- Porter M.E., Rivkin J.W., *Activity Systems as Barriers to Imitation*, Working Paper no. 98-066, Harvard Graduate School, University of Warwick 1997.
- Sopas L., „Born” Exporting in Regional Clusters: Preliminary Empirical Evidence, w: *The Multinational in the Millennium: Companies and Countries*, red. S. Young., N. Hood, Changes and Choices, 27th Annual Conference UK Chapter Academy of International Business, Vol. 1, Inglis Allen, Glasgow 2000, za: P. Dimitratos, S. Lioukas, *Destination*

- Country, Business Geographic Location and Firms' Internationalisation Ventures: Evidence from Greece*, 26th EIBA 2000 Annual Conference, CD ROM Proceedings.
- Storper M., *The Resurgence of Regional Economies, Ten Years Later: The Region as a Nexus of Untraded Interdependencies*, *Journal of European Urban and Regional Studies* 1995, vol. 2(3).

Summary

In the well-developed market economies real regulative mechanism differs from the pure, perfect models like the perfect competition. Institutions support and complement the regulative role of neo-classical price system not limiting the role of market. Many streams of economic thought, for instance the new institutional economics, the industrial economics and the evolutionary economics pay attention to the diversity of connections between economic actors. It is suggested that except traditional pure competitive relationships and regulative function of the state, the co-operative relations between companies play very important role. A spectacular example of simultaneous mixing of competitive and co-operative relations and interaction between them is the concept of cluster.

The aim of the paper is the presentation of potential influences of a cluster on the internationalization behavior of participating businesses. The paper is divided into two main parts. The first part is focused on some concepts concerning the subject of clustering and internationalization that are available in the literature. The second part turns the reader's attention to the results of empirical research among furniture companies from Wielkopolska. Those firms are expected to create a furniture cluster in the region.