MIĘDZYNARODOWE STOSUNKI GOSPODARCZE – INTERNACJONALIZACJA I KONKURENCYJNOŚĆ MIĘDZYNARODOWA

WYBRANE PROBLEMY

Studia Ekonomiczne

ZESZYTY NAUKOWE
WYDZIAŁOWE

UNIWERSYTETU EKONOMICZNEGO

W KATOWICACH

MIĘDZYNARODOWE STOSUNKI GOSPODARCZE – INTERNACJONALIZACJA I KONKURENCYJNOŚĆ MIĘDZYNARODOWA

WYBRANE PROBLEMY

Redaktor naukowy
Tadeusz Sporek

Katowice 2012

Komitet Redakcyjny
Krystyna Lisiecka (przewodnicząca), Anna Lebda-Wyborna (sekretarz),
Florian Kuźnik, Maria Michałowska, Antoni Niederliński, Irena Pyka,
Stanisław Swadźba, Tadeusz Trzaskalik, Janusz Wywiał, Teresa Żabińska

Komitet Redakcyjny Wydziału Ekonomii
Stanisław Swadźba (redaktor naczelny), Magdalena Tusińska (sekretarz),
Teresa Kraśnicka, Maria Michałowska

Rada Programowa
Lorenzo Fattorini, Mario Glowik, Miloš Král, Bronisław Micherda,
Zdeněk Mikoláš, Marian Noga, Gwo-Hsiu Tzeng

Redaktor
Jadwiga Popławska-Mszyca

© Copyright by Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach 2012

ISBN 978-83-7875-029-1
ISSN 2083-8611

Wersją pierwotną „Studiów Ekonomicznych” jest wersja papierowa

Wszelkie prawa zastrzeżone. Każda reprodukcja lub adaptacja całości
bądź części niniejszej publikacji, niezależnie od zastosowanej
techniki reprodukcji, wymaga pisemnej zgody Wydawcy

WYDAWNICTWO UNIWERSYTETU EKONOMICZNEGO W KATOWICACH
ul. 1 Maja 50, 40-287 Katowice, tel. 32 257-76-30, fax 32 257-76-43
www.wydawnictwo.ue.katowice.pl, e-mail: wydawnictwo@ue.katowice.pl

SPIS TREŚCI

WSTĘP 9

Andrzej Bajdak
BUDOWANIE RELACJI POLSKICH PRZEDSIĘBIORSTW Z PARTNERAMI BIZNESOWYMI NA RYNKACH KRAJÓW SĄSIEDZKICH 11
Summary 23

Magdalena Kachniewska
WPŁYW KORPORACJI TRANSNARODOWYCH NA KSZTAŁT WSPÓŁCZESNEGO RYNKU TURYSTYCZNEGO 25
Summary 33

Józef Misala, Elżbieta Siek
MIĘDZYNARODOWA ZDOLNOŚĆ KONKURENCYJNA ŚLĄSKA W OKRESIE TRANSFORMACJI 35
Summary 52

Teresa Pakulska
MIASTA XX WIEKU – W POSZUKIWANIU NOWYCH PRZEWAG KONKURENCYJNYCH KORPORACJI TRANSNARODOWYCH 53
Summary 62

Eugeniusz M. Pluciński
KONKURENCYJNOŚĆ POLSKIEGO EKSPORU Z PERSPEKTYWY NOWOCZESNYCH CZYNNIKÓW WYTWÓRCZYCH. WYBRANE ASPEKTY NA PRZYKŁADZIE HANDLU POLSKI Z UE – W TYM Z NIEMCAMI I CZECHAMI 63
Summary 77

Małgorzata Poniatowska-Jaksch
NOWE OBLICZE KAPITAŁU PAŃSTWOWEGO W EKSPANSJI MIĘDZYNARODOWEJ PRZEDSIĘBIORSTWA 79
Summary 86

Maja Szymura-Tyc
UMIĘDZYNARODOWIENIE DZIAŁALNOŚCI B+R JAKO PRZESŁANKA TWORZENIA MIĘDZYNARODOWYCH SIECI INNOWACYJNYCH 87
Summary 98

Dominka Bochańczyk-Kupka
CZYNNIKI KONKURENCYJNOŚCI WYBRANYCH GOSPODAREK PAŃSTW AZJI POŁUDNIOWO-WSCHODNIEJ 99
Summary 108

Eliza Chilimoniuk-Przeździecka
CZYNNIKI LOKALIZACJI INWESTCYJI OFFSHORINGOWYCH W POLSCE NA PRZYKŁADZIE USŁUG BIZNESOWYCH 109
Summary 122

Marta Gancarczyk
STRATEGIE INTERNACJONALIZACJI PRZEDSIĘBIORSTW W KLASTRACH 125
Summary 134

Artur Klimek
REGIONALNA EKSPANSJA KORPORACJI TRANSNARODOWYCH Z WYBRANYCH KRAJÓW EUROPY ŚRODKOWEJ I WSCHODNIEJ 135
Summary 146

Paweł Kulpaka
BEZPOŚREDNIE INWESTCYJE ZAGRANICZNE W WYBRANYCH KRAJACH AZJI WSCHODNIEJ I POŁUDNIOWO-WSCHODNIEJ W OKRESIE KRYZYSU 147
Summary 156

Aleksandra Kuźmińska-Haberla
REZULTATY DZIAŁAŃ POSLKIEJ AGENCJI INFORMACJI I INWESTYCJI ZAGRANICZNYCH S.A. W ZAKRESIE PRZYCIĄGANIA INWESTORÓW ZAGRANICZNYCH W LATACH 2003-2010 – PRÓBA OCENY 157
Summary 167

Bartosz Michalski
ANTYKONKURENCYJNE PRAKTYKI BIZNESOWE W HANDLU MIĘDZYNARODOWYM. TEORETYCZNA ANALIZA PRZYPADKU KARTELI EKSPORTOWYCH 169
Summary 177

Aleksandra Nizielska
DYSTANS PSYCHICZNY WE WSPÓŁCZESNEJ TEORII INTERNACJONALIZACJI PRZEDSIĘBIORSTW 179
Summary 188

Anna Odrobina
PROCES DELOKALIZACJI DZIAŁALNOŚCI BADAWCZO-ROZWOJOWEJ WE WSPÓŁCZESNEJ GOSPODARCE ŚWIATOWEJ 189
Summary 197

Jacek Pera
PROBLEM INTERNACJONALIZACJI W ZAKRESIE MITYGACJI RYZYKA WALUTOWEGO 199
Summary 208

Zbigniew Spyra
STRATEGIE EKSPANSJI ZAGRANICZNEJ POLSKICH PRZEDSIĘBIORSTW JAKO DOSTAWCÓW MAREK WŁASNYCH DLA MIĘDZYNARODOWYCH SIECI HANDLOWYCH 209
Summary 217

Ewelina Szczech-Pietkiewicz
CZYNNIKI DETERMINUJĄCE KONKURENCYJNOŚĆ OBSZARÓW MIEJSKICH 219
Summary 227

Elżbieta Szymańska
KONKURENCYJNOŚĆ POLSKICH GOSPODARSTW TRZODOWYCH NA RYNKU UE 229
Summary 239

Rafał Śliwiński
PODEJŚCIE ZASOBOWE A KLUCZOWE CZYNNIKI MIĘDZYNARODOWEJ KONKURENCYJNOŚCI POLSKICH PRZEDSIĘBIORSTW SZYBKO ROSNĄCYCH 241
Summary 252

Sabina Krawczyk
ANALIZA PORÓWNAWCZA KONKURENCYJNOŚCI GOSPODARKI POLSKI I IRLANDII NA RYNKU ŚWIATOWYM 253
Summary 263

WSTĘP

Prezentowana publikacja Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach jest kontynuacją kolejnej serii wydawniczej pt. „Międzynarodowe stosunki gospodarcze – internacjonalizacja i konurencyjność międzynarodowa", w których znalazła się problematyka odzwierciedlająca zainteresowania autorów temtyką internacjonalizacji oraz konurencyjnością.

Niniejsze opracowanie naukowe jest zbiorem 22 artykułów, w których przeważają tematycznie opracowania poświęcone szerokiej tematyce internacjonalizacji na szczeblu globalnym, regionalnym i przedsiębiorstwa oraz konurencyjności, z dużą możliwością elementów pokrewieństwa. Zasięg tematyczny publikacji obejmuje obszar całego świata i dotyczy praktycznie najważniejszych kontynentów, gdyż autorzy poszczególnych opracowań poruszają ciekawe i aktualne w czasie i przestrzeni zagadnienia międzynarodowe, ważny element funkcjonowania korporacji transnarodowych, bezpośrednich inwestycji zagranicznych na różnych szczeblach.

Wydana publikacja będzie pomocna w pracy naukowo-dydaktycznej. Skorzystać z niej moga studenci kierunku międzynarodowych stosunków gospodarczych, ekonomii międzynarodowej wszystkich płaszczyzn o charakterze interdyscyplinarnym, jak również słuchacze studiów podyplomowych i doktoranckich. Opracowanie spełnia również pozytywną funkcję informacyjną przez omawianie ważnych i aktualnych zagadnień międzynarodowych stosunków gospodarczych z początku XX wieku, które nie są dostępne w literaturze przedmiotu.

Powrót do wydawnictwa publikacji naukowych na macierzystej uczelni w formie Studiów Ekonomicznych zatytułowanych „Ekonomia" z podtytułem „Międzynarodowe stosunki gospodarcze" Katedra Międzynarodowych Stosunków Ekonomicznych uważa za swój priotytet.

Tadeusz Sporek

Andrzej Bajdak
Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

BUDOWANIE RELACJI POLSKICH PRZEDSIĘBIORSTW Z PARTNERAMI BIZNESOWYMI NA RYNKACH KRAJÓW SĄSIEDZKICH

Wprowadzenie

Coraz więcej polskich przedsiębiorstw dostrzega w internacjonalizacji[1] szanse rozwoju oraz osiągnięcia przewagi konkurencyjnej i angażuje się w operacje na rynkach zagranicznych. Podjęcie działalności gospodarczej poza granicami kraju wiąże się z uprzednim wyborem konkretnych rynków zagranicznych, na których owa działalność będzie realizowana. Ekspansja przestrzenna może przybrać formę, ekspansji: koncentrycznej, selektywnej i wyspowej[2]. Analiza struktury geograficznej polskiego handlu zagranicznego pozwala przypuszczać, że w strategiach marketingowych polskich eksporterów często występuje pierwsza z tych form, polegająca na poszerzaniu terytorialnych granic pola rynkowego o rynki bezpośrednio przylegające do dotychczasowego obszaru oddziaływania przedsiębiorstwa. W praktyce oznacza to, że wybór rynków zagranicznych, które mają być obszarem działalności gospodarczej polskich podmiotów bardzo często sprowadza się do wyboru rynku lub rynków krajów sąsiedzkich. Zastosowanie w praktyce danego sposobu ekspansji wiąże się z oceną atrakcyjności rynków mających być obszarem ekspansji. W przypadku krajów sąsiedzkich o ich atrakcyjności z punktu widzenia polskich przedsiębiorstw może decydować nie tylko wielkość, pojemność i chłonność danego rynku, ale także bliskość w wymiarze geograficznym i kulturowym. Powodzenie w działalności

[1] W niniejszym opracowaniu przez pojęcie internacjonalizacji rozumie się każdy rodzaj działalności gospodarczej podejmowanej przez przedsiębiorstwo za granicą. Por. J. Rymarczyk: Internacjonalizacja przedsiębiorstwa. PWE, Warszawa 1996, s. 17.

[2] Strategie marketingowe eksporterów. Red. A. Czubała, R. Niestrój, J.W. Wiktor. Fundacja UE, Kraków 2010, s. 66.

gospodarczej na rynkach krajów sąsiedzkich zależy w dużej mierze od umiejętności nawiązywania i utrzymywania przez przedsiębiorstwa trwałych relacji z zagranicznymi partnerami biznesowymi (klientami, dostawcami, pośrednikami, kooperantami). Zainteresowanie problematyką długookresowych powiązań między firmami pojawiło się na przełomie lat 70. i 80. XX wieku. Jego efektem jest m.in. marketing relacji, którego podstawową ideę stanowi kreowanie i utrzymywanie długookresowych więzi z klientami i innymi uczestnikami rynku w celu dostarczania klientom coraz większych korzyści i satysfakcji. Wcześniej, w tradycyjnym marketingu, skupiano się głównie na analizie poszczególnych transakcji, natomiast niewiele miejsca poświęcano całokształtowi relacji między firmami. Prowadzone badania dowiodły, że podmioty utrzymujące długookresowe relacje z innymi uczestnikami rynku czerpią z nich wiele korzyści, m.in. potrafią przezwyciężyć bieżące trudności i nieporozumienia.

Celem opracowania jest przedstawienie aktywności polskich przedsiębiorstw w zakresie budowania relacji z partnerami biznesowymi na rynkach krajów sąsiedzkich oraz opinii menedżerów na temat trudności towarzyszących temu zjawisku w zależności od kraju, w którym funkcjonuje dany partner.

Internacjonalizacja ma swój wymiar mikroekonomiczny odnoszący się do działalności przedsiębiorstw oraz makroekonomiczny dotyczący całej gospodarki[3]. Podjęcie problemu budowania przez polskie przedsiębiorstwa relacji z partnerami biznesowymi na rynkach krajów sąsiedzkich skłania do wcześniejszego ukazania wymiany handlowej Polski z tymi krajami, a szczególnie znaczenia krajów sąsiedzkich z punktu widzenia polskiego eksportu i importu oraz znaczenia Polski z punktu widzenia polskiego eksportu i importu krajów sąsiedzkich. Obraz wymiany handlowej Polski z krajami sąsiedzkimi zbudowany na podstawie danych statystycznych udostępnianych przez GUS stanowić będzie tło dla rozważań ukazujących problemy budowania relacji polskich przedsiębiorstw z partnerami biznesowymi z krajów sąsiedzkich, których podstawą są wyniki badań bezpośrednich zrealizowanych wśród 600 polskich przedsiębiorstw zaangażowanych w proces internacjonalizacji[4]. Strukturę procentową próby ze względu na dominujący profil działalności oraz wielkość zatrudnienia w badanych firmach przedstawia tabela 1.

---

[3] P. Pietrasieński: Międzynarodowe strategie marketingowe. PWE, Warszawa 2005, s. 15.

[4] W artykule wykorzystano wybrane wyniki badań bezpośrednich zrealizowanych w 2009 roku przez zespół pracowników Katedry Badań Rynkowych i Marketingowych UE w Katowicach. Badania zostały zrealizowane na próbie 600 celowo wybranych przedsiębiorstw z województwa śląskiego. Wstępnym kryterium doboru jednostki do próby było występowanie w przedsiębiorstwie jakiejkolwiek formy internacjonalizacji w ciągu roku poprzedzającego rok przeprowadzenia badań.

Tabela 1

Struktura procentowa próby

Dominujący profil działalności badanych firm			
Produkcja	Usługi	Handel	Produkcja/handel/usługi
34,9	16,8	34,3	14,0
Wielkość zatrudnienia w badanych firmach			
0-9	10-50	51-250	Pow. 250
8,2	46,8	30,9	14,1

Źródło: Badania statutowe Katedry Badań Rynkowych i Marketingowych UE w Katowicach.

Z zawartych w tabeli 1 danych wynika, że w próbie dominowały małe i średnie przedsiębiorstwa zajmujące się głównie produkcją lub handlem.

1. Wymiana handlowa Polski z krajami sąsiedzkimi

Polska posiada granice lądowe z siedmioma krajami: Niemcami, Republiką Czeską, Słowacją, Litwą, Rosją, Białorusią i Ukrainą, spośród których cztery pierwsze, podobnie jak Polska, są krajami członkowskimi Unii Europejskiej, natomiast trzy kolejne jej wschodnimi sąsiadami. Łączny udział wszystkich tych krajów, w tym Polski, w światowym eksporcie wynosił w 2009 roku 15,56%, a w imporcie 12,77%, przy czym dominującą rolę w eksporcie i imporcie odgrywały Niemcy, które do 2008 roku były największym na świecie eksporterem towarów. Po spadku eksportu w 2009 roku o ok. 18% straciły swą przewagę na rzecz Chin[5]. O skali wymiany handlowej Niemiec świadczy fakt, iż wartość polskiego importu i eksportu stanowi odpowiednio jedynie 16,2% wartości importu tego kraju oraz 12,1% wartości eksportu. Polska zarówno pod względem wartości eksportu, jak i importu zajmuje w rozpatrywanej grupie krajów trzecie miejsce za wymienionymi już Niemcami i Rosją (tabela 2). Warto przy tym zauważyć, że poza Niemcami tylko Polska i Rosja posiadają w tym gremium udział w światowym eksporcie i imporcie przekraczający jeden punkt procentowy.

[5] http://www.mg.gov.pl/Wspolpraca+z+zagranica/Wspolpraca+gospodarcza+Polski+z+krajami+UE+i+EFTA /niemcy.htm

Tabela 2

Udział Polski i krajów ościennych w światowym handlu zagranicznym w 2009 roku

Wyszczególnienie	Import		Eksport	
	w mln dol. USA	w %	w mln dol. USA	w %
Świat	11 738 447[a]	100,00	11 636 842[a]	100,00
Polska	149 570	1,28	136 641	1,18
Białoruś	28 569	0,25	21 304	0,19
Litwa	18 341	0,16	16 496	0,15
Niemcy	926 154	7,89	1 120 666	9,63
Republika Czeska	105 256	0,90	113 175	0,98
Rosja	167 411	1,43	301 656	2,60
Słowacja	54 807	0,47	55 549	0,48
Ukraina	45 436	0,39	39 703	0,35

[a] Szacunki ONZ.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: www.stat.gov.pl (statystyka międzynarodowa, dane statystyczne o krajach).

Kraje sąsiedzkie mają znaczny udział w polskim handlu zagranicznym. W 2009 roku w przypadku importu udział ten wynosił 38,3%, a w przypadku eksportu jeszcze więcej, bo 42,6% (tabela 3). Podobnie jak w skali światowej, tak i w odniesieniu do wymiany handlowej Polski z sąsiadami dominującą pozycję zajmują Niemcy. Od dawna są pierwszym partnerem handlowym Polski, a przystąpienie Polski do Unii Europejskiej znacznie zdynamizowało tę wymianę. Udział Niemiec w polskim eksporcie ogółem sięga 26,2%, a w imporcie 22,4%. Na drugim miejscu w imporcie Polski znajduje się Rosja mająca udział na poziomie 8,5%, a na trzecim Republika Czeska – 3,6%. W przypadku eksportu, Republika Czeska jest na drugim miejscu znacznie wyprzedzając Rosję. Stosunkowo małą rolę w Polskiej wymianie handlowej odgrywają Litwa i Białoruś.

Tabela 3

Udział krajów sąsiedzkich w polskim handlu zagranicznym w 2009 roku

Wyszczególnienie	Import		Eksport		Saldo
	w tys. dol. USA	w %	w tys. dol. USA	w %	
1	2	3	4	5	6
Polska ogółem	149 569 836	100,0	136 641 305	10,0	– 12 928 531
Białoruś	818 495	0,5	1 213 793	0,9	+ 395 298
Litwa	799 128	0,5	1 662 124	1,2	+ 862 997
Niemcy	33 418 473	22,4	35 679 585	26,2	+ 2 261 113

cd. tabeli 3

1	2	3	4	5	6
Republika Czeska	5 399 556	3,6	8 005 680	5,8	+ 2 606 124
Rosja	12 834 406	8,5	5 015 150	3,7	– 7 819 256
Słowacja	3 054 176	2,0	3 131 917	2,3	+ 77 741
Ukraina	1 153 103	0,8	3 433 197	2,5	+ 2 280 094
Kraje sąsiedzkie ogółem	57 477 337	38,3	58 141 446	42,6	X

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: Rocznik statystyczny handlu zagranicznego. GUS, Warszawa 2010, s. 112-114.

Dla pełnego obrazu wymiany handlowej Polski z krajami sąsiedzkimi należy jeszcze przedstawić rolę Polski w eksporcie i imporcie tych krajów. Okazuje się, że Polska jest liczącym się źródłem importu dla Litwy, Republiki Czeskiej i Ukrainy, natomiast znacznie mniejszą rolę jako dostawca odgrywa w przypadku Rosji i Niemiec (tabela 4).

Tabela 4

Udział Polski w handlu zagranicznym krajów ościennych w 2009 roku

Wyszczególnienie	Udział w imporcie w %	Udział w eksporcie w %
Białoruś	4,25	3,85
Litwa	9,10	4,85
Niemcy	3,86	2,99
Republika Czeska	7,61	4,77
Rosja	3,00	4,26
Słowacja	5,72	5,50
Ukraina	7,56	2,91

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: www.stat.gov.pl (statystyka międzynarodowa, dane statystyczne o krajach).

Inaczej przedstawia się sytuacja w odniesieniu do eksportu krajów sąsiedzkich. Polska jest ważnym importerem z punktu widzenia gospodarek Słowacji, Litwy, Republiki Czeskiej i Rosji. Relatywnie mniejszą rolę odgrywa w eksporcie Ukrainy i Niemiec.

2. Działalność gospodarcza badanych przedsiębiorstw na rynkach krajów sąsiedzkich

Przedsiębiorstwa objęte badaniem bezpośrednim są obecne na rynkach wszystkich krajów sąsiedzkich, przy czym niezależnie od dominującego profilu działalności najwięcej z nich prowadzi działalność gospodarczą na terenie Niemiec, a w dalszej kolejności Republiki Czeskiej i Słowacji (tabela 5). Dużą popularność Republiki Czeskiej i Słowacji wśród badanych firm tłumaczą zaprezentowane wyżej dane statystyczne, ale także fakt, iż w badaniu bezpośrednim uczestniczyły przedsiębiorstwa zlokalizowane na terenie województwa śląskiego graniczącego z obu tymi krajami. Bliskość geograficzna tych rynków pozwala wielu przedsiębiorstwom realizować wspomnianą we wstępie strategię ekspansji koncentrycznej. Dodatkowym powodem dużego zainteresowania tymi rynkami jest fakt, że wiele miast i gmin województwa śląskiego wchodzi w skład trzech euroregionów powstałych na granicy polsko-słowacko-czeskiej, tj. Euroregionu Beskidy, Euroregionu Silesia oraz Euroregionu Śląsk Cieszyński[6]. Jednym z celów powstania tych euroregionów jest ich rozwój gospodarczy aktywizowany szczególnie przez budowanie transgranicznych powiązań kooperacyjnych.

Tabela 5

Obecność badanych przedsiębiorstw na rynkach krajów sąsiedzkich

Wyszczególnienie	Ogólnie		Dominujący profil działalności badanych firm							
			produkcja		usługi		handel		PPHU	
	l. odp.	w %	l. odp.	w %	l. odp.	w %	l. odp.	w %	l. odp.	w %
1. Niemcy	389	64,7	142	67,6	64	63,4	129	62,6	54	64,3
2. Czechy	277	46,1	109	51,9	42	41,6	84	40,8	42	50,0
3. Słowacja	148	24,6	62	29,5	20	19,8	48	23,3	18	21,4
4. Ukraina	88	14,6	35	16,7	5	5,0	33	16,0	15	17,9
5. Rosja	85	14,1	47	22,4	9	8,9	18	8,7	11	13,1
6. Litwa	50	8,3	18	8,6	5	5,0	21	10,2	6	7,1
7. Białoruś	17	2,8	6	2,9	1	1,0	6	2,9	4	4,8

Źródło: Badania statutowe Katedry Badań Rynkowych i Marketingowych UE w Katowicach.

[6] http://www.mrr.gov.pl/rozwoj_regionalny/polityka_regionalna/euroregiony/strony/euroregiony.aspx

Znacznie mniej badanych przedsiębiorstw prowadzi działalność gospodarczą na rynkach przylegających do wschodniej granicy Polski, zwłaszcza na Białorusi. Uogólniając można stwierdzić, że badane przedsiębiorstwa znacznie częściej prowadzą działalność na rynkach krajów sąsiedzkich należących do Unii Europejskiej niż funkcjonujących poza jej granicami. Wyjątkiem od tej reguły jest Litwa, która pod względem liczby ludności i wartości PKB jest najmniejszym sąsiadem Polski.

3. Partnerzy biznesowi, z którymi badane przedsiębiorstwa budują trwałe relacje oraz jakość tych relacji

Realizacja celów na rynkach zagranicznych wymaga od przedsiębiorstw nawiązania, a następnie utrzymywania trwałych relacji z partnerami biznesowymi. Długoterminowe, zyskowne relacje traktowane jako więzi między uczestnikami rynku, oparte na wzajemnym zaufaniu, zrozumieniu i lojalności, stanowią cel marketingu relacji[7]. Z badań wynika, że trwałe relacje łączą badane przedsiębiorstwa głównie z klientami, dostawcami i pośrednikami w handlu (tabela 6). Rzadsze natomiast są relacje z kooperantami[8]. W dużej mierze wynika to z faktu, że badane przedsiębiorstwa wykorzystują głównie proste formy internacjonalizacji, tzn. eksport pośredni i bezpośredni oraz import bezpośredni.

Tabela 6

Partnerzy biznesowi z rynków zagranicznych, z którymi badane przedsiębiorstwa najczęściej łączą trwałe relacje

Wyszczególnienie	Ogółem		Dominujący profil działalności badanych firm							
			produkcja		usługi		handel		PPHU	
	l. odp.	w %	l. odp.	w %	l. odp.	w %	l. odp.	w %	l. odp.	w %
1. Klienci	395	65,7	158	75,2	71	70,3	108	52,4	58	69,0
2. Dostawcy	385	64,1	128	61,0	45	44,6	153	74,3	59	70,2
3. Pośrednicy	218	36,3	94	44,8	33	32,7	56	27,2	35	41,7
4. Kooperanci	94	15,6	35	16,7	20	19,8	22	10,7	17	20,2

Źródło: Ibid.

[7] Relacje podmiotów rynkowych w warunkach zmian. Red. K. Bilińska-Reformat. Placet, Warszawa 2009, s. 60-62.

[8] Podobne ustalenia wyniknęły z badań zrealizowanych przez pracowników Katedry Badań Rynkowych i Marketingowych wspólnie z kolegami z Uniwersytetu Masaryka w Brnie, Uniwersytetu Technicznego w Brnie oraz Uniwersytetu M. Bela w Banskiej Bystrzycy. Por. Relationship Marketing In Micro and Small Enterprises and Local Authorities – International Comparison. Red. A. Bajdak, R. Lukasova. AE, Katowice 2009, s. 135.

Rodzaj partnerów, z którymi badane przedsiębiorstwa najczęściej utrzymują trwałe relacje jest związany z profilem ich działalności. Z badań wynika, że przedsiębiorstwa produkcyjne budują trwałe relacje najczęściej z klientami i dostawcami, przedsiębiorstwa usługowe przede wszystkim z klientami, a przedsiębiorstwa handlowe z dostawcami.

W kontekście procesów budowania trwałych relacji z partnerami biznesowymi istotna jest także ich jakość, oceniana według takich kryteriów, jak zaufanie, zaangażowanie i satysfakcja[9]. Wyniki przeprowadzonych badań pokazują, że przedsiębiorstwa są w zasadzie usatysfakcjonowane jakością relacji z partnerami z krajów sąsiedzkich, przy czym szczególnie satysfakcjonująca jest jakość relacji z partnerami z Niemiec, Republiki Czeskiej, Białorusi i Słowacji. Około 2/3 badanych firm oceniło jakość tych relacji w odniesieniu do każdego z czterech wymienionych krajów jako bardzo dobrą lub dobrą.

Tabela 7

Jakość relacji badanych firm z partnerami biznesowymi z krajów sąsiedzkich

Kraj	Firmy oceniające jakość relacji jako bardzo dobra lub dobra	
	liczba wskazań	w %
Białoruś	13	76,5
Litwa	26	52,0
Niemcy	307	78,9
Republika Czeska	215	77,6
Rosja	47	55,3
Słowacja	107	72,3
Ukraina	44	50,0

Źródło: Ibid.

W przypadku pozostałych krajów odsetek przedsiębiorstw wystawiających najwyższe oceny był niższy, ale w żadnym przypadku nie był niższy niż 50%.

4. Trudności w budowaniu trwałych relacji z partnerami biznesowymi z krajów sąsiedzkich

Odmienność otoczenia na rynkach zagranicznych może utrudniać budowanie trwałych relacji z działającymi na nich partnerami. Z przeprowadzonych rozpoznań wynika jednak, że dla blisko połowy pytanych firm budowanie takich

[9] W. Ulaga, A. Eggert: Relationship Value and Relationship Quality. Broadening the Nomological Network of Business-to-Business Relationship. „European Journal of Marketing" 2006, Vol. 40, No. 3/4, s. 315.

relacji na rynkach zagranicznych nie różni się pod względem stopnia trudności od budowania długotrwałych relacji na rynku krajowym, a dla co dziesiątej jest to nawet łatwiejsze (tabela 8).

Tabela 8

Ocena trudności w budowaniu trwałych relacji z partnerami krajowymi i zagranicznymi

Wyszczególnienie	Ogółem		Dominujący profil działalności badanych firm							
			produkcja		usługi		handel		PPHU	
	l. odp.	w %	l. odp.	w %	l. odp.	w %	l. odp.	w %	l. odp.	w %
Jest trudniejsze niż z partnerami krajowymi	231	38,4	84	40,0	38	37,6	77	37,4	32	38,1
Jest prostsze niż z partnerami krajowymi	68	11,3	23	11,0	5	5,0	34	16,5	6	7,1
Jest tak samo trudne/proste jak na rynku krajowym	295	49,1	101	48,1	58	57,4	90	43,7	46	54,8
Brak odpowiedzi	7	1,2	2	1,0	0	0,0	5	2,4	0	0,0

Źródło: Ibid.

Trudność lub łatwość budowania trwałych relacji z partnerami biznesowymi zależy od kraju, w którym te relacje są nawiązywane, przy czym badania pokazują, że nie jest możliwe jednoznaczne zakwalifikowanie danego kraju do grupy krajów, w których budowanie trwałych relacji z partnerami biznesowymi jest trudne lub łatwe. Ten sam kraj może być zaliczony przez część respondentów do grona krajów, w których budowanie trwałych relacji jest stosunkowo łatwe, podczas gdy inni będą przeciwnego zdania. Przykładowo, przeszło 27% respondentów uznało Niemcy za kraj, w którym budowanie trwałych relacji z partnerami jest najłatwiejsze, natomiast ok. 23%, że najtrudniejsze. Oznacza to, że na danym rynku niektóre polskie przedsiębiorstwa napotykają wyraźne trudności w budowaniu trwałych relacji z partnerami, podczas gdy inne radzą sobie z tym znacznie lepiej. Są jednak kraje, w stosunku do których opinie przedsiębiorstw odnośnie do trudności budowania trwałych relacji z partnerami biznesowymi są bardziej jednoznaczne. Wśród siedmiu krajów sąsiedzkich, w których budowanie trwałych relacji z partnerami jest najtrudniejsze na trzech pierwszych miejscach znalazły się kraje spoza UE, tj. Białoruś, Rosja i Ukraina uzyskując odpowiednio 76,5%, 64,7% i 46,6% wskazań (tabela 9). Natomiast

najwięcej wskazań w rankingu krajów, w których najłatwiej jest budować trwałe relacje z partnerami na dwóch pierwszych miejscach znalazły się: Słowacja (42%) i Republika Czeska (41,1%).

Tabela 9

Kraje sąsiedzkie, w których najtrudniej lub najłatwiej jest budować trwałe relacje z partnerami (wskazania w % w stosunku do liczby firm działających na tych rynkach)

Najtrudniej		Najłatwiej	
Kraj	%	kraj	%
1. Białoruś	76,5	1. Słowacja	42,6
2. Rosja	64,7	2. Republika Czeska	41,1
3. Ukraina	46,6	3. Litwa	28,0
4. Niemcy	22,6	4. Niemcy	27,5
5. Litwa	14,0	5. Ukraina	20,5
6. Słowacja	8,8	6. Białoruś	17,6
7. Republika Czeska	8,3	7. Rosja	10,6

Źródło: Ibid.

Na trudność lub łatwość budowania relacji z zagranicznymi partnerami biznesowymi wpływają z pewnością charakteryzujące ich cechy. Spośród ośmiu najczęściej wymienianych cech (sympatyczni i życzliwi, elastyczni, solidni, terminowi, profesjonalni, bardzo wymagający, trudni w negocjacjach, nieprzewidywalni) dwie zostały przypisane niemal wszystkim sąsiadom Polski (tabela 10).

Tabela 10

Najczęściej wymieniane cechy charakteryzujące partnerów biznesowych z krajów sąsiedzkich

Wyszczególnienie	Sympatyczni i życzliwi	Elastyczni	Solidni	Terminowi	Profesjonalni	Bardzo wymagający	Trudni w negocjacjach	Nieprzewidywalni
Niemcy			X	X	X			
Republika Czeska	X			X	X			
Słowacja	X	X		X				
Ukraina	X			X				X
Rosja	X			X			X	X
Litwa	X		X	X	X			
Białoruś	X		X			X		

Źródło: Katedra Badań Rynkowych i Marketingowych UE w Katowicach.

Pierwsza z nich opisująca partnerów jako sympatycznych i życzliwych przypisana została wszystkim krajom z wyjątkiem Niemiec. Natomiast druga mówiąca o terminowości nie została przypisana jedynie Białorusi. Białoruś jawiąca się jako kraj, w którym najtrudniej jest budować trwałe relacje z partnerami zyskała taki wizerunek ze względu na bardzo duże wymagania stawiane partnerom. Z kolei cechą, która zaważyła na postrzeganiu Rosji i Ukrainy jako krajów, w których trudno jest budować trwałe relacje z partnerami biznesowymi jest nieprzewidywalność ich zachowań. Partnerzy z Rosji określani byli dodatkowo jako trudni w negocjacjach, co również utrudnia budowanie dobrych relacji. Zupełnie inaczej odbierane są przedsiębiorstwa zza południowej granicy Polski. Partnerów z Republiki Czeskiej poza tym, że są uważani za sympatycznych i życzliwych wyróżnia dodatkowo, podobnie jak Niemców i Litwinów, profesjonalizm, a więc cecha budząca zwykle szacunek partnera. Natomiast Słowaków, którzy są odbierani jako sympatyczni i życzliwi charakteryzuje także bliska naturze polaków elastyczność.

5. Oczekiwanie pomocy ze strony instytucji państwowych i samorządowych przez przedsiębiorstwa zainteresowane rozwojem relacji z partnerami biznesowymi z krajów sąsiedzkich

Polskie przedsiębiorstwa są zainteresowane dalszą penetracją rynków krajów sąsiedzkich. Wydawałoby się, że rynki te są już bardzo dobrze znane polskim przedsiębiorstwom, tymczasem wiele badanych firm oczekuje wsparcia informacyjnego w odniesieniu do tych rynków ze strony powołanych do tego celu instytucji państwowych i samorządowych. Firmy produkcyjne, handlowe i o mieszanym profilu działalności najczęściej oczekują pomocy w odniesieniu do rynków: rosyjskiego, ukraińskiego i niemieckiego, natomiast firmy usługowe: niemieckiego, czeskiego i ukraińskiego (tabela 11). Generalnie uwagę zwraca relatywnie duże zainteresowanie badanych firm rynkami wschodnich sąsiadów Polski.

Tabela 11

Odsetek firm oczekujących pomocy instytucji państwowych i samorządowych w rozwijaniu działalności gospodarczej na obszarze krajów sąsiedzkich w %

Wyszczególnienie	Ogółem	Dominujący profil działalności badanych firm			
		produkcja	usługi	handel	PPHU
1	2	3	4	5	6
1. Ukraina	22,0	23,3	17,8	23,8	19,0

cd. tabeli 11

1	2	3	4	5	6
2. Rosja	21,5	26,7	16,8	18,4	21,4
3. Niemcy	19,1	17,1	18,8	20,9	20,2
4. Republika Czeska	13,3	9,5	18,8	13,1	16,7
5. Białoruś	12,5	11,4	12,9	11,7	16,7
6. Słowacja	11,8	9,5	12,9	12,6	14,3
10. Litwa	9,0	7,1	10,9	9,7	9,5

Źródło: Ibid.

W pierwszej kolejności przedsiębiorstwa oczekują stałego dostępu do aktualnych informacji charakteryzujących interesujące je rynki. Informacje te stanowią podstawę badań strukturalnych, których celem jest udzielenie odpowiedzi m.in. na pytanie, które rynki sąsiedzkie są szczególnie atrakcyjne z punktu widzenia danego przedsiębiorstwa i czy istnieją formalnoprawne ograniczenia w prowadzeniu działalności gospodarczej na tych rynkach. W drugiej kolejności przedsiębiorstwa są zainteresowane dostępem do stale aktualizowanych informacji o potencjalnych partnerach biznesowych na tych rynkach, przy czym informacje te powinny odnosić się zarówno do rynków, które obecnie są terenem wzmożonej penetracji ze strony polskich przedsiębiorstw, jak i do rynków, które mogą stać się takimi w przyszłości.

Zakończenie

Znaczna część polskiego eksportu i importu przypada na kraje sąsiedzkie, przy czym najbardziej liczącą się pozycję w tej grupie zajmują Niemcy, Republika Czeska i Rosja. Polskie przedsiębiorstwa starają się budować trwałe relacje z partnerami biznesowymi z tych krajów, zwłaszcza z klientami, dostawcami i pośrednikami. Poszczególne rynki krajów sąsiedzkich są jednak różnie postrzegane przez polskich menedżerów. Na niektórych z nich budowanie trwałych relacji z partnerami przebiega łatwiej na innych z kolei trudniej. Najłatwiej przychodzi polskim przedsiębiorstwom budowanie trwałych relacji z partnerami zza południowej granicy, tj. z podmiotami z Republiki Czeskiej i Słowacji. Prawdopodobnie wpływa na to odczuwana bliskość kulturowa i językowa. Najtrudniej z kolei jest budować takie relacje z partnerami z Rosji i Ukrainy, głównie z powodu nieprzewidywalności ich zachowań. W przypadku partnerów z krajów sąsiedzkich należących do UE problemy w zakresie budowania trwałych relacji występują także, ale ich skala jest znacznie mniejsza niż w przy-

padku wschodnich sąsiadów i nie wynika z nieprzewidywalności zachowań partnera. Powodem trudności jest często brak wystarczającej wiedzy menedżerów na temat różnic kulturowych występujących na obszarze Europy oraz umiejętności pracy i komunikowania się w środowisku wielokulturowym. Generalnie jednak jakość relacji z partnerami z krajów sąsiedzkich oceniana jest wysoko, co pozwala przypuszczać, że tendencja do rozwijania kontaktów biznesowych z partnerami z krajów sąsiedzkich będzie się nadal utrzymywać. Tezę tę wzmacnia dodatkowo fakt, że wiele polskich firm nadal oczekuje pomocy ze strony instytucji państwowych i samorządowych zajmujących się wspieraniem działalności przedsiębiorstw na rynkach zagranicznych w odniesieniu do krajów sąsiedzkich.

Literatura

Pietrasieński P.: Międzynarodowe strategie marketingowe, PWE, Warszawa 2005.
Relacje podmiotów rynkowych w warunkach zmian. Red. K. Bilińska-Reformat. Placet, Warszawa 2009.
Relationship Marketing In Micro and Small Enterprises and Local Authorities – International Comparison. Red. A. Bajdak , R. Lukasova. AE, Katowice 2009.
Rocznik statystyczny handlu zagranicznego. GUS, Warszawa 2010.
Rymarczyk J.: Internacjonalizacja przedsiębiorstwa. PWE, Warszawa 1996.
Strategie marketingowe eksporterów. Red. A. Czubała, R. Niestrój, J.W. Wiktor. Fundacja UE, Kraków 2010.
Ulaga W., Eggert A.: Relationship Value and Relationship Quality. Broadening the Nomological Network of Business-to-Business Relationship. „European Journal of Marketing" 2006, Vol. 40, No. 3/4.
www.mg.gov.pl
www.mrr.gov.pl
www.stat.gov.pl

BUILDING THE RELATIONSHIPS OF POLISH ENTERPRISES WITH BUSINESS PARTNERS ON MARKETS OF NEIGHBOURING COUNTRIES

Summary

An important place in the process of internationalization of Polish enterprises occupy markets in neighboring countries. The benefits of doing business in these markets largely depend on the ability to build by the enterprises long-lasting relations

with business partners. Polish companies take such tests at the same time encountering various difficulties. The type and the scale of these problems depend on the country where the partner works. But generally Polish companies well assess the quality of relationships with business partners from neighboring countries.

Magdalena Kachniewska
Szkoła Główna Handlowa w Warszawie

WPŁYW KORPORACJI TRANSNARODOWYCH NA KSZTAŁT WSPÓŁCZESNEGO RYNKU TURYSTYCZNEGO

Wprowadzenie

Polaryzacja rynku turystycznego, spowodowana ekspansją korporacji transnarodowych, wywołuje istotne przeobrażenia w zakresie dynamiki konkurencji i zmienia uwarunkowania konkurencyjności przedsiębiorstw. Korporacje turystyczne decydują o wielkości i kierunku przepływu strumieni ruchu turystycznego oraz o strukturze podaży. Ze względu na szczególne cechy popytu turystycznego przeobrażenia te wywierają wpływ na konkurencyjność miast i regionów, a w regionach słabiej rozwiniętych gospodarczo prowadzą do rozwoju tzw. kolonizacji turystycznej i monokultury turystycznej.

Celem opracowania jest identyfikacja wymienionych zjawisk oraz wskazanie wpływu, jaki dominacja korporacji transnarodowych wywiera na pozycję małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP) turystycznych w warunkach globalizacji.

1. Globalizacja i polaryzacja rynku turystycznego

Oprócz powszechnie wymienianych sił sprawczych globalizacji (rewolucja technologiczna, przemiany kulturowe, prawne i polityczne) turystyka podlega działaniu dodatkowych czynników, do których należą:

- zastosowanie komputerowych systemów informacji i rezerwacji oraz globalnych systemów dystrybucji (GDS),
- alianse strategiczne i fuzje wzmacniające tempo globalizacji rynku turystycznego,
- innowacje dające korporacjom przewagę nad MŚP,

– malejące koszty przelotów lotniczych i silna konkurencja sprzyjające obniżaniu cen i włączaniu do światowego ruchu turystycznego coraz szerszych grup nabywców,
– pojawianie się nowych obszarów recepcji turystycznej (ORT), których gwarantami sukcesu są inwestorzy wywodzący się z grupy światowych graczy, posiadający unikatowe kompetencje w zakresie marketingu międzynarodowego.

Nasileniu omawianych procesów sprzyja wdrożenie nowoczesnych technologii informatycznych i bezpośredniego marketingu turystycznego[1]. Wśród przejawów globalizacji sektora turystycznego wymienić należy:
– nasilenie (międzynarodowej) konkurencji,
– powszechną tendencję do łączenia kapitałów (integracja pionowa i horyzontalna, fuzje i alianse strategiczne towarzystw lotniczych, hoteli i touroperatorów),
– powstawanie i globalną ekspansję sieci franczyzowych,
– liberalizację rynku turystycznego,
– standaryzację (unifikację) oferty przedsiębiorstw turystycznych.
– wirtualizację podmiotów turystycznych i budowanie organizacji sieciowych,
– tworzenie podwalin globalnej polityki turystycznej,
– pojawienie się globalnej koncepcji rozwoju zrównoważonego turystyki.

Tabela 1

Wymiary globalizacji branży turystycznej

Wymiar	Główne procesy
1	2
Przestrzeń	Rozwój transportu, wzrost mobilności turystów, „kurczenie się" świata, globalna lokalizacja działalności, plasowana w najkorzystniejszej strefie łańcucha wartości.
Sfera produktowa	Nasilające się tendencje w kierunku standaryzacji oferty i tworzenia tzw. produktu globalnego.
Finanse i kapitał	Deregulacja rynków finansowych i międzynarodowa mobilność kapitału finansowego i rzeczowego, wywołujące wzrost liczby fuzji i przejęć. W odniesieniu do korporacji transnarodowych (KTN) centralizacja dyspozycji zasobami kapitału w skali międzynarodowej.
Rynek pracy	Globalny zasięg konkurencji wywołany swobodą transgranicznego przepływu ludzi i towarów.
Zachowania rynkowe przedsiębiorstw	Stosowanie globalnych strategii konkurencji i marketingu. Integracja działalności na skalę światową, globalne poszukiwanie komponentów i partnerów, wzrost liczby aliansów strategicznych.

[1] Przeobrażenia struktury rynku w największym stopniu dotknęły agencje turystyczne, które w dotychczasowym kształcie coraz trudniej bronią swego miejsca w turystycznym łańcuchu wartości. Więcej patrz np. Tourism Distribution Channels: Practices, Issue and Transformations. Red. D. Buhalis, E. Laws. Continuum, London 2001.

cd. tabeli 1

1	2
Technologia, organizacja pracy	Dyfuzja i rozpowszechnienie w skali międzynarodowej metod organizacji i zarządzania, m.in. w zakresie kultury organizacyjnej, kultury pracy, technologii organizacji, zarządzania, świadczenia usług. Rozwój technologii informacji i telekomunikacji, rozwój globalnych sieci, wirtualizacja zarządzania przedsiębiorstwem, tworzenie struktur sieciowych.
Kultura i styl życia	Ogólnoświatowa dyfuzja, rozpowszechnianie, często uniformizacja modeli konsumpcji, stylu życia, sposobu spędzania wolnego czasu itp. Transplantacja dominujących stylów życia. Zrównanie modeli konsumpcji. Wzrost roli mediów.
Regulacje prawne i polityka	Zmniejszona rola rządów narodowych i parlamentów. Próby stworzenia nowej generacji przepisów i instytucji globalnych rządów.
Postrzeganie i świadomość	Społeczno-kulturowe procesy skoncentrowane na „Jednej Ziemi". Ruch globalistyczny. Obywatele świata.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: A. Masłowski: Przejawy globalizacji na rynku usług hotelarsko-gastronomicznych. WSHiFM, Warszawa 2005, s. 2.

Konkurencja na rynku turystycznym dotyczy trzech grup podmiotów:
- przedsiębiorstw turystycznych poszczególnych państw (w tym MŚP),
- korporacji transnarodowych (KTN),
- obszarów recepcji turystycznej (ORT).

Uwarunkowania konkurencyjności tych podmiotów podlegają dwóm ważnym zjawiskom. Pierwszym jest szczególny związek występujący między konkurencyjnością obszarów i działających w nich przedsiębiorstw. Drugim jest nasilający się dualizm (polaryzacja) rynku turystycznego. Polega on na liczebnej dominacji MŚP[2] oraz jednoczesnej przewadze kapitału i zdolności marketingowych KTN[3]. Wtórnym przejawem polaryzacji jest pojawianie się na rynku turystycznym „nowych" ORT, kreowanych przez korporacje turystyczne.

W globalizującym się świecie tradycyjne (głównie europejskie) obszary turystyczne i działające w ich obrębie MŚP oraz niezależne (pozasieciowe) przedsiębiorstwa nie zawsze radzą sobie z nowymi wyzwaniami, nie potrafią organizować działalności na szeroką skalę ani zadbać o właściwy zakres promocji i poziom konkurencyjności. Niski poziom integracji i specjalizacji regionów oraz niedostateczny stopień współpracy między przedsiębiorcami oraz firmami i administracją lokalną, a także brak umiejętności włączenia się w globalne łańcuchy wartości prowadzą do spadku ich obrotów i udziału w rynku. „Stare" obszary turystyczne z trudem konkurują z wyłaniającymi się „nowymi" destynacjami turystycznymi, nie potrafiąc odnaleźć swojego miejsca w nowych struk-

[2] 60-90% przedsiębiorstw działających w sektorze hotelarstwa i biur podróży to mikroprzedsiębiorstwa, zatrudniające do 9 osób. W obrębie Unii Europejskiej 94,4% przedsiębiorstw sektora HoReCa to mikroprzedsiębiorstwa. W dużych firmach UE znajduje zatrudnienie zaledwie 17,2% pracowników branży turystycznej. (OECD, CFE/TOU/2005/4).

[3] Ponad połowa światowych obrotów turystycznych należy do KTN. Ibid.

turach konsumpcji i wykorzystać szans, jakie stwarza globalizacja (pozyskania nowych konsumentów i zaspokajania nowych rodzajów potrzeb turystycznych związanych z charakterem współczesnego popytu)[4].

2. Wpływ korporacji transnarodowych na pozycję małych i średnich przedsiębiorstw turystycznych

Coraz częściej przetrwanie współczesnych przedsiębiorstw zależy od elastyczności i szybkości działania, innowacyjności oraz umiejętności zdobywania przewagi konkurencyjnej. Przedmiotem rywalizacji są nie tylko rynki zbytu, ale także rynki pracy i dostęp do atrakcyjnych regionów turystycznych (np. w hotelarstwie, gdzie kluczowe znaczenie ma lokalizacja przedsiębiorstwa).

MŚP i KTN nie działają w izolacji. Korzyści skali – nieodstępne turystycznym MŚP – są źródłem przewagi kosztowej KTN, która rzutuje na wszystkie pozostałe obszary konkurowania (dostęp do nowoczesnych technologii, efektywność ich zastosowania, szybszy zwrot inwestycji w tym zakresie, poprawa zdolności organizacyjnych i operacyjnych, możliwości finansowania działań w zakresie doskonalenia zasobów pracy, jakości obsługi i wyposażenia obiektów, dostęp do informacji, możliwości marketingowe – w tym prowadzenie badań rynkowych). Największą przewagę daje korporacjom możliwość wywierania wpływu na otoczenie oraz wyszukiwanie i zajmowanie najdogodniejszych miejsc w globalnym łańcuchu wartości[5].

Słaba pozycja MŚP na światowym rynku turystycznym w dużym stopniu stanowi spuściznę chaotycznego rozwoju turystyki w latach 60. i 70. XX wieku oraz braku zainteresowania zmianami zachodzącymi w otoczeniu przedsiębiorstw turystycznych (tabela 2).

Tabela 2

Historyczne uwarunkowania niskiej konkurencyjności MŚP turystycznych

Uwarunkowania zewnętrzne	Uwarunkowania wewnętrzne
1	2
Nieprzewidywalna sytuacja rynkowa w krajach emisji ruchu turystycznego (sytuacja ekonomiczna, kurs wymiany walut, relacje cenowe, trendy w zakresie sposobów spędzania wolnego czasu, preferencje i wymagania).	Nieefektywne sposoby zarządzania. Brak nowoczesnych systemów zarządzania.

[4] A. Alcouffe, F. Coulomb: Small and Medium-sized Business in European Tourism Sector. OECD, Touluse, Paris 1993, s. 19.

[5] M. Kachniewska: Uwarunkowania konkurencyjności przedsiębiorstwa hotelowego. SGH, Warszawa 2009, s. 86.

cd. tabeli 2

1	2
Różnice w ścieżkach rozwoju „starych" i „nowych" obszarów koncentracji ruchu turystycznego.	Brak „podejścia menedżerskiego".
Rozwój gospodarki krajowej (znaczący wzrost produktywności pozostałych rodzajów działalności gospodarczej, wzrost kosztów).	Problemy związane z kwestią dziedziczenia przedsiębiorstw (kontynuacji działalności).
Rozwój różnych rodzajów działalności powiązanych z turystyką, a coraz częściej także substytucyjnych względem niej (transport, kultura, handel, rekreacja, agrobiznes itd.).	Niedostateczny poziom zdolności przywódczych menedżerów/właścicieli.
Rozwój technologiczny.	Problemy związane z zarządzaniem przez jakość.
	Brak koncepcji rozwoju produktu (starzenie się produktów).
	Nieumiejętność wykorzystywania okazji rynkowych (koszty utraconych korzyści). Brak nowoczesnej strategii rozwoju, umiejętności pozycjonowania firm i produktów, internacjonalizacji działalności itp.
	Niewłaściwa polityka inwestycyjna lub całkowity brak nowych inwestycji.
↓	↓
Konieczność dostosowania do wymagań otoczenia.	Potrzeba natychmiastowej restrukturyzacji i reorganizacji procesów wewnętrznych.

Źródło: K. Weiermair : Improvements in Competitiveness for Tourism Enterprises through New Forms and Regimes of Governance. Seminar on Tourism Policy and Economics Growth, Berlin, 6-7 March 2001, s. 4.

Do słabych stron MŚP należy też zaliczyć brak dostępu do kapitału, nieznajomość zasad korzystania z funduszy strukturalnych, brak strategii rozwoju firmy, doświadczenia i niski poziom wiedzy ekonomicznej przedsiębiorców[6]. Rosnąca aktywność przedsiębiorstw globalnych penetrujących rynki lokalne praktycznie nie napotyka oporu lokalnych przedsiębiorstw, często po raz pierwszy stykających się z rzeczywistą konkurencją. W tej sytuacji restrukturyzacja biznesu, reorganizacja funkcji organizacyjnych i zarządczych w zakresie sprzętu, technologii, oprogramowania i zasobów ludzkich stają się warunkiem przetrwania poszczególnych firm. Walka o przetrwanie „tradycyjnych" (zwykle niewielkich, często rodzinnych) przedsiębiorstw turystycznych w zasadzie rozpoczęła się dopiero w latach 80. i opiera się przede wszystkim na poszukiwaniu nowych czynników produkcji i powiązaniach z branżami pokrewnymi turystyce, w ramach rozwoju całych ORT i/lub klastrów turystycznych. W omawianym

[6] A. Wolak-Tuzimek: Makroekonomiczne warunki funkcjonowania MŚP. W: Teoria i praktyka ekonomii a konkurencyjność gospodarowania. Difin, Warszawa 2006, s. 191.

okresie upowszechnieniu uległo zastosowanie technologii informatycznych i komunikacyjnych, w tym CRS i DIS[7], tworzenie stron internetowych nawet najmniejszych (mikro) przedsiębiorstw turystycznych oraz rozwój wspomaganych komputerowo systemów kreowania pakietów turystycznych. UE zamierza wspomagać małe firmy poprzez ułatwienie im dostępu do rynku kapitałowego i czynników produkcji, działania na rzecz ograniczenia ryzyka kursowego, zwiększone transfery z funduszy strukturalnych, ułatwienie dostępu do nowych technologii, zwiększenie stabilności przepisów prawnych oraz likwidację barier celnych. Komitet Turystyki OECD wyraził jednak obawy, że europejskie MŚP muszą liczyć się jednocześnie z zagrożeniami, których źródłem jest właśnie polityka UE. Należą do nich np. nadmierne regulacje prawne, wprowadzenie nowych standardów jakości i nowe, zbiurokratyzowane procedury i zawiłości prawne.

3. „Nowe" obszary recepcji turystycznej jako efekt ekspansji korporacji transnarodowych

Dynamiczny rozwój korporacji transnarodowych w turystyce stanowi zagrożenie nie tylko dla MŚP, ale także dla obszarów recepcji turystycznej. Zarządzanie ofertą turystyczną regionu to szczególnie złożone zagadnienie, ponieważ wymaga umiejętnego rozwiązywania konfliktów między bardzo różnorodnymi grupami interesu, w tym co najmniej lokalnych mieszkańców, administracji i przedsiębiorców, oraz ochrony tych walorów, które decydują o atrakcyjności turystycznej, a zarazem właśnie w wyniku rozwoju ruchu turystycznego mogą ulec szczególnie szybkiej dewastacji.

Warto zwrócić uwagę na dwa najpoważniejsze (silnie ze sobą skorelowane) następstwa ekspansji terytorialnej korporacji transnarodowych: kolonizację turystyczną oraz tzw. monokulturę turystyczną.

Przedmiotem kolonizacji turystycznej mogą być zarówno obszary, które historycznie posiadały funkcje rolnicze, rybackie, małomiasteczkowe lub nawet przemysłowe, ale uległy przekształceniu pod wpływem nasilonej funkcji turystycznej (inwestycje adaptacyjne, przestrzeń asymilacyjna), jak i jednostki powstałe na tzw. surowym korzeniu, czyli wybudowane z myślą i przeznaczeniem do pełnienia szeroko pojętych funkcji turystycznych. Ten typ morfologiczny osadniczej jednostki turystycznej może powstawać samoistnie (osadnictwo letniskowe), ale na poziomie globalnym zainteresowanie budzić powinny inwestycje korporacji transnarodowych. Izolacja geograficzna takich osad zazwyczaj sprzyja przemyślanej, planowej ich budowie, ale wiąże się nieuchronnie ze zjawiskiem izolacji społecznej, co sprawia, że jednostki takie często nabierają cha-

[7] Computer Reservation Systems (komputerowe systemy rezerwacji) i Destination Information Systems (systemy informacji o obszarach docelowych ruchu turystycznego).

rakteru tzw. gett turystycznych, łagodniej określanych mianem „wiosek wakacyjnych". Ich efektywność ekonomiczna wielokrotnie przekracza efektywność inwestycji adaptacyjnych, ponieważ nie wymaga łagodzenia konfliktów z mieszkańcami lokalnymi, a jednorazowa zgoda władz na budowę wioski wakacyjnej praktycznie zapewnia całkowitą kontrolę inwestora nad danym obszarem. Skupieni na jego terenie turyści nie mają do czynienia z ludnością miejscową (nie licząc pracowników obsługi), co pozwala zapewnić im większe bezpieczeństwo fizyczne i finansowe oraz zmniejsza koszty organizacji pobytu. „Tradycyjne" miejscowości turystyczne (zlokalizowane głównie w Europie) nie dają ani takich możliwości organizacyjnych, ani tak wysokiej stopy zwrotu, toteż okazują się znacznie mniej konkurencyjne cenowo dla potencjalnych turystów.

Kolonizacja turystyczna jest jednym z najpoważniejszych zagrożeń dla tradycyjnych ORT, nawet jeśli dostarcza zunifikowanego i wysoce skomercjalizowanego produktu. Konkurencyjność cenowa tej oferty, jej wysoki standard oraz kompetencje korporacji w zakresie marketingu miejsc powodują diametralną zmianę struktury ruchu turystycznego w skali świata i przesunięcie całych jego strumieni w kierunku nowo kreowanych obszarów turystycznych. Tradycyjne obszary turystyczne pozbawione odpowiednich nakładów na marketing i niemające dostępu do korzyści skali, mało konkurencyjne cenowo, mogą liczyć jedynie na niepowtarzalność walorów turystycznych (często niewystarczającą) i lokalizację względem rynków emisji ruchu turystycznego. Jednak malejące koszty transportu lotniczego czynią tę drugą przewagę coraz bardziej wątpliwą. Ograniczona pojemność opracowania nie pozwala omówić ekologicznych, kulturowych czy społecznych następstw kolonizacji ani monokultury turystycznej, ale w obszarze ekonomii ważnym zjawiskiem związanym nieuchronnie z kolonizacją jest tzw. monokultura turystyczna. Zwykliśmy ją wiązać z krajami wyspiarskimi lub niewielkimi państwami, które poza rozwojem turystyki nie posiadają w zasadzie żadnej możliwości rozwoju gospodarczego. Należą do nich słynne „raje turystyczne", np. Seszele, Antyle, Maledywy, Hawaje i Karaiby. Często występuje tam zjawisko podwójnej monokultury, gdyż poza uzależnieniem od jednej branży gospodarki (czyli turystyki) terytoria te zależne są od strumienia turystów pochodzących z jednego tylko państwa (np. Wyspy Bahama czy Hawaje uzależnione są praktycznie wyłącznie od rynku amerykańskiego).

Najważniejsze zagrożenia dla gospodarki uzależnionej od eksportu produktu turystycznego to:

- wahania koniunktury zależnie od nasilenia lub osłabienia strumienia turystów,
- uzależnienie od sytuacji ekonomicznej rynków pochodzenia turystów, a także od importu urządzeń, sprzętu turystycznego (monokultury turystyczne zazwyczaj nie są w stanie samodzielnie rozwijać podaży turystycznej),

– niebezpieczeństwo odpływu części dochodów uzyskanych z tytułu eksportu turystycznego na skutek mniejszego lub większego udziału kapitału obcego w produkcji usług turystycznych,
– w przypadku załamania się eksportu turystycznego – brak środków na zapewnienie niezbędnego importu.

Trwałość monokultur turystycznych jest zazwyczaj pochodną faktu, że inicjatorem ich dynamicznego rozwoju są korporacje zainteresowane transferem zysków do kraju swego pochodzenia. Powoduje to brak środków na aktywizację innych niż turystyka form działalności gospodarczej. Z kolei w dziedzinie turystyki możliwości pojawienia się konkurencji są znikome – drobni wytwórcy usług turystycznych (piloci, przewodnicy, właściciele miejscowych atrakcji turystycznych, animatorzy) nie mają najmniejszych szans konkurowania z touroperatorami i raczej upatrują swojej szansy w umiejętnym włączeniu się w łańcuch wartości globalnego gracza.

Zakończenie

Na poziomie turystyki międzynarodowej korporacje transnarodowe tworzą nowe rynki i nowe produkty, wywierają zasadniczy wpływ na wielkość i kierunek strumieni ruchu turystycznego, potrafią skutecznie kształtować i kreować potrzeby turystyczne, wyznaczać poziom jakości oferty, obsługi, wyposażenia, organizacji i zarządzania, które przybierają postać globalnych standardów. Stosowane przez nie strategie konkurencji pozwalają także maksymalnie wykorzystać lokalny potencjał i innowacje. KTN wykazują większe zdolności innowacyjne i organizacyjne niż przedsiębiorstwa pozasieciowe i mają dostęp do zaawansowanych, nowoczesnych systemów zarządzania.

Obserwowana w ciągu ostatnich dwudziestu lat poprawa relacji między jakością a ceną[8] usług turystycznych jest również zasługą KTN (przede wszystkim touroperatorów, łańcuchów hotelowych i przewoźników lotniczych), łączących zdolność do osiągania korzyści skali ze świadomością wagi stosowania standardów operacyjnych i standardów obsługi. Wspomniana poprawa przypisywana jest nasilającej się konkurencji, która najsilniej i najszybciej daje się odczuć przedsiębiorstwom prowadzącym działalność ponadnarodową. W zaistniałych warunkach jedyną szansą na przetrwanie niezależnych przedsiębiorstw turystycznych jest włączenie w struktury łańcucha wartości globalnych graczy, skłonnych do wydzielenia części swoich działań drogą outsourcingu.

[8] W zakresie niektórych rynków branżowych poprawa relacji między jakością a ceną jest też wynikiem deregulacji. Dotyczy to np. transportu lotniczego (pojawienie się tanich przewoźników lotniczych).

Kolejnym efektem ekspansji KTN w turystyce jest zmiana struktury światowego ruchu turystycznego: dominacja turystyki masowej, zorganizowanej, kierowanej bezpośrednio do nowych obszarów recepcji turystycznej. Zjawisko to służy umocnieniu pozycji KTN (korzyści skali) i stawia w niekorzystnej sytuacji tradycyjne ORT. Odbywa się często kosztem eksploatacji skolonizowanych obszarów turystycznych, których istnienie uzależnione jest od strumieni ruchu turystycznego, kontrolowanych przez korporacje. Oznacza to, że kształtująca się oligopolistyczna struktura podaży turystycznej tworzy trudne środowisko funkcjonowania małego biznesu turystycznego, ale, poprzez korzystną relację jakości do ceny, służy egalitaryzacji ruchu turystycznego.

Literatura

Alcouffe A., Coulomb F.: Small and Medium-sized Business in European Tourism Sector. OECD, Touluse, Paris 1993.

Kachniewska M.: Uwarunkowania konkurencyjności przedsiębiorstwa hotelowego. SGH, Warszawa 2009.

Masłowski A.: Przejawy globalizacji na rynku usług hotelarsko-gastronomicznych. WSHiFM, Warszawa 2005.

Tourism Distribution Channels: Practices, Issue and Transformations. Red. D. Buhalis, E. Laws. Continuum, London 2001.

Weiermair K.: Improvements in Competitiveness for Tourism Enterprises through New Forms and Regimes of Governance. Seminar on Tourism Policy and Economics Growth, Berlin, 6-7 March 2001.

Wolak-Tuzimek A.: Makroekonomiczne warunki funkcjonowania MŚP. W: Teoria i praktyka ekonomii a konkurencyjność gospodarowania. Difin, Warszawa 2006.

THE INFLUENCE OF TRANSNATIONAL CORPORATIONS ON THE CONTEMPORARY TOURISM MARKET

Summary

The study seeks to investigate the new configurations and management techniques used by transnational corporations (TNC) and their influence on the contemporary tourism market. Information technologies allow important players in the global value chain to achieve and capture productivity gains and respond to the pressure of financial markets for increased return on invested capital. The possibilities of managing similar effectiveness is much beyond the possibilities on SMEs. These capabilities are used

by TNC to outsource and downsize some of their in-house activities whilst still managing them as components of the company value chain. In such circumstances SMEs get their only chance to survive.

Józef Misala
Szkoła Główna Handlowa w Warszawie
Politechnika Radomska

Elżbieta Siek
Politechnika Radomska

MIĘDZYNARODOWA ZDOLNOŚĆ KONKURENCYJNA ŚLĄSKA W OKRESIE TRANSFORMACJI

Wprowadzenie

Śląsk to geograficzny region i historycznie ukształtowana kraina położona w dorzeczu górnej i środkowej Odry oraz początkowego biegu Wisły. Na terenie współczesnej Polski chodzi o obszar obejmujący trzy województwa, a mianowicie dolnośląskie, opolskie i śląskie. Do Śląska należą także skrawki współczesnych Niemiec (tzw. Śląsk Łużycki) oraz skrawki Republiki Czeskiej (tzw. Śląsk Morawski).

Celem opracowania jest analiza kształtowania się międzynarodowej zdolności konkurencyjnej polskiej części Śląska oraz sformułowanie pewnych wniosków dla polityków gospodarczych tej części Śląska i nie tylko. Po przedstawieniu zarysu odpowiednich podstaw teoretycznych omówiono kształtowanie się międzynarodowej zdolności konkurencyjnej na tle całej Polski oraz śląskich województw, ze szczególnym uwzględnieniem okresu transformacji. Rozważania te stanowią podstawę do wnioskowania na przyszłość.

1. Zarys teoretycznych podstaw analizy

Historia ludzkości, w tym historia Śląska, nie jest rozpoznana do końca i zapewne pozostanie fascynującą zagadką przez wiele jeszcze lat. Wiadomo jednak, że gospodarowanie sprowadzało się zawsze i sprowadza się do dziś do rozwiązywania swoistego problemu między różnorodnymi, coraz bardziej rosnącymi i zdywersyfikowanymi potrzebami z jednej strony, a mniej lub bardziej ograniczonymi, szeroko rozumianymi zasobami – z drugiej. Wiadomo

wreszcie, że w procesie owego gospodarowania konkurowano i konkuruje się nadal z innymi regionami i ich grupami po to, aby uzyskać możliwie największe korzyści z szeroko rozumianego społecznego podziału pracy, w tym także z wymiany międzyregionalnej i międzynarodowej. Współcześnie dysponujemy już zresztą relatywnie dużym, odpowiednim dorobkiem teoretycznym. Chodzi o dorobek dotyczący teorii i polityki konkurencyjności regionalnej oraz międzyregionalnej, której autorzy wykorzystują wiele z dorobku teorii i polityki konkurencyjności na innych szczeblach, a zwłaszcza makroekonomicznym.

Określenie konkurencyjność regionów (regional competitiveness) jest jednym z często używanych pojęć we współczesnej literaturze fachowej z zakresu szeroko rozumianych międzynarodowych stosunków gospodarczych, zwanych też ekonomią międzynarodową (international economics). Jest to zarazem pojęcie wielowymiarowe i wieloaspektowe, często zresztą mylone z innymi. Niezbędne wydaje się zatem bliższe jego wyjaśnienie, co uczyniono niżej opierając się na dotychczasowym dorobku z zakresu teorii i polityki międzynarodowej konkurencyjności typu mikro, makro i mega[1]. W każdym razie warto przede wszystkim odróżnić i bardziej precyzyjnie określić dwa pojęcia, a mianowicie zdolność konkurencyjną regionu (regional competitive ability) i konkurencyjność regionu sensu stricto (regional competitiveness sensu stricto).

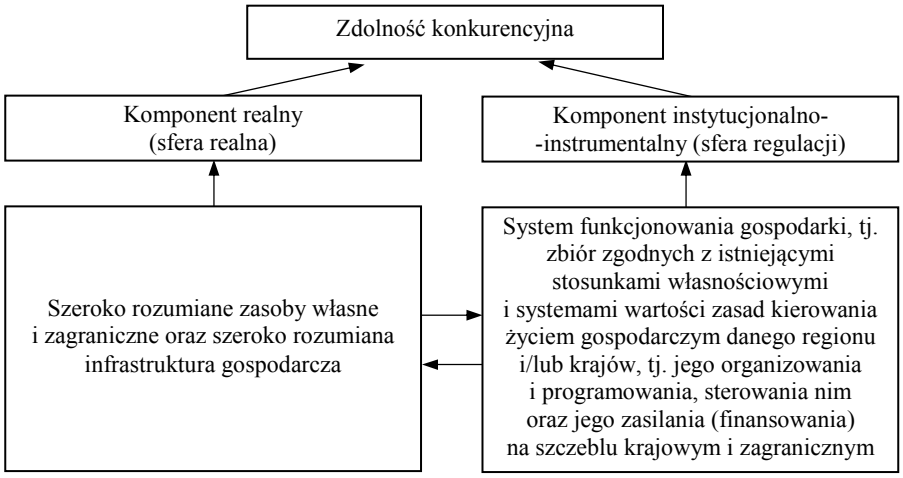
Pod pojęciem zdolność konkurencyjna regionu rozumie się swego rodzaju „siłę ognia" danego regionu (np. województwa śląskiego) w rywalizacji o korzyści płynące z rozwoju szeroko rozumianej wymiany gospodarczej z otoczeniem. Ogólny cel wykorzystywania owej „siły ognia" jest oczywisty i można go traktować jako wielkość stałą. Zmieniają się jednak szeroko rozumiane uwarunkowania jej tworzenia i wykorzystywania. W związku z tym zdolność konkurencyjna regionu – obojętnie jak definiowanego – ma charakter względny w trojakim co najmniej sensie: po pierwsze – w stosunku do innych regionów, po drugie – w stosunku do osiągniętego poziomu rozwoju oraz po trzecie – w stosunku do charakterystycznych dla danego etapu rozwoju cech konkurencji międzynarodowej i międzyregionalnej[2].

---

[1] Na te tematy zob. szerzej m.in. w: Międzynarodowa konkurencyjność gospodarki i przedsiębiorstw. Wyzwania dla Polski u progu XXI wieku. Red. J.W. Bossak, W. Bieńkowski. SGH, Warszawa 2001 i 2004; T.J. Hämälläinen: National Competitiveness and Economic Growth. The Changing Determinants of Economic Performance in the World Economy. Edward Elgar, Cheltenham 2003; R.J. Martin: A Study on the Factors of Regional Competitivenss. University of Cambridge, Cambridge 2005; J. Misala: Historia rozwoju teorii i polityki konkurencyjności międzynarodowej. SGH, Warszawa 2009; Idem: Międzynarodowa konkurencyjność gospodarki narodowej. PWE, Warszawa 2011.

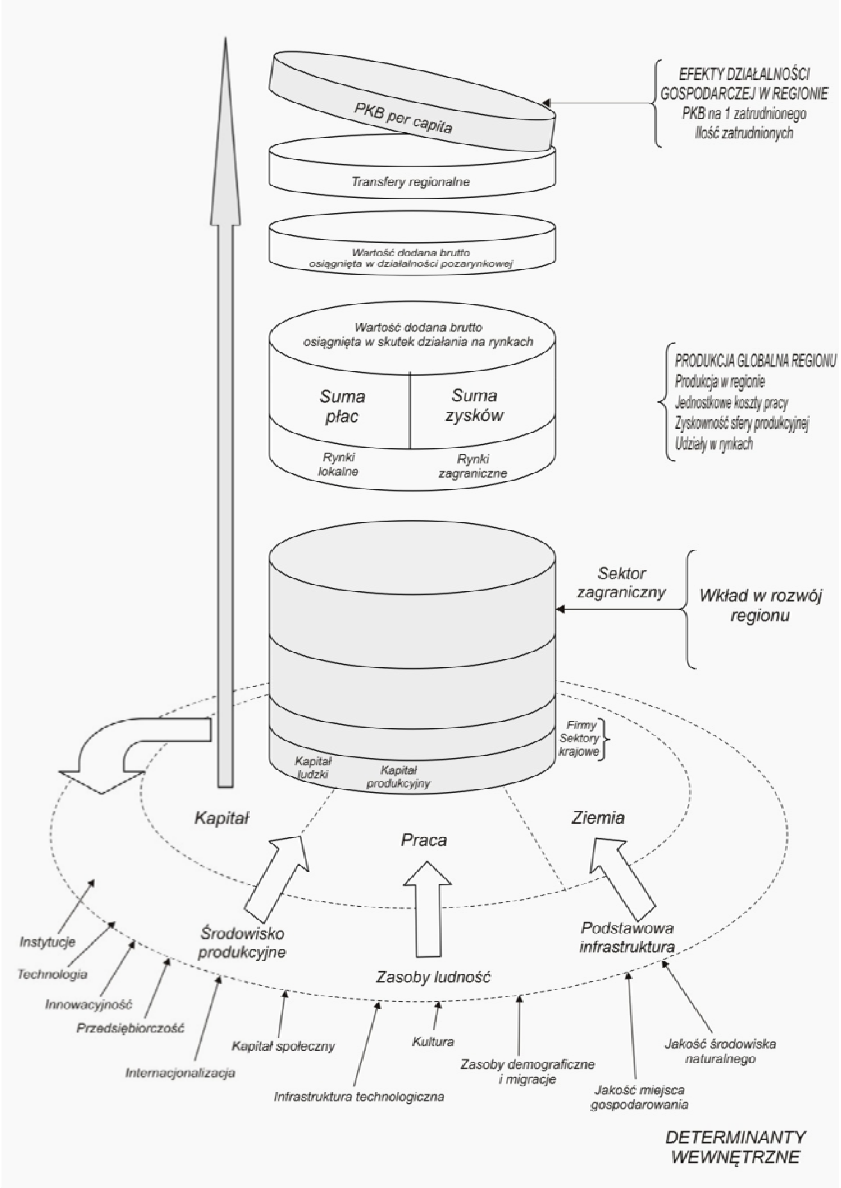
[2] W polskiej literaturze fachowej można się czasami spotkać z nieco odmiennymi podejściami do omawianych zagadnień. Konkurencyjność regionów. Red. M. Klamut. AE, Wrocław 1999; K. Gawlikowska-Hueckel, S. Umiński: Handel zagraniczny województwa pomorskiego w latach 2000-2006. Urząd Marszałkowski Województwa Pomorskiego, Gdańsk 2008; E. Szafranek: Determinanty konkurencyjności regionów. Ujęcie teoretyczne i empiryczne. Studia i Monografie. Uniwersytet Opolski, Opole 2010, nr 443.

Na gruncie ściśle teoretycznym można wyróżnić dwa zasadnicze zmieniające się komponenty zdolności konkurencyjnej danego regionu w sensie owej „siły ognia". Chodzi z jednej strony o komponent realny, rozumiany jako sfera realna, z drugiej zaś o komponent instytucjonalno-instrumentalny, rozumiany jako ustrój gospodarczy (system funkcjonowania gospodarki) kraju i/lub krajów – miejsca położenia danego regionu (rys. 1).



Rys. 1. Komponenty zdolności konkurencyjnej regionu i wzajemne współzależności

Jest sprawą oczywistą, że z punktu widzenia kształtowania się zdolności konkurencyjnej danego regionu istotne znaczenia ma każdy z wyżej wymienionych komponentów oraz jego części składowych, włącznie z takimi często niedocenianymi, jak chociażby klimat, infrastruktura twarda (np. drogi, mosty, porty) oraz miękka (np. połączenia telekomunikacyjne), normy etyczne i moralne czy religia. Co więcej, owe komponenty i ich części składowe są w każdym momencie wzajemnie zależne i współzależne. Współcześnie tych części składowych (czynników determinujących zdolność konkurencyjną regionu) jest wiele. Wskazuje na to m.in. R.I. Martin na rysunku, którego zawartość określa nieco mylnym, ale zarazem barwnym i sugestywnym tytułem „Kapelusz konkurencyjności regionalnej" (The regional competitiveness hat). Jest to niewątpliwie tytuł barwny i sugestywny, a zarazem mylący, gdyż w gruncie rzeczy autorowi chodzi o czynniki determinujące zdolność konkurencyjną regionu i podstawowe jej efekty (rys. 2).

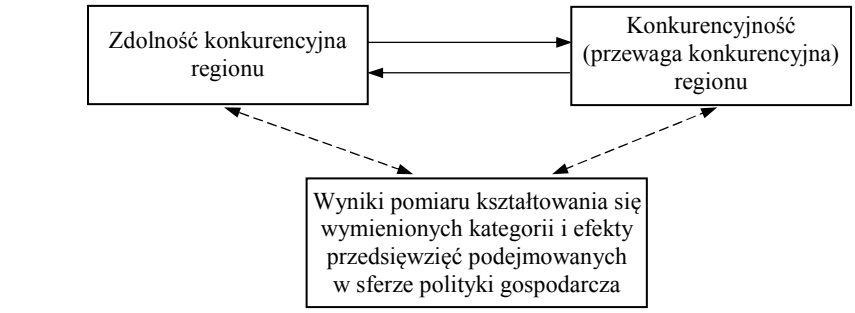


Rys. 2. Czynniki determinujące i efekty zdolności konkurencyjnej regionu

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: R.J. Martin: A Study on the Factors of Regional Competitivenss. University of Cambridge, Cambridge 2005.

Od pojęcia zdolność konkurencyjna regionu warto – jak się wydaje – zdecydowanie odróżniać pojęcie konkurencyjność regionu lub ściślej – konkurencyjność regionu sensu stricto (regional competitiveness sensu stricto) w tym znaczeniu, że stanowi ona tylko część składową szeroko rozumianej i nie w pełni jeszcze zdefiniowanej międzynarodowej konkurencyjności danego regionu (np. województwa śląskiego), jego subregionów i gospodarujących tam różnego rodzaju podmiotów gospodarczych. Innymi słowy, pod pojęciem konkurencyjności regionu sensu stricto można rozumieć aktualny stan i kierunki zmian realnego i instytucjonalno-instrumentalnego komponentu zdolności konkurencyjnej danego kraju w walce o korzyści z uczestnictwa w społecznym (w tym międzynarodowym) podziale pracy lub inaczej – ujmując zagadnienie obrazowo – aktualny stan i kierunki zmian „siły oraz skuteczności ognia" w rywalizacji o te korzyści. Tak rozumianą konkurencyjność danego analizowanego regionu można też określać zamiennie mianem jego przewagi konkurencyjnej nad innymi (regional competitive advantage) rezygnując przy tym, w celu uproszczenia, z systematycznego wskazywania na to, iż chodzi o konkurencyjność regionu sensu stricto.

Podobnie jak w przypadku zdolności konkurencyjnej regionu, również jego konkurencyjność sensu stricto (swego rodzaju bieżąca i w dużym stopniu mierzalna przewaga konkurencyjna) ma charakter dynamiczny i względny. Jej istotną cechą charakterystyczną jest wskazywanie na wykorzystywanie w analizowanym okresie poszczególnych elementów komponentu realnego i komponentu instytucjonalno-instrumentalnego zdolności konkurencyjnej na różnego typu rynkach (także nieformalnych), włącznie z rywalizacją o kształtowanie tych rynków. Względnie intensywniejsze wykorzystywanie w danym regionie owych elementów jest zazwyczaj równoznaczne ze wzrostem poziomu jego konkurencyjności (przewagi konkurencyjnej) oraz korzystnymi jej zmianami, natomiast osłabienie intensywności ich wykorzystywania można traktować jako przejawy ujawniania się przeciwnych tendencji. W tym sensie, na gruncie ściśle teoretycznym można mówić o występowaniu określonych związków między kształtowaniem się zdolności konkurencyjnej i konkurencyjności (przewadze konkurencyjnej) danego analizowanego regionu nad innymi (rys. 3).



Uwaga:

współzależność

efekty wykorzystywania wyników pomiaru

Rys. 3. Kształtowanie się wzajemnych współzależności pomiędzy zdolnością konkurencyjną i konkurencyjnością (przewagą konkurencyjną) danego regionu w miarę upływu czasu

Czynniki determinujące kształtowanie się zdolności konkurencyjnej i konkurencyjności (przewagi konkurencyjnej) danego regionu (np. województwa śląskiego) i jego subregionów można dzielić na różne sposoby. Można m.in. wyodrębnić czynniki:

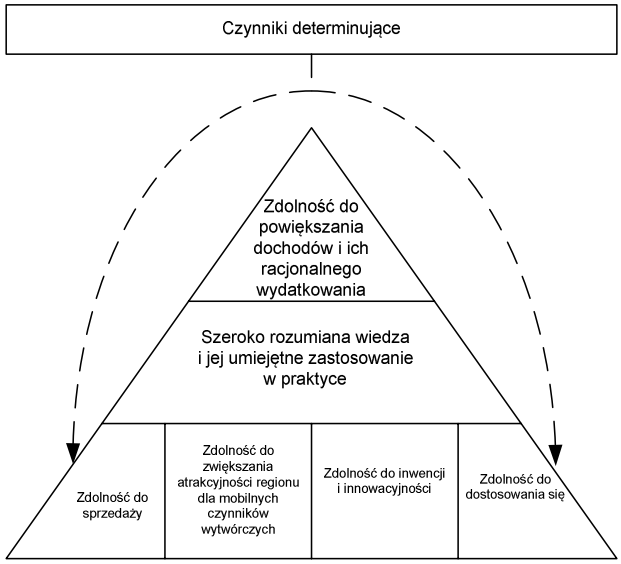
1) nad którymi kontrola pozostaje właściwie całkowicie poza kompetencjami obywateli, rezydentów i odpowiednich władz danego regionu, jak chociażby bieżące położenie geograficzne, klimat czy też określone nawyki i przyzwyczajenia,

2) których kształtowanie nie jest możliwe w krótkim okresie (np. poziom wykształcenia i kwalifikacji ludności, efektywność wydatków na prace naukowo-badawcze, rozwojowe i wdrożeniowe),

3) których kształtowanie jest możliwe przez obywateli i odpowiednie władze danego regionu w krótkim okresie (np. polityka rozwoju regionalnego czy też wprowadzenie regionalnych norm i standardów).

W nawiązaniu do dotychczasowego dorobku teorii i polityki konkurencyjności międzynarodowej możliwe jest wreszcie wyodrębnienie pewnych elementów konkurencyjności (przewagi konkurencyjnej) danego regionu, na które oddziaływają w mniejszym lub większym stopniu wszystkie z wymienionych czynników. Chodzi o kształtowanie w danym regionie zdolności do szeroko rozumianej sprzedaży dóbr, usług i czynników wytwórczych (ability to sell), zdolności danego regionu do podwyższania atrakcyjności dla zagranicznych i pozaregionalnych mobilnych czynników wytwórczych (ability to attract), kształtowanie zdolności do inwencji i innowacyjności (ability to invent and to innovate), a także o kształtowanie zdolności danego regionu do dostosowy-

wania się (ability to adjust) do różnego rodzaju szoków zewnętrznych i wewnętrznych (np. wojny i klęski żywiołowe, zakłócenia w funkcjonowaniu gospodarki światowej czy też narodowej, zakłócenia na rynku pracy) po to, aby w ostatecznym efekcie uzyskać wyższy poziom rozwoju gospodarczego regionu i dochodów per capita oraz możliwie w największym stopniu racjonalnie nimi gospodarować (w tym oszczędzać i inwestować), co oczywiście ma nadzwyczaj istotne znaczenie z punktu widzenia rozwoju społeczno-gospodarczego regionu w przyszłości (rys. 4).



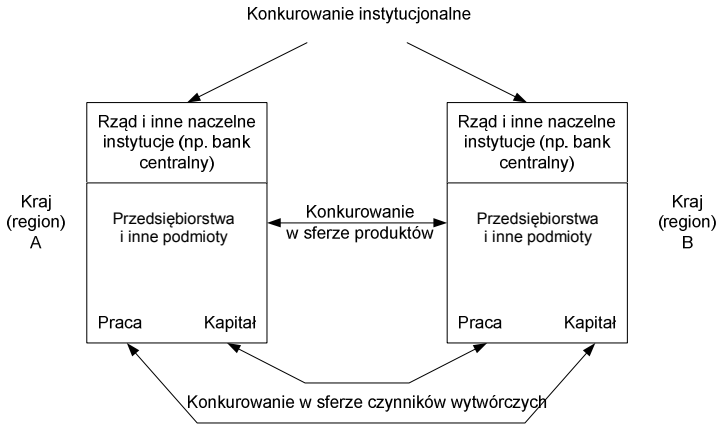
Rys. 4. Syntetyczne ujęcie czynników determinujących kształtowanie się konkurencyjności (przewagi konkurencyjnej) danego regionu i jej przejawów

Przedstawiony na rys. 4 syntetyczny układ podstawowych czynników determinujących kształtowanie się konkurencyjności (przewagi konkurencyjnej) danego regionu i jej przejawów wydaje się najprostszym z możliwych, jeśli konsekwentnie trzymać się założenia, iż chodzi o teoretycznie uzasadnioną koncepcję rozpatrywanej kategorii ekonomicznej, czyli opierającą się na dotychczasowym dorobku teoretycznym. Tak stawiając problem trzeba jednak zauważyć, że relacje między zdolnościami wskazującymi na tymże rysunku – pomijając nawet problem zdolności społeczeństwa danego analizowanego regionu do samozorganizowania się, czyli swego rodzaju problem tzw. regionalnej konkurencji systemowej – mogą i zazwyczaj kształtują się w sposób zróżnicowany, jeśli uwzględniać ich rozwój w ujęciu historycznym, a ściślej w różnych okresach.

2. Międzynarodowa zdolność konkurencyjna

2.1. Komponent instytucjonalno-instrumentalny

Jak wiadomo, po 1989 roku w Polsce, a zatem również na Śląsku, zdecydowano się na definitywne odejście od wyniszczającego systemu nakazowo-rozdzielczego i przechodzenie do gospodarki typu rynkowego. Jako rozwiązanie docelowe przyjęto przy tym niemiecki model tzw. socjalnej gospodarki rynkowej (Soziale Marktwirtschaft) z immanentną jego częścią w postaci tzw. koncepcji zlokalizowanego konkurowania i konkurencyjności międzynarodowej (Standortwettbewerb), co ilustruje rys. 5.



Rys. 5. Główne elementy konkurowania w skali narodowej i międzynarodowej zgodnie z koncepcją Standortwettbewerb

Źródło: H. Siebert, H. Klodt: Towards Global Competition; Catalysts and Constraints. In: The Future of the Global Economy: Towards a Long Boom? OECD, Paris 1999.

Zgodnie z nazwą, na istotę koncepcji kształtowania zlokalizowanego konkurowania i konkurencyjności międzynarodowej składają się trzy elementy. Pierwszy z nich to tzw. konkurowanie instytucjonalne, zaś drugi to tworzenie sprzyjających warunków do napływu do danego kraju (regionu) mobilnych w skali międzynarodowej czynników wytwórczych, zwłaszcza kapitału i wiedzy technicznej, co może wywierać pozytywny wpływ na rozwój gospodarki tego kraju (regionu) poprzez wzrost efektów zastosowania wewnętrznych, niemobilnych czynników. Wreszcie trzeci element, w przypadku którego chodzi o intensyfikację mechanizmu konkurencji między przedsiębiorstwami danego

kraju (regionu) ubiegającego się o zewnętrzne mobilne czynniki wytwórcze oraz dążenie do podnoszenia w ten sposób poziomu międzynarodowej zdolności konkurencyjnej i międzynarodowej konkurencyjności.

1 maja 2004 roku Polska, po kilkuletnim okresie przejściowym, stała się krajem członkowskim Unii Europejskiej, które to przystąpienie poparto wcześniej na Śląsku w sposób zdecydowany (poparcie w granicach 82-86% głosujących). Przystąpienie do Unii było równoznaczne z przyjęciem w Polsce podstawowych zasad tzw. prawa europejskiego (Acquis Communitaire), które z kolei są zgodne z pryncypiami funkcjonowania socjalnej gospodarki rynkowej oraz konkurowania i konkurencyjności międzynarodowej. Niestety, dotychczas realizacja tych zasad i pryncypiów napotykała w Polsce (także na Śląsku) znaczne trudności. W każdym razie pod tymi względami Polska ustępowała wyraźnie nie tylko Niemcom, ale także Republice Czeskiej. Wskazywało na to m.in. miejsce tych krajów w rankingach wielu wyspecjalizowanych instytucji międzynarodowych, w tym Światowego Forum Ekonomicznego (World Economic Forum – WEF) (tabela 1).

Tabela 1

Miejsce Polski, Niemiec i Republiki Czeskiej w rankingach Światowego Forum Ekonomicznego (WEF) w 2007 i 2010 roku; ujęcie ogółem i według wybranych aspektów

Wyszczególnienie	Polska		Niemcy		Republika Czeska	
	2007	2010	2007	2010	2007	2010
Liczba analizowanych krajów	131	139	131	139	131	139
Miejsce ogółem	51	39	5	5	31	31
Wybrane aspekty ogółem, w tym:	64	56	9	9	44	44
funkcjonowanie instytucji	82	54	7	13	72	72
poziom infrastruktury gospodarczej	80	72	1	2	48	39
stabilizacja makroekonomiczna	56	61	60	23	42	48
poziom zdrowia i wykształcenia podstawowego	36	39	40	25	3	43

Źródło: The Global Competitiveness Report 2010-2011. World Economic Forum, Davos 2010.

W okresie transformacji, co z punktu widzenia kształtowania się międzynarodowej zdolności konkurencyjnej jest nadzwyczaj istotne, Polska ustępowała również Niemcom i Republice Czeskiej, zresztą nie tylko pod względem stopnia stabilizacji makroekonomicznej. Znajdowało to swój wyraz w kształtowaniu się cząstkowych wskaźników tejże stabilizacji, a zwłaszcza wskaźników syntetycznych określanych mianem wskaźników PSM (tabela 2).

Tabela 2

Cząstkowe składniki magicznego pięciokąta i syntetyczne mierniki stabilizacji makroekonomicznej (PSM) w Polsce, Niemczech i Republice Czeskiej w wybranych latach okresu 1990-2010

Wyszczególnienie	Jedn.	1990	1995	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010
POLSKA										
Tempo wzrostu PKB	%	–7,2	6,7	4,3	3,6	6,2	6,8	5,1	1,7	3,8
Stopa bezrobocia	%	6,1	13,3	16,1	17,7	13,8	9,6	7,1	8,2	9,0
Stopa inflacji	%	585,8	27,9	10,1	2,1	1,0	2,5	4,2	3,4	2,6
Saldo budżetu państwa / PKB	%	0,4	–4,4	–3,0	–4,3	–3,8	–1,9	–3,9	–7,1	–7,4
Saldo obrotów bieżących / PKB	%	1,9	0,6	–5,8	–1,2	–2,7	–4,7	–4,8	–2,2	–3,3
PSM		0,32	0,38	0,24	0,32	0,40	0,43	0,42	0,40	0,38
NIEMCY										
Tempo wzrostu PKB	%	5,1	1,9	3,2	0,8	3,0	2,5	0,7	–4,7	3,5
Stopa bezrobocia	%	6,2	7,1	6,9	10,6	9,8	8,4	7,3	7,5	6,8
Stopa inflacji	%	2,7	1,7	1,4	1,9	1,8	2,3	2,7	0,2	1,1
Saldo budżetu państwa / PKB	%	–2,0	–3,3	1,3	–3,3	–1,5	–0,5	–0,1	–4,2	–4,5
Saldo obrotów bieżących / PKB	%	2,9	–1,2	–1,7	5,2	6,1	7,6	6,7	5,0	5,3
PSM		0,65	0,51	0,60	0,55	0,62	0,64	0,65	0,55	0,63
REPUBLIKA CZESKA										
Tempo wzrostu PKB	%	X	5,8	3,6	6,3	6,8	6,1	2,5	-4,2	2,3
Stopa bezrobocia	%	X	4,1	8,7	7,9	7,2	5,3	4,4	6,7	7,3
Stopa inflacji	%	X	9,2	3,8	1,8	2,5	2,9	6,3	1,0	1,5
Saldo budżetu państwa / PKB	%	X	–13,4	–3,7	–3,6	–2,6	–0,7	–2,7	–5,9	–4,7
Saldo obrotów bieżących / PKB	%	X	–2,5	–4,7	–1,3	–2,5	–3,3	–0,6	–1,1	–2,4
PSM		X	0,38	0,39	0,52	0,51	0,54	0,53	0,45	0,47

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Międzynarodowego Funduszu Walutowego i Banku Światowego.

Z punktu widzenia rozwoju gospodarczego i międzynarodowej zdolności konkurencyjnej Śląska, kształtowanie się komponentu instytucjonalno-instrumentalnego tejże zdolności w Polsce stanowiło swego rodzaju zewnętrzny i to dość sztywny gorset. Nie oznaczało to jednakże, że odpowiednie władze lokalne nie dysponowały możliwościami jego właściwej modyfikacji. Wręcz przeciwnie, takie możliwości istniały, istnieją nadal, a nawet – w miarę postępującej decentralizacji kierowania życiem gospodarczym w kraju – stopniowo się zwiększają. Tych możliwości dostatecznie jednak nie wykorzystywano.

2.2. Komponent realny

W okresie transformacji Śląsk zajmował marginesowe miejsce w gospodarce rozszerzonej Unii Europejskiej, a tym bardziej w gospodarce światowej. Pod koniec pierwszej dekady XXI wieku na to województwo przypadało ok. 1,0% powierzchni oraz ok. 1,7% ludności UE-27. Z natury rzeczy większe było znaczenie Śląska w gospodarce narodowej Polski. W 2009 roku na ten region przypadało wprawdzie 13,3% powierzchni Polski, ale zamieszkiwało je aż 22,4% ludności kraju, która wytwarzała ok. 25% jego PKB.

Ludność wraz z jej zdolnościami i umiejętnościami była niewątpliwie najważniejszym zasobem Śląska. Istotnym bogactwem regionu były także znaczne zasoby surowców mineralnych (energetycznych, metalicznych, chemicznych i skalnych). Śląsk był też obficie wyposażony w środki trwałe zlokalizowane głównie w przemyśle (zwłaszcza wydobywczym i przetwórczym) i budownictwie, a także w usługach rynkowych. Wszystko to w połączeniu z relatywnie dobrze rozwiniętą infrastrukturą techniczną ułatwiało wnoszenie znacznego wkładu w rozwój gospodarczy Polski (tabela 3).

Tabela 3

Wybrane efekty produkcyjne Śląska na tle Polski ogółem
w latach 2000 i 2009 w % (Polska ogółem = 100)

Wyszczególnienie	Dolnośląskie		Opolskie		Śląskie		Polski Śląsk ogółem	
	2000	2009	2000	2009	2000	2009	2000	2009
Produkcje energii elektrycznej	8,6	7,6	6,7	2,4	21,5	15,8	36,8	25,8
Produkcja sprzedana przemysłu	7,3	8,8	2,5	2,3	16,9	18,4	26,7	29,5
Sprzedaż produkcji budowlano-montażowej	8,1	7,7	2,5	1,7	12,4	11,8	23,0	21,2
Mieszkania oddane do użytku	6,7	8,8	1,3	1,1	6,4	6,6	14,4	16,5
Zbiory zbóż podstawowych	9,3	7,8	6,0	5,7	2,9	2,5	18,2	16,0
Zbiory ziemniaków	5,3	4,7	2,4	2,9	3,4	3,0	11,1	10,6
Eksport	5,6[a]	9,7	1,4[a]	1,3	17,3[a]	13,3	24,3[a]	24,3
PKB	7,5[a]	8,7[a]	1,3[a]	2,5[a]	13,5[a]	14,2[a]	23,1[a]	25,4[a]

[a] Dane szacunkowe.

Źródło: Rocznik Statystyczny Województw. GUS, Warszawa. Wybrane wydania; obliczenia i szacunki własne.

Gorzej kształtowała się sytuacja polskiego Śląska w kontekście europejskim. Przede wszystkim relatywnie niski był nadal poziom rozwoju gospodarczego tego regionu, zaś na względnie wysokim poziomie kształtowała się tam nadal stopa bezrobocia (tabela 4).

Tabela 4

PKB per capita w UE-27 i na Śląsku w 2007 roku oraz stopa bezrobocia w 2009 roku

Wyszczególnienie	Produkt krajowy brutto			Stopa bezrobocia w %
	na 1 mieszkańca w euro	UE (w euro) = = 100	UE (według parytetu siły nabywczej) = = 100	
POLSKA	8200	32,8	54,4	8,2
Dolnośląskie	8900	35,6	59,2	10,1
Opolskie	6800	27,2	45,2	9,9
Śląskie	8700	34,8	57,8	6,7
NIEMCY	29500	118,5	115,8	7,7
Okręg Dresden	22400	89,8	87,7	12,0
REPUBLIKA CZESKA	12300	49,5	80,1	6,7
Moravkoslezko	10400	41,7	67,5	9,7

Źródło: Ibid.

Do połowy lat 70. XX wieku polski Śląsk, zwłaszcza Górny, był nadzwyczaj atrakcyjny dla siły roboczej z pozostałych części kraju. Robotnicy przybywali do regionu i osiedlali się tu wraz z całymi rodzinami. Później jednakże zaczęto obserwować tendencję odwrotną. Mieszkańcy Śląska zaczęli go coraz częściej opuszczać, przy czym chodziło nie tylko o emigrację na stałe poza granice kraju. Ze względu na pogarszające się warunki życia na Śląsku (relatywny spadek wysokości zarobków, wycofanie różnego rodzaju premii i zachęt, degradacja środowiska naturalnego itd.) z tego regionu Polski wyjeżdżało na stałe do innych krajów wielu z tych, którzy przybyli na Śląsk kilkanaście czy nawet kilkadziesiąt lat wcześniej (tabela 5).

Tabela 5

Migracje zewnętrzne ludności na Śląsku na stałe w wybranych latach okresu 2000-2009 (liczba osób)

Wyszczególnienie	2000			2004			2009		
	napływ	odpływ	saldo	napływ	odpływ	saldo	napływ	odpływ	saldo
Dolnośląskie	28886	29459	–573	30609	31499	–890	33453	32322	1131
Opolskie	10539	10627	–88	10473	10894	–421	10128	10744	–616
Śląskie	42759	44411	–1652	44600	48183	–1204	42458	45621	–31163

Źródło: Ibid.

Z punkt widzenia kształtowania się na Śląsku zasobów podstawowego czynnika wytwórczego, przełomowe znaczenie miał 1989 rok, kiedy to w Polsce zainicjowano procesy trudnych przemian społecznych i ekonomicznych. Według E. Kaszuba, po kryzysie lat 80. nastąpiła faza budowania gospodarki rynkowej, a co za tym idzie kumulacja takich zjawisk, jak prywatyzacja, restrukturyzacja licznych zakładów lub ograniczenie produkcji, rezygnacja ze sztucznego podtrzymywania dotychczasowego poziomu zatrudnienia prowadząca w prostej linii do wzrostu bezrobocia. Upadają przedsiębiorstwa i fabryki, wokół których rozwijały się całe miasta. Wraz z zamykanymi jedna po drugiej kopalniami węgla kamiennego w przeszłość odchodzi górniczy świat z właściwym mu etosem solidarnej pracy, szacunkiem dla górniczego stanu, obyczajowością i mentalnością. Nie zawsze udawało się byłym górnikom, hutnikom i metalowcom przekwalifikować się oraz znaleźć dla siebie lub też utworzyć sobie oraz innym nowe miejsca pracy.

W okresie transformacji na Śląsku, zwłaszcza Górnym, oraz w pewnych rejonach Dolnego, dały też o sobie znać pewne konsekwencje specyficznej budowy zasobów kapitału ludzkiego w przeszłości. Otóż już w czasach panowania cesarza O. von Bismarcka i rewolucji przemysłowej w ówczesnych Niemczech zasoby tego kapitału tworzono jakby „w cieniu szybów" w tym sensie, że kierownicze stanowiska zajmowali inżynierowie, ekonomiści czy prawnicy wykształceni w znanych ośrodkach akademickich Rzeszy (także we Wrocławiu), zaś znaczna część ludności Śląska zadowalała się wykształceniem podstawowym czy też średnim wyraźnie zazwyczaj ukierunkowanym na podejmowanie pracy w zakładach typowych dla Śląska. Taki rozwój sytuacji był również dość charakterystyczny dla okresu PRL. Od lat 70. XX wieku starano się zmieniać ten stan rzeczy, ale nadal zasoby własnego „śląskiego" kapitału ludzkiego są relatywnie niewielkie, zaś jego rozbudowa wymaga znacznych nakładów finansowych, które są w sumie ograniczone i na dodatek w dużym stopniu centralnie rozdysponowane.

W analizowanym okresie ujawniały się też nieco inne przejawy podziału zasobów kapitału ludzkiego Śląska, którego źródeł też należy się dopatrywać w bardzo odległej przeszłości, a już na pewno w okresie PRL. R. Geisler napisał na ten temat następująco: „[…] można tam [na Górnym Śląsku – przyp. J.M. i E.S.] wyróżnić dwa typy regionalnych grup interesów (milieus), które to sprzyjają kreowaniu nowoczesnego społeczeństwa wiedzy (knowledge society), bądź też hamują odpowiedni proces. Jedna grupa jest raczej zamknięta, przedmiotem jej zainteresowań jest przede wszystkim przemysł ciężki i/lub sektor prywatny, nie jest raczej skłonna konfrontować się z nowymi wyzwaniami rozwojowymi.

Z drugiej strony funkcjonują przedstawiciele grupy, którzy są otwarci"[3]. Do tej drugiej R. Geisler zaliczył autorów pomysłu i promotorów funkcjonowania od 1996 roku Katowickiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej, która obejmuje cztery podstrefy: gliwicką, tyską, sosnowiecko-dąbrowską oraz jastrzębsko-żorską. Funkcjonowanie tej strefy krytycznie ocenił M.S. Szczepański pisząc „[…] strefa katowicka ma rozproszony terytorialnie charakter […]. Zainwestowały w niej, w znacznym stopniu, choć nie wyłącznie, firmy motoryzacyjne. I choć każde nowe miejsce pracy trudno jest w warunkach śląskich lekceważyć, to ten typ inwestycji budzi dwuznaczne oceny. Firmy te, zorientowane na masowego odbiorcę, reprezentują nowoczesność drugiej generacji, nie tyle generują innowacje, co raczej je konsumują, nie tworzą wielu inteligentnych miejsc pracy, wymagających najwyższych kwalifikacji i elastycznych, kreatywnych osobowości. Biura projektowe ulokowane są zazwyczaj w krajach macierzystych, a inwestycje w strefie katowickiej zorientowane głównie na czerpanie zysku z wciąż jeszcze stosunkowo taniej siły roboczej, ziemi oraz zróżnicowanych ulg majątkowych. W tej sytuacji szczególnej uwagi nabiera dyskusja nad regionalnymi ośrodkami najnowszych technologii i szans regionu w konkurencji europejskiej"[4].

Kształcenie kadr na Śląsku, zwłaszcza w województwie śląskim oraz – choć w mniejszym stopniu – w województwie opolskim, jest nadal podporządkowane do pewnego stopnia możliwościami znalezienia pracy w regionie. Systematycznie rośnie liczba wyższych uczelni (w tym uniwersytetów), zaś Wrocław, Katowice i Opole awansują stopniowo na mapie szkolnictwa wyższego w Polsce. Jednak Śląsk, zwłaszcza Górny, opuszcza nadal wiele wykształconych osób, zwłaszcza młodych i przedsiębiorczych. Jednocześnie wiele z tych osób wykształconych w innych ośrodkach w kraju (np. w Warszawie czy w Krakowie) niechętnie wraca do swoich macierzystych wsi i miast. W efekcie, pod względem intensywności osób z wyższym wykształceniem zatrudnionych w całej gospodarce narodowej (także w sferze B+R) Śląsk wyróżnia się nadal na niekorzyść na tle większości subregionów Niemiec czy też Republiki Czeskiej. Dla przykładu, udział zatrudnionych w dziedzinie wysokiej techniki (high-tech sectors) w ogólnym zatrudnieniu nie przekracza nadal na Śląsku Dolnym i Górnym granicy 4%, podczas gdy w Niemczech wynosi średnio 4,5%, zaś w Republice Czeskiej prawie 6%[5]. Według R. Geislera, z badań wynika, że przynajmniej na Górnym Śląsku „[…] pracownicy chcą podwyższać swoje kwalifikacje, ale nadal to uczenie się jest raczej bardziej rozumiane jako adaptacja o nowych uwarunkowań, a nie jako innowacje. Brakuje nadal modelu kapitału ludzkiego rozumianego jako kreatywność oraz kapitału społecznego, rozumia-

[3] R. Geisler: Learning Regional Community on the Road to the Knowledge-based Economy; The Case of Upper Silesia. W: The Knowledge-Based Economy in Transition Countries. Red. K. Piech. School of Slavonic and East European Studies, London 2004, s. 341.

[4] M.S. Szczepański: Konurbacja górnośląska w procesie społeczno-gospodarczych przemian. Forum Gospodarcze Śląsk 2009 (maszynopis powielony), s. 3

[5] Dane za 2008 rok według: Eurostat Regional Yearbook 2010, s. 142.

nego jako współpraca i zaufanie. Taki model istnieje raczej w umysłach ludzi, a nie w rzeczywiście podejmowanych przedsięwzięciach. Ogólnie rzecz biorąc, aktywność społeczeństwa koncentruje się nie na wspólnym dobru i interesie publicznym, ale raczej na interesie indywidualnym"[6]. Jeśli faktycznie tak jest, to przynajmniej do pewnego stopnia ma rację M.S. Szczepański pisząc, że „[…] upadek kopalni, hut i zakładów wpisanych w życie lokalnej społeczności, to nie tylko likwidacja miejsc pracy, zagrożenia egzystencjalne dla rodzin pracowniczych, ale także rozpad pewnego stylu życia, niepowtarzalnej kultury przemysłowej czy społecznej wspólnotowości. Lekceważenie kulturowych kontekstów funkcjonowania zakładu przemysłowego, to jeden z ważniejszych błędów rodzimych reformatorów. Pustki po grubie, hucie czy koksowni w wielu przypadkach nic nie zapełnia, a – jak wiadomo – świat społeczny nie znosi tego rodzaju próżni. Wcześniej czy później pojawiają się symptomy głębokiej frustracji, agresji i poczucia beznadziei. Nuda – mawiał mistrz francuskiej poezji Charles Baudelaire, to smętny owoc braku ciekawości. Tę ważną prawdę warto przypominać, zwłaszcza w warunkach śląskich"[7].

W okresie transformacji dokonano pewnego postępu w procesie rozbudowy infrastruktury gospodarczej (technicznej i społecznej) Śląska – przez dwa właściwie wieki swego rodzaju dumy tego regionu. Miało to zwłaszcza miejsce w okresie przedakcesyjnym i w okresie członkostwa w Unii Europejskiej, kiedy to dostępność odpowiednich funduszy umożliwiła rozszerzenie finansowania nowych, dodatkowych inwestycji. Pod względem skali i zakresu zmian w tejże infrastrukturze, a także stopnia wykorzystania owych funduszy Polska ustępowała jednakże wyraźnie Niemcom i Republice Czeskiej. W skali kraju trzy województwa śląskie ustępowały wielu innym, zwłaszcza zaś świętokrzyskiemu, podkarpackiemu i kujawsko-pomorskiemu. W przypadku Śląska, a zwłaszcza województwa śląskiego, zadziałał tzw. efekt bazy, tzn. analizowany region już w okresie początkowym wyróżniał się prawie dwukrotnie większą gęstością sieci transportowej czy wodociągowej wśród wymienionych województw[8]. Tak nie było w przypadku porównań z sąsiednimi regionami Śląska w Niemczech i w Republice Czeskiej.

Mimo pewnego postępu, poziom infrastruktury gospodarczej i społecznej Śląska odbiega dotychczas znacznie od przeciętnego w Unii Europejskiej, a nawet od poziomu obserwowanego w przygranicznych regionach Niemiec i Republiki Czeskiej[9]. Dotyczy to m.in. infrastruktury transportowej, która jest nawet na Górnym Śląsku przestarzała, zwiększająca zatem koszty przewozów, obniża jakość świadczonych usług, ogranicza mobilność ludności itd. Sieć autostrad na Śląsku znajduje się dopiero na wstępnym etapie rozwoju, jej intensywność na

---

[6] R. Geisler: Op. cit., s. 351.

[7] M.S. Szczepański: Op. cit., s. 2.

[8] Sukces rozwojowy polskich województw. Red. T. Kalinowski. Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, Gdańsk 2006; MRR (2007).

[9] Szerzej na te tematy zob. Eurostat Regional Yearbook 2010. Stamtąd też pochodzą dane zawarte w tej części opracowania.

1000 km^2 nie przekracza wartości 15 km, podczas gdy w przygranicznych regionach Republiki Czeskiej jest bliska wartości 25 km, zaś w przygranicznych regionach Niemiec mieści się w granicach 50-75 km. W związku z tym Polska znajduje się na drugim miejscu w Unii Europejskiej (za Łotwą) pod względem znacznej ilości śmiertelnych wypadków drogowych (143 na 1 mln mieszkańców wobec 148 na Łotwie). Na dodatek bowiem, częściowo poza Górnym Śląskiem, przeważająca część dróg na Śląsku jest niskiej jakości, nie wytrzymuje wzrastających obciążeń i wymaga modernizacji, szczególnie zmiany nawierzchni. Niezadowalające jest też wyposażenie w zakresie oświetlenia dróg i ich oznakowania, zwłaszcza na obszarach wiejskich.

Nieco lepiej kształtuje się sytuacja w przypadku transportu kolejowego, ale tylko na Górnym Śląsku, gdzie gęstość odpowiednich linii jest nawet nieco wyższa niż w przygranicznych regionach Niemiec i Republiki Czeskiej i gdzie w okresie 1998-2008 ową gęstość zwiększono o 16%. Warto jednak dodać, że w tym czasie gęstość linii kolejowych na Dolnym Śląsku zmniejszyła się aż o 14%. W warunkach ewidentnego niedorozwoju sieci drogowej był to swoisty fenomen zmniejszenia dostępności do miast i wsi w integrującej się Europie.

W przypadku województw Śląska, zwłaszcza na tle całej Unii Europejskiej, większej roli nie odgrywał dotychczas transport lotniczy – jeden z najważniejszych elementów rozwoju współpracy w ramach współczesnej gospodarki światowej. W gruncie rzeczy chodziło o funkcjonowanie tylko dwóch regionalnych portów lotniczych (Wrocław i Katowice-Pyrzowice), które obsługiwały przede wszystkim ruch pasażerski.

Z punktu widzenia dalszego rozwoju gospodarczego Śląska otwartą sprawą jest aktywizacja transportu śródlądowego, a zwłaszcza bardziej intensywne wykorzystanie Odry i pewnych jej dopływów. Ze względów ekonomicznych nawet w dalszej perspektywie nie wchodzi w rachubę budowa kanału Odra-Dunaj, ale irygacja Odry i zwiększenie jej żeglowności są na pewno pożądane. Odpowiednie zagospodarowanie Odry i jej dorzeczy z wałami i nadbrzeżami to zresztą kolejny problem sam w sobie, rozwiązywanie którego trwa już co najmniej od powodzi w 1997 roku.

W ciągu kilkunastu lat również na Górnym Śląsku osiągnięto pewien postęp w ochronie środowiska naturalnego. W wyniku ograniczenia energo- i materiałochłonności produkcji, zmian w systemie finansowania działalności proekologicznej i dostosowywania norm ochronnych do standardów UE zmalał negatywny wpływ działalności gospodarczej na środowisko. Na Śląsku, zwłaszcza Górnym, wiele pozostało jednak jeszcze do zrobienia (np. dalsza redukcja emisji zanieczyszczeń, intensyfikacja utylizacji odpadów przemysłowych i komunalnych, intensyfikacja procesów recyklingu, racjonalizacja gospodarki wodno-ściekowej, renowacja miast itd.).

Zakończenie

W różnorodnych analizach ekonomicznych warto zawsze uwzględniać odpowiedni dorobek teoretyczny lub inaczej – nie ma lepszego punktu wyjścia dla analiz ekonomicznych niż właściwa, dobra teoria, a także, co jest sprawą oczywistą, jej znajomość. Jeśli tak, to nie ulega wątpliwości, że przy kształtowaniu międzynarodowej zdolności konkurencyjnej i międzynarodowej konkurencyjności sensu stricto (przewag komparatywnych) województwa śląskiego tenże dorobek wykorzystywano dotychczas w ograniczonym jedynie zakresie. Dowodów na rzecz tej tezy jest wiele, zaś najważniejsze z nich starano się przedstawić w niniejszym opracowaniu. Inna sprawa, że kształtowanie międzynarodowej zdolności konkurencyjnej Górnego Śląska odbywało się w okresie transformacji w warunkach omówionego wcześniej dość sztywnego gorsetu różnorodnych, ogólnopolskich uwarunkowań zewnętrznych o charakterze instytucjonalno-instrumentalnym oraz wielu różnorodnych, często negatywnych, konsekwencji mało umiejętnej realizacji w skali kraju podstawowych zasad funkcjonowania tzw. socjalnej gospodarki rynkowej i koncepcji zlokalizowanego konkurowania i konkurencyjności międzynarodowej. Temu na Górnym Śląsku nie przeciwdziałano w dostatecznym stopniu, a ściślej – nie dostrzeżono dostatecznie szybko konsekwencji tego mało umiejętnego realizowania wspomnianych zasad i pryncypiów, co w warunkach decentralizacji życia gospodarczego w Polsce i członkostwa kraju w Unii Europejskiej było absolutnie możliwe, oczywiście przy odpowiedniej znajomości problemów i determinacji przedstawicieli mieszkańców Górnego Śląska w różnorodnych organizacjach i instytucjach o charakterze krajowym i międzynarodowym.

Literatura

Eurostat Regional Yearbook 2010. EuroStat, Luxembourg.

Gawlikowska-Hueckel K., Umiński S.: Handel zagraniczny województwa pomorskiego w latach 2000-2006. Urząd Marszałkowski Województwa Pomorskiego, Gdańsk 2008.

Geisler R.: Learning Regional Community on the Road to the Knowledge-based Economy; The Case of Upper Silesia. W: The Knowledge-Based Economy in Transition Countries. Red. K. Piech. School of Slavonic and East European Studies, London 2004.

Gorzelak G.: Szanse polskich regionów w konkurencyjnej otwartej gospodarce. Regional Studies Association, Warszawa 2005 (maszynopis powielony).

Growing Regions, Growing Europe. Fourth Report on Economic and Social Cohesion, European Commission, Brussels 2007.

Hämälläinen T.J.: National Competitiveness and Economic Growth. The Changing Determinants of Economic Performance in the World Economy. Edward Elgar, Cheltenham 2003.

Konkurencyjność regionów. Red. M. Klamut. AE, Wrocław 1999.
Martin R.J.: A Study on the Factors of Regional Competitivenss. University of Cambridge, Cambridge 2005.
Międzynarodowa konkurencyjność gospodarki i przedsiębiorstw. Wyzwania dla Polski u progu XXI wieku. Red. J.W. Bossak, W. Bieńkowski. SGH, Warszawa 2001 i 2004.
Misala J.: Historia rozwoju teorii i polityki konkurencyjności międzynarodowej. SGH, Warszawa 2009.
Misala J.: Międzynarodowa konkurencyjność gospodarki narodowej. PWE, Warszawa 2011.
Misala J.: Śląsk w gospodarce Europy i świata. Zarys historii i perspektyw. SGH, Warszawa 2011 (maszynopis powielony).
Ocena postępów Polski w zakresie spójności z Unią Europejską. Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Warszawa 2007.
Rocznik Statystyczny Województw. GUS, Warszawa, wybrane wydania.
Siebert H., Klodt H.: Towards Global Competition; Catalysts and Constraints. In: The Future of the Global Economy: Towards a Long Boom? OECD, Paris 1999.
Sukces rozwojowy polskich województw. Red. T. Kalinowski. Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, Gdańsk 2006.
Szafranek E.: Determinanty konkurencyjności regionów. Ujęcie teoretyczne i empiryczne. Studia i Monografie. Uniwersytet Opolski, Opole 2010, nr 443.
Szczepański M.S.: Konurbacja górnośląska w procesie społeczno-gospodarczych przemian. Forum Gospodarcze Śląsk 2009 (maszynopis powielony).
The Global Competitiveness Report 2010-2011. World Economic Forum, Davos 2010.

INTERNATIONAL COMPETITIVE ABILITY OF THE SILESIA ECONOMY DURING THE TRANSFORMATION PERIOD

Summary

The article consists of four parts. The first one contains theoretical background of the respective analysis. Then follows description of the international competitive ability of the Silesia economy during the transformation period, and specifically of its institutional-instrumental component and the so-called real component.

Teresa Pakulska
Szkoła Główna Handlowa w Warszawie

MIASTA XXI WIEKU – W POSZUKIWANIU NOWYCH PRZEWAG KONKURENCYJNYCH KORPORACJI TRANSNARODOWYCH

Wprowadzenie

Celem opracowania jest określenie roli miast XXI wieku, tworzących warunki tzw. unikalnej lokalizacji w poszukiwaniu przewag konkurencyjnych korporacji transnarodowych (KTN). Jednocześnie istotne jest wskazanie, w jakim zakresie to podejście KTN do lokalizacji w kreatywnych miastach i tworzące się w ten sposób powiązania stanowią źródło nowych korzyści.

Próba określenia powyższych uwarunkowań nabiera szczególnego znaczenia w warunkach dużej dynamiki przemian zachodzących w gospodarce światowej i postępującej wraz z globalizacją konkurencji. Globalizacja umożliwiając swobodny przepływ poszczególnych czynników produkcji tworzy wciąż nowe warunki rywalizacji, a wzrastająca konkurencja pomiędzy podmiotami stymuluje rozwój nowych sposobów rywalizacji. W wymiarze międzynarodowym uwagę skupia w tym zakresie działalność dużych KTN, które poszukują nowych atrakcyjnych miejsc lokalizacji, oddziałują tym samym na pozycję tych ostatnich w konkurencyjnym otoczeniu. W sposób szczególny dotyczy to miast, zwłaszcza dysponujących wyróżniającym się potencjałem i skupiających znaczącą część tego potencjału poszczególnych państw.

Wskazane cele badania będą realizowane poprzez prezentację: 1) czynników określających lokalizację i jej unikalność jako źródło nowych przewag konkurencyjnych KTN przez pryzmat ich strategii rozwoju, 2) roli jaką w lokalizacji odgrywają kreatywne miasta, w tym 3) kreatywne przemysły.

1. Lokalizacja i jej unikalność w strategii KTN

Wraz z nasilającą się złożonością i niepewnością zjawisk gospodarczych na świecie przedsiębiorstwa muszą wykazać się dużą kreatywnością w poszukiwaniu i kształtowaniu przewag konkurencyjnych, a następnie ich utrzymaniu.

Istotne znaczenie w tym zakresie należy przypisać strategii, która według P.F. Druckera będzie nadal ważnym czynnikiem integracji i kontroli w międzynarodowych przedsiębiorstwach.

KTN, decydując się na ekspansję terytorialną i będącą jej wynikiem lokalizację działalności gospodarczej, realizują różne strategie ponadgraniczne (transnarodowa, wielonarodową, międzynarodową, globalną). Z nimi wiąże się ukierunkowanie inwestycyjne, ważne z punktu widzenia osiągania przewagi konkurencyjnej na rynku, a do podstawowych w tym zakresie należy zaliczyć strategie: 1) oparte na cenie, polegające na utrzymywaniu niższych cen niż konkurenci, lecz podobnych zalet produktu, o których skuteczności decydują niskie koszty, 2) zróżnicowania produktów, zapewniających korzyści inne niż oferowane przez konkurencję, 3) hybrydowe, realizowane poprzez zróżnicowanie produktów, przy jednoczesnym stosowaniu niższych cen niż konkurenci, 4) skoncentrowanego zróżnicowania produktów, bazujące na dostarczaniu produktów w wybranym segmencie (niszy rynkowej) przynoszących duże korzyści (np. wyższa jakość), które uzasadniają stosowanie wyższych cen[1].

KTN poszukując wzrostu efektywności dostosowują strategie rozwoju do formy aktywności i rynków, na których podejmują działalność. W efekcie, oprócz podstawowych typów inwestorów w praktyce spotykamy się z liczną ich mieszanką, jak też ze stosowaniem różnych podejść do strategii. W podejściu opartym na zasobach[2] przewagę konkurencyjną uzyskuje się dzięki zdolnościom, których nie posiadają ich rywale bądź ich nabycie jest istotnie ograniczone. Dla utrzymania przewagi niezbędne są wyróżniające przedsiębiorstwo wyjątkowe zdolności i związane z nimi unikatowe zasoby[3], które trudno naśladować lub zdobyć, np. ugruntowana marka, ale także unikalna lokalizacja. Obok koncepcji zasobowej w procesie decyzji i organizacji działalności KTN, określanych mianem zarządzania strategicznego, Mc Kiernan[4] wyróżnia także podejścia: planistyczne (strategia przybiera charakter zaplanowanego procesu), ewolucyjne (stałe dostosowywanie strategii do zmian w otoczeniu) i pozycjonowania (przypisujące większe znaczenie w osiąganiu przewagi konkurencyjnej otoczeniu niż samemu przedsiębiorstwu).

W optyce poszukiwania przewag konkurencyjnych osadzony jest także wybór lokalizacji w globalnym otoczeniu. Dokonujące się wraz z globalizacją procesy rozwoju technologii ICT, deprecjonując znaczenie odległości (death of distance) umożliwiły dostęp do standardowych czynników produkcji, zmniejszając znaczenie lokalizacji, jednakże w tradycyjnym jej znaczeniu. Jednocześnie sprzyjając „przenoszeniu" przedsiębiorstw i poszczególnych rodzajów

[1] G. Johnson, K. Scholes, R. Whittington: Podstawy strategii. PWE, Warszawa 2010, s. 184-187.
[2] J. Barnay: Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. „Journal of Management" 1991, s. 99-120.
[3] G. Hamel, C.K. Prahalad: The Core Competence of the Corporation. „Harvard Business Review" 1990, s. 79-91.
[4] P. McKiernan: Strategy Past, Strategy Futures. „Long Range Planning" 1997, Vol. 30, No. 5, s. 790-798.

działalności sprawiły, że przewaga konkurencyjna ma w globalizującej się gospodarce charakter lokalny. Przedsiębiorstwa wybierają wprawdzie miejsca lokalizacji, ale wybór ten ograniczają czy wręcz determinują cechy miejsca, w tym uważane za zasoby rzadkie przestrzeń i jej dostępność. Według S. Ghoshala i C.A. Bartletta niezbędne jest zatem łączenie podejścia globalnego z reagowaniem na potrzeby lokalne[5], które w dużym zakresie realizuje strategia transnarodowa. Zapewniając dostęp do rynków globalnych, pozwala na realizację swoistej renty lokalizacyjnej, której źródłem stają się przestrzennie zróżnicowane lokalne interakcje pomiędzy przedsiębiorstwami, możliwe do osiągnięcia w warunkach bliskości geograficznej, a będąca ich wytworem unikalna konfiguracja lokalizacji jawi się ważnym aktywem przedsiębiorstwa, generującym przewagę konkurencyjną.

Waga tych aktywów rośnie w warunkach dokonujących się przeobrażeń w gospodarce światowej, gdy coraz większego znaczenia nabiera przekonanie, że strategia ukierunkowana na redukcję kosztów, zwłaszcza siły roboczej, ma raczej krótkookresowy wymiar, a przewagi KTN osiągane w wyniku ukierunkowania na poszukiwanie zasobów (resource-seeking), zdobywanie rynków (market-seeking) czy podnoszenie efektywności (efficiency-seeking), wykazują rosnące ograniczenia związane z pojawianiem się nowych graczy, w coraz większym stopniu z krajów rozwijających się, czy wręcz ograniczaniem dostępu do zasobów i czy pewnych segmentów rynku przez kraje rozwijające się[6] w imię ochrony interesów narodowych. Takim przykładem jest rynek energii w krajach rozwijających się, kontrolowany przez ich rządy, a funkcjonujące na nim korporacje są własnością państwa (np. Saudi Aramco, Gazprom, China National Petroleum Corporation, Petroleus de Venezuela Corporations), które coraz silniej angażują się w zasoby surowców w innych krajach, nawet o dużym ryzyku inwestycyjnym (np. korporacje chińskie w Afryce). Przesłanki te powodują, że dominujące dotychczas w gospodarce światowej KTN wywodzące się z krajów wysoko rozwiniętych, chociaż nie tylko one, intensyfikują działania mające na celu podnoszenie efektywności i pozyskiwanie strategicznych aktywów lub zdolności (strategic assets-seeking), ale także rynków i zasobów w unikalnych lokalizacjach i dziedzinach.

Współcześnie do roli szczególnie atrakcyjnych miejsc lokalizacji pretendują miasta, zwłaszcza wielkie, w których nowego znaczenia nabierają efekty geograficznej koncentracji działalności gospodarczej, zwłaszcza w kontekście wyjątkowości zgromadzonego potencjału i gospodarki sieciowej. Według M. Castellsa miasto przestaje być jednym z „miejsc w przestrzeni", utożsamianym

---

[5] C.A. Bartlett, S. Ghoshal: Managing Across Borders: The Transnational Solution. Harvard Business School Press, Boston 1989, za: G. Stonehouse, J. Hamill, D. Campbell, T. Purdie: Globalizacja. Strategia i zarządzanie. Felberg SJA, Warszawa 2001, s. 6-7.

[6] Władze chińskie dążą do zmian regulacji prawnych, aby utrudnić wejście na swój rynek. Polityka antymonopolowa w Chinach przypomina przemysłową politykę Francji sprzed 30 lat, blokującą wejście na rynek francuski firm niemieckich i angielskich. J. Galvin, J. Hexter, M. Hirt: Building a Second Home in China. „McKinsey Quarterly" June 2010, s. 5.

z prostą lokalizacją, stając się „procesem, który wykazuje powiązania z międzynarodową siecią przepływów". W takich miastach lokalizacja KTN wiążąca się z wykorzystaniem lokalnych atutów i tzw. kreatywnych sektorów nabiera unikalnego charakteru, stając się dla KTN poszukujących aktywów strategicznych, ale także wzrostu efektywności działania jednym z najlepszych posunięć w ich strategicznych działaniach. W podejściu tym postrzega się KTN jako organizacje uczące się, które traktują lokalny wymiar swej działalności jako źródło wiedzy i doświadczenia, a występujące w tym zakresie współzależności jako możliwość kreacji wyższej wartości, co osiąga się także poprzez zróżnicowanie form inwestowania.

2. Kreatywne miasta a innowacyjne zachowania KTN

„Wraz z postępującą liberalizacją gospodarki światowej, kapitał ludzki, technologiczny, finansowy i informacyjny koncentruje się w ośrodkach miejskich"[7]. Występujące w miastach zjawisko koncentracji działalności gospodarczej ściśle wiąże się ze specjalizacją produkcji, umożliwiającą poprawę jakości wyrobów, wzrost wydajności pracy oraz zmniejszenie kosztów produkcji, jak też z kooperacją przemysłową, realizującą się w samym przedsiębiorstwie i między przedsiębiorstwami. Istotne dla wielu realizowanych strategii KTN są bowiem wynikające ze wspólnej lokalizacji korzyści aglomeracji, wskazujące przyczyny koncentracji przestrzennej działalności. Zalicza się do nich, obok odśrodkowych, siły dośrodkowe, a wśród nich: chłonny rynek (wpływa na zyski przedsiębiorstw i stopień tzw. użyteczności konsumentów) i powiązania po stronie nakładów i efektów, zarówno w sferze konsumpcji (np. większe rynki), jak i produkcji (np. dostęp do materiałów, niższe koszty transportu).

Do podstawowych czynników wzmacniających atuty rozwojowe miast i rzutujących na unikalność podejmowanych w nich lokalizacji coraz częściej zalicza się ich „różnorodność", utożsamianą z rozwojem wyjątkowych atutów, oryginalnej wiedzy i zdolności twórczych, które są trudne do naśladowania w innych miejscach[8]. To charakterystyczne dla kreatywnych miast zróżnicowanie odnosi się do wyspecjalizowanych dziedzin przemysłu (zawodów), wytwarzających niepowtarzalne produkty ze względu na dynamiczny charakter łącznego oddziaływania „miejscowej" nauki i innowacji, ale także do zasobów fizycznych miasta, takich jak specjalne centra kultury lub dzielnice mieszkanio-

[7] Jeśli przyjąć, że pięć największych amerykańskich obszarów metropolitalnych (Boston, Chicago, Filadelfia, Los Angeles i Nowy Jork) stanowiłoby jedno państwo, to byłoby ono czwartą gospodarką świata. Wyzwania urbanizacji i rola ONZ-HABITAT. Wykład A. Kajumulo Tibaijuki, zastępcy Sekretarza Generalnego NZ, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie 18.04.2008, s. 2.

[8] Odnosili się do tych zagadnień: R. Florida: The Rise of the Creative Class, Basic Books, New York 2004; I. Turok: The Distinctive City: 'Quality' as Source of a Competitive Advantage. University of Glasgow, Glasgow 2004, s. 2.

we. Zapewnia to możliwość tworzenia i podtrzymywania w miastach produkcji wysokiej jakości dóbr i usług o innowacyjnym charakterze, także w wyniku inwestycji podejmowanych przez KTN.

Zatem kreatywność, odnoszoną w sposób szczególny do dużych miast, można postrzegać jako ich potencjał, tj. zdolność do tworzenia lub efekt wykorzystania posiadanych zdolności i odnosić zarówno do zasobów, rodzajów aktywności gospodarczej, struktury gospodarczo-przestrzennej, ale także środowiska działania wraz z systemem infrastruktury. Czynniki kreatywności miasta mają różnorodne źródła, jednak często wykazują związek z kapitałem ludzkim i kulturowym miasta, a wiedza i informacja postrzegane są jako swoisty potencjał produktywności, który umożliwił społeczeństwom najlepiej rozwiniętym przejście do tzw. VI fali (gospodarka oparta na wiedzy – wiek dostępu w miejsce wieku własności), a w zasadzie VII fali – wieku kreatywności. Odnosi się do społeczeństwa czasu wolnego i rozrywki[9], które mogą służyć kreatywności, będącej podstawowym czynnikiem bogactwa. Typowym przedstawicielem społeczeństwa informacji jest homo urbanus, który w aglomeracji nie tylko pracuje, lecz również szuka inspiracji, wiedzy i warunków do odpoczynku, a różne formy jego kreatywności stają się źródłem różnorodności środowiska, które zamieszkuje.

Z punktu widzenia biznesu, także międzynarodowego, ważne jest to, że „różnorodność" miast kreatywnych stwarza większe możliwości przyciągania inwestorów i pozwala na większe efekty niż te osiągane przez KTN dzięki strategii wydajności realizowanej w tradycyjny sposób. Pozwala to na sprzedaż produktów po specjalnych cenach, wyższych niż standardowe, przekraczając poziom przeciętnych zysków i przejawia się w rozwoju zaawansowanych funkcji, szybszym reagowaniem na potrzeby klientów czy budowie marki, utożsamianej z wyższą jakością i użytecznością. W konsekwencji daje to firmom podejmującym działalność w miastach, określanych mianem kreatywnych możliwość budowania przewagi opartej na jakości i skoncentrowanego zróżnicowania w miejsce strategii cenowo-kosztowej czy wykorzystującej tylko dostępność lokalnych zasobów. W szerszym kontekście odnosi się to do rozwoju innowacyjności. Miasta kreatywne spełniają bowiem warunki sprzężenia zwrotnego pomiędzy swą „różnorodnością" a rozwojem innowacji, wynikającego z zasady, że prawdopodobieństwo kreacji innowacji wzrasta wraz ze stopniem dywersyfikacji, analizowanym zarówno na poziomie firmy, jak i miasta[10], a tworzące się w takich lokalizacjach struktury klastrowe i towarzyszący im rozwój centrów naukowo-badawczych inspirują innowacyjność współpracujących w nich przedsiębiorstw.

---

[9] W. Pławski: Netokracja i konsumtariat, czyli nowy podział społeczny w epoce Internetu. http://www.teberia.pl/news.php?id=5250.

[10] K. Frenken, R.A. Boschma: A Theoretical Framework for Evolutionary Economic Geography: Industrial Dynamics and Urban Growth as a Branching Process. Papers of Evolutionary Economic Geography 07.01. Utrecht University, Utrecht, s. 9.

Niektóre ze wskazanych rozwiązań bliskie są działaniom stosowanym w ramach strategii błękitnego oceanu, coraz silniej penetrowanej przez poszukujące nowych przewag KTN. Przyjrzenie się czynnikom tkwiącym w otoczeniu przedsiębiorstwa przez pryzmat tzw. błękitnego oceanu[11]) ogniskującym uwagę na innowacji wartości (zintegrowanie użyteczności, ceny i kosztów z pionierstwem rynkowym) i tworzeniu większego popytu sprawia, że KTN upatrują w kreatywnych miastach źródeł osiągania tak określonych nowych przewag.

Rozwój kreatywnej gospodarki jawi się strategicznym priorytetem wielu nie tylko największych miast świata, takich jak Nowy Jork (Silicon Alley), Londyn, Paryż, ale także Berlina, Toronto, Barcelony, San Francisco (ze szczególnym przypadkiem inicjatyw kulturalnych w Silicon Valley mających na celu stymulowanie kreatywnego nauczania), Mediolanu, Helsinek, Dublina czy Austin w Teksasie i Newcastle w Wielkiej Brytanii, tj. ośrodków o dużym znaczeniu w gospodarce poszczególnych krajów lub regionów. W Azji Wschodniej należy do tego grona zaliczyć miasta związane z rozwojem infrastruktury IT, niezbędnej dla podejmowania inwestycji ukierunkowanych na wyższą produktywność odnoszącej się do e-biznesu, a także kreatywnej działalności. Dotyczyło to w szczególności pionierskich pod tym względem inicjatyw podjętych w Singapurze i Malezji w ramach rozwoju szerokopasmowej infrastruktury (np. Korytarz Multimedialny), które na późniejszym etapie przyczyniły się do rozwoju kreatywnej produkcji, także w wyniku napływu inwestycji zagranicznych. Zarówno w tym ostatnim przypadku, jak też w innych miastach utożsamianych z najlepszymi warunkami dla lokowania kreatywnej działalności (obok Londynu np. Dehli, Szanghaj, Toronto, Wiedeń, Chicago, Nowy Jork, Dallas) branża IT i projekty bazujące na rozwiązaniach nowoczesnej komunikacji sieciowej stanowią podstawę prorozwojowych, przedsiębiorczych inicjatyw (start-up).

Wzrostowi znaczenia kreatywnej działalności w miastach towarzyszy rysująca się w niektórych z nich specjalizacja, np. związana z branżą projektantów (Nowy Jork, Paryż, Londyn, Mediolan), mediami (Berlin, Nowy Jork, Helsinki, zwane miastem wirtualnym – konsorcjum firm telekomunikacyjnych), projekty urbanistyczne, architektura (Barcelona), projektowanie wraz mediami (Singapur). W gospodarkach wysoko rozwiniętych, np. Wielka Brytania duże znaczenie wśród kreatywnych przemysłów odgrywa oprogramowanie, gry komputerowe oraz publikacje elektroniczne (43% PKB wytworzonego przez kreatywne przemysły), a następnie działalność wydawnicza, reklama, radio i telewizja (ok. 3/4), a przykładowo w Polsce ok. 50% wartości generowanej przez ten przemysł powstało w 2008 roku w branży reklamowej, wydawniczej oraz nadawaniu programów[12].

---

[11] W.Ch. Kim, R. Mauborgne: Strategia błękitnego oceanu. MT Biznes Ltd, Warszawa 2005, s. 8.

[12] P. Lewandowski, J. Mućk, Ł. Skrok: Znaczenie gospodarcze sektora kultury. Wstęp do analizy problemu. Raport końcowy. Instytut Badań Strukturalnych Warszawa 2010, s. 36. http://ibs.org.pl/site/upload/publikacje/ObserwatoriumKultury/znaczenie%20gospodarcze%20sektora%20kultury%20-%20raport%20IBS.PDF (9.01.2012).

3. Kreatywne przemysły w powiązaniach z KTN – źródła korzyści

Zdaniem P. Halla, kreatywność miasta determinuje obecność przemysłów (przedsiębiorstw) kreatywnych, gdyż one kreują twórcze efekty. Do kreatywnych przemysłów zalicza: reklamę, architekturę, sztukę, rękodzieło artystyczne, projektowanie, oprogramowanie aktywności i czasu wolnego, muzykę, występy estradowe, wydawnictwa, programowanie artystyczne, radio i telewizję[13]. Do ich rozwoju potrzebne jest odpowiednie środowisko, tj. baza finansowa, oryginalna wiedza i kompetencje, nierównowaga potrzeb i możliwości ich zaspokajania, różnorodność, dobre powiązania i komunikacja, jak też strukturalna niestabilność[14]. Kreatywność środowiska postrzega się zarazem przez pryzmat miasta stanowiącego swoiste centrum przepływów, migracji i wymiany w połączeniu z innowacyjną ofertą firm zdolnych do tworzenia nowej wartości. Istotną rolę w tym zakresie mogą odegrać prężne, innowacyjne KTN, które wykorzystując swe kluczowe kompetencje będą dążyły do tworzenia przewag, nabierających w przypadku kreatywnych rodzajów działalności strategicznego charakteru. W rozwoju powiązań kluczowe znaczenie w generowaniu przemysłów kreatywnych przypisuje się środowisku innowacyjnemu (innovative milieu). M. Castells utożsamia je ze szczególnym zbiorem relacji produkcji i zarządzania opartym na organizacji społecznej nakierowanej na wytwarzanie nowych procesów i produktów oraz wiedzy[15]. Ma ono „[…] zdolność do wytwarzania synergii, tj. wartości dodanej wynikającej...z interakcji"[16] zachodzących pomiędzy nauką, technologią, gospodarką, które można postrzegać także jako następstwo wzajemnych interakcji KTN i miejskiego otoczenia.

Silnie oparta na powiązaniach z innowacyjnym otoczeniem branża nowych mediów wpisała się w rozwój Nowego Jorku (Silicon Alley), podobnie Paryża czy Londynu, a rozwinięty w tym ostatnim klaster medialny pozostaje od dawna przedmiotem penetracji wielu KTN bezpośrednio i pośrednio związanych z tą działalnością, głównie z produkcją, dystrybucją i finansowaniem filmów (np. Buena Vista, Fox). Takim przykładem w zakresie powiązań z rodzimym biznesem jest m.in. wydawniczo-projektowe przedsiębiorstwo Kircher-Burkhardt, które ulokowało swą działalność w 2000 roku w Berlinie, a czynnikiem, który wpłynął na taką decyzję była, zdaniem właściciela masa krytyczna twórczego talentu w postaci ulokowanego tam kapitału intelektualnego.

Podjęcie współpracy z innymi przedsiębiorstwami poprzez działanie w sieci i struktury klastrowe dostarcza przedsiębiorstwu nowych możliwości tworzenia wartości, w tym poprzez korzystanie ze zdolności produkcyjnych będących w dyspozycji kooperujących przedsiębiorstw, wzrost różnorodności form kooperacji, wzbogacanie oferty produktów, oddziaływanie poprzez ceny, poprawę

[13] F. Kuźnik: Modele kreatywnej aglomeracji miejskiej. W: Kreatywna aglomeracja – potencjały, mechanizmy, aktywności. Red. A. Klasik. Katowice 2008, s. 16.
[14] Ibid., s. 17-18.
[15] M. Castells: Społeczeństwo sieci. PWN, Warszawa 2007, s. 392-393.
[16] Ibid.

sprawności komunikacji, stanowiących tym samym źródła przewagi konkurencyjnej, zarówno cenowej, jakościowej, jak i informacyjnej. Daje to asumpt dalszego rozwoju kreatywnych przemysłów (kultury i nauki), które odpowiadają za coraz większą część wytwarzanego produktu krajowego, eksportu, zatrudnienia, inwestycji i dochodów ludności, stając się dźwignią zmian podstaw rozwojowych miast. Osiągane w wyniku takiej współpracy efekty przyczyniają się zatem do poprawy poziomu i jakości życia, czyli stanowią źródła korzyści istotnych dla miejsc lokalizacji takich przedsięwzięć i wzajemnych interakcji zachodzących w innowacyjnych środowiskach, których uczestnikiem zwłaszcza w produkcji, ale także w dystrybucji wytworów przemysłów kreatywnych i prac badawczo-rozwojowych w ramach usług coraz częściej są inwestycje KTN.

Wśród znaczących należy podać przykłady inwestycji korporacji charakterystycznych dla przemysłu kreatywnego, w tym Apple (mającej siedzibę w Dolinie Krzemowej, która w ramach podjętych inwestycji na rynku chińskim, drugim po Stanach Zjednoczonych prowadzi działalność w Pekinie, Szanghaju w Hongkongu), Google (z siedzibą Googlepleks w Dolinie Krzemowej, która posiada ok. 70 biur w ponad 40 krajach, np. w Europie: Wiedniu, Pradze, Helsinkach, Berlinie, Dublinie, Mediolanie, Rzymie, Krakowie, Warszawie, Londynie, w Azji, Pekinie, Szanghaju, Dżakarcie), News Corporations, jeden z największych na świecie konglomeratów medialnych (z siedzibą w Nowym Jorku, który poczynił inwestycje m.in. w Sydney Londynie, Delhi). Preferowanym kierunkiem lokalizacji inwestycji wskazanych KTN, reprezentujących kreatywny przemysł, stały się w znacznej mierze duże, innowacyjne, o kreatywnym środowisku miasta. Również w Polsce KTN reprezentujące przemysł kreatywny (np. Bertelsmann AG, Mediafin, Ringier Axel Springer Polska, ITI Media Group NV, Wolters Kluwer Int. Holding B.V., R.R. Donnelley International Inc. i Cox Enterprises, Inc) związały swą działalność z dużymi miastami, m.in. Warszawa, Kraków.

Zakończenie

W warunkach rosnącej ograniczoności rynków i zasobów, wraz z pojawianiem się nowych uczestników gry rynkowej, KTN, zwłaszcza te wywodzące się z krajów wysoko rozwiniętych, poszukują źródeł przewag konkurencyjnych w unikalnych lokalizacjach. Coraz częściej uwagę ich w tym zakresie skupiają te spośród miast XXI wieku, które zasługują na miano kreatywnych. Kreatywne miasta poprzez swą „różnorodność", której źródła utożsamiane są w szczególności z oryginalną wiedzą i zdolnościami twórczymi, trudnymi do naśladowania w innych miejscach, stają się dla KTN poszukujących aktywów strategicznych, ale także wzrostu efektywności rozwiązaniem indukującym procesy

innowacyjne i zmiany jakościowe. Szczególne miejsce w tym zakresie należy przypisać kreatywnym przemysłom, w których, za sprawą będącej ich generatorem własności intelektualnej i związanego z nią środowiska innowacyjnego, podejmowane inwestycje przynoszą korzyści istotne dla KTN, ale także dalszego rozwoju miasta.

Literatura

Barnay J.: Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. „Journal of Management" 1991.

Bartlett C.A., Ghoshal S.: Managing Across Borders: The transnational Solution. Harvard Business School Press, Boston 1989.

Castells M.: Społeczeństwo sieci. PWN, Warszawa 2008.

Florida R.: The Rise of the Creative Class. Basic Books, New York 2004.

Frenken K., Boschma R.A.: A Theoretical Framework for Evolutionary Economic Geography: Industrial Dynamics and Urban Growth as a Branching Process. Utrecht University, Utrecht, The Netherlands 2001.

Galvin J., Hexter J., Hirt M.: Building a Second Home in China. „McKinsey Quarterly" 2010, June.

Hamel G., Prahalad C.K.: The Core Competence of the Corporation. „Harvard Business Review" 1990.

Johnson G., Scholes, K. Whittington R.: Podstawy strategii. PWE, Warszawa 2010.

Kim W.Ch., Mauborgne R.: Strategia błękitnego oceanu. MT Biznes Ltd, Warszawa 2005.

Kuźnik F.: Modele kreatywnej aglomeracji miejskiej. W: Kreatywna aglomeracja – potencjały, mechanizmy, aktywności. Red. A. Klasik. AE, Katowice 2008.

Lewandowski P., Mućk J., Skrok Ł.: Znaczenie gospodarcze sektora kultury. Wstęp do analizy problemu. Raport końcowy. Instytut Badań Strukturalnych Warszawa 2010.

McKiernan P.: Strategy Past, Strategy Futures. „Long Range Planning" 1997, Vol. 30, No. 5.

Pławski W.: Netokracja i konsumtariat, czyli nowy podział społeczny w epoce Internetu. http://www.teberia.pl/news.php?id=5250

Stonehouse G., Hamill J., Campbell D., Purdie T.: Globalizacja. Strategia i zarządzanie. Felberg SJA, Warszawa 2001.

Turok I.: The Distinctive City:'Quality' as Source of a Competitive Advantage. University of Glasgow, Glasgow 2004.

Wyzwania urbanizacji i rola ONZ-HABITAT. Wykład A. Kajumulo Tibaijuki, zastępcy Sekretarza Generalnego NZ. Szkoła Główna Handlowa w Warszawie 18.04.2008.

CITIES OF NEW CENTURY – THE PURSUIT OF NEW COMPETITIVE ADVANTAGES BY TRANSNATIONAL CORPORATIONS

Summary

In terms of growing market competition creative cities stands important source of competitive advantage of TNCs. This competitive advantage is achieved by creative potential and specificity of such cities, which create „one of a kind" localization. Creation of new value in such localization is made by investments in creative industries (e.g. science, art, media, new technologies).

Eugeniusz M. Pluciński
Akademia Finansów w Warszawie
Krakowska Akademia im. A. F. Modrzewskiego

KONKURENCYJNOŚĆ POLSKIEGO EKSPORTU Z PERSPEKTYWY NOWOCZESNYCH CZYNNIKÓW WYTWÓRCZYCH

WYBRANE ASPEKTY NA PRZYKŁADZIE HANDLU POLSKI Z UE – W TYM Z NIEMCAMI I CZECHAMI

Wprowadzenie

W maju 2012 roku minęło osiem lat odkąd Polska jest formalnie wpisana w struktury jednolitego rynku wewnętrznego (JRW) UE. Z punktu widzenia efektów dobrobytowych realizowanych przez kraj członkowski UE istotne staje się m.in. pytanie, czy – w ślad za zmianami w dynamice obrotów handlowych Polski z krajami UE – postępują również zmiany w strukturze czynnikowej polskiego eksportu.

Konkurencyjność eksportu oparta na nowoczesnej wiedzy i technologii jest gwarantem trwale wyższych efektów dobrobytowych szczególnie na poziomie wyższej fazy integracji jakim jest wspólny rynek UE. Intensywny udział w handlu wzajemnym na wspólnym rynku UE zależy w pierwszym rzędzie od nowoczesnej substytucyjności czynnikowo-gospodarczej krajów członkowskich, a nie klasycznej komplementarności charakterystycznej dla schematu wymiany handlowej pomiędzy krajami wysoko rozwiniętymi (KWR) i krajami rozwijającymi się (KR).

Wspomnianą wyżej czynnikowo-gospodarczą substytucyjność kooperujących ze sobą krajów można badać m.in. przez pryzmat czynnikochłonności eksportowanych produktów, co wynika z faktu, iż struktura eksportu jest zwierciadłem struktury czynnikowej produkcji i PKB w ogóle. W tym kontekście, mając na względzie zróżnicowane efekty dobrobytowe poszczególnych faz integracji

europejskiej, od unii celnej (UC) przez wspólny rynek aż po unię walutową[1], analiza czynnikowa polskiego handlu z krajami UE ma praktyczny walor nie tylko przy ocenie korzyści z racji członkostwa Polski w UE. O ile tradycyjna komplementarność czynnikowa gwarantuje korzyści na poziomie UC poprzez klasyczny efekt kreacji i przesunięcia w handlu, to korzyści z wolności wspólnego rynku wynikają głównie z substytucyjności nowoczesnych czynników zintegrowanych gospodarek w wyniku czego występuje m.in. silny efekt przesunięcia od tradycyjnego handlu międzygałęziowego do nowoczesnego handlu wewnątrzgałęziowego[2].

Eksport oparty na nowoczesnych czynnikach produkcji, intensyfikując udział w wewnątrzgałęziowym podziale pracy, zatem i w handlu wzajemnym krajów Unii, to również ścieżka do minimalizacji kosztu utraconych możliwości z racji członkostwa w UE na poziomie wspólnego rynku, który ponoszą kraje mniej rozwinięte, opierające produkcję i eksport na tradycyjnych czynnikach produkcji.

Ponadto, nowoczesna wiedza i technologia jest również gwarantem realnej konwergen-cji gospodarczej leżącej u podstaw realizacji formalnych (fiskalno--monetarnych) kryteriów z Maastricht, co stanowi podstawą wejścia do Eurolandu – wyższej fazy integracji europejskiej wobec wspólnego rynku, zatem i potencjalnie wyższych efektów dobrobytowych z racji członkostwa Polski w integracji europejskiej w ogóle.

Reasumując można powiedzieć, że analiza konkurencyjności strukturalnej polskiego eksportu z perspektywy nowoczesnych czynników wytwórczych jest istotna nie tylko dla oceny realizowanych efektów dobrobytowych przez Polskę jako członka UE, ale i racjonalności wyborów w gospodarce otwartej w ogóle[3], w tym dla wektorów polityki gospodarczej w Polsce mając na względzie jej innowacyjność.

---

[1] Szerzej o statyczno-dynamicznych efektach dobrobytowych międzynarodowej integracji gospodarzej, w tym w UE, patrz m.in. Ekonomiczne aspekty integracji europejskiej. Red. J.D. Hansen. Kraków 2003; E.M. Pluciński: Integracja europejska. DSWE, Wrocław 2005, rozdz. II.

[2] E.M. Pluciński: Die Osterweiterung der Europaischen Union aus polnischer Sicht. W: Die Osterweiterung der Europaischen Union. Chancen und Perspektiven. Hrsg. Von Sp. Paraskewopoulos. Duncker & Humblot, Berlin 2000, s. 224.

[3] Idem: Świat – Europa – Polska. Teoria i praktyka z perspektywy racjonalnych wyborów ekonomicznych. Oficyna Wydawnicza Branta, Bydgoszcz-Kraków 2008, s. 343-396; T. Rynarzewski: Strategiczna polityka handlu międzynarodowego. PWE, Warszawa, 2005, s. 43-49.

1. Metoda badawcza i zakres analizy empirycznej

Analiza empiryczna konkurencyjności strukturalnej polskiego eksportu na rynku UE została przeprowadzona głównie na podstawie wskaźników ujawnionych przewag komparatywnych (RCA) opierając się na danych SITC Rev.3 i 4 w dezagregacji trzystopniowej, co powoduje, iż badane grupy towarowe w klasyfikacji SITC odpowiadają teoretycznemu pojęciu gałęzi w klasyfikacji produkcyjno-przemysłowej. Na podstawie blisko 300 grup towarowych (zwanych gałęziami), co oznacza uwzględnienie wszystkich gałęzi (w dezagregacji trzystopniowej) wchodzących w skład handlu globalnego klasyfikacji SITC (0-9 SITC)[4], wyliczono wskaźniki RCA dla agregatów strumieni handlowych według czynniko- i wiedzochłonności, w tym dla produktów technoitensywnych (łatwo- i trudnoimitowalnych[5]) oraz wiedzochłonnych (medium-tech i high-tech).

Wskaźnik RCA liczony jest według formuły Grupp/Leglera[6]

$$RCA_i = \ln [X_{ij} / M_{ij} : X_j / M_j]$$

X = wartość eksportu, M = wartość importu, i = grupa towarowa, j = kraj.

W ujęciu logarytmicznym wskaźnik RCA > 0 oznacza przewagi komparatywne wobec partnera zagranicznego, zaś RCA < 0 odwrotnie.

Przyjęte w badaniach autorskich wskaźniki RCA według formuły logarytmicznej potwierdzają, że im bliższe zeru wskaźniki RCA, tym wyższa substytucyjność czynnikowa handlu wzajemnego (czytaj gospodarek) i w konsekwencji wyższa intensywność handlu wewnątrzgałęziowego (mierzona wskaźnikami Grubela-Lloyda[7]).

Wnikając w korelację wskaźników RCA i IIT oraz determinanty handlu między- i wewnątrzgałęziowego można powiedzieć, że właśnie one w dużej mierze łączą treści zawarte we wskaźnikach konkurencyjności gospodarek i firm, a w konsekwencji odzwierciedlają komplementarność, względnie substytucyjność czynnikową gospodarek.

---

[4] Szczegółowy wykaz gałęzi patrz: E.M. Pluciński: Konkurencyjność strukturalna polskiej gospodarki na wspólnym rynku Unii Europejskiej. WN „Scholar", Warszawa 2005, s. 98-105.

[5] Idem: Der Aussenhandel der Visegrad-Staaten wahrend des Transformationsprozesses. SGH, Warszawa 1997, s. 11-12.

[6] B. Gerke, H. Grupp: Inovationspotential und Hochtechnologie. Phisica-Verlag, Heidelberg 1994, s. 92.

[7] H. Grube, P. Lloyd: The Empirical Measurement of Intra-Industry Trade. „The Economic Record" 1971, Vol. 47, No. 120, s. 494.

Mając natomiast na uwadze fakt, że rynek UE_{27} nie jest jednolity co do poziomu konkurencyjności strukturalnej, istotnym dopełnieniem analizy jest ilustracja czynnikowej konkurencyjności polskiego eksportu w relacji do poszczególnych krajów UE. Walor analizy czynnikowej polskiego eksportu do Niemiec i Republiki Czeskiej tkwi w tym, że pomiar zmian opiera się na absolutnych a nie uśrednionych wskaźnikach wobec grupy krajów, jak w przypadku całej UE – niejednorodnej przecież pod względem konkurencyjności strukturalnej. Inny jest bowiem poziom wspomnianej konkurencyjności w przypadku np. „starych" i „nowych" krajów UE oraz między nimi samymi.

Istotna jest tu również waga obrotów poszczególnych krajów w handlu Polski z Unią[8]. Niemcy są podstawowym rynkiem zbytu dla Polski nie tylko w handlu ze starymi krajami UE_{15} (40%), ale także z całą UE_{27} (33%) i w ogóle ze światem (26%). Czechy zaś to największy rynek zbytu dla polskiego eksportu pośród nowych krajów $UE_{(10+2)}$. Na Czechy przypada 35% eksportu do nowych krajów UE i ponad 7% eksportu do całej UE_{27} ($UE_{(10+2)}$ = 17% polskiego eksportu do UE_{27})[9].

Ponadto, wiodąca rola Niemiec w handlu Polski nie tylko z krajami UE, ale i ze światem powoduje, iż analiza handlu z Niemcami może stanowić oś oceny zmian w handlu Polski nie tylko w wymiarze regionalnym, ale i globalnym.

Natomiast analiza zmian w czynnikochłonności polskiego eksportu do Czech, jak również komparatystyka tychże zmian od strony nowoczesnych czynników wytwórczych w eksporcie obu krajów do UE, może stanowić istotny element porównawczy w ocenie zmian strukturalnych w okresie transformacji obu krajów.

2. Wnioski z analizy empirycznej

Wnikając w strukturę czynnikową polskiego eksportu do starych krajów UE, jako całości (tabela 1), można jednoznacznie powiedzieć, że Polska posiada przewagi komparatywne (RCA > 0) w obszarze produktów tradycyjnych (produkty surowco- i pracochłonne) i ich brak (RCA < 0) wśród produktów technointensywnych i wiedzochłonnych. Trzeba jednakowoż dodać, że w minionym dwudziestoleciu mamy do czynienia z poprawą wskaźników RCA w stosunku do krajów UE. Mówiąc o zmianach w czynnikowej strukturze eksportu warto odnotować istotną poprawę wśród produktów technointensywnych (trudnoimitowalnych), gdzie znacznemu zmniejszeniu luki technologicznej (RCA_{1989} = = –1,27; RCA_{2008} = –0,20) towarzyszy wzrost intensywności handlu wewnątrzgałęziowego oraz wzrost stopy eksportu tych produktów w eksporcie ogółem.

[8] E.M. Pluciński: Świat – Europa – Polska. Op. cit., cz. III.

[9] Obliczenia własne na podstawie Rocznika Polskiego Handlu Zagranicznego. GUS, Warszawa 2010.

Niestety nie można tego w pełni powiedzieć o branży wiedzochłonnej (high-tech), gdzie w ślad za poprawą w relacjach kosztów względnych (zmniejszenie ujemnych wartości RCA z –1,68 w 1989 do –0,26 w 2008) oraz poprawą intensywności handlu wewnątrzgałęziowego nie idzie znaczący eksport tych produktów na rynek UE. Eksport produktów z branży wysokiej technologii jest wciąż niski (2008 = 6,5% polskiego eksportu do UE; 1989 = 1,7%). Dla porównania, produkty rolno-spożywcze w polskim eksporcie do UE stanowią ponad 8% (5% w 2002).

Tabela 1

Handel Polski z krajami UE_{15-12} (RCA, IIT, stopa eksportu) – 2008-1989

SITC Rev.3 & Rev. 4[a]	RCA (P-UE_{15})		RCA (P-UE_{12})		IIT (%) (P-UE_{15})		IIT (%) (P-UE_{12})		Xi/X0-9 (%) (P-UE_{15})		Xi/X0-9 (P-UE_{12})	
	2008	1989	2002	1992	2008	1989	2002	1992	2008	1989	2002	1992
(0-9)	0,00	0,00	0,00	0,00	60,8	30,4	53,7	35,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Surowcochłonne	0,21	0,83	0,48	0,53	54,2	15,6	42,3	23,1	15,3	43,4	12,8	29,6
Pracochłonne	0,27	0,25	0,31	0,35	62,8	36,7	55,2	37,7	25,5	23,5	34,4	37,6
Kapitało-intensywne	–0,04	0,11	–0,11	0,12	70,3	41,6	66,5	37,9	26,2	17,7	19,0	17,5
Techno-intensywne (ł)[b]	–0,22	–0,93	–0,80	–1,14	41,9	36,0	30,0	23,7	11,4	5,4	6,9	4,1
Techno-intensywne (t)[b]	–0,20	–1,27	–0,12	–0,91	62,8	32,5	56,5	43,7	21,6	8,8	26,3	10,2
Med-tech [c]	–0,13	–1,27	–0,38	–1,07	53,2	37,4	51,0	38,4	23,1	8,3	18,9	8,8
High-tech [c]	**–0,26**	**–1,68**	–0,91	–1,70	**63,4**	**31,0**	49,7	26,9	**6,5**	**1,7**	4,2	1,8

[a]Według Rev.4 dla 2008, [b]produkty techno intensywne (podział na **ł**atwo- i **t**rudnoimitowalne wynika z istoty rozróżnienia między substytucyjnym i czystym PN-T), [c]produkty według wiedzochłonności mierzone udziałem nakładów na B&R w cenie towaru: Med.-tech (5-10%), High-tech (> 10%).

Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych GUS, External and Internal Trade of the EU OECD.

Szczegółowa analiza potwierdza, że mimo postępu wciąż daleko jest do substytucyjności czynnikowej między polską gospodarką i rynkiem UE. Przewagi komparatywne Polski w stosunku do rynku UE w obszarze produktów surowco- i pracochłonnych, zaś Unii wobec Polski pośród produktów technologicznie zaawansowanych i wiedzochłonnych świadczą o przeważającej tradycyjnej komplementarności, a nie nowoczesnej subtytucyjności gospodarek od strony podażowej. Znajduje to zresztą potwierdzenie w relatywnie niskim poziomie PKB per capita Polski na tle krajów Unii (61% średniego PKB w UE_{27})

oraz względnie niskiej intensywności handlu wewnątrzgałęziowego między Polską a UE (60,8%-63,4% z UE_{15})[10] i to niezależnie od znacznej poprawy w tym względzie (tabela 1). Trzeba wiedzieć, że w handlu wzajemnym „starych" krajów UE_{15} (EWG) średni wskaźnik IIT to 85 ze 100% i ponad 90% w obszarze high-tech.

2.1. Polska-Niemcy

Dominujący udział Niemiec w handlu Polski z UE (pomimo spadkowej tendencji) powoduje, że zmiany w handlu Polski z Unią, w tym ze „starymi" krajami UE_{15}, dokonują się w rytm zmian w handlu Polski z Niemcami (tabela 2). Mimo iż udział towarów przemysłowych w polskim eksporcie do Niemiec (UE) jest znaczący (ok. 80%), to w miarę przechodzenia do bardziej złożonych pod względem technologicznym produktów ich udział w eksporcie, np. maszyn ($SITC_7$), jest radykalnie mniejszy (ok. 40%), zaś wyrobów wysokiej technologii ($SITC_{high\text{-}tech}$) wręcz symboliczny (5,4%).

Tabela 2

Handel Polski z Niemcami (RCA, IIT, stopa eksportu i importu) – 2008-1989

SITC Rev.3 & Rev. 4[a]	2008 RCA/ IIT %	2002 RCA/ IIT %	1992 RCA/ IIT %	1989 RCA/IIT%	2008 Xi/X_{0-9} % Mi/M_{0-9}		1989 Xi/X_{0-9} % Mi/M_{0-9}	
(0-9)	0,00/ 61,3	0,00/ 51,5	0,00/ 30,0	0,00/ 22,8	100,0	100,0	100,0 100,0	100,0 100,0
Surowcochłonne	0,36/ **46,6**	0,62/ **27,4**	0,80/ **21,7**	0,56/ **11,1**	16,5	11,5	34,8	19,9
Pracochłonne	0,41/ **60,9**	0,45/ **51,2**	0,34/ **29,9**	0,46/ **27,4**	29,6	19,7	29,1	18,4
Kapitało-chłonne	–0,25/ **73,8**	–0,09/ **66,3**	0,14/ **28,5**	0,31/ **23,3**	22,9	29,4	23,7	17,1
Technointens. łatwoimit. (ł)	–0,19/ **64,6**	–0,26/ **55,5**	–1,06/ **39,1**	–1,49/ **25,5**	22,5	**27,3**	3,8	11,8
Technointens. trudnoimit (t)	–0,28/ **44,3**	–1,29/ **28,8**	–1,62/ **23,8**	–1,14/ **28,9**	8,3	**11,1**	6,9	30,6
Med-tech	–0,33/ **56,2**	–0,46/ **56,4**	–1,53/ **27,4**	–1,90/ **19,0**	17,5	**24,4**	4,7	31,3
High-tech	–0,24/ **61,1**	–1,41/ **37,7**	–2,22/ **19,3**	–1,81/ **23,2**	5,4	**6,9**	1,4	8,6

Źródło: Ibid.

[10] W handlu z UE_{27} wskaźnik IIT w 2008 = 64%. Efekt podobny jak w przypadku statystycznego wzrostu poziomu PKB per capita w regionach starych krajów po wejściu do Unii biedniejszych regionów.

Godna odnotowania jest natomiast tendencja w tym względzie. Otóż mamy do czynienia z wyraźnym spłaszczaniem dysproporcji we względnych kosztach produkcji. Jeśli w 1989 roku ujemny wskaźnik RCA dla Polski w handlu wyrobami high-tech wynosił (–)1,81, to w 2008 (–)0,24. Wciąż to znacząca luka technologiczna, co potwierdza wspomniany już nikły udział tej grupy towarowej w polskim eksporcie do Niemiec (5,4%). Znamienny w tym względzie jest fakt, że za 1000 EUR dostajemy średnio z Niemiec 124 kg importowanych maszyn natomiast by zyskać 1000 EUR z eksportu maszyn, do Niemiec musimy wyekspediować 153 kg. Nie jest tajemnicą, że różnica w masie maszyn jest odwrotnie proporcjonalna do poziomu ich techno- i wiedzochłonności.

W obszarze wysokiej technologii na szczególną uwagę zasługują zmiany, które wystąpiły w ostatnich latach (2002-2006-2008). Ujemny wskaźnik RCA znacząco zmniejszył się (odpowiednio z –1,4 do –1,03 do –0,24). Znalazło to również odzwierciedlenie we wzroście intensywności handlu wewnatrzgałęziowego w tej grupie towarowej ($IIT_{high\text{-}tech}$) do poziomu 61,1% (tabela 2). Ponadto, wyraźnie zmniejszył się deficyt obrotów Polski z Niemcami w tej grupie towarów. Jednak, bardziej to wynika z przesunięcia polskiego importu wyrobów high-tech na inne kraje niż znaczącego wzrostu polskiego eksportu do Niemiec. Powszechnie wiadomo, że Niemcy są bardziej konkurencyjne na rynku światowym w wyrobach średniej, a nie wysokiej technologii.

Obraz zmian w polskim eksporcie do Niemiec okazuje się nieco mniej zadowalający, jeśli odniesiemy stopę eksportu nowoczesnych do tradycyjnych grup towarowych w handlu z Niemcami. Otóż udział produktów praco-i surowcochłonnych to wciąż prawie połowa wartości polskiego eksportu (2008 46,1%, 1989 63,9%). Uwzględniając dodatkowo wyroby kapitałochłonne daje to razem blisko 70%. Pośród pozostałych 30% eksportu, czyli towarów technointensywnych, przeważa średnia technologia (tabela 2**)**. Potwierdza to również szczegółowa analiza. Otóż na pierwsze 30 z 258 analizowanych gałęzi (TOP"30"X), które dają prawie 60% wpływów z eksportu do Niemiec, aż 3/4 to gałęzie tradycyjne (9 pracochłonnych, 6 surowcochłonnych i 7 gałęzi kapitałochłonnych). Na pozostałe 8 technointensywnych gałęzi przypada trzy razy mniej wpływów eksportowych niż w przypadku gałęzi tradycyjnych (44% a 15% z 60% – tabela 3).

Tabela 3

TOP 30 według wartości eksportu (X) Polski do Niemiec w 2008 i 2002 roku

Top 30 (X) 2008r. = 59,27% X $_{(0-9)}$	TOP 30 (X) 2002r. = 67,49% X $_{(0-9)}$
6 (S) = 6,70%	5 (S) = 5,75%
9 (P) = 20,09%	10 (P) = 27,90%
7 (K) = 16,53%	7 (K) = 15,36%
3 (T/l) = 4,98% [a]	6 (T/l) = 16,31%
5 (T/t) = 10,97% [a]	2 (T/t) = 2,06%

P (pracochłonne), S (surowcochłonne), K (kapitałochłonne), T/t (technointensywne trudnoimitowalne), T/ł (technointensywne łatwoimitowalne).[a]w tym 4 (h-tech) i 4 (m-tech).

Powrót do ujemnego bilansu handlu Polski z Niemcami (również z UE_{15}) już w trzecim roku po wejściu do UE (2007/2008, po dodatnim eksporcie netto w latach 2004-2006) to skutek nie tylko „wygasania" efektu kreacji w handlu produktami tradycyjnymi po wejściu do strefy wolnego handlu w UE, ale i ujemny efekt strukturalny, w tym wysokiej dochodowej elastyczności popytu zagranicznego na produkty zaopatrzeniowe w okresie dekoniunktury. Warto przypomnieć, że spadek produkcji przemysłowej Niemiec od stycznia 2008 do stycznia 2009 wyniósł aż 36%. Odnotowany w 2009 roku powrót nadwyżki eksportu nad importem w handlu Polski z Niemcami (również z UE_{15}) niczego w tym względzie nie zmienia. Nie wynika bowiem ze znaczących zmian struktury eksportu od low-tech do high-tech, lecz jest konsekwencją głównie głębokiej deprecjacji polskiej złotówki. Kolejny 2010 rok jak i pierwszy kwartał 2011 potwierdza tę tendencję.

2.2. Polska-Republika Czeska

W handlu z Republiką Czeską występuje również niekorzystna komplementarność czynnikowa. Polska posiada – podobnie jak w przypadku Niemiec – przewagi komparatywne w tradycyjnych gałęziach produkcji i ich brak w obszarze nowoczesnych czynników produkcji, o czym świadczą dodatnie wartości wskaźników RCA w handlu towarami surowco-, praco- i kapitałochłonnymi oraz ujemne wskaźniki RCA w handlu wyrobami technointensywnymi i wiedzochłonnymi (tabela 4). Pomimo istotnej poprawy konkurencyjności w obszarze nowoczesnych czynników produkcji, wciąż mamy ujemne wskaźniki RCA, zarówno pośród produktów technointensywnych, jak i wiedzochłonnych. Znacząca poprawa ma miejsce szczególnie w obszarze wysokiej technologii ($RCA_{high\text{-}tech}$: 2008 = –0.10; 2002 = –0,81). Jednak, udział w globalnym eks-

porcie tych gałęzi oscyluje wciąż na niskim poziomie: 4 ze 100% (przed akcesją 2,8% – dane za 2002). Natomiast większy udział w eksporcie do Czech produktów z branży średniej technologii (stabilne 11%) realizowany jest przy znaczącej nadwyżce importu w tym względzie. Import wyrobów średniej technologii (medium-tech) z Czech do Polski prawie dwukrotnie przewyższa polski eksport, co generuje utrzymujący się w czasie deficyt obrotów eksportowo-importowych w zakresie nowoczesnych produktów.

Tabela 4

Handel Polska – Republika Czeska przed i po akcesji. Wskaźniki IIT, RCA, stopa eksportu i importu (2008 i 2002 rok)

SITC Rev.3 & Rev. 4[a]	2008 RCA/ IIT %		2002 RCA/ IIT %		2008 Xi/X0-9	Mi/M0-9	2002 Xi/X0-9	Mi/M0-9
(0-9)	0,00/	**59,1**	0,00/	**52,6**	**100,0**	100,0	**100,0**	100,0
(5:8-68)	–0,12/	**62,3**	–0,27/	**54,8**	**68,5**	77,1	**64,4**	84,4
(7)	–0,14/	**59,8**	–0,64/	**51,7**	**26,2**	30,2	**16,7**	31,7
(0)	0,38/	**43,5**	0,50/	**55,3**	**9,9**	6,7	**10,2**	6,2
Med-tech	–0,63/	**60,5**	–0,67/	**50,7**	**11,3**	21,2	**11,5**	22,6
High-tech	–0,10/	**81,4**	–0,81/	**54,4**	**4,1**	4,5	**2,8**	6,4
Technointens. trudnoimit (t)	–0,20/	**57,9**	bd		**13,7**	16,8	bd	
Technointens. łatwoimit. (ł)	–0,14/	**73,5**	bd		**9,8**	11,2	bd	
Surowco-chłonne	0,01/	**60,4**	bd		**21,5**	21,4	bd	
Praco-chłonne	0,14/	**59,6**	bd		**23,2**	20,2	bd	
Kapitało-chłonne	0,06/	**53,9**	bd		**31,7**	29,8	bd	

Źródło: Ibid.

O ile przed akcesją do UE deficyt w handlu z Czechami mieliśmy we wszystkich technointensywnych i wiedzochłonnych produktach (również w handlu globalnym), to po akcesji – mimo iż mamy dodatni bilans handlowy z Czechami (głównie za sprawą wzrostu eksportu tradycyjnego, w tym produktów rolno-spożywczych) – wciąż utrzymuje się ujemne saldo obrotów eksportowo-importowych w grupie produktów średniej technologii (medium-tech). W przypadku średniej technologii występuje niestety stabilizacja polskiej (nie)konkurencyjności. Wskaźniki RCA po akcesji, w porównaniu do okresu sprzed 2004 utrzymują się wciąż na relatywnie niskim poziomie ($RCA_{m\text{-}tech}$ 2008 = (–)0,63, 2002 = (–)0,67). W tym kontekście, uwzględniając

niski udział w polskim eksporcie wyrobów high-tech, można mówić co najwyżej o zachowaniu luki technologicznej, a nie jej skracaniu. Taki przypadek kwalifikuje się do stwierdzenia, że gospodarka nastawiona jest bardziej na imitowanie, a nie kreowanie postępu technicznego, co zdecydowanie spowalnia proces przejścia od niekorzystnej tradycyjnej komplementarności czynnikowo-gospodarczej do jej nowoczesnej substytucyjności, ze wszelkimi (wcześniej sygnalizowanymi) kosztami w tym względzie (m.in. uszczuplone efekty dobrobytowe z integracji europejskiej).

Aktualnie pośród pierwszych 30 gałęzi o najwyższych przewagach komparatywnych w eksporcie Polski do Czech (TOP30 według RCA pośród 258 gałęzi globalnego eksportu Polski**)** jedynie 5 z nich to gałęzie technointensywne (trudno- i łatwoimitowalne, w tym 3 zaliczane do wysokiej technologii, aczkolwiek ze śladowym udziałem w eksporcie TOP30RCA (tabela 5). W analizowanym okresie największy udział pośród TOP30RCA w polskim eksporcie do Czech przypada na 4 gałęzie kapiałochłonne (8,75% z 15,26%). Natomiast najliczniej są reprezentowane gałęzie praco- i surowcochłonne (21 z 30 gałęzi), stanowiąc jakby kalkę niekorzystnej struktury polskiego eksportu do Niemiec.

Tabela 5

TOP 30 według RCA w eksporcie Polski do Republiki Czeskiej (2008 i 2002 rok)

Top30RCA 2008 (15,26% z X_{0-9}), w tym:	Top"30"RCA 2002 (20,92% z X_{0-9}), w tym:
14 (S) = 3,75 %	9 (S) = 5,58%
7 (P) = 2,23%	7 (P) = 1,12%
4 (K) = 8,75%	9 (K) = 11,35%
3 (T/l) = 0,45%	**2 (T/l) = 2,06%**
2 (T/t) = 0,07%	**2 (T/t) = 0,81%**
w tym: **3 H-tech = 0,19% z 15,26%**	w tym: **0 H-tech**

Źródło: Ibid.

Podobne wnioski wynikają na podstawie szczegółowej analizy 30 pierwszych gałęzi o najwyższych wpływach eksportowych (TOP30X) dających blisko 2/3 wpływów z eksportu do Czech. Otóż wśród TOP30X jest tylko 6 gałęzi technointensywnych (w tym 3 zaliczane do high-tech). Ich udział w eksporcie stanowi 11,5% (high-tech: 4%). W porównaniu z okresem sprzed akcesji można mówić jedynie o „statystycznej" poprawie w tym względzie (w 2002 wśród TOP30 X występowały 2 gałęzie high-tech, które stanowiły 1,97% eksportu do Czech) – tabela 6.

Tabela 6

TOP 30 według wartości eksportu (X) Polski do Republiki Czeskiej (2008 i 2002 rok)

Top 30 (X) 2008 (63,01% z X0-9), w tym:	Top 30 (X) 2002 (= 61,93% z X0-9), w tym:
9 (S) = 13,36%	9 (S) = 18,10%
5 (P) = 12,64%	7 (P) = 15,80%
10 (K) = 25,60%	9 (K) = 21,77%
2 (T/l) = 3,02%	**2 (T/l)= 2,07%**
4 (T/t) = 8,46%	**3 (T/t)= 3,17%**
w tym: **3 H-tech = 4,13% z 63,01%**	w tym: **2 H-tech = 1,97% z 61,93%**

Źródło: Ibid.

Natomiast należy dodać, że jednoczesne wejście Polski i Czech do UE w 2004 roku zatem likwidacja ograniczeń w handlu rolno-spożywczym (które miały miejsce z tytułu WPR Unii wobec krajów trzecich), wyraźnie zdynamizowało polski eksport rolno-spożywczy, w obszarze którego Polska posiada przewagi komparatywne. Podobnie zresztą jak to miało i ma miejsce w przypadku Niemiec i średnio ujmując wobec całej UE.

Analizując konkurencyjność strukturalną polskiego eksportu do Czech można powiedzieć, że luka technologiczna występuje nie tylko wobec hegemona gospodarczego UE, jakim są Niemcy, ale również w stosunku do znaczących pod względem potencjału ekonomicznego „nowych" krajów Unii, jakim są właśnie Czechy. Potwierdzeniem tego jest wyższy poziom PKB per capita Republiki Czeskiej w porównaniu z Polską, a w ślad za tym lepsze wskaźniki RCA i IIT w handlu z krajami UE, w tym z Niemcami[11].

Zakończenie

Jeśli poziom technologicznej (nie)konkurencyjności na przełomie lat 80/90. był odziedziczony po nieefektywnym systemie ekonomicznym, to aktualnie zasadne pozostaje pytanie o polską strategię innowacyjności w ogóle. Pytanie o to, na ile współgrają ze sobą wewnętrzne i zewnętrzne determinanty innowacyjności warunkujące przejście polskiej gospodarki do substytucyjności opartej na nowoczesnej wiedzy i technologii wobec większości krajów „starej" UE (UE_{15}) i szczególnie Niemiec, ale także wybranych krajów nowej UE_{10+2} (Republika Czeska).

[11] Szerzej E.M. Pluciński: Konkrencyjność polskiej gospodarki na rynku krajów Grupy Wyszehradzkiej przed i po akcesji do UE. W: Konkrencyjność w handlu międzynarodowym – czynniki i uwarunkowania. Red. K. Kaszuba, M. Maciejewski, S. Wydymus. UE, Kraków 2008, s. 329-344.

Trzeba wiedzieć, że po 2013 roku Polska przestanie być głównym beneficjentem pomocy UE w ramach polityki strukturalnej. Co więcej, sama polityka strukturalna może ulec radykalnej zmianie, podobnie jak i sam mechanizm funkcjonowania wspólnego rynku w warunkach „iskrzenia" procesu jednoczesnego poszerzania i pogłębiania UE z jednej strony oraz rosnącej, a nie malejącej luki UE wobec technologicznych centrów świata z drugiej. Zagrożenie stanowi też kryzys fiskalny krajów PIIGS w UE.

Aktualne zawirowania na światowych rynkach finansowo-kapitałowych oraz kryzys fiskalny w Eurolandzie (i nie tylko) powodują, że idea integracji dwóch prędkości w UE wydaje się coraz bliższa. Nie wnikając w argumenty za i przeciw kreowaniu pierwszej i drugiej ligi integracji europejskiej w ramach Unii można jedynie powiedzieć, że aby grać w wyższej lidze UE, zatem korzystać z efektów dobrobytowych wyższych niż tylko unia celna faz integracji UE, Polska nie ma innej możliwości niż spełnienie warunku substytucyjności w zakresie nowoczesnych czynników produkcji. Sprawdzoną ścieżką awansu w tym względzie jest strategia innowacyjności oparta na świadomości, że system alokacji czynników wytwórczych w mechaniźmie rynkowym i zarządzanie zasobami nie jest zwykłym ich administrowaniem, lecz dynamicznym proinnowacyjnym procesem. Póki co, brak jest takiej strategii w Polsce. Bez podstawowej decyzji o wdrożeniu kompatybilnej strategii innowacyjności – rozpisanej w czasie wykraczającym poza polityczny cykl wyborczy – z wykorzystaniem wszystkich wzajemnie dopełnianiających się wewnętrznych i zewnętrznych determinant innowacyjności (w podanej kolejności[12]) wszelkie dokumenty typu „Innowacyjna Polska 2020, 2030..." będą jak program budowy dróg i autostrad w Polsce.

[12] W warunkach braku wiarygodnej wspólnej polityki gospodarczej w UE oraz technologicznej spójności między „starymi" i „nowymi" krajami UE, jak również ograniczoności tzw. czterech wolności JRW UE czy fiaska Strategii Lizbońskiej, właśnie stawka na wewnętrzne determinanty innowacyjności jest konieczna, by móc szybciej przejść od imitowania do kreowania PNT. W konsekwencji, możliwego przejścia od tradycyjnego do nowoczesnego modelu międzynarodowego podziału pracy, by zwiększyć efekty dobrobytowe w gospodarce otwartej. Pośród wewnętrznych determinant strategii innowacyjności należałoby uwzględnić szybkie dokończenia procesu prywatyzacji, które wespół z proinnowacyjną ekonomią instytucjonalną mogłoby stworzyć bazę dla konkurencji zatem rynkowego wymuszania innowacyjności wspartej efektywną polityką zwiększonych wydatków na B&R. Zwiększone wydatki na B&R należałoby rozpatrywać w kontekście permanentnie unowocześnianej edukacji od przedszkola do uniwersytetu („kurs na jakość"), powiązania przemysłu z instytucjami naukowo-badawczymi czy reformy i sanacji funkcjonowania państwa w ogóle, co pozwoli także zwiększyć efektywność zewnętrznych determinant innowacyjności (BIZ, zagraniczne środki pomocowe). To wymaga jednak odpowiedzi na zasadnicze pytanie o instytucje społeczeństwa demokratycznego (obywatelskiego, a nie partyjnego) oraz o instytucje systemu alokacji czynników wytwórczych w mechaniźmie rynkowym tak, by zarządzanie zasobami miało dynamiczny proinnowacyjny Schumpeterowski charakter, uwzględniając jednocześnie warstwę wnioskową równania Solowa. W tym kontekście należałoby się również zastanowić czy reformy cząstkowe bez całościowego podejścia do strategii innowacyjności mogą być efektywne. E.M. Pluciński: Ekonomia gospodarki otwartej. ELIPSA, Warszawa 2004, s. 119-121.

Natomiast poczęta jesienią 2008 roku deprecjacja złotego i pogłębiona w drugiej połowie 2011 (w wyniku m.in. sierpniowego „armagedonu" na światowych rynkach finansowo-kapitałowych[13]), może niestety utrwalić niepożądaną krótkookresową strategię wzrostu polskiego eksportu opartą na cenowej, a nie strukturalnej jego konkurencyjności.

Ku przestrodze można jedynie przypomnieć, że deprecjacja waluty krajowej (podobnie jak protekcjonizm w handlu) petryfikuje istniejącą tradycyjną strukturę produkcji, chroni niekonkurencyjnych producentów i zubaża konsumenta (tzw. efekt podkonsumpcji w wyniku wyższych cen produktów z importu) oraz zmniejsza bezpieczeństwo ekonomiczne państwa. Petryfikacja tradycyjnej struktury produkcji powoduje, że spirala zacofania pogłębia się spychając kraj do obszaru handlu tradycyjnego, dalekiego od nowoczesności i strukturalnej konkurencyjności w obszarze nowoczesnej wiedzy i technologii[14]. W przypadku Polski może oznaczać zwiększenie, a nie zmniejszenie kosztu utraconych możliwości z racji członkostwa w UE na poziomie wspólnego rynku, gdzie dominuje międzynarodowy podział pracy oparty na substytucyjności nowoczesnych czynników produkcji, a nie tradycyjnej ich komplementarności.

Ponadto, jak powszechnie wiadomo, kraje opierające swój eksport na tradycyjnej ofercie zaopatrzeniowo-konsumpcyjnej są w pierwszym rzędzie dotknięte kryzysem gospodarczym w świecie. Spowolnienie gospodarki Niemiec w drugim kwartale 2011 roku oraz korekta prognoz wzrostu gospodarczego świata dla lat 2011-2012 (w kontekście wieszczonej drugiej fali kryzysu światowej gospodarki) może po raz kolejny przypomnieć o tej prawdzie. Nie bez znaczenia jest też fakt, że przy stopniowej utracie przewag komparatywnych w produktach tradycyjnych na wspólnym rynku UE Polska ma coraz mniejsze szanse w tym względzie również na rynku globalnym. Konkurencyjność cenowa, np. Chin, Indii, w obszarze produktów pracochłonnych jest niepodważalna.

---

[13] Aktualne zawirowania na rynkach finansowo-kapitałowych i walutowych, początek których tkwi w kryzysie fiskalnym państw, a iskrą zapalną stało się obniżenie oceny kredytowej dla długów rządu USA (wcześniej dla krajów PIIGS w Eurolandzie), przypomina jednocześnie o istotnej roli wiarygodności i zaufania do polityków gospodarczych w procesie równowagi globalnej i równowag cząstkowych w zglobalizowanej gospodarce światowej. Wyjaśnienie związków przyczynowo-skutkowych w tym względzie wraz z ich przełożeniem na gospodarkę realną dają współczesne teorie optymalnych obszarów walutowych bazujących m.in. na długookresowej, a nie krótkookresowej krzywej Phillipsa (stopa inflacji nie zależy od stopy bezrobocia, lecz jest pochodną wiarygodności polityki gospodarczej (teoria racjonalnych oczekiwań R. Lucasa). E.M. Pluciński: Świat – Europa – Polska. Op. cit., s. 239.

[14] Dziś, w warunkach monopolistycznej struktury rynku, walka na rynku światowym o względy konsumenta (popytu w ogóle, patrz teoria dyferencjacji produktu względem skłonności konsumenta do różnorodności) rozgrywa się w dłuższym okresie bardziej w obszarze konkurencji pozakosztowej niż cenowej. Wyznacznikiem dla popytu w dłuższym okresie pozostaje bowiem relacja cena-jakość, a nie sama cena. Cena w obrocie międzynarodowym związana m.in. z poziomem kursu waluty krajowej ma wpływ na popyt, ale w krótkim okresie. Dotyczy to również wspólnego rynku UE pozostającego pod wpływem wahań kursowych w wyniku rozdziału między krajami strefy euro i krajami UE spoza tej strefy, w tym Polski.

Reasumując, tkwienie w klasycznej komplementarności czynnikowo-gospodarczej grozi nie tylko ograniczeniem efektów dobrobytowych Polski dziś i jutro w ramach integracji europejskiej, ale i w skali zglobalizowanej gospodarki światowej.

Literatura

Czarny E., Śledzińska K.: Polska w handlu światowym. PWE, Warszawa 2009.
Determinanty i wyzwania gospodarki światowej. Red. E. Najlepszy, M. Bartosik-Purgat. Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Poznań, 2009.
Die Osterweiterung der Europaischen Union. Chancen und Perspektiven. Hrsg. Von Sp. Paraskewopoulos.
Duncker & Humblot, Berlin 2000.
De Grauwe P.: The Economics of Monetary Integration. Oxford Uni Press,1992.
Ekonomiczne aspekty integracji europejskiej. Red. J.D. Hansen. Kraków 2003.
„Financial Stability Review". ECB, Frankfurt am Main 2011.
Gerke B., Grupp H.: Inovationspotential und Hochtechnologie. Phisica-Verlag, Heidelberg 1994.
Globalizacja i integracja europejska. Red. J. Kotyński. PWE, Warszawa 2005.
Grubel H., Lloyd P.: The Empirical Measurement of Intra-Industry Trade. „The Economic Record" 1971, Vol. 47, No. 120.
Kasprzak W.A, Pelc K.I.: Strategie Innowacyjne i techniczne. Politechnika Wrocławska, Wrocław 2008.
Konkurencyjność w handlu międzynarodowym. Red. K. Kaszuba, M. Maciejewski, S. Wydymus. UE, Kraków 2008.
Latoszek E.: Integracja europejska. Mechanizmy i wyzwania. KiW, Warszawa 2007.
Misala J., Pluciński E.M.: Handel wewnątrzgałęziowy między Polską a Unią Europejska. Teoria i praktyka. SGH, Elipsa, Warszawa 2000.
Pluciński E.M.: Świat – Europa – Polska. Teoria i praktyka z perspektywy racjonalnych wyborów ekonomicznych. Oficyna Wydawnicza Branta, Bydgoszcz-Kraków 2008.
Pluciński E.M.: Konkurencyjność strukturalna polskiej gospodarki na wspólnym rynku Unii Europejskiej. WN „Scholar", Warszawa 2005.
Pluciński E.M.: Ekonomia gospodarki otwartej. ELIPSA, Warszawa 2004.
Pluciński E.M.: Der Aussenhandel der Visegrad-Staaten wahrend des Transformationsprozesses. SGH, Warszawa 1997.
Płowiec U.: Innowacyjna Polska w Europie 2020. Szanse i zagrożenia trwałego rozwoju. W: Zarządzanie ryzykiem. Kwartalnik nr 35/36 IZaR. Akademia Finansów, Warszawa 2010.
Problemy regionalizmu. Red. J. Rymarczyk, M. Domiter, W. Michalczyk. UE, Wrocław 2010.
Skutki zagranicznych szoków technologicznych dla polskiej gospodarki. Red. T. Rynarzewski, Sz. Truskolaski. PWE, Warszawa 2010.
Sporek T.: Wpływ kryzysu światowego na globalizację gospodarki światowej. Diagnoza i konsekwencje dla Polski. AE, Katowice 2010.
The Monetary Policy of the ECB 2011. ECB, Frankfurt am Main 2011.

THE COMPETITIVENES OF POLISH EXPORTS FROM THE PERSPECTIVE OF MODERN PRODUCTION-FACTORS

SELECTED ASPECTS IN THE LIGHT OF POLISH EXPORTS INTO UE, GERMAN AND CZECH REPUBLIC

Summary

The analysis of modern production-factors of Polish exports into UE, and especially into Germany (leading role in Polish trade) and Czech Republic (leader in Polish trade amongst the new EU-countries) serve as a base for concluding on changes--dynamics in factor-structure of Polish trade on overall Union's market and the two new EU-countries in transition. Germany represents nearly quarter of EU's GDP, hence, meaningful is the importance of country's share in intra-EU trade, which speaks for itself in terms of intensity of integrative relations. Empirical analysis was grounded upon RCA indicators (according to logarithmic formula of Grupp/Legger) using three-degree--disaggregation of data from SITC Rev.3&4. RCA indicators were computed for almost 300 product-groups, which determine global international trade in SITC (0-9 SITC) classification.

Conclusions: Lack of technological substitution Polands on UE-market generates lost opportunity cost from integration. Antidote lies in supporting internal and external determinants of pro-innovative growth.

Małgorzata Poniatowska-Jaksch
Szkoła Główna Handlowa w Warszawie

NOWE OBLICZE KAPITAŁU PAŃSTWOWEGO W EKSPANSJI MIĘDZYNARODOWEJ PRZEDISIĘBIORSTWA

Wprowadzenie

Negatywne aspekty procesu globalizacji, światowy kryzys gospodarczy, działania grup terrorystycznych, wybryki chuligańskie to jedne z ważniejszych czynników, które przyczyniły się do nasilenia nacjonalizmu oraz większego krytycyzmu w stosunku do gospodarki otwartej, demokracji, a tym samym znacznego wzrostu liczby wdrażanych różnego typu regulacji. Zwiększa się więc rola państwa i reprezentującego go rządu, a w rozważaniach naukowych coraz więcej uwagi poświęca się koncepcji kapitalizmu państwowego, jego rozwojowi i wynikających z tego faktu rozlicznych konsekwencji. Państwowy kapitalizm jest systemem ekonomicznym, w którym rządy manipulują rynkiem, aby móc osiągnąć określone cele polityczne. Niemniej jednak kraje, w których mamy do czynienia z kapitalizmem państwowym relatywnie łatwo poradziły sobie ze światowym kryzysem gospodarczym, a przedsiębiorstwa quasi-państwowe odgrywają coraz większą rolę w gospodarce światowej. Stąd też celem opracowania jest próba nakreślenia obszarów badawczych wynikających ze wzmocnienia roli państwa w gospodarce rzutujących na kierunki i zakres ekspansji międzynarodowej przedsiębiorstw, ze szczególnym uwzględnieniem miejsca w tym procesie firm, których znaczna część aktywów jest w rękach państwa.

1. Nasilenie instytucjonalizmu – wzrost roli państwa w gospodarce

Renesans instytucjonalizmu należy wiązać przede wszystkim z negatywnymi aspektami globalizacji, które ujawniły się jeszcze przed światowym kryzysem gospodarczym, czego wyrazem było spowolnienie, a zdaniem niektórych autorów wręcz regres tego procesu. Jego oznakami są m.in. ograniczenia impor-

towe, które nakładają przede wszystkim kraje wysoko gospodarczo rozwinięte (jedną z najważniejszych sfer interwencji państwowej jest rynek paliwami) oraz ograniczenia w przepływach ludności (najbardziej widoczne w państwach Unii Europejskiej). Obserwujemy także wyraźne wzmocnienie roli państwa w gospodarce[1]. W tym ostatnim przypadku niebagatelną rolę odegrał światowy kryzys gospodarczy, w trakcie którego rządy poszczególnych państw podjęły wiele działań interwencyjnych, co przejawiało się przede wszystkim dużym zaangażowaniem, zwłaszcza finansowym w łagodzenie skutków kryzysu finansowego i gospodarczego. Uświadomiono sobie także, że w warunkach gospodarki otwartej prowadzenie działalności w skali lokalnej, w której przestrzeni znajdują się także przedsiębiorstwa zagraniczne, staje się coraz częściej niemożliwe bez stosownych uregulowań międzynarodowych[2].

Mniejsza od oczekiwanej efektywność systemu rynkowego w warunkach gospodarki otwartej skłoniła przedstawicieli ekonomii do poszukiwania nowych ścieżek rozwoju[3]. Konieczność zmiany dotychczasowego podejścia wynikała z niedostatków tzw. starego paradygmatu rozwoju (SPR), w szczególności tej części, która dotyczy zasad Washington Consensus, jak też potrzeby zastosowania bardziej praktycznego, wielowymiarowego, a zarazem bardziej holistycznego podejścia do rozwoju, który uwzględniałby różnorodność ludzkich celów i potrzeb. Nowe spojrzenie na paradygmat rozwoju wymaga uwzględnienia w znacznym stopniu instytucji wspomagających rozwój, umiejętności zespolenia środków i celów w procesie rozwoju w warunkach strukturalnej transformacji społeczeństw. Zagadnienie wpływu różnego typu uwarunkowań na rozwój gospodarczy zajmuje szczególne miejsce w rozważaniach D. Northa, który porównuje funkcjonowanie instytucji do zasad gry określających zakres i charakter interakcji międzyludzkich w istniejących strukturach. Składają się na nie formalne zasady (konstytucja, prawo i przepisy), swobodne zasady (etyczne normy, konwenanse, porozumienia i umowny kodeks postępowania), które rządzą ludzkimi zachowaniami oraz system sankcji określający sposób egzekwowania formalnych i nieformalnych norm, zachowań i ograniczeń. SPR ogniskuje uwagę na tym ogniwie łańcucha wartości, w którym instytucje postrzegane są jako swoistego rodzaju „bodźce" wpływające na zachowanie firm, głównie w formie regulacji i instrumentów wprowadzonych przez rządy. W Nowym Paradygmacie Rozwoju (NPR) instytucje, ich jakość, jak też instrumenty i mechanizmy przez nie stosowane stają się ważnym uwarunkowaniem wzrostu gospodarczego, strukturalnej transformacji gospodarek krajowych[4].

---

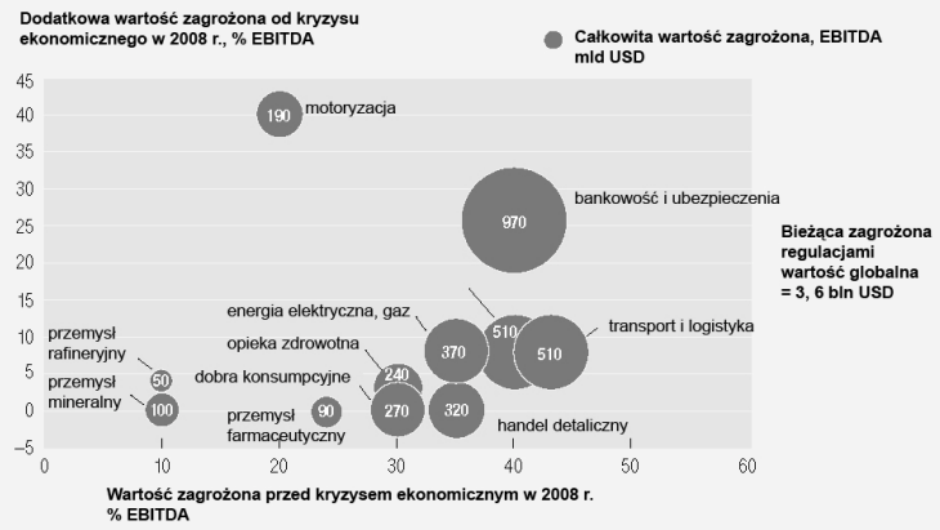
[1] Z. Pierścionek: Regres czy upadek globalizacji? „Kwartalnik Nauk o Przedsiębiorstwie" 2007, nr 4(5).

[2] P. Bisson, R. Kirkland, E. Stephenson: The Market State. „McKinsey Quarterly June" 2010.

[3] R. Bartkowiak: Historia myśli ekonomicznej. PWE, Warszawa 2003, s. 267.

[4] Szerzej: T. Pakulska, M. Poniatowska-Jaksch: Korporacje transnarodowe a globalne pozyskiwanie zasobów. SGH, Warszawa 2009, s. 195-203.

Z punktu widzenia praktyki gospodarczej, instytucjonalizm wiąże się przede wszystkim z wprowadzaniem różnego rodzaju regulacji niwelującymi niedoskonałości rynku, co było także stasowane w warunkach SPR. To co można uznać za specyfikę współczesnego wsparcia kryzysowego jest przede wszystkim jego skala. Kryzys finansowy sprawił, że dostęp do kapitału stał się trudniejszy, stąd wzrasta znacznie państwowych źródeł finansowania rozwoju. Jednak zwiększenie liczby regulacji rządowym może negatywnie oddziaływać na wyniki ekonomiczne przedsiębiorstw. Z analiz McKinsey`a wynika, że wzrost regulacji rządowych spowodował, w przedsiębiorstwach objętych badaniem zwiększenie we wskaźniku EBITDA tzw. wartości zagrożonej z 800 mld USD przed kryzysem wzrosło do 2,8 bln po 2008 roku. Te niekorzystne efekty ekonomiczne odnotowuje przede wszystkim bankowość i ubezpieczenia, a w następnej kolejności przemysł motoryzacyjny.



[a]EBITDA (Earnings before Interest, Taxes, Depreciation, and Amortization) – zyski przed uwzględnieniem odsetek od zaciągniętych kredytów, podatków, deprecjacją i amortyzacją.

Rys. 1. Szacowana zagrożona wartość przedsiębiorstw w wyniku wzrostu regulacji

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: R. Nuttall, S. Sandoval: The New Value at Stake in Regulation. „McKinsey Quarterly June" 2010.

2. Kraje kapitalizmu państwowego jako miejsce ekspansji międzynarodowej

U progu XXI wieku poszczególne państwa, niezależnie od osiągniętego poziomu rozwoju społeczno-gospodarczego, podejmują liczne działania na rzecz ochrony rynku rodzimego. W myśl kapitalizmu państwowego chiński kapitalizm realizuje chińskie interesy, a rosyjski – rosyjskie. Współczesny protekcjonizm przyjmuje najrozmaitsze formy. Są to zarówno proste instrumenty, jak też bardziej wyrafinowane, niekiedy nieco zakamuflowane uzasadniane dobrem społecznym – certyfikaty jakości, normy środowiskowe, społeczna odpowiedzialność biznesu itp. Pojawia się też kwestia bezpieczeństwa narodowego (ochrona skarbów narodowych). Ten typ barier dotyczy przede wszystkim sektorów strategicznych i występuje w różnych krajach, niezależnie od osiągniętego poziomu rozwoju społeczno-gospodarczego. Dobrze obrazuje tą sytuację przykład arabskiej korporacji Dubai Portos World, która w 2005 roku kupiła firmę zawiadującą terminalami kontenerowymi na amerykańskim Wschodnim Wybrzeżu i w Zatoce Meksykańskiej. Wywołało to ostry sprzeciw w kongresie. Przekonywano, że nowy właściciel będzie zagrażał działaniom antyterrorystycznym i bezpieczeństwu narodowemu. W efekcie w marcu 2006 roku Dubai Portos Worlduległ uległ presji politycznej i odsprzedał swoje udziały amerykańskiej firmie[5].

Wzrost liczby regulacji rządowych w istotny sposób wpływa na funkcjonowanie rynku, a duża rola czynnika politycznego zmniejsza przejrzystość gospodarki. Dla inwestorów z zewnątrz zrozumienie motywacji elit rządzących danym krajem stało się u progu drugiej dekady XXI wieku elementem strategii przetrwania. Wiele prywatnych firm, które prowadzą działalność w krajach rozwijających się, docenia wartość zacieśniania relacji z przyznającymi kontrakty politykami i nadzorującymi przestrzeganie przepisów urzędnikami. Jedną z podstawowych cech kapitalizmu państwowego są bowiem bliskie stosunki między władzą a przedsiębiorcami[6]. Poruszanie się firm na rynku międzynarodowym wymaga więc coraz większej wiedzy w zakresie uwarunkowań o charakterze nieformalnym. Umiejętność poruszania się w nieformalnym środowisku w krajach, w których mamy do czynienia z kapitalizmem państwowym, bywa też traktowana jako źródło przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa. Zdaniem J.H. Dunninga[7], na uzyskiwaną przez przedsiębiorstwa przewagę na rynku międzynarodowym mogą rzutować korzyści instytucjonalne (formalne i nieformalne).

---

[5] A. Greenspan: Era zawirowań. Warszawskie Wydawnictwo Literackie MUZA SA, Warszawa 2008, s. 309.

[6] I. Bremmer: Kryzys wolnego rynku i nowa fala kapitalizmu państwowego. „Newsweek.pl" z 22.08.2009.

[7] J.H. Dunning: Towards a New Paradigm of Development: Implications for Determinants of International Business. „Transnational Corporations" 2006, Vol. 15, No. 1, s. 201-204.

Można wskazać przykłady wielu firm, które potrafiły z sukcesem wykorzystać nieformalne środowisko jako źródło swojej przewago konkurencyjnej. Warunkiem jest jednak wsparcie polityczne ze strony władz kraju macierzystego oraz wpisanie się w priorytety nie tyle gospodarcze, co polityczne kraju goszczącego. Przykładem porażki w tym zakresie mogą być wciąż mnożone trudności sprzedaży polskich produktów rolnych na rynku rosyjskim, sukcesu zaś ekspansja przedsiębiorstw niemieckich w Rosji, z firmą Knauff na czele. Kadra menedżerska tej ostatniej od lat prowadzi strategię sprzyjania władzom tego kraju, poprzez wkomponowanie działań przedsiębiorstwa w aktualne kierunki polityki gospodarczej kraju Rosji. „Władze firmy przekonują, że Knauf nie wszedł na rynek rosyjski jedynie w celu osiągnięcia zysku. [...] szczere życzenie pomocy Rosji w staniu się efektywną gospodarką i wzięcie udziału w tym procesie było tym czynnikiem, który motywował dyrektorów firmy”[8]. Innymi słowy, duża rola państwa i niska przejrzystość gospodarki nie zawsze musi być barierą udanej ekspansji międzynarodowej przedsiębiorstwa. Co więcej, sposób sprawowania władzy w Rosji, niejednokrotnie krytykowany za zbyt małą demokrację, ma swoje atuty. Stabilnym rządom autorytarnym łatwiej zrealizować wyznaczone sobie cele niż demokracjom, prościej wprowadzić zmiany, wykorzystując państwowe pieniądze, a procesy decyzyjne są znacznie mniej skomplikowane. Kryzys umocnił przekonanie w tym krajach, choć nie tylko, że silna władza, duma narodowa, słabo ukształtowana demokracja to źródła sukcesu gospodarczego, dobrobytu i spokoju społecznego[9].

3. Przedsiębiorstwa „państwowe” a kierunki ekspansji

Wspomniane wcześniej wsparcie finansowe wielu korporacji transnarodowych wywodzących się z krajów wysoko gospodarczo rozwiniętych oraz wzrost znaczenia w gospodarce światowej przedsiębiorstw wywodzących się z krajów rozwijających się, w których strukturze własności jest duży udział kapitału państwowego sprawiają, że w ekspansji międzynarodowej przedsiębiorstw wzrasta rola quasi-państwowych firm. W niektórych sektorach tego typu przedsiębiorstwa odgrywały ważną rolę na długo przed początkiem obecnego kryzysu. Najlepszym tego przykładem jest rynek energii. Trzynaście największych korporacji naftowych mierzonych wielkością dostępnych rezerw tego surowca jest kontrolowana przez rządy. Saudi Aramco, Aramco, Gazprom (Rosja), China National Petroleum Corporation (CNPC), National Iranian Oil Company (NIOC), Petróleos de Venezuela Corporation (PDVSA), Petróleo Brasileiro (Petrobras) i Petronas (Malezja) są z tego punktu wiedzenia większe niż między-

[8] M. Sobańska-Cwalina: Firmy zagraniczne na rynkach wschodnich – przykłady sukcesów. W: Eksport polskich przedsiębiorstw na rynki Wspólnoty Niepodległych Państw – szanse i bariery. Red. M. Poniatowska-Jaksch. SGH, Warszawa 2010, s. 217.

[9] I. Bremmer: State Capitalism and the Crisis. „McKinsey Quarterly July” 2009.

narodowe korporacje naftowe. Exxon Mobil, największy z korporacji międzynarodowych, zajmujący w powyższym rankingu 14 miejsce, produkuje zaledwie 10% dostarczanej na rynek światowy ropy i gazu, a kontroluje ok. 3% ich rezerw. Oczywiście korporacje transnarodowe posiadają przewagę konkurencyjną w postaci lepszych i bardziej efektywnych technologii, ale przewagę tę powoli tracą. Sytuacja ta dotyczy także nie tylko przedsiębiorstw związanych rynkiem paliwowym[10].

Przedsiębiorstwa państwowe coraz częściej pełnią rolę narzędzi politycznego oddziaływania – zarówno na skalę krajową, jak i globalną[11]. Reprezentując interesy państwa inwestują przede wszystkim w sektory strategiczne. Dotyczy to zarówno firm wywodzących się z państw niżej gospodarczo rozwiniętych – inwestycje chińskie, indyjskie w pozyskiwanie surowców w Afryce, jak i wysoko gospodarczo rozwiniętych. Wśród KTN zasilanych kapitałem państwowym, wywodzących się z państw wysoko gospodarczo rozwiniętych, dominują przedsiębiorstwa, które działają w telekomunikacji, energetyce, zaopatrzeniu w wodę i gospodarce komunalnej, w transporcie kolejowym i lotniczym, a niekiedy także w górnictwie, hutnictwie i przemyśle zbrojeniowym. Przykładem w tym zakresie może być Vattenfall, piąty co do wielkości wytwórca energii elektrycznej w Europie, który prowadzi działalność na wszystkich etapach łańcucha kreacji wartości energii elektrycznej w Szwecji, Finlandii, Niemczech i Polsce. Prawie w całości firmą państwową jest także France Télécom, obecnie największy udziałowca Telekomunikacji Polskiej, posiadająca 43,9% akcji tej spółki. W tym kontekście interesujące pytanie stawia M. Szostak „Czy słuszne jest uznawanie za prywatyzację przypadku, kiedy korporacja transnarodowa, w całości lub w znacznej części będąca własnością obcego państwa, przejmuje mienie polskiego Skarbu Państwa? […] Czy tego typu specyficzną zmianę własności z udziałem BIZ należy uznać za sprzyjającą transformacji systemowej naszej gospodarki w rynkową?”[12]. Te spostrzeżenia rodzą kolejne pytania, na które dziś trudno dać jednoznaczną odpowiedź. Jaką strategię rozwoju na rynku kraju goszczącego będzie prowadzić firma de facto reprezentującej interesy państwa? W warunkach kryzysu gospodarczego i nasilającego się instytucjonalizmu istnieje bowiem obawa, iż nie zawsze będzie się liczył tylko i wyłącznie rachunek ekonomiczny. Rządy poszczególnych państw, zwłaszcza wysoko gospodarczo rozwiniętych, będą naciskać na takie rozwiązania, które są jak najbardziej korzystne dla swoich obywateli (np. zachowanie miejsc pracy). Jednak wiele

[10] Ibid.

[11] Idem: Kryzys wolnego rynku..., op. cit.

[12] M. Szostak: Rola państwowych inwestycji zagranicznych w „paraprywatyzacji” sektora telekomunikacji w Polsce. W: Problemy regionalne i globalne we współczesnej gospodarce światowej. Red. J. Rymarczyk, W. Michalczyk. T. 2. AE, Wrocław 2005, s. 331-342.

objętych wsparciem firm jest notowanych na giełdzie, co pociąga za sobą określone wymogi w zakresie sprawozdawczości, a tym samym utrudnia realizację celów jedynie politycznych. Niemniej jednak w dłuższym okresie przerzucanie na przedsiębiorstwa obowiązku realizacji celów społecznych może wpłynąć na spadek konkurencyjności tych firm na rynku międzynarodowym, tym bardziej, że firmy państwowe wywodzące się z krajów niżej gospodarczo rozwiniętych nie są obciążone realizacją tego typu celów. Atutem tych ostatnich firm jest fakt, że nie muszą się liczyć z opinią udziałowców ani pozostałych interesariuszy. Co więcej, konkurencyjność firm z krajów rozwijających się wzrasta nie tylko z wyżej wymienionych powodów. Przedsiębiorstwa te poprzez formalne wdrażanie pryncypiów społecznej odpowiedzialności biznesu przedsiębiorstwa „obchodzą" niektóre bariery handlowe i inwestycyjne stosowane przez kraje wysoko gospodarczo rozwinięte, inwestują w rozwojowe gałęzie, jak biznes proekologiczny, poprawiają jakość itp., stając się w ten sposób coraz ważniejszymi uczestnikami międzynarodowego rynku.

Zakończenie

Obserwowane tendencje w gospodarce i polityce stwarzają przesłanki do wnioskowania, że w drugiej dekadzie XXI wieku będzie wzrastać zainteresowanie, zarówno w sferze teorii, jak i praktyki gospodarczej, różnymi aspektami koncepcji kapitału państwowego. Jest to także interesujące i ważne zadanie badawcze z punktu widzenia przebiegu i konsekwencji procesu ekspansji międzynarodowej przedsiębiorstw, jak też konsekwencji makroekonomicznych. Z tego punktu widzenia interesujące wydają się trzy obszary:

1. Jak w najbardziej efektywny sposób przystosować strategię wejścia i działania przedsiębiorstw do nieformalnego otoczenia kraju goszczącego (z poszanowaniem obowiązującego tam prawa)?

2. Jaki wpływ na przebieg i efektywność strategii umiędzynaradawiania będzie miał fakt zasilenia przedsiębiorstw kapitałem państwowym w warunkach rosnącej regulacji rynku i coraz większej bezradności poszczególnych rządów w walce z konsekwencjami światowej recesji gospodarczej?

3. Jakie konsekwencje makroekonomiczne będzie miała rosnąca ekspansja międzynarodowa przedsiębiorstw państwowych inwestujących w zasoby strategiczne innych państw? Czy ekspansja międzynarodowa firm quasi-państwowych to nowa, bezkrwawa forma „podboju terytorialnego"?

Literatura

Bartkowiak R.: Historia myśli ekonomicznej. PWE, Warszawa 2003.
Bisson P., Kirkland R., Stephenson E.: The Market State. „McKinsey Quarterly June" 2010.
Brehmer I.: Kryzys wolnego rynku i nowa fala kapitalizmu państwowego. „Newsweek.pl" z 22.08.2009.
Bremmer I.: State Capitalism and the Crisis. „McKinsey Quarterly July" 2009.
Dunning J.H.: Towards a New Paradigm of Development: Implications for Determinants of International Business. „Transnational Corporations" 2006, Vol. 15, No. 1.
Greenspan A.: Era zawirowań. Warszawskie Wydawnictwo Literackie MUZA SA, Warszawa 2008.
Nuttall R., Sandoval S.: The New Value at Stake in Regulation. „McKinsey Quarterly June" 2010.
Pierścionek Z.: Regres czy upadek globalizacji? „Kwartalnik Nauk o Przedsiębiorstwie" 2007, nr 4(5).
Pakulska T., Poniatowska-Jaksch M.: Korporacje transnarodowe a globalne pozyskiwanie zasobów. SGH, Warszawa 2009.
Sobańska-Cwalina M.: Firmy zagraniczne na rynkach wschodnich – przykłady sukcesów. W: Eksport polskich przedsiębiorstw na rynki Wspólnoty Niepodległych Państw – szanse i bariery. Red. M. Poniatowska-Jaksch. SGH, Warszawa 2010.
Szostak M.: Rola państwowych inwestycji zagranicznych w „paraprywatyzacji" sektora telekomunikacji w Polsce. W: Problemy regionalne i globalne we współczesnej gospodarce światowej. T. 2. Red. J. Rymarczyk, W. Michalczyk. AE, Wrocław 2005.

THE NEW FACE OF STATE CAPITALISM IN THE INTERNATIONAL EXPANSION OF BUSINESS

Summary

The global recession has accelerated the trend of state involvement in markets as governments around the world spend billions to stimulate growth. State capitalism, an economic system in which governments manipulate market outcomes for political purposes, (China, Russia and Venezuela are among the examples) is winning more and more supporters. In many countries, governments reshape regulatory environments, changing the rules of the game for both foreign and domestic companies. These practices have an influence on the value and direction of international expansion and make competition between corporations in free-market economies and companies based in state capitalist economies more intense. The results of the competition are very difficult to predict.

Maja Szymura-Tyc
Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

UMIĘDZYNARODOWIENIE DZIAŁALNOŚCI B+R JAKO PRZESŁANKA TWORZENIA MIĘDZYNARODOWYCH SIECI INNOWACYJNYCH

Wprowadzenie

Innowacyjność przedsiębiorstw jest niezmiennie i powszechnie postrzegana jako imperatyw skutecznego konkurowania, w szczególności na rynku międzynarodowym. Sposób rozumienia innowacji i jej roli w budowie przewagi konkurencyjnej, oparty na dorobku J. Schumpetera i P. Druckera, nie uległ bowiem zmianie od ponad 60 lat. Pod wpływem globalizacji i rozwoju gospodarki opartej na wiedzy zmienił się jednak radykalnie charakter procesów prowadzących do powstania innowacji. Nowe uwarunkowania procesów innowacyjnych wpłynęły na dobór ich aktorów, podejmowane przez nich działania oraz struktury organizacyjne, w których procesy te przebiegają. W wyniku tych zmian wyłonił się nowy, zintegrowany i sieciowy model innowacji, w miejsce wcześniejszych generacji tego modelu ograniczonych ramami przedsiębiorstw.

Liberalizacja światowej gospodarki, wyłanianie się nowych wielkich rynków oraz rozwój technologii informatycznych stały się bodźcami umiędzynarodowienia działalności B+R, silnie związanej z procesami innowacyjnymi. Celem niniejszego opracowania jest ukazanie wpływu umiędzynarodowienia B+R na rozwój międzynarodowych sieci innowacyjnych. Wymagać to będzie prześledzenia ewolucji modelu innowacji i procesu internacjonalizacji działalności badawczo-rozwojowej przedsiębiorstw oraz ich wpływu na wybór formy prowadzenia B+R w skali międzynarodowej. Powinno to pozwolić zrozumieć mechanizm powstawania międzynarodowych sieci innowacyjnych, jako rozwijającej się formy prowadzenia działalności innowacyjnej na rynku międzynarodowym. Prowadzone rozważania oparte będą na krytycznej analizie literatury przedmiotu oraz wtórnych źródeł danych empirycznych opisujących badane zjawisko.

1. Współczesny model procesów innowacyjnych

Badacze procesów innowacyjnych dowodzą, że na przestrzeni ostatnich 60 lat dokonała się znacząca ewolucja modelu innowacji, polegająca na przejściu od liniowego, sekwencyjnego modelu procesów innowacyjnych, pchanych najpierw przez technologię (B+R), potem przez rynek, do modelu łączonego (technologia i rynek), równoległego, zintegrowanego i sieciowego[1]. Uważają oni, że we współczesnym modelu innowacji tzw. modelu zintegrowanym, sieciowym (integrated, networked model) poszerzył się zasięg procesu innowacyjnego poprzez przyjęcie bardziej holistycznej perspektywy i dostrzeżenie efektów systemowych, promujących ideę przekraczania granic przedsiębiorstwa dla zapewnienia innowacji sukcesu rynkowego. Wzrosło zaangażowanie zewnętrznych i wewnętrznych interesariuszy procesów innowacyjnych oraz integracja i wymiana wiedzy między nimi. Nastąpiło połączenie złożoności wynikającej ze współzależności symultanicznie podejmowanych działań oraz uznania, że efektywność procesu innowacji może być wzmocniona przez stałą analizę i uczenie się. We współczesnym modelu innowacji eksponuje się potrzebę tworzenia sieci, integracji systemów i sprawnej komunikacji. Pojawia się dążenie do strukturalizacji zaangażowania istotnych interesariuszy procesu innowacji, przy jednoczesnym zachowaniu sprawności i zdolności adaptacji, umożliwiającej wykorzystanie rezerw dostępnych w sieci. Zarządzanie innowacją koncentruje się głównie na pielęgnowaniu jej rozwoju poprzez balansowanie między strukturą a elastycznością stworzonej sieci[2].

Zmiany modelu innowacji, które doprowadziły do wyłonienia się zintegrowanego modelu sieciowego, zostały wywołane przez wiele powiązanych ze sobą czynników. Jak już wspomniano, jednym z tych czynników była globalizacja prowadząca do geograficznego rozproszenia przedsiębiorstw, co wymagało rozwoju modelu zapewniającego integrację i zaangażowanie wszystkich uczestników procesu innowacji, tworzących rozległe, często międzynarodowe sieci. Drugim ze wspomnianych tu czynników był rozwój gospodarki opartej na wiedzy stymulujący lepsze wykorzystanie rzadkich zasobów wiedzy poprzez udział w międzynarodowych sieciach. Sprzyjał temu rozwój technologii informacyjno-komunikacyjnych opartych na Internecie (IKT), który wspierał proces uczenia się, prowadzący do uzyskania nowej wiedzy oraz konfigurowania i przyjmo-

[1] R. Rothwell: Successful Industrial Innovation: Critical Success Factors for the 1990s'. „R&D Management" 1992, Vol. 22.

[2] J. Tidd, J. Bessant, K. Pavitt: Managing Innovation. Integrating Technological, Market and Organizational Change. John Wiley & Sons Ltd., Chichester 2005.

wania pomysłów rozwiniętych gdzieś indziej. Powstające w wyniku tych procesów sieci innowacyjne miały w efekcie coraz częściej charakter międzynarodowy, a jedną z przesłanek ich powstawania było umiędzynarodowienie działalności badawczo-rozwojowej podmiotów je tworzących.

2. Umiędzynarodowienie działalności B+R

Podejmując zagadnienie umiędzynarodowienia działalności B+R należy wyraźnie podkreślić, że działalność ta nie jest jedynym źródłem innowacji. Jak wspomniano, nie tylko technologia jest podstawą tworzenia nowych produktów czy procesów, nie mówiąc już o innych typach innowacji (organizacyjnych czy marketingowych). We współczesnym modelu innowacji podkreśla się konieczność łączenia ze sobą innowacji pchanej przez technologię z innowacją pchaną przez rynek, potrzebę wiązania kompetencji technologicznych z kompletacjami marketingowymi czy organizacyjnymi, co znajduje ostatecznie wyraz w oferowanych produktach oraz procesach zachodzących w przedsiębiorstwie i jego otoczeniu. Większość opracowań podejmujących problematykę umiędzynarodowienia procesów innowacyjnych koncentruje się jednak na działalności B+R, pomijając inne źródła innowacji, jako zdecydowanie trudniejsze do analizy. Śledzenie przebiegu tych procesów jest w efekcie często sprowadzane do analizy działalności B+R opartej na stosunkowo łatwo dostępnych danych dotyczących nakładów na tego typu działalność na poziomie firm, branż czy krajów, zawartych w sprawozdawczości przedsiębiorstw oraz statystykach branżowych i narodowych.

Analizując proces umiędzynarodowienia B+R w skali międzynarodowej należy na początku stwierdzić, że tempo rozwoju technologicznego jest współcześnie najwyższe w dziejach gospodarki światowej. Towarzyszy temu niespotykany wcześniej wzrost nakładów na B+R w skali globalnej i w obrębie poszczególnych krajów. W latach 1991-2002 globalne wydatki na B+R wzrosły z 438 mld $ do 677 mld $[3], co oznacza, że na przestrzeni ostatnich 10. lat minionego wieku nakłady na B+R w skali globalnej wzrosły 1,5 raza. Pierwsze dziesięć lat XXI wieku przyniosło dalsze wzrosty nakładów, by w roku 2011 osiągnąć wysokość 1192,0 mld $, dzięki czemu globalne wydatki na B+R są więc dziś prawie dwa razy większe niż w roku 2002[4].

[3] Word Investment Report. Transnational Corporations and the Internationalisation of R&D. UNCTAD, 2005, s. 105.

[4] 2011 Global R&D Funding Forecast. „R&D Magazine" 2010, December s. 3.

Analiza globalnych nakładów na B+R wskazuje nie tylko na ich dynamiczny wzrost ale także bardzo dużą dysproporcję wielkości wydatków na B+R pomiędzy poszczególnymi krajami czy regionami świata. Jeszcze osiem lat temu dysproporcja ta wyrażała się wyraźną dominacją krajów Triady oraz rosnącym udziałem niektórych wielkich gospodarek wschodzących, w szczególności krajów azjatyckich (Chiny, Indie), tak jak to pokazano w tableli 1.

Tabela 1

Wielkość wydatków na B+R i ich źródła według krajów w 2004 roku

Kraj	Całkowite B+R (mld US$)	Biznes (%)	Rząd (%)	Nauka (%)	Fundusze zagraniczne (%)
Stany Zjednoczone	302	61	31	8	–
Japonia	120	74	18	8	–
Chiny	109	58	33	6	3
Niemcy	52	65	32	0	2
Indie	46	23	75	2	–
Francja	44	52	38	2	8
Wielka Brytania	36	47	27	6	21
Korea Płd.	27	74	24	2	–
Brazylia	24	38	60	2	–
Rosja	17	31	60	1	9
Europa	226	–	–	–	–

Źródło: Global R&D Report. „R&D Magazine" 2005, September, s. 3.

Z danych zawartych w tabeli 1, przedstawiających wielkość wydatków na B+R w 2004 roku 10 najwięcej wydających na ten cel krajów świata wynika, że najwięcej na ten cel wydawały wtedy Stany Zjednoczone, o prawie 100 mld $ więcej niż Europa i trzy razy więcej niż Japonia. Wydatki na B+R Chin były w tym okresie porównywalne z wydatkami Japonii, ale wciąż istotnie mniejsze niż wydatki USA oraz wiodących krajów europejskich łącznie (Niemcy, Francja, Wielka Brytania). Istotną zmianą w stosunku do roku 2002 był także fakt, że w 2004 roku po raz pierwszy w pierwszej dziesiątce krajów najwięcej inwestujących w B+R pojawiły się pozostałe kraje BRIC, tj. Brazylia i Rosja, zajmując jednak ostatnie miejsca w rankingu.

Przedstawione w tabeli 1 zestawienie wydatków na B+R poszczególnych krajów według ich źródeł finansowania pokazuje także zróżnicowanie modeli finansowania B+R między tymi krajami. Główna różnica polega na tym, że kraje Triady finansują B+R głównie ze środków biznesowych, podczas gdy kraje BRIC, z wyjątkiem Chin, reprezentują model finansowania B+R ze środków rządowych. Ukazane w tabeli zróżnicowanie modeli finansowania B+R jest

o tyle istotne, że może mieć wpływ na formy organizacyjne procesów innowacyjnych angażujących firmy z tych krajów, w tym charakter sieci innowacyjnych, które tworzą przedsiębiorstwa pochodzące z różnych regionów świata.

Globalna recesja, która dotknęła gospodarkę światową w 2008 roku wpłynęła na pewne osłabienie tempa aktywności badawczo-rozwojowej w 2009 roku w skali globalnej oraz długofalowo znalazła wyraz w stosunkowo słabszym tempie wzrostu B+R w krajach rozwiniętych i znaczącym ich przyroście w gospodarkach wschodzących, tak jak to zaprezentowano w tabeli 2.

Tabela 2

Wydatki na B+R według regionów świata i krajów

Regiony świata i kraje	2008		2009		2011	
	nakłady na B+R (mld US $)	udział w całkowitych nakładach B+R świata (%)	nakłady na B+R (mld US $)	udział w całkowitych nakładach B+R świata (%)	nakłady na B+R (mld US $)	udział w całkowitych nakładach B+R świata (%)
Ameryka Pln. i Płd.	448,1	39,9	438,8	39,1	458,0	38,4
Stany Zjednoczone	397,6	35,4	389,2	34,7	405,3	34,0
Azja	359,0	32,0	372,4	33,6	421,1	35,3
Japonia	147,8	13,2	139,6	12,6	144,1	12,1
Chiny	102,3	9,1	123,7	11,2	153,7	12,9
Indie	26,7	2,4	28,1	2,5	36,1	3,0
Europa	278,8	24,9	267,1	24,1	276,6	23,2
Reszta świata	35,9	3,2	34,2	3,1	36,3	3,0
Świat ogółem	1121,8	100,0	1112,5	100,0	1192,0	100,0

Źródło: 2010 Global R&D Funding Forecast. „R&D Magazine" 2009, December, s. 3; 2011 Global R&D Funding Forecast. „R&D Magazine" 2010, December, s. 3.

Jak widać w tabeli 2, przedstawiającej wysokość nakładów na B+R głównych regionów i krajów świata oraz ich udział w całkowitych B+R w latach 2008-2011, ogólnemu wzrostowi nakładów na B+R w skali globalnej, który dokonał się w minionym okresie, towarzyszył spadek udziału krajów Triady w tych nakładach. Na przestrzeni ostatnich 4 lat udział Stanów Zjednoczonych zmniejszył się o 1,4%, Japonii o 1,1%, a Europy aż o 1,7%. Jednocześnie o 3,3% wzrósł udział Azji w tych nakładach, w szczególności Chin (3,8%) oraz Indii (0,6%). Bliższa analiza tych danych pokazuje, że w 2011 roku wielkość nakładów na B+R krajów Azji zaczęła zbliżać się do nakładów obu Ameryk. Wydatki na B+R Chin przekroczyły poziom nakładów ponoszonych przez Japonię i stanowią dziś więcej niż połowę nakładów Europy i więcej niż jedną trzecią na-

kładów na B+R Stanów Zjednoczonych. Ta tendencja, polegająca na wzroście udziałów w światowych nakładach na B+R krajów azjatyckich, w szczególności Chin, a także Indii i innych krajów BRIC, kosztem udziału wysoko rozwiniętych krajów Ameryki Północnej, Europy i Japonii będzie się prawdopodobnie utrzymywać w kolejnych latach ze względu na postępujący proces umiędzynarodowienia B+R w ramach różnych form organizacyjnych oraz rosnące znaczenie wielkich rynków wschodzących (BEMs) w gospodarce świata.

Za najbardziej charakterystyczną cechę współczesnych B+R jest uważana dominacja korporacji transnarodowych (KTN) w działalności badawczo-rozwojowej i związanych z nią nakładach. Przyjmuje się, że z wyjątkiem stosunkowo nielicznych, silnie umiędzynarodowionych małych i średnich przedsiębiorstw (MSP) oraz tzw. born-globals, to właśnie korporacje transnarodowe odpowiadają za poziom i kierunki rozwoju B+R na świecie. Na potwierdzenie tej tezy zwykle przytacza się dane pochodzące ze specjalnego wydania raportu UNCTAD z 2005 roku poświeconego korporacjom transnarodowym i umiędzynarodowieniu B+R mówiące, że w 2002 roku udział 700 najwięcej wydających na B+R firm świata (98% tych firm stanowiły KTN) wynosił 46% całkowitych nakładów na B+R i aż 69% wydatków biznesu na te cele[5].

Ta dominująca rola korporacji transnarodowych w działalności badawczo-rozwojowej znajdująca wyraz w wysokości nakładów, które firmy te ponoszą na B+R, w stosunku do nakładów ogółem nadal się dziś utrzymuje, aczkolwiek pojawiły się tu nowe zjawiska, które mogą świadczyć o pewnej erozji tej pozycji w miarę upływu lat. Badania poświęcone najbardziej innowacyjnym firmom świata, obejmujące 1000 korporacji najwięcej wydających na B+R w skali globalnej (Global Innovation 1000)[6], ujawniły, że w 2005 roku firmy te wydały 384 mld $, co stanowiło 60% globalnych wydatków na B+R. W kolejnych latach można jednak było zaobserwować, że wzrostowi wydatków na B+R wiodących korporacji, które w 2011 roku osiągnęły poziom 503,6 mld US $, towarzyszył spadek ich udziału w wydatkach globalnych na B+R do poziomu 47,8% oraz w wydatkach biznesowych do poziomu 74%. W badanym okresie spadł również o 1,7% udział w wydatkach globalnych grupy obejmującej drugi tysiąc najwięcej wydających na B+R korporacji świata (Global Innovation 2000), tak jak to przedstawiono w tabeli 3, zawierającej dane dotyczące wysokości nakładów i źródeł finansowania globalnych B+R w latach 2005-2011.

[5] Word Investment Report 2005. Op. cit., s. 119.

[6] Badania 1000 najwięcej wydających na B+R firm świata są prowadzone corocznie przez firmę Booz & Company od 2005 roku. W corocznych raportach „The Global Innovation 1000" podejmowane są różne zagadnienia związane z innowacyjnością i aktywnością firm w sferze B+R.

Tabela 3

Wysokość nakładów i źródła finansowania globalnych B+R w latach 2005-2011

Nakłady według źródeł finansowania B+R	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Nakłady Innovation 1000[a] (mld US $)	384	407	447	492	532	503	503,6
Udział Innovation 1000[a] w nakładach całkowitych na B+R (%)	~60	~60	51	50	50	48	47,8
Udział Innovation 2000[b] w nakładach całkowitych na B+R (%)	4	4	3	3,7	3,2	3,2	3,3
Udział pozostałych korporacji w nakładach całkowitych na B+R (%)[c]	2	2	7	8,7	8,7	8,8	8,2
Udział Innovation 1000 [a] w nakładach biznesowych na B+R (%)	80-90	80-90	84	80	81	76	74
Nakłady rządowe i inne	34	34	39	37,6	37,6	40,4	40,6

[a] Innovation 1000 – 1000 najwięcej wydających na B+R firm świata.
[b] Innovation 2000 – 1001-2000 najwięcej wydających na B+R firm świata.
[c] Inkrementalne wydatki korporacji nie należących do Innovation 1000 i Innovation 2000.

Źródło: Opracowano na podstawie corocznych raportów specjalnych Booz and Company. „The Global Innovation 1000" z lat 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011.

Spadki nakładów na badania i rozwój w obu wiodących grupach korporacji można tłumaczyć wzrostem udziału w wydatkach na B+R licznej grupy korporacji nie należących do tych grup, ponoszących nakłady na B+R o charakterze inkrementalnym, których udział wzrósł w minionym okresie o 6,2% oraz wzrostem nakładów na B+R rządów i innych instytucji, skutkującym zwiększeniem ich udziału w globalnych nakładach o 6,6%. Ukazane w tabeli 3 spadki udziałów najwięcej wydających na B+R korporacji świata w finansowaniu działalności B+R są tendencją utrzymującą się konsekwentnie na przestrzeni ostatnich 7. lat. Wydaje się, że zjawisko to może mieć związek ze zmianą współczesnego modelu innowacji polegającą na rozproszeniu działalności B+R w ramach tworzonych sieci innowacyjnych, w których uczestniczą w coraz większym stopniu firmy spoza obu grup korporacji najwięcej wydających na B+R. Można go też interpretować jako skutek rosnącego udziału w wydatkach na B+R krajów BRIC, które realizują odmienny model finansowania badawczo-rozwojowej, polegający na relatywnie większym zaangażowaniu środków rządowych.

Kolejną cechą współczesnych B+R jest rosnący stopień ich umiędzynarodowienia, co niewątpliwe ma związek z dominacją korporacji transnarodowych w ich prowadzeniu. Korporacje transnarodowe od dawna określały międzynarodowy podział pracy poprzez swój wpływ na źródła zaopatrzenia, lokalizację produkcji czy marketing. Rozwijały i transferowały technologie, lokalizując i przemieszczając B+R w skali globalnej tak, aby zdobyć dostęp do rozproszonych, rozwijających się zagranicznych zasobów B+R i talentów badawczych. IBM założyło swoje pierwsze zagraniczne centrum badawcze w Zurychu, w Szwajcarii w 1956 roku, a japońskie koncerny motoryzacyjne miały swoje biura projektowe w Stanach Zjednoczonych od początku lat 60. ubiegłego wieku. Pojawienie się nowych wielkich rynków wschodzących (BEMs) dostarczyło nowych motywów dla umiędzynarodowienia B+R. Dziś za główne powody, dla których korporacje transnarodowe umiędzynarodawiają swoją działalność badawczo-rozwojowa uważa się: niższe koszty, dostęp do talentów oraz bliskość rynku i wgląd. Jeśli chodzi o pierwszy z wymienionych motywów, chodzi tu o możliwość zastąpienia wysoko opłacanych inżynierów z krajów macierzystych nisko opłacanymi, wykwalifikowanymi pracownikami z krajów słabo rozwiniętych. W miarę erozji przewagi kosztowej związanej z niskimi kosztami zatrudnienia zagranicznych pracowników B+R rośnie znaczenie zdobycia dostępu do talentów rozproszonych na świecie – inżynierów, naukowców, których liczba szczególnie szybko rośnie w Chinach i Indiach. Na koniec pojawia się potrzeba dostosowania do potrzeb i oczekiwań nabywców na rynkach wschodzących, wymagająca inżynierskich talentów i przemyślenia na nowo koncepcji produktów, tak aby uwzględniały specyfikę tych rynków[7].

W efekcie, udział zagranicznych ośrodków badawczych korporacji transnarodowych rośnie systematycznie – od 45% w 1975 roku, po 66% w 2005. Dynamika tego procesu jest coraz większa, zmienia się też kierunek geograficzny zaangażowania KTN, np. między rokiem 2004 a 2007 korporacje transnarodowe zwiększyły liczbę swoich zagranicznych ośrodków B+R o 6%, z czego 83% zostało zlokalizowanych w Chinach i w Indiach. Zwiększyły także zatrudnienie w zagranicznych ośrodkach badawczych o 22 %, z czego 91% wzrostu zatrudnienia miało miejsce w Chinach. Badania Booz & Company z 2008 roku pokazują, że 91% z 1000 najwięcej wydających na B+R firm świata prowadziło działalność innowacyjną w krajach innych niż te, które były ich siedzibą i średnio 55% swoich nakładów na B+R ponosiły poza krajem siedziby firmy[8].

Lokalizowanie ośrodków badawczo-rozwojowych za granicą jest ściśle związane z przepływem środków na B+R w skali globalnej. Ten niezwykle dynamiczny wzrost umiędzynarodowienia B+R odbywa się często kosztem krajowych B+R, na co wskazuje wiele statystyk i badań naukowych. Dowodzą one,

[7] Beyond Borders: The Global Innovation 1000. Strategy+Business. Booz and Company, 2008.
[8] Ibid.

że udział zagranicznych B+R w stosunku do krajowych rośnie, przy zachowaniu dwukierunkowego przepływu środków inwestycyjnych na B+R, co ostatecznie oznacza, że poszczególne kraje stają się zarazem „eksporterami" nakładów na B+R, jak i ich „importerami". Badanie tych przepływów nie jest łatwe i często umyka statystykom narodowym i międzynarodowym. Według badań Booz and Company z 2008 roku, opartych na danych pochodzących z 184 najwięcej wydających na B+R firm świata, największymi „importerami netto" nakładów na B+R są dziś Chiny i Indie, a największymi „eksporterami netto" Stany Zjednoczone i Japonia. Szczegółowe dane dotyczące krajów będących największymi generatorami (źródłami finansowania), użytkownikami oraz „eksporterami" i „importerami" netto nakładów na R+D, oparte wynikach przeprowadzonych badań zawiera tabela 4.

Tabela 4

Najwięksi generatorzy, użytkownicy, eksporterzy i importerzy netto nakładów na B+R w 2007 roku[a]

Najwięksi generatorzy B+R (według kraju siedziby firmy) w mld US $		Najwięksi użytkownicy B+R (razem z nakładami krajowymi) w mld US $		Najwięksi eksporterzy B+R netto w mld US $		Najwięksi importerzy B+R netto (kraje wytwarzające mniej niż 1 mld US $ B+R) w mld US $	
Stany Zjednoczone	146,1	Stany Zjednoczone	108,5	Stany Zjednoczone	37,5	Chiny	24,7
Japonia	71,6	Japonia	40,4	Japonia	31,2	Indie	13,0
Niemcy	30,7	Niemcy	27,8	Szwajcaria	11,4	Izrael	6,5
Francja	19,7	Chiny	24,8	Holandia	7,2	Australia	4,3
Wielka Brytania	18,1	Wielka Brytania	23,3	Finlandia	6,1	Hiszpania	4,0
Szwajcaria	16,8	Francja	19.8	Korea Płd.	4,4	Irlandia	4,0
Korea Płd.	11,1	Indie	13,1	Niemcy	2,9	Rosja	3,7
Holandia	9,2	Kanada	9,0			Singapur	3,2
Finlandia	7,7	Włochy	7,8			Tajwan	2,4
Szwecja	6,8	Szwecja	7,2			Brazylia	2,3

[a] Dane oparte na próbie 184 korporacji najwięcej wydających na B+R, stanowiących o 71% nakładów grupy Global Innovation 1000.

Źródło: Beyond Borders: The Global Innovation 1000. Strategy+ Business. Booz and Company, 2008.

Analiza danych zawartych w tabeli 4 ukazuje niezwykle złożony obraz przypływów nakładów B+R w skali globalnej. Kraje będące największymi generatorami nakładów na B+R, takie jak Stany Zjednoczone, Japonia czy Niemcy, są także ich największymi użytkownikami i eksporterami netto. Szwajcaria, Holandia, Finlandia i Korea Płd. są największymi generatorami i eksporterami,

nie zaliczając się do grona ich największych użytkowników, co może oznaczać, że większość swoich nakładów B+R lokują za granicą. Do największych importerów netto należą natomiast wszystkie kraje BRIC, ale także tak dobrze rozwinięte kraje jak Izrael, Australia, Hiszpania czy Irlandia oraz kraje satelickie Chin – Singapur i Tajwan. W efekcie Chiny i Indie należą dziś nie tylko do największych importerów nakładów B+R, ale także do największych ich użytkowników.

Prezentowane tu dane dotyczące umiędzynarodowienia działalności B+R, będącej podstawą innowacyjności przedsiębiorstw, uwzględniają przede wszystkim wysokość nakładów inwestycyjnych na działalność B+R, wydatki na zakup wiedzy ze źródeł zewnętrznych, zakup oprogramowania, szkolenia, działania marketingowe itd. oraz międzynarodowe transfery tych nakładów dokonywane przez przedsiębiorstwa prowadzące działalność na rynku międzynarodowym (w szczególności KTN). Stosunkowo trudno za pomocą tych danych ukazać dynamicznie rozwijające się formy prowadzenia działalności B+R oparte na współpracy, tj. umowne B+R, umowne projektowanie, licencjonowanie wewnętrzne (contract R&D, contract design, in-licensing) itd. Te tzw. niekapitałowe formy (Non-Equity Modes – NEMs) umiędzynarodowienia działalności B+R nie opierają się na własności, lecz są formą pośrednią między bezpośrednimi inwestycjami zagranicznymi (BIZ) a międzynarodowymi transakcjami handlowymi. Międzynarodowe powiązania sieciowe między podmiotami uczestniczącymi w procesach innowacyjnych, będące ich podstawą, stanowią coraz częściej alternatywę dla BIZ wybieraną przez KTN[9]. Tak zwane NEMs pozwalają integrować działalność B+R podmiotów zlokalizowanych w wielu krajach, w tym w krajach BRIC, mających coraz większy udział w działalności B+R świata. Tym samym, stają się szczególnie efektywnym sposobem transferu wiedzy między rozwiniętymi i rozwijającymi się gospodarkami stanowiąc podstawę tworzenia międzynarodowych sieci innowacyjnych.

3. Rozwój międzynarodowych sieci innowacyjnych

Przeprowadzona ty analiza umiędzynarodowienia B+R w skali globalnej może stanowić punkt wyjścia do badania form organizacyjnych działalności B+R na rynku międzynarodowym od bezpośrednich inwestycji zagranicznych do międzynarodowych sieci. W ramach klasycznego modelu internacjonalizacji przedsiębiorstwa, internacjonalizacja działalności B+R może się odbywać się w dwóch formach – poprzez lokalizację B+R w różnych krajach za pomocą bezpośrednich inwestycji zagranicznych albo przejmowanie przez przedsiębiorstwo

[9] World Investment Report: Nonequity Modes of International Production and Development. UNCTAD, 2011.

firm lokalnych na rynkach zagranicznych. Za lokalizacją ośrodków B+R w różnych krajach przemawia dostęp do lokalnego rynku, zaś za jej internacjonalizacją poprzez przejęcia i fuzje – dostępność specjalistów[10].

Współcześnie uważa się, że te klasyczne formy umiędzynarodowienia działalności B+R pociągają za sobą coraz większą złożoność, zwiększającą skalę trudności w sferze zarządzania. Dystans geograficzny, zróżnicowanie stref czasowych stanowią ograniczenia w komunikacji i generują dodatkowe koszty. Współdziałanie z nowymi klientami z nieznanych kultur stanowi duże wyzwanie wpływające na organizację B+R. Dodatkowe koszty B+R prowadzonych w skali międzynarodowej muszą być bilansowane przez takie efekty synergiczne, jak zdecydowanie krótszy czas wprowadzenia na rynek, większa efektywność, zwiększone możliwości uczenia się lub lepsze dostosowanie produktów do lokalnych rynków. Wskazuje się, że rozwój i tworzenie międzynarodowego B+R firmy jest ewolucyjnym procesem związanym z organizacyjnym uczeniem się, który wymaga zwykle długiego czasu, zanim przyniesie firmie wymierne efekty. Jest on tym bardziej skomplikowany, im bardziej złożona jest dana innowacja i rozproszone kompetencje niezbędne do jej stworzenia, wymagające rozwoju współpracy między wieloma jednostkami B+R przedsiębiorstwa. Ostatecznie uznaje się, że poszukiwanie odpowiedniej formy organizacyjnej międzynarodowego B+R nie powinno ograniczać się do ram przedsiębiorstwa, gdyż równie efektywne mogą być takie formy, które wykraczają poza granice organizacyjne firmy. Tą poszukiwaną formą internacjonalizacji B+R stały się współcześnie międzynarodowe sieci innowacyjne[11]. Badania dowodzą bowiem, że sam wzrost nakładów na B+R nie zapewnia firmom lepszego funkcjonowania, zysków czy zwrotu z kapitału. Znacznie ważniejsza jest zgodność strategii innowacyjnej z strategią korporacji oraz stworzenie najlepszej globalnej sieci innowacji zapewniającej obniżkę kosztów, dostęp do talentów oraz wgląd w potrzeby klientów na zagranicznych rynkach[12].

Zakończenie

Podsumowując można stwierdzić, że proces umiędzynarodowienia B+R nabrał współcześnie niespotykanego wcześniej tempa, głównie za sprawą umiędzynarodowienia działalności B+R wiodących korporacji transnarodowych, do których dołączają korporacje z krajów BRIC, lokujące swoje centra B+R

[10] R. Boutellier, O. Gassmann, M. von Zedtwitz: Managing Global Innovation. Uncovering the Secrets of Future Competitiveness. Springer-Verlag, Berlin, Heidelberg 2008. s. 48-49.
[11] Ibid., s. 55.
[12] Beyond Borders: The Global Innovation 1000. Op. cit.

w krajach Triady. Rosną w związku z tym całkowite wydatki na B+R, w których na coraz większą skalę uczestniczą gospodarki wyłaniające się, a to zmienia źródła i kierunki napływu inwestycji w sferze B+R oraz formy organizacyjne, w ramach których przebiegają współczesne procesy innowacyjne. Szczególnie dynamicznie rozwijającą się formą są międzynarodowe sieci innowacyjne, będące organizacyjną odpowiedzią współczesnych przedsiębiorstw na rosnącą złożoność i niepewność technologiczną i rynkową współczesnych gospodarek. Ich badanie jest dziś szczególnie istotne, gdyż międzynarodowe sieci innowacyjne są podstawą budowy i odnowy przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw w dynamicznie zmieniającym się otoczeniu.

Literatura

Beyond Borders: The Global Innovation 1000. Strategy+ Business. Booz and Company, 2008.

Boutellier R., Gassmann O., von Zedtwitz M.: Managing Global Innovation. Uncovering the Secrets of Future Competitiveness. Springer-Verlag, Berlin Heidelberg 2008.

Global R&D 2010 Funding Forecast. „R&D Magazine" 2009, December.

Global R&D 2011 Funding Forecast. „R&D Magazine" 2010, December.

Global R&D Report. „R&D Magazine" 2005, September.

Rothwell R.: Successful Industrial Innovation: Critical Success Factors for the 1990s'. „R&D Management" 1992, Vol. 22.

Tidd J., Bessant J., Pavitt K.: Managing Innovation. Integrating Technological, Market and Organizational Change. John Wiley & Sons Ltd., Chichester 2005.

Word Investment Report. Transnational Corporations and the Internationalisation of R&D, UNCTAD, 2005.

World Investment Report: Nonequity Modes of International Production and Development. UNCTAD, 2011.

THE INTERANATIONALISATION OF R&D AS A PREREQUISITE OF THE INTERNATIONAL INNOVATION NETWORKS CREATION

Summary

The contemporary innovation processes are described by an integrated, networked model of innovation. The innovation processes are based to large extend on R&D activity, which is nowadays undergoing a rapid internationalisation. The aim of this paper is presenting the role of R&D internationalisation in creating international innovation networks. The study is based on the analyses of relevant literature and secondary data sources describing the research phenomena.

Dominika Bochańczyk-Kupka
Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

CZYNNIKI KONKURENCYJNOŚCI WYBRANYCH GOSPODAREK PAŃSTW AZJI POŁUDNIOWO-WSCHODNIEJ

Wprowadzenie

Kraje Azji często są przedmiotem badań dotyczących sytuacji gospodarczej, perspektyw rozwoju gospodarczego czy też sposobów wzmacniania konkurencyjności międzynarodowej. Jednakże badania te dotyczą głównie azjatyckich potęg gospodarczych, takich jak Chiny, Japonia czy też Indie. Natomiast olbrzymia różnorodność rozwiązań w obrębie systemów gospodarczych i roli państwa sprawia, że warto przyjrzeć się bliżej innym krajom azjatyckim, w tym szczególnie mniej znanym państwom Azji Południowo-Wschodniej.

Głównym celem opracowania jest pokazanie ewolucji pozycji konkurencyjnej państw Azji Południowo-Wschodniej[1] na arenie światowej w latach 2005-2011 oraz przedstawienie głównych czynników, które determinowały utrzymanie bądź zmianę oceny konkurencyjności tych krajów. Dlatego też w pierwszej części analizie porównawczej poddane zostaną oceny krajów w rankingach konkurencyjności na podstawie raportów tworzonych i publikowanych corocznie przez Światowe Forum Gospodarcze (WEF – World Economic Forum) oraz Instytut Zarządzania Rozwojem (IMD – Institute for Management Development). Z uwagi na bardzo istotną, lecz różną rolę państwa w tym regionie omówiony zostanie również Indeks Wolności Gospodarczej, uznawany często w literaturze przedmiotu za jedną z miar konkurencyjności międzynarodowej. W dalszej części przedstawione zostaną czynniki uznane na najistotniejsze we wzmacnianiu bądź osłabianiu konkurencyjności wybranych krajów. Jak już wspomniano, rola państwa jako stymulatora procesów gospodarczych jest w tym regionie niezwykle istotna. Dlatego też omówieniu roli państwa poświęcona zostanie ostatnia część opracowania.

[1] Pod pojęciem Azji Południowo-Wschodniej rozumie się region Azji obejmujący Pacyfik, Indochiny, Półwysep Indochiński i Malajski. W obszarze tym znajdują się następujące państwa: Birma, Tajlandia, Kambodża, Laos, Wietnam, Malezja, Singapur, Indonezja, Timor Wschodni, Brunei i Filipiny.

1. Państwa Azji Południowo-Wschodniej w rankingach konkurencyjności

Spośród państw analizowanego regionu najwyżej w rankingach konkurencyjności międzynarodowej krajów notowany jest od wielu lat Singapur (tabele 1 i 2). Jest to jedyny kraj z omawianego regionu, który jest w stanie konkurować z najlepszymi gospodarkami świata. Dodatkowo również cechuje go wysoka wartość wskaźnika wolności gospodarczej (tabela 3). Singapur zajął w 2011 roku drugą pozycję w tym w rankingu i został zaliczony do grupy sześciu krajów określanych jako wolne[2].

Tabela 1

Wybrane kraje Azji w rankingu WEF w latach 2005-2011 według indeksu GCI

Kraj	2005 rok	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011
	miejsce	miejsce	miejsce	miejsce	miejsce	miejsce
Singapur	5	5	7	5	3	3
Malezja	25	26	21	21	24	26
Tajlandia	33	35	28	34	36	38
Indonezja	69	50	54	55	54	44
Wietnam	74	77	68	70	75	59
Filipiny	73	71	71	71	87	84
Kambodża	111	103	110	109	110	109
Brunei	–	–	–	39	32	28
Timor	113	122	127	125	126	133

Źródło: A. Lopez-Carlos, M. Porter, X. Sala-i-Martin, K. Schwab: The Global Competitiveness Report 2006-2007. WEF, Genewa 2007, s. XVII, K. Schwab, X. Sala-i-Martin, M. Porter: The Global Competitiveness Report 2007-2008. WEF, Genewa 2008, s. 11; M. Porter, K. Schwab: The Global Competitiveness Report 2008-2009. WEF, Genewa 2009, s. 10 oraz K. Schwab: The Global Competitiveness Report 2010-2011. WEF, Genewa 2011, s. 15.

O wysokiej konkurencyjności możemy mówić również w przypadku Malezji oraz Tajlandii. Malezja w rankingu IMD w 2010 roku zajęła nawet wysokie 10 miejsce[3]. Podkreślić również należy, iż pozycja konkurencyjna tych państw jest stabilna i nie podlega dużym wahaniom z roku na rok (według WEF, tabela 1 oraz Tajlandia według IMD, tabela 2). Dodatkowo w przypadku Malezji ranking IMD ukazuje trend wzrostowy – w latach 2005-2011 kraj ten awansował

[2] 2011 Index of Economic Freedom. Heritage Foundation. „Wall Street Journal". www.heritage.org

[3] W rankingu IMD pozycja Malezji jest znacznie wyższa niż w rankingu WEF. Różnice te wynikają niewątpliwie z odmiennej metodologii badań prowadzonych przez te instytucje oraz z ilości państw objętych badaniami. IMD analizuje tylko 59 gospodarek świata, a WEF aż 139 państw.

o 10 pozycji (tabela 2). Również wolność gospodarcza w tych państwach jest oceniana na podobnym poziomie. Jednakże plasują się one w grupie państw określanych jako „średnio" wolne[4].

Tabela 2

Kraje Azji Południowo-Wschodniej w rankingu IMD w latach 2005-2011

Kraje	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Indonezja	50	52	54	51	42	35	37
Malezja	26	22	23	19	18	10	16
Filipiny	40	42	45	40	43	39	41
Singapur	3	3	2	2	3	1	3
Tajlandia	25	29	33	27	26	26	27

Źródło: World Competitiveness Yearbook 2011. IMD, Lozanna 2011.

W ostatnich latach można zaobserwować szybką poprawę konkurencyjności gospodarki również w przypadku Indonezji – według WEF kraj ten awansował o 25 miejsc, a według IMD o 13 miejsc.

Tabela 3

Kraje Azji Południowo-Wschodniej według Indeksu Wolności Gospodarczej

Kraje	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Singapur	88,6	88,0	87,1	87,3	87,1	86,1	87,2
Malezja	61,9	61,6	63,8	63,9	64,6	64,8	66,3
Indonezja	52,9	51,9	53,2	53,2	53,4	55,5	56,0
Tajlandia	62,5	63,3	63,5	62,3	63,0	64,1	64,7
Filipiny	54,7	56,3	56,0	56,0	56,8	56,3	56,2
Wietnam	48,1	50,5	49,8	50,4	51,0	49,8	51,6
Kambodża	60,0	56,7	55,9	55,9	56,6	56,6	57,9
Timor	–	–	–	–	50,5	45,8	42,8

Źródło: 2011 Index of Economic Freedom. Heritage Foundation. „Wall Street Journal". www.heritage.org

Pozostałe kraje regionu cechuje niska konkurencyjność międzynarodowa oraz brak wolności gospodarczej. Timor-Lesoto oraz w poprzednich latach Wietnam zostały uznane jako kraje represyjne. Szczególnie słabo oceniana jest w tych państwach ochrona praw własności, wolność od korupcji i swoboda inwestowania.

[4] 2011 Index…, op. cit.

2. Źródła przewagi konkurencyjnej gospodarek Azji Południowo-Wschodniej

Singapur jest postrzegany jako najbardziej konkurencyjna gospodarka regionu Azji Południowo-Wschodniej. Kraj ten jest uznawany jako szczególnie przyjazny wobec przedsiębiorstw prywatnych, w tym zarówno krajowych, jak i zagranicznych. Wysoko ocenia się przyjazność otoczenia instytucjonalnego, przejrzystość istniejącego prawodawstwa, poziom istniejącej infrastruktury, w tym szczególnie infrastruktury technologicznej oraz kwalifikacje krajowej siły roboczej. Eksport towarów i usług (liczony jako % PKB) jest najwyższy na świecie. Jednakże za główne źródło przewagi konkurencyjnej postrzegane jest efektywne działanie rządu. Na pierwszym miejscu w rankingu IMD zostały sklasyfikowane następujące wielkości charakteryzujące gospodarkę Singapuru: zdolność polityki rządowej do adaptacji do zmieniających się warunków gospodarowania, skuteczność implementacji rozwiązań systemowych, łatwość prowadzenia działalności gospodarczej wsparta przez właściwe rozwiązania prawne oraz brak biurokracji. Również bardzo wysoko oceniany jest singapurski biznes, w tym szczególnie system wartości wspierający konkurencyjność, zrozumienie konieczności zmian gospodarczych i społecznych przez społeczeństwo, zaufanie społeczne do kadry zarządzającej i bardzo dobre stosunki w pracy pomiędzy pracodawcami a pracobiorcami[5]. WEF bardzo wysoko ocenia także zaufanie do polityków i instytucji politycznych, brak strat związanych z marnotrawstwem wydatków rządowych, zaufanie społeczne do policji i związany z tym niski koszt przestępstw gospodarczych, etyczne zachowanie firm oraz brak faworyzowania w decyzjach przedstawicieli rządu[6].

Indonezję cechuje wysoka wydajność pracy, dobre stosunki pomiędzy pracodawcami a pracobiorcami. Pozytywnie oceniane jest prawodawstwo związane z zatrudnianiem i zwalnianiem pracowników. IMD docenia jakość prowadzonej polityki fiskalnej oraz pokaźny rynek pracy. Za wysoko konkurencyjny uznawany jest poziom wynagrodzenia godzinowego pracowników w przemyśle i w usługach oraz wynagrodzenie kadry zarządzającej. Dochody skarbu państwa z tytułu podatków w Indonezji (liczone jako % PKB) zajęły w rankingu końcowym dotyczącej tej kategorii pierwsze miejsce, a szczególnie konkurencyjna i efektywna jest konstrukcja podatku dochodowego od osób fizycznych. Rów-

[5] Informacje na podstawie danych zawartych w raportach IMD: IMD World Competitiveness Yearbook, publikowanych corocznie w latach: 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011.

[6] K. Schwab: The Global Competitiveness Report 2009-2010. World Economic Forum, Palgrave Macmillan Houndmills 2010, s. 276-277 oraz Idem: The Global Competitiveness Report 2010-2011. World Economic Forum, Palgrave Macmillan, Houndmills 2011, s. 296-297.

nież poziom i stabilność krótkookresowych stóp procentowych jest źródłem przewagi konkurencyjnej tego kraju. W 2011 roku Indonezję na arenie międzynarodowej wyróżniała efektywna polityka fiskalna oraz elastyczny i ogromny rynek pracy. Natomiast do słabych stron zaliczyć należy wydatki i pozom edukacji, niski poziom rozwoju infrastruktury oraz korupcję[7].

Natomiast Malezja posiada znakomicie funkcjonujące rynki towarów oraz pracy, w tym bardzo dobrze rozwinięty rynek finansowy (zarówno pod względem ilościowym, jak i jakościowym). Dobra relacja między płacą a produktywnością, dobra współpraca pomiędzy pracodawcami a pracobiorcami, przyjazny przedsiębiorcom system podatkowy oraz silna konkurencja to podstawowe źródła przewagi konkurencyjnej Malezji w analizowanym okresie. Również sektor finansowy rozwija się prężnie (jest to szczególnie istotne z uwagi na kryzysy finansowe jakie dotknęły ten kraj) i został wysoko sklasyfikowany pod względem zaawansowania rozwoju. Malezję charakteryzuje również dobra jakość infrastruktury transportowej oraz duży potencjał innowacyjny[8].

Filipiny uważane są za jedną z najsłabszych gospodarek spośród państw Azji Południowo-Wschodniej. Do źródeł jej potencjalnej przewagi konkurencyjnej WEF zaliczył relatywnie duży rynek wewnętrzny oraz znaczną poprawę stabilności makroekonomicznej. Eksperci z IMD podkreślają natomiast stabilność cen, a także stosunkowo duży rynek siły roboczej (szczególnie wysoki odsetek wykwalifikowanych inżynierów). Niski koszt życia, zadowalająca wielkość całkowitych dochodów budżetowych oraz pomoc rządowa nakierowana na wzmacnianie przedsiębiorstw prywatnych i państwowych to również źródła przewagi konkurencyjnej Filipin. Kraj ten charakteryzuje także wysoki udział produktów high-tech w eksporcie oraz znaczące inwestycje w sektorze telekomunikacji. Koszty działalności gospodarczej dodatkowo obniżają (w porównaniu z innymi krajami) koszty Internetu i telefonii komórkowej, które są w tym państwie szczególnie niskie[9].

Podobnie jak w przypadku większości państw azjatyckich, do głównych źródeł konkurencyjności międzynarodowej gospodarki Tajlandii zaliczyć można duży rynek wewnętrzny oraz wysoką efektywność rynku pracy. Kraj ten cechuje wysoki stopień współpracy pracobiorców i pracodawców oraz niski poziom kosztów pozapłacowych. Tajlandia posiada dobrą infrastrukturę transportową, szczególnie zaś drogową i lotniczą. Również część kategorii makroekonomicznych w tym kraju jest postrzegana jako konkurencyjna przez WEF, m.in. stopa

---

[7] World Competitiveness Yearbook 2011. IMD, Lozanna 2011.

[8] Ibid oraz K. Schwab: The Global Competitiveness Report 2010-2011. World Economic Forum, Palgrave Macmillan, Houndmills 2011, s. 229-230.

[9] World Competitiveness Yearbook 2011. IMD, Lozanna 2011 oraz Ibid., s. 274-275.

bezrobocia, która jest w tym kraju bardzo niska, a bezrobocie wśród osób młodych w zasadzie nie istnieje. WEF wskazuje również na takie źródła przewagi konkurencyjnej tego państwa, jak stabilna i konkurencyjna polityka fiskalna (szczególnie konkurencyjny jest system podatków konsumpcyjnych, w tym niski poziom podatku VAT), poziom wynagrodzeń w usługach oraz wynagrodzenia kadry zarządzającej[10].

3. Rola państwa w gospodarce

Model państwa azjatyckiego znacznie różni się od modelu gospodarki rynkowej, w którym to oczekuje się ograniczonej roli państwa w promowaniu rozwoju krajowego przemysłu. W Azji państwo w przeszłości odgrywało kluczową rolę w tworzeniu cudu gospodarczego, a priorytetem jego działalności było utrzymanie wysokiego tempa wzrostu gospodarczego dzięki dynamicznemu rozwojowi sektora przemysłowego i proeksportowej orientacji produkcji. Jednak nawet w tym modelu rola państwa musiała ulec ograniczeniu by sektor prywatny mógł się prężnie rozwijać. Kryzysy azjatyckie dodatkowo przyśpieszyły ten proces. Pokazały one, że model państwa posługującego się tradycyjnymi narzędziami polityki przemysłowej jest przestarzały i jego implementacja przynosi więcej szkód niż korzyści. Znacznej zmianie uległy więc zasady współpracy między państwem a przedsiębiorstwami. Zamiast wspierania firm tradycyjnymi metodami rządy krajów Azji Południowo-Wschodniej przeprowadziły tzw. terapię szokową. W Tajlandii rząd w 1997 roku zlikwidował 56 przedsiębiorstw finansowych (pozabankowych instytucji pożyczkowych) oraz czasowo znacjonalizował cztery kluczowe banki komercyjne. Natomiast w Indonezji rząd dofinansował 11 banków, w tym Bank Central Asia, kluczową instytucję w ramach Salim Group. W krótkim czasie polityka rządów krajów azjatyckich zmieniła się ze wspierającej sektor prywatny (bodźce podatkowe, tanie pożyczki oraz subsydia) w politykę wymuszającą niezależność i konkurencyjność na rynkach krajowych i międzynarodowych tychże przedsiębiorstw, lecz bez pomocy państwa. Impet zmian został jednak zahamowany częściowo poprzez ograniczenia kulturowe[11].

[10] Ibid., s. 302-303.

[11] Obywatel krajów Azji Południowo-Wschodniej tradycyjne oczekiwali od rządów państw odgrywania kluczowej roli w rozwoju kraju oraz zagwarantowania gospodarstwom domowym dobrobytu. Dodatkowo państwo, według obywateli, powinno wspierać i ochraniać ich przed rosnącą niepewnością oraz innymi negatywnymi skutkami globalizacji rynków i zwiększania się konkurencji. Więcej w: M. Guirdham: Culture and business in Asia. Palgrave Macmillan, Houndmills 2009, s. 111.

Jednak zaznaczyć trzeba, że w Azji ciągle istnieją kraje, w których państwo jest bardzo silnie zaangażowane w rozwój i promowanie wybranych przemysłów. Taka sytuacja występuje między innymi w Indonezji oraz Tajlandii. W 2005 roku indonezyjskie Ministerstwo Przemysłu przedstawiło długookresowy, 20-letni plan mający na celu promocję wybranych 32 gałęzi przemysłu (spośród 365 istniejących) oraz wyznaczyło cele dla każdej z nich. Wybrane gałęzie będą preferencyjnie traktowane, tzn. rząd zamierza poszerzyć dla nich rynki zbytu poprzez promowanie krajowych zagranicznych inwestycji bezpośrednich, pomoc w szkoleniach pracowników, inicjowanie i prowadzenie badań naukowych na ich potrzeby oraz rozbudowę infrastruktury koniecznej do ich dalszego rozwoju. W 2005 roku 32 przemysły (spośród tych wybranych) wytwarzały 78% krajowej produkcji przemysłowej co stanowiło 83% eksportu Indonezji[12].

W Tajlandii główną rolę w prowadzeniu polityki przemysłowej odgrywa Board of Investment (BOI), instytucja działająca z ramienia Ministerstwa Przemysłu. Do jej głównych zadań należy wybór projektów inwestycyjnych, w tym zarówno krajowych, jak i prowadzonych przez przedsiębiorstwa zagraniczne i promowanie ich dzięki użyciu różnych narzędzi, np. zwolnień podatkowych lub wakacji podatkowych trwających nawet do 8 lat. W ramach BOI działa pięć oddziałów odpowiedzialnych za promocję i rozwój wybranych przemysłów, w tym nawet wybranych towarów. Również instytucja ta zajmuje się rozwojem rolnictwa i produktów rolnych. Wdraża projekty związane z rozwojem zasobów ludzkich i projekty inwestycyjne, także związane z ochroną środowiska naturalnego.

Polityka przemysłowa państwa ciągle odgrywa kluczową rolę w rozwoju rodzimego przemysłu. Jednakże wydaje się, że rola państwa w całym analizowanym regionie jest obecnie mniejsza niż w poprzednich dekadach. Ochrona własnego przemysłu nie jest już priorytetem polityki przemysłowej. Coraz istotniejsze są usługi rządowe (w tym: informacja, consulting) i koordynacja ich działalności. Rozwój dokonuje się dzięki małym i średnim przedsiębiorstwom, a nie dużym firmom państwowym wspomaganym przez państwo. Rola państwa to również promowanie innowacji technologicznych i rozwój krajowych produktów i technologii.

Obecnie jednym z ważniejszych celów polityki gospodarczej jest także modernizacja rolnictwa i terenów wiejskich. Jest to z jednej strony „zadanie" stare, gdyż większość omawianych gospodarek to tradycyjne rolnicze kraje, z drugiej jest to „zadanie" nowe, gdyż procesy gwałtownej industrializacji stworzyły ol-

[12] Ibid., s. 50.

brzymią przepaść pomiędzy nowoczesnym przemysłem i rozwiniętym sektorem usług a biednym, rozdrobnionym i słabo rozwiniętym rolnictwem. Ta przepaść jest bardzo wyraźna we wszystkich analizowanych krajach, z wyjątkiem Singapuru, gdyż w kraju tym nie ma terenów rolniczych. W pozostałych krajach dysproporcje między sektorami narastają. W Indonezji, Malezji, Tajlandii oraz na Filipinach większość ludności mieszkającej na terenach wiejskich lub w małych miasteczkach żyje w bardzo ciężkich warunkach[13]. Charakterystyczną cechą współczesnego rolnictwa jest jego bardzo silne rozdrobnienie (wyjątek stanowią uprawy ryżu w Tajlandii) i wynikający z tego brak efektywności. W krajach Azji Południowo-Wschodniej pomimo „zielonej rewolucji" (poprawa systemu irygacji oraz infrastruktury, zastosowanie nawozów) znaczna część populacji rolniczej związana jest z prymitywnym rolnictwem, w którym dominują przestarzałe technologie i metody produkcji. Jednakże wspomniane wyżej czynniki, w tym globalizacja i liberalizacja rynków, wymuszają zmiany.

W 2006 roku w Indonezji prezydent Susilo Yudhoyono rozpoczął program ożywienia sektora rolnego. Było to jedno z największych przedsięwzięć tego rodzaju w regionie. Głównymi celami było zwiększenie krajowej produkcji ryżu do poziomu samowystarczalności krajowej oraz wykorzystanie nieużytków do stworzenia plantacji niezbędnych do produkcji biopaliw. W tym celu planuje się wykorzystanie 500 tys. hektarów torfowisk w rejonie Kalimantan. Uważa się, że uprawy oleju palmowego, trzciny cukrowej z jednej strony rozwiążą problem energetycznego bezpieczeństwa Indonezji, a z drugiej przyczynią się do redukcji poziomu bezrobocia i ubóstwa na tych terenach. W ciągu 8 lat 5-6 mln hektarów ziemi (obszar większy od terytorium Danii) zostanie obsadzonych biopaliwami. Szacuje się, że powstaną ponad 4 mln nowych miejsc pracy, w których poziom płac będzie wyższy od poziomu płacy minimalnej. Pomoc rządu ma sprowadzać się również do wspomagania wprowadzania zróżnicowanych upraw oraz do zastosowania lepszych, nowoczesnych metod ich uprawiania[14].

W Malezji długookresowy plan rozwoju gospodarczego, mający trwać do 2020 roku, traktuje rolnictwo wraz turystyką i usługami jako główne nowe sektory, w których rząd powinien aktywnie działać na rzecz poprawy warunków gospodarowania. Nowa rola rolnictwa jest związana ze zmianami w polityce pomocy (Bumitutra), która jest podstawą malajskiej strategii gospodarczej. Natomiast w Tajlandii państwo tradycyjnie wspomaga finansowo rolników oraz tereny wiejskie w postaci niskooprocentowanych kredytów oraz subwencji. Pomoc ta została nawet zwiększona w ostatnich latach[15].

[13] Ibid., s. 113.
[14] M. Hossain, R. Kathuria, I. Islam: South Asian Economic Development. Routledge, London 2010, s. 137.
[15] Ibid., s. 137-151.

Zakończenie

Analiza wykazała, że omawiane kraje z regionu Azji Południowo-Wschodniej w istotny sposób różnią się pod względem pozycji zajmowanej w końcowych rankingach międzynarodowej konkurencyjności gospodarek oraz pod względem posiadanych źródeł przewagi konkurencyjnej. Nie jest więc możliwe wyodrębnienie cech wspólnych, charakterystycznych dla większości analizowanych państw z tego regionu. Każdy kraj posiada bowiem niepowtarzalne, specyficzne tylko dla niego zasoby oraz czynniki produkcji. Państwa te znajdują się również na odmiennych etapach rozwoju społeczno-gospodarczego. Dodatkowo rola państwa w przyjętych modelach gospodarczych jest inna, a odmienne rozwiązania systemowe wymagają także wykorzystania innych narzędzi. Kraje te, mimo bliskości geograficznej, bardzo się od siebie różnią. Jednak mimo tych różnic postępujące procesy globalizacji rynków oraz ostatnie kryzysy gospodarcze wymuszają na wszystkich państwach reformy gospodarcze związane z ograniczeniem roli państwa w gospodarce. Rozwiązania przyjęte w poszczególnych gospodarkach są odmienne, jednak ich cel jest podobny – zwiększenie konkurencyjności krajowych gospodarek na arenie międzynarodowej.

Literatura

Guirdham M.: Culture and Business in Asia. Plagrave Macmillan, Houndmills 2009.

Hossain M., Kathuria R., Islam I.: South Asian Economic Development. Routledge, London 2010.

IMD World Competitiveness Yearbook. IMD, Lozanna 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011.

Lopez-Carlos A., Porter M., Sala-i-Martin X., Schwab K.: The Global Competitiveness Report 2006-2007. World Economic Forum. Palgrave Macmillan, Houndmills 2007.

Porter M., Schwab K.: The Global Competitiveness Report 2008-2009. World Economic Forum. Palgrave Macmillan, Houndmills 2009.

Roach S.: The Next Asia. Wiley, Hoboken 2009.

Schwab K.: The Global Competitiveness Report 2009-2010. World Economic Forum. Palgrave Macmillan, Houndmills 2010.

Schwab K.: The Global Competitiveness Report 2010-2011. World Economic Forum. Palgrave Macmillan, Houndmills 2011.

Schwab K., Sala-i-Martin X., Porter M.: The Global Competitiveness Report 2007-2008. World Economic Forum. Palgrave Macmillan, Houndmills 2008.

Tselichtchev I., Debroux P.: Asia's Turning Point. Wiley, Singapore 2009.

INTERNATIONAL COMPETITIVENESS' FACTORS OF SOUTHEAST ASIAN ECONOMIES

Summary

The main aim of this article is to analyze the development of competitiveness positions of Southeast Asian economies from 2005 to present and to identify main factors which determine high or low competitiveness results of these countries. The comparative analyze is based on economic data provided by World Economic Forum, Institute for Management Development and Heritage Foundation. Special attention is paid to the role of state in these countries because of its special role in the development and reforms in this region.

Eliza Chilimoniuk-Przeździecka
Szkoła Główna Handlowa w Warszawie

CZYNNIKI LOKALIZACJI INWESTYCJI OFFSHORINGOWYCH W POLSCE NA PRZYKŁADZIE USŁUG BIZNESOWYCH

Wprowadzenie

Kraje naszego regionu znajdują się na czele listy najbardziej atrakcyjnych miejsc lokalizacji inwestycji offshoringowych[1], takich jak usługi biznesowe[2]. Na ich tle Polska wyróżnia się dynamicznym wzrostem rynku nowoczesnych usług biznesowych. Niniejsze opracowanie ma na celu rozpoznanie i szczegółłową analizę czynników, które skłaniają inwestorów zagranicznych z sektora usług biznesowych do lokowania kapitału w Polsce. Czynniki te są istotne nie tylko z tego powodu, aby przyciągnąć podobne inwestycje w przyszłości, ale by utrzymać firmy już istniejące w danym miejscu, które będą w długim okresie sprzyjać rozwojowi miasta, regionu i kraju.

1. Zmiany struktury bezpośrednich inwestycji zagranicznych w Polsce

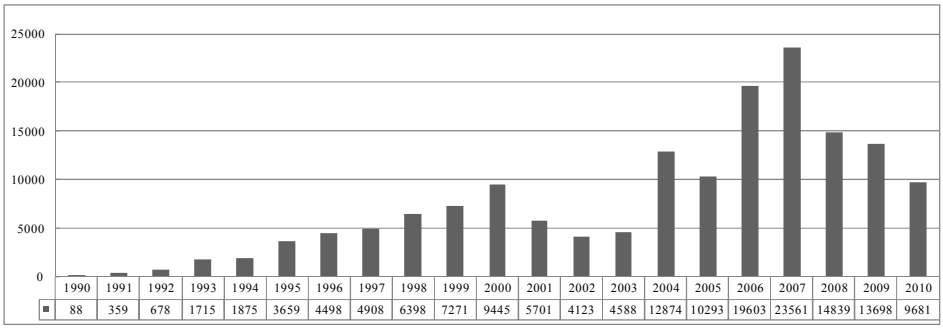
Bezpośrednich inwestycji zagranicznych (BIZ) nie charakteryzują obecnie takie wzrosty, jak dziesięć lat temu. Według szacunków UNCTAD[3] w ciągu ostatnich 2 lat nastąpił spadek BIZ o 36%. W regionie Europy Środkowej

[1] Offshoring – działalność biznesowa podejmowana w innym kraju niż kraj pochodzenie kapitału. Polega na zleceniu funkcji biznesowych innym podmiotom (powiązanym kapitałowo – captive offshoring lub niepowiązanym kapitałowo – offshore outsourcing, outsourcing zagraniczny) zlokalizowanym w innym kraju.

[2] Usługi biznesowe – obsługa nieruchomości, informatyka, prace badawczo-rozwojowe, wynajem maszyn i pozostałe usługi związane z prowadzeniem działalności gospodarczej w tym działalność prawnicza, rachunkowo-księgowa, doradztwo, zarządzanie, reklama. Dane wykorzystane do analiz w niniejszej pracy nie obejmują inwestycji w nieruchomości.

[3] World Investment Report 2011. UNCTAD, 2011.

i Wschodniej[4] Polska straciła najmniej. W 2010 roku do Polski napłynęło 9681 mln dol. BIZ. Jest to wartość niższa niż w 2009 roku o 30%, zaś od rekordowego 2007, w którym otrzymaliśmy ponad 23.5 mld dol., niższa o blisko 60%. Na rys. 1 widać trend wzrostowy napływu BIZ, który zahamowały lata kryzysów (2001-2003 i 2008-2010).



Rys. 1. Napływ BIZ do Polski w latach 1990-2010 w mln dolarów

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: World Investment Report 2011. UNCTAD, 2011.

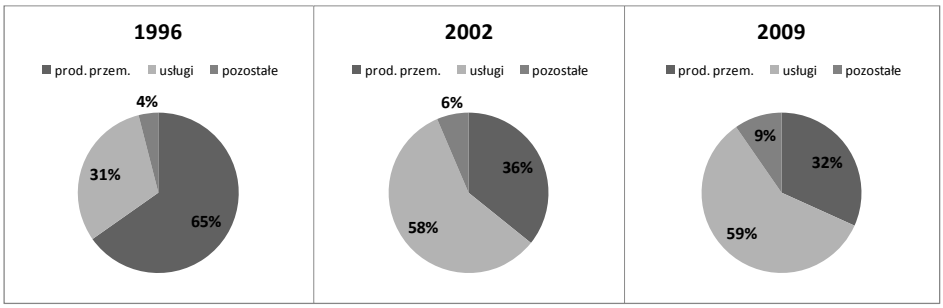
Chociaż wartości napływów BIZ charakteryzują się znacznymi wahaniami wynikającymi z koniunktury, to bez wątpienia w skali globalnej mamy do czynienia ze wzrostem przepływów kapitału. W latach 1990-1992 i 2007-2009 wartość światowych inwestycji napływających do różnych krajów zwiększyła się ośmiokrotnie – z 214 mld dol. do 1751 mld dol. (zob. załącznik, tabela 1).

Dane UNCTAD zwracają uwagę na fakt, iż w sferze globalnych przepływów BIZ mamy do czynienia z istotną zmianą struktury kapitału. Znaczenie sektora usług biznesowych w strukturze napływów BIZ w drugiej połowie lat 90. było znikome, a jego udział w skumulowanej wartości BIZ wynosił 2.2%.

Na sektor usług w latach 2007-2009 przypadało około 63% wartości globalnych zasobów BIZ z krajów inwestujących, a na początku lat 90. było to 49%. Analizując zmiany struktury inwestycji w Polsce możemy stwierdzić, iż BIZ ulegają stopniowej ewolucji i ich struktura coraz bardziej upodabnia się do tej, jaka istnieje w krajach rozwiniętych. W naszym kraju jeszcze w połowie lat 90. aż 65% skumulowanej wartości inwestycji ulokowanych było w przemyśle. Później udział przemysłu w BIZ stopniowo się zmniejszał.

Obecnie w usługach ulokowanych jest blisko 59% BIZ, a w przemyśle 32%. Charakter tych inwestycji jest odmienny od inwestycji sprzed 10-15 lat, które wówczas podejmowano z uwagi na chłonność rynku, duży popyt wewnętrzny i niskie koszty produkcji. Mieliśmy wówczas do czynienia z poszukującymi rynku i surowców inwestycjami zagranicznymi typu poziomego.

[4] W dalszej części pracy przyjęto za region Europy Środkowej i Wschodniej: Bułgarię, Czechy, Polskę, Rumunię, Słowację, Węgry.



USŁUGI: handel i naprawy, hotele i restauracje, pośrednictwo finansowe, transport, gospodarkę magazynową i łączność, obsługę nieruchomości, informatykę, B+R, wynajem maszyn i pozostałe usługi związane z prowadzeniem działalności gospodarczej, a także usługi pozostałe.
POZOSTAŁE: rolnictwo i rybołówstwo, górnictwo i kopalnictwo, wytwarzanie i zaopatrzenie w energię elektryczną, budownictwo oraz prywatne zakupy i sprzedaż nieruchomości.

Rys. 2. Struktura skumulowanych wartości BIZ w Polsce w latach 1996, 2002 i 2009

Źródło: Opracowanie własne na podstawie EuroStat.

Inwestorzy zagraniczni przejmowali więc polskie przedsiębiorstwa produkcyjne lub otwierali własne montownie, fabryki, zakłady wytwórcze w różnych sektorach produkcyjnych, np. przemyśle lekkim, motoryzacyjnym, spożywczym, hutniczym, elektrotechnicznym.

Dziś większość projektów dotyczy inwestycji typu pionowego. Są to przedsięwzięcia kapitałochłonne, których lokalizacja zależy od zasobów siły roboczej i jej poziomu wykształcenia, infrastruktury, dostępności powierzchni biurowych i innych czynników – związanych z dostępnością czynników produkcji, wiedzy i technologii. Przedmiotem inwestycji są centra usług: centra outsourcingu procesów biznesowych (BPO), centra usług wspólnych, centra badawczo-rozwojowe.

Usługi biznesowe stały się sektorem, który od kilku lat, mimo załamania gospodarczego i ostrożności inwestorów, notuje ciągły wzrost. Jest to sektor, w którym słaba infrastruktura drogowa w Polsce nie jest problemem, gdyż znacznie ważniejsze są kwalifikacje siły roboczej, rozwinięta infrastruktura telekomunikacyjna czy zasoby powierzchni biurowej. Znaczenie tej sekcji w strukturze napływów BIZ w drugiej połowie lat 90. było niewielkie – tylko 2.2% skumulowanej wartości BIZ. W następnych latach wartość napływów zwiększyła się z 216 mln euro w 1997 roku do 2068 mln euro w 2009 (załącznik, tabela 2). Skumulowana wartość tych inwestycji w 2009 roku wyniosła ponad 13 mld euro, co stanowiło ponad 10% wartości BIZ ogółem w Polsce i 17.4% wartości BIZ w usługach.

Związek Liderów Sektora Usług Biznesowych w Polsce (ZLSUB) szacuje, że w ciągu ostatnich dwóch lat nastąpił wzrost tego rynku o 50%. Liczba zatrudnionych wzrosła z 46.6 tys. w 2008 roku do ponad 70 tys. w 2010. Jest to najlepszy wynik w regionie EŚW.

Tabela 1

Nowe miejsca pracy i projekty inwestycyjne w usługach biznesowych w Polsce w latach 2003-2010

Rok	Liczba nowych miejsc pracy	Liczba projektów inwestycyjnych
2003	2 124	9
2004	3 099	16
2005	9 366	34
2006	10 480	38
2007	8 566	34
2008	12 973	47
2009	7 681	20
2010	16734	22
Razem	71023	220

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PAIiIZ, ZLSUB.

Pomimo kryzysu, umacnia się w regionie EŚW pozycja Polski jako miejsca nowoczesnych usług biznesowych, zwłaszcza że na 280 centrów usług biznesowych działających w tym regionie 220 funkcjonuje w Polsce.

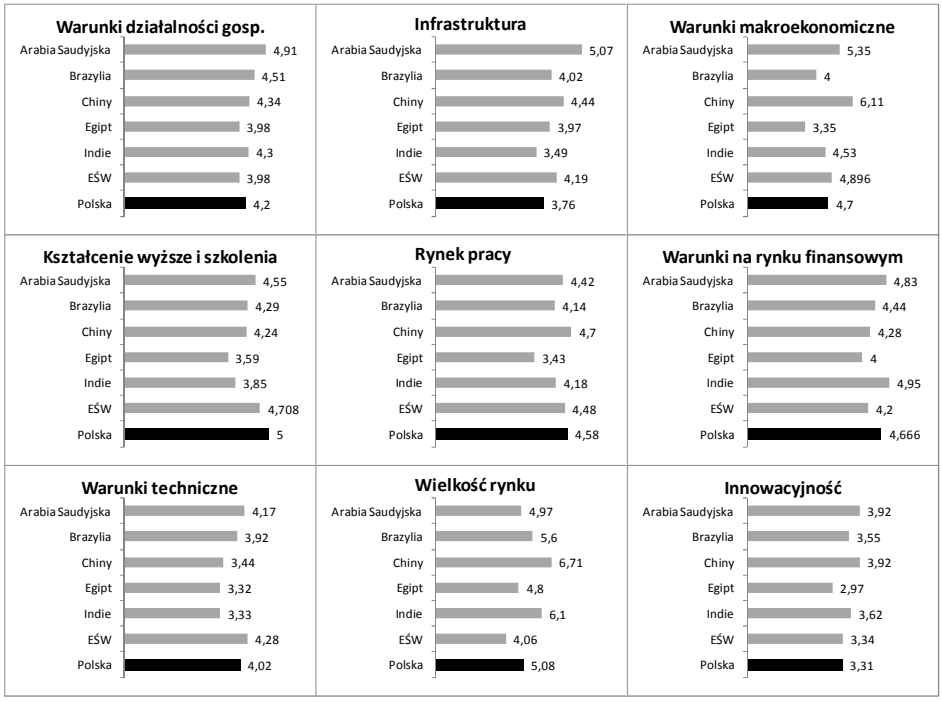
2. Ocena atrakcyjności lokalizacji inwestycji według Światowego Forum Gospodarczego

Atrakcyjność Polski jako miejsca lokalizacji inwestycji przedstawia ranking Światowego Forum Gospodarczego[5]. Odporność na kryzys, którą wykazała nasza gospodarka pozwoliła Polsce na awans z 46 pozycji w 2009 roku na miejsce 39 w 2010. Takie atuty, jak wielkość rynku, rozwój sektora finansowego oraz poziom wykształcenia kadr pozwoliły naszemu krajowi osiągnąć pozycję zbliżoną do Hiszpanii, Tajlandii czy Cypru.

Niestety, nasze słabości powodują, że do czołówki konkurencyjnych gospodarek wciąż jeszcze nam daleko. Naszą infrastrukturę oceniono zaledwie na 3,76 pkt., co dało 72 miejsce w tej kategorii. Jeszcze gorzej jest w podgrupach tej kategorii: „A.02.02 jakość dróg" – 131 miejsce, „A.02.04 jakość infrastruktury portowej"– 114 miejsce.

[5] Global Competitiveness Report 2010-2011. World Economic Forum 2010.

Wysoka, mimo niedoskonałości gospodarki, pozycja Polski w takich kategoriach, jak warunki prowadzenia działalności gospodarczej, kształcenie wyższe, rynek pracy (elastyczność, wydajność), warunki na rynkach finansowych i wielkość rynku przyciąga do naszego kraju inwestorów – dziś szczególnie zainteresowanych inwestycjami w usługach. W wymienionych kategoriach osiągamy ocenę wyższą niż średnia krajów Europy Środkowej i Wschodniej.



[a] Średnia dla krajów regionu Europy Środkowej i Wschodniej: Bułgarii, Czechów, Rumunii, Słowacji, Słowenii, Węgier.

Rys. 3. Atrakcyjność Polski na tle krajów regionu (EŚW) i innych wybranych krajów

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: Global Competitiveness Report 2010-2011. World Economic Forum 2010.

W rankingach oceniających atrakcyjność rynków dla inwestycji offshoringowych liderami są co prawda Chiny (offshoring produkcji), Indie czy mniejsze kraje Dalekiego Wschodu, tj. Malezja, Tajlandia, Indonezja, jednak coraz wyższą pozycję zajmują Egipt, Jordania, Arabia Saudyjska, które w ostatnich latach wyrosły na konkurentów, zwłaszcza w branży BPO i IT. Okazały się one popularne ze względu na sąsiedztwo Europy i niskie koszty prowadzenia działalności gospodarczej, wynikające z niskich kosztów siły roboczej. Mimo tego, wydarzenia początku 2011 roku w krajach północnej Afryki i niestabilność polityczna odstraszają zagraniczny kapitał.

3. Kosztowe i pozakosztowe czynniki lokalizacji inwestycji

Polska utrzymuje swoją atrakcyjną ofertę lokalizacji inwestycji dzięki tańszym niż Europie Zachodniej kosztom pracy oraz dobrze wykształconym pracownikom. Pomimo rosnących kosztów pracy, szczególnie na stanowiskach specjalistycznych, inwestorzy ciągle znajdują tu atrakcyjny klimat na rozpoczęcie swej działalności. W ostatnich latach istotnym czynnikiem zachęcającym do inwestowania jest – obok kryterium finansowej atrakcyjności (czyli czynników kosztowych) – stabilna gospodarka, uniknięcie przez dany kraj recesji i umiejętność utrzymania dodatniego wzrostu gospodarczego. Wszystkie te czynniki wystąpiły w Polsce.

Polska staje się coraz atrakcyjniejszym rynkiem lokalizacji inwestycji typu KPO[6]. Zasoby wysoko wykwalifikowanej siły roboczej ujawnione w branży BPO stają się dziś kluczowym czynnikiem decydującym o lokowaniu inwestycji typu KPO. Według szacunków, w Polsce rynek KPO wzrósł w 2010 roku w porównaniu z rokiem poprzednim o 45%, osiągając wartość 17 mld dolarów[7]. Dzięki niskim barierom wejścia, dostępowi do wiedzy i wykwalifikowanej kadry, a także relatywnie prostym procedurom administracyjnym związanym z rozpoczęciem inwestycji, firmy zagraniczne z zainteresowaniem przyglądają się rynkowi polskiemu jako miejscu lokalizacji biznesu w sektorach wysokich technologii.

Tabela 2

Liczba zrealizowanych projektów przez inwestorów zagranicznych w IT/Finanse oraz B&R – stan na styczeń 2010 r.

Miasta	IT i Finanse	Badania i rozwój
Warszawa	23	11
Łódź	20	6
Kraków	30	11
Katowice	4	4
Wrocław	11	12
Poznań	14	7

Źródło: Onshore, Nearshore, Offshore: Unsure? Raport Jones Lang Lasalle, Warszawa 2010.

Zainteresowanie inwestorów z branży KPO sprzyja rozwojowi lokalnego rynku B&R, dla którego duże znaczenie mają wszelkie dotacje, dzięki którym polskie przedsiębiorstwa mogą podnosić swoje kompetencje i przedstawić za-

[6] Knowledge Process Outsourcing – outsourcing procesów wiedzy.
[7] Na podstawie: Onshore, Nearshore, Offshore: Unsure? Raport Jones Lang Lasalle, Warszawa 2010.

granicznym inwestorom ofertę opartą na najwyższych kwalifikacjach. Pod względem dotacji państwowych na prace badawczo-rozwojowe, Polska z 0.61% PKB jest znacznie poniżej średniej krajów OECD (2.27% PKB).

4. Pochodzenie inwestycji a lokalizacja

Wydaje się, że inwestorzy rozpoczynający działalność w Afryce czy nawet Azji potrzebują i poszukują zupełnie czegoś innego niż inwestorzy zainteresowani krajami EŚW. Czynniki lokalizacji inwestycji offshoringowych w naszym regionie, a tym samym w naszym kraju, bazują przede wszystkim na spójności kulturowej z krajami pochodzenia inwestorów – m.in. Europą Zachodnią, bliskości geograficznej oraz podobieństwach zachowań społecznych. Te tzw. miękkie czynniki, znacznie trudniejsze w ocenie niż koszty siły roboczej czy wynajmu powierzchni biurowej, stają się coraz ważniejsze, zwłaszcza dla inwestorów zachodnioeuropejskich rozpoczynających działalność w Polsce. Jednak od stycznia 2003 roku do końca I kw. 2010 najwięcej inwestycji w usługach biznesowych pochodziło ze Stanów Zjednoczonych (26% wszystkich inwestycji). Na kolejnych miejscach znaleźli się inwestorzy z Wielkiej Brytanii (13% inwestycji) i Niemiec (10% inwestycji).

Tabela 3

Liczba projektów inwestycyjnych w usługach biznesowych w Polsce według kraju pochodzenia

Kraj pochodzenia	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Razem	Zmiana średnioroczna (w %)
Stany Zjednoczone	2	7	10	11	5	1	7	2	56	57,8%
Wielka Brytania	1	1	6	7	5	3	4	1	28	80,2%
Niemcy	1	2	3	5	3	4	2	1	21	26,7%
Holandia	1	2	2			5	6		16	n/a
Hiszpania				2	6	1	2	1	1	n/a
Szwecja			3	2	2	2	1		10	n/a
Francja			2	1	2	3	1	1	10	n/a
Austria	1	1	1	1	1	1	2		8	n/a
Dania	1	1		2	1	1	1		7	n/a
Belgia			2		1	3	1		7	n/a
Inne kraje	2	2	5	7	8	12	4	1	41	31,3%
Razem	9	16	34	38	34	47	31	7	216	32,6%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PAIiIZ.

Choć najwięcej firm dotychczas inwestujących w branży usług biznesowych pochodziło ze Stanów Zjednoczonych i Wielkiej Brytanii, to znaczenie czynników sprzyjających inwestycjom typu nearshoring[8] jest coraz istotniejsze. Według raportu ZLSUB[9], przedstawiającego wyniki ankiety przeprowadzonej wśród inwestorów, w najbliższym czasie oczekuje się wzrostu zainteresowania naszym krajem ze strony inwestorów niemieckich czy francuskich. Polska jest dla firm z tych krajów atrakcyjna ze względu na bliskość rynku oraz podobieństwa kulturowe i związaną z tym łatwość kooperacji.

5. Konkurencja miast

Warunki gospodarowania atrakcyjne zarówno dla inwestorów, jak i pracowników o pożądanych kwalifikacjach, które dziś oferuje wiele polskich miast gwarantują rozwój regionów o dużym potencjale wzrostu. Dobrymi przykładami wykorzystanej szansy na rozwój są takie regiony, jak np. Dolina Krzemowa w Stanach Zjednoczonych, Dublin w Irlandii, Campinas w Brazylii, Bangalore w Indiach, Dallan w Chinach czy Innograd w Rosji.

Z doświadczeń istniejących regionów wysokich technologii wiadomo, że ich powstanie i dalszy rozwój gwarantuje jedynie sprawne połączenie kilku elementów, takich jak dostęp do wysoko wykwalifikowanej kadry i bliskość innowacji (gwarantowana właśnie przez obecność uczelni i instytutów badawczych), sprzyjające warunki infrastrukturalne (dostępność powierzchni biurowej, rozwinięta sieć transportowa i komunikacyjna) oraz korzyści administracyjne dla inwestorów (ulgi podatkowe, subsydia, prawo chroniące własność intelektualną).

[8] Nearshoring – zlecanie funkcji biznesowych podmiotom zlokalizowanym w kraju sąsiednim.
[9] Sektor nowoczesnych usług biznesowych w Polsce. Związek Liderów Sektora Usług Biznesowych w Polsce, Warszawa 2011.

Tabela 4

Czynniki atrakcyjności lokalizacji projektów offshoringowych w polskich miastach (dane za 2010 rok)

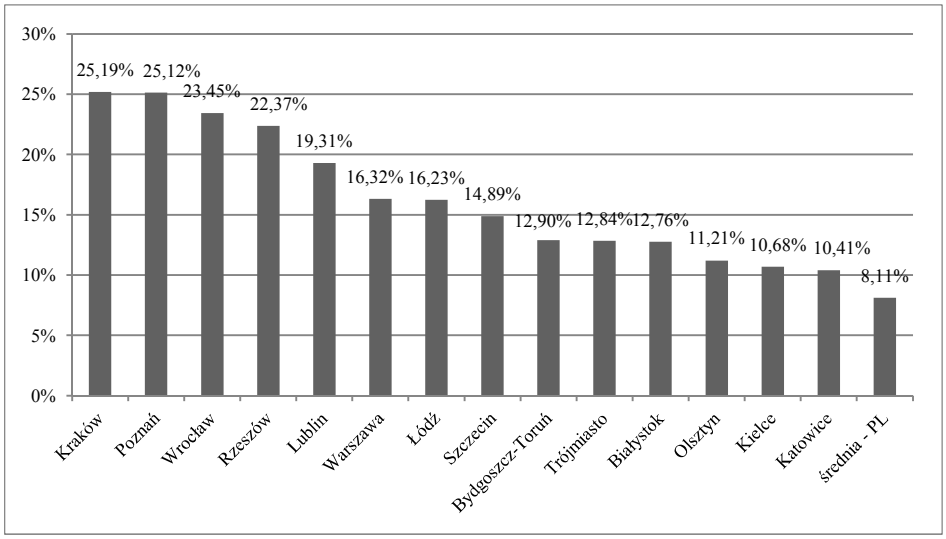
Miasto i liczba projektów offshoringu usług monitorowanych przez PAIiIZ		Liczba absolwentów kierunku w tys.			Studia lingwistyczne	Połączenia lotnicze[a]	Rynek powierzchni biurowych[b]		
		finanse	zarządzanie	techniki informatyczne			podaż nowoczesnej powierzchni biurowej, tys. m^2	wskaźnik pustostanów (jako % pow. ogółem)	średni czynsz euro/m^2 za miesiąc
Warszawa	28	12	78	17	EN, DE, ES, I, F, JAP, ARAB, KOR	K, E, M	2250 – poza Centrum 1139 – Centrum	6.6	14-15
Kraków	34	7	28	12.5	EN, DE, ES, I, F, SE, ARAB, JAP	K, E, M	487	10.5	14-15
Wrocław	20	7	28	12.5	EN, DE, F	K, E	462	2.1	13.5-14.5
Łódź	16	7	28	17	EN, DE, ES, F	K, E	270	20.0	
Poznań	10	7	28	12.5	EN, DE, ES, I, F, NOR	K, E	297	13.6	14.5-15.5
Katowice	6	7	28	12.5	EN, DE, ES, F	K, E	341	17.3	12.5-13.5
Trójmiasto	6	7	28	12.5	EN, DE, F	K, E	379	11.6	13.5-14.5
Szczecin	4	1.2	12	3.5		K, E	190		12-13
Bydgoszcz	3	1	10	4.5	EN	K, E			10-10.5
Toruń	–	0.7	12	2.4	I, F				9-10
Olsztyn	1	0.2	9	2.5					
Białystok	–	1.2	15	4.5	EN				9
Lublin	5	1.2	11	1.8	EN, F				

[a] K – krajowe, E – europejskie, M – międzykontynentalne.
[b] Dane na koniec I kwartału 2011 roku.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PAIiIZ (2010), ZLSUB (2011).

Przewagę wśród polskich miast mają obecnie największe i najlepiej skomunikowane z zagranicą miasta (m.in. dzięki portom lotniczym), które są dodatkowo dużymi ośrodkami akademickimi.

Cechą charakterystyczną naszego kraju jest lokalizacja uczelni wyższych w dużych miastach, dzięki czemu mają one dodatkowe atuty sprzyjające inwestycjom. Dane o liczbie studentów potwierdzają, że w dużych miastach występuje znaczna kumulacja szkół wyższych. W Polsce odsetek osób studiujących wynosi 8%, natomiast średnia dla największych miast to 17%. Warto dodać, że w ostatnim czasie dopasowaliśmy nie tylko organizację kształcenia, ale także umiejętności absolwentów szkół wyższych do potrzeb firm zagranicznych.



Rys. 4. Udział studentów w populacji wybranych miast w Polsce w 2009 roku (w %)
Źródło: GUS.

Analizując ważniejsze projekty inwestycyjne widzimy, że ich silna koncentracja występuje w największych miastach Polski: w Warszawie od początku 2003 roku zrealizowano łącznie 70 projektów, w Krakowie – 22, we Wrocławiu – 19, co stanowiło odpowiednio 32%, 10% i 9% inwestycji ogółem.

Poza opisywanymi czynnikami silna koncentracja inwestycji w dużych miastach wynika także z dostępności powierzchni biurowej. Łączna podaż tej powierzchni w Polsce wynosi 5.6 mln m^2, z czego 94% przypada na główne miasta: Warszawa, Kraków, Wrocław, Trójmiasto, Poznań i Katowice. W porównaniu jednak do 2007 roku na znaczeniu zyskały Łódź (98% przyrostu po-

daży w okresie IV kw. 2007 roku – I kw. 2011) oraz Szczecin (72% przyrostu podaży w tym samym okresie). Te mniejsze ośrodki będą miały szansę zainteresować inwestorów przede wszystkim w okresie kryzysu, kiedy firmy poszukują najmniej kosztownych miejsc lokalizacji inwestycji.

Pod względem podaży powierzchni biurowej w regionie EŚW polskie miasta wypadają dość słabo. Według danych ZLSUB przedstawiających dostępne oferty wynajmu powierzchni biurowej[10] w grupie miast, które oferują 21 i więcej ofert wynajmu jest tylko Warszawa (68 ofert). Najlepszy w tej ocenie jest Budapeszt (156 ofert). W drugiej grupie klasyfikacji – 11-20 ofert wynajmu – także znajduje się z Polski tylko Kraków (14 ofert). Przed nim jest natomiast Bratysława (18 ofert) i Brno (15 ofert).

Oceniając jednak całkowite zasoby powierzchni biurowej w porównaniu z krajami EŚW Polska posiada ponad 40% udział w 14 mln m^2 powierzchni biurowej w regionie. Wśród stolic krajów regionu Warszawa charakteryzuje się najniższym wskaźnikiem pustostanów (6.6%), w pozostałych miastach jest ponad 10% powierzchni niewynajętej w całkowitej powierzchni biurowej (Praga – 13%, Bukareszt – 16.1%, Budapeszt – 21%).

Zakończenie

Dzięki atrakcyjności inwestycyjnej bazującej na położeniu geograficznym, specjalistycznych umiejętnościach kadry i zasobach powierzchni biurowej przez kilka następnych lat mamy szansę na przypływ kapitału zagranicznego. Ważną kwestią jest fakt, że nie możemy zmarnować potencjału koncentrując się tylko na tych usługach, które możemy oferować obecnie dzięki przewagom kosztowym. Decyzja o wyborze lokalizacji inwestycji w Polsce w coraz mniejszym stopniu będzie zależała od czynników kosztowych. Warunkiem zapewnienia stałego dopływu kapitału jest jednak umiejętność przygotowania atrakcyjnej oferty, bo za kilka lat to jakość, a nie koszt, dostarczanego procesu będzie miała główny wpływ na decyzję o inwestycji. Sposobem na uatrakcyjnienie pozycji Polski na światowej mapie inwestycyjnej będzie więc rozwijanie i poszerzanie oferty skierowanej do inwestorów z takich dziedzin, jak centra badawczo-rozwojowe czy usługi typu KPO.

[10] W danych uwzględniono popyt zagregowanych potrzeb pojedynczych najemców; każda opcja oznacza budynek o dostępności powyżej 1000 m^2.

Załącznik

Tabela 1

Szacowana wartość odpływów i napływów BIZ w grupach krajów według sektorów w latach 1990-1992 i 2007-2009 w mln dol.

		Lata					
		1990-1992			2007-2009		
		kraje rozwinięte	kraje rozwijające się	świat	kraje rozwinięte	kraje rozwijające się	świat
Odpływy w mln dol.	Ogółem	209 454.10	4 604.02	214 058.11	1 533 841.58	211 425.20	1 751 946.34
	Rolnictwo i górnictwo	8 166.15	661.36	8 827.51	144 539.21	23 336.51	168 652.90
	Produkcja przemysłowa	77 204.92	3 335.59	80 540.51	334 905.74	27 561.51	362 741.53
	Usługi	105 439.94	594.09	106 034.02	960 302.97	147 238.38	1 112 851.18
	usługi biznesowe	27 625.70	6.56	27 632.26	368 882.38	76 253.32	447 465.63
	…jako % usług	26.20	1.10	16.06	38.41	51.79	40.21

		Lata					
		1990-1992			2007-2009		
		kraje rozwinięte	kraje rozwijające się	świat	kraje rozwinięte	kraje rozwijające się	świat
Napływy w mln dol.	Ogółem	127 730.73	46 578.73	175 802.91	1 070 297.30	489 917.02	1 633 356.89
	Rolnictwo i górnictwo	9 807.42	4 221.97	14 904.09	78 375.30	65 956.54	164 338.97
	Produkcja przemysłowa	35 138.46	18 174.78	53 583.63	240 769.43	141 154.07	393 006.40
	Usługi	73 999.64	18 424.77	92 625.77	712 735.57	270 308.99	1 024 928.82
	usługi biznesowe	16 103. 07	4 460.65	20 689.20	186 349.41	95 185.31	298 463.13
	…jako % usług	21.76	24.21	22.34	26.15	35.21	29.12

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: World Investment Report 2011. UNCTAD, 2011.

Tabela 2

Napływy bezpośrednich inwestycji zagranicznych do wybranych branż w Polsce

Sekcje i działy według PKD 2004	1997	2000	2003	2006	2009
Ogółem	4 328	10 133	4 301	15 578	9 835
Usługi ogółem	1 422	7 282	2 286	10 384	4 777
Handel i naprawy	382	812	1 172	2 534	980
Hotele i restauracje	–13	91	31	37	27
Transport, gospodarka magazynowa i łączność	44	3 711	–144	910	153
Pośrednictwo finansowe	790	2 139	456	1 667	1 621
(K) Obsługa nieruchomości, informatyka, B+R, wynajem maszyn i pozostałe usługi związane z prowadzeniem działalności gospodarczej	216	482	522	5 160	2 068
… obsługa nieruchomości	40	308	–98	1 772	135
… informatyka	–3	31	93	55	285
… B+R	1	3	10	4	5
… pozostałe usługi związane z prowadzeniem działalności gospodarczej	179	146	500	3 248	1 655
… … działalność prawnicza, rachunkowo-księgowa, doradztwo, zarządzanie	169	8	428	3 190	1 428
… … reklama	–1	2	9	–9	–6
Inne usługi	3	48	249	75	–72
% BIZ ogółem					
Ogółem	100	100	100	100	100
Usługi ogółem	32.86	71.86	53.15	66.66	48.57
% BIZ w usługach					
Usługi ogółem	100	100	100	100	100
Handel i naprawy	26.86	11.15	51.27	24.40	20.51
Hotele i restauracje	–0,91	1.25	1.36	0.36	0.57
Transport, gospodarka magazynowa i łączność	3.09	50.96	–6.30	8.76	3.20
Pośrednictwo finansowe	55.56	29.37	19.95	16.05	33.93
(K) Obsługa nieruchomości, informatyka, B+R, wynajem maszyn i pozostałe usługi związane z prowadzeniem działalności gospodarczej	15.19	6.62	22.83	49.69	43.29
… obsługa nieruchomości	2.81	4.23	–4.29	17.06	2.83
… informatyka	–0.21	0,43	4.07	0.53	5.97
… B+R	0,07	0.04	0.44	0.04	0.10
… pozostałe usługi związane z prowadzeniem działalności gospodarczej	12,59	2.00	21.87	31.28	34.65
… … działalność prawnicza, rachunkowo-księgowa, doradztwo, zarządzanie	11.88	0.11	18,72	30.72	29.89
… … reklama	–0,07	0.03	0.39	–0.09	–0.13
Inne usługi	0.21	0.66	10.89	0.72	–1.51

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Eurostat.

Literatura

Banerjee I., Narendran J., Priyadarshini R.: Knowledge Process Offshoring, A Balanced View on an Emerging Market. Technology Partners International, Inc., 2007.
Business Service Foreign Direct Investment in Central and Eastern Europe: Trends, Motives and Impacts. Project Report, Economy and Society Trust, 2010.
Ernst D.: Innovation Offshoring, Asia's Emerging Role in Global Innovation Networks. „East-West Center Special Reports" 2006, nr 10.
EuroStat. http://epp.eurostat.ec.europa.eu
Global Services Location Index 2009. AT Kearney, 2009.
Global Competitiveness Report 2010-2011. World Economic Forum 2010.
Lewin A., Couto V.: Next Generation Offshoring. The Globalization of Innovation. Survey Report 2007, Centre for International Business Education and Research, Duke University, UK, 2007.
Meyer Y.: Nearshoring to Central and Eastern Europe. Deutsche Bank Research, 2006.
Mierau A.: Strategic Importance of Knowledge Process Outsourcing. Technical University of Kaiserslautern, 2007.
OECD Stat. http://stats.oecd.org/
Onshore, Nearshore, Offshore: Unsure? Raport Jones Lang Lasalle, Warszawa 2010.
Sektor nowoczesnych usług biznesowych w Polsce. Związek Liderów Sektora Usług Biznesowych w Polsce, Warszawa 2011.
Vashistha A., Vashistha A.: The Offshore Nation. McGraw Hill, Tata 2006.
The Business Service Revolution in Europe. Red. P. Wood. Routledge, London and New York 2002.
World Investment Report 2011. UNCTAD, 2011.
Zagraniczni inwestorzy doceniają umiejętności polskich inżynierów. „Dziennik Gazeta Prawna" z 2.08.2010.

FACTORS LOCATION IN OFFSHORING INVESTMENT IN POLAND – CASE OF BUSINESS SERVICES.

Summary

The countries of Central and Eastern Europe are still on the list of the most attractive locations for offshoring investment such as business services. Poland is distinguished in this group by dynamic growth market of modern business services, which increased by 50% in 2008-2010. We are the leader in terms of employment ahead of the Czech Republic and Hungary. Business services have become an industry which for several years despite the economic slump and caution investors recorded a continuous growth. The importance of this section in the structure of FDI inflows was negligible in the second half of 90's, and its share in the accumulated FDI amounted to 2.2%. Later, however, inflows of foreign direct investment to this section have increased considerably, reaching a maximum in 2006. The value of investment inflows increased from

216 million euros in 1997 to 2 068 million in 2009. The accumulated value of these investments (FDI stock) in 2009 amounted to 13 billion, which accounted for more than 10% of the total FDI in Poland and 17.4% of FDI in services. Business services is a sector where poor road infrastructure in Poland is not a problem, because far more important are the qualifications of the workforce, developed infrastructure and telecommunications resources of office space. Moreover, Poland is for investors from Western Europe an attractive market, not only because of the availability of skilled labor, foreign languages, labor costs lower than in developed countries, but also because of the proximity of the market and the cultural similarities which foster the cooperation.

Marta Gancarczyk
Wyższa Szkoła Biznesu – National-Louis University w Nowym Sączu

STRATEGIE INTERNACJONALIZACJI PRZEDSIĘBIORSTW W KLASTRACH

Wprowadzenie

Celem opracowania jest charakterystyka strategii internacjonalizacji przedsiębiorstw działających w klastrach, według podejścia sieciowego. Sieciowe powiązania między organizacjami uważane są za jeden ze strukturalnych wyróżników klastra oraz podstawę jego konkurencyjności. Formalne i nieformalne zależności między organizacjami w branżowych aglomeracjach zapewniają dostęp do komplementarnych zasobów oraz generują i gromadzą wiedzę, która stanowi podstawę innowacyjności. Aby uniknąć izolacji w dostępie do zewnętrznych zasobów materialnych i niematerialnych, firmy poszerzają lokalne sieci biznesowe o powiązania międzynarodowe.

W opracowaniu przedstawiono założenia podejścia sieciowego do internacjonalizacji przedsiębiorstw w klastrach, z uwzględnieniem ewolucji od sieci lokalnych do sieci międzynarodowych. Sformułowano tezę, że skuteczne strategie internacjonalizacji powinny uwzględniać zarówno cel wykorzystania posiadanej wiedzy, jak i tworzenia nowej wiedzy. Następnie scharakteryzowano opcje strategii kosztowej i strategii dyferencjacji pod względem możliwości realizacji tych celów. Analizę i wnioskowanie oparto na literaturze dotyczącej koncepcji sieci oraz na wynikach cudzych badań empirycznych z zakresu internacjonalizacji przedsiębiorstw w klastrach.

1. Sieciowe podejście do internacjonalizacji przedsiębiorstw w klastrach

Prezentowane tu sieciowe podejście do internalizacji przedsiębiorstw w klastrach jest propozycją opartą na integracji dwóch perspektyw teoretycznych: 1) koncepcji sieci z akcentem na jej właściwości w określonej przestrzeni geograficznej oraz 2) sieciowego podejścia do internacjonalizacji przedsiębiorstw.

Sieci interpretowane są najczęściej jako zbiory względnie trwałych, formalnych i nieformalnych relacji między podmiotami (jednostkami lub organizacjami). Jako struktura zarządzania czy forma regulacji zachowań podmiotów gospodarczych mają one charakter pośredni między rynkiem i hierarchią. Tworzą ponadto złożony system adaptacyjny, który rozwija się w procesach koewolucji[1].

Charakterystyka istoty zjawiska nie wskazuje na konieczność jego studiowania w określonej przestrzeni geograficznej, jednak bliskość geograficzna zapewnia społeczny i kulturowy kontekst dla zaistnienia sieci. Szczególnym przypadkiem środowiska wyróżnionego na podstawie przestrzennej bliskości są klastry, tj. geograficzne koncentracje przedsiębiorstw jednego lub ograniczonej liczby powiązanych sektorów (branż), które działają we wzajemnych powiązaniach i w związkach z organizacjami otoczenia. Efekt sieciowych powiązań zapewnia korzyści skali i zakresu osiągane przez kooperujące firmy oraz efekt rozwoju i rozprzestrzeniania się specjalistycznej wiedzy jako podstawy działalności innowacyjnej. Jednak zauważa się też wpływ sieci na częściowe ograniczenie mechanizmu rynkowego, szczególnie w zakresie wyboru technologii. Ograniczenie powiązań do regionu może prowadzić do zamknięcia, izolacji (lock-in) w dostępie do niematerialnych i materialnych zasobów, a przez to do sztywnej specjalizacji i braku zdolności do kreowania nowych produktów i technologii[2]. Stąd akcentuje się potrzebę wiązania systemu zależności wewnątrz klastra z zależnościami o charakterze ponadregionalnym i międzynarodowym.

W sieciowym podejściu do internacjonalizacji umiędzynarodowienie działalności rozumie się jako rozwój sieci powiązań i budowy w jej ramach pozycji na rynkach zagranicznych[3]. Sposób wejścia na rynki zagraniczne uzależniony jest od poziomu rozwoju zagranicznych powiązań 1) samej firmy, 2) sieci, do której należy. Z perspektywy strategii firmy oznacza on kształtowanie przewagi

---

[1] M. Gancarczyk: Model schyłku i odrodzenia klastrów. „Gospodarka Narodowa" 2010, nr 1, s. 1-21.

[2] H. Sornn-Friese, J.S. Sørensen: Linkage Lock-in and Regional Economic Development: the Case of Øresund Medi-tech Plastics Industry. „Entrepreneurship & Regional Development" 2005, Vol. 17, No. 4, s. 267-292. M. Gancarczyk: Efekty sieci a zarządzanie innowacjami w klastrze. „Organizacja i Kierowanie" 2005, nr 4, s. 77-92.

[3] M. Gorynia, B. Jankowska: Klastry a międzynarodowa konkurencyjność i internacjonalizacja przedsiębiorstwa. Difin, Warszawa 2008, s. 91-98.

konkurencyjnej opierając się na międzynarodowych powiązaniach. Odbywa się ono przez poszerzenie zakresu działania, tj. przejęcie lub fuzję z kooperantem czy inwestycję od podstaw lub/i przez koordynację i adaptację sieci w różnych lokalizacjach do globalnej sieci przedsiębiorstwa. Podejście to prezentuje wartość w wyjaśnianiu zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw w klastrach jako ewolucji sieci powiązań – od lokalnych do międzynarodowych.

Niemal od początku rozwoju koncepcja sieci jest wiązana z pojęciem wiedzy i innowacji. Wiedza, rozumiana jako informacja wraz ze zdolnością do jej wykorzystania, możliwa jest do przekazania i kreowania jedynie w drodze bliskich i powtarzalnych interakcji, które mogą wystąpić wewnątrz organizacji lub w ramach pogłębionych relacji międzyorganizacyjnych.

Sieci uważane są za środowiska sprzyjające transferowi i wykorzystaniu istniejącej wiedzy (knowledge exploitation), gdyż zwiększenie liczby korzystających z niej partnerów w relacjach o charakterze aliansów lub podwykonawstwa pozwala na osiąganie korzyści skali i podnosi koszty zmiany dla klienta. W długim dystansie wykorzystanie posiadanej wiedzy nie jest jednak wystarczające do utrzymania konkurencyjności, która wymaga tworzenia nowej wiedzy (knowledge exploration). Tworzenie wiedzy jest rezultatem nowych kombinacji i oznacza modyfikacje oraz przekształcenia istniejącej wiedzy, które z kolei prowadzą do rezultatów w postaci innowacji – nowych produktów, procesów i rozwiązań organizacyjnych[4]. Jednocześnie sieci stanowią swego rodzaju repozytoria wiedzy, a zatem zdolne są do jej gromadzenia. Stąd stosuje się pojęcie wiedzy sieci (network knowledge), jako wiedzy zgromadzonej w sieci. Zdolność do wykorzystania posiadanej i tworzenia nowej wiedzy zależy w znacznym stopniu od sposobu zarządzania siecią – koordynowania jej działalności (the governance of networking). Relacje hierarchiczne, między dominującą firmą i wykorzystującymi jej technologię dostawcami czy dystrybutorami, stwarzają głównie możliwości wykorzystania istniejącej wiedzy, lecz ograniczone są możliwości jej tworzenia, ze względu na różnice poziomu kompetencji między partnerami. Kreowanie nowej wiedzy wymaga najczęściej heterarchicznych relacji, w których władza i decyzje są zdecentralizowane i opierają się na wzajemnych zależnościach między partnerami o podobnym poziomie kompetencji[5].

Internacjonalizacja przedsiębiorstw klastrów stanowi wyzwanie wobec twierdzenia o barierach w transferze i rozwoju wiedzy ukrytej poza źródłową lokalizacją. Zwrócono uwagę na zróżnicowane rodzaje bliskości w rozumieniu podobieństwa, wspólnoty i możliwości współpracy partnerów. Oprócz bliskości geograficznej, można wyróżnić bliskość poznawczą, dotyczącą posiadanych zasobów informacji i wiedzy, organizacyjną, która dotyczy podobnych zasad

---

[4] J. Lee, J. Lee, H. Lee: Exploration and Exploitation in the Presence of Network Externalities. „Management Science" 2003, Vol. 49, No. 4, s. 553-570

[5] L. de Propris, S. Menghinello, R. Sugden: The Internationalization of Production Systems: Embeddedness, Openness and Governance. „Entrepreneurship & Regional Development" 2008, Vol. 20, No. 6, s. 489-493.

i praktyk grupowego działania, społeczną, w rozumieniu kapitału społecznego, instytucjonalną, jako zbioru nieformalnych norm i zasad oraz formalnych praw, które regulują ludzkie zachowania[6]. Wymienione rodzaje bliskości mogą stanowić podstawę dla rozwoju kompetencji we współpracy z zagranicznymi partnerami. Specyfiką internacjonalizacji firm klastra jest dążenie do osiągania korzyści aglomeracji i korzyści sieci typowych dla źródłowego klastra. Przedsiębiorstwa dokonują w pewnym zakresie repliki jego systemów wytwarzania. W tym celu rozwijają współpracę z przedsiębiorstwami pochodzącymi z klastrów, które charakteryzują się podobnym profilem branżowym oraz bliskością poznawczą, organizacyjną, społeczną i instytucjonalną. W ten sposób dochodzi do powstania sieci międzynarodowych powiązań między klastrami o bliskiej charakterystyce[7].

2. Strategie internacjonalizacji nastawione na efektywność i na dyferencjację

Internacjonalizacja procesu produkcji obserwowana jest od początku lat 90. i podejmują ją głównie firmy o charakterze liderów sieci, zajmujące się do tej pory w klastrze projektowaniem i marketingiem oraz koordynacją sieci podwykonawców. Główną wartością klastrów jest zdolność do tworzenia innowacji oraz pełnienie roli centrów wiedzy. Stąd można postawić tezę, że podejmując internacjonalizację firmy powinny uwzględniać zarówno cel wykorzystania posiadanej wiedzy, jak i tworzenia nowej wiedzy. Strategie internacjonalizacji przedsiębiorstw w klastrach mają charakter kosztowy lub nastawione są na dyferencjację, a do głównych sposobów ich kształtowania należą wybór profilu działalności oraz relokacja, tj. przemieszczanie całości lub elementów łańcucha wartości do nowych lokalizacji. Niżej scharakteryzowano te strategie pod względem możliwości wykorzystania i tworzenia wiedzy w zagranicznej sieci powiązań.

2.1. Strategia kosztowa

Zdecydowana większość strategii internacjonalizacji przedsiębiorstw działających klastrach nastawiona jest na efektywność i obniżkę kosztów. Niewielka grupa przedsiębiorstw ogranicza się do redukcji kosztów opierając się na mechanizacji i automatyzacji procesu wytwarzania. Opcja ta ma charakter eksportowy i nastawiona jest na budowę zagranicznych powiązań w zakresie

[6] R.A. Boschma: Proximity and Innovation: A Critical Assessment. „Regional Studies" 2005, Vol. 39, No. 1, s. 61-74.

[7] A. Lorentzen: Knowledge Networks in Local and Global Space. „Entrepreneurship & Regional Development" 2008, Vol. 20, No. 6, s. 533-546.

dystrybucji. Podstawową metodę realizacji tej strategii stanowi jednak internacjonalizacja procesu produkcji w postaci relokacji. Relokacja łańcucha wartości przybiera formę selektywną lub replikującą. Selektywna dotyczy wybranych elementów łańcucha wartości. W przypadku strategii kosztowej przemieszczeniu podlegają fazy produkcji o charakterze standardowym, jak obróbka, montaż czy produkcja komponentów. W klastrze pozostają działania wymagające wyższych kompetencji, tj. B+R, marketing, projektowanie produktów i procesów, koordynacja międzynarodowego łańcucha wartości czy zaawansowana technologicznie produkcja. Relokacja selektywna realizowana jest jako: 1) outsourcing surowców i komponentów, 2) outsourcing procesu produkcji, czyli przerób uszlachetniający oraz 3) inwestycje zagraniczne. Relokacja replikująca ma miejsce wówczas, gdy cały łańcuch wartości danego dobra zostaje wyprowadzony z klastra[8].

Rozważane opcje strategii kosztowej implikują różne formy sieci ze względu na sposób koordynacji (zarządzania nimi), a przez to także zróżnicowane możliwości wykorzystania posiadanej wiedzy i tworzenia wiedzy (tabela 1).

Tabela 1

Opcje kosztowej strategii internacjonalizacji z perspektywy 1) charakteru zagranicznych powiązań sieciowych 2) możliwości wykorzystania i tworzenia wiedzy

OPCJA	Mechanizacja	Relokacja			
		Relokacja selektywna			Relokacja replikująca
	Wytwarzanie w klastrze	1. Outsourcing surowców i komponentów	2. Outsourcing procesu produkcji	3. Inwestycje zagraniczne (wybrane operacje	Inwestycje zagraniczne (cały łańcuch wartości)
Charakter zagranicznych sieci	Sieci hierarchiczne (relacje z dystrybutorami)	Sieci hierarchiczne (relacje z podwykonawcami)	Sieci hierarchiczne (relacje z podwykonawcami), ewentualnie sieci heterarchiczne	Sieć korporacyjna, zasadniczo hierarchiczna, z możliwością rozwoju relacji heterarchicznych	Sieć korporacyjna, zasadniczo hierarchiczna, z możliwością rozwoju relacji heterarchicznych
Wykorzystywanie/tworzenie wiedzy	Wykorzystanie wiedzy	Wykorzystanie wiedzy	Wykorzystanie wiedzy, ewentualnie tworzenie nowej wiedzy	Wykorzystanie i tworzenie wiedzy	Tworzenie nowej wiedzy jednak ograniczone wykorzystanie wiedzy zlokalizowanej w klastrze źródłowym

[8] L. Biggiero: Industrial and Knowledge Relocation Strategies Under the Challenges of Globalization and Digitalization: The Move of Small and Medium Enterprises Among Territorial Systems. „Entrepreneurship & Regional Development" 2006, Vol. 18, No. 6, s. 443-472.

Mechanizacja procesu wytwarzania i zatrzymanie łańcucha wartości wewnątrz klastra oznacza, że za granicą tworzone są jedynie powiązania w procesie dystrybucji. Powiązania te mają charakter hierarchiczny (firma podejmująca internacjonalizację i dystrybutor), i nakierowane są na wykorzystanie posiadanej już technologii przez sprzedaż na nowe rynki. Opcja ta może prowadzić do izolacji technologicznej, gdyż nie buduje powiązań z otoczeniem w zakresie wymiany wiedzy.

W przypadku relokacji selektywnej opartej na outsourcingu surowców i komponentów, powstają sieci powiązań z podwykonawcami, zarządzane na zasadach hierarchicznych. Firma zlecająca ustala standardy technologiczne, standardy współpracy oraz jest źródłem transferu wiedzy. Te hierarchiczne relacje sprzyjają przede wszystkim wykorzystaniu posiadanej wiedzy, nie zaś jej kreowaniu w relacjach z zagranicznymi partnerami. Bardziej zaawansowaną formę kooperacji stanowi outsourcing procesu produkcji, w którym firma zleca realizację określonego półproduktu. Powiązania mają tu nadal charakter głównie hierarchiczny, jednak pogłębione i długoterminowe relacje stwarzają perspektywy nie tylko wykorzystania, ale i wspólnego kreowania wiedzy.

Relokacja selektywna może też mieć postać bezpośrednich inwestycji zagranicznych w zakresie działań o niższej wartości dodanej, podczas gdy czynności wymagające wyższych kompetencji pozostają w klastrze źródłowym. Firma zachowuje w tym przypadku kontrolę nad działalnością i wchodzi w relacje własnościowe z zagranicznym partnerem lub dokonuje inwestycji od podstaw. Powstaje w ten sposób sieć korporacyjna, rodzaj organizacji sieciowej, która może być koordynowana heterarchicznie, na zasadzie wzajemnych zależności partnerów o zbliżonym poziomie kompetencji. Ta forma koordynacji daje możliwości transferu i wykorzystania wiedzy w nowych relacjach, bez utraty wiedzy zlokalizowanej w regionie źródłowym, gdzie utrzymano działalność o wyższej wartości dodanej. Pozytywne efekty tego wyboru zaobserwowano w relacjach między włoskimi okręgami o dojrzałej technologii (odzież, obuwie) i firmami z okręgów w Europie Środkowej i Wschodniej. Korzystne rezultaty odnotowano także w klastrach wysokich technologii, jak Dolina Krzemowa[9].

Odmienna jest pod tym względem sytuacja relokacji replikującej. Firma przenosi wówczas cały łańcuch wartości danego dobra poza klaster źródłowy. Pozwala to na budowę sieci heterarchicznych, służących tworzeniu nowej wiedzy, jednak wykorzystanie posiadanej wiedzy jest zredukowane do wiedzy zinternalizowanej przez firmę, przy utracie tych zasobów niematerialnych, które

[9] A. Sammarra, F. Belussi: Evolution and Relocation in Fashion-led Italian Districts: Evidence from Two Case-studies. „Entrepreneurship & Regional Development" 2006, Vol. 18, No. 6, s. 543-562; A. Saxenian: Brain Circulation and Regional Innovation: The Silicon Valley--Hsinchu-Shanghai Triangle. W: The Economic Geography of Innovation. Red. K.R. Polenske. Cambridge University Press, Cambridge 2007, s. 190-212.

zlokalizowane były kiedyś w sieciach regionu źródłowego. Zagrożenie wynika także z „wyciekania" wiedzy zaawansowanej, wyprowadzonej poza klaster. Te niekorzystne zjawiska zaobserwowano m.in. we włoskich okręgach galanterii jedwabnej w rejonie Como oraz produkcji odzieży w rejonie Val Vibrata. Replika całej działalności do nowych lokalizacji o przewadze kosztowej nie poprawiła konkurencyjności firm, lecz wzmocniła naśladowców, przejmujących ukrytą wiedzę i informację biznesową.

2.2. Strategia nastawiona na dyferencjację

Motywem tej strategii internacjonalizacji jest zapewnienie unikatowości ofercie przez technologiczne innowacje. Dla realizacji tego celu przedsiębiorstwa 1) zachowują łańcuch wartości wewnątrz klastra, realizując tu działalność badawczo-rozwojową i wytwórczą, przy nastawieniu na eksport albo 2) stosują strategie selektywnej relokacji w zakresie działalności badawczo-rozwojowej. Pierwsze rozwiązanie realizowane jest najczęściej jako:

- koncentracja na produktach wymagających wysokich kompetencji w dziedzinie wzornictwa, marketingu oraz B+R, przy wykorzystaniu strategii niszy w skali międzynarodowej (np. oryginalne produkty spożywcze włoskich okręgów),
- rozwój w kierunku branż pokrewnych o wyższej technologii i bardziej złożonym produkcie (np. przejście od przemysłu komputerowego, elektronicznego i instrumentów precyzyjnych do oprogramowania i biotechnologii w rejonie Cambridge i w Dolinie Krzemowej) [10].

Rozwiązanie drugie polega na:

- outsourcingu projektów badawczo-rozwojowych,
- bezpośrednich inwestycjach zagranicznych w postaci laboratoriów i centrów badawczo-rozwojowych[11].

Opcje te najwyraźniej widoczne są w klastrach zaawansowanej i średnio zaawansowanej technologii, które lokują jednostki badawcze i laboratoria w podobnych branżowych aglomeracjach.

Przedstawione opcje strategii nastawionej na dyferencjację stymulują powstanie zróżnicowanych form sieci ze względu na sposób zarządzania nimi, co wpływa na możliwości wykorzystania posiadanej wiedzy jej tworzenia (tabela 2).

---

[10] L. Biggiero: Op. cit.

[11] A. Lam: Multinationals and Transnational Social Space for Learning: Knowledge Creation and Transfer Through Global R&D Networks. W: The Economic..., op. cit., s. 157-189.

Tabela 2

Opcje strategii nastawionej na dyferencjację z perspektywy 1) charakteru zagranicznych powiązań sieciowych oraz 2) możliwości wykorzystania i tworzenia wiedzy

OPCJE	Koncentracja na niszy w skali międzynarodowej	Rozwój w kierunku branż o wyższej technologii i złożonym produkcie	Selektywna relokacja w obszarze B+R	
			Outsourcing	Inwestycje zagraniczne
Charakter zagranicznych sieci	Sieci hierarchiczne (relacje z dystrybutorami)	Sieci hierarchiczne (relacje z dystrybutorami)	Sieci heterarchiczne	
Wykorzystanie/tworzenie wiedzy	Wykorzystanie wiedzy	Wykorzystanie wiedzy	Wykorzystanie posiadanej i tworzenie nowej wiedzy	

Koncentracja i zmiana produktowa w kierunku sektorów o wyższej technologii są nastawione na utrzymanie procesów projektowania i wytwarzania wewnątrzźródłowego regionu i mają charakter eksportowy. Zagraniczne sieci przybierają charakter głównie dystrybucyjny i hierarchiczny, co pozwala osiągać cel w postaci wykorzystania posiadanej wiedzy na nowych rynkach, ale nie prowadzi do kreowania nowej wiedzy w zagranicznej współpracy. Z kolei selektywna relokacja charakteryzuje się nastawieniem na zewnętrzne relacje i poszerzeniem sieci powiązań, które kształtują się jako heterarchiczne i pozwalają na wymianę wiedzy oraz jej tworzenie.

Zakończenie

W opracowaniu scharakteryzowano strategie internacjonalizacji przedsiębiorstw w klastrach według podejścia sieciowego. Firmy podejmujące strategie o przesłankach kosztowych budują zazwyczaj hierarchiczne układy powiązań, cechujące się podporządkowaniem kooperantów i jednostronnym transferem wiedzy. W konsekwencji, głównym efektem jest wykorzystanie posiadanej wiedzy. Firmy realizujące strategie nastawione na dyferencjację wchodzą z zagranicznymi partnerami w relacje heterarchiczne, które zapewniają zarówno wykorzystanie posiadanej wiedzy, jak i tworzenie jej nowych kombinacji.

Realizacja przedstawionych rodzajów strategii ma konsekwencje dla geograficznego rozmieszczenia produkcji i źródeł innowacji. Dochodzi bowiem do powstania tzw. modułowych łańcuchów produkcyjnych (modular production

networks)[12], w których źródła wiedzy i innowacji koncentrują się w powiązanych ze sobą klastrach, a elementy o niższej wartości dodanej rozproszone są w kierunku lokalizacji o przewadze kosztowej.

Literatura

Gancarczyk M.: Model schyłku i odrodzenia klastrów. „Gospodarka Narodowa" 2010, nr 1.

Gancarczyk M.: Efekty sieci a zarządzanie innowacjami w klastrze. „Organizacja i Kierowanie" 2005, nr 4.

Sornn-Friese H., Sørensen J.S.: Linkage Lock-in and Regional Economic Development: The Case of Øresund Medi-tech Plastics Industry. „Entrepreneurship & Regional Development" 2005, Vol. 17, No. 4.

Gorynia M, Jankowska B.: Klastry a międzynarodowa konkurencyjność i internacjonalizacja przedsiębiorstwa. Difin, Warszawa 2008.

Lee J., Lee J., Lee H.: Exploration and Exploitation in the Presence of Network Externalities. „Management Science" 2003, Vol. 49, No. 4.

Propris de L., Menghinello S., Sugden R.: The Internationalization of Production Systems: Embeddedness Openness and Governance. „Entrepreneurship & Regional Development" 2008, Vol. 20, No. 6.

Boschma R.A.: Proximity and Innovation: a Critical Assessment. „Regional Studies 2005, Vol. 39, No. 1.

Lorentzen A.: Knowledge Networks in Local and Global Space. „Entrepreneurship & Regional Development" 2008, Vol. 20, No. 6.

Biggiero L.: Industrial and Knowledge Relocation Strategies Under the Challenges of Globalization and Digitalization: The Move of Small and Medium Enterprises Among Territorial Systems. „Entrepreneurship & Regional Development" 2006, Vol. 18, No. 6.

Sammarra A., Belussi F.: Evolution and Relocation in Fashion-led Italian Districts: Evidence from Two Case-studies. „Entrepreneurship & Regional Development" 2006, Vol. 18, No. 6.

Lam A.: Multinationals and Transnational Social Space for Learning: Knowledge Creation and Transfer Through Global R&D Networks. W: The Economic Geography of Innovation. Red. K.R. Polenske. Cambridge University Press, Cambridge 2007.

Saxenian A.: Brain Circulation and Regional Innovation: the Silicon Valley-Hsinchu--Shanghai triangle. W: The Economic Geography of Innovation. Red. K.R. Polenske. Cambridge University Press, Cambridge 2007.

Sturgeon T.J.: What Really Goes on in Silicon Valley? Spatial Clustering and Dispersal in Modular Production Networks. „Economic Geography" 2003, Vol. 3, No. 2.

[12] T.J. Sturgeon, What Really Goes on in Silicon Valley? Spatial Clustering and Dispersal in Modular Production Networks. „Economic Geography" 2003, Vol. 3, No. 2, s. 199-225.

INTERNATIONALIZATION STRATEGIES OF CLUSTER ENTEPRISES

Summary

In the article the internationalization strategies of cluster companies were discussed based on the network approach. The proposition was formulated that effective strategies should address both the goal of knowledge exploitation and the goal of knowledge exploration. The companies that employ efficiency (cost) strategies generally establish hierarchical networks where command relations with foreign partners and one-way knowledge transfer prevail. As a result, the knowledge exploitation is the main outcome. The companies implementing differentiation strategy build heterarchical relations abroad, which are conducive both for knowledge exploitation and exploration.

Artur Klimek
Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

REGIONALNA EKSPANSJA KORPORACJI TRANSNARODOWYCH Z WYBRANYCH KRAJÓW EUROPY ŚRODKOWEJ I WSCHODNIEJ

Wprowadzenie

Pojęcie korporacji transnarodowych jest bardzo pojemne. Z jednej strony tego określenia można użyć w stosunku do firmy posiadającej swoje aktywa w ponad stu krajach i wartość przychodów przewyższającą budżety wielu gospodarek, z drugiej KTN można nazwać podmiot dopiero wchodzący na pojedyncze rynki zagraniczne, a którego główna działalność odbywa się w kraju macierzystym. Dlatego też, na potrzeby bardziej precyzyjnego spojrzenia na zagadnienie KTN, warto rozważyć użycie pojęcia regionalne korporacje transnarodowe na określenie tej drugiej grupy podmiotów. Regionalne KTN charakteryzują się tym, że dokonują ekspansji wyłącznie na najbliższe geograficznie rynki i to w ograniczonym zakresie. Pojęcie to dotyczy szczególnie korporacji z krajów wschodzących, które charakteryzują się mniejszymi zasobami, mniej zaawansowaną technologią i mniejszym doświadczeniem na rynkach zagranicznych[1].

W teorii stosunków międzynarodowych podkreślana jest rola regionów ukształtowanych na podstawie formalnych ugrupowań integracyjnych. Wyniki badań działalności największych firm transnarodowych potwierdzają, że podmioty z Unii Europejskiej są głównie skupione na rynku wewnątrz tego ugrupowania, podczas gdy dla firm ze Stanów Zjednoczonych kluczowy jest obszar Północnoamerykańskiego Układu Wolnego Handlu (NAFTA)[2].

---

[1] A. Klimek: Emerging Multinational Corporations from Emerging Countries. „Argumenta Oecnomica" 2011, Vol. 1, No. 26, s. 91-110.

[2] A.M. Rugman: The Regional Multinationals. MNEs and „Global" Strategic Management. Cambridge University Press, Cambridge 2005, s. 5.

Można nawet pójść dalej w interpretowaniu umiędzynarodowienia działalności korporacji transnarodowych. Jeśli wziąć pod uwagę dziesięć największych korporacji transnarodowych według amerykańskiego magazynu „Fortune" za 2011 rok, aż cztery z nich skupiają się głównie na działalności na rynku macierzystym. Należą do nich Sinopec Group, China National Petroleum, State Grid i Japan Post Holdings[3]. Każda z nich posiada zagraniczne jednostki zależne, jednak w przypadku pierwszych dwóch firm celem jest dostarczanie produktów ropopochodnych na chiński rynek, trzecia to dostawca energii w Chinach, a ostania to firma świadcząca usługi pocztowe głównie na rynku japońskim.

W literaturze brakuje również spójnego wyjaśnienia fenomenu regionalnych KTN. Jednym z bardziej akceptowanych jest podejście oparte na kosztach transakcyjnych. Założenia do tego modelu wskazują, że szerszy zakres geograficzny działalności danego przedsiębiorstwa prowadzi do wzrostu kosztów transakcyjnych[4]. Może to doprowadzić do przekroczenia racjonalnego poziomu działalności danej firmy, a tym samym do nieuzasadnionych kosztów. Przykładem może być rozrost struktur zarządzania i związane z tym trudności.

Zgodnie z powszechnie znanym modelem internacjonalizacji etapowej, firmy rozpoczynają ekspansję zagraniczną w pierwszym rzędzie od krajów położonych blisko i posiadających podobne charakterystyki[5]. W ten sposób przedsiębiorstwa ograniczają koszty oraz ryzyko związane z ewentualnym niepowodzeniem. Internacjonalizacja w najbliżej położonych krajach może być również traktowana jako próba dla przyszłej ekspansji na skalę globalną. Jest też doskonałym sposobem na zdobycie doświadczenia i wiedzy niezbędnej w działalności zagranicznej[6].

Z kolei z punktu widzenia państw przyjmujących należących do krajów wschodzących, inwestycje z krajów o podobnym poziomie rozwoju mogą spowodować dużo mniejsze efekty w porównaniu z inwestycjami z krajów wysoko rozwiniętych[7]. Wynika to z faktu, że korporacje z krajów wschodzących dysponują z reguły podobną technologią i umiejętnościami, jak te występujące w kraju macierzystym. W przypadku korporacji, które nie dosyć, że pochodzą z kraju o podobnym poziomie rozwoju, to jeszcze znajdują się w bezpośrednim sąsiedz-

---

[3] Szerzej: Ranking Global 500. http://money.cnn.com/magazines/fortune/global500/2011/full_list/

[4] A.M. Rugman, A. Verbeke: Towards a Theory of Regional Multinationals: A Transaction Cost Economic Approach. „Management International Review" 2005, No. 1, s. 5-17.

[5] J. Johanson, F. Wiedersheim-Paul: The Internationalization of the Firm: Four Swedish Case Studies. „Journal of Management Studies" 1975, Vol. 12, s. 305-322.

[6] J. Johanson, J.E. Vahlne: The Mechanism of Internationalisation. „International Marketing Review" 1990, Vol. 7, s. 12.

[7] A. Klimek: Oddziaływanie korporacji z krajów wschodzących na gospodarki goszczące. Zeszyty Naukowe. Szkoła Główna Handlowa, Warszawa 2011, nr 29, s. 200-210.

twie, może dodatkowo zmniejszać efekty napływu inwestycji fakt, że wiele elementów może zostać tanio i łatwo importowanych z kraju macierzystego w miejsce produkcji w kraju goszczącym.

1. Analiza działalności korporacji transnarodowych z krajów Europy Środkowej i Wschodniej

W celu określenia zakresu działalności i charakterystyk korporacji transnarodowych z krajów Europy Środkowej i Wschodniej (EŚW) przeprowadzona została analiza transakcji fuzji i przejęć (M&A) międzynarodowych, których kupującymi były firmy z czterech krajów: Polski, Czech, Słowacji i Węgier.

Dane do przeprowadzenia badania zostały zaczerpnięte z bazy danych DealWatch dostarczanej przez ISI Emerging Markets. Jest to bardzo obszerna baza zawierająca informacje o większości tego typu transakcji w regionie. Uwaga została skupiona na jednej z form bezpośrednich inwestycji zagranicznych, a mianowicie na przejęciach lub fuzjach z podmiotem zagranicznym. Pominięta została rola projektów typu greenfield, polegających na budowie nowego przedsiębiorstwa od podstaw, ze względu na mniejsze znaczenie tego typu transakcji na świecie. Co prawda, początkowo wśród firm z krajów, które przeszły transformację systemową dominowały projekty greenfield, ale z czasem ciężar przeniósł się w stronę M&A[8].

Przewagą badania opartego na indywidualnych transakcjach jest uniknięcie zniekształcenia przez pojedyncze duże transakcje, jak ma to miejsce w przypadku badania opartego na wartościach przepływów bezpośrednich inwestycji zagranicznych między krajami.

Firmy z Europy Środkowej i Wschodniej w swojej działalności zagranicznej wybierają głównie formę pełnej lub większościowej własności podmiotów zagranicznych. Pozwala to na pełną kontrolę oraz daje możliwość swobodnego kształtowania strategii zagranicznej. Ważne jest również to, że większość transakcji przejęć zagranicznych finansowana jest z kapitałów własnych. W pewnej części związane jest to z relatywnie niewielkimi wartości tych transakcji. W przypadku polskich firm najczęściej wynoszą one kilka lub kilkanaście mln dolarów. Do rzadkości należą transakcje o wartości powyżej 100 mln dolarów. Porównując to do transakcji realizowanych przez największe firmy, których wartość mierzona jest w mld dolarów, stawia to firmy z tego regionu na dalekich pozycjach.

---

[8] M. Svetličič, A. Jaklič: Outward FDI by Selected Transition Economies; Comparative Evaluation. Referat zaprezentowany na 28 konferencji EIBA, Ateny 2002.

Jako wprowadzenie do analizy działalności korporacji zostanie wykorzystana liczba transakcji typu M&A dokonywanych przez firmy z wybranych krajów (tabela 1). Wynika z nich, że Polska, jako największy kraj regionu pod względem wartości produktu krajowego brutto, dominuje również jako źródło podmiotów dokonujących przejęć zagranicznych. Jednak porównując rozmiary gospodarek można konkludować, że firmy z Czech i Węgier są mimo to znacznie bardziej aktywne w zakresie akwizycji zagranicznych. Przedstawione dane wskazują również na fakt, że tego typu transakcje w większym zakresie obserwowane są dopiero po 2004 roku, czyli po przystąpieniu tych krajów do Unii Europejskiej. W analizie transakcji M&A nie sposób nie dostrzec znaczenia kryzysu gospodarczego świecie. Po 2007 roku liczba transakcji stanowczo spadła i jeszcze w 2010 roku nie osiągnęła poziomu sprzed kryzysu. Wstępne dane za 2011 rok również nie potwierdzają optymizmu w tym zakresie.

Tabela 1

Liczba transakcji M&A w latach 2000-2010

Rok	Polska	Czechy	Słowacja	Węgry
2000	1	–	–	2
2001	1	–	1	1
2002	4	6	2	5
2003	7	4	2	9
2004	10	5	3	17
2005	20	10	4	14
2006	36	17	4	14
2007	74	35	17	39
2008	54	18	12	32
2009	27	15	8	16
2010	32	14	6	12
Suma	266	124	59	161

Źródło: Opracowanie własne na podstawie DealWatch.

Potwierdzeniem tezy o regionalnym charakterze ekspansji firm z krajów EŚW są dane pokazujące kraje docelowe transakcji dokonywanych przez firmy z poszczególnych krajów[9] (tabela 2). Wśród czternastu największych odbiorców polskiego kapitału dominują kraje sąsiadujące. Drugim wnioskiem płynącym z prezentowanych danych jest skupienie tych transakcji na krajach o podobnym lub niższym poziomie rozwoju w stosunku do kraju macierzystego. W przypadku polskich firm, na czternaście państw jedenaście zaliczanych jest do tej grupy.

[9] Liczba krajów, które zostały uwzględnione w tabelach 2-5 jest w każdym przypadku różna. Warunkiem umieszczenia w tabeli było dokonanie co najmniej 3 transakcji w analizowanym okresie.

Tabela 2

Liczba transakcji M&A dokonanych przez polskie firmy w latach 2000-2010
w podziale na kraje docelowe

Kraj docelowy	Liczba transakcji
Czechy	40
Ukraina	33
Rumunia	30
Rosja	19
Węgry	18
Niemcy	18
Litwa	16
Słowacja	9
Serbia	9
Bułgaria	8
Chorwacja	5
Turcja	4
Hiszpania	4
Norwegia	4

Źródło: Ibid.

Lista krajów, które są znaczącymi lokalizacjami dla czeskich transakcji jest stanowczo krótsza niż miało to miejsce w przypadku Polski (tabela 3). Jednak można zaobserwować podobne tendencje odnośnie do kierunków ekspansji. Spośród dziesięciu analizowanych krajów tylko Niemcy należą do grupy gospodarek o wysokim poziomie rozwoju. Czołowe kraje na tej liście to kraje sąsiednie, z którymi łączą się wieloletnie tradycje współpracy gospodarczej. Znaczenie regionu EŚW dla korporacji z Czech potwierdzają wyniki o sprzedaży, zatrudnieniu i aktywach zagranicznych. Dla analizowanego regionu wynoszą one około 50% całej aktywności zagranicznej firm czeskich[10].

Tabela 3

Liczba transakcji M&A dokonanych przez czeskie firmy w latach 2000-2010
w podziale na kraje docelowe

Kraj docelowy	Liczba transakcji
1	2
Słowacja	25

[10] M. Bohata, A. Zemplinerova: Internationalization of Czech Companies via Outward Investment. W: M. Svetličič, M. Rojec. Facilitating Transition by Internationalization: Outward Foreign Direct Investment Frome Central European Economies in Transition. Ashgate Publishing, Aldershot 2003, s. 116.

cd. tabeli 3

1	2
Rumunia	23
Polska	11
Rosja	10
Bułgaria	9
Węgry	6
Gruzja	5
Niemcy	5
Ukraina	5
Turcja	4

Źródło: Ibid.

Liczba krajów, w których słowackie firmy dokonują inwestycji jest najkrótsza spośród analizowanych krajów (tabela 4). Poza tym występuje bardzo silna dominacja transakcji w Czechach, które odpowiadają za blisko połowę wszystkich tego typu transakcji. Świadczy to o niewielkich możliwościach ekspansji firm słowackich.

Tabela 4

Liczba transakcji M&A dokonanych przez słowackie firmy w latach 2000-2010 w podziale na kraje docelowe

Kraj docelowy	Liczba transakcji
Czechy	29
Polska	7
Węgry	5
Rosja	4
Holandia	3

Źródło: Ibid.

Drugą pod względem liczebności stanowi lista krajów ekspansji dokonywanej przez firmy węgierskie (tabela 5). Charakterystyczną cechą jest tutaj większe zróżnicowanie geograficzne niż w przypadku pozostałych analizowanych krajów. Świadczy to o bardziej globalnym podejściu do ekspansji zagranicznej firm węgierskich.

Tabela 5

Liczba transakcji M&A dokonanych przez węgierskie firmy w latach 2000-2010 w podziale na kraje docelowe

Kraj docelowy	Liczba transakcji
Rumunia	34
Turcja	15
Rosja	10
Chorwacja	9
Czechy	8
Serbia	7
Polska	6
Portugalia	6
Stany Zjednoczone	6
Irlandia	5
Bułgaria	5
Czarnogóra	5
Słowacja	4
Holandia	4
Austria	4

Źródło: Ibid.

Analiza kierunków ekspansji korporacji z wybranych krajów pomogła nakreślić ogólne trendy tego zjawiska. Jednak kluczem do wyjaśnienia ekspansji regionalnej może się okazać analiza działalności poszczególnych firm.

Przeprowadzone badanie odnosi się do najaktywniejszych firm. Rozumiane jest to tutaj jako największa liczba dokonanych fuzji i przejęć w ostatnich latach. Oznacza to, że nie liczą się wartości transakcji, lecz ich liczba.

W przypadku podmiotów z Polski dominują firmy informatyczne oraz produkujące żywność i produkty techniczne charakteryzujące się niezbyt wysokim zaawansowaniem technologicznym (tabela 6). Rozwiązania prawne w ramach Unii Europejskiej w postaci swobody przepływu dóbr sprzyjają również działalności handlowej o charakterze transgranicznym. Ważną grupę stanowią również podmioty finansowe, które dokonują przejęć w celu uzyskania kontroli nad podmiotami zagranicznymi. Polskie fundusze typu private equity są znaczącymi graczami w tej części Europy.

Tabela 6

Najaktywniejsze korporacje transnarodowe z Polski

Nazwa podmiotu	Rodzaj działalności	Liczba transakcji M&A
Asseco South Eastern Europe	Rozwiązania informatyczne	10
PKN Orlen	Paliwa	9
Getin Holding	Bankowość	8
Złomrex	Handel	8
Allegro.pl	Handel	8
Bioton	Produkcja farmaceutyków	8
Globe Trade Centre	Nieruchomości	7
Maspex	Produkcja żywności	6
Boryszew	Produkcja komponentów dla motoryzacji	5
Central European Distribution Corporation	Produkcja alkoholi	5
Ciech	Chemia	5
MCI Management	Fundusz inwestycyjny	5
Asseco Poland	Rozwiązania informatyczne	5
Decora	Produkcja elementów wyposażenia wnętrz	4
NFI Empik Media&Fashion	Handel	4
Petrolinvest	Wydobycie ropy naftowej	4
Innova Capital	Fundusz inwestycyjny	4
Polish Enterprise Fund VI	Fundusz inwestycyjny	4
Tele-Fonika Kable S.A.	Produkcja kabli	4
Koelner	Produkcja artykułów budowlanych	4
Mokate	Produkcja żywności	3
Cinema City International NV	Rozrywka	3
GTS Central Europe	Telekomunikacja	3
AmRest Holdings NV	Produkcja żywności	3
PZU	Ubezpieczenia	3
Comarch	Rozwiązania informatyczne	3
PKM Duda	Produkcja żywności	3
Cersanit	Produkcja artykułów budowlanych	3
Kopex	Produkcja maszyn górniczych	3
Kulczyk Holding	Fundusz inwestycyjny	3

Źródło: Ibid.

Lista czeskich firm jest znaczenie krótsza niż w przypadku Polski (tabela 7). Największym graczem jest firma energetyczna CEZ, która jest również liderem w swoim segmencie w tej części Europy. Znaczącą grupę stanowią również przedsiębiorstwa operujące na rynku żywności.

Tabela 7

Najaktywniejsze korporacje transnarodowe z Czech

Nazwa podmiotu	Rodzaj działalności	Liczba M&A
CEZ	Energetyka	14
Energo-pro a.s.	Energetyka	9
PPF Group	Fundusz inwestycyjny	8
PPF Investments Ltd.	Fundusz inwestycyjny	8
Agrofert Holding	Produkcja rolna, żywność, chemia	5
Zentiva	Produkcja farmaceutyków	5
Rudolf Jelinek	Produkcja alkoholi	3
AVG Technologies	Oprogramowanie komputerowe	3
Delta Pekarny a.s.	Produkcja żywności	3

Źródło: Ibid.

Z kolei wśród słowackich podmiotów dokonujących przejęć istnieje bardzo wyraźna aktywność funduszy inwestycyjnych (tabela 8). Na sześć analizowanych firm, aż pięć zajmuje się działalnością finansową. Co prawda inwestują one w podmioty związane z realną gospodarką, ale nie można tego traktować jako tworzenia typowych korporacji transnarodowych. Jest to raczej umiejętne zarządzanie samodzielnymi pod względem strategii i działalności operacyjnej podmiotami. Negatywny obraz aktywności słowackich firm w zakresie ekspansji kapitałowej poza granicami kraju podkreśla fakt, że jedyną firmą niefinansową w zestawieniu jest wydzielona organizacyjnie jednostka zależna polskiej spółki Asseco.

Tabela 8

Najaktywniejsze korporacje transnarodowe ze Słowacji

Nazwa podmiotu	Rodzaj działalności	Liczba M&A
Penta Investments	Fundusz inwestycyjny	14
J&T Finance Group	Fundusz inwestycyjny	11
Asseco Central Europe	Rozwiązania informatyczne	6
Slavia Capital	Fundusz inwestycyjny	4
Arca Capital	Fundusz inwestycyjny	4
Eco-Invest	Fundusz inwestycyjny	3

Źródło: Ibid.

Pod względem zróżnicowania rodzajów działalności, firmy węgierskie zajmują drugą pozycję po przedsiębiorstwach z Polski (tabela 9). Wśród korporacji znajdują się znaczący gracze w zaawansowanych przemysłach, takich jak pro-

dukcja farmaceutyków. Występują tutaj również podmioty, które są zależne od firm z krajów poza regionem. Przykładem jest Magyar Telekom, który należy do niemieckiego Deutsche Telekom.

Tabela 9

Najaktywniejsze korporacje transnarodowe z Węgier

Nazwa podmiotu	Rodzaj działalności	Liczba M&A
Euromedic International	Handel materiałami medycznymi	39
MOL	Paliwa	22
OTP Bank	Bankowość	14
Richter Gedeon	Produkcja farmaceutyków	7
Magyar Telekom	Telekomunikacja	6
Fotex	Nieruchomości	6
Semilab	Produkcja urządzeń precyzyjnych	5
Magyar Kulkereskedelmi Bank	Bankowość	5
Ablon Group	Nieruchomości	5
Globus Konzervipari	Produkcja żywności	3

Źródło: Ibid.

Przedstawione wyżej dane wskazują na występujące duże zróżnicowanie między poszczególnymi gospodarkami. Wielkość rynku macierzystego odgrywa znaczącą rolę w aktywności na arenie międzynarodowej. Duży rynek wewnętrzny może stać się trampoliną do sukcesu na arenie międzynarodowej.

Zakończenie

Niniejsze opracowanie zostało poświęcone zbadaniu tendencji występujących wśród nowych korporacji transnarodowych z krajów „nowej" Europy. Na podstawie przeprowadzonej analizy transakcji fuzji i przejęć międzynarodowych można wyciągnąć następujące wnioski. Po pierwsze, liczba transakcji tego typu dynamicznie się zmienia, jednak ciągle jest to niski poziom w stosunku do całości firm funkcjonujących w poszczególnych gospodarkach. Oznacza to, że firmy z tej części Europy nie są bardzo aktywne w zakresie ekspansji kapitałowej.

Po drugie, w niektórych wypadkach trudno jest mówić o firmie, która pochodzi z badanego regionu. Wynika to z faktu, że niektóre z KTN są zależne od podmiotów z innych krajów, najczęściej wysoko rozwiniętych. Można zatem

określić te podmioty jako subkorporacje. Polska czy też inne kraje są tutaj tylko elementem globalnej układanki, a kluczowe decyzje zapadają w siedzibach ulokowanych w innych krajach.

Na podstawie przedstawionych danych można również wnioskować, że korporacje z krajów Europy Środkowej i Wschodniej jeszcze przez wiele lat zachowują regionalny charakter. Trudno jest wskazać elementy ich działalności, które mogłyby zapewnić im pozycję w skali globalnej. Może to dotyczyć wyłącznie nielicznych firm, które działają w sektorach określanych jako niszowe.

Ważnym podkreślenia aspektem jest znacząca działalność instytucji finansowych różnego typu w zakresie przejmowania kontroli nad spółkami zagranicznymi. Jest to znak dzisiejszych czasów. Jednak w gospodarkach wysoko rozwiniętych istnieją one obok firm z realnej gospodarki, a np. w Słowacji zdominowały one całkowicie aktywność międzynarodową.

Literatura

Bohata M., Zemplinerova A.: Internationalization of Czech Companies via Outward Investment. W: M. Svetličič, M. Rojec: Facilitating Transition by Internationalization: Outward Foreign Direct Investment frome Central European Economies in Transition. Ashgate Publishing, Aldershot 2003.

Johanson J., Wiedersheim-Paul F.: The Internationalization of the Firm: Four Swedish Case Studies. „Journal of Management Studies" 1975, Vol. 12.

Johanson J., Vahlne J.E.: The Mechanism of Internationalisation. „International Marketing Review" 1990, Vol. 7.

Klimek A.: Emerging Multinational Corporations from Emerging Countries. „Argumenta Oeconomica" 2011, Vol. 1, No. 26.

Klimek A.: Oddziaływanie korporacji z krajów wschodzących na gospodarki goszczące. Zeszyty Naukowe. Szkoła Główna Handlowa, Warszawa 2011, nr 29.

Ranking Global 500. http://money.cnn.com/magazines/fortune/global500/2011/full_list/

Rugman A.M., Verbeke A.: Towards a Theory of Regional Multinationals: A Transaction Cost Economic Approach. „Management International Review" 2005.

Rugman A.M.: The Regional Multinationals. MNEs and "Global" Strategic Management. Cambridge University Press, Cambridge 2005.

Svetličič M., Jaklič A.: Outward FDI by Selected Transition Economies; Comparative Evaluation. Referat zaprezentowany na 28 konferencji EIBA, Ateny 2002.

REGIONAL EXPANSION OF MULTINATIONAL CORPORATIONS FROM SELECTED CENTRAL AND EASTERN EUROPEAN COUNTRIES

Summary

The paper has been devoted to the issue of multinational corporations whose expansion is directed to the neighbouring countries. The examination was conducted using data on cross-border mergers and acquisitions, where firms from Eastern and Central Europe were buyers. The results demonstrate significant differentiation between multinational firms from particular economies in the scope and size of foreign activities.

Paweł Kulpaka
Szkoła Główna Handlowa w Warszawie

BEZPOŚREDNIE INWESTYCJE ZAGRANICZNE W WYBRANYCH KRAJACH AZJI WSCHODNIEJ I POŁUDNIOWO-WSCHODNIEJ W OKRESIE KRYZYSU

Wprowadzenie

Przepływy bezpośrednich inwestycji zagranicznych w zglobalizowanym świecie są istotnym czynnikiem determinującym rozwój gospodarczy poszczególnych krajów, a nawet całych regionów. Napływ inwestycji zagranicznych przyczynia się przeważnie do powstawania nowych miejsc pracy w krajach, w których środki te są lokowane, co sprzyja szybszemu rozwojowi gospodarczemu tych państw. Powoduje to rywalizację poszczególnych narodów o pozyskiwanie inwestorów zagranicznych, chcących lokalizować swoją działalność produkcyjną lub usługową na terenach zainteresowanych krajów. Okres kryzysu gospodarczego, który rozpoczął się w Stanach Zjednoczonych w lipcu 2007 roku problemami na rynku kredytów hipotecznych, a następnie rozprzestrzenił się na inne kraje i obszary gospodarki światowej oraz niespotykanych od wielu dekad zawirowań na międzynarodowych rynkach finansowych, nie sprzyja niewątpliwie inwestowaniu, w tym zwłaszcza inwestowaniu za granicą, które zawsze obarczone jest większym ryzykiem. W tych niestabilnych czasach, w których żyjemy analizowanie ważnego zjawiska, jakim niewątpliwie są przepływy bezpośrednich inwestycji zagranicznych, stało się szczególnie ważnym i pasjonującym obszarem zainteresowań naukowych dla wielu badaczy.

Celem pracy jest krótka analizy bezpośrednich inwestycji zagranicznych napływających oraz pochodzących z wybranych krajów Azji Wschodniej i Południowo-Wschodniej w latach 2005-2010. Okres ten obejmuje lata bezpośrednio poprzedzające wybuch kryzysu gospodarczego w Stanach Zjednoczonych (2007) jego rozprzestrzenienie się na inne kraje i obszary gospodarki (2008) oraz

ogólnoświatową recesję (2009). Do analizy wybrano Chiny, wraz z terytorium Hongkongu i Makao oraz Tajwan (Azja Wschodnia), jak również cztery znaczące kraje Azji Południowo-Wschodniej: Filipiny, Indonezję, Malezję i Tajlandię. Analizę przeprowadzono na tle tendencji światowych charakteryzujących przepływy bezpośrednich inwestycji zagranicznych w skali globalnej.

Na początku zanalizowano napływ bezpośrednich inwestycji zagranicznych do wybranych krajów Azji Wschodniej i Południowo-Wschodniej w okresie badania. Następnie skoncentrowano się na analizie wielkości bezpośrednich inwestycji zagranicznych pochodzących z wybranych państw Azji Wschodniej i Południowo-Wschodniej. Wnioski z pracy zawarte są w zakończeniu.

Praca powstała przede wszystkim na podstawie analizy danych źródłowych pochodzących ze Światowych Raportów Inwestycyjnych z lat 2005-2011, które są publikowane przez Konferencję Narodów Zjednoczonych do Spraw Handlu i Rozwoju (United Nations Conference for Trade and Development).

1. Napływ bezpośrednich inwestycji zagranicznych do wybranych krajów Azji Wschodniej i Południowo-Wschodniej w okresie kryzysu

Globalna wartość bezpośrednich inwestycji zagranicznych w okresie poprzedzającym wybuch kryzysu finansowego w Stanach Zjednoczonych latem 2007 roku dynamicznie rosła zwiększając się o ponad 48% w 2006 i prawie 35% w 2007 i zarazem osiągając swoje maksimum na poziomie jednego biliona dziewięciuset siedemdziesięciu miliardów dolarów amerykańskich (tabele 1 i 2). Po 2007 roku nastąpiło załamanie napływu bezpośrednich inwestycji zagranicznych, których wartość stopniała do zaledwie jednego biliona stu osiemdziesięciu pięciu miliardów dolarów amerykańskich w 2009 roku, zmniejszając się tym samym o prawie 40% w przeciągu zaledwie dwóch lat. Załamanie to w dużo większym stopniu dotyczyło krajów rozwiniętych gospodarczo, gdzie wystąpiło zmniejszenie się napływu bezpośrednich inwestycji zagranicznych z 1307 mld dolarów do 603 mld dolarów pomiędzy 2007 a 2009 rokiem (spadek o 54%) niż krajów rozwijających się, które odnotowały zmniejszenie się napływu bezpośrednich inwestycji zagranicznych z 573 mld dolarów do 511 mld dolarów w analogicznym okresie (spadek o 11%).

Tabela 1

Napływ bezpośrednich inwestycji zagranicznych do wybranych krajów Azji Wschodniej i Południowo-Wschodniej w latach 2005-2010 (w mln USD, ceny bieżące)

Kraj / region	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Świat	982 593	1 461 863	1 970 940	1 744 101	1 185 030	1 243 671
Kraje rozwinięte gospodarczo	619 171	977 888	1 306 818	965 113	602 835	601 906
Kraje rozwijające się	332 307	429 459	573 032	658 002	510 578	573 568
Chiny	72 406	72 715	83 521	108 312	95 000	105 735
Hongkong, Chiny	33 625	45 060	54 341	59 621	52 394	68 904
Makao, Chiny	1 240	1 608	2 305	2 591	2 770	2 558
Chiny – razem	107 271	119 383	140 167	170 523	150 164	177 197
Tajwan	1 625	7 424	7 769	5 432	2 805	2 492
Azja Południowo-Wschodnia	40 737	56 701	75 740	46 947	37 981	79 408
Filipiny	1 854	2 921	2 916	1 544	1 963	1 713
Indonezja	8 336	4 914	6 928	9 318	4 877	13 304
Malezja	4 065	6 060	8 595	7 172	1 430	9 103
Tajlandia	8 067	9 517	11 355	8 448	4 976	5 813

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: World Investment Report za lata 2005-2011. www.unctad.org

Tabela 2

Stopy wzrostu albo spadku wartości napływu bezpośrednich inwestycji zagranicznych do wybranych krajówAzji Wschodniej i Południowo-Wschodniej w latach 2006-2010 (obliczone na podstawie danych w dolarach amerykańskich, w cenach bieżących)

Kraj / region	2006	2007	2008	2009	2010
Świat	48,8%	34,8%	–11,5%	–32,1%	4,9%
Kraje rozwinięte gospodarczo	57,9%	33,6%	–26,1%	–37,5%	–0,2%
Kraje rozwijające się	29,2%	33,4%	14,8%	–22,4%	12,3%
Chiny	0,4%	14,9%	29,7%	–12,3%	11,3%
Hong Kong, Chiny	34,0%	20,6%	9,7%	–12,1%	31,5%
Makao, Chiny	29,7%	43,3%	12,4%	6,9%	–7,6%
Chiny – razem	11,3%	17,4%	21,7%	–11,9%	18,0%
Tajwan	356,9%	4,6%	–30,1%	–48,4%	–11,2%
Azja Południowo-Wschodnia	39,2%	33,6%	–38,0%	–19,1%	109,1%
Filipiny	57,6%	–0,2%	–47,1%	27,1%	–12,7%
Indonezja	–41,1%	41,0%	34,5%	–47,7%	172,8%
Malezja	49,1%	41,8%	–16,6%	–80,1%	536,6%
Tajlandia	18,0%	19,3%	–25,6%	–41,1%	16,8%

Źródło: Ibid.

W grupie analizowanych krajów Azji Wschodniej i Południowo-Wschodniej nie wszystkie państwa doświadczyły analizowanego załamania się wartości napływu bezpośrednich inwestycji zagranicznych. Wielkość bezpośrednich inwestycji zagranicznych napływających do Chin zwiększyła się pomiędzy 2007 a 2009 rokiem z 83,5 mld dolarów, do 95 mld dolarów, a po uwzględnieniu napływu inwestycji zagranicznych do autonomicznych terytoriów Hongkongu i Makao z ponad 140 mld dolarów do 150 mld dolarów, notując kolejny wzrost w 2010 roku, kiedy to Państwo Środka zdołało pozyskać ponad 177 mld dolarów bezpośrednich inwestycji zagranicznych. Tym samym Chiny w dobie kryzysu gospodarczego umacniają swoją globalna pozycję lidera w pozyskiwaniu bezpośrednich inwestycji zagranicznych. Tych korzystnych tendencji nie zdołał utrzymać walczący o zachowanie swojej politycznej i gospodarczej niezależności Tajwan, gdzie wartość napływu bezpośrednich inwestycji zagranicznych zmalała w ciągu dwóch lat o prawie 64% zmniejszając się z 7,8 mld dolarów w 2007 roku do zaledwie 2,8 mld dolarów w 2009 i 2,5 mld dolarów w 2010.

Tabela 3

Stopy wzrostu realnego produktu krajowego brutto wybranych krajów Azji Wschodniej i Południowo-Wschodniej w latach 2006-2010

Kraj / region	2006	2007	2008	2009	2010[a]
Świat	4,1%	4,0%	1,7%	–2,0%	3,9%
Kraje rozwinięte gospodarczo	2,8%	2,6%	0,3%	–3,5%	2,6%
Kraje rozwijające się	7,6%	8,0%	5,3%	2,5%	7,4%
Chiny	12,7%	14,2%	9,6%	9,1%	10,3%
Hongkong, Chiny	7,0%	6,4%	2,4%	–2,8%	7,0%
Makao, Chiny	16,5%	26,0%	12,9%	1,3%	26,2%
Tajwan	5,4%	6,0%	0,7%	–1,9%	10,9%
Azja Południowo-Wschodnia	6,2%	6,6%	4,3%	1,0%	7,8%
Filipiny	5,3%	7,1%	3,8%	0,9%	7,3%
Indonezja	5,5%	6,3%	6,0%	4,5%	6,1%
Malezja	5,8%	6,2%	4,6%	–1,7%	7,2%
Tajlandia	5,1%	4,9%	2,5%	–2,3%	7,8%

[a] Dane szacunkowe.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych United Nations Conference for Trade and Development. www.unctad.org

Cały region Azji Południowo-Wschodniej również doświadczył głębokiego załamania się napływu bezpośrednich inwestycji zagranicznych w okresie kryzysu, których wartość pomiędzy 2007 a 2009 rokiem zmniejszyła się o 50% malejąc z 75,7 mld dolarów do około 38 mld dolarów. Jednak już w 2010 roku

region ten zdołał odbudować swoją pozycję w pozyskiwaniu kapitałów zagranicznych w formie bezpośrednich inwestycji przyciągając 79 mld dolarów środków, czyli więcej niż w okresie bezpośrednio poprzedzającym wybuch kryzysu finansowo-gospodarczego w Stanach Zjednoczonych. Wszystkie analizowane państwa tego regionu: Filipiny, Indonezja, Malezja i Tajlandia doświadczyły głębokiego załamania się napływu bezpośrednich inwestycji zagranicznych w 2008 lub 2009 roku. Najsilniejsze odwrócenie się tego niekorzystnego trendu w 2010 roku wystąpiło w Malezji i Indonezji, które zdołały przyciągnąć więcej kapitałów zagranicznych niż w okresie bezpośrednio poprzedzającym wybuch kryzysu latem 2007 roku.

Tabela 4

Nominalny produkt krajowy brutto wybranych krajów Azji Wschodniej i Południowo-Wschodniej w latach 2005-2010 (w mln USD, ceny bieżące)

Kraj / region	2005	2006	2007	2008	2009	2010[a]
Świat	45 721 510	49 536 231	55 755 969	61 146 661	58 068 608	63 150 553
Kraje rozwinięte gospodarczo	33 839 238	35 583 502	39 026 703	41 517 227	39 222 785	40 693 705
Kraje rozwijające się	10 788 925	12 553 209	14 897 180	17 289 154	17 059 105	20 362 432
Chiny	2 302 719	2 779 871	3 458 333	4 416 104	4 984 426	5 871 798
Hongkong, Chiny	177 772	189 932	207 069	215 354	210 570	226 484
Makao, Chiny	11 508	14 211	18 684	21 617	21 188	27 430
Chiny – razem	2 491 999	2 984 014	3 684 086	4 653 075	5 216 184	6 125 712
Tajwan	364 849	376 334	393 111	402 690	378 969	432 301
Azja Południowo-Wschodnia	904 014	1 083 665	1 293 572	1 500 194	1 473 107	1 835 769
Filipiny	98 829	117 534	144 043	167 479	160 676	188 402
Indonezja	285 869	364 571	432 217	510 504	540 277	708 396
Malezja	137 954	156 601	186 113	221 437	191 356	236 261
Tajlandia	176 352	207 228	247 111	272 429	263 889	319 293

[a] Dane szacunkowe.

Źródło: Ibid.

Choć świat jako całość doświadczył w 2009 roku recesji gospodarczej (spadek globalnego realnego produktu krajowego brutto o 2%) była ona generalnie rezultatem załamania gospodarczego w krajach rozwiniętych gospodarczo, które odnotowały spadek realnego produktu krajowego brutto o 3,5%, podczas gdy kraje rozwijające się jako całość zdołały utrzymać dodatnie realne tempo wzrostu produktu krajowego brutto na poziomie 2,5%. W grupie analizowanych państw Azji Wschodniej i Południowo-Wschodniej recesja gospodarcza wystąpiła w 2009 roku w Malezji, Tajlandii, na Tajwanie oraz w auto-

nomicznym terytorium Hongkongu. Reszta krajów zdołała uniknąć ujemnej stopy wzrostu realnego produktu krajowego brutto. Dynamiczny rozwój gospodarczy nieprzerwanie kontynuowały zwłaszcza Chiny, notując ponad 9% realne roczne wzrosty, jak również Indonezja. Cały region Azji Południowo-Wschodniej zdołał uniknąć kryzysu notując jednak znaczący spadek stopy wzrostu realnego produktu krajowego brutto w 2009 roku.

Tabela 5

Stopy wzrostu albo spadku nominalnego produktu krajowego brutto wybranych krajów Azji Wschodniej i Południowo-Wschodniej w latach 2006-2010 (obliczone na podstawie danych w dolarach amerykańskich, w cenach bieżących)

Kraj / region	2006	2007	2008	2009	2010[a]
Świat	8,3%	12,6%	9,7%	–5,0%	8,8%
Kraje rozwinięte gospodarczo	5,2%	9,7%	6,4%	–5,5%	3,8%
Kraje rozwijające się	16,4%	18,7%	16,1%	–1,3%	19,4%
Chiny	20,7%	24,4%	27,7%	12,9%	17,8%
Hongkong, Chiny	6,8%	9,0%	4,0%	–2,2%	7,6%
Makao, Chiny	23,5%	31,5%	15,7%	–2,0%	29,5%
Chiny – razem	19,7%	23,5%	26,3%	12,1%	17,4%
Tajwan	3,1%	4,5%	2,4%	–5,9%	14,1%
Azja Południowo--Wschodnia	19,9%	19,4%	16,0%	–1,8%	24,6%
Filipiny	18,9%	22,6%	16,3%	–4,1%	17,3%
Indonezja	27,5%	18,6%	18,1%	5,8%	31,1%
Malezja	13,5%	18,8%	19,0%	–13,6%	23,5%
Tajlandia	17,5%	19,2%	10,2%	–3,1%	21,0%

[a] Na podstawie danych szacunkowych.

Źródło: Ibid.

Zanalizujmy teraz siłę i kierunek zależności pomiędzy zmianami produktu krajowego brutto, a wartością napływu bezpośrednich inwestycji zagranicznych do grupy wybranych państw. Z teorii ekonomi jednoznacznie wynika, że w normalnych warunkach wzrost gospodarczy powinien być silnie i dodatnio skorelowany z inwestycjami, w tym również z wartością napływu zagranicznych inwestycji bezpośrednich. Zależności te powinny być obustronne. Dostępne i porównywalne dane opisujące wielkość napływu bezpośrednich inwestycji zagranicznych prezentowane są zazwyczaj w dolarach amerykańskich, według cen bieżących. W tabeli 6, na podstawie dostępnego materiału statystycznego zawierającego porównywalne szeregi czasowe dla grupy wybranych krajów, obliczono współczynniki korelacji liniowej Pearsona pomiędzy stopami wzrostu

nominalnego produktu krajowego brutto a stopami wzrostu wielkości napływu bezpośrednich inwestycji zagranicznych w wybranych krajach Azji Wschodniej i Południowo-Wschodniej dla lat 2006-2010 na podstawie zamieszczonych danych w tabelach 1 i 4, które wyrażone były w dolarach amerykańskich w cenach bieżących. Przeprowadzenie analizy na podstawie danych nominalnych nie podważa słuszności zaobserwowanych zależności, ponieważ po pierwsze, wielkość inflacji w Stanach Zjednoczonych w analizowanym okresie czasu pozostawała na umiarkowanym poziomie, a po drugie, wysokość inflacji generalnie prowadziła do wzrostu przeliczonych na dolary amerykańskie zarówno nominalnych produktów krajowych brutto analizowanych państw, jak i do wzrostu wartości napływających bezpośrednich inwestycji zagranicznych, które też przecież były przeliczane na dolary amerykańskie. Większym problemem są tak naprawdę znaczące wahania kursu dolara amerykańskiego w stosunku do walut narodowych wybranych do analizy krajów. Powodują one w pewnym stopniu, że prezentowane w ujęciu dolarowym dane o wartości napływu bezpośrednich inwestycji zagranicznych oraz wielkości produktu krajowego brutto nie do końca poprawnie i kompleksowo odzwierciedlają realne procesy gospodarcze zachodzące w tych państwach. Z uwagi jednak na brak wiarygodnych i porównywalnych szeregów czasowych prezentowanych w walutach narodowych, analizy tego typu przeprowadza się zazwyczaj na podstawie danych przeliczonych na dolary amerykańskie, pomimo całej ułomności takiego rozwiązania.

Tabela 6

Współczynniki korelacji liniowej Pearsona pomiędzy stopami wzrostu nominalnego produktu krajowego brutto a stopami wzrostu wielkości napływu bezpośrednich inwestycji zagranicznych w wybranych krajach Azji Wschodniej i Południowo-Wschodniej obliczone dla lat 2006-2010 na podstawie danych w cenach bieżących w dolarach amerykańskich

Świat	0,69
Kraje rozwinięte gospodarczo	0,61
Kraje rozwijające się	0,90
Chiny	0,90
Hongkong, Chiny	0,90
Makao, Chiny	0,33
Chiny – razem	0,85
Tajwan	0,04
Azja Południowo-Wschodnia	0,68
Filipiny	–0,22
Indonezja	0,61
Malezja	0,57
Tajlandia	0,94

Źródło: Ibid.

Obliczone dla grupy analizowanych państw współczynniki korelacji liniowej Pearsona zdecydowanie potwierdzają znaną z teorii ekonomi silną, obustronną i dodatnią zależność pomiędzy wartością napływu bezpośrednich inwestycji zagranicznych a rozwojem gospodarczym mierzonym stopą wzrostu produktu krajowego brutto. Jedynie w przypadku Filipin obliczony parametr ma wartość ujemną, co wymagałoby głębszej i bardziej szczegółowej analizy, która jednak wykracza poza ramy tego opracowania. Współczynniki te ukształtowały się generalnie na wyższym poziomie dla państw dużych, takich jak np. Chiny, czy też całych regionów lub grup krajów, np. krajów rozwijających się, krajów Azji Południowo-Wschodniej, w porównaniu z państwami mniejszymi, takimi jak np. Tajwan czy Malezja, gdzie obliczone współczynniki korelacji liniowej Pearsona kształtują się na niższym poziomie. Spowodowane jest to tym, że w przypadku państw mniejszych wiele innych specyficznych, nieuwzględnionych w badaniu czynników, poza wzrostem gospodarczym, relatywnie silniej wpływa na wartość napływających bezpośrednich inwestycji zagranicznych w porównaniu z krajami dużymi czy też całymi regionami.

2. Bezpośrednie inwestycje zagraniczne pochodzące z wybranych krajów Azji Wschodniej i Południowo-Wschodniej w okresie kryzysu

W ostatnich latach kraje Azji Wschodniej i Południowo-Wschodniej, w tym zwłaszcza Chiny, stają się coraz poważniejszym źródłem pochodzenia zagranicznych inwestycji bezpośrednich. Szczególnie silnie rośnie pozycja Państwa Środka, którego ekspansja kapitałowa jest już wyraźnie zauważalna zarówno w wielu krajach rozwijających się jak i rozwiniętych gospodarczo. Zaczyna budzić to coraz większe obawy w Europie Zachodniej oraz w Stanach Zjednoczonych, ponieważ zmienia to cały powojenny geopolityczny obraz świata. Szczególnie silnie widoczne jest to w niektórych rozwijających się, biednych krajach afrykańskich, gdzie rywalizacja o dostęp do surowców determinujących możliwość dalszego rozwoju gospodarczego pomiędzy firmami europejskimi czy też amerykańskimi a chińskimi przybiera często postać otwartej konfrontacji. Wartość bezpośrednich inwestycji zagranicznych pochodzących z Chin, uwzględniając autonomiczne regiony Hongkongu i Makao, zwiększyła się w ciągu ostatnich sześciu lat trzykrotnie, rosnąc z około 40 mld dolarów w 2005 roku do ponad 143 mld dolarów w 2010. Tym samym Chiny stały się znaczącym globalnym zagranicznym inwestorem bezpośrednim przechodząc z pozycji dość biernego odbiorcy obcego kapitału w tej formie do pozycji aktywnego inwestora decydującego w coraz większym stopniu także o kierunkach i skali globalnego napływu

kapitału zagranicznego. Chiny zdecydowanie wyprzedziły pod tym względem Tajwan, jak również cały region Azji Południowo-Wschodniej, których pozycja znacząco ucierpiała w trakcie kryzysu gospodarczego ostatnich lat.

Tabela 7

Bezpośrednie inwestycje zagraniczne pochodzące z wybranych krajów Azji Wschodniej i Południowo-Wschodniej w latach 2005-2010 (w mln USD, ceny bieżące)

Kraj / region	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Świat	882 132	1 405 389	2 174 803	1 910 509	1 170 527	1 323 337
Kraje rozwinięte gospodarczo	745 679	1 154 983	1 829 044	1 541 232	850 975	935 190
Kraje rozwijające się	122 143	226 683	294 177	308 891	270 750	327 564
Chiny	12 261	21 160	22 469	52 150	56 530	68 000
Hongkong, Chiny	27 196	44 979	61 081	50 581	63 991	76 077
Makao, Chiny	60	636	3	–102	–708	–269
Chiny – razem	39 517	66 774	83 552	102 629	119 813	143 809
Tajwan	6 028	7 399	11 107	10 287	5 877	11 183
Azja Południowo--Wschodnia	18 169	28 782	55 413	25 185	33 845	42 223
Filipiny	189	103	3 536	259	359	487
Indonezja	3 065	2 726	4 675	5 900	2 249	2 664
Malezja	3 076	6 021	11 314	14 965	7 930	13 329
Tajlandia	529	970	3 003	4 053	4 116	5 122

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: „World Investment Report". Op. cit.

Zakończenie

Po wybuchu kryzysu finansowego na rynku kredytów hipotecznych w Stanach Zjednoczonych latem 2007 roku, który następnie rozprzestrzenił się na inne kraje i sektory gospodarki prowadząc w 2009 roku do globalnej recesji gospodarczej wystąpiły duże wahania w napływie bezpośrednich inwestycji zagranicznych zarówno w skali globalnej, jak i w wybranych do badania państwach Azji Wschodniej i Południowo-Wschodniej. Pomimo tych zawirowań, cały analizowany region, w tym zwłaszcza Państwo Środka, zdołało zdecydowanie umocnić swoją globalną pozycję odbiorcy bezpośrednich inwestycji zagranicznych. Okres kryzysu zaowocował również zdecydowanym zwiększeniem się strumienia bezpośrednich inwestycji zagranicznych pochodzących z wybranych do badania państw Azji Wschodniej i Południowo-Wschodniej, w tym zwłaszcza z Chin, co powoli zmienia powojenny geopolityczny obraz świata.

Literatura

Bożyk P.: Zagraniczna i międzynarodowa polityka ekonomiczna. PWE, Warszawa 2004.
Bożyk P., Misala M., Puławski M.: Międzynarodowe stosunki ekonomiczne. PWE, Warszawa 2002.
Budnikowski A.: Międzynarodowe stosunki gospodarcze. PWE, Warszawa 2006.
United Nations Conference for Trade and Development. www.unctad.org
World Investment Report 2005. Transnational Corporations and the Internationalization of R&D. United Nations, New York and Geneva 2005.
World Investment Report 2006. FDU from Developing and Transition Economies: Implications for Development. United Nations, New York and Geneva 2006.
World Investment Report 2007. Transnational Corporations, Extractive Industries and Development. United Nations, New York and Geneva 2007.
World Investment Report 2008. Transnational Corporations and the Infrastructure Challenge. United Nations, New York and Geneva 2008.
World Investment Report 2009. Transnational Corporations Agricultural Production and Development. United Nations, New York and Geneva 2009.
World Investment Report 2010. Investing in a Low-carbon Economy. United Nations, New York and Geneva 2010.
World Investment Report 2011. Non-equity Models of International Production and Development. United Nations, New York and Geneva 2011.

FOREIGN DIRECT INVESTMENT IN SELECTED EAST AND SOUTH – EAST ASIAN COUNTRIES DURING THE CRISIS

Summary

The paper analyzed Foreign Direct Investment flows to selected East and South – East Asian Countries against the background of global trends in the years 2005-2010. The relation between the rate of economic development and the value of Foreign Direct Investment inflow was studied. In the final part of the research the growing importance of East and South – East Asia, especially China, as a source of Foreign Direct Investment was emphasized.

Aleksandra Kuźmińska-Haberla
Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

REZULTATY DZIAŁAŃ POLSKIEJ AGENCJI INFORMACJI I INWESTYCJI ZAGRANICZNYCH S.A. W ZAKRESIE PRZYCIĄGANIA INWESTÓROW ZAGRANICZYCH W LATACH 2003-2010 – PRÓBA OCENY

Wprowadzenie

Kraje, konkurując o przyciągnięcie inwestorów, liberalizują politykę wobec bezpośrednich inwestycji zagranicznych (BIZ), eliminują bariery ich napływu, tworzą jak najlepsze warunki do prowadzenia działalności, m.in. stosując bodźce zachęcające w postaci ulg podatkowych czy nisko oprocentowanych pożyczek i kredytów. Podobne rozwiązania w wielu krajach zmusiły ich rządy do aktywnego pozyskiwania inwestorów poprzez kreowanie programów promocji inwestycji, a także tworzenia agencji promocji inwestycji (API) jako podstawowych podmiotów realizujących działania z tego zakresu.

Agencje są specjalistycznymi instytucjami powołanymi do prowadzenia działań z zakresu promocji bezpośrednich inwestycji zagranicznych. Ich zadania koncentrują się na czterech zasadniczych polach, którymi są: budowa wizerunku kraju, bezpośrednie docieranie do inwestorów, obsługa przed i poinwestycyjna oraz działania na rzecz poprawy klimatu inwestycyjnego[1]. L.T. Wells i A.G. Wint, którzy jako pierwsi wskazali na zjawisko promocji bezpośrednich inwestycji zagranicznych, w swojej pierwszej pracy przypisali agencjom tylko trzy pierwsze funkcje. W kolejnej, zrewidowanej edycji, która ukazała się w 2000 roku, dodali również działania na rzecz poprawy klimatu inwestycyjnego, które stały się niezmiernie istotne dla wielu agencji. Ich zdaniem, niesku-

[1] A. Charlton, N. Davis: Does Investment Promotion Work? „The B.E. Journal of Economic Analysis & Policy" 2007, Vol. 7, s. 1.

teczne działania z zakresu wpływania na poprawę klimatu inwestycyjnego często mogą się przyczynić do mało skutecznego przyciągania podmiotów zagranicznych do kraju[2].

Ocena działalności agencji promocji inwestycji nie jest prosta i, jak wynika z badań przeprowadzanych przez organizacje międzynarodowe, nie wszystkie API się nią zajmują. Obok oceny sposobu funkcjonowania agencji, jej struktury i realizowanych funkcji, do tych najczęstszych należą metody ilościowe, takie jak ilość zrealizowanych przez agencję projektów, wartość zainwestowanego kapitału oraz ilość stworzonych miejsc pracy. Do metod jakościowych z kolei należy ocena zgodności przyciąganych inwestycji zagranicznych z celami strategii agencji, które powinny wynikać z zapisów dokumentów strategicznych obowiązujących w kraju, a także wkładu tych inwestycji w podnoszenie konkurencyjności gospodarki krajowej. Celem opracowania jest ocena jakościowa i ilościowa działalności Polskiej Agencji Informacji i Inwestycji Zagranicznych S.A. (PAIiIZ) w zakresie przyciągania BIZ do Polski w latach 2003-2010.

1. Ograniczenia metodologiczne

Przed rozpoczęciem analizy należy wskazać pewne ograniczenia metodologiczne. Przede wszystkim o podjęciu inwestycji w danym kraju decyduje bardzo wiele czynników związanych z rynkiem zbytu, sytuacją ekonomiczną kraju, klimatem inwestycyjnym, lokalnym prawem czy zachętami inwestycyjnymi. Wiele z nich leży poza wpływem i kompetencjami agencji, a nawet te, które w jakimś zakresie może kształtować nie zawsze w ostatecznym kształcie zależą od niej. W związku z tym faktem, nie zawsze można stwierdzić, czy projekt, który był mediowany przez API, a nie doszedł do skutku jest jej winą czy przyczyniły się do tego inne czynniki zewnętrzne, np. zawieszenie projektu przez inwestora czy niezadowolenie z innych czynników w kraju. Należy też wziąć pod uwagę dostępność danych. Polska API nie chce, a w niektórych przypadkach nie może, ujawniać informacji dotyczących realizowanych projektów ze względu na tajemnicę handlową. Trzeba także zwrócić uwagę na porównywalność danych. Agencja w swoich statystykach dotyczących wielkości zrealizowanych projektów bierze pod uwagę wielkości deklarowane przez inwestorów, natomiast w innych statystykach ujmowane są wartości, które rzeczywiście napłynęły do Polski. Powoduje to problemy w porównywaniu danych, tym bardziej, że deklarowane przez inwestorów wartości dotyczą realizacji w okresie kilkuletnim. Trzeba też uwzględnić fakt, że obsługa projektu zanim zostanie

[2] Por. L.T. Wells, A.G. Wint: Marketing a Country. Promotion as a Tool for Attracting Foreign Investment. Revised Edition. Occasional Paper 13, FIAS. World Bank, Washington 2000, s. 158.

podjęta ostateczna decyzja inwestycyjna może trwać bardzo długo. W niektórych przypadkach obsługa rozpoczyna się w jednym roku, a kończy w następnym.

Poniższa analiza dotyczy lat 2003-2010. Data początkowa wyznaczona jest przez rok powstania PAIiIZ, rok końcowy wyznaczony jest przez pełną dostępność danych.

2. Rozmiary i struktura napływu bezpośrednich inwestycji zagranicznych do Polski w latach 2003-2010 na tle świata

Przed rozpoczęciem rozważań dotyczących działalności PAIiIZ warto zaprezentować przepływy kapitałowe w formie bezpośrednich inwestycji zagranicznych w Polsce, również w odniesieniu do sytuacji na świecie.

Wartość napływu bezpośrednich inwestycji zagranicznych do Polski w latach 2003-2010 w poszczególnych latach wahała się, co było spowodowane przede wszystkim kształtowaniem się koniunktury na świecie. W 2003 roku wartość bezpośrednich inwestycji zagranicznych, które napłynęły do Polski sięgnęła 4313 mln EUR. 2004 rok przyniósł bardzo istotny wzrost napływu inwestycji bezpośrednich do poziomu ponad 10 305 mln EUR. W kolejnym roku zanotowano nieznaczny spadek napływu kapitału zagranicznego, natomiast w dwóch kolejnych latach wzrost był bardzo duży. Spowodowane było to dobrą koniunkturą w gospodarce światowej, co przekładało się na wysokie zyski korporacji międzynarodowych, a to z kolei powodowało, iż firmy chętniej inwestowały kapitał za granicą. W 2007 roku napływ BIZ do Polski, podobnie jak przepływy w skali światowej, był rekordowy – 17 196 mln EUR. W 2008 roku, w związku z rozwijającym się kryzysem gospodarczym, wiele firm ograniczyło swoje inwestycje, co spowodowało zmniejszony napływ BIZ m.in. do Polski. Wartość kapitału zagranicznego, który napłynął w tym roku wyniosła 9972 mln EUR, co stanowiło spadek w stosunku do roku poprzedniego o 42%. W kolejnych dwóch latach napływ kapitały był jeszcze mniejszy, co zobrazowane zostało w tabeli 1.

Tabela 1

Napływ bezpośrednich inwestycji zagranicznych do Polski w latach 2003-2010 (w mln EUR)

2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
4 313	10 305	8 260	15 576	17 196	9 972	8 942	6 686

Źródło: Opracowanie własne na podstawie materiałów analitycznych NBP: Zagraniczne inwestycje bezpośrednie w Polsce z lat 2004-2010. Warszawa 2004-2012.

Odnosząc pozycję Polski do innych krajów na świecie należy zauważyć, że wyróżnia się na tle krajów Europy Środkowej i Wschodniej. Nie dorównuje co prawda Rosji, jednak udało jej się przyciągnąć w poszczególnych latach więcej inwestycji niż innym krajom uważanym za konkurencyjne dla Polski, np. Czechom. Trzeba jednak zauważyć, że coraz silniejsza staje się konkurencja z strony nowych członków UE: Rumunii i Bułgarii, a także Ukrainy. Kraje te są coraz bardziej interesujące dla inwestorów, szczególnie pod względem kosztów pracy.

Jeśli chodzi o sytuację Polski wśród krajów Unii Europejskiej, to udaje się jej konkurować z częścią krajów piętnastki i dominować w grupie krajów nowo przyjętych, niemniej jednak bardzo daleko jest jeszcze do liderów. Wart odnotowania jest fakt, iż pomimo znacznego napływu kapitału w formie bezpośrednich inwestycji zagranicznych do Polski nie znajduje to odzwierciedlenia w wielkości BIZ per capita. W Polsce stosunek ten jest zdecydowanie niższy niż np. w Czechach, Estonii na Węgrzech, nie wspominając już o krajach najbardziej rozwiniętych takich jak Niemcy.

Największymi biorcami kapitału w skali światowej pozostają kraje wysoko rozwinięte, przede wszystkim USA i kraje unijnej piętnastki, ale także, w ostatnich latach, do tej grupy zaliczyć można kraje słabiej rozwinięte: Chiny, Hongkong czy Rosję. Podobnie sytuacja wygląda, jeśli chodzi o największych dawców kapitału – zdecydowanie dominują Stany Zjednoczone oraz kraje europejskie.

Analizując strukturę pochodzenia największych inwestorów zagranicznych w Polsce należy zauważyć, że dominują kraje europejskie, przede wszystkim z Unii Europejskiej (Francja, Niemcy, Austria, Holandia, Luksemburg, Wielka Brytania, Szwecja, Włochy, Hiszpania), których udział w poszczególnych latach sięgał 80-90% wartości wszystkich inwestycji. Z krajów spoza Unii Europejskiej najwięcej kapitału w Polsce lokują Stany Zjednoczone, udział innych państw jest zdecydowanie mniejszy. Jest to zgodne z tendencjami światowymi, gdzie regionem, z którego wypływa najwięcej inwestycji jest Unia Europejska, natomiast największym inwestorem indywidualnym są Stany Zjednoczone.

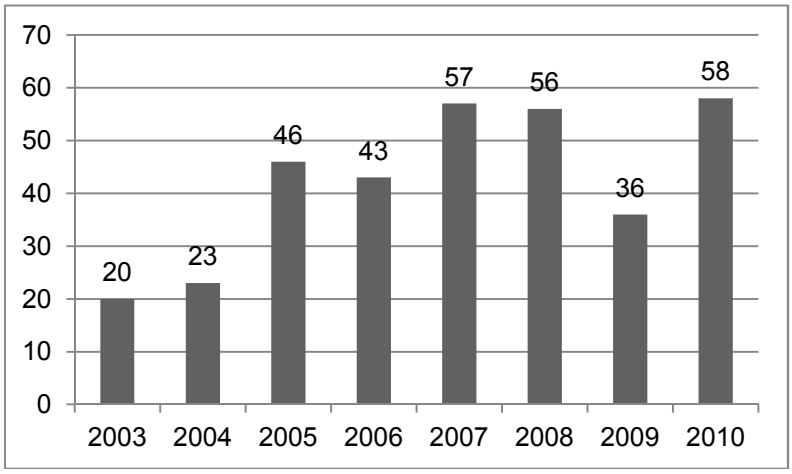
Jeśli chodzi o branżowe zaangażowanie inwestorów zagranicznych w Polsce w poszczególnych latach, można zauważyć zmieniającą się strukturę rozdysponowania kapitału zagranicznego – zmniejsza się udział napływu BIZ lokowanych w działalności produkcyjnej, a zwiększa się ich udział w usługach. Dla przykładu, w 2008 roku nastąpił wzrost inwestycji w usługach do poziomu 66% oraz bardzo znaczny spadek udziału produkcji przemysłowej do poziomu zaledwie 15%. Również tutaj należy zauważyć, że takie rozdysponowanie kapitału jest zgodne z tendencjami światowymi – największy udział mają inwestycje w sektorze trzecim, czyli usługach. Udział pozostałych dwóch sektorów jest zdecydowanie mniejszy.

3. Struktura i jakość projektów zrealizowanych przez PAIiIZ w latach 2003-2010

Liczba projektów[3] realizowanych przez PAIiIZ i zakończonych pozytywną decyzją inwestycyjną wahała się w poszczególnych latach, chociaż spadki ilości mediowanych projektów były zdecydowanie mniejsze niż wzrosty. W 2003 roku Agencja doprowadziła do rozpoczęcia 20 projektów inwestycyjnych, rok później było ich 23. W 2005 roku nastąpił bardzo duży wzrost, aż o 100% – 46 projektów zakończyło się inwestycją. W 2006 roku nastąpił nieznaczny spadek, Agencja doprowadziła do realizacji 3 projektów mniej niż rok wcześniej. 2007 rok przyniósł kolejny wzrost ilości projektów zakończonych sukcesem do 57, rok później było ich tylko o 1 mniej. Fakt, iż ilość zrealizowanych projektów w 2008 roku była tylko nieznacznie mniejsza należy uznać za bardzo pozytywny ze względu na istotny spadek napływu kapitału do Polski związany z kryzysem gospodarczym na świecie i znacznym ograniczeniem przepływu inwestycji. Kolejny rok przyniósł znaczny spadek napływu kapitału zagranicznego, w 2010 roku z kolei PAIiIZ udało się pozytywnie zakończyć o 12 projektów więcej niż rok wcześniej. Wykres 1 przedstawia ilość projektów obsługiwanych przez PAIiIZ i zakończonych sukcesem w latach 2003-2010.

Wykres 1

Projekty inwestycyjne zrealizowane przy udziale PAIiIZ
w latach 2003-2010



Źródło: Opracowanie własne na podstawie list projektów zrealizowanych przez PAIiIZ w latach 2003-2010.

[3] Wszędzie uwzględniono tylko projekty, które nie były określone jako tajne.

Jeśli chodzi o wartość zainwestowanego kapitału w poszczególnych latach, to sytuacja przedstawia się trochę inaczej. Rekordową wartość kapitału (pod uwagę brane były tylko inwestycje wyrażone w EUR) udało się PAIiIZ przyciągnąć w 2005 roku – ponad 1,9 mld EUR. Złożyły się na to przede wszystkim bardzo duża inwestycja koreańskiego LG Philips LCD we wrocławskich Kobierzycach o wartości ponad 400 mln EUR, a także inwestycje francuskiego Michelin oraz koreańskiego Hessunga. Najniższą wartość inwestycji Agencja przyciągnęła w 2004 roku – 261 mln EUR. Po rekordowym 2005 roku nastąpił znaczny spadek napływu inwestycji do poziomu ponad 1,1 mld EUR w 2006 roku. W kolejnych latach zauważalna była tendencja wzrostowa (w 2007 roku PAIiIZ przyciągnęła kapitał wartości ponad 1,3 mld EUR, a rok później udało się przyciągnąć inwestycje wartości prawie 1,5 mld EUR) aż do 2009 roku, kiedy nastąpił znaczny spadek – PAIiIZ udało się przyciągnąć kapitał wartości 887,2 mln EUR. Kolejny rok przyniósł wzrost do wartości 973,16 mln EUR. Tabela 2 przedstawia wartość inwestycji zagranicznych zrealizowanych przez Agencję w latach 2003-2010.

Tabela 2

Wartość inwestycji zagranicznych przyciągniętych przez PAIiIZ
w latach 2003-2010 (w mln EUR)

2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
260,8[a]	261	1 927,1	1 117,9	1 325	1 493	887,2	973,16

[a] Wartość w USD.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie list projektów zrealizowanych przez PAIiIZ w latach 2003-2010.

Pomimo że kłopotliwe jest bezpośrednie porównywanie danych dotyczących wartości inwestycji przyciągniętych przez Agencję z danymi dotyczącymi faktycznego napływu BIZ do Polski w poszczególnych latach, jednak obserwując ogólny trend można zauważyć, iż inwestycje realizowane przez Agencję stanowią niewielki procent wszystkich inwestycji, które zostały zrealizowane w Polsce. Wynika to z kilku przyczyn, m.in. z tego, że wiele z podmiotów zagranicznych nie potrzebuje pomocy Agencji, ponieważ orientuje się w specyfice funkcjonowania na rynku, część firm celowo unika podmiotu państwowego, jakim jest Agencja i szuka pomocy m.in. wśród firm konsultingowych, inne firmy bezpośrednio trafiają do władz lokalnych. Ponadto, PAIiIZ zajmuje się tylko projektami największymi, a mniejsze trafiają bezpośrednio do regionów.

Kolejnym czynnikiem służącym do oceny Agencji może być ilość utworzonych miejsc pracy dzięki przyciągniętym przez nią inwestycjom. W 2003 roku inwestorzy zdeklarowali utworzenie 2340 miejsc pracy, w roku kolejnym, pomimo iż wartość inwestycji niewiele się różniła, ilość miejsc pracy była trzy ra-

zy wyższa – 6710. 2005 rok był rekordowy, jeśli chodzi o przyciągnięty kapitał przez Agencję, co przełożyło się także na ilość nowych stanowisk – inwestorzy zadeklarowali utworzenie prawie 24 100 miejsc pracy. W kolejnym roku ilość ta spadła do poziomu 15 353. W 2007 roku inwestorzy zadeklarowali utworzenie 17 798, rok później 15 121, w 2009 roku 9706, a w 2010 roku 10 711 nowych stanowisk. Biorąc pod uwagę założenia dotyczące tworzenia nowych miejsc pracy, aby przeciwdziałać bezrobociu, należy pozytywnie ocenić zaangażowanie Agencji. W ciągu 8 lat udało jej się przyciągnąć inwestorów, którzy mieli zapewnić ponad 100 tys. stanowisk. Tabela 3 obrazuje zatrudnienie deklarowane przez inwestorów przyciągniętych przez PAIiIZ w latach 2003-2010.

Tabela 3

Zatrudnienie deklarowane przez inwestorów przyciągniętych przez PAIiIZ w latach 2003-2010

2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
2 340	6 710	24 100	15 353	17 798	15 121	9 706	10 711

Źródło: Ibid.

Analizując ilość projektów w poszczególnych sektorach można zauważyć, że większość z nich dotyczy sektora produkcyjnego, chociaż z biegiem lat coraz więcej jest tych z sektora usług. Najwięcej inwestycji przyciągnięto z dziedziny usług dla biznesu – 69 projektów. Należy zauważyć, że ich ilość w poszczególnych latach systematycznie rosła. W 2003 roku takie inwestycje były zaledwie 2, w 2006 roku było ich 8, a w 2008 już 21. W kolejnych latach liczba spadła, ale, jak zauważono, liczba wszystkich zrealizowanych projektów była niższa. Coraz częściej pojawiają się także inwestycje z zakresu B+R, w omawianym okresie PAIiIZ przyciągnęła ich 22, w tym połowę z nich w ciągu ostatnich dwóch lat. Na drugim miejscu pod względem zrealizowanych projektów znajduje się sektor motoryzacyjny. Razem PAIiIZ przyciągnęła 60 inwestycji motoryzacyjnych, w tym w ciągu pierwszych trzech lat było ich 29. Najmniej takich projektów zrealizowano w 2009 roku, bo tylko 2, jednak w 2008 roku było ich 13. Trzecią grupą, jeśli chodzi o ilość zrealizowanych projektów, są inwestycje w elektronice – 40 projektów. Kolejne grupy z największą ilością zrealizowanych projektów to branża spożywcza (14), logistyka (14), chemiczna (12), przemysł metalowy (12) i maszynowy(12).

Wzrost znaczenia inwestycji w sektorze trzecim, a spadek znaczenia inwestycji w działalność produkcyjną są zgodne z tendencjami napływu BIZ do Polski, jak i z tendencjami ogólnoświatowymi. Niemniej jednak nadal bardzo duży odsetek inwestycji zrealizowanych jest w produkcji – branży motoryzacyjnej i elektronicznej.

Oceniając wkład PAIiIZ w podnoszenie konkurencyjności polskiej gospodarki należy uznać, że jest on dość znaczący. Agencja konsekwentnie realizuje zamierzone cele (określone we własnej strategii, a te z kolei wynikają z celów gospodarki kraju i dokumentów o charakterze nadrzędnym), przyciągając inwestycje z sektorów priorytetowych dla podnoszenia konkurencyjności kraju, odznaczających się wysoką produktywnością, rosnącą wartością dodaną (wprowadzanie nowoczesnych technologii, wytwarzanie nowoczesnych produktów czy wprowadzanie nowoczesnych usług) oraz tworzących miejsca pracy wymagające wysokich kwalifikacji. Inwestycje w sektorach najbardziej pożądanych, czyli motoryzacja, elektronika, usługi wraz z B+R (w tym inwestycje z wielu dziedzin, głównie informatycznej, ale też elektronicznej czy farmaceutycznej), stanowią ponad 60% wszystkich zrealizowanych projektów. Należy zauważyć, że w niektórych przypadkach rzeczywisty wpływ kapitału zagranicznego przyciągniętego przez PAIiIZ może być niższy, ze względu na fakt, iż niektóre inwestycje koncentrują się na działalności handlowej i dystrybucyjnej, a nie na produkcyjnej, która to przyczynia się do rozprzestrzeniania nowoczesnych technik zarządzania i produkcji. W ostatnim czasie dużo uwagi poświęca się sektorowi energii odnawialnej i biotechnologii jako bardzo przyszłościowym i o wysokim potencjale innowacyjnym. Jak dotychczas PAIiIZ nie ma w tym zakresie znaczących osiągnięć, jednakże należy pamiętać, że proces pozyskania inwestora jest bardzo długotrwały, a decyzja inwestycyjna może zostać podjęta nawet po dwóch latach od rozpoczęcia działań.

Analizując strukturę tworzonych miejsc pracy można stwierdzić, że zdecydowanie więcej stworzonych zostało przez firmy przemysłowe, głównie w elektronice i motoryzacji, w usługach było ich znacznie mniej. Na pierwszym miejscu znalazła się elektronika, gdzie inwestorzy zdeklarowali stworzenie ponad 30 tys. nowych stanowisk, na drugim miejscu uplasowały się procesy biznesowe, gdzie stworzono ponad 21 tys. miejsc pracy, na trzecim miejscu – motoryzacja, gdzie utworzono niecałe 16 tys. stanowisk. Udział pozostałych sektorów w zatrudnieniu jest zdecydowanie mniejszy. Warto zwrócić uwagę na fakt, że większość nowych miejsc pracy to są stanowiska produkcyjne – wielkie koncerny motoryzacyjne, elektroniczne czy spożywcze poszukują przede wszystkim tanich pracowników na liniach produkcyjnych, a stanowisk menedżerskich jest zdecydowanie mniej. Pozytywnie należy ocenić jednak coraz większy udział miejsc pracy tworzonych przez inwestorów przenoszących do Polski procesy biznesowe oraz działalność badawczo-rozwojową (te ostatnie to prawie 3000 nowych stanowisk), wykorzystujący potencjał intelektualny polskiego społeczeństwa.

Jeśli chodzi o kierunki geograficzne, skąd pochodziły inwestycje przyciągnięte przez Agencję widać, że podążają torem wyznaczonym w dokumentach strategicznych, co z kolei związane jest z globalnymi tendencjami dotyczącymi

głównych inwestorów na świecie. W latach 2003-2010 najwięcej inwestorów polska API zdołała przyciągnąć z USA, Japonii, Niemiec, Korei Południowej, z Wielkiej Brytanii, Francji, Chin, Hiszpanii, Szwecji, Holandii i z Indii.

Najwięcej miejsc pracy utworzyły firmy amerykańskie, firmy z Korei Południowej, w głównej mierze dzięki inwestycjom koncernu LG oraz firmom, które podążyły za nim, firmy japońskie, niemieckie i brytyjskie.

Biorąc pod uwagę rozlokowanie geograficzne inwestycji w Polsce to najwięcej projektów Agencja skierowała do województwa dolnośląskiego – 88 (spory udział w tym miały inwestycje LG i firm za nią podążających), następnie mazowieckiego – 40, łódzkiego – 31, małopolskiego – 27, śląskiego – 26 projektów, zachodniopomorskiego i pomorskiego 22 projektów, kujawsko-pomorskiego – 19. Do pozostałych województw trafiło znacznie mniej inwestorów, a do dwóch – lubelskiego i świętokrzyskiego po jednym. Projekty kierowane są do województw wysoko rozwiniętych, mało uwagi poświęca się tym słabszym, które wymagają kapitału zagranicznego do dalszego rozwoju i nadganiania zaległości w stosunku do województw z innych regionów Polski.

Zakończenie

Podsumowując powyższe rozważania należy dość pozytywnie ocenić działania Polskiej Agencji Informacji i Inwestycji Zagranicznych w kontekście zrealizowanych projektów. Co prawda, ich ilość nie jest bardzo duża, szczególnie porównując do innych agencji, jednak należy zauważyć, że w kolejnych latach, pomimo kilku zawirowań, tendencja jest raczej wzrostowa. Podobnie wygląda sytuacja, jeśli chodzi o wartość przyciąganych inwestycji. Jednak wartość kapitału przyciągniętego przez PAIiIZ stanowi nieduży procent wszystkich zrealizowanych w Polsce inwestycji. Agencja interesuje się tylko największymi projektami o znaczeniu strategicznym, nie obsługując inwestorów mniejszych, którzy również mają istotne znaczenie dla gospodarki.

Inwestycje zrealizowane przy udziale PAIiIZ wpisują się w wyznaczone przez nią cele, przyczyniają się do podnoszenia konkurencyjności gospodarki, odznaczają się wysoką produktywnością, tworzą dużą wartość dodaną, a także miejsca pracy. Pomimo iż wiele z utworzonych stanowisk pracy to stanowiska produkcyjne, cieszy fakt, że coraz więcej z nich tworzonych jest w sektorze usługowym. Agencja powinna wykorzystać przewagi Polski związane z wysokimi kwalifikacjami społeczeństwa i niskimi kosztami pracy w stosunku do krajów wysoko rozwiniętych i przyciągać coraz więcej tego typu projektów, tym bardziej, że Polska już staje się jedną z głównych destynacji inwestycji z sektora BPO w Europie, ale także może konkurować z krajami pozaeuropejskimi. Taka sytuacja w dużej mierze może ułatwić zadania Agencji.

Podobnie ułatwioną sytuację PAIiIZ ma z sektorami, które tradycyjnie kojarzą się z Polską, np. motoryzacją (chociaż należy tutaj zauważyć, że w kilku przypadkach w tym sektorze Polska przegrała walkę o inwestora z konkurentami z Czech i Słowacji). Ponadto przyciągnięcie jednego dużego inwestora może spowodować „łańcuszek" kolejnych, którzy zostaną ściągnięci przez niego, jak to miało miejsce w przypadku LG Philips LCD, który ściągnął swoich poddostawców do Polski. Dzięki tej sytuacji na Dolnym Śląsku powstał klaster LG. Agencja co prawda w swoich celach nie zakłada tworzenia klastrów, jednak na świecie jest to obecnie spore wyzwanie dla API i tym samym wyzwanie na przyszłość dla PAIiIZ. Duże wyzwania stoją przed Agencją także w sektorach, które dotychczas nie były przedmiotem wielu inwestycji w Polsce: w biotechnologii czy odnawialnych źródłach energii.

Negatywnie należy ocenić natomiast fakt, że Agencja nie przyczynia się do wyrównywania poziomu rozwoju poszczególnych województw zgodnie z zasadą zrównoważonego rozwoju. Projekty kierowane są przede wszystkim do regionów dobrze rozwiniętych, w których inwestorzy i tak sami chętnie lokują działalność, a województwa słabiej rozwinięte rzadko są brane pod uwagę. W dużej mierze decyzje takie podyktowane są wymaganiami inwestorów, ale nie zawsze. W takich przypadkach rodzi to duże wyzwania dla Agencji, której zadaniem powinno być promowanie i przedstawianie atrakcyjnej oferty regionów słabiej rozwiniętych i kierowanie do nich inwestorów.

Literatura

Charlton A., Davis N.: Does Investment Promotion Work? „The B.E. Journal of Economic Analysis & Policy" 2007, Vol. 7.

Listy projektów zrealizowanych przez Polską Agencję Informacji i Inwestycji Zagranicznych S.A. w latach 2003-2010.

Wells L.T., Wint A.G.: Marketing a Country. Promotion as a Tool for Attracting Foreign Investment. Revised Edition. Occasional Paper 13, FIAS, World Bank, Washington 2000.

Zagraniczne inwestycje bezpośrednie w Polsce w 2003 roku. NBP, Warszawa 2004.

Zagraniczne inwestycje bezpośrednie w Polsce w 2004 roku. NBP, Warszawa 2005.

Zagraniczne inwestycje bezpośrednie w Polsce w 2005 roku. NBP, Warszawa 2007.

Zagraniczne inwestycje bezpośrednie w Polsce w 2006 roku. NBP, Warszawa 2008.

Zagraniczne inwestycje bezpośrednie w Polsce w 2007 roku. NBP, Warszawa 2009.

Zagraniczne inwestycje bezpośrednie w Polsce w 2008 roku. NBP, Warszawa 2010.

Zagraniczne inwestycje bezpośrednie w Polsce w 2009 roku. NBP, Warszawa 2011.

Zagraniczne inwestycje bezpośrednie w Polsce w 2010 roku. NBP, Warszawa 2012.

THE RESULTS OF THE ACTIVITIES OF THE POLISH INFORMATION AND FOREIGN INVESTMENT AGENCY IN ATTRACTING FOREIGN INVESTORS IN THE YEARS 2003-2010 – AN ATTEMPT TO ASSESS

Summary

Intense competition for foreign direct investment (FDI) in the world made most countries to establish foreign investment promotion agencies (IPA). Effective agency can be a big advantage in attracting foreign capital into the country.

IPA can be assessed in terms of projects completed, quality of projects or opinion in the eyes of investors and business partners. The article presents the results of qualitative and quantitative analysis of projects lured by Polish Information and Foreign Investment Agency between 2003 and 2010.

Bartosz Michalski
Uniwersytet Wrocławski

ANTYKONKURENCYJNE PRAKTYKI BIZNESOWE W HANDLU MIĘDZYNARODOWYM. TEORETYCZNA ANALIZA PRZYPADKU KARTELI EKSPORTOWYCH

Wprowadzenie

Intensyfikacja współpracy gospodarczej oznacza położenie silnego akcentu na znoszenie ograniczeń dla wymiany międzynarodowej oraz przepływ mobilnych czynników produkcji (zwłaszcza kapitału). Należy jednak pamiętać, że liberalizacja nie oznacza przyzwolenia na dominację mechanizmu rynkowego w sferach, które były spod jego oddziaływania wyłączone. Przeciwnie, umiejętność zarządzania logiką przemian i kształtowania ładu musi zakładać nowe możliwości oddziaływania ze strony aktorów publicznych poprzez ustanowienie dopasowanych do bieżącej sytuacji i niesionych przez nią wyzwań rozwiązań instytucjonalnych.

Dowodem na słuszność tego podejścia są działania podejmowane przez międzynarodowe organizacje gospodarcze. Zauważalna jest tutaj cicha rywalizacja wyrażająca się w ich aspiracjach do przejęcia roli głównego kreatora ładu międzynarodowego. Tym samym, dyskusja nad rozwiązaniami stymulującymi wzrost wymiany handlowej uwzględnia także kwestie pokrewne, które mogą okazać się ukrytymi barierami wynikającymi ze specyficznych rozwiązań prawnych i odmiennej filozofii ich stosowania. Jedną z takich sfer jest polityka konkurencji, która w zależności od przyjętej optyki może być zestawem reguł z jednej strony sprzyjających rozwojowi wymiany międzynarodowej (promując przejrzyste reguły rywalizacji), z drugiej w pewnych sytuacjach ten rozwój ograniczających (zakazując pewnych zachowań).

W tym kontekście dylematem pozostaje kwestia, czy społeczność międzynarodowa jest zainteresowana wzrostem dobrobytu (jako konsekwencją intensyfikacji powiązań handlowych i finansowych) niejako niezależnie od jego strukturalnych uwarunkowań, czy może jednak koniecznym byłoby wypracowanie uniwersalnego zestawu reguł (instytucji), które określałyby pożądany model funkcjonowania gospodarki światowej.

Dyskusja ta nabiera szczególnego znaczenia w dobie kryzysu i fazie zwalczania jego konsekwencji poprzez próby przywrócenia gospodarek na ścieżkę trwałej ekspansji. Doraźność działań stymulacyjnych spycha na dalszy plan rozwiązania systemowe, determinujące trwałość systemu (tzw. tyrania krótkiego okresu). Warto w tym kontekście zwrócić szczególną uwagę na rozumienie konkurencji jako procesu dynamicznej rywalizacji o rzadkie zasoby i ich optymalną alokację, który uznaje się za pożądany w czasach prosperity, ale podczas recesji uznawany za główne źródło problemów (m.in. z uwagi na konieczność restrukturyzacji, o której w okresie boomu rzadko się wspomina).

Taka chwiejność postaw skutkuje nieco paradoksalną politycyzacją polityki konkurencji, którą należy rozumieć jako dyskrecjonalne, nastawione na osiągnięcie krótkoterminowych korzyści „reformowanie" oraz (re)interpretowanie obowiązujących reguł, których celem jest ochrona mechanizmu konkurencji przed wyeliminowaniem, ograniczeniem lub zniekształceniem. Biorąc pod uwagę fakt, że współczesne zjawiska kryzysowe dawno przestały mieć swój stricte narodowy charakter, należałoby oczekiwać konsekwentnej współpracy na arenie międzynarodowej (stabilizacja gospodarcza jako globalne dobro publiczne). Wydaje się to jednak mało prawdopodobne z uwagi na anarchiczność stosunków międzynarodowych – „[…] jeśli każde państwo jest zmuszone troszczyć się o siebie, nikt nie jest w stanie dbać o system"[1]. Skutkuje to pojawieniem się rozdźwięku między tym, co ekonomicznie uzasadnione, a tym, co politycznie konieczne.

Racjonalne w takiej sytuacji jest więc, iż w okresie spowolnienia pojawi się polityczne przyzwolenie m.in. dla tworzenia i wspierania karteli eksportowych (nazywanych niekiedy także mianem kryzysowych), gdyż ich efektywność może przynieść danej gospodarce korzyść w postaci wzmocnienia przewagi i pozycji konkurencyjnej. Fenomen ten zasługuje na uwagę. Można go dokładniej przeanalizować przy wykorzystaniu wybranych koncepcji wchodzących w skład nurtu nowej ekonomii instytucjonalnej (NEI). W tym celu skoncentrowano się na teoretycznym ujęciu problemu kartelizacji odnosząc się kolejno do dorobku klasycznej myśli ekonomicznej oraz możliwości zastosowania wybranych teorii z zakresu NEI.

1. Kartel w ekonomii klasycznej

Jednym z fundamentów ekonomii klasycznej jest założenie o racjonalności podmiotów gospodarujących. W modelowym ujęciu przyjmuje się, że istnieje stan pełnej wiedzy o możliwych scenariuszach działania, które przy spełnieniu wymogów racjonalności operacyjnej przyniosą pożądany efekt (będący jednocześnie kolejnym założeniem) w postaci maksymalizacji użyteczności (ko-

[1] K. Waltz: Struktura teorii stosunków międzynarodowych. Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2010, s. 113.

rzyści). Wyrazem tej racjonalności jest m.in. dążenie do funkcjonalnej specjalizacji pracy, której konsekwencją jest konieczność zaakceptowania istniejących i powiększających się współzależności. By podział ten był stabilny i trwały, musi mu towarzyszyć przekonanie (poparte konkretnymi efektami), że współpraca jest korzystna dla każdej strony. Opierając się na takim schemacie myślowym możliwe staje się stwierdzenie, że „niewidzialna ręka rynku" koordynuje egoizm jego uczestników i przyczynia się do systematycznej poprawy dobrobytu (ignorując tym samym specyfikę tzw. błędu złożenia, tj. sytuacji, w której racjonalne decyzje mikroekonomiczne nie zawsze przekładają się na racjonalność makro). Analizując problem z perspektywy międzynarodowej racjonalne jest więc, by na świecie istniał wolny handel, gdyż tylko tak uda się maksymalizować wspólną funkcję celu.

Zasadniczy problem takiego ujmowania procesów ekonomicznych polega na tym, że towarzyszy mu silna idealizacja, która z kolei mocno ogranicza wartość eksplikacyjną modelu. Po pierwsze, dzieje się tak dlatego, iż stan pełnej wiedzy jest nieosiągalny zarówno z perspektywy możliwości dotarcia do danych, ich percepcji, jak i kompleksowego przetworzenia. Po drugie zaś, nawet gdyby podmioty gospodarujące dysponowały pełną wiedzą, sytuacja taka – i na to modele klasyczne wskazują – skutkowałaby równowagą przy zerowym zysku ekonomicznym (jako niezamierzonym rezultacie działań), w konsekwencji brakiem motywacji do zmiany tego stanu, a więc brakiem konkurencji. Dla współczesnej ekonomii jest jednak czymś zupełnie oczywistym, że konkurencja opiera się (nawiązując F. Hayeka[2]) na odkrywaniu wiedzy, a zatem rywalizacji o osiągnięcie pełniejszego stanu wiedzy (tzw. racjonalność intencjonalna) i tym samym względnie trwałej przewagi nad konkurentami.

Opierają się na takich spostrzeżeniach możliwa staje się diagnoza problemu kartelu. Jej sedno tkwi w wykorzystaniu koncepcji (sub)racjonalności. Sam kartel jest bowiem w ujęciu mikroekonomicznym działaniem racjonalnym[3], co wynika z faktu, iż przedsiębiorstwa, które go utworzyły, dążą do osiągnięcia poziomu niezerowych zysków, które zapewniłyby im w pierwszej kolejności przetrwanie na rynku oraz – rozpatrując tę kwestię w długim okresie – dałyby możliwość finansowania ekspansji i zwiększania potencjału w koalicji z partnerami, która uprawdopodabniałaby spodziewany wynik. Ten drugi element oznacza z kolei, że kartel jest i w większości przypadków musi być rozwiązaniem nietrwałym, nieuchronny bowiem staje się konflikt w zakresie podziału korzyści[4].

---

[2] F. Hayek: Indywidualizm i porządek ekonomiczny. Wydawnictwo Znak, Kraków 1998, s. 105. Idem: Competition as a Discovery Procedure. „The Quarterly Journal of Austrian Economics" 2002, Vol. 5, No. 3, s. 9-23.

[3] Autor abstrahuje tutaj od prawnego (kartel jako praktyka nielegalna), jak i moralnego wymiaru tego zagadnienia.

[4] M.C. Levenstein, V.Y. Suslow: What Determines Cartel Success? „Journal of Economic Literature" 2006, Vol. XLIV, s. 43-95.

W przypadku karteli eksportowych racjonalność ich tworzenia i funkcjonowania wynika ze świadomości posiadania unikatowych przewag (dostępu do specyficznych aktywów) powstałych na skutek wąskiej specjalizacji i międzynarodowego podziału pracy. Jeśli więc międzynarodowy ład gospodarczy oparty jest na imperatywie współpracy, to opłacalne (racjonalne) jest tę naczelną zasadę łamać, tym bardziej, iż w warunkach braku powszechnie akceptowanych oraz konsekwentnie wdrażanych rozwiązań instytucjonalnych mało prawdopodobna jest skuteczna reakcja ze strony powołanego specjalnie w tym celu podmiotu. Ponadto, nawiązując do K. Waltza[5], nawet gdyby taki podmiot istniał, towarzyszyłaby mu chęć przejęcia kontroli nad nim, by w sposób selektywny, a korzystny i racjonalny z punktu widzenia narodowych interesów, prowadzić działania wymierzone w tego typu praktyki.

2. Analiza problemu kartelizacji w świetle nowej ekonomii instytucjonalnej

Bogaty dorobek nurtu, jakim jest NEI, stanowi odpowiedź na podstawowy zarzut wysuwany wobec ekonomii (neo)klasycznej traktującej przedsiębiorstwo jako tzw. czarną skrzynkę. Ujmując problem nieco szerzej, NEI przyjmuje założenie racjonalności ekonomicznej[6] i zajmuje się analizą instytucji życia społeczno-polityczno-gospodarczego, systemów społeczno-ekonomicznych i ich wpływem na zmiany w funkcjonowaniu gospodarki. Fundamentem NEI[7] są teoria kosztów transakcyjnych, teoria praw własności oraz teoria wyboru publicznego[8].

W ujęciu pierwszej z nich fenomen istnienia przedsiębiorstwa wynika z faktu, iż określone typy działań, kluczowe dla maksymalizowania nadwyżki ekonomicznej, mogą być internalizowane[9]. Oznacza to, że mechanizm rynkowy sam w sobie, patrząc z perspektywy mikroekonomicznej, nie generuje optymal-

---

[5] „Państwa nie mogą powierzyć kompetencji zarządczych instytucji centralnej, jeśli nie jest ona w stanie chronić państw znajdujących się w jej pieczy. Im silniejsi podopieczni i im bardziej potęga każdego z nich wydaje się zagrażać pozostałym, tym więcej potęgi trzeba skupić w centrum, a im większa potęga centrum, tym większa motywacja państw, aby walczyć o kontrolę nad nim". K. Waltz: Op. cit., s. 115.

[6] B. Klimczak: Uwagi o powiązaniach między standardową ekonomią i nową ekonomią instytucjonalną. W: Nowa ekonomia instytucjonalna. Aspekty teoretyczne i praktyczne. Red. S. Rudolf. WSEiA, Kielce 2005, s. 11-25, a także A. Ząbkowicz: Współczesna ekonomia instytucjonalna wobec głównego nurtu ekonomii. „Ekonomista" 2003, nr 6, s. 795-824.

[7] Z uwagi na objętość artykułu musiano się ograniczyć jedynie do trzech wskazanych.

[8] E.G. Furubotn, R. Richter: Institutions and Economic Theory. The Contribution of the New Institutional Economics. The University of Michigan Press, 2003, s. 39-178 oraz 265-412.

[9] Zob. szerzej R.H. Coase: The Nature of the Firm. „Economica" 1937, Vol. 4, No. 16, s. 386-405.

nych rozwiązań. Skoro więc taniej i efektywniej jest realizować pewne działania na podstawie zaplanowanej koordynacji mającej miejsce wewnątrz przedsiębiorstwa, to możliwe (i racjonalne!) staje się ustanowienie takiego systemu nierynkowej koordynacji przez przedsiębiorstwa zainteresowane wyłączeniem/ograniczeniem konkurencji. Dzieje się tak dlatego, iż konieczność zachowania czujności wobec konkurentów oznacza podejmowanie działań nieuchronnie generujących nowe koszty transakcyjne (system pozyskiwania informacji o rynku, redefinicja strategii/modelu biznesowego)[10]. Zawarcie nieformalnego (nielegalnego z punktu widzenia prawa ochrony konkurencji) porozumienia ograniczającego/eliminującego rywalizację rynkową (eliminującego niepewność) oznacza, że poprzez ustalony mechanizm koordynacji[11] eliminowana/minimalizowana jest konieczność ponoszenia określonych typów kosztów. Nie ma tutaj znaczenia, iż stratni są na tym konsumenci, zainteresowani – tradycyjnie rzecz ujmując – wyższą jakością przy niższej cenie. Kluczowy jest fakt, iż zaangażowane w takie porozumienie przedsiębiorstwa maksymalizują własną funkcję celu. Przewrotnie rzecz ujmując, pomysł zawarcia porozumienia antykonkurencyjnego – zakładając amoralność oraz racjonalność uczestników rynku – niczym nie różni się od „normalnych" działań, świadczących o rozwiniętym talencie przedsiębiorczości (przedsiębiorstwo to innowacja instytucjonalna[12]), których celem jest podniesienie efektywności firmy i generowanie wyższych zysków (quasi-renty monopolowej) w długim okresie.

Przenosząc analizę na poziom międzynarodowy, funkcjonowanie karteli eksportowych wynika z niekompletności i niespójności procesów liberalizacyjnych we współczesnej gospodarce światowej. Jak już wspomniano wcześniej, nie istnieje żadna ogólnoświatowa instytucja, której celem byłoby konsekwentne zwalczanie praktyk antykonkurencyjnych. Ponadto skala transakcji zawieranych na międzynarodowych rynkach pogłębia ich nieprzejrzystość (niemożność pozyskania kompletnej informacji), co z kolei generuje nowe koszty transakcyjne (niepewność)[13]. Zatem przedsiębiorstwa, które jako pierwsze dostrzegą możliwość internalizacji określonych procesów, np. poprzez ustanowienie mechanizmów koordynacji, osiągną dzięki temu rozwiązaniu wymierne korzyści.

---

[10] J. Małysz: Instytucje a koszty transakcyjne w świetle neoinstytucjonalnej ekonomii. „Ekonomista" 2003, nr 3, s. 325-328.

[11] Jeśli przedsiębiorstwo to wiązka kontraktów, to porozumienie wymierzone w konkurencji jest tylko kolejnym kontraktem, który należy i opłaca się wypełniać.

[12] B. Klimczak: Op. cit., s. 19.

[13] Związany jest z tym także fenomen konkurencji globalnej, w ramach której rywalizujące podmioty nie znają nawet wszystkich swoich konkurentów, gdyż z uwagi na charakter produktwanych dóbr/świadczonych usług oraz efektywność kanałów transportowych i komunikacyjnych odbiorca ma możliwość znalezienia optymalnej oferty nie będąc ograniczonym czynnikami geograficznymi.

W przypadku analizy zagadnienia kartelu w ujęciu teorii praw własności należy pamiętać o immanentnym dążeniu do zawłaszczania korzyści wynikających z posiadania specyficznych aktywów, co przekłada się także na możliwości działań nie tylko zorientowanych na zysk (profit-seeking), lecz także na dodatkową rentę[14] (rent-seeking). Przedsiębiorstwo jako całość oraz zatrudnieni w nim pracownicy dążą do maksymalizacji efektów z posiadanej wiedzy. Dynamiczny rozwój technologiczny i idąca z nim w parze specjalizacja umożliwiają podjęcie działań oportunistycznych wobec innych uczestników procesu rynkowego (nielegalnych z perspektywy prawa ochrony konkurencji). Ponadto, warto tu także pamiętać o pozycji samych menedżerów zarządzających przedsiębiorstwem. Może się bowiem okazać, iż korporacja[15], patrząc z perspektywy procesów zarządzania, jest jako całość niedostatecznie przejrzysta (słabość nadzoru właścicielskiego, rozproszenie i oddzielenie własności od zarządzania[16]), co umożliwia zatrudnionym działania ukierunkowane na własne korzyści przy jednoczesnym zapewnieniu zysków satysfakcjonujących (problem efektywnej kontroli i asymetrii informacji; zob. teoria agencji) dla właściciela. Wiedza na temat istnienia kartelu jest nierzadko ograniczona do wąskiego kręgu osób, cementowanego wspólnym celem (wyższe zyski firmy = wyższe wynagrodzenie), posiadaniem unikatowego aktywu w postaci zaawansowanej wiedzy („częściowo wynajmowanej" przedsiębiorstwu), nieformalnych kontaktów oraz aktywów niematerialnych będących własnością samego przedsiębiorstwa (patenty, licencje, prawa autorskie). Jeśliby uwzględnić przy tym tendencje zauważalne we współczesnej wymianie międzynarodowej, tj. rosnącą intensywność wykorzystania zaawansowanej wiedzy technicznej oraz menedżerskiej, prawdopodobieństwo powoływania do życia kolejnych karteli jest stosunkowo wysokie, tym bardziej, iż wiele branż charakteryzuje się strukturą oligopolu, zatem małe rozproszenie siły rynkowej stanowi silną zachętę do działań antykonkurencyjnych.

Trzecie fundamentalne dla NEI podejście – teoria wyboru publicznego – kładzie z kolei akcent na mikroekonomiczną motywację działań szerszych zbiorowości. W odniesieniu do problemu karteli pojawia się pytanie, czy istnieje określone zapotrzebowania na regulacje prawne, które wyposażałyby wybrane

[14] Zob. szerzej A.O. Krueger: The Political Economy of the Rent-Seeking Society. „The American Economic Review" 1974, Vol. 64, No. 3, s. 291-303.

[15] A. Peszko: Teoretyczne przesłanki rozwoju korporacji transnarodowych w świetle klasycznej ekonomii i nowej ekonomii instytucjonalnej. W: Nowa ekonomia instytucjonalna. Teoria i zastosowania. Op. cit., s. 137-155.

[16] Idem: Nadzór korporacyjny w świetle nowej ekonomii instytucjonalnej. W: Nowa ekonomia instytucjonalna. Op. cit., s. 79-94 oraz E.F. Fama, M.C. Jensen: Separation of Ownership and Control. „Journal of Law and Economics" 1983, Vol. XXVI.

instytucje w kompetencje. Polityczny proces tworzenia tych rozwiązań jest wypadkową oddziaływań mających swoje źródło w funkcjonowaniu grup interesu. Głównymi, najbardziej widocznymi agentami, są tutaj politycy oraz reprezentanci władzy wykonawczej. Z jednej strony są oni poddani presji na kształtowanie takiego typu regulacji, które będą zgodne z szeroko rozumianym interesem społecznym (efektywnie działający mechanizm konkurencji można uznać za taki cel, gdyż konsument jest zainteresowany korzystnymi efektami, jakie ten proces z jego mikroperspektywy generuje), z drugiej zaś są powiązani (związki towarzyskie, zawodowe) z przedstawicielami sfery biznesu. Przyjęcie określonych regulacji prawnych odnoszących się do problematyki kartelu jest zatem wyrazem kompromisu, choć zgodnie ze specyfiką wyboru publicznego dominująca grupa jest w stanie przeforsować przepis prawny, którego negatywne implikacje przewyższą pozytywne rezultaty[17]. Dzieje się tak w przypadku małych, lecz dobrze zorganizowanych grup, które są w stanie zapewnić konkretnym środowiskom politycznym realne korzyści[18].

Fenomen ten tłumaczy, dlaczego większość przyjmowanych regulacji to rozwiązania suboptymalne, będące przeszkodą w osiągnięciu maksymalnej efektywności i potencjału wzrostu całego systemu społecznego-gospodarczego. Kartel w takim ujęciu jest instrumentem osiągania strategicznych korzyści politycznych (ochrona branży przed nadmierną restrykcyjnością prawa, co przekłada się na poparcie wyborcze) oraz maksymalizacji interesu narodowego (eksport po cenach wyższych w porównaniu z wolnorynkowymi oznacza większe przychody i możliwość poprawy salda bilansu handlowego). Silniejsze przedsiębiorstwa korzystające z internalizacji przewag konkurencyjnych poprzez współpracę z potencjalnymi rywalami są jednocześnie kluczowym elementem dla poprawy konkurencyjności gospodarki i uzyskania większego udziału w puli korzyści, jakie generuje handel międzynarodowy. Widać zatem, że dominacja korporacji w generowaniu strumieni współczesnej wymiany jest tylko po części zasługą określonego modelu zarządzania. Nie mniej ważne jest ukryte wsparcie ze strony rządu dla ich ekspansji na zagraniczne rynki. Jednym ze scenariuszy może być nieformalne przyzwolenie na istnienie kartelu eksportowego, tym bardziej prawdopodobne, gdy popyt na określone dobro spada i należy zadbać o „właściwą" redystrybucję zysków i strat[19].

---

[17] K. Tarnawska: Znaczenie ponadnarodowych grup nacisku w kształtowaniu polityki ekonomicznej Unii Europejskiej. UE, Kraków 2010, s. 13.

[18] G. Becker: A Theory of Competition Among Pressure Groups for Political Influence. „The Quarterly Journal of Economics", Vol. 98, No. 3.

[19] A. Budnikowski: Międzynarodowe stosunki gospodarcze. PWE, Warszawa 2006, s. 246.

Zakończenie

Rozpatrywana w dłuższym okresie strategiczna rywalizacja państw o osiągnięcie w długim czasie korzyści wzmacniających potencjał konkurencyjny nie jest praktycznie niczym ograniczona. Współpraca w kształtowaniu reguł ładu instytucjonalnego jest bardziej czymś wyjątkowym niż powszechną praktyką, nawet jeśli współczesne doświadczenia i towarzysząca im polityczna narracja zdają się przeczyć tej opinii.

Ewoluujące stopniowo reguły są motywacją do rozwijania nowych form wsparcia dla krajowej gospodarki. Jedną z nich są kartele, których istnienie wynika z wielu teoretycznych przesłanek przedstawionych w toku powyższego wywodu – zarówno tych o charakterze stricte mikroekonomicznym, jak i związanych z priorytetami krajowej polityki gospodarczej oraz międzynarodowej ekonomii politycznej. Rzeczywiste działania korporacji i rządów odbiegają zatem od wyidealizowanych modeli. Rzecz jasna nie oznacza to zarzucenia refleksji na problematyką ładu w gospodarce światowej w warunkach liberalizacji handlu. Uzasadniony jest zatem pogląd, iż ład ten z reguły będzie kształtowany zgodnie z wolą największych aktorów, pomiędzy którymi będą zachodzić przesunięcia relatywnej siły wpływu na kształt przyjmowanych zasad, a co za tym idzie zmiany paradygmatów charakterystycznych dla współczesnego dyskursu zarówno naukowego, jak i politycznego.

Literatura

Becker G.: A Theory of Competition Among Pressure Groups for Political Influence. „The Quarterly Journal of Economics", Vol. 98, No. 3.

Budnikowski A.: Międzynarodowe stosunki gospodarcze. PWE, Warszawa 2006.

Coase R.H.: The Nature of the Firm. „Economica" 1937, Vol. 4, No. 16.

Fama E.F., Jensen M.C.: Separation of Ownership and Control. „Journal of Law and Economics" 1983, Vol. XXVI.

Furubotn E.G., Richter R.: Institutions and Economic Theory. The Contribution of the New Institutional Economics. The University of Michigan Press, 2003.

Hayek F.: Competition as a Discovery Procedure. „The Quarterly Journal of Austrian Economics" 2002, Vol. 5, No. 3.

Hayek F.: Indywidualizm i porządek ekonomiczny. Wydawnictwo Znak, Kraków 1998.

Klimczak B.: Uwagi o powiązaniach między standardową ekonomią i nową ekonomią instytucjonalną. W: Nowa ekonomia instytucjonalna. Aspekty teoretyczne i praktyczne. Red. S. Rudolf. WSEiA, Kielce 2005.

Krueger A.O.: The Political Economy of the Rent-Seeking Society. „The American Economic Review" 1974, Vol. 64, No. 3.

Levenstein M.C., Suslow V.Y.: What Determines Cartel Success? „Journal of Economic Literature" 2006, Vol. XLIV, March.

Małysz J.: Instytucje a koszty transakcyjne w świetle neoinstytucjonalnej ekonomii. „Ekonomista" 2003, nr 3.
Peszko A.: Nadzór korporacyjny w świetle nowej ekonomii instytucjonalnej. W: Nowa ekonomia instytucjonalna. Aspekty teoretyczne i praktyczne. Red. S. Rudolf. WSEiA, Kielce 2005.
Peszko A.: Teoretyczne przesłanki rozwoju korporacji transnarodowych w świetle klasycznej ekonomii i nowej ekonomii instytucjonalnej. W: Nowa ekonomia instytucjonalna. Teoria i zastosowania. Red. S. Rudolf. WSEiA, Kielce 2009.
Tarnawska K.: Znaczenie ponadnarodowych grup nacisku w kształtowaniu polityki ekonomicznej Unii Europejskiej. UE, Kraków 2010.
Waltz K.: Struktura teorii stosunków międzynarodowych. Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2010.
Ząbkowicz A.: Współczesna ekonomia instytucjonalna wobec głównego nurtu ekonomii. „Ekonomista" 2003, nr 6.

ANTICOMPETITIVE BUSINESS AGREEMENTS IN THE INTERNATIONAL TRADE. THEORETICAL ANALYSIS OF THE CASE OF EXPORT CARTELS

Summary

The article embarks on the theoretical analysis of motives related to anticompetitive practices basing on the case of export cartels. Critical assessment of the explicative value of classical models attracts Author's attention to the new institutional economics what leads as a result towards an attempt to adapt selected theories (transaction cost theory, property rights theory, public choice theory) to the phenomenon of cartels in the international trade as well as to the issue of stumbling blocks for cooperation as far as fighting against such practices is concerned.

Aleksandra Nizielska
Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

DYSTANS PSYCHICZNY WE WSPÓŁCZESNEJ TEORII INTERNACJONALZIACJI PRZEDSIĘBIORSTW

Wprowadzenie

Internacjonalizacja przedsiębiorstw we współczesnej rzeczywistości gospodarczej nabiera coraz większego tempa. Przyczyniają się do tego różnorodne zjawiska, są to m.in. globalizacja i regionalizacja działalności gospodarczej oraz integracja ekonomiczna. Nowego znaczenia nabiera problem identyfikacji czynników wpływających na podejmowanie przez przedsiębiorstwo działalności za granicą, jednym z nich jest dystans psychiczny.

Celem opracowania jest zaprezentowanie wybranych, w szczególności prezentujących znaczenie dystansu psychicznego, teorii internacjonalizacji przedsiębiorstw. Przedstawione zostanie również pojęcie dystansu psychicznego oraz dokonany zostanie przegląd technik jego pomiaru.

1. Współczesne teorie internacjonalizacji przedsiębiorstw

Zainteresowanie procesem internacjonalizacji spowodowało, że różni badacze wypracowali różne sposoby ujęcia tego problemu, budując różne koncepcje, modele i teorie. Do lat 60. XX wieku w literaturze ekonomicznej zajmującej się umiędzynarodowieniem dominowały rozważania nad stosunkami między gospodarkami narodowymi, a więc podejście makroekonomiczne. W ostatnim półwieczu, w warunkach rosnącej ekspansji przedsiębiorstw w formie eksportu, rosnącego bezpośredniego zaangażowania przedsiębiorstw na rynkach zagranicznych oraz rosnącego zróżnicowania form ekspansji przedsiębiorstw na rynki zagraniczne, pojawiło się wiele nowych teorii[1].

[1] M.K. Witek-Hajduk: Strategie internacjonalizacji polskich przedsiębiorstw w warunkach akcesji Polski do Unii Europejskiej. SGH, Warszawa 2010, s. 25.

Zdaniem J. Misali, teorie internacjonalizacji przedsiębiorstw stanowią część składową szerzej rozumianej teorii międzynarodowej wymiany gospodarczej. Teoria międzynarodowej wymiany gospodarczej, obejmująca teorie handlu międzynarodowego oraz teorie międzynarodowej migracji czynników wytwórczych, reprezentuje podejście do internacjonalizacji z punktu widzenia międzynarodowych stosunków gospodarczych. Problematyką internacjonalizacji, lecz z punktu widzenia gospodarki światowej jako całości, zajmuje się także teoria lokalizacji działalności gospodarczej[2].

Z kolei K. Przybylska wyróżnia teorie: handlu międzynarodowego, bezpośrednich inwestycji zagranicznych, międzynarodowych sieci korporacyjnych, etapowego rozwoju międzynarodowego przedsiębiorstwa[3].

Problematyka internacjonalizacji przedsiębiorstwa na stałe zagościła w badaniach i literaturze dopiero na początku lat 60. XX wieku, poczynając od prac S. Hymera i C.P. Kindlebergera oraz teorii cyklu życia produktu zaproponowanej przez R. Vernona.

Wśród teorii ekonomicznych, które dokonują analizy internacjonalizacji na poziomie przedsiębiorstwa wyróżnia się m.in. teorie bezpośrednich inwestycji zagranicznych. Zalicza się do nich teorie reprezentujące tzw. nurt monopolu, teorie zaliczane do tzw. nurtu efektywności oraz teorie zaliczane do nurtu stanowiącego próbę połączenia nurtów monopolu i wydajności, do którego zalicza się eklektyczną teorię produkcji międzynarodowej opracowaną przez J.H. Dunninga[4].

W rozwoju badań nad umiędzynarodowieniem przedsiębiorstw istotne miejsce zajmują teorie etapowej internacjonalizacji, w tym model uppsalski, innowacyjne modele internacjonalizacji oraz inne teorie internacjonalizacji zakładające, że umiędzynarodowienie przedsiębiorstwa przebiega sekwencyjnie (w tym tzw. modele fińskie)[5]. Ze względu na fakt, że opisują one znaczenie dystansu psychicznego w procesie umiędzynarodowienia przedsiębiorstw, mają one kluczowe znaczenie. Teorie te głoszą, że proces internacjonalizacji przebiega sekwencyjnie, stopniowo.

Punktem wyjścia budowy koncepcji internacjonalizacji niekonwencjonalnej była krytyka modelu sekwencyjnego. Chodziło tu przede wszystkim o podważenie tezy o etapowym i kumulacyjnym charakterze umiędzynarodowienia przedsiębiorstwa. Internacjonalizacja niekonwencjonalna oznacza, że firma nie-

---

[2] J. Misala: Teorie biznesu międzynarodowego. W: Biznes międzynarodowy. Od internacjonalizacji do globalizacji. Red. M.K. Nowakowski. SGH, Warszawa 2005, s. 43.

[3] K. Przybylska: Proces internacjonalizacji przedsiębiorstwa w teorii ekonomicznej. „Zeszyty Naukowe WSE w Bochni" 2005, nr 3.

[4] W.J. Otta: Strategia przedsiębiorstwa. W: Przedsiębiorstwo na rynku międzynarodowym. Analiza strategiczna. Red. T. Gołębiowski. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1994.

[5] N. Daszkiewicz: Internacjonalizacja małych i średnich przedsiębiorstw we współczesnej gospodarce. Gdańsk 2004.

koniecznie kieruje ekspansję na rynki najbliższe z punktu widzenia dystansu psychicznego oraz że proces internacjonalizacji nie przechodzi po kolei przez poszczególne etapy zaproponowane w modelu uppsalskim. Przykładem teorii stanowiącej podważenie filozofii modelu sekwencyjnego jest koncepcja born global.

Zdaniem S. Reida, model sekwencyjny jest zbyt deterministyczny i ogólny. Badacz ten uważa, że proces internacjonalizacji lepiej wyjaśnia teoria kosztów transakcyjnych. Z kolei P.W. Turnbull podnosi zarzut, że trudno jest wyznaczyć wyraźne granice pomiędzy różnymi etapami procesu internacjonalizacji. Kolejna wątpliwość podnoszona w odniesieniu do modelu ewolucyjnego dotyczy faktu, że jego logika zawiera sugestię, iż internacjonalizacja jest procesem jednokierunkowym[6].

Podstawowym wyróżnikiem podejścia sieciowego (network approach) jest postrzeganie firmy jako fragmentu szerszego systemu wielu aktorów, którzy wzajemnie na siebie wpływają. Przyjęto, że sieć powiązań firmy jest kluczowym czynnikiem rozwoju i przyczynia się do realizacji długookresowych celów. Ważny wątek rozważań w podejściu sieciowym stanowi rola kontaktów formalnych i nieformalnych w procesie umiędzynarodowienia firmy. Stopień ich formalizacji różni się w poszczególnych krajach, co wskazuje na ich kulturowy kontekst[7].

2. Etapowe teorie internacjonalizacji firm

Dalszą część opracowania poświęcono przedstawieniu teorii etapowej internacjonalizacji przedsiębiorstw, opisującym rolę dystansu psychicznego w procesie umiędzynarodowienia firm.

Model sekwencyjny (Uppsala) opiera się na koncepcji wiedzy empirycznej. Autorami modelu uppsalskiego są J. Johanson, P.F. Wiedersheim Paul oraz J. Johanson i J.E. Vahlne. Przyjmuje się, że zachowanie przedsiębiorstwa w procesie internacjonalizacji jest zdeterminowane posiadaną przez nie wiedzą praktyczną. Najważniejszą tezą modelu uppsalskiego jest stwierdzenie, że proces internacjonalizacji ma charakter sekwencyjny, fazowy, etapowy, ewolucyjny lub stopniowy. Stąd też z założenia firma wchodzi na rynki zagraniczne stopniowo, wraz ze zwiększaniem wiedzy o tych rynkach w ciągu określonego czasu[8].

---

[6] M. Gorynia: Strategie zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw. PWE, Warszawa 2007, s. 73-75.

[7] Zachowanie przedsiębiorstwa w procesie internacjonalizacji. Podejście sieciowe. Red. K. Fonfara. PWE, Warszawa 2009.

[8] J. Johanson, P.F. Wiedersheim-Paul: The Internationalization of the Firm: four Swedish Cases. „Journal of Management Studies" 1975, No. 12 (3); J. Johanson., J.E. Vahlne: The Mechanism of Internationalization. „International Marketing Review" 1990, Vol. 7, No. 4.

Wspomniani badacze zauważyli, że postępowanie firm dokonujących ekspansji zagranicznej może mieć trzy charakterystyczne cechy:
- ekspansja jest poprzedzona sukcesem na rynku wewnętrznym i jest konsekwencją wielu decyzji podejmowanych w firmie; uważa się więc, że w modelu uppsalskim przyjmuje się perspektywę behawioralnej teorii firmy,
- ekspansja zazwyczaj rozpoczyna się od rynków położonych blisko, a dopiero później obejmuje rynki dalsze,
- wchodząc na obce rynki firmy najczęściej rozpoczynają od działań eksportowych, a dopiero po upływie pewnego czasu decydują się na działanie wymagające większego zaangażowania[9].

Jak już wspomniano, wybór rynków zagranicznych jest zdeterminowany występowaniem zjawiska „dystansu psychicznego". Nie jest ono z założenia związane z odległością geograficzną, ale z utrudnieniami z wchodzeniem firmy na rynek zagraniczny, dotyczącymi m.in. różnic kulturowych, politycznych itp. Przedsiębiorstwa wchodząc na obce rynki najczęściej rozpoczynają od działań eksportowych, a dopiero po upływie pewnego czasu decydują się na działania wymagające większego zaangażowania. Internacjonalizację przedsiębiorstwa rozumie się jako pewien proces rozwijający się w czasie. W ekspansji przedsiębiorstwa na rynek zagraniczny prócz dystansu psychicznego istotną rolę odgrywa także dystans fizyczny między rynkiem macierzystym przedsiębiorstwa a rynkiem zagranicznym, jest on zdeterminowany geograficzną odległością rynków zagranicznych.

W modelu uppsalskim wyróżniono cztery etapy internacjonalizacji:
- nieregularną działalność eksportowa-eksport sporadyczny,
- eksport poprzez niezależnych pośredników (agentów),
- utworzenie filii handlowej,
- utworzenie oddziału produkcyjnego[10].

Pierwotny model internacjonalizacji, według J. Johansona i P.F. Wiedersheima-Paula, został następnie rozbudowany przez J. Johansona i J.E. Vahlne, w efekcie czego nadano mu charakter dynamiczny. Aby wyjaśnić przyrostowy (incremental) charakter procesu internacjonalizacji J. Johanson i J.E. Wahlne sformułowali model dynamiczny, w którym efekt jednego cyklu działań internacjonalizacyjnych jest punktem wyjścia do podjęcia następnego cyklu. W podstawowym mechanizmie internacjonalizacji wyróżniono dwa aspekty zmiennych internacjonalizacji: aspekty stanu (state), czyli statyczne, i zmiany (change), czyli dynamiczne. Aspekty stanu to zaangażowanie na danym rynku (zaangażowanie zasobów na danym rynku zagranicznym) i wiedza o rynku zagranicznym i operacjach. Aspekty zmiany to decyzje o zaangażowaniu zasobów i wykonywanie bieżących działań.

---

[9] M. Gorynia, B. Jankowska: Klastry a międzynarodowa konkurencyjność i internacjonalizacja przedsiębiorstwa. Difin, Warszawa 2008, s. 78-79.

[10] Ei: Teorie internacjonalizacji. „Gospodarka Narodowa" 2007, nr 10, s. 22-23.

Pomimo krytyki modelu uppsalskiego, stanowił on inspirację dla wielu rozwinięć i kontynuacji. Cechą wspólną koncepcji nawiązujących do idei sekwencyjnego charakteru procesu ekspansji zagranicznej jest zaproponowanie odmiennych etapów internacjonalizacji. Przykładowo, S.T. Cavusgil wyróżnił trzy etapy internacjonalizacji: zaangażowanie eksperymentalne (experimental involvement), w którym przedsiębiorstwo ogranicza się głównie do eksportu, a działalność na rynkach zagranicznych jest marginalna, aktywne zaangażowanie (active involvement), w którym działalność przedsiębiorstwa w coraz większym stopniu absorbuje uwagę kierownictwa, a niewykorzystane moce produkcyjne są przeznaczone do realizacji zamówień eksportowych, trwałe, zaawansowane zaangażowanie (committed involvement), w którym przedsiębiorstwo zaczyna poszukiwać możliwości robienia interesów wszędzie, a nie tylko na wybranych rynkach[11].

Istotny wkład w wyjaśnienie wyboru formy wejścia na rynki zagraniczne wniósł model analizy kosztów transakcyjnych opracowany przez E. Anderson i H. Gatignona[12]. Model ten zakłada, że przy wyborze formy ekspansji na rynki zagraniczne przedsiębiorstwo powinno kierować się długoterminową efektywnością, której miarą jest długoterminowy zwrot z inwestycji z uwzględnieniem ryzyka związanego z daną formą wejścia, a podstawowym determinantem efektywności jest stopień kontroli przedsiębiorstwa nad przedsięwzięciem. Jedna z hipotez sformułowanych przez E. Anderson i H. Gatignon mówi, że w przypadku dużego dystansu psychicznego między krajem macierzystym a krajem goszczącym formy wejścia o niskim stopniu kontroli są bardziej efektywne niż te o średnim stopniu, formy wejścia o wysokim poziomie kontroli są bardziej efektywne niż te o średnim stopniu kontroli, przy czym formy wejścia o wysokim stopniu kontroli są bardziej efektywne tylko wtedy, gdy pojawiają się istotne przewagi związane z daną formą ekspansji.

Kolejną koncepcję modelu sekwencyjnego zaproponowali W.J. Bilkley i G. Tesar. Wyróżnione w tej koncepcji fazy internacjonalizacji są oparte na kombinacji kilku następujących kryteriów: długości doświadczenia eksportowego, wielkości eksportu jako odsetka sprzedaży, liczbie i rodzaju krajów – rynków docelowych. Zgodnie z tą koncepcją proces internacjonalizacji składa się z następujących etapów:

- kierownictwo firmy w ogóle nie jest zainteresowane eksportem,
- przedsiębiorstwo realizuje niewywołane zamówienia, ale nie robi nic, aby wykorzystać istniejące na obcym rynku możliwości zbytu,
- przedsiębiorstwo aktywnie wykorzystuje istniejące za granicą możliwości zbytu,

[11] M.K. Witek-Hajduk: Op. cit., s. 34.
[12] Ibid.

– przedsiębiorstwo eksperymentalnie zaczyna regularnie eksportować do krajów bliskich pod względem dystansu psychicznego,
– przedsiębiorstwo jest już doświadczonym eksporterem w bliskim pod względem dystansu psychicznego krajach i potrafi dostosowywać optymalną wielkość eksportu do zmieniających się relacji kursowych, taryf celnych itp.,
– kierownictwo wykorzystuje możliwości zbytu istniejące w innych krajach znacznie bardziej oddalonych pod względem dystansu psychicznego w tych krajach[13].

W modelach innowacyjno-dyfuzyjnych nawiązuje się częściowo do koncepcji internacjonalizacji w ujęciu konwencjonalnym. Podobieństwo to dotyczy zwłaszcza występowania pewnej sekwencji etapów w działalności firmy wychodzącej na rynki zagraniczne. Stworzono kilka odmian modeli innowacyjno-dyfuzyjnych, jednym z nich jest model P. Lekvalla i C. Wahlbina[14].

Istotny wkład w rozwój teorii etapowej internacjonalizacji przedsiębiorstwa wnieśli badacze fińscy. Z punktu widzenia znaczenia dystansu psychicznego w procesie umiędzynarodowienia przedsiębiorstw, warto zwrócić uwagę na badania L.S. Welch oraz R. Loustarinen. Stwierdzili oni, że proces umiędzynarodowienia należy analizować z uwzględnieniem wielu jego wymiarów:
– przedmiotu internacjonalizacji, którym mogą być dobra materialne, usługi, know- how, systemy,
– form działania przedsiębiorstwa na rynkach zagranicznych,
– rynków, z uwzględnieniem dystansu psychicznego i fizycznego między rynkami,
– struktury organizacyjnej przedsiębiorstwa,
– dostępności zasobów finansowych na potrzeby finansowania ekspansji międzynarodowej przedsiębiorstwa,
– personelu, w tym jego międzynarodowego doświadczenia, umiejętności i szkoleń[15].

3. Znaczenie dystansu psychicznego w procesie internacjonalizacji przedsiębiorstw

Jak już wspomniano, w literaturze dotyczącej biznesu międzynarodowego zwrócono uwagę na potrzebę analizowania uwarunkowań kulturowych (czy szerzej – dystansu psychicznego, obejmującego ponadto uwarunkowania syste-

[13] M. Gorynia: Op. cit., s. 35.
[14] Ibid.
[15] M.K. Witek-Hajduk: Op. cit., s. 53.

mowe – ekonomiczne i polityczne) umiędzynarodowienia się przedsiębiorstw. Od wielu lat toczy się dyskusja na temat teoretyczno-metodycznych aspektów tego zjawiska.

Koncepcja dystansu psychicznego została po raz pierwszy wprowadzona przez W. Backermana w 1956 roku. Początkowo nie prowadzono jednak na szeroką skalę badań, których celem byłaby analiza wpływu dystansu psychicznego na wybór rynku ekspansji zagranicznej firm[16]. Następnie w latach 70. XX wieku koncepcja ta rozwijana była przez twórców wspomnianego już modelu sekwencyjnego J. Johansona i J.E. Vahlne. Ekonomiści z Uniwersytetu w Uppsali definiują pojęcie dystansu psychicznego jako ogół czynników powstrzymujących lub zakłócających przepływy informacji między przedsiębiorstwami a rynkami. Trudności te mogą być związane bezpośrednio z komunikacją z aktualnymi i potencjalnymi klientami lub też z brakiem dostępu do informacji na temat określonego rynku zagranicznego. Najczęściej cytowanymi czynnikami zakłócającymi ten przepływ informacji są: różnice językowe, różnice w poziomie edukacji, praktyki biznesowe, kultura, religia, różnice w systemach politycznych, różnice w poziomie rozwoju gospodarczego.

Często dyskutowaną kwestią jest sposób pomiaru dystansu psychicznego. Zdaniem badaczy, takich jak J. Evans i T. Mavondo, C. Sousa i F. Bradley bądź też A.W. Harzing, dystans psychiczny powinien być mierzony jako postrzegany przez pojedynczych menedżerów, podejmują oni bowiem decyzje na podstawie swojej percepcji otoczenia firmy. H. Zhao, Y. Luo i T. Suh's uważają natomiast, że pomiaru dystansu psychicznego należy dokonywać zarówno na podstawie percepcji menedżerów, jak i w danych wtórnych dotyczących specyfiki kulturowej poszczególnych krajów.

W literaturze spotyka się również pojęcie dystansu kulturowego. W związku z tym pojawia się pytanie o zależności między dystansem kulturowym a dystansem psychicznym. Według N. Papadopoulos i D. Jansen, dystans psychiczny to poczucie niepewności w odniesieniu do rynków zagranicznych i postrzegana trudność pozyskiwania informacji o ich. Pojęcie dystansu psychicznego odnosi się do percepcji menedżerów (np. co do potrzeb i oczekiwań nabywców z rynku zagranicznego). Jest on definiowany jako postrzegane (np. przez menedżera z firmy eksportującej) różnice między kulturą własnego kraju a kulturą kraju docelowego (np. rynku przeznaczenia eksportu). Jest on uwarunkowany kulturowo, lecz subiektywny. Dystans kulturowy ma naturę bardziej obiektywną – jest stwierdzeniem istniejących różnic kulturowych.

[16] W. Beckerman: Distance and the Pattern of Inter-European Trade. „The Review of Economics and Statistics" 1956, No. 38 (1), s. 31-40.

Zdaniem innych autorów, podział terminologiczny na dystans psychiczny i kulturowy nie przyjął się w badaniach otoczenia międzynarodowego. D.J. Lee traktuje pojęcia dystansu psychicznego i kulturowego jako jednoznaczne. Autorami odnoszącymi się w podobny sposób do tych pojęć są B. Kogut i W. Singh.

D. Dow i J. Larimo wprowadzili pojęcie dystansu i definiują go jako wielowymiarowy konstrukt, który obejmuje różnice kulturowe, językowe, religijne, a także różnice w systemach edukacyjnych, politycznych i gospodarczych[17].

Przegląd literatury pozwolił na identyfikację badań dotyczących wpływu dystansu psychicznego i kulturowego na proces internacjonalizacji przedsiębiorstw.

C.D. Russel. D.A. Griffith oraz I. Tihanyi zidentyfikowali ponad 180 badań wykorzystujących wymiary kultur G. Hofstede do analizy wpływu dystansu kulturowego na decyzje dotyczące umiędzynarodowienia przedsiębiorstw[18]. Jednakże na przełomie lat pojawiało się wiele krytycznych uwag na temat możliwości wykorzystywania tego modelu do pomiaru dystansu kulturowego. Wielu autorów zaproponowało wykorzystanie nowych podejść do analizy tego zjawiska. Zwrócono uwagę na dwa alternatywne modele wymiarów kultur narodowych, które mogą być wykorzystywane do analizy wpływu uwarunkowań kulturowych na decyzje związane z rozwijaniem działalności na rynkach zagranicznych przez przedsiębiorstwa. Są to podejścia S. Schwartza i GLOBE. Niestety podejścia tych autorów nie były często wykorzystywane w badaniach empirycznych na temat decyzji związanych z ekspansją zagraniczną przedsiębiorstw. Wyjątek stanowią badania R. Drogendijk oraz A. Slangen, których celem jest pomiar dystansu kulturowego za pomocą modeli kulturowych G. Hofstede'a i S. Schwartza[19]. W projekcie GLOBE w latach 90. ubiegłego stulecia brały udział 62 kraje, zlokalizowane we wszystkich regionach świata. Zostały one pogrupowane w 10 regionów geokulturowych[20]. Projekt GLOBE jest inspirowany pracami G. Hofstedego i stanowi jego kontynuację. Na tle innych porównywalnych przedsięwzięć badawczych projekt GLOBE wyróżnia się przyjęciem ważnego założenia dotyczącego dwóch poziomów zjawisk społeczno-kulturowych: 1) bytu realnego, 2) ideału, w sferze preferencji lub postulatów. Wymiary kultur wyróżnione przez GLOBE to: jakość wykonania,

[17] D. Dow, J. Larimo: Challenging and Conceptualization and Measurement of Distance and International Experience in Entry Mode Choice Research. „Journal of International Marketing" 2009, No. 2.

[18] C.D. Russel, D.A. Griffith, I. Tihanyi: The Effect of Cultural Distance on Entry Mode Choice, International Diversification, and MNE Performance: a Meta Analysis. „Journal of International Business Studies" 2005, Vol. 36, No. 3, s. 270-283.

[19] R. Drogendijk, A. Slangen: Hofstede, Schwartz, or Managerial Perception? The Effects of Different Cultural Distance Measures on Establishment Mode Choices by Multinational Enterprises. „International Business Review" 2006, No. 15.

[20] R. House, M. Javidan, P. Hanges, P. Dorfman,V. Gupta: Culture, Leadership, and Organizations. The GLOBE Study of 62 Societies. Sage Publications, Thousands Oaks 2004.

orientacja przyszłościowa i unikanie niepewności, kolektywizm rodzinny i kolektywizm instytucjonalny, równość płci, asertywność i orientacja humanistyczna. Projekt badawczy S. Schwartza jest o 20 lat młodszy od projektu G. Hofstedego, a współczesny przedsięwzięciom GLOBE i F. Trompenaarsa. Wartości w badaniach S. Schwartza są kluczowymi czynnikami motywacyjnymi w życiu jednostki oraz elementami tworzącymi kulturę społeczności. Należą do nich: władza, osiągnięcia, poszukiwanie doznań, podmiotowość, uniwersalizm, dobroć, bezpieczeństwo społeczne. Prócz wartości indywidualnych drugą kategorią, znacznie bardziej pojemną, są wartości kulturowe. W zakorzenieniu mieszczą się konformizm, tradycja i bezpieczeństwo, w autonomii hedonizm, świat pełen wrażeń i podmiotowość, hierarchia nadbudowuje się na władzy, a egalitaryzm na dobroci. Wreszcie mistrzostwo koresponduje z osiągnięciami, a harmonia z uniwersalizmem.

Zakończenie

Podsumowując można powiedzieć, że w przytoczonych przykładach analiz charakterystyczne jest to, że ich wyniki są zawsze ujmowane z punktu widzenia kraju będącego ośrodkiem badań. W tym sensie są one zawsze subiektywne i dla każdego kraju będzie inna klasyfikacja. Podkreślić również należy, że tego rodzaju badania są bardzo ogólne. Mogą one stanowić punkt wyjścia do badań poszczególnych rynków narodowych pod kątem potrzeb konkretnego przedsiębiorstwa. Pamiętać jednak należy, że różne metody analizy dystansu psychicznego dla różnych rynków zagranicznych dobrze oddają złożony charakter otoczenia międzynarodowego, wielość jego elementów i zróżnicowanie relacji między krajami.

Literatura

Beckerman W.: Distance and the Pattern of Inter-European Trade. „The Review of Economics and Statistics" 1956, No. 38 (1).

Daszkiewicz N.: Internacjonalizacja małych i średnich przedsiębiorstw we współczesnej gospodarce. Gdańsk 2004.

Dow D., Larimo J.: Challenging and Conceptualization and Measurement of Distance and International Experience in Entry Mode Choice Research. „Journal of International Marketing" 2009, No. 2.

Drogendijk R., Slangen A.: Hofstede, Schwartz, or Managerial Perception? The Effects of Different Cultural Distance Measures on Establishment Mode Choices by Multinational Enterprises. „International Business Review" 2006, No. 15.

Gorynia M.: Strategie zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw. PWE, Warszawa 2007.

Gorynia M., Jankowska B.: Klastry a międzynarodowa konkurencyjność i internacjonalizacja przedsiębiorstwa. Difin, Warszawa 2008.
Gorynia M., Jankowska B.: Teorie internacjonalizacji. „Gospodarka Narodowa" 2007, nr 10.
House R., Javidan M., Hanges P., Dorfman P., Gupta V.: Culture, Leadership, and Organizations. The GLOBE Study of 62 Societies. Sage Publications, Thousands Oaks 2004.
Johanson J., Wiedersheim-Paul P.F.: The Internationalization of the Firm: four Swedish Cases. „Journal of Management Studies" 1975, No. 12 (3).
Johanson J., Vahlne J.E.: The Mechanism of Internationalization. „International Marketing Review" 1990, Vol. 7, No. 4.
Misala J.: Teorie biznesu międzynarodowego. W: Biznes międzynarodowy. Od internacjonalizacji do globalizacji. Red. M.K. Nowakowski. SGH, Warszawa 2005.
Otta W.J.: Strategia przedsiębiorstwa. W: Przedsiębiorstwo na rynku międzynarodowym. Analiza strategiczna. Red. T. Gołębiowski. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1994.
Przybylska K.: Proces internacjonalizacji przedsiębiorstwa w teorii ekonomicznej. „Zeszyty Naukowe WSE w Bochni" 2005, nr 3.
Russel C.D., Griffith D.A., Tihanyi I.: The Effect of Cultural Distance on Entry Mode Choice, International Diversification, and MNE Performance: a Meta Analysis. „Journal of International Business Studies" 2005, Vol. 36, No. 3.
Witek-Hajduk M.K.: Strategie internacjonalizacji polskich przedsiębiorstw w warunkach akcesji Polski do Unii Europejskiej. SGH, Warszawa 2010.
Zachowanie przedsiębiorstwa w procesie internacjonalizacji. Podejście sieciowe. Red. K. Fonfara. PWE, Warszawa 2009.

PSYCHIC DISTANCE IN THE MODERN THEORIES OF COMPANIES' INTERNATIONALIZATION

Summary

The main aim of the article is to present the role of psychic distance in the process of companies' internationalization. In the first part of the article the current theories of companies internationalization were introduced. The special consideration was dedicated to the sequential theories. In the second part of the article the review of definitions and research methods on psychic distance measurement was relocated. This part of the article includes also the review of the research conducted on the role of psychic distance in companies internationalization.

Anna Odrobina
Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

PROCES DELOKALIZACJI DZIAŁALNOŚCI BADAWCZO-ROZWOJOWEJ WE WSPÓŁCZESNEJ GOSPODARCE ŚWIATOWEJ

Wprowadzenie

Proces delokalizacji na trwałe wpisał się w strukturę współczesnej gospodarki światowej. Odnosi się on do przenoszenia działalności gospodarczej lub jej fragmentu z dotychczasowej do nowej lokalizacji za granicę[1]. Tak więc delokalizacja odbywa się poprzez bezpośrednie inwestycje zagraniczne (BIZ), a jej podmiotem delokalizacji są korporacje transnarodowe (KTN). Delokalizacja wiąże się z dynamicznie rozwijającymi się w ostatnim czasie zjawiskami outsourcingu i offshoringu[2], choć w rzeczywistości obydwa te procesy nie oznaczają w każdym przypadku ograniczenia produkcji czy redukcji miejsc pracy w kraju dotychczasowej lokalizacji danej działalności gospodarczej[3]. Tym niemniej, delokalizację utożsamia się powszechnie z offshoringiem[4].

Trzeba podkreślić, że proces delokalizacji tradycyjnie dotyczył sektora produkcyjnego, zwłaszcza działalności pracochłonnych, wymagających nisko wykwalifikowanej siły roboczej, dla których to działalności KTN poszukiwały lokalizacji oferujących niskie koszty produkcji. Jednak pod koniec lat 90. XX wieku delokalizacją zaczęły być w coraz większym stopniu obejmowane także usługi, początkowo o stosunkowo niskiej wartości dodanej, później także o wysokiej wartości dodanej.

---

[1] Szerzej o kwestii definicji delokalizacji zob. A. Odrobina: Delokalizacja jako skutek globalizacji i integracji, W: Gospodarka światowa w warunkach globalizacji i regionalizacji rynków. Red. S. Miklaszewski, E. Molendowski. Difin, Warszawa 2009, s. 81-103.

[2] J.L. Morcos: International Subcontracting Versus Delocalisation? UNIDO, Vienna 2003.

[3] Warunki te są konieczne dla wystąpienia delokalizacji zgodnie z definicją opracowaną przez OECD (Les délocalisations et l'emploi. Tendances et impacts. OCDE, Paris 2007, s. 15-20).

[4] W niniejszym opracowaniu pojęcia delokalizacji i offshoringu będą także stosowane zamiennie.

Proces delokalizacji ujawnił się także w sektorze działalności badawczo-rozwojowej (R&D), co stanowi przedmiot niniejszego opracowania, którego celem jest ukazanie specyfiki i przemian globalnego sektora R&D w kontekście uwarunkowań i charakteru delokalizacji działalności badawczo-rozwojowej w skali globalnej.

1. Globalne tendencje w działalności badawczo-rozwojowej

Tradycyjnie sektor badawczo-rozwojowy był zdominowany przez gospodarki wysoko rozwinięte i silnie skoncentrowany w relatywnie niedużej liczbie najbardziej konkurencyjnych krajów, w których zlokalizowane były siedziby korporacji transnarodowych[5]. Od lat 80. XX wieku obserwuje się jednak zasadnicze przemiany w strukturze światowych R&D.

Po pierwsze, korporacje transnarodowe coraz częściej lokują swoje laboratoria badawczo-rozwojowe za granicą, co implikuje proces internacjonalizacji działalności R&D[6]. Jest to stosunkowo nowe zjawisko, gdyż tradycyjnie korporacje transnarodowe posiadały swoje laboratoria badawcze w kraju macierzystym. Co więcej, część współczesnych KTN nadal utrzymuje taką strukturę organizacyjną[7]. Jednak proces globalizacji, który pociągnął za sobą wzrost liczby zagranicznych filii, spowodował decentralizację działalności badawczo-rozwojowej KTN. Taka decentralizacja, która rozpoczęła się w latach 90. XX wieku, wynikała z konieczności obsługi przez laboratoria R&D danej firmy licznych filii rozmieszczonych w różnych miejscach gospodarki światowej, konieczności dostosowywania produktów do rynków lokalnych czy chęci pozyskania wiedzy i umiejętności zagranicznych badaczy[8]. Dlatego działalność badawczo-rozwojowa zaczęła być w ostatnich latach lokalizowana także w krajach rozwijających się, przyciągających znaczne BIZ[9].

---

[5] T. Pakulska, M. Poniatowska-Jaksch: Korporacje transnarodowe a globalne pozyskiwanie zasobów. SGH, Warszawa 2009, s. 42.

[6] H.S. Kehal, V.P. Singh: Outsourcing and Offshoring In the 21st Century: A Socio-economic Perspective. Idea Group Publishing, Hershey, London, Melbourne Singapore 2006, s. 432-446.

[7] R. Wolniak: Korporacje transnarodowe. W: Rozwój w dobie globalizacji. Red. A. Bąkiewicz, U. Żuławska. PWE, Warszawa 2010, s. 326-327.

[8] The Impact of FDI on Development: Globalization of R&D by Transnational Corporations and Implications for Developing Countries. UNCTAD, Geneva 2005, s. 1.

[9] Global Outsourcing and Offshoring: An Integrated Approach to Theory and Corporate Strategy. Ed. F.J. Contractor i inni. Cambridge University Press, New York 2011, s. 48-72.

Po drugie, dynamicznie rozwijają się w skali międzynarodowej różnorodne formy współpracy na płaszczyźnie R&D pomiędzy samymi przedsiębiorstwami, ale także pomiędzy firmami a różnorodnymi jednostkami badawczymi. Współpraca taka daje przedsiębiorstwom wzajemny dostęp do zasobów wiedzy, ale także niesie ze sobą obniżenie kosztów badań czy zmniejszenie ryzyka.

Trzeba zaznaczyć, że obydwa wspomniane kierunki zmian w globalnej działalności badawczo-rozwojowej zdeterminowane są przez funkcjonowanie korporacji transnarodowych.

Zresztą dla wszystkich przedsiębiorstw kwestia zarządzania wiedzą i innowacjami staje się kluczowa w budowaniu przewagi konkurencyjnej na rynku globalnym. Muszą one skoncentrować się na rozwoju nowych produktów i wdrażaniu innowacji, co jest warunkiem sprostania nasilającej się globalnej konkurencji. Taka sytuacja niesie za sobą konieczność zintensyfikowania nakładów badawczo-rozwojowych przez przedsiębiorstwa, co daje w efekcie dynamiczniejszy globalny wzrost tych nakładów w firmach w porównaniu z macierzystymi gospodarkami[10]. Stąd mamy do czynienia z coraz większym wpływem, zwłaszcza korporacji transnarodowych na kształt, ewolucję i rozwój globalnej działalności R&D.

Pod tym względem korporacje transnarodowe w ogóle stanowią potęgę w skali globalnej, gdyż ich potencjał w dziedzinie innowacyjności technologicznej i nakłady na działalność badawczo-rozwojową oraz transfer technologii plasują KTN w czołówce światowej. Wydatki poszczególnych korporacji na R&D przewyższają niejednokrotnie poziom wydatków wielu krajów, także wysoko rozwiniętych. Można wspomnieć, że już w 1999 roku nakłady badawczo-rozwojowe firmy Ford były na podobnym poziomie jak W. Brytanii, a wśród 22 podmiotów o najwyższych wydatkach R&D, tylko pięć pierwszych miejsc zajęły kraje[11]. Na KTN przypada ok. 2/3 wydatków R&D ponoszonych przez przedsiębiorstwa, co stanowi blisko połowę globalnych wydatków badawczo-rozwojowych[12]. W 2009 roku wydatki Toyoty na R&D sięgały 9,4 mld USD, a na kolejnych miejscach były: Roche (8,9 mld USD), Microsoft (8,4 mld USD), Volkswagen (8,0 mld USD), Pfizer (7,5 mld USD), Novartis (7,2 mld USD), Nokia (6,9 mld USD), Johnson & Johnson (6,8 mld USD), Sanofi-Aventis (6,3 mld USD) i Samsung (6,2 mld USD)[13].

---

[10] Measuring Globalisation. OECD, Paris 2005, s. 9-10.

[11] K. Piórko: „Władza" korporacji transnarodowych w stosunkach międzynarodowych. Wydawnictwo Naukowe Grado, Toruń 2008, s. 51-52.

[12] T. Pakulska, M. Poniatowska-Jaksch: Op. cit., s. 41-43.

[13] Foreign Direct Investment, the Transfer and Diffusion of Technology, and Sustainable Development. UNCTAD, Geneva 2011, s. 22.

Jeśli chodzi o geograficzne rozmieszczenie, to R&D są silnie koncentrowane w Ameryce Płn., Europie Zachodniej i Japonii oraz Chinach. Przy czym dodać należy, że KTN zatrudniają badaczy i poszukują wynalazców z całej gospodarki światowej, niezależnie od narodowości[14].

Trzeba podkreślić, że nadal w dziesięciu krajach skoncentrowane jest ponad 80% globalnych nakładów R&D, jedynie od lat 90. XX wieku nieznacznie zmieniła się ta czołówka. W ogóle ponad 90% R&D nieustannie przypada na kraje wysoko rozwinięte (na czele z USA, Japonią, Niemcami, Francją, W. Brytanią i Kanadą). W 1996 roku w krajach rozwijających się realizowane było zaledwie 7,7% nakładów R&D, a w 2002 było to 8,4% i to głównie z powodu zwiększenia R&D w Chinach (tabela 1). W czołówce znajdują się także inne kraje rozwijające się, jak Korea Płd., Rosja, Brazylia, Indie[15].

Tabela 1

Nakłady R&D wybranych krajów
w 1996, 2002 i 2008 roku (mld USD)

Kraj	Ogółem R&D			R&D przedsiębiorstw		
	1996	2002	2008	1996	2002	2008
Świat	**575,6**	**676,5**	**b.d.**	**376,3**	**449,8**	**b.d.**
USA	197,3	276,2	398,1	142,4	194,4	289,1
Japonia	138,6	133,0	181,9	92,5	92,3	131,9
Niemcy	52,3	50,2	84,1[a]	34,6	34,8	58,9[a]
Francja	52,3	50,2	57,7	21,8	20,6	36,4
W. Brytania	22,4	29,3	50,0	14,5	19,6	32,1
Chiny	4,9	15,6	48,8[a]	b,d,	9,5	35,3[a]
Korea Płd.	13,5	13,8	33,7[a]	9,9	10,4	25,7[a]
Kanada	10,1	13,8	27,6	5,9	7,9	15,0
Rosja	3.8	4.3	17,3	2.6	3.0	10,9
Brazylia	6.0	4.6	10,9[b]	2.7	1.9	b.d.
Indie	2.1	3.7	9,1[a]	b.d.	b.d.	b.d.

[a] 2007.
[b] 2006.

Źródło: World Investment Report 2005. United Nations, New York and Geneva 2005, s. 105; Foreign Direct Investment, the Transfer and Diffusion of Technology, and Sustainable Development. UNCTAD, Geneva 2011, s. 5.

[14] Pojawiają się także tendencje do zagranicznej lokalizacji centrów badawczych przez KTN w celu przyciągnięcia lokalnego kapitału intelektualnego, jeśli taki potencjał zostanie przez korporację uznany za atrakcyjny.
[15] World Investment Report 2010. United Nations, New York and Geneva 2010, s. 130, 151.

Jak wynika z tabeli 1, przedsiębiorstwa są głównym inwestorem w R&D w większości wymienionych krajów. W Korei Płd., USA, Japonii, Chinach, Niemczech na sektor biznesowy przypada ponad 70% nakładów R&D. Znaczący udział w tych nakładach mają KTN, tak macierzyste, jak i zagraniczne, które zlokalizowały swoją działalność badawczo-rozwojową w tych krajach.

2. Uwarunkowania delokalizacji R&D

Jednym z głównych czynników wpływających na dynamikę rozwoju globalnego offshoringu działalności R&D jest, tak samo jak w przypadku tego zjawiska w ogóle, konieczność obniżania kosztów[16]. Globalizacja, która zaostrza konkurencję, zmusza firmy do poszukiwania i wykorzystywania wszelkich sposobów na zmniejszanie kosztów funkcjonowania[17]. Dlatego też takim działaniem objęta zostaje coraz częściej również działalność badawczo-rozwojowa i innowacyjna. Decentralizacja R&D pozwala przedsiębiorstwu korzystać z niższych kosztów badań w różnych krajach, a przy tym daje możliwość pozyskania wiedzy poprzez zatrudnianie lokalnych badaczy.

Ponadto globalizacja wymaga wręcz lokowania swoich centrów badawczych w krajach strategicznych dla danej KTN. Wprawdzie specyfika R&D związana z niezbędnymi wysokimi nakładami inwestycyjnymi predestynuje tę działalność raczej do koncentracji, to jednak obecne trendy w dystrybucji działalności badawczo-rozwojowej wydają się temu przeczyć, choć proces decentralizacji R&D jest dopiero w początkowej fazie. Może się zdarzyć, że obserwowane w ostatniej dekadzie zjawisko delokalizacji R&D związane jest raczej z przemianami w rozmieszczeniu sektora w gospodarce światowej (wraz z włączeniem nowych atrakcyjnych dla KTN lokalizacji), aniżeli z faktyczną globalizacją działalności badawczo-rozwojowej. W efekcie może powstać równie silnie skoncentrowany geograficznie nowy obraz globalnych R&D.

Poza oszczędnościami w kosztach, należy podkreślić, że na zintensyfikowanie procesów delokalizacji sfery R&D wpływają także inne czynniki. Można wspomnieć tutaj o konieczności zdobywania i poszukiwania nowych rynków, co niesie za sobą wzrost skali zjawiska offshoringu. Stanowi to wprawdzie dla

[16] W zależności od rodzaju delokalizowanej działalności, KTN osiągają oszczędności w kosztach o nawet 70% mniejsze w porównaniu z dotychczasową lokalizacją. Offshoring. Understanding the Emerging Global Labor Market. Ed. D. Farrell. McKinsey & Company, Boston 2006, s. 89-94.

[17] H.S. Kehal, V.P. Singh: Op. cit., s. 433-434.

przedsiębiorstwa ogromne wyzwanie w zakresie dostosowania struktury organizacyjnej czy zarządzania wiedzą. W takich warunkach firmy próbują budować globalną strukturę sieciową opartą na wykorzystywaniu przewag lokalizacyjnych dla poszczególnych czynności w procesie produkcyjnym. Tak więc najbardziej innowacyjne i konkurencyjne przedsiębiorstwa potrafią skutecznie identyfikować i wykorzystywać względne przewagi w zakresie działalności badawczo-rozwojowej poszczególnych krajów i rynków[18]. Ponadto, w przypadku wielu produktów czy usług koncepcja produktu globalnego nie daje sukcesu rynkowego. Konsumenci oczekują dostosowania produktu do ich lokalnych preferencji, co kreuje potrzebę utworzenia centrów R&D na najważniejszych dla przedsiębiorstwa rynkach.

Istotną rolę w procesie delokalizacji działalności badawczo-rozwojowej KTN odgrywają także czynniki związane z konkurencyjnością. Przedsiębiorstwo, które prowadzi działalność R&D tylko w swoim kraju pochodzenia, ryzykuje utratą przewag konkurencyjnych w stosunków do swoich konkurentów, którzy dysponują globalną siecią laboratoriów badawczych. Działalność R&D w skali globalnej daje KTN przewagę wynikającą z możliwości prowadzenia szerokich badań, korzystania z globalnej wiedzy, pozyskania informacji o oczekiwaniach poszczególnych rynków czy o konkurentach.

Nie bez znaczenia dla procesu delokalizacji działalności badawczo-rozwojowej są także przemiany technologiczne. Chodzi tu choćby o produkty modularne, standaryzowane, składane z komponentów, co umożliwia fragmentację procesu produkcyjnego, a co za tym idzie specjalizację w tworzeniu wiedzy w sieciach wewnętrznych bądź też zewnętrznych[19]. Działalność R&D może być podzielona na niezależne moduły i prowadzona w różnych lokalizacjach, a rozwój technologii informacyjnych pozwala na łatwą komunikację poszczególnych filii KTN. Stąd też pewne moduły badawcze mogą być realizowane w krajach o niższych kosztach badań.

Nie tylko jednak czynniki wewnętrzne KTN decydują o delokalizacji R&D, ale w tym procesie ważne są także czynniki otoczenia, zwłaszcza gdy korporacja podejmuje decyzję o wyborze konkretnej lokalizacji swojego centrum badawczo-rozwojowego. Tutaj KTN analizuje strukturę gospodarczą, dynamikę rozwoju społeczno-gospodarczego, czynniki infrastrukturalne i instytucjonalne, klimat inwestycyjny, czynniki polityczne i uwarunkowania prawne oraz otoczenie biznesu[20].

[18] Global Outsourcing…, op. cit., s. 168-190.
[19] The Impact of FDI…, op. cit., s. 8.
[20] T. Pakulska, M. Poniatowska-Jaksch: Op. cit., s. 41-43.

Zaznaczyć należy, że delokalizacja R&D ma pewne wspólne cechy z delokalizacją w sektorze usług, czy w sektorze przemysłowym. Offshoring działalności badawczo-rozwojowej, podobnie jak w przemyśle, cechuje się stosunkowo wysoką kapitałochłonnością[21], podczas gdy offshoring usług dotyczy głównie działalności o niskim stopniu zapotrzebowania na kapitał. Z kolei delokalizacja R&D i usług oddziałuje na rynek pracy wysoko wykwalifikowanych pracowników umysłowych w kraju macierzystym, podczas gdy w przypadku przemysłu wpływ ten ujawnia się w grupie słabo i nisko wykwalifikowanej siły roboczej.

Jeśli chodzi o kierunki geograficzne poszczególnych typów delokalizacji, to należałoby wskazać pewne tendencje. Otóż w przypadku sektora przemysłowego, z uwagi na niskie koszty produkcji, preferowanym kierunkiem delokalizacji są kraje Azji Wschodniej. Natomiast w przypadku offshoringu usług dominującą lokalizacją są Indie[22]. Natomiast w przypadku delokalizacji działalności R&D, gdzie równie ważną rolę obok kwestii kosztów, odgrywa także dostęp do odpowiednio wykwalifikowanych zasobów ludzkich, delokalizacja centrów badawczych i innowacyjnych korporacji transnarodowych skoncentrowana jest w krajach wysoko rozwiniętych[23]. Ponadto, w tym przypadku wydatki poszczególnych filii na R&D przewyższają niejednokrotnie ich obroty.

Kraje wysoko rozwinięte wciąż dominują w przyciąganiu inwestycji R&D, ale zauważalny jest wzrost tego typu inwestycji w niektórych krajach rozwijających się, jak Chiny, Indie, Rosja oraz Europa Wschodnia. Zainteresowanie KTN krajami rozwijającymi w tej sferze jest widoczne. Już w latach 90. XX wieku zanotowano dziesięciokrotny wzrost takich inwestycji ze strony korporacji japońskich i dziewięciokrotny – korporacji amerykańskich[24]. Obecnie utrzymuje się dominacja KTN japońskich i amerykańskich w inwestycjach R&D w krajach rozwijających się[25]. W 2007 roku wydatki R&D filii amerykańskich w tej grupie krajów osiągnęły poziom 5,1 mld USD (14% wydatków R&D zagranicznych filii amerykańskich), a filii japońskich – 1,7 mld USD (38%). Na uwagę zasłu-

---

[21] Offshoring. Op. cit., s. 107.

[22] W 2008 roku tylko centra offshoringu IT i usług dla biznesu w Indiach zatrudniały ponad 1,5 mln osób, generując ok. 7% PKB kraju. Szerzej o offshoringu w Indiach. Offshoring. Op. cit., s. 27-41; H.S. Kehal, V.P. Singh: Op. cit., s. 282-301; D. Ciesielska: Bezpośrednie inwestycje zagraniczne w sferze usług. W: Migracja kapitału w globalnej gospodarce. Red. A. Szablewski. Difin, Warszawa 2009, s. 214-217.

[23] Amerykańskie korporacje inwestują ponad 60% zagranicznych nakładów R&D w krajach UE, a ok. 7% w Japonii. Podobnie unijne KTN inwestują przede wszystkim w swoich filiach amerykańskich. Measuring Globalisation. OECD, Paris 2005, s. 9.

[24] The Impact of FDI…, op. cit., s. 4-5.

[25] World Investment Prospects Survey 2009-2011. United Nations, New York and Geneva 2009, s. 29-30.

guje wzrost zainteresowania Japonii krajami rozwijającymi, gdyż jeszcze w 1993 roku filie japońskie kierowały tam zaledwie 0,1 mld USD wydatków R&D (6,3%), w 1999 roku – 0,4 mld USD (10,9%)[26].

Niekwestionowanym, jak dotąd, liderem przyciągającym najwięcej działalności R&D do zlokalizowanych w kraju filii zagranicznych KTN są USA. Kolejne miejsca zajmują: W. Brytania, Chiny, Francja, Japonia, Indie, Kanada i Niemcy[27]. Tak więc wciąż najwięcej nakładów na R&D korporacje czynią w krajach wysoko rozwiniętych, chociaż w czołówce pojawiają się kraje rozwijające się (Chiny, Korea Płd. i Indie). Wskazuje to na utrzymującą się przewagę gospodarek wysoko rozwiniętych w oferowaniu korzystnych warunków dla prowadzenia działalności badawczo-rozwojowej, chociaż w badaniach przeprowadzanych przez UNCTAD odnośnie do atrakcyjności inwestycyjnej krajów od kilku lat na pierwszym miejscu wymieniane są Chiny, a na trzecim miejscu – Indie, natomiast Rosja plasuje się zawsze w czołowej dziesiątce[28]. Oczywiście wciąż dominują w tej grupie kraje wysoko rozwinięte: USA, Japonia, W. Brytania, Francja, Niemcy, Holandia, Kanada.

Zakończenie

Sektor badawczo-rozwojowy od lat 90. XX wieku przechodzi poważne przeobrażenia, których głównym podmiotem są korporacje transnarodowe, ustawicznie poszukujące nowych źródeł przewag komparatywnych. KTN, jako siła napędowa sektora R&D, coraz częściej dokonują delokalizacji swoich centrów i laboratoriów badawczych. Proces delokalizacji działalności badawczo-rozwojowej uwarunkowany jest konfiguracją wielu czynników, jednak ostatecznie globalny offshoring R&D uzależniony jest od decyzji i strategii poszczególnych korporacji transnarodowych, budujących m.in. na delokalizacji R&D swoje przewagi konkurencyjne na rynku globalnym. Delokalizacja R&D spowodowała włączenie także krajów rozwijających się w działalność badawczo-rozwojową, choć jak do tej pory korzyści z tego procesu odniosły przede wszystkim Chiny i Indie.

[26] Foreign Direct Investment, the Transfer…, op. cit., s. 12-13.
[27] World Investment Report 2005. Op. cit., s. 132-134.
[28] World Investment Prospects Survey…, op. cit., s. 53-54.

Literatura

Ciesielska D.: Bezpośrednie inwestycje zagraniczne w sferze usług. W: Red. A. Szablewski. Migracja kapitału w globalnej gospodarce. Difin, Warszawa 2009.

Global Outsourcing and Offshoring: An Integrated Approach to Theory and Corporate Strategy. Ed. F.J. Contractor i inni. Cambridge University Press, New York 2011.

Foreign Direct Investment, the Transfer and Diffusion of Technology, and Sustainable Development. UNCTAD, Geneva 2011.

Kehal H.S., Singh V.P.: Outsourcing and Offshoring In the 21st Century: A Socio-economic Perspective. Idea Group Publishing, Hershey London Melbourne Singapor 2006.

Les délocalisations et l'emploi. Tendances et impacts. OCDE, Paris 2007.

Morcos J.L.: International Subcontracting Versus Delocalisation? UNIDO, Vienna 2003.

Main Science and Technology Indicators. OECD, Paris 2011.

Measuring Globalisation. OECD, Paris 2005.

Odrobina A.: Delokalizacja jako skutek globalizacji i integracji. W: Gospodarka światowa w warunkach globalizacji i regionalizacji rynków. Red. S. Miklaszewski, E. Molendowski. Difin, Warszawa 2009.

Offshoring. Understanding the Emerging Global Labor Market. Ed. D. Farrell. McKinsey & Company, Boston 2006.

Pakulska T., Poniatowska-Jaksch M.: Korporacje transnarodowe a globalne pozyskiwanie zasobów. SGH, Warszawa 2009.

Piórko K.: „Władza" korporacji transnarodowych w stosunkach międzynarodowych. Wydawnictwo Naukowe Grado, Toruń 2008.

The Impact of FDI on Development: Globalization of R&D by Transnational Corporations and Implications for Developing Countries. UNCTAD, Geneva 2005.

World Investment Prospects Survey 2009-2011. United Nations, New York and Geneva 2009.

World Investment Report 2005. United Nations, New York and Geneva 2005.

Wolniak R.: Korporacje transnarodowe. W: Rozwój w dobie globalizacji. Red. A. Bąkiewicz, U. Żuławska. PWE, Warszawa 2010.

THE PROCESS OF DELOCALIZATION OF RESEARCH AND DEVELOPMENT ACTIVITIES IN THE WORLD ECONOMY

Summary

In this article the author examines global R&D sector and its changes in recent years. The author discusses the process of delocalization of R&D including the factors that have impact on this phenomenon. It argue that multinational corporations play the main role in the evolution and the delocalization of the research and development activities in the world economy.

Jacek Pera
Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

PROBLEM INTERNACJONALIZACJI W ZAKRESIE MITYGACJI RYZYKA WALUTOWEGO

Wprowadzenie

Współczesna gospodarka światowa podlega bardzo dużym zawirowaniom, szczególnie w zakresie silnej dekoniunktury gospodarczej, dużej niestabilności panującej na międzynarodowych rynkach finansowych, kryzysogenności gospodarek narodowych na szczeblu finansów publicznych, bardzo dużych wahań wszystkich głównych walut oraz – postępującego kryzysu w strefie euro. W kontekście tych zjawisk szczególnego znaczenia nabiera problem bardzo dużej i dynamicznej fluktuacji głównych kursów walutowych, a co za tym idzie rosnąca ekspozycja na ryzyko walutowe. Niewłaściwe zabezpieczenie się przed tym ryzykiem, nietrafne decyzje lub ich brak w zakresie ryzyka walutowego mogą spowodować, że nawet największe firmy utracą płynność finansową i zbankrutują. Ryzyko walutowe jest powszechne i „wszechobecne". Każda firma podlega temu ryzyku bez względu na to, czy przyjęła strategię spekulacji, akceptacji, przeniesienia czy mitygacji. Trzy pierwsze strategie są swoistą metodą unikania ryzyka poprzez jego – stosownie do wybranej strategii – przenoszenie. Mitygacja natomiast stanowi o zarządzeniu ryzykiem. We współczesnej kryzysogennej gospodarce światowej właściwe zarządzanie ryzykiem walutowym wydaje się zagadnieniem bardzo ważnym z punktu widzenia potencjalnych kosztów i strat.

Celem opracowania jest prezentacja problemu w zakresie mitygacji ryzyka walutowego, a co za tym idzie jego internacjonalizacji. Brak spójnych, jednolitych i powszechnych mechanizmów mitygacyjnych na szczeblu poszczególnych gospodarek narodowych oraz bardzo częste przyjmowanie przez firmy strategii spekulacji powodują coraz większe zawirowania na międzynarodowych rynkach finansowych oraz generują coraz większe koszty dla firm.

1. Istota i typologia ryzyka

Ryzyko jest kategorią, która występuje we wszystkich obszarach działalności człowieka, ale niekoniecznie w sensie świadomego i skalkulowanego ryzyka. Ryzyko w języku naturalnym oznacza jakąś miarę/ocenę zagrożenia czy niebezpieczeństwa wynikającego albo z prawdopodobnych zdarzeń niezależnych, albo z możliwych konsekwencji podjęcia decyzji. Najogólniej, ryzyko jest wskaźnikiem stanu lub zdarzenia, które może prowadzić do strat. Jest ono proporcjonalne do prawdopodobieństwa wystąpienia tego zdarzenia i do wielkości strat, które może spowodować[1]. Ryzyko definiowane jest również jako możliwość niepowodzenia, a w szczególności możliwość zaistnienia zdarzeń niezależnych od działającego podmiotu, których nie może on dokładnie przewidzieć i nie może w pełni im zapobiec, a które – przez zmniejszenie wyników użytecznych lub przez zwiększenie nakładów – odbierają działaniu zupełnie lub częściowo cechę skuteczności, korzystności lub ekonomiczności[2]. Ryzykiem jest także zespół czynników, działań lub czynności, powodujących szkodę na ciele albo stratę materialną bądź wywołujących inne straty. Ryzyko różni się od niebezpieczeństwa, które oznacza raczej pewne bezpośrednie zagrożenie. O ryzyku mówi się tylko wtedy, kiedy następstwa są niepewne[3]. W literaturze przedmiotu spotyka się jeszcze podejście rozszerzające pojęcie ryzyka, polegające na tym, że uwzględnia się również jego pozytywny aspekt, czyli oprócz straty widzi się szansę osiągnięcia korzyści i zysku[4]. Już te dwa podejścia wskazują, że w praktyce wyróżnia się dwie kategorie ryzyka, a mianowicie: ryzyko czyste i dynamiczne. Ryzyko czyste niesie za sobą jednoznaczą stratę. Ryzyko dynamiczne natomiast zawiera w sobie hipotetyczną możliwość wystąpienia straty lub osiągnięcia zysku. na podstawie powyższego można ostatecznie zagadnienie ryzyka podzielić na: formalne i materialne. Ryzyko materialne jednoznacznie generuje zyski lub straty, wynikające z prowadzonej działalności. Ryzyko formalne wynika z niepewności, która jest mierzalna i kwantyfikowalna. Tym samym można również zmierzyć to ryzyko.

Taksonomia i typologia ryzyka wyróżnia następujące jego rodzaje:

- ubezpieczeniowe,
- ekonomiczne,
- kursu walutowego i stopy procentowej,
- kredytowe,

---

[1] K. Ciszek: Zarządzanie ryzykiem na rynku węgla w Polsce – wybrane problemy. Nauka i Gospodarka, Kraków 2010, s. 264.

[2] P. Best: Wartość narażona na ryzyko. Dom Wydawniczy ABC, Kraków 2004, s. 78.

[3] T.T. Kaczmarek: Ryzyko i zarządzanie ryzykiem. Difin, Warszawa 2008, s. 52-53.

[4] M.J. Ahn: Strategic Risk Management: How Global Corporations Manage Financial Risk for Competetive Advantage. London 1991, s. 117.

- produkcyjne,
- prawne,
- organizacyjne,
- polityczne,
- związane z nowymi technologiami i ekologią,
- medyczne i epidemiologiczne,
- farmaceutyczne,
- chemiczne,
- psychologiczne,
- socjologiczne,
- medialne i środków przekazu,
- cywilizacyjne i kulturowe,
- filozoficzne, etyczne i religijne,
- siły wyższej[5].

Przyszłość i zdarzenia, które nastąpią były zawsze przedmiotem zainteresowania przedsiębiorców: jak będzie wyglądał rynek, jak zachowa się konkurencja i czy założone plany zostaną zrealizowane. Z uwagi na fakt – o czym już wspomniano wcześniej – że ryzyko występowało, występuje i będzie występować w codziennym życiu każdego człowieka, jak również w działalności gospodarczej każdego podmiotu ważne jest, aby właściwe nim zarządzić. Od tego procesu zależą przyszłe straty i zyski wszystkich podmiotów na rynku.

2. Pojęcie ryzyka walutowego

Ryzyko walutowe definiowane jest, jako bieżąca pozycja lub pozycje przyszłych okresów bądź też przewidywany przyszły składnik aktywów lub pasywów, denominowany w walucie obcej, który – czy to z przyczyn handlowych (rachunek zysków i strat), czy też bilansowych – musi być przeliczony na inną walutę według kursu, który jeszcze nie został określony[6].

Ryzyko walutowe można określić również jako niebezpieczeństwo pogorszenia się sytuacji finansowej firmy na skutek niekorzystnej zmiany kursu walutowego. Dlatego ryzyko to określane jest również mianem ryzyka kursowego. Zmiany kursów walutowych powodują zatem zmianę warunków działalności gospodarczej każdej firmy, która bezpośrednio lub pośrednio prowadzi wymianę towarów z zagranicą lub w jakikolwiek sposób zajmuje się obrotem pieniężnym w kraju i za granicą. Podstawowym zagrożeniem i równocześnie konsekwencją dla wszystkich podmiotów uczestniczących w obrocie międzynarodowym są wahania kursów walutowych. Zagrożenie powiązane z ryzykiem płynącym ze

[5] T.T. Kaczmarek: Op. cit., s. 56-94.

[6] D. Bennett*:* Ryzyko walutowe. Dom Wydawniczy ABC, Kraków 2000, s. 28-29.

zmiennych kursów walutowych określone zostało jako exposure, czyli sytuacja, w której podmiot uczestniczący w wymianie międzynarodowej posiada w walutach obcych denominowane kwoty[7].

Nieodłącznym elementem ryzyka walutowego jest ekspozycja na to ryzyko, która obejmuje:

- pozycje bilansu denominowane w walucie obcej,
- rzeczywiste, fizyczne zakupy oraz sprzedaż dóbr i usług, które nie zostały jeszcze zafakturowane,
- transakcje kupna i sprzedaży przyszłych okresów,
- rachunki i płatności denominowane w walutach obcych[8].

Jak już wcześniej wspomniano, ryzyko występuje zawsze. Nie można od niego uciec. Można nim natomiast zarządzić po to, by je zminimalizować i ograniczyć. Ten sam proces dotyczy ryzyka walutowego. Dlatego bardzo ważny jest proces zarządzania ryzykiem walutowym, który pozwoli podmiotowi zająć właściwą pozycję walutową. W praktyce gospodarczej wyróżnia się następujące rodzaje pozycji walutowych:

- domkniętą – wartość oczekiwanych wpływów w danej walucie równa się oczekiwanym wydatkom w tej samej walucie,
- otwartą długą – wartości oczekiwanych wpływów w danej walucie przewyższają oczekiwane wydatki w tej walucie,
- otwartą krótką – wartość oczekiwanych wydatków w danej walucie przewyższa oczekiwane wpływy w tej walucie.

Aby ocenić jak firmy oceniają ryzyko walutowe, przeprowadzono badania na ten temat[9]. Na podstawie otrzymanych wyników można wyciągnąć następujące wnioski końcowe:

1. Blisko 88% firm jest „jednoznacznie" bądź „prawdopodobnie" narażonych na ryzyko walutowe.

2. Wśród negatywnych skutków występowania ryzyka walutowego dominuje w przedsiębiorstwach przede wszystkim przekonanie o możliwości spadku opłacalności eksportu (62% wszystkich odpowiedzi).

3. Ponad 85% przedsiębiorstw „jednoznacznie" bądź „raczej tak" doświadczyło negatywnych skutków tego ryzyka w swojej działalności.

---

[7] I. Miciula: Zarządzanie ryzykiem walutowym elementem funkcjonowania przedsiębiorstw w warunkach międzynarodowych. Nauka i Gospodarka, Kraków 2010, s. 303.

[8] Ibid., s. 29.

[9] Badania w formie ankiety składającej się z 12 pytań przeprowadzone zostały drogą telefoniczną wśród 500 największych przedsiębiorstw w okresie od 1 września do 15 grudnia 2010 roku. Dobór przedsiębiorstw do badań miał miejsce na podstawie listy największych przedsiębiorstw według dziennika „Rzeczpospolita" z 2009 roku. Ze względu na temat badań z listy tej zostały wykluczone przedsiębiorstwa i instytucje z szeroko pojętej branży finansowej i ubezpieczeniowej, gdyż charakter ich działalności jest ściśle związany z zarządzaniem ryzykiem walutowym i tym samym stanowi ono część ich działalności operacyjnej. Z podanej wyżej populacji na udział w badaniach wyraziło zgodę 346 przedsiębiorstw.

4. Jedną z przyczyn doświadczania negatywnych skutków ryzyka walutowego jest brak odpowiednich zabezpieczeń mitygujących to ryzyko bądź nieskuteczne ich stosowanie – 90%.

5. Przepływy w przedziale 11-50 mln PLN rocznie są najwięcej narażone na ryzyko walutowe – 25%.

6 z Odsetek przedsiębiorstw, które podejmują decyzje dotyczące zabezpieczenia przed ryzykiem walutowym wyłącznie wewnątrz swojej firmy wynosi 70%.

7. Najpopularniejszymi instrumentami do zarządzania ryzykiem walutowym są w przedsiębiorstwach kontrakty forward; Instrumenty te stosowane są przez 37% ankietowanych firm.

8. Największe trudności związane z wykorzystaniem instrumentów pochodnych sprawiają przedsiębiorstwom kwestie dotyczące księgowania tych instrumentów oraz ciągły brak jednoznacznych przepisów dotyczących opodatkowania instrumentów pochodnych (blisko 55% odpowiedzi).

9. Niezbędne informacje o zarządzaniu ryzykiem walutowym przedsiębiorstwa pozyskują głównie za pośrednictwem Internetu (blisko 20%).

10. Odsetek firm, które mają zamiar zacząć współpracę ze specjalistycznymi firmami wynosi 50%. Liczba firm, które samodzielnie skutecznie zarządzają ryzykiem wynosi 10%. Świadczy to zatem o problemach, na jakie napotykają przedsiębiorstwa przy samodzielnej próbie zabezpieczania się przed ryzykiem walutowym.

Opierając się na powyższym można stwierdzić, że poziom zagrożenia ryzykiem walutowym wśród przedsiębiorstw rośnie, co potwierdza wcześniej postawioną tezę, że każda firma działająca na rynku podlega temu ryzyku i że nie można od niego uciec. Pozytywnym aspektem jest to, że kierownictwo firm zrozumiało, iż problem ryzyka walutowego jest w chwili obecnej bardzo istotny dla ich bilansów i że należy je mitygować nie tylko wewnątrz firmy, ale również z pomocą specjalistów zewnętrznych.

3. Zarządzanie ryzykiem walutowym

Zwiększający się poziom niepewności ekonomicznej w warunkach współczesnej, kryzysogennej gospodarki światowej i wyraźnego kryzysu w finansach publicznych wielu gospodarek narodowych zmienił sposób funkcjonowania rynków finansowych. Jednym z efektów zmiany tej efektywności są bardzo gwałtowne wahania na rynkach walutowych. Zarządzenie ryzkiem walutowym staje się więc zagadnieniem pierwszoplanowym. Obejmuje prowadzenie właściwej polityki związanej z ryzykiem na szczeblu przedsiębiorstwa, a związanej w za-

sadniczej swojej części z następującymi wspomnianymi na wstępie opracowania procesami: spekulacji, akceptacji, przeniesienia i mitygacji.

Przyjmując strategię spekulacji dane przedsiębiorstwo nie zabezpiecza swoich otwartych pozycji lub zabezpiecza je w sposób niewystarczający i mało efektywny. Dodatkowo przyjmuje ono postawę „jakoś to będzie". Nierozerwalnie z tą strategią związane jest często stosowane podejście przez firmy, a mianowicie w przypadku wystąpienia strat z tytułu ryzyka walutowego – są one przerzucane na klientów.

Wybierając strategię akceptacji przedsiębiorstwo godzi się z potencjalnym ryzykiem, ale nie wykonuje żadnych działań zabezpieczających. Strategię tę cechuje zawsze – wspomniane wcześniej – przerzucanie potencjalnie powstałych kosztów na klientów. Podobnie wygląda sytuacja w przypadku strategii przeniesienia z tą jednak różnicą, że dodatkowo przedsiębiorstwo przenosi potencjalne ryzyko walutowe i ewentualne koszty powstałe z tytułu jego materializacji na inne, dodatkowe walory, np. ubezpieczenie.

W przypadku mitygacji następuje właściwe zarządzenie ryzykiem walutowym. Oznacza to, że przedsiębiorstwo przyjmuje to ryzyko, ale w pełni nim zarządza, łącznie z zastosowaniem tzw. *action* planów, a więc działań, które mają zabezpieczyć obecne i przyszłe działania przedsiębiorstwa poprzez całkowitą – tam gdzie nie jest to możliwe – częściową jego niwelację.

Zasadniczym celem zarządzania ryzkiem walutowym poprzez jego mitygację jest więc poprawa wyników finansowych firmy i zapewnienie takich warunków, aby nie ponosiła ona strat większych niż założone. W procesie mitygacji następuje rozpoznawanie składników/czynników ryzyka, z jakim firma może mieć do czynienia, a następnie ich kontrola i pomiar.

Najważniejszym celem zarządzania ryzykiem walutowym jest absolutna stabilizacja wartości przyszłych przepływów pieniężnych denominowanych w walutach obcych, na założonym i akceptowalnym przez daną firmę poziomie.

Właściwe zarządzanie ryzykiem walutowym nie może efektywnie odbyć się bez właściwego doboru instrumentów zabezpieczających. Literatura przedmiotu wskazuje na dwie grupy instrumentów:
- wewnętrzne – hedgingowe,
- zewnętrzne.

Obydwie grupy mają w swoim składzie całą paletę instrumentów pozwalających w sposób efektywny zarządzać ryzykiem walutowym. W przypadku zabezpieczeń wewnętrznych, firma bazuje w pierwszej kolejności na regulacjach i procedurach wewnętrznych. Ich liczba jednak jest ograniczona legislacją wewnątrz danej firmy. W przypadku zabezpieczeń zewnętrznych, praktycznie nie ma ograniczeń i firma może czerpać z dużej liczby instrumentów dedykowanych w chwili obecnej – stosownie do zaistniałej sytuacji i przypadku.

Aby proces zarządzania ryzykiem walutowym był efektywny i przynosił założone efekty, musi on być właściwie sparametryzowany, usystematyzowany i zdefiniowany. W przeciwnym przypadku korzyści z tego procesu będą odmienne od założonych celów.

4. Problem internacjonalizacji w zakresie procesu mitygacji ryzyka walutowego

Internacjonalizacja mitygacji w zakresie ryzyka walutowego powinna w chwili obecnej stanowić najważniejsze zagadnienie dla wszystkich banków centralnych oraz rządów państw – szczególnie Grupy G8. Zagadnienie mitygacji docelowo powinno prowadzić do sparametryzowania i usystematyzowania działań w zakresie action planów dla zminimalizowania skutków ryzyka walutowego. Tak zdefiniowana mitygacja powinna w dalszej kolejności podlegać procesowi internacjonalizacji po to, aby zapobiec niekontrolowanym stratom oraz częstym i dużym turbulencjom na rynku walutowym, czego jesteśmy świadkami obserwując współczesne międzynarodowe rynki finansowe. Wszystkie zawirowania na rynkach finansowych, a szczególnie walutowych – są efektem wszechobecnej spekulacji i braku internacjonalizacji w zakresie mitygacji fluktuacji kursów walutowych.

Zasadniczym punktem procesu internacjonalizacji w zakresie mitygacji ryzyka walutowego powinna być stabilizacja wartości przyszłych przepływów pieniężnych denominowanych w walutach obcych. Takie podejście prowadzi do pełnego zabezpieczenia pozycji walutowej w taki sposób, aby zmiany kursu walutowego nie powodowały zmiany wartości tych przepływów, a jednocześnie pozwalały na czerpanie korzyści z pojawiających się dodatnich różnic kursowych.

Czynnikami prowadzącymi do parametryzacji procesu internacjonalizacji mitygacji ryzyka walutowego powinny być:

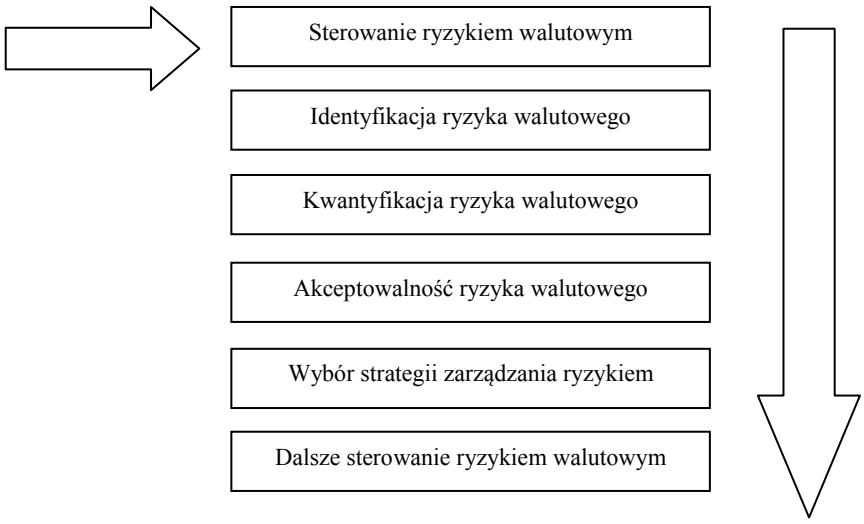
1. Specyfikacja w zakresie zagranicznych przepływów handlowych, tj. powtarzalność tych przepływów, terminy płatności, wielkość transakcji i ekspozycji, kierunek przepływów, waluta rozliczenia.
2. Siła wpływu zmiany kursów na wyniki finansowe firmy, wielkości zagranicznych obrotów handlowych w stosunku do obrotów ogółem.
3. Szybkość z jaką można dostosować ceny, by skompensować wpływ nieoczekiwanych zmian w kursie walutowym na marżę zysku.
4. Umiejętności kadry zarządzającej w zakresie mitygacji ryzyka walutowego.

5. Możliwość zastosowania wewnętrznych instrumentów zabezpieczających i/lub instrumentów zewnętrznych[10].

Na podstawie tak określonych warunków można rozpocząć budowę strategii mitygacyjnych dostoswanych do specyfiki gospodarek narodowych – szczebel makro i poszczególnych firm – szczebel mikro. Trzeba pamiętać, że najważniejszy czynnik przy konstruowaniu strategii zarządzania ryzykiem walutowym to czynnik ludzki, a nie jak można by sądzić – środki pieniężne. Wiele firm o bardzo dużym potencjale finansowym, mające rozbudowane działy finansowe, ponosi w każdym roku wysokie straty z tytułu ujemnych różnic kursowych w wyniku źle skonstruowanych strategii zabezpieczających[11].

Schemat 1

Generyczny proces zarządzania ryzkiem walutowym w procesie jego mitygacji



Powyższy schemat czyni proces internacjonalizacji mitygacji ryzyka walutowego generycznym. Najważniejszym elementem tego schematu jest ustalenie momentu powstania ryzyka, czyli ustalenie cen za sprzedane/kupione towary, gdy nie ma już możliwości absorpcji ruchów kursów walutowych w cenę produktu, a następnie decyzja o wyborze strategii zabezpieczających do określonych rodzajów płatności i rozliczeń.

[10] I. Miciula: Op. cit., s. 309.
[11] Ibid., s. 307-308.

Ryzyko walutowe było i jest trwałym i nierozłącznym elementem handlu z państwami, które posługują się inną walutą. Odpowiednia organizacja w zarządzaniu i mitygowaniu tego ryzyka z jednej strony stanowi doskonałe narzędzie w podnoszeniu bezpieczeństwa finansowego na szczeblu mikro i makroekonomicznym, z drugiej zaś świadczy o jego internacjonalności.

Zakończenie

Współczesny problem w zakresie internacjonalizacji mitygacji ryzyka walutowego określają następujące determinanty:

1. Wzrost wymiany międzynarodowej oraz zmienność kursów walutowych sprawia, że zarządzanie ryzykiem walutowym staje się koniecznością.
2. Firmy nie zabezpieczają się dostatecznie przed ryzykiem walutowym, ponieważ stanowi to dla nich problem finansowy – instrumenty zabezpieczające są w rozumieniu firm kosztem.
3. Brak strategii zarządzania ryzykiem walutowym w przedsiębiorstwie jest spekulacją.
4. Ekspozycja na ryzyko walutowe jest wprost proporcjonalna do wielkości należności i zobowiązań w walutach obcych.
5. Zwiększenie wartości kontraktów opartych na ryzyku prowadzi do upadłości firmy, mimo pełnego portfela zamówień.
6. Koszty z tytułu ryzyka walutowego firmy przenoszą na klientów.
7. Właściwa mitygacja ryzyka walutowego zabezpiecza przyszłą ekspozycję firmy.
8. Specyfikacja wszystkich parametrów określających wymianę międzynarodową.
9. Generyczność w zakresie mitygacji ryzyka walutowego i jego internacjonalizacji.
10. Parametryzacja i unifikacja procedur mitygujących ryzyko walutowe na szczeblu przedsiębiorstw, banków centralnych i rządów państw.

Literatura

Ahn M.J.: Strategic Risk Management: How Global Corporations Manage Financial Risk for Competetive Advantage. London 1991.

Bennett D.: Ryzyko walutowe. Dom Wydawniczy ABC, Kraków 2000.

Best P.: Wartość narażona na ryzyko. Dom Wydawniczy ABC, Kraków 2004.

Ciszek K.: Zarządzanie ryzykiem na rynku węgla w Polsce – wybrane problemy. Nauka i Gospodarka, Kraków 2010.

Kaczmarek T.T.: Ryzyko i zarządzanie ryzykiem. Difin, Warszawa 2008.

Miciula I.: Zarządzanie ryzykiem walutowym elementem funkcjonowania przedsiębiorstw w warunkach międzynarodowych. Nauka i Gospodarka, Kraków 2010.

INTENATIONALIZATION PROBLEM IN THE SCOPE OF FOREIGN EXCHANGE RISK MITIGATION

Summary

Internationalization of foreign exchange risk management is a fundamental problem in the contemporary global economy. Proper mitigation of the risk will define the future level of an enterprise's profit/loss on the international market. The study presents the nature and typology of the risk, the notion of foreign exchange risk, foreign exchange risk management and the issue of mitigation thereof.

Zbigniew Spyra
Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

STRATEGIE EKSPANSJI ZAGRANICZNEJ POLSKICH PRZEDSIĘBIORSTW JAKO DOSTAWCÓW MAREK WŁASNYCH DLA MIĘDZYNARODOWYCH SIECI HANDLOWYCH

Wprowadzenie

Jedną z ważnych cech charakteryzujących internacjonalizację wielu polskich przedsiębiorstw jest wykorzystanie różnorodnych form współpracy z międzynarodowymi sieciami handlowymi (msh), w tym m.in. w obszarze tzw. marek własnych. Ponieważ „marki własne" stały się jednym z ważnych „znaków rozpoznawczych" strategii msh, firmy zaczęły dostrzegać w ich produkcji szanse marketingowe w zakresie kształtowania zarówno pola rynkowego, jak i przestrzennego zasięgu rynku, w tym włączenia rynku zagranicznego. Wybrany do analizy obszar rozważań wydaje się ważny z uwagi na swoją dynamikę zmian oraz duży potencjał rozwojowy. Celem opracowania jest identyfikacja uwarunkowań rozwoju i kierunków zmian w sprzedaży za pośrednictwem msh w zakresie dostarczania produktów opatrzonych ich markami własnymi jako formy ekspansji zagranicznej polskich producentów.

1. Podstawowe czynniki rozwoju portfela marek własnych detalistów w otoczeniu międzynarodowym

W literaturze przedmiotu istnieje dość duży chaos terminologiczny w zakresie definiowania kategorii „marki własnej" detalistów. Generalnie markę tę przeciwstawia się marce producenta i akcentuje trzy główne atrybuty: prawa własności (właścicielem marki jest przedsiębiorstwo handlowe), sposobu dystry-

bucji produktów (ograniczona dostępność produktów do placówek sieci handlowej zarządzanej przez gestora marki) oraz atrybut związany z organizacją procesu produkcyjnego (marki własne są produkowane na zlecenie detalisty przez wyselekcjonowanych producentów). Według wielu firm badawczych wyspecjalizowanych w analizach rynkowych dotyczących marek własnych detalistów (Nielsen, PMR), udziały rynkowe tych produktów będą w kolejnych latach wzrastać[1]. Wśród czynników determinujących rozwój rynku marek własnych detalistów w otoczeniu międzynarodowym możemy wyróżnić te, które są związane ze zmianami w zachowaniach finalnych nabywców (np. coraz większa ich akceptacja jako efekt działań sieci związanych ze zmianą ich wizerunku i oferowanie ich na wszystkich poziomach cenowych, a także jako przejaw racjonalnych wyborów konsumentów zwłaszcza w okresach recesji gospodarczej) oraz te, które leżą po stronie sieci handlowych oraz samych producentów. Do czynników sprzyjających rozwojowi marek własnych zależnych od detalistów należy m.in. proces koncentracji w handlu i internacjonalizacji sieci handlowych, mondializacja procesu zaopatrzenia, wzrost konkurencji między sieciami handlowymi zmuszający je do ciągłej poprawy swej produktywności i poszukiwania nowych narzędzi konkurowania. Ważnym czynnikiem determinującym rozwój marek są także aktywne działania sieci w zakresie budowy infrastruktury ułatwiającej dokonywanie skoncentrowanych zakupów tych produktów na rynkach międzynarodowych[2]. Z kolei z punktu widzenia producentów do najbardziej istotnych czynników można zaliczyć m.in. wzrost pozycji konkurencyjnej detalistów w łańcuchach dostaw wymuszający współpracę z nimi w zakresie kreowania ich marek, nadwyżka mocy produkcyjnych w przedsiębiorstwach jako efekt procesów globalizacyjnych, zaostrzająca się konkurencja, wzrost kosztów marketingowych, niedostateczne zasoby finanso-

[1] Dobrze udokumentowane miejsce marek własnych na współczesnym rynku znajduje się m.in. w: K. Lincoln, L. Thomassen: Marka prywatna. Jak przekształcić zagrożenia w szanse dla detalisty i producenta. Wolters Kluwer, Kraków 2009, s. 27.

[2] Na przykład w strukturach organizacyjnych sieci Tesco występuje np. tzw. regionalna dywizja zakupowa – Food Central Europe Tesco, której zadaniem jest koordynacja i optymalizacja zakupów towarów dla sklepów Tesco działających w Europie Środkowej. Grupa Metro natomiast utworzyła cztery tzw. regionalne centra zakupowe, których zadaniem jest obsługa rynków Europy Środkowej, Wschodniej, Południowej oraz Zachodniej, a także współpraca między sobą w realizacji programów wspólnych zakupów oraz wspólne spotkania robocze kupców, w celu określenia potencjalnych produktów, które mogą być przedmiotem zakupu międzynarodowego. Ustalenia kupców są przekazywane do działu jakości, którego zadaniem jest przygotowanie „profilu produktu". Staje się on później podstawą do poszukiwania potencjalnych dostawców, do których kieruje się zapytania ofertowe. W przypadku zainteresowania uczestnictwem w programie, przedstawia się im prognozowane wielkości sprzedaży, a ich oferty są rozpatrywane w drodze negocjacji handlowych albo w drodze aukcji internetowych. www. portalspozywczy.pl. oraz Z. Kobielska: Sieci w roli eksportera. „Fresh & Cool Market" 2008, listopad.

we, aby kreować silne marki zdolne do konkurowania z innymi markami zagranicznymi na dojrzałych rynkach, a także występowanie instytucji międzynarodowych zrzeszających producentów wytwarzających produkty na zlecenie sieci handlowych np. PLMA[3]. Ponadto, produkcja marek własnych dla sieci sprzyja ekonomii skali, przez co można taniej produkować własne marki. Można sformułować tezę, że współcześnie kluczowym wyzwaniem dla sieci handlowych i producentów ich marek własnych jest poszukiwanie nowych form współpracy w celu przyrostu produktywności w całym łańcuchu podaży. Przejawem doskonalenia podejścia do takich wzajemnych relacji producentów i sieci są m.in. proponowane „ułatwienia" ze strony sieci w dostępie do międzynarodowych kanałów dystrybucji dla „sprawdzonych" producentów ich marek własnych.

2. Współpraca z sieciami handlowymi w zakresie produkcji ich marek własnych jako forma międzynarodowej ekspansji polskich przedsiębiorstw – cechy i uwarunkowania

O ekspansji międzynarodowej mówimy wówczas, gdy przedsiębiorstwo rozszerza swoją działalność na rynki zagraniczne. Termin „międzynarodowa ekspansja" jest często używany zamiennie z pojęciami „internacjonalizacja" czy „umiędzynarodowienie działalności przedsiębiorstwa"[4]. Międzynarodowa ekspansja przedsiębiorstw jest realizowana przy wykorzystaniu różnych form, na które zamiennie używa się także terminu „sposoby (strategie) wejścia na rynki zagraniczne"[5]. Powszechnie uznaje się, że najbardziej tradycyjnym sposobem wejścia na rynek zagraniczny jest eksport. Właśnie w zakresie eksportu połączonego ze współpracą z sieciami handlowymi wielu krajowych producentów dostrzegło możliwość „zaistnienia" na rynkach międzynarodowych. Specyfika tego eksportu polega na tym, że opiera się on na sprzedaży produktów opatrzo-

[3] PLMA (Private Label Manufacturers Association) – organizacja powstała w 1979 roku zrzeszająca ponad 3 tys. firm, organizująca doroczne kongresy, szkolenia i targi. www.plma.com.

[4] J. Rymarczyk: Internacjonalizacja przedsiębiorstwa. PWE, Warszawa 2004, s. 17 i 19; Procesy internacjonalizacji we współczesnej gospodarce światowej. Red. T. Sporek. AE, Katowice 2000, s. 53.

[5] Zob. np. W. Grzegorczyk: Marketing na rynku międzynarodowym. Wolters Kluwer, Kraków 2009, s. 60-98. Warto jednak podkreślić, że w istocie rzeczy nie chodzi tylko o sposób wejścia na rynek zagraniczny, ale także o sposób działania na nim. Stąd niektórzy autorzy proponują posługiwanie się szerszymi określeniami, takimi jak „strategia wejścia na rynek zagraniczny i jego rozwoju" czy „strategia obsługi rynku zagranicznego. M. Gorynia: Strategie zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw. PWE, Warszawa 2007, s. 109.

nych markami własnymi detalistów na rynkach zagranicznych przy wykorzystaniu „infrastruktury dystrybucyjnej" sieci. Identyfikacja podstawowych cech takiego eksportu jako płaszczyzny internacjonalizacji pozwala spojrzeć na nią jako proces przebiegający w określonym czasie, dzięki któremu firmy zwiększają swoją świadomość znaczenia działalności międzynarodowej w strategiach rozwoju. W takim przypadku możemy mówić o procesowym międzynarodowym zaangażowaniu przedsiębiorstwa, który jest kontynuacją ekspansywnych działań na rynku krajowym, albo(i) wynika z konieczności podnoszenia efektywności działania[6]. W tabeli 1 przedstawiono w ujęciu procesowym etapy działalności eksportowej opartej na współpracy z sieciami handlowymi w zakresie produkcji ich marek własnych. Internacjonalizacja ujmowana jest w tym modelu jako sekwencja procesu uczenia się firmy otoczenia międzynarodowego[7].

Tabela 1

Fazy procesu internacjonalizacji w produkcji marek własnych dla międzynarodowych sieci handlowych

1. Pierwsza – zaangażowanie się w produkcję marek własnych dla sieci z przeznaczeniem ich na rynek krajowy. W propozycjach ze strony sieci dominują tzw. marki narodowe, zakładające obecność marki własnej wyłącznie na jednym, wybranym rynku krajowym (polskim); dla sieci handlowych jest to tzw. etap testowy producenta.
2. Druga – ze strony sieci dla „sprawdzonych" producentów pojawiają się sugestie związane z możliwością wykorzystania efektów synergetycznych i produkcji wystandaryzowanych marek wielonarodowych zakładających obecność marki własnej sieci na kilku rynkach krajowych, np. w krajach Europy Środkowej; efekt synergii odwołuje się do bliskości geograficznej, kulturowej, logistycznej, podobnego poziomu rozwoju strategii produktowych związanych z marką własną sieci.
3. Trzecia – producenci wykazują wzrost zainteresowania umiędzynarodowieniem, poszukują informacji na temat korzyści z internacjonalizacji, podejmują działania związane z przygotowaniem ewentualnego przyszłego zaangażowania firmy w wymiarze międzynarodowym, np. poprzez uzyskiwanie odpowiednich certyfikowanych systemów jakościowych (np. IFS, BRC). Ich posiadanie większość detalistów traktuje jako bezwzględny warunek podpisania międzynarodowych kontraktów.
4. Czwarta – rozpoczęcie dostarczania produktów opatrzonych markami własnymi sieci na rynki zagraniczne, nabywanie wiedzy o otoczeniu międzynarodowym; organizacja swego rodzaju „przyczółka" do dalszej ekspansji na rynki innych krajów, także w postaci innych form działania i budowania w przyszłości własnej orientacji międzynarodowej.
5. Piąta – stopniowe zwiększanie zaangażowania międzynarodowego, pełna internacjonalizacja.

Źródło: Z wykorzystaniem: T. Domański: Strategie rozwoju handlu. PWE, Warszawa 2005, s. 109-110.

[6] W. Grzegorczyk: Op. cit., s. 14.

[7] Odnajdujemy tutaj nawiązanie do modelu uppsalskiego oraz modelu fazowego według Lekvala, Wahlbina. Marketing międzynarodowy. Uwarunkowania, instrumenty, tendencje. Red. E. Duliniec. SGH, Warszawa 2007, s. 18-22 oraz M. Gorynia: Op. cit., s. 84.

Warto podkreślić, że dla części krajowych firm realizujących głównie tzw. opcję strategiczną „dwóch marek”[8] wejście na rynki zagraniczne za pośrednictwem sieci handlowych poprzez produkcję dla nich marek własnych jest tylko jedną z form, często firmy te wykorzystują jednocześnie zróżnicowane formy wejścia, od eksportu poprzez przejęcia i fuzje, aż po inwestycje bezpośrednie (np. Mokate, Maspex). W przypadku tych firm przesłanką wyjściową w podjęciu decyzji o produkcji marek własnych detalistów jest najczęściej występowanie pewnej nadwyżkowej zdolności produkcyjnej[9], którą starają się „zagospodarować”. Krótkoterminowo tego typu decyzje wydają się racjonalne (dochody powyżej kosztów zmiennych traktowane są jako wkład w zysk przedsiębiorstwa, większa skala produkcji może poprawić pozycję przetargową w negocjacjach z dostawcami surowców). Zdarzają się w praktyce również takie przypadki, że dzięki produkcji marek własnych dla danej sieci wytwórca uzyskuje tzw. preferencyjne „traktowanie”. Inaczej jednak wygląda sprawa z perspektywy długoterminowej. Wymaga ona przeprowadzenia pogłębionej analizy kosztów produkcji, oceny trwałości nadwyżki zdolności produkcyjnych, oraz realnego zagrożenia jakim jest „wplątanie się” w pułapkę błędnego koła produkcji marek własnych dla sieci handlowych[10]. Przykładami firm krajowych, które realizują w praktyce opcję strategiczną „dwóch marek” są m.in. firmy: Mokate, Bakalland, Maspex, Roleski, Dawtona, Inco Veritas, Eurovita (producent marki Terravita). Z kolei dla firm, które nie posiadają w swoim portfelu silnych własnych marek, a także takich, które we własnej ocenie uważają, że nie mają wystarczających zasobów, aby wykreować takie silne marki własne, decyzja o podjęciu produkcji marek dla sieci jest ułatwiona. Większość zamówień na produkowanie takich wyrobów postrzegana jest jako szansa na przetrwanie, ale i rozwój, ponieważ dynamika tego rynku jest wyższa niż dynamika rynku marek producentów. Starają się więc wykorzystywać niemal każdą okazję na wytwarzanie takich produktów, traktując ja jako realną szansę na poprawę pozycji rynkowej w przyszłości. Warto zauważyć jednak, że sukces nie jest dany każdemu takiemu przedsiębiorstwu. Musi to wynikać z przemyślanej strategii firmy. Zanim więc przygotuje się ofertę dla danej sieci warto poznać jej program dotyczący marek własnych, a zawarcie kontraktu traktować jako początek współpracy obejmującej m.in. wspólne z siecią handlową poszukiwanie oszczędności w łańcuchu

[8] Opcja ta polega na produkowaniu zarówno swoich markowych wyrobów, jak i produktów opatrzonych markami własnymi detalistów, przy czym „fundament działalności biznesowej” stanowi produkcja i wsparcie marketingowe własnych produktów i marek, a produkcja marek dla sieci traktowana jest jako uzupełniająca.

[9] Wypowiedzi menedżerów polskich firm zawarte w: E. Obidzińska: Marka kontra marka. „Fresh & Cool Market” 2009, nr 9.

[10] N. Kumar, J.B. Steenkamp: Strategia marek własnych. Wolters Kluwer, Warszawa 2010, s. 132-133.

dostawczym[11]. Przykładami takich firm krajowych, które w swojej strategii rozwoju założyły, że będą koncentrować się na wytwarzaniu produktów opatrzonych markami detalistów są m.in. Cuprod sp. z o.o. (wyroby cukiernicze), Kilagro (lody), Betasoap (mydło w kostkach), Galaxia (kawa), ZPC Otmuchów[12]. Warto podkreślić, że wspólną cechą łączącą wyróżnione grupy firm jest ciągłe doskonalenie jakości produktów przy intensyfikowaniu działań związanych ze wzrostem wydajności pracy i strategią starannej kontroli kosztów wytwarzania. Wysoka jakość produktów firm gwarantowana jest m.in. poprzez uzyskiwane certyfikaty BRC, IFS, ISO 9001, 22000, zasady Dobrej Praktyki Produkcyjnej (GMP) i Dobrej Praktyki Higienicznej (GHP) oraz wdrożony system HACCP. Ważnym elementem wspólnym jest także wykorzystywanie nowoczesnych technologii informacyjnych i komunikacyjnych oraz międzynarodowych imprez targowych jako atrakcyjnych kanałów komunikacji marketingowej[13]. Innym istotnym elementem spójnym dla tych firm jest duża aktywność inwestycyjna (znaczna jej część jest zawiązana z zaangażowaniem zagranicznym) oraz podejmowanie aktywnych prób mających na celu przełamywanie stereotypów nawiązujących do wizerunku polskich produktów i Polski jako kraju pochodzenia. W tabeli 2 zestawiono podstawowe cechy charakteryzujące firmy oferujące produkty opatrzone markami własnymi sieci na rynek krajowy i zagraniczny.

Tabela 2

Podstawowe charakterystyki przedsiębiorstw oferujących produkty opatrzone markami własnymi sieci handlowych na rynek krajowy i zagraniczny

Średnie i duże przedsiębiorstwa, specjalizujące się w kilku kategoriach produktowych (w przypadku dostaw ograniczonych tylko do rynku krajowego-małe i średnie przedsiębiorstwa).
Duża elastyczność procesów gospodarczych wynikająca z występującej konieczności działania w sytuacji nieoczekiwanego wystąpienia „wielu niewiadomych" (możliwość realizacji różnorodnych zleceń, różnych wielkości serii często z niewielkim wyprzedzeniem czasowym, elastyczność linii produkcyjnych itp.).
Bardzo dobra znajomość rynku, duże zdolności obserwacji rynkowych i otwartość na wdrażanie nowych projektów produktowych.
Wysoka efektywność operacyjna – posiadanie kadry menedżerskiej wyposażonej w wiedzę na temat kosztów produkcji, zdolności produkcyjnych, duża umiejętność uczestnictwa w przetargach internetowych.

[11] E. Obidzińska: Marka – nie dla każdego? „Fresh & Cool Market" 2009, nr 12.

[12] Firma otrzymała nawet nagrodę Rynku Spożywczego 2010 roku za udaną próbę stworzenia pierwszej polskiej grupy spożywczej, która swoją strategię opiera na produkcji wyrobów pod marką własną dla sieci handlowych oraz globalnych koncernów. www. www.zpcotmuchow.com.pl

[13] Warto podkreślić, że coraz większą popularnością wśród polskich producentów cieszą się międzynarodowe targi tzw. prywatnej marki organizowane np. w Amsterdamie przez PLMA. Targi te są najważniejszą imprezą targową dla firm działających w sektorze marek własnych („food" oraz „non-food"). W targach w 2011 roku uczestniczyło ponad 3500 wystawców z 70 krajów, w tym m.in. 15 firm z Makroregionu Polski Wschodniej, dla których uczestnictwo zostało zorganizowane przez PAIiIZ. www.eksporter.gov.pl, paiz.gov.pl

cd. tabeli 2

Posiadanie podstawowych certyfikatów i jasno zdefiniowanej polityki jakości według standardów europejskich. Wysoka zdolność kontroli kosztów wytwarzania.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie studiów literaturowych oraz analizy stron internetowych firm oferujących produkcję marek własnych dla detalistów.

Zakończenie

Eksport przez sieci handlowe produktów opatrzonych ich markami własnymi jest coraz częściej rozważaną i wybieraną przez polskie firmy formą ekspansji zagranicznej[14]. Pierwsze możliwości eksportu takich produktów stworzyła sieć Tesco[15]. Ocenia się, że sieć ta wspiera eksport polskich producentów na największą skalę (tabela 3).

Tabela 3

Wybrane przykłady wsparcia przez sieć Tesco eksportu polskich produktów

2002 – porozumienie z Ministerstwem Gospodarki o współpracy w promowaniu polskich produktów za granicą.
2003 – europejski projekt dotyczący świeżej żywności, którego celem było szukanie potencjalnych dostawców początkowo na rynki Europy Centralnej, a docelowo także do Wielkiej Brytanii.
2006 – współpraca z międzynarodowym działem kupieckim Tesco, po raz pierwszy w sklepach w Wielkiej Brytanii pojawiło się kilkadziesiąt markowych polskich produktów; produkty te okazały się najlepiej sprzedającą oraz najszybciej rozwijającą się żywnością zagraniczną w Tesco i szybko znalazły się w „czołówce" kategorii narodowych sprzedawanych w sieci.
2010 – polskie produkty dostępne są w prawie 800 sklepach Tesco w Wielkiej Brytanii, a część z nich dostępna jest także w sprzedaży wysyłkowej w sklepie internetowym www.tesco.com.
2010 – podkreślenie wysokiej konkurencyjności oferty polskich producentów, zwłaszcza produktów spożywczych przez menedżerów ds. zakupów sieci Tesco; szacuje się, że około 80% produktów spożywczych opatrzonych markami własnymi sieci Tesco w ramach tzw. gamy wspólnej dla wszystkich placówek sieci w krajach europejskich pochodzi z Polski; firmą, która odniosła największy sukces w eksporcie marki własnej Tesco jest Delic-Pol, która produkuje ciastka dla placówek sieci zlokalizowanych w całej Europie.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie informacji prasowych oraz stron internetowych www.tesco.pl www.portalspozywczy.pl., www.delicpol.pl

[14] Na przykład w firmie drobiarskiej Konspol około 50% eksportu jest realizowane przez sieci handlowe.

[15] Uważa się, że pierwszym eksportowanym przez polskich dostawców produktem marki własnej za pośrednictwem sieci było kakao granulowane pod marką Tesco Value, które trafiło do sklepów Tesco na Węgrzech w 1999 roku, a wartość tego eksportu wyniosła wówczas 1,8 mln euro. www.tesco.pl

Szacuje się, że w 2007 roku dzięki umowom tylko z czterema sieciami handlowymi (Tesco, Real, Makro oraz Carrefour) krajowi producenci wyeksportowali artykuły żywnościowe o wartości ponad 1 mld zł, a w 2010 roku tzw. eksport sieciowy wyniósł już około 3 mld zł[16]. Taka forma współpracy jest oferowana przez coraz większa liczbę sieci handlowych obecnych w Polsce, np. Lidl „kusi" krajowych dostawców akcją promocyjną pt. „Zdobywaj z Lidlem europejskie rynki", w ramach której sieć poszukuje dostawców dla swoich nowych, oryginalnych marek. Wydaje się więc, że tę formę ekspansji zagranicznej polscy producenci powinni poważnie rozważać w swoich strategiach eksportowych, chociaż wiąże się ona z wieloma niedogodnościami (produkty są „anonimowe", a polscy producenci, mimo ewidencjonowanego wzrostu eksportu do krajów Europy Zachodniej, są tam „wielkimi nieobecnymi"). Argumentem „za" wyborem tej formy ekspansji zagranicznej jest przede wszystkim istotna redukcja kosztów działań promocyjnych oraz „uniknięcie zderzenia" z lokalnymi markami. Dodatkowo ze strony sieci pojawia się argumentacja, że poprzez produkty opatrzone ich markami własnymi sieć pozwala na „oswojenie" konsumenta z producentem i w związku z tym nie wyklucza ona wejścia w przyszłości także z marką producenta. Wartością dodaną takiej współpracy jest dla krajowych producentów szybki dostęp do wielu rynków zagranicznych równocześnie oraz, przy założeniu partnerskiej współpracy, rysujące się możliwości dzielenia się wiedzą operacyjną i rynkową w ramach łańcucha dostawczego.

Literatura

Bryła P., Domański T.: Marketing produktów żywnościowych. PWE, Warszawa 2010.
Domański T.: Strategie rozwoju handlu. PWE, Warszawa 2005.
Gorynia M.: Strategie zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw. PWE, Warszawa 2007.
Grzegorczyk W.: Marketing na rynku międzynarodowym. Wolters Kluwer, Kraków 2009.
Kobielska Z.: Sieci w roli eksportera. „Fresh & Cool Market" 2008, listopad.
Kumar N., Steenkamp J.B.: Strategia marek własnych. Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2010.
Lincoln K., Thomassen L.: Marka prywatna. Jak przekształcić zagrożenia w szanse dla detalisty i producenta. Wolters Kluwer Polska, Kraków 2008.
Marketing międzynarodowy. Uwarunkowania, instrumenty, tendencje. Red. E. Duliniec. SGH, Warszawa 2007.
Obidzińska E.: Marka kontra marka. „Fresh & Cool Market" 2009, nr 9.
Obidzińska E.: Marka – nie dla każdego? „Fresh & Cool Market" 2009, nr 12.

[16] Dane za www.dlahandlu.pl; warto jednak zauważyć, że podane wartości bardzo trudno jest zweryfikować, ponieważ sieci niechętnie dzielą się tego typu informacjami, a żadna z krajowych instytucji zajmujących się monitorowaniem eksportu nie analizuje danych pod tym kątem.

Strategie marketingowe eksporterów. Red. A. Czubała, R. Niestrój, J.W. Wiktor. UE, Kraków 2010.
Tifferet S., R. Herstein R.: The Effect of Individualism on Private Brand Perception: Cross-culture Investigation. „Journal of Consumer Marketing" 2010, No. 4.
Zarządzanie silną marką. Red. M.K. Witek-Hajduk. Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2011.
www.dlahandlu.pl
www.portalspozywczy
www.eksporter.gov.pl
www.paiz.gov.pl

APPLYING THE ROLE OF PRIVATE LABELS' SUPPLIERS TO INTERNATIONAL RETAILING CHAINS WITHIN THE STRATEGY OF POLISH COMPANIES' OVERSEAS EXPANSION – DETERMINANTS AND TRENDS

Summary

In the article the author emphasizes that one of the crucial ways to develop Polish producers is offering them a possibility of building market position in the domestic and international dimension based on their cooperation with retailing chains, whom they offer their own private labels. It was shown on the basis of numerous examples that export through the retailing chains brings producers lots of benefits and they notice many positive aspects of such an international expansion. It was noted however that the decisions whether to get involved in private labels production made by retailers are of strategic nature and should be made on the basis of thorough analyses. The basis condition for a success of such an expansion strategy is continuous quality improvement according to the European standards and on-going control of production costs.

Ewelina Szczech-Pietkiewicz
Szkoła Główna Handlowa

CZYNNIKI DETERMINUJĄCE KONKURENCYJNOŚĆ OBSZARÓW MIEJSKICH*

Wprowadzenie

Obecnie w miastach mieszka prawie połowa (49%) ludności na ziemi, podczas gdy na początku XX wieku odsetek ten wynosił jedynie 13%. Przewiduje się, że poprzez dalsze postępujące procesy urbanizacji, udział ludności miejskiej wśród populacji wyniesie ok. 60% w 2030 roku. Po raz pierwszy liczba ludzi żyjących na obszarach miejskich przewyższy liczbę osób żyjących na wsi, choć już teraz w krajach i regionach wysoko rozwiniętych udział ludności miejskiej w populacji ogółem dochodzi do 70% (ONZ, 2007). Znaczenie obszarów miejskich dla gospodarki obrazuje fakt, iż 100 największych miast na świecie tworzyło w 2007 roku 38% światowego PKB (a wszystkie ośrodki miejskie ponad 80%), ponadto – zauważalny i zbadany jest pozytywny związek pomiędzy wzrostem największego krajowego obszaru miejskiego a wzrostem gospodarki krajowej[1].

Procesy urbanizacyjne, szybki i często niekontrolowany wzrost miast generuje oczywiście problem natury społecznej, ekonomicznej i terytorialnej. Powstawanie megamiast często wiąże się z marginalizacją, ubóstwem, wzrostem przestępczości, wzrostem zachorowań na choroby cywilizacyjne. Zestawiając je z faktem, iż w ciągu ostatnich 15 lat megamiasta nie osiągały stopy wzrostu większej niż gospodarki krajowe i prognozami, iż trend ten będzie kontynuowany[2], można postawić tezę, iż megamiasta nie przyczyniają się do rozwoju całego regionu bądź kraju i choć metropolie bywają motorami napędowymi gospodarek

---

* Tekst jest kontynuacją i rozszerzeniem wybranych wątków badania przeprowadzonego przez autorkę na potrzeby publikacji „Competitive advantages of a modern city".

1 Competitive Cities in the Global Economy. OECD Territorial Reviews, OECD Publishing 2006.

2 Urban World: Mapping the Economic Powers of Cities. McKinsey & Company, 2011.

krajowych, to megamiasta mogą w długim okresie przyczyniać się do osłabienia tempa wzrostu nawet w skali kraju. Oznacza to, że istnieje granica, przy której korzyści skali uzyskiwane w dużych miastach są niwelowane przez zjawiska negatywne, które osłabiają wzrost tych obszarów w sposób znaczący. Wzrasta zatem rola średnich miast, jako potencjalnych centrów rozwoju. Szacuje się, że do 2025 roku miasta te (o wielkości od 150 tys. do 1 mln mieszkańców) będą generowały ponad połowę światowego wzrostu gospodarczego.

1. O co konkuruje miasto?

Istotne znaczenie miast dla gospodarki oznacza, że przedsiębiorcy powinni poszukiwać lokalizacji miejskich, wspierających rozwój ich firm. Konkurencja jest zwykle wiązana z walką konkurencyjną firm. Niemniej, współcześnie konkurencja odbywa się również pomiędzy układami terytorialnymi (regiony, miasta, państwa), które konkurują o siłę roboczą i kapitał, przy czym oba te czynniki powinny być wysokiej jakości, o dużym stopniu innowacyjności. Innowacyjny kapitał tworzy bowiem wysokopłatne, wymagające wysokich kwalifikacji miejsca pracy.

Wskazuje się więc na dwie płaszczyzny konkurencyjności:

„[…] – konkurencyjność firm zlokalizowanych w danym układzie terytorialnym, w otwartej gospodarce globalnej,

– konkurencyjność samych układów terytorialnych o nowy kapitał, tworzący miejsca pracy i przynoszący dochód, o pracowników o najwyższych kwalifikacjach, zdolnych do wytwarzania innowacji i stosowania nowych, zaawansowanych technologii oraz do zarządzania wielkimi korporacjami”[3].

Obie te płaszczyzny są od siebie zależne – firmy wybierają te lokalizacje, gdzie mają dostęp do wysokiej jakości czynników produkcji, przyczyniając się do rozwoju miasta lub regionu, jednocześnie zaś warunki jakie tworzą układy terytorialne w istotny sposób określają możliwości rozwojowe przedsiębiorstw.

Czynniki konkurencyjności miasta, zidentyfikowane przez OECD, obejmują: zróżnicowanie prowadzonej działalności gospodarczej, jakość życia, dostępność wykwalifikowanej siły roboczej, dobre skomunikowanie miasta (zarówno z innymi miastami/obszarami, jak i wewnętrznie), innowacyjność firm i instytucji oraz zdolność podejmowania decyzji.

[3] G. Gorzelak, B. Jałowiecki: Konkurencyjność regionów. „Studia Regionalne i Lokalne” 2000, nr 1(1).

Można oczywiście podejmować krytykę podejścia, w którym konkurencyjność miasta oparta jest o na potencjale do przyciągania kapitału. Podejście takie, faworyzując jedną grupę społeczną, jest dyskryminacyjne dla innych społeczności, których obecność w obszarze miasta nie jest w równym stopniu pożądana i przez to marginalizowana w działaniach rozwojowych miasta. Niemniej, w niniejszym tekście prezentowany jest pogląd, zgodnie z którym konkurencyjność miasta oparta być może w znacznym stopniu na innowacyjnym kapitale i zasobach ludzkich, które stanowią o jego możliwościach rozwojowych.

2. Zmiana charakteru czynników konkurencyjności miasta

Miasta gospodarki przemysłowej opierały swoją atrakcyjność na czynnikach zapewniających rozwój przemysłu ciężkiego, takich jak ilość siły roboczej, dostępność produktów budowlanych i żywnościowych, dostępność energii, powierzchni biurowych, transportu dla pracowników podróżujących do/z pracy. Aktualnie, w warunkach gospodarki innowacyjnej, miasta konkurują o te same czynniki (siła robocza i kapitał), niemniej ich cechy uległy zmianie. Jakkolwiek ilościowy wymiar tych czynników jest nadal istotny, to główny nacisk kładziony jest na wysoką jakość czynników.

Według teorii lokalizacji, czynniki, które były uwzględnianie najczęściej przez przedsiębiorców obejmowały: „[…] łatwość naboru siły roboczej, dogodne powiązania z rynkiem, możliwość nabycia budynków względnie innych nieruchomości, koszty robocizny, łatwość nabycia surowców”[4]. Za najistotniejsze przebadani w latach 60. XX wieku przedsiębiorcy uznali dogodne powiązania z rynkiem oraz łatwość nabycia nieruchomości i dostępność siły roboczej. Na dalszych miejsca znalazły się czynniki takie, jak słabszy wpływ związków zawodowych, lokalne możliwości kooperacji, siedziba dyrekcji firmy, koszty transportu, dostatek mocy, istnienie centrum specjalistycznego przemysłu. Zatem, najistotniejsze dla przedsiębiorców wybierających lokalizację pięćdziesiąt lat temu były czynniki bezpośrednio wpływające na poziom kosztów. Dopiero na dalszych miejscach w hierarchii pojawiały się czynniki pozakosztowe, a wśród nich najczęściej: „[…] jakość zamieszkania, pozytywne nastawienie miejscowej ludności wobec przemysłu, infrastruktura turystyczno-sportowa, infrastruktura socjalna”[5].

---

[4] W. Dziemianowicz, B. Jałowiecki: Polityka miejska a inwestycje zagraniczne w polskich metropoliach. Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2004.

[5] Ibid.

Podobne badania przeprowadzone w latach 90. XX wieku wskazały na wzrost liczby i zmianę charakteru uwzględnianych czynników lokalizacji. Badanie przeprowadzone przez firmę Healey and Baker w ponad 500 przedsiębiorstwach w Unii Europejskiej wykazało, że około 10% firm zalicza jakość życia do trzech najważniejszych cech miejsca wybieranego jako lokalizacja działalności (badanie obejmowało lokalizacje dla działalności przemysłowej). Wraz z rozszerzaniem zakresu wolnej konkurencji, globalizacją i mobilnością zasobów, liczba dostępnych miejsc oferujących podobne warunki prowadzenia działalności gospodarczej rośnie. Przedsiębiorcy dokonują więc swoich decyzji nie opierając jej wyłącznie na czynnikach bezpośrednio związanych z prowadzoną działalnością. W latach 90. zaczęto zwracać uwagę na tzw. miękkie czynniki lokalizacji (np. klimat inwestycyjny).

Znaczenie różnych czynników jest różne w kolejnych fazach podejmowania decyzji o wyborze lokalizacji dla prowadzenia działalności gospodarczej. W pierwszej fazie, gdy inwestor wybiera większy region, istotne będą czynniki miękkie, takie jak wiedza inwestora o regionie, wizerunek regionu (np. jako wspierającego prowadzenie konkretnej działalności bądź związek z konkretną działalnością), występowanie tam innych przedsiębiorstw z branży czy dogodny klimat geopolityczny. W drugiej fazie inwestor dokonuje wyboru kilku konkretnych lokalizacji i tu spada znaczenie czynników miękkich. Faza ta charakteryzuje się koncentracją na czynnikach twardych, zwłaszcza związanych z kosztami – inwestor wybierze lokalizacje, w których prowadzenie działalności generować będzie najniższe koszty. Dopiero w kolejnej fazie, gdy inwestor wybierze kilka lokalizacji o podobnych kosztach, decydujące okazać się mogą czynniki miękkie. Przedsiębiorca zdecyduje się na tę lokalizację spośród kilku o podobnych kosztach wynagrodzeń, nieruchomości czy logistyki, w której panuje odpowiedni klimat społeczny, chętnie osiedlą się jego wysoko wykwalifikowani pracownicy i kadra zarządzająca, a jego dzieci będą mogły chodzić do odpowiedniej szkoły.

Czynniki wspierające konkurencyjność współczesnego obszaru miejskiego mogą być zakwalifikowane do pięciu grup.

Pierwsza grupa czynników obejmuje głównie koszty prowadzenia działalności gospodarczej. Należą do niej koszty wynagrodzenia, koszty nabycia lub najmu nieruchomości, ceny energii. Tradycyjnie, zgodnie z teorią lokalizacji, koszty te obejmowały także cenę surowców naturalnych, jednak wraz ze zmianą charakteru gospodarki i koncentracją na innowacyjnych branżach, czynnik ten traci na znaczeniu. Również koszty wynagrodzeń obejmują współcześnie także koszty specjalistycznie wykwalifikowanej siły roboczej.

Druga grupa czynników konkurencyjności dotyczy zagadnienia infrastruktury. Należą do niej: dostępność transportowa lokalizacji, ale także w coraz większym zakresie infrastruktura biznesowa i finansowa. Podczas gdy konku-

rencyjne obszary miejskie zależą w dużej mierze od produktów i usług innowacyjnych, infrastruktura transportowa niezbędna do przyciągnięcia takich przedsięwzięć to sieci autostrad i transport lotniczy. Produkty zaawansowane technologicznie często przybierają postać informacji, zatem nie wymagają transportu, np. kolejowego, niemniej przy wyborze lokalizacji może być brana pod uwagę liczba połączeń w ramach obszaru. Inny aspekt infrastruktury transportowej to komunikacja wewnątrz obszaru miejskiego. Jej dostępność (geograficzna i kosztowa) dla mieszkańców, jako czynnik zwiększający jakość życia w mieście, może decydować o konkurencyjności.

Trzecią grupę czynników konkurencyjności miasta tworzą administracja, polityka i zarządzanie miastem. Administracja lokalna wysokiej jakości, wdrażająca politykę skierowaną na podnoszenie i wspieranie innowacyjności, jest istotną przewagą konkurencyjną miasta. Ponadto, niskie podatki lokalne w połączeniu z klimatem sprzyjającym przedsiębiorczości mogą być czynnikiem decydującym o wyborze konkretnego miasta, jako miejsca osiedlenia się firmy czy jej części. Dobry klimat inwestycyjny tworzony jest na poziomie regionalnym w sposób bezpośredni, poprzez subsydiowanie działalności, lub pośredni, poprzez wspieranie systemu edukacji dla branż zaawansowanych technologicznie, ułatwianie dostępu do informacji i zmniejszanie obciążeń procedurami administracyjnymi.

Kolejna grupa czynników obejmuje zjawiska związane z tworzeniem klimatu dla działalności zaawansowanej technologicznie i obejmuje m.in. dostępność wysoko wykwalifikowanej siły roboczej i kadry zarządzającej, występowanie ośrodków badawczych i wyższych uczelni. Branża badawczo-rozwojowa wraz z infrastrukturą (instytuty badawcze, instytucje edukacyjne) warunkuje rozwój innowacyjny, a zatem również konkurencyjność obszaru miejskiego. Badanie OECD wskazuje, że: „[…] produktywność i poziom kwalifikacji zdają się być powiązane, jako trend pozytywny np. w Londynie, Madrycie, Oslo i Sztokholmie, zaś jako trend negatywny w Lille, Krakowie i Stuttgarcie. Ponadto, kraje takie jak Finlandia, Australia, Stany Zjednoczone, Francja, Szwecja i Wielka Brytania, których regiony metropolitalne należą do grupy regonów szybkiego wzrostu produktywności, uzyskują wysokie poziomy produktywności właśnie dzięki wysokim kwalifikacjom”[6]. OECD wskazuje, że wysoka produktywność jest także powiązana z występowaniem innowacyjnej działalności gospodarczej, zaś obszary miejskie, które są w stanie stworzyć silne klastry w branżach innowacyjnych (ITC, biofarmaceutyka, usługi finansowe, badania) uzyskują także wysokie oceny w rankingach konkurencyjności.

Ostatnią grupę determinant konkurencyjności tworzą czynniki związane z miejskim sposobem życia. Przyjmuje się, że konkurencyjność gospodarki zależy w głównej mierze od innowacyjności i umiejętności przyciągania kapitału

[6] Competitive..., op. cit.

wysokiej jakości. Obecność tych czynników warunkowana jest istnieniem wysokiej jakości zasobów pracy i sprzyjającej im infrastruktury (zasobów mieszkalnych, sieci komunikacyjnej, dostępu do opieki nad dziećmi i opieki medycznej, dostępu do wysokiej jakości edukacji i innych usług publicznych, istnienie przestrzeni społecznej w ramach obszaru miejskiego, z ofertą kulturalną, rekreacyjną i terenami zielonymi). Pracownicy ci, należący zwykle to tzw. klasy metropolitalnej[7], pożądane przez siebie warunki życia odnajdują w dużych miastach. Zatem podnoszenie jakości warunków życia w miastach sprzyja jednocześnie ich atrakcyjności dla cennych, z punktu widzenia konkurencyjności, zasobów ludzkich.

Czynniki konkurencyjności miasta, związane z miejskim stylem życia, zyskują na znaczeniu, co wskazano wyżej. Jest to związane z faktem, że produkcyjne funkcje obszarów miejskich zanikają na rzecz funkcji społecznych. Miasta nadal konkurują o te same zasoby, tj. kapitał i ludzi, niemniej ich cechy zmieniają się i współcześnie zasoby te muszą być innowacyjne, aby potencjał konkurencyjny miasta mógł wzrastać. Globalizacja praktycznie zlikwidowała bariery w mobilności kapitału, ale mobilność zasobów ludzkich również wzrasta, zwłaszcza tych grup, które są w stanie generować innowacje. Nie tylko mobilność klasy innowacyjnej wzrasta, ale także ich wybór lokalizacji jest w dużym stopniu warunkowany jakościowymi cechami obszaru miejskiego. Zatem nie należy pomijać czynników związanych z jakością życia w procesie tworzenia przewagi konkurencyjnej miasta.

3. Jakość życia w mieście jako czynnik wspierania jego konkurencyjności

Jakość środowiska miejskiego stanowi jeden z kluczowych zbiorów czynników konkurencyjności miasta. W jego skład wchodzą takie zjawiska, jak istnienie i jakość oferty edukacyjnej miasta, dostępność (fizyczna i cenowa) infrastruktury transportowej, poziom oferty kulturalnej i rekreacyjnej, istnienie terenów zielonych itp. Czynniki te w dużym stopniu decydują o atrakcyjności miasta dla przedstawicieli klasy metropolitalnej, czyli tej grupy pracowników, która generuje i implementuje innowacyjne rozwiązania, podnosząc konkuren-

[7] Termin „klasa metropolitalna", wprowadzony przez prof. dra hab. Bohdana Jałowieckiego, obejmuje pracowników międzynarodowych korporacji i instytucji, menedżerów, specjalistów, przedstawicieli wolnych zawodów, z wyższym i permanentnie podwyższanym wykształceniem, zarobkami powyżej średniej europejskiej, identyfikujących się ze społecznością globalną lub europejską.

cyjność miasta. To rozumienie zagadnienia jakości życia odnosi się do jego subiektywnego wymiaru, reprezentującego indywidualne preferencje i postawy potencjalnych mieszkańców miasta. Należy zatem pamiętać, iż wyniki badań (zwykle ankietowych) dotyczących zagadnienia jakości życia nacechowane są subiektywizmem, gdyż odwzorowują indywidualne wybory. Pośrednio jakość środowiska miejskiego wpływa zatem także na decyzje lokalizacyjne korporacji i organizacji międzynarodowych, zapewniając odpowiedniej jakości zasoby pracy. Swoboda wyboru lokalizacji przez przedsiębiorców, wzrost mobilności kapitału i wykształconych pracowników wprowadza presję do konkurowania o inwestycje również „czynnikami miękkimi", do których zalicza się jakość życia w mieście, kultura i wizerunek miasta.

Jakość życia w miastach jest cyklicznie badana przez wiele instytucji i prezentowana w formie rankingów. Badania te, odnosząc się do danych statystycznych i cech charakterystycznych samego miasta, pozwalają na zbadanie poziomu życia w miastach poprzez porównanie obiektywnych mierników, unikając tym samym problemu subiektywnego charakteru badań ankietowych dotyczących jakości życia. W latach 80. i 90. XX wieku rankingi te służyły głównie celom promocyjnym. Miasta opierały swoje strategie marketingowe na wynikach prezentujących je jako miejsca przyjazne mieszkańcom, oferujące ludziom wysoką jakość życia i warunki sprzyjające osiedleniu się w tej lokalizacji. Obecnie rankingi te – opierając się na jakości życia jako głównej determinancie – służą także przyciąganiu kapitału do miasta[8]. Proces globalizacji i zmiana struktury gospodarki tworzą nowe warunki dla konkurencji między miastami. Miasta stoją wobec konieczności konkurowania o kapitał i znajdują się obecnie na słabszej pozycji, w związku z dużą mobilnością tego kapitału. Wzrost znaczenia usług, relatywny spadek wielkości działalności produkcyjnej wraz z geograficzną mobilnością ludzi i kapitału tworzą konieczność przedefiniowania koncepcji dostępności lokalizacji. Jednocześnie miasta są lokalizacjami zdolnymi do elastycznego dostosowywania się do zmieniających wymogów rynków, technologii i kultury, zatem ich znaczenie we współczesnej gospodarce wzrasta. Biorąc pod uwagę fakt, że nie wszystkie miasta są jednak w stanie z równą siłą wykorzystać te możliwości, należy uznać, że konkurencyjność miast uzależniona jest nie tylko od ich aktualnych zdolności do wykorzystania globalnego kapitału, ale także jest wypadkową ich wcześniejszego dorobku – stąd przestrzenne zróżnicowanie konkurencyjności.

[8] Należy zauważyć, że niska pozycja w tego typu rankingu może być przez miasto wykorzystana do przyciągnięcia kapitału innego typu – głównie subwencji i funduszy przeznaczanych na rozwój. Niemniej, niniejszy tekst koncentruje się na zdolności miasta do przyciągania kapitału w postaci inwestycji dokonywanych przez przedsiębiorstwa.

Analiza rankingów miast pod względem jakości życia w nich wskazuje, że najczęściej badanymi w ostatnim 40-leciu czynnikami dotyczącymi jakości życia w mieście są: środowisko naturalne, dostępność i cena nieruchomości, opieka medyczna, bezpieczeństwo oraz poziom edukacji. Stanowić to może wskazówkę dla wyboru działań podejmowanych w obszarze miasta, których celem jest podnoszenie jakości oraz przyciąganie nowych mieszkańców i przedsiębiorców.

Potrzeby mieszkańców dotyczące jakości życia w środowisku miejskim są cyklicznie sprawdzane w ramach badania Eurobarometr. Eurobarometr dostarcza informacji na temat problemów postrzeganych przez mieszkańców miast, jako najbardziej istotne. Problemy te przede wszystkim tworzenie miejsc pracy, dostępność do ochrony zdrowia oraz edukacja. Dość często mieszkańcy europejskich miast wskazują także na problemy z dostępnością do zasobów mieszkaniowych. Co ciekawe, problemy z infrastrukturą drogową wskazane zostały jako uciążliwe przez respondentów w pięciu miastach: w Sofii i we wszystkich czterech badanych polskich miastach – Gdańsku, Krakowie, Warszawie i Białymstoku. Inne problemy, jakie wskazywali mieszkańcy przebadanych polskich miast, to dostępność do systemu ochrony zdrowia, a także – choć mniej jednolicie – możliwość podjęcia pracy. Jeśli chodzi o aspekty jakości życia w mieście związane ze środowiskiem zbudowanym i zagospodarowaniem przestrzennym, to Polacy żyjący w reprezentowanych w Eurobarometrze miastach są zadowoleni: ok. 80% jest usatysfakcjonowana infrastrukturą kulturalną miasta, ok. 70% docenia piękno ulic i budynków, przestrzeń publiczna również jest oceniania wysoko. Można zatem stwierdzić, że główne problemy w odbiorze mieszkańców dotyczą infrastruktury twardej, zwłaszcza drogowej, ale także dostępności do transportu publicznego.

Zakończenie

Strategie rozwoju obszarów miejskich powinny obejmować szerokie spektrum zagadnień. Zmieniające się, globalne spojrzenie na teorię lokalizacji stwarza konieczność odmiennego podejścia do tworzenia infrastruktury i możliwości przyciągania inwestycji. Przyciąganie zasobów ludzkich również opierać się już musi na zmodyfikowanych czynnikach, uwzględniających w większym stopniu kulturę miejską. Ponadto, poza potrzebą zmiany myślenia o możliwości konkurowania o najpotrzebniejsze do rozwoju miasta zasoby, tj. wysokiej jakości za-

soby ludzkie i kapitał, niezbędne jest także przywiązywanie większej wagi, w opracowywaniu strategii rozwoju lub polityki miejskiej, na tworzenie mechanizmów współpracy wszystkich zainteresowanych stron.

Literatura

Competitive Cities in the Global Economy. OECD Territorial Reviews, OECD Publishing 2006.

Dziemianowicz W., Jałowiecki B.: Polityka miejska a inwestycje zagraniczne w polskich metropoliach. Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2004.

European Cities Monitor 2010. Cushman&Wakefield, Londyn 2010.

Gorzelak G., Jałowiecki B.: Konkurencyjność regionów. „Studia Regionalne i Lokalne" 2000, nr 1(1).

Perception Survey on Quality of Life in European Cities. Analytical Report. Flash Eurobarometer 227, Komisja Europejska, listopad 2009.

Robertson R.J.: Quality of Life and City Competitiveness. „Urban Studies" 1999, No. 36(5-6).

Smętkowski M.: Nowe relacje między metropolią i regionem w gospodarce informacyjnej. „Studia Regionalne i Lokalne" 2001, nr 4(7).

Szczech-Pietkiewicz E.: Competitive Advantages of a Modern City. W: I.M. Balog, R. Graf, I. Lumperdean: Relatia Rural – Urban. Presa Universitara Clujeana, Cluj-Napoca 2011.

Urban Population, Development and the Environment 2007. United Nations, Department of Economic and Social Affairs. http://www.un.org/esa/population/publications/2007_PopDevt/Urban_2007.pdf

Urban World: Mapping the Economic Powers of Cities. McKinsey & Company, 2011.

Healey and Baker, European Real Estate Monitor. Londyn 1993.

COMPETITIVENESS FACTORS OF URBAN AREAS

Summary

The aim of the article is to present factors which, under globalising economy conditions, can contribute and determine competitive advantage of a urban area, giving the area a potential to attract and effectively use the production factors. Factors that will be presented here are those that determined competitiveness of urban areas in the 60's of 20th century, as well as those that contribute to it nowadays. The change of the significance of chosen location factors over time, pointed out by researched entrepreneurs as well as urban development programs analysis, gives grounds to state that role of "soft" factors of city's competitiveness, especially quality of life in the city, is growing. The article builds upon this notion, presenting chosen city rankings which

give special attention to quality of life as major determinant. It also shows examples of activities aimed at increasing quality of life in urban areas which have been envisaged in program documents of chosen cities.

Elżbieta Szymańska
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

KONKURENCYJNOŚĆ POLSKICH GOSPODARSTW TRZODOWYCH NA RYNKU UE *

Wprowadzenie

Konkurencyjność jest istotnym warunkiem istnienia przedsiębiorstw na rynku. Pojęcie to w literaturze ekonomicznej jest jednak w różny sposób definiowane. Zdaniem Lubińskiego[1], konkurencyjność oznacza zdolność przedsiębiorstwa do zrównoważonego rozwoju w długim okresie oraz dążność do utrzymania i powiększania udziałów rynkowych. E. Cyrson[2] konkurencyjność zdefiniował jako proces, w którym uczestnicy rynku dążąc do realizacji swych interesów próbują przedstawić korzystniejsze od innych oferty ceny, jakości lub wybranych cech wpływających na decyzje zawarcia transakcji. Szerszą definicję tego pojęcia zaproponowała Organizacja Współpracy Gospodarczej i Rozwoju (OECD – Organization for Economic Co-operation and Development), według której konkurencyjność to zdolność firm, gałęzi przemysłu, regionów, krajów lub ponadnarodowych ugrupowań do sprostania międzynarodowej konkurencji i do trwałego zapewnienia wysokiej stopy zwrotu od zastosowanych czynników produkcji i wysokiego poziomu zatrudnienia[3].

Konkurencyjność przedsiębiorstwa na rynku jest efektem oddziaływania wielu mechanizmów oraz czynników wewnętrznych. Według Mantura[4] można je podzielić na:

- wewnętrzne (zasoby materialne, niematerialne, ludzkie i finansowe),
- wynikowe (produkty, dystrybucja, promocja, warunki wymiany rynkowej),
- zewnętrzne (podmiotowe, jakościowe).

* Praca naukowa finansowana ze środków budżetowych na naukę w latach 2010-2012 jako projekt badawczy nr N N112 156739.

1 M. Lubiński: Konkurencyjność gospodarki czy przedsiębiorstwa. „Gospodarka Narodowa" 1995, nr 6, s. 10.

2 E. Cyrson: Kompendium wiedzy o gospodarce. PWN, Warszawa-Poznań 2000, s. 35

3 Globalisation and Competitiveness: Relevant Indicators. „STI Working Papers" 1996, No. 5, OECD, Paris, s. 20.

4 W. Mantura: Systematyzacja czynników konkurencyjności przedsiębiorstwa przemysłowego. Zeszyty Naukowe. Politechnika Poznańska, Poznań 2001, nr 32, s. 217.

Konkurencyjność oznacza umiejętność konkurowania, a więc działania i przetrwania w konkurencyjnym otoczeniu. Aby przedsiębiorstwo mogło być konkurencyjne, jego oferta musi spotkać się z większym zainteresowaniem ze strony klientów w porównaniu z konkurentami. Wówczas osiągnie większą sprzedaż powiększając jednocześnie swój udział w rynku oraz przychody, które poprawią jego kondycję finansową. Dotyczy to także gospodarstw trzodowych. Ich konkurencyjność jest istotna ze względu na fakt, iż Polska należy do ważnych producentów żywca wieprzowego w Unii Europejskiej. W 2008 roku udział polskiej wieprzowiny stanowił 8,6% produkcji UE-27 oraz 1,6% produkcji światowej. Pomimo dużej produkcji, od 2007 roku Polska jest importerem netto tego gatunku mięsa.

Celem badań przedstawionych w opracowaniu jest ocena konkurencyjności polskich gospodarstw trzodowych na rynku UE. Dokonano jej na podstawie skali i kosztów produkcji oraz osiąganych zysków przez producentów żywca wieprzowego. W analizach zastosowano metodę DEA[5] (Date Envelopment Analysis), która umożliwia określenie efektywności gospodarstw w układzie wielowymiarowym i pozwala rozpoznać, które z obiektów posiadają właściwą ekonomię skali[6]. W prezentacji wyników badań zastosowano statystykę opisową, graficzną i tabelaryczną.

1. Metodyka badań

W analizie wykorzystano dane GUS, informacje zawarte w raporcie Komisji Europejskiej (KE) z 20 lutego 2009 roku oraz wyniki badań zrealizowanych w 80 gospodarstwach trzodowych w kraju. Raport Komisji dotyczył kosztów i przychodów w gospodarstwach specjalizujących się w produkcji żywca wieprzowego prowadzących rachunkowość w ramach FADN (Farm Accountancy Data Network) i zawierał dane za 2006 rok. W raporcie uwzględniono 19 krajów UE, w których objęto analizą 66,0% świń rzeźnych. Udział trzody chlewnej w poszczególnych krajach był jednak różny, od 12% na Litwie do 99,0% w Finlandii. W badaniach pominięto Cypr, Grecję, Irlandię, Luksemburg, Portugalię i Słowację ze względu na małą liczbę gospodarstw trzodowych prowadzących rachunkowość w ramach FADN.

---

[5] Metoda DEA została szerzej opisana przez autorkę w opracowaniu E. Szymańska: Efektywność skali w gospodarstwach trzodowych w Polsce. Prace Naukowe. AE, Wrocław 2010, nr 144, s. 502-513.

[6] R. Rusielik, J. Prochowicz: Porównanie efektywności skali produkcji mleka w wybranych gospodarstwach Europy w 2005 roku. Roczniki Nauk Rolniczych. Seria G, Warszawa 2007, tom 94, zeszyt 1, s. 29.

Analizą objęto także dane empiryczne z 80 polskich gospodarstwach trzodowych o dużej skali produkcji (produkujące 1000 i więcej tuczników i/lub utrzymujące 50 i więcej loch), w których przeprowadzono badania w 2006 roku. Gospodarstwa te położone były w ośmiu województwach o największej koncentracji chowu trzody chlewnej w Polsce (opolskie, wielkopolskie, kujawsko-pomorskie, pomorskie, warmińsko-mazurskie, mazowieckie, łódzkie i lubelskie). W celu określenia ich konkurencyjności zastosowano wielowymiarową metodę DEA. Po stronie efektów uwzględniono wartość produkcji gospodarstwa, a po stronie nakładów: nakłady ziemi (liczba ha UR), pracy (liczba osób pełnozatrudnionych), kapitału trwałego (wartość środków trwałych) oraz kapitału obrotowego (koszty zużycia materiałów, energii i usług obcych). Na podstawie tych zmiennych obliczono efektywność techniczną gospodarstw ukierunkowaną na nakłady przy stałych i zmiennych efektach skali. Założono bowiem, że minimalizacja nakładów w jednostkach prowadzących działalność gospodarczą jest celem ważniejszym w stosunku do maksymalizacji produkcji. Następnie wyznaczono efektywność skali i określono, w jakim obszarze poszczególne gospodarstwa funkcjonują, czy posiadają rosnący czy też malejący charakter skali.

W celu zachowania porównywalności danych kategorie wynikowe w badanych gospodarstwach obliczono zgodnie z metodyką FADN[7], a ich wartość podano w euro[8]. Ponadto, ustalono dochód z tytułu zarządzania. W tym celu obliczono pełne koszty produkcji uwzględniając koszty ziemi, zaangażowanego kapitału operacyjnego i trwałego oraz pracy według metodyki Instytutu Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej (IERiGŻ)[9]. Przyjęto, że koszt ziemi odpowiada uzyskiwanym dochodom z tytułu możliwej dzierżawy użytkowanych gruntów. Za koszt kapitału operacyjnego uznano wartość nakładów ponoszonych na obrotowe środki produkcji oraz wartość usług produkcyjnych. Z kolei koszt użycia kapitału trwałego niezwiązanego z ziemią zdefiniowano jako koszt kapitału zainwestowanego w produkcyjne środki trwałe. Koszty kapitału operacyjnego i trwałego oszacowano na podstawie oprocentowania wkładów terminowych. Natomiast koszty pracy własnej rolnika i jego rodziny obliczono przyjmując za podstawę przeciętną płacę netto uzyskiwaną przez osoby zatrudnione w gospodarce narodowej w 2006 roku. Takie ujęcie kosztów umożliwiło określenie zysku bądź straty gospodarstw trzodowych.

---

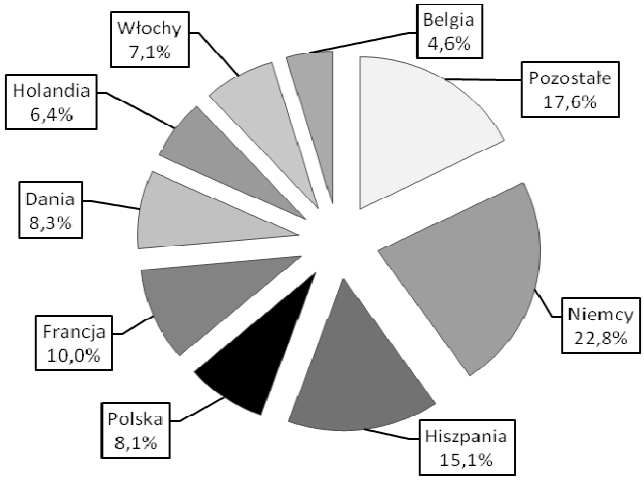
[7] Metodyka obliczania kategorii wynikowych w rachunkowości FADN: L. Goraj, D. Osuch, R. Płonka: Wyniki standardowe uzyskane przez gospodarstwa rolne uczestniczące w Polskim FADN w 2006 roku. IERiGŻ-PiB, Warszawa 2007.

[8] Przyjęto według danych NBP średni kurs euro w 2006 roku na poziomie 3,8960 zł.

[9] Szczegółowa metodyka liczenia dochodu z tytułu zarządzania w: A. Skarżyńska, T. Pokrzywa, T. Augustyniak-Grzymek: Produkcja koszty ekonomiczne i dochody wybranych produktów rolniczych w latach 2000-2001. IERiGŻ-PIB, Warszawa 2002.

2. Skala produkcji i wyniki produkcyjne gospodarstw trzodowych

Do największych producentów wieprzowiny w Unii Europejskiej należą Niemcy, Hiszpania, Francja, Dania i Polska (rys. 1). Z pozostałych krajów duże ilości tego gatunku mięsa produkują także: Włochy, Holandia i Belgia. W 2007 roku wyprodukowały one łącznie 15,9 mln ton wieprzowiny, co stanowiło 72,3% produkcji całej UE-27. Pogłowie trzody chlewnej w tych krajach liczyło 121,0 mln sztuk i obejmowało 79,6% zwierząt tego gatunku w zjednoczonej Europie. Najwięcej trzody chlewnej utrzymywano w Niemczech, Hiszpanii i Francji.



Rys. 1. Udział wybranych krajów w produkcji mięsa wieprzowego w UE-27 w 2009 roku

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: Rynek mięsa, stan i perspektywy. IERiGŻ, ARR, MRiRW, Warszawa 2010, nr 39, s. 44.

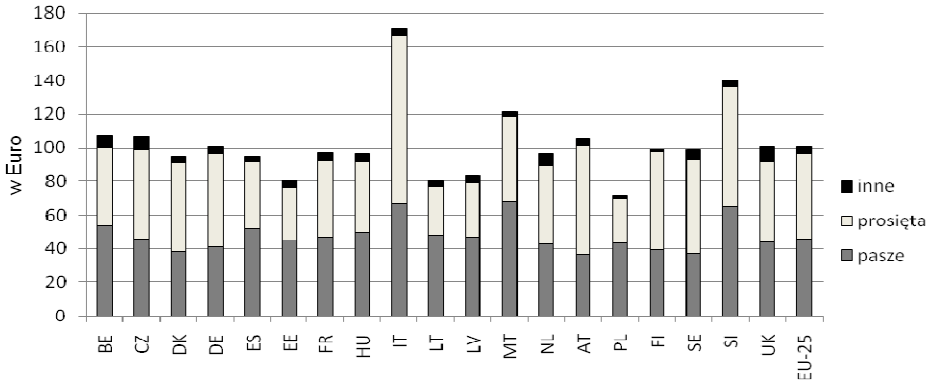
W 2009 roku produkcją żywca wieprzowego w Polsce zajmowało się ponad 414 tys. gospodarstw indywidualnych, w tym 47,3% gospodarstw utrzymywało tylko kilka sztuk tego gatunku zwierząt. Prawie 40,0% gospodarstw posiadało stada liczące od 10 do 49 sztuk trzody chlewnej. Powyżej 100 sztuk tego gatunku zwierząt występowało w 5,7% gospodarstw. U największych producentów trzody chlewnej w UE-27 w strukturze gospodarstw z trzodą chlewną zdecydowanie większy udział stanowią duże gospodarstwa, liczące 1000 i więcej sztuk tego gatunku zwierząt. W 2003 roku w Niemczech odsetek takich gospodarstw wynosił 6,1%, w Hiszpanii i Francji około 11,0%, a w Danii 38,7%.

W grupie gospodarstw prowadzących rachunkowość w ramach FADN średnia liczba tuczników w gospodarstwach wynosiła od 48 sztuk w Polsce do 1624 we Włoszech. Duże stada trzody chlewnej wystąpiły również w Holandii

(1324 szt.) oraz w Danii (1272 szt.). Analizowane gospodarstwa różniły się tak – że liczbą odchowanych partii tuczników. Przeciętny obrót wynosił od 1,9 w Słowenii do 3,6 w Danii. Wynikało to intensywności tuczu oraz różnej wagi kupowanych prosiąt i sprzedawanych tuczników. Znaczne różnice wystąpiły także w powierzchni badanych gospodarstw. Na Malcie powierzchnia użytków rolnych (UR) wynosiła przeciętnie 1 ha, a w Danii 132 ha. W Polsce średni obszar gospodarstwa obejmował 16 ha UR.

3. Koszty produkcji żywca wieprzowego w krajach UE

Podstawowy element konkurencyjności gospodarstw trzodowych stanowią koszty. Z raportu Komisji Europejskiej wynika, że w 2006 roku najwyższe koszty bezpośrednie produkcji tucznika wystąpiły we Włoszech, gdzie wynosiły średnio 170,9 euro (rys. 2). Wysokie koszty odnotowano również w Słowenii (140,0 euro) i na Malcie (121,2 euro). Natomiast najniższe koszty bezpośrednie, na poziomie 72,1 euro poniesiono na produkcję w Polsce.



BE – Belgia, CZ – Czechy, DK – Dania, DE – Niemcy, ES – Hiszpania, EE – Estonia, FR – Francja, HU – Węgry, IT – Włochy, LT – Litwa, LV – Łotwa, MT – Malta, NL – Holandia, AT – Austria, PL – Polska, FI – Finlandia, SE – Szwecja, SI – Słowenia, UK – Wielka Brytania.

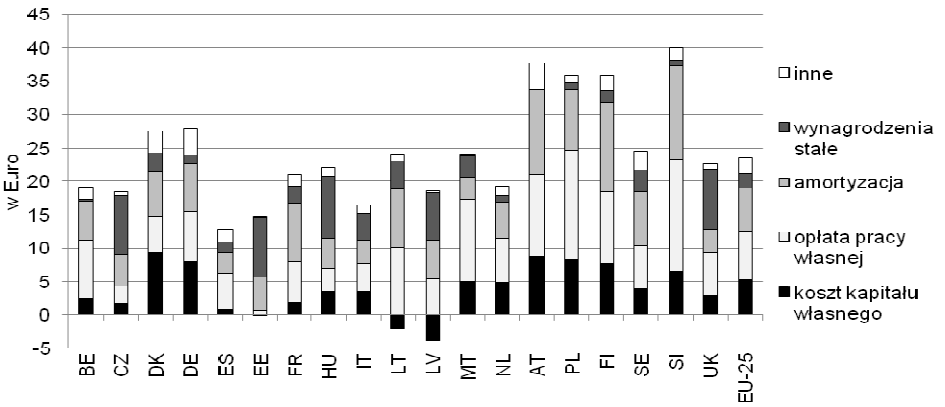
Rys. 2. Koszty bezpośrednie produkcji tucznika w krajach UE-25 w 2006 roku

Źródło: Opracowanie własne na podstawie raportu: Production Costs and Margins of Pig Fattening Farms – 2008. Report European Commission, Brussels 2009, s. 8. http://ec.europa.eu/agriculture/rica/pdf/sa0601_granivores_en.pdf

W strukturze kosztów bezpośrednich ponad 50,1% stanowiły koszty prosiąt, a drugą pozycję zajmowały nakłady poniesione na pozyskanie pasz (45,2%), przy czym 37,9% kosztów bezpośrednich dotyczyło zakupu pasz. Koszty pośrednie produkcji tuczników wynosiły średnio 10,4 euro. Najwyższe

wystąpiły w Estonii (17,6 euro) i na Węgrzech (16,1 euro), a najniższe w Hiszpanii (4,9 euro). W Polsce koszty pośrednie ukształtowały się na podobnym poziomie jak w UE-25. W ich strukturze dominowały koszty energii elektrycznej oraz utrzymania budynków i maszyn.

W raporcie KE uwzględniono także szacowane koszty ziemi, pracy i kapitału. Przeciętnie wynosiły one 23,4 euro na tucznika, a największy w nich udział stanowiły koszty własnej i najemnej siły roboczej oraz koszty amortyzacji (rys. 3). Najwyższe koszty ziemi, pracy i kapitału odnotowano w Słowenii, gdzie wynosiły średnio 39,9 euro na tucznika. Podobnie wysokie koszty wystąpiły w Austrii, Finlandii i Polsce. W ich strukturze duży udział stanowiły koszty kapitału własnego. Najniższe koszty ziemi, pracy i kapitału odnotowano w Hiszpanii (12,5 euro). Na Litwie i Łotwie koszt kapitału własnego był ujemny, ponieważ poziom inflacji w tych krajach w 2006 roku przewyższał oprocentowanie papierów długoterminowych.



Oznaczenia jak na rys. 2.

Rys. 3. Koszty wynagrodzeń, amortyzacji i kapitału w produkcji tuczników w krajach UE-25 w 2006 roku

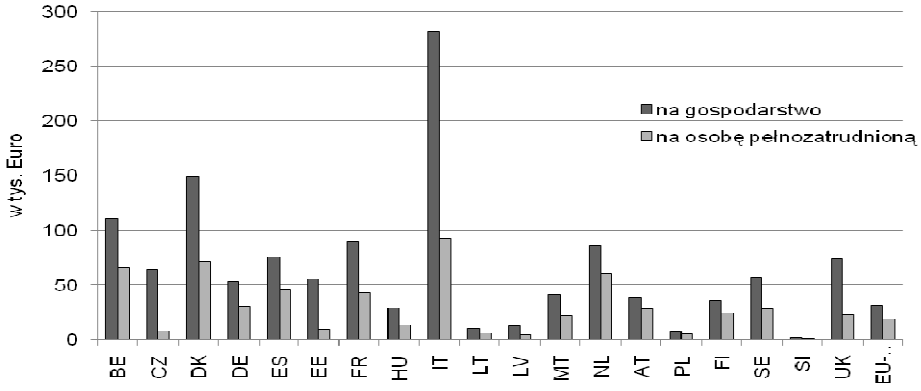
Źródło: Ibid., s. 9.

4. Wyniki ekonomiczne gospodarstw trzodach w krajach UE

Przychody uzyskiwane ze sprzedaży tuczników w poszczególnych krajach były zróżnicowane. Uwzględniając tylko koszty bezpośrednie, prawie we wszystkich państwach członkowskich UE marża brutto z tytułu sprzedaży tucznika była dodatnia i przeciętnie wynosiła 21,0 euro. Najwyższe marże odnoto-

wano w Estonii, Hiszpanii, na Malcie i Litwie. Odmienna sytuacja wystąpiła jedynie w Słowenii, gdzie przychody ze sprzedaży tucznika nie wystarczały na pokrycie kosztów pasz i odchowu bądź zakupu prosiąt.

W odniesieniu do kosztów całkowitych średnia marża była ujemna i wynosiła 13,0 euro. Tylko w Hiszpanii i Estonii przychody ze sprzedaży pokrywały wszystkie koszty produkcji i przynosiły zysk producentom żywca wieprzowego. W pozostałych krajach chów trzody chlewnej nie był opłacalny. Wyjątkowo wysokie straty wystąpiły w Słowenii (–60 euro na tucznika).

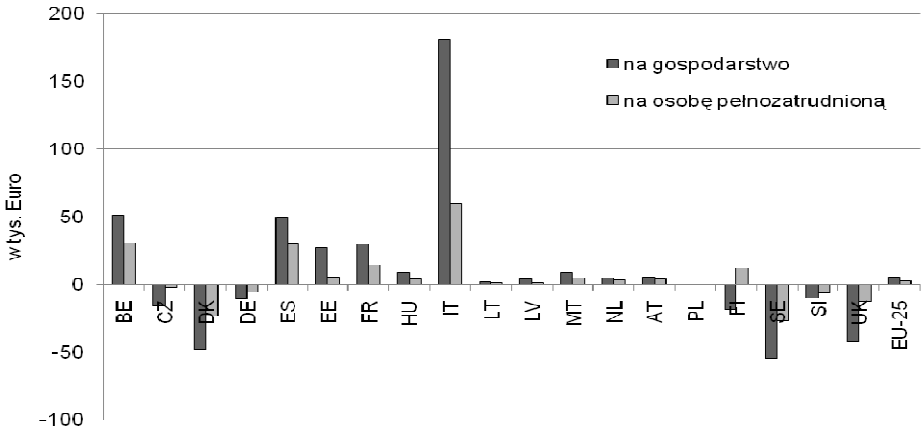


Oznaczenia jak na rys. 2.

Rys. 4. Wartość dodana netto w gospodarstwach trzodowych w krajach UE-25 w 2006 roku

Źródło: Ibid., s. 21.

Najwyższą wartość dodaną netto na gospodarstwo i osobę pełnozatrudnioną odnotowano w gospodarstwach trzodowych we Włoszech, w Danii, Belgii i Holandii (rys. 4). Wiązało się to z dużą skalą produkcji. Natomiast najniższa wartość dodana cechowała gospodarstwa w Słowenii i Polsce oraz na Litwie i Łotwie. Uwzględniając wszystkie koszty produkcji wyjątkowo wysokie zyski osiągnięto zarówno na gospodarstwo, jak i osobę pełnozatrudnioną we Włoszech, odpowiednio 181,1 tys. oraz 60 tys. euro (rys. 5). Zdecydowanie mniejsze zyski odnotowano w gospodarstwach Belgii i Hiszpanii (około 50 tys. euro na gospodarstwo).



Oznaczenia jak na rys. 2.

Rys. 5. Zysk w gospodarstwach trzodowych w krajach UE-25 w 2006 roku

Źródło: Ibid., s. 56.

W części analizowanych krajów UE gospodarstwa z trzodą chlewną poniosły stratę, zwłaszcza w Szwecji, Danii i Wielkiej Brytanii. Mniejsze straty wystąpiły w Czechach, Niemczech, Portugalii i Słowenii. W Polsce średnia strata na gospodarstwo wyniosła 43,0 euro, a na osobę pełnozatrudnioną 28,0 euro.

5. Efektywność skali w dużych gospodarstwach trzodowych w Polsce

W gospodarstwach objętych badaniami w 2006 roku wartość produkcji żywca mieściła się w przedziale od 46,5 tys. do 1065,7 tys. euro. Powierzchnia UR wynosiła przeciętnie 86,0 ha, a zasoby pracy stanowiły średnio 4 osoby pełnozatrudnione (tabela 1). Wartość kapitału trwałego mieściła się w przedziale od 80,9 tys. do 1076,3 tys. euro. Natomiast przeciętna wartość kapitału obrotowego wynosiła 194,0 tys. euro.

Spośród analizowanych gospodarstw 1/4 posiadała optymalną skalę produkcji, czyli taką, która umożliwiała maksymalnie efektywne wykorzystanie nakładów. Rosnący charakter skali cechował 48,7%, a malejący 26,3% gospodarstw.

Tabela 1

Wybrane cechy gospodarstw trzodowych o różnych efektach skali

Zmienne	Efekty skali		
	rosnące	stałe	malejące
Liczba gospodarstw	39	20	21
Powierzchnia UR w ha	58,0	52,6	168,9
Liczba osób pełnozatrudnionych	2,8	2,9	7,0
Wartość środków trwałych w tys. euro	242,7	379,4	523,7
Pogłowie trzody chlewnej w DJP	127,8	285,6	311,4
Produkcja żywca wieprzowego w tonach	112,9	225,8	293,3
Wartość dodana netto w tys. euro na gospodarstwo	36,0	86,8	97,4
Wartość dodana netto w tys. euro na osobę pełnozatrudnioną	12,9	29,9	13,9
Dochód z tytułu zarządzania w tys. euro na gospodarstwo	11,9	55,4	35,5
Dochód z tytułu zarządzania w tys. euro na osobę pełnozatrudnioną	4,2	19,1	5,1

W gospodarstwach o rosnących efektach skali średnia powierzchnia użytków rolnych wynosiła 52,6 ha (tabela 1). Zasoby pracy przeciętnie stanowiły 2,8 osób pełnozatrudnionych. Ponadto, gospodarstwa o rosnących efektach skali cechowała najniższa wartość środków trwałych na poziomie 242,7 tys. euro oraz najmniejsze stada trzody chlewnej określone w dużych jednostkach przeliczeniowych (DJP). Produkcja żywca wieprzowego wynosiła tam średnio 112,9 ton. Wartość dodana netto oraz dochód z tytułu zarządzania ukształtował się w tej grupie na najniższym poziomie zarówno na gospodarstwo, jaki i na osobę pełnozatrudnioną. W gospodarstwach o stałych efektach skali średnia powierzchnia UR wynosiła 52,6 ha, a liczba osób pełnozatrudnionych była podobna jak w pierwszej grupie gospodarstw i stanowiła 2,9. Wartość środków trwałych wynosiła średnio 379,4 tys. euro, a pogłowie trzody chlewnej było ponad 2-krotnie większe niż w grupie o rosnących efektach skali i obejmowało 285,6 DJP. Produkcja żywca wieprzowego stanowiła przeciętnie 225,8 ton. Natomiast pozostałe wskaźniki ukształtowały się na najwyższym poziomie w stosunku do występujących w innych grupach gospodarstw. Wartość dodana netto na gospodarstwo wynosiła średnio 86,8 tys. euro, a na osobę pełnozatrudnioną 29,9 tys. euro. Podobne relacje odnotowano w zakresie dochodu z tytułu zarządzania.

Gospodarstwa o malejących efektach skali dysponowały największymi zasobami ziemi, pracy i kapitału. Powierzchnia użytków rolnych była w nich prawie 3-krotnie większa niż w pozostałych grupach gospodarstw. Liczba osób pełnozatrudnionych wynosiła 7,0, a wartość środków trwałych stanowiła przeciętnie 523,7 tys. euro. Stada trzody chlewnej tych gospodarstw były najbardziej

liczne, a produkcja żywca wieprzowego wynosiła średnio 293,3 ton. Wskaźniki finansowe w tej grupie były jednak niższe niż w gospodarstwach o stałych efektach skali, zarówno na gospodarstwo, jak i na osobę pełnozatrudnioną.

Zakończenie

Na podstawie zrealizowanych badań i dokonanych analiz można sformułować kilka wniosków dotyczących konkurencyjności polskich gospodarstw trzodowych w UE.

1. Systemy produkcyjne żywca wieprzowego w poszczególnych krajach UE różnią się między sobą. Wskazuje na to wielkość utrzymywanych stad trzody chlewnej, długość cyklu produkcyjnego oraz powierzchnia gospodarstw trzodowych. Znaczne różnice występują także w poziomie ponoszonych kosztów, które są istotnym elementem konkurencyjności gospodarstw. Najwyższe koszty bezpośrednie na produkcję żywca wieprzowego są ponoszone we Włoszech i w Słowenii. W Polsce koszty te kształtują się na najniższym poziomie, ale polskie gospodarstwa cechują najwyższe koszty ziemi, pracy i zaangażowanego kapitału. Wiąże się to z małą koncentracją stad trzody chlewnej.

2. Dochodowość gospodarstw trzodowych zależy od skali produkcji i wysokości osiąganych marż. Wyższe dochody osiągają producenci w takich krajach, jak Dania, Włochy, Belgia i Holandia, ponieważ utrzymują duże stada trzody chlewnej i korzystają z efektów skali. Na Litwie, w Polsce i Austrii, pomimo stosunkowo wysokich marż, konkurencyjność gospodarstw jest ograniczona ze względu na niewielkie rozmiary produkcji. Jednocześnie niskie marże są kompensowane przez dużą skalę produkcji w gospodarstwach we Włoszech i Holandii.

3. W 2006 roku przychody ze sprzedaży tuczników w większości krajów UE były wyższe od poniesionych na produkcję kosztów bezpośrednich i pośrednich. Straty odnotowano jedynie w gospodarstwach w Szwecji i Wielkiej Brytanii. Po uwzględnieniu kosztów ziemi, pracy i zaangażowanego kapitału zyski wystąpiły jedynie w gospodarstwach w Hiszpanii, Estonii i Finlandii. Pominięcie w obliczeniach kosztów pracy rolników oraz zaangażowanego kapitału w postaci ziemi i środków trwałych wskazuje zatem na opłacalność produkcji żywca wieprzowego.

4. Duże gospodarstwa trzodowe w Polsce są konkurencyjne dla czołowych producentów żywca wieprzowego w UE-25. Z badań wynika, że część z nich osiągnęła optymalną skalę produkcji, czyli taką, która umożliwiała maksymalnie

efektywne wykorzystanie nakładów. Ich wyniki finansowe są porównywalne do osiąganych w innych krajach UE-25. Zdecydowana większość gospodarstw trzodowych w Polsce powinna zwiększyć skalę produkcji, by poprawić swoją konkurencyjność. Ponadto, w części gospodarstw należy dokonać zmian w organizacji i technologii produkcji, aby efektywniej wykorzystać ponoszone nakłady.

Literatura

Cyrson E.: Kompendium wiedzy o gospodarce. PWN, Warszawa-Poznań 2000.

Globalisation and Competitiveness: Relevant Indicators. STI Working Papers. OECD, Paris 1996, No. 5.

Goraj L., Osuch D., Płonka R.: Wyniki standardowe uzyskane przez gospodarstwa rolne uczestniczące w Polskim FADN w 2006 roku. IERiGŻ-PiB, Warszawa 2007.

Lubiński M.: Konkurencyjność gospodarki czy przedsiębiorstwa. „Gospodarka Narodowa" 1995, nr 6.

Mantura W.: Systematyzacja czynników konkurencyjności przedsiębiorstwa przemysłowego. Zeszyty Naukowe. Politechniki Poznańska, Poznań 2001, nr 32.

Production Costs and Margins of Pig Fattening Farms – 2008. Report European Commission, Brussels 2009. http://ec.europa.eu/agriculture/rica/pdf/sa0601_granivores_en.pdf

Rocznik statystyczny rolnictwa. GUS, Warszawa 2010.

Rusielik R., Prochowicz J.: Porównanie efektywności skali produkcji mleka w wybranych gospodarstwach Europy w 2005 roku. Roczniki Nauk Rolniczych. Seria G. Warszawa 2007, tom 94, zeszyt 1.

Rynek mięsa, stan i perspektywy. IERiGŻ, ARR, MRiRW, Warszawa 2010, nr 39.

Skarżyńska A., Pokrzywa T., Augustyniak-Grzymek T.: Produkcja koszty ekonomiczne i dochody wybranych produktów rolniczych w latach 2000-2001. IERiGŻ, Warszawa 2002.

Szymańska E.: Efektywność skali w gospodarstwach trzodowych w Polsce. Prace Naukowe. AE, Wrocław 2010, nr 144.

COMPETITIVENESS POLISH PIG FARMS IN THE EU MARKET

Summary

The aim of the research is to assess the competitiveness of Polish pig farms in the EU market. The analysis used data of the European Commission concerning farms covered by the FADN and the information obtained from 80 Polish farms with large-scale production. Research shows that pork production systems are different in EU

countries, which affects the level of costs incurred and financial results. Taking the cost of land, labour and capital into account in calculations, it is visible that pork producers suffer losses in some countries. Large pig farms in Poland are competitive for the leading pork producers in the EU, as it is showed by their financial results. Many Polish farmers should increase the scale of production or make changes in its organization to more effectively take advantage of the incurred expenses.

Rafał Śliwiński
Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

PODEJŚCIE ZASOBOWE A KLUCZOWE CZYNNIKI MIĘDZYNARODOWEJ KONKURENCYJNOŚCI POLSKICH PRZEDSIĘBIORSTW SZYBKO ROSNĄCYCH

Wprowadzenie

Od początków transformacji gospodarczej w Polsce minęły już ponad dwie dekady, w tym czasie gospodarka Polska przeszła gruntowną zmianę od gospodarki centralnie sterowanej do gospodarki wolnorynkowej. Zwiększenie międzynarodowej konkurencyjności polskiego eksportu jest bardzo ważne z punktu widzenia interesów gospodarki polskiej, gdyż jak wykazało wielu badaczy działalność eksportowa stanowi kluczowy czynnik rozwoju ekonomicznego wielu krajów (Khalafall i Webb, Burger i Oldenbloom, Tyler, Kavoussi), a Polska stale odnotowuje deficyt w handlu zagranicznym[1].

Badania dotyczące międzynarodowej konkurencyjności polskich przedsiębiorstw wykazały, iż ich potencjał konkurencyjny jest niższy od potencjału średniego konkurenta z Unii Europejskiej. Inne badania wskazują, że podstawową przewagą konkurencyjną oferty polskich przedsiębiorstw na rynkach zagranicznych była niska cena, a strukturę eksportu cechują dobra niskoprzetworzone i surowce naturalne, koncentrując strategię internacjonalizacji na przywództwie kosztowym. Tymczasem badania polskich przedsiębiorstw szybko rosnących w zakresie międzynarodowego potencjału konkurencyjnego wykazują, iż osiągają one znaczne wzrosty zarówno na rynku krajowym, jak i międzynarodowym, pomimo silnej zagranicznej konkurencji. Wydaje się więc, iż ta grupa przedsię-

[1] 13,8 mld euro w 2010 roku, 17,3 mld euro prognoza na 2011 (Ministerstwa Gospodarki).

biorstw charakteryzuje się szczególnymi cechami, a oferowane produkty lub usługi charakteryzuje wysoki poziom know-how, nowoczesna technologia oraz wysoka innowacyjność. Zgodnie z teorią zasobową, o potencjale konkurencyjnym decydują zasoby przedsiębiorstwa. Interesujące wydaje się więc pytanie, jakie kluczowe zasoby kształtują międzynarodową konkurencyjność polskich przedsiębiorstw szybko rosnących (PPSR). W związku z powyższym, celem niniejszego opracowania jest wskazanie najważniejszych zasobów, które wpływają na ich międzynarodową konkurencyjność i wysokie tempo wzrostu. Podstawą rozważań będzie teoria zasobowa.

1. Zasobowe źródła przewag konkurencyjnych

Według teorii zasobowej to właśnie zasoby są fundamentalnym obszarem generowania wartości w przedsiębiorstwie. Pojedyncze zasoby, ich kombinacje i idiosynkratyczne konfiguracje powiązań między nimi kształtują przewagę konkurencyjną w organizacji, która w stale zmieniającej się gospodarce podlega dynamicznym zmianom (Mathews). Teoria ta zakłada, że doskonałe wyniki przedsiębiorstw mają swe źródło w nagromadzonych przez właściciela rzadkich i specyficznych zasobach, a nie w zyskach firmy czy w marketingowym pozycjonowaniu produktów (Teece i inni). Zasoby i umiejętności organizacji tworzą jej potencjał konkurencyjny, a powiązanie zasobów, umiejętności i strategii stanowi źródło przewagi konkurencyjnej, której oddziaływanie rynkowe powoduje ukształtowanie się pozycji konkurencyjnej firmy. Każda firma opiera swój wzrost na zasobach przedsiębiorstwa i umiejętnościach członków organizacji (zarządzających i pracowników). Teoria zasobowa należy do obecnie jednych z ważniejszych koncepcji teoretycznych zajmujących się różnicami w wynikach firm w kontekście ich konkurencyjności. Na jej podstawie badacze i teoretycy tłumaczą umiejscowienie źródeł przewag konkurencyjnych firm i ponadprzeciętnych wyników (Hoopes i inni).

Wielu badaczy PZ zastanawiało się nad pytaniem, jakie właściwości wewnętrznych zasobów firmy stanowią źródła przewag konkurencyjnych. Zgodnie z PZ, firma powinna wykorzystywać właściwości wartościowe swoich zasobów (czyli np. zwiększać zyski lub obniżać koszt), rzadkie, nieimitowalne, a więc niemożliwe do skopiowania i niesybstutucjonowalne, a więc takie, które nie są w stanie dostarczyć tej samej funkcjonalności (Barney, 1991).

Jak wskazuje Binghama i Eisenhardt, zakładając niesubstytucjonalność zasoby będąc tylko wartościowymi pozwalają firmie jedynie na zrównanie się z konkurentami. Jeżeli zasoby są wartościowe i rzadkie, wtedy firmy mają szansą uzyskać przejściową przewagę konkurencyjną. Jeżeli natomiast zasoby są wartościowe, rzadkie i nieimitowane, wtedy firmy mają potencjał, aby osiągnąć długoterminową przewagę konkurencyjną. Istotny jest fakt, że na teoretyczny związek pomiędzy zasobami a przewagą konkurencyjną nie wpływa tylko natura samych zasobów, ale także powiązania pomiędzy nimi (Binghama i Eisenhardt). Jak podkreśla jednak Miller, zasoby i ich powiązania stanowią tylko i aż bazę, surowiec naturalny do stworzenia strategii, która nada firmie odpowiedniego kierunku na danym rynku i z czasem pozwoli wykorzystać zasoby firmy także na kolejnych rynkach.

W niniejszej pracy międzynarodowa konkurencyjność jest definiowana jako zdolność przedsiębiorstwa do wygrywania rynkowej walki konkurencyjnej z przedsiębiorstwami zagranicznymi zarówno na rynku krajowym, jak i międzynarodowym. Takie ujęcie wynika z powszechnej internacjonalizacji gospodarki Polski i z faktu, iż w dobie globalizacji wiele przedsiębiorstw, w wielu branżach konkuruje z zagranicznymi przedsiębiorstwami nie tylko na rynkach międzynarodowych, ale także na rynku krajowym. Przedsiębiorstwa, chcąc przeżyć i wzrastać, muszą charakteryzować się więc w dobie globalizacji tak rozumianą międzynarodową konkurencyjnością.

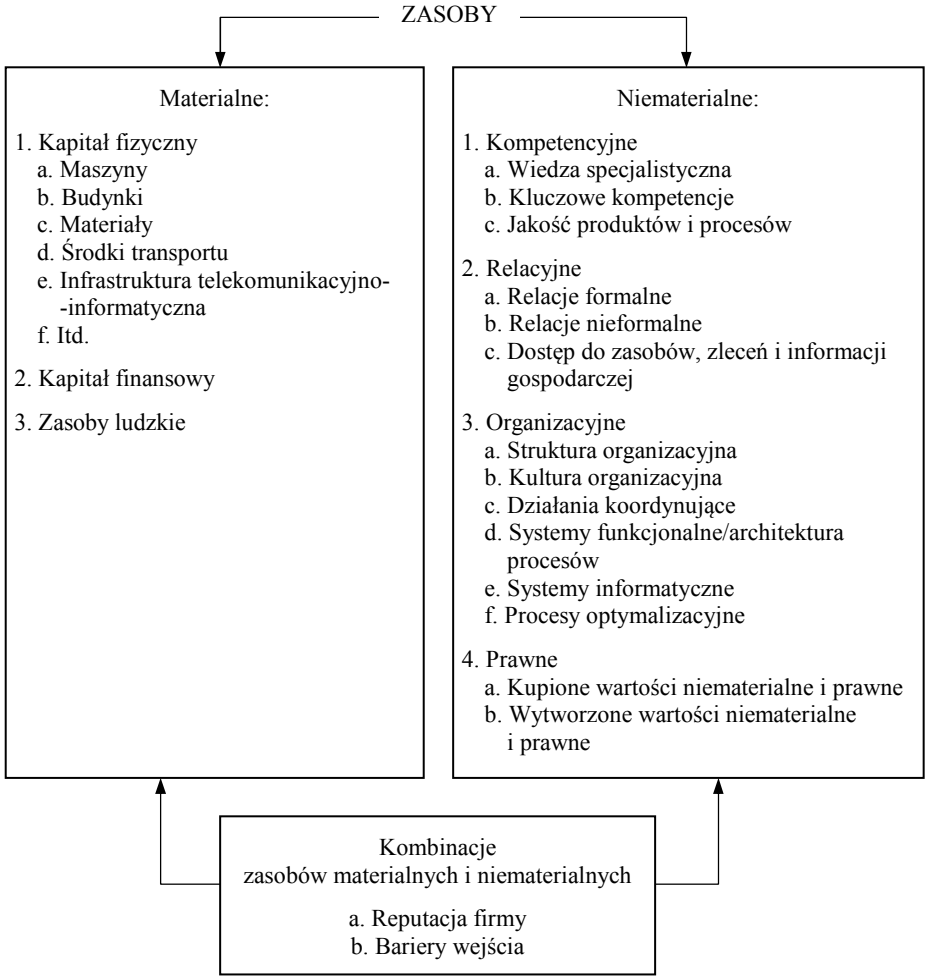
2. Typologia zasobów

Istnieje kilka definicji zasobów. Wernerfeld definiuje je jako organizacyjne siły i słabości. Barney jako aktywa, atrybuty i wiedzę kontrolowaną przez firmę w celu osiągnięcia poprawy wydajności i efektywności. Binghama i Eisenhardt definiują zasoby jako zbiór aktywów materialnych (np. lokalizacja, fabryka, maszyny), niematerialnych (patenty, marka, wiedza techniczna) i procesów organizacyjnych (np. rozwoju produktu, sposobu dystrybucji, wypracowane sposoby internacjonalizacji).

Na podstawie klasyfikacji zasobów de Wita i Meyera oraz Binghama i Eisenhardt, z uwzględnieniem niektórych elementów pochodzących z klasyfikacji Barneya oraz Hofera i Schendela, odnoszących się do kategorii wspólnych tych klasyfikacji, stworzono nowy podział zasobów schemat 1.

Schemat 1

Podział zasobów



Zasoby podzielono zatem na materialne, niematerialne i kombinacje powyższych, przy czym do materialnych zaliczono kapitał fizyczny, kapitał finansowy oraz zasoby ludzkie. Te ostatnie odnoszą się do prostych i powtarzalnych umiejętności ludzkich. Wiedza i umiejętności na wyższym poziomie zostały zaliczone do grupy zasobów niematerialnych, w celu wyraźnego oddzielenia kompetencji pospolitych i ogólnie dostępnych na rynku oraz wiedzy i kompetencji rzadkich będących zgodnie z PZ ważnym elementem przewagi konkurencyjnej.

Bazując na szerokiej literaturze przedmiotu (Nogalski, Surawski, Miles, Snow, Boschken, Aniszewska, Stankiewicz, Obłój, Cyfert, Krupski), kategoria zasobów niematerialnych została uzupełniona zasobami organizacyjnymi jako wyraz po pierwsze, dużego znaczenia tej grupy zasobów dla przewagi konkurencyjnej, a po drugie, ze względu na istniejący i niematerialny charakter tych zasobów. Nową kategorią zasobów są także kombinacje. Grupa ta skupia zasoby, które powstały w wyniku kombinacji zasobów materialnych i niematerialnych. Przykładem takich zasobów może być np. reputacja przedsiębiorstwa lub stworzone przez przedsiębiorstwo bariery wejścia do branży. W odróżnieniu od klasyfikacji de Wita i Meyera w niniejszej pracy uznano, że takie iż reputacja zależy nie tylko od relacji z klientami, odbiorcami, pośrednikami, ale także od wyników firmy, kapitału fizycznego (budynki, maszyny), jakości produktów, procesów itd. To wszystko wpływa bowiem na ogólny wizerunek firmy i jej reputacji.

3. Badania empiryczne

Informacje na temat wagi zasobów warunkujących międzynarodową konkurencyjność przedsiębiorstw zostały pozyskane z badania na grupie polskich przedsiębiorstw szybko rosnących wybranych w doborze celowym. Badanie miało charakter jakościowy i realizowane było metodą analizy wielu studiów przypadków (multiple case study analysis), która, jak twierdzi Yin, jest najodpowiedniejszą metodą do testowania teorii, a także metodą umożliwiającą jej uzupełnienie (Eisenhardt, Merriam, Sperling).

Firmy były dobierane do badania na podstawie dwóch rankingów polskich firm szybko rosnących, a więc Gazeli Biznesu, przygotowywanego przez Puls Biznesu, i Gepardów Biznesu, przygotowywanego przez grupę finansową SKOK. Obydwa rankingi stanową wiarygodne źródło wstępnej selekcji firm szybko rosnących w Polsce. Ponadto, do badania wybrano także firmy wygrywające prestiżowe konkursy technologiczne w kraju i za granicą, jak np. Polski Produkt Przyszłości, czy EEP AWARD Environmental Innovation for Europe. Przedsiębiorstwo polskie było rozumiane w badaniu jako przedsiębiorstwo posiadające kwaterę główną na terytorium Polski. Wyselekcjonowane przedsiębiorstwa musiały spełnić trzy kryteria:

a) znaczne tempo wzrostu obrotów, przekraczające 500% w przeciągu 10 lat,

b) znaczny potencjał internacjonalizacji lub prowadzenie już sprzedaży zagranicznej,

c) 10-letni, stały wzrost obrotów firmy.

Niektóre wyselekcjonowane firmy przekroczyły wymagany próg wzrostu obrotów już po trzech latach. Wzrost obrotów liczony był na podstawie wartości sprzedaży netto, uwzględniając przy tym inflację. W odniesieniu do znacznego potencjału internacjonalizacji, była zastosowana definicja zawarta w raporcie OECD Internationalization and globalization of SME's, zgodnie z którą przedsiębiorstwo wykazuje taki potencjał, gdy posiada nowoczesną technologię, innowacyjny produkt lub usługę.

Wyselekcjonowano grupę 104 przedsiębiorstw, z których 32 wzięły udział w badaniu. Po przeprowadzeniu badania dwie firmy zostały wykluczone ze względu na niespełnienie warunku definicji przedsiębiorstwa polskiego. Badane firmy pochodziły z różnych branż i różnych obszarów Polski. Badanie było przeprowadzone przez autora, metodą wywiadów bezpośrednich, bazując na częściowo ustrukturyzowanym scenariuszu wywiadu, który został przygotowany na podstawie analizy literatury przedmiotu. Zastosowanie tej metody zbierania danych miało istotny, pozytywny wpływ na jakość uzyskanych odpowiedzi. W trakcie wywiadów była stosowana technika ladderingu, która pomagała pogłębić odpowiedzi na zadawane pytania. Wszystkie pytania były formułowane w sposób niesugerujący odpowiedzi ani nieprzedstawiający pytań w pozytywnym lub negatywnym kontekście. Jako metodę walidacji wyników stosowano trangulację, a więc pozyskiwanie informacji do badania z różnych źródeł (raporty roczne badanych firm, ich strony internetowe, informacje z prasy, wywiad, obserwacje). Czasowo badanie zostało przeprowadzone na przełomie 2008 i 2009 roku.

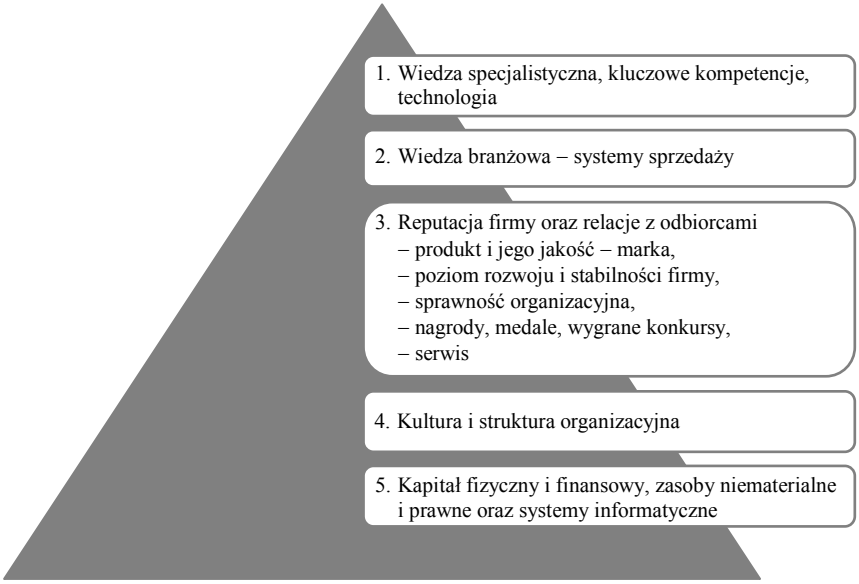
4. Zasoby a przewaga konkurencyjna – wyniki badań

W opracowaniu przedstawiono wyniki odnoszące się tylko do rodzajów zasobów konstytuujących międzynarodową konkurencyjność badanych firm. Firmy odpowiadając na pytanie, które zasoby w największym stopniu wpływają na uzyskanie przewagi konkurencyjnej na rynku lokalnym i międzynarodowym przyporządkowały najważniejsze z punktu widzenia ich konkurencyjności zasoby do pięciu poziomów ważności. Do najważniejszych, zdaniem badanych firm, zasobów należą: wiedza specjalistyczna, kluczowe kompetencje firmy oraz technologia (27 firm). Druga w kolejności jest wiedza branżowa (25), która wpływa zarówno na systemy sprzedaży dostarczając odpowiedzi na pytania: jak sprzedawać w branży, na jakich forach należy bywać i promować firmę lub produkty, jak rynek jest zdefragmentowany, jakie segmenty są najważniejsze, a jakie są drugo i trzeciorzędne oraz wpływa na produkty firmy dostarczając odpowiedzi na pytanie, jakie są wymogi klientów w poszczególnych segmentach. Zasoby, które uplasowały się na trzecim miejscu to relacje z odbiorcami i re-

putacja firmy (24). Jeśli chodzi o reputację, to najważniejszymi czynnikami ją kształtującymi, zdaniem badanych firm, był produkt i jego jakość, a więc główne składowe marki, następnie poziom rozwoju i stabilności firmy, kolejnym czynnikiem była sprawność organizacyjna firmy (terminowość realizacji zamówień), nagrody, medale i wygrane konkursy oraz jako ostatni był wymieniany serwis. Na czwartym miejscu wymieniana była kultura i struktura organizacyjna (26). Na piątym znalazł się kapitał fizyczny i finansowy, zasoby niematerialne i prawne oraz systemy informatyczne (23).

Schemat 2

Zasoby a przewaga konkurencyjna w Polskich firmach szybko rosnących



Zakończenie

Celem niniejszego opracowania było wskazanie zasobów, które zdaniem polskich przedsiębiorstw szybko rosnących istotnie wpływają na ich międzynarodową konkurencyjność i wysokie tempo wzrostu. Jak wynika z badań, do najważniejszych zasobów z punktu widzenia międzynarodowej konkurencyj-

ności polskich firm szybko rosnących można zaliczyć: wiedzę specjalistyczną, kluczowe kompetencje i technologię, w drugiej kolejności wiedzę branżową przekładającą się na systemy sprzedaży, w trzeciej reputację firmy oraz relacje z odbiorcami, w czwartej kulturę i strukturę organizacyjną i jako piąty kapitał fizyczny i finansowy, zasoby niematerialne i prawne oraz systemy informatyczne. Wyniki te potwierdzają ustalenia teorii zasobowej w zakresie właściwości zasobów kształtujących trwałą przewagę konkurencyjną, jednakże różnią się one od wyników najnowszych badań uzyskanych w badaniu wykonanym na 257 przedsiębiorstwach branży chemicznej, spożywczej i elektromaszynowej z całej Polski wykazujących chociaż jedną formę internacjonalizacji (eksport i import) przeprowadzonych w 2008 roku.

Wskazane badanie wykazało, iż dla przeciętnych polskich eksporterów najważniejszymi zasobami z punktu widzenia międzynarodowej konkurencyjności były dobre relacje z odbiorcami i dostawcami, doświadczenie w branży oraz kompetencje menedżerskie. Średnio ważna była nowoczesna technologia i potencjał produkcyjny. Następne w kolejności ważności były takie zasoby, jak kapitał i marka. Najmniejsze znaczenie miały zastrzeżone patenty/wzory użytkowe/receptury, przy czym w zależności od kategorii rynków (rynek krajowy, UE-15, inne niż UE-15 kraje UE, Rosja, Ukraina, tanie kraje azjatyckie, inne kraje) waga poszczególnych zasobów się zmieniała. Jednakże relacje pomiędzy zasobami pozostały raczej podobne. Jak można zauważyć, w obszarze najważniejszych zasobów wyniki różnią się zasadniczo. Kategoria specjalistycznej wiedzy i kluczowych kompetencji w ogóle się nie pojawia. Może to wynikać z innego postrzegania wkładu poszczególnych zasobów do międzynarodowej konkurencyjności PPSR i przeciętnych polskich eksporterów. Układ ważności poszczególnych zasobów w PPSR odzwierciedla poglądy zarówno teorii zasobowej, jak i poglądy teorii wiedzy (knowledge based view), zgodnie z którą sukces konkurencyjny zależy od umiejętności organizacji do stworzenia opartych na wiedzy aktywów, które tworzą najważniejsze kompetencje (Pemberton i Stonehouse). Fundamentalną kwestą w teorii wiedzy jest założenie, że najważniejszym źródłem wartości jest wiedza, kształtująca konkurencyjność przedsiębiorstwa także w wymiarze międzynarodowym (Grant). Prymat specjalistycznej wiedzy, kluczowych kompetencji, technologii wśród badanych PPSR pozwala wyciągnąć wniosek, iż badane PPSR opierają swoje przewagi konkurencyjne na podobnej strukturze i hierarchii zasobów jak wiele czołowych przedsiębiorstw z krajów wysoko rozwiniętych osiągających sukcesy na rynkach międzynarodowych. Wniosek ten jest dość ciekawy i zasługuje na dalsze, bardziej szczegółowe badania.

Wyniki obydwóch badań są natomiast porównywalne w odniesieniu do „doświadczenia branżowego", a więc wiedzy sprzedażowej, która jest wysoko ceniona przez obydwie badane grupy przedsiębiorstw. Natomiast kategoria

kompetencji menedżerskich jako zasobu nie pojawiła się w badaniu PPSR. Dopiero na trzecim miejscu PPSR wymieniają relacje z obiorcami na równi z reputacją firmy, podczas gdy przedsiębiorstwa w badaniu Witek-Hajduk traktują zasoby relacyjne jako najważniejsze, także w odniesieniu do dostawców, którzy w badaniu PPSR nie byli brani pod uwagę. Trudno jednoznacznie wskazać na powód powstałej różnicy, jednakże PPSR jednoznacznie wskazywały na prymat technologii, wiedzy i kompetencji odzwierciedlonych w produkcie. W związku z powyższym należy przypuszczać, że relacje z odbiorcami są kwestiami wynikowymi, ważnymi, które należy pozyskać i o nie dbać, natomiast to nie one same relacje są źródłem międzynarodowej konkurencyjności PPSR i prawdopodobnie to jest powodem zaistniałej różnicy.

Relatywnie mniejsze znaczenie w obydwóch badaniach wykazuje kapitał i wartości niematerialne i prawne. Mniejsze, co nie znaczy nieważne. Jednakże w odniesieniu szczególnie do wartości niematerialnych i prawnych przedsiębiorstwa zagraniczne przykładają do tego zasobu większą wagę w kontekście zwiększania ich międzynarodowej konkurencyjności.

Najprawdopodobniej wśród polskich przedsiębiorstw waga tego zasobu nie należy do najważniejszych ze względu na konieczność posiadania znacznych środków kapitałowych na rejestrowanie patentów na wielu rynkach międzynarodowych oraz w szczególności na ochronę patentów. W wynikach badań polskich eksporterów zaskakuje niska ocena znaczenia marki, która dla niektórych polskich przedsiębiorstw stanowi synonim reputacji firmy. W tym względzie PPSR przywiązują do swojej reputacji znacznie większą wagę i uważają, iż ma ona znaczenie nie tylko na rynku krajowym, ale także na rynkach zagranicznych. Bardzo dobre wyniki osiągane przez PPSR skłaniają do stwierdzenia, iż podejście to może mieć bezpośredni wpływ na ich poziom konkurencyjności. PPSR w odróżnieniu od przeciętnych polskich eksporterów wskazały także na istotność takich zasobów, jak kultura i struktura organizacyjna oraz na kapitał fizyczny i systemy informatyczne. Jak wynika z wyników badań, kultura i struktura organizacyjna jest, zdaniem PPSR, bezpośrednio odpowiedzialna za ich wyniki, a kapitał fizyczny i systemy informatyczne są także czynnikami ważnymi do osiągnięcia sukcesu rynkowego.

Z punktu widzenia teorii zasobowej, przedstawione w schemacie 2 zasoby, które można zaliczyć do rzadkich, wartościowych, trudnoimitowalnych lub nieimitowalnych i trudnosubstytuowalnych lub niesubstytuowalnych to wiedza specjalistyczna i kluczowe kompetencje, technologia, reputacja firmy i relacje z odbiorcami, kultura organizacyjna oraz zasoby niematerialne i prawne. Wiedza branżowa, struktura organizacyjna należą do zasobów średnio i trudno imitowalnych lub substytuowalnych, natomiast kapitał fizyczny i finansowy należy do zasobów, które relatywnie najłatwiej można skopiować.

Przedstawione wyniki badań wskazują więc, że PPSR opierają swoją konkurencyjność na bardzo trwałych przewagach. Wynikają one głównie z ich unikalnych zasobów, które pozwalają im skutecznie konkurować z zagranicznymi przedsiębiorstwami zarówno na rynku krajowym, jak i międzynarodowym. Cechy te są bardzo pożądane wśród polskich przedsiębiorstw i w polskiej gospodarce. Z tego względu istnieje realna potrzeba dokonania dalszych badań PPSR w celu dalszej kwantyfikacji ich szczególnych cech, umiejętności i zasobów.

Literatura

Amit R., Schoemaker P.J.H.: Strategic Assets and Organizational Rents. „Strategic Management Journal" 1993, Vol. 14.

Aniszewska G.: Kultura organizacyjna w zarządzaniu. PWE, Warszawa 2007.

Barney J.: Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. „Journal of Management" 1991, Vol. 17, No. 1.

Barney J.B.: Gaining and Sustaining Competitive Advantage. Addison-Wesley Publishing Company Inc., New York 1997.

Barney J.: Organizational Culture: Can it be a Source of Sustained Competitive Advantage? „Academy of Management Review" 1986, Vol. 11.

Binghama C.B., Eisenhardt K.M.: Position, Leverage and Opportunity: A Typology of Strategic Logics Linking Resources with Competitive Advantage. „Managerial and Decision Economics" 2008, Vol. 29.

Boschken H.L.: Strategy and Structure: Reconceiving the Relationship. „Journal of Management" 1990, marzec.

Burger S., Oldenbloom N.: South African and Singaporean Exporters: Their Attitudes, Information Sources and Export Problems. „South African Journal of Business Management" 1997, Vol. 28, No. 2.

Coyne K.: Sustainable Competitive Advantage: What it is, What it isn't. „Business-Horizons" 1985, Vol. 29, No. 1.

Cyfert S.: Strategiczne doskonalenie procesów w zarządzaniu przedsiębiorstwem. AE, Poznań 2006.

De Wit B., Meyer R.: Synteza strategii. PWE, Warszawa 2007.

Eisenhardt K.M.: Building Theories From Case Study Research. „Academy of Management Review" 1989, Vol. 14, No. 4.

Report. Globalisation and SMEs. OECD, Paris 1997.

Gorynia M.: Strategie firm polskich wobec ekspansji inwestorów zagranicznych. PWE, Warszawa 2005.

Grant RM.: Toward a Knowledge-based Theory of the Firm. „Strategic Management Journal" 1996, Vol. 17.

Hofer Ch., Schendel D.E.: Strategy Formulation: Analytical Concepts. West Publishing, St. Paul, Minn. 1978.

Hoopes D.G., Madsen T.L., Walker G.: Why in there a Resourced-based View? Toward a Theory of Competitive Heterogeneity. „Strategic Management Journal" 2003, Vol. 24.

Hunt S.D., Morgan R.M.: The Resource-Advantage Theory of Competition: Dynamics, Path Dependencies, and Evolutionary Dimensions. „Journal of Marketing" 1996, Vol. 60.

Kavoussi M.R.: Export Expansion and Economic Growth: Further Empirical Evidence. „Journal of Development Economies" 1984, Vol. 14.

Khalafalla K.Y., Webb A.J.: Export-led Growth and Structural Change: Evidence from Malaysia. „Applied Economics" 2001, Vol. 33, No. 3.

Krupski R., Niemczyk J., Stańczyk-Hugiet E.: Koncepcje strategii organizacji. PWE, Warszawa 2009.

Krupski R.: Strategiczność zasobów. „Przegląd Organizacji" 2006, nr 9.

Lippman, S., Rumelt R.: Uncertain Imitability: An Analysis of Interfirm Differences in Efficiency Under Competition. „Bell Journal of Economics" 1982, Vol. 13, No. 2.

Luka konkurencyjna na poziomie przedsiębiorstwa a przystąpienie Polski do Unii Europejskiej. Red. M. Gorynia. AE, Poznań 2002.

Makadok R.: Toward a Synthesis of the Resource-based and Dynamic-capability Views of Rent Creation. „Strategic Management Journal" 2001, Vol. 22.

Mathews J.A.: A Resource-based View of Schumpeterian Economic Dynamics. „Journal of Economics" 2002, Vol. 12.

Maxwell J.A.: Qualitative Research Design: An Interactive Approach. SAGE Publications, Thousand Oaks, California 2005.

Merriam S.B.: Qualitative Research and Case Study Applications in Education. Jossey-Bass, San Francisco 1998.

Miles M., Huberman A.: Analiza danych jakościowych. Trans Humana, Białystok 2000.

Miles R., Snow C.: Organizational Strategy, Structure and Process. McGraw-Hill, New York 1978.

Miller D.: An Asymmetry-based View of Advantage: Towards an Attainable Sustainability. „Strategic Management Journal" 2003, Vol. 24.

Nikodemska-Wołowik: Klucz do zrozumienia nabywcy – jakościowe badania marketingowe. Grupa Verde, Warszawa 2008.

Nogalski B., Surawski B.M.: System informacji strategicznej w zarządzaniu uczącym się przedsiębiorstwem. W: Przedsiębiorstwo na przełomie wieków. Red. B. Godziszewski, M. Haffer, M.J. Stankiewicz. Uniwersytet Mikołaja Kopernika, Toruń 2001.

Obłój K.: Strategia organizacji. PWE, Warszawa 2007.

Pemberton J.D., Stonehouse G.H.: Organizational Learning and Knowledge Assets-an Essential Partnership. „The Learning Organization" 2000, Vol. 7, No. 4.

Penrose E.: The Theory of the Growth of the Firm. Basil Blackwell, Oxford 1959.

Peteraf M.A.: The Cornerstones of Competitive Advantage: a Resource-based View. „Strategic Management Journal" 1993, Vol. 14.

Pierscionek Z., Jurek-Stepien S.: Czynniki sukcesu polskich przedsiębiorstw na rynkach Unii Europejskiej. SGH, Warszawa 2006.

Reynolds T.J., Gutman J.: Laddering: Extending the Repertory Grid Methodology to Construct Attribute-Consequence-Value Hierarchies. In: Personal Values and Consumer Psychology. Eds. R. Pitts, A. Woodside. Lexington Books, Lexington MA 1984.

Reynolds T.J., Gutman J.: Laddering Theory, Method, Analysis and Interpretation. „Journal of Advertising Research" 1988, Feb/March.
Reynolds T.J., Gutman J.: An Investigation at the Levels of Cognitive Abstraction Utilized by the Consumers in Product Differentiation. In: Attitude Research Under the Sun. Ed. J. Eighmey. American Marketing Associtation, Chicago 1979.
Rumelt R.P.: Foreword. W: Competence-based Competition. Red. G. Hamel, A. Heene, J. Wiley and Sons, Chichester 1994.
Simon H.: Hidden Champions of the Twenty-First Century: The Success Strategies of Unknown World Market Leaders. Springer, Londyn 2009.
Śliwiński R.: Kluczowe czynniki międzynarodowej konkurencyjności przedsiębiorstw. Uniwersytet Ekonomiczny, Poznań 2011.
Sperling G.: Product, Operation and Market Strategies of Technology-Intensive Born Globals: The Case of Israeli Telecommunication Born Globals. Doctoral Thesis at Helsinki School of Economics 2006.
Stankiewicz M.J.: Konkurencyjność przedsiębiorstwa. Budowanie konkurencyjności przedsiębiorstwa w warunkach globalizacji. Dom Organizatora, Toruń 2005.
Teece D.J.: Strategic for Managing Knowledge Assets: The Role of Firm Structure and Industrial Context. „Long Range Planning" 2000, Vol. 33, No. 1.
Teece D.J., Pisano G. and Shuen A.: Dynamic Capabilities and Strategic Fitt. „Strategic Management Journal" 1997, Vol. 18.
Tyler G.W.: Growth and Export Expansion in Developing Countries: Some Empirical Evidence. „Journal of Development Economics" 1981, Vol. 9.
Wernerfelt B.: A Resource-based View of the Firm. „Strategic Management Journal" 1984, Vol. 5.
Witek-Hajduk M.: Strategie internacjonalizacji polskich przedsiębiorstw w warunkach akcesji Polski do Unii Europejskiej. SGH, Warszawa 2010.
Yin, R.K.: Case Study Research – Designs and Methods. SAGE Publications Inc., 2003

RESOURCE BASED VIEW AND THE KEY FACTORS OF INTERNATIONAL COMPETITIVENESS OF POLISH FAST GROWING FIRMS

Summary

Paper describes the resource's determinants of the international competitiveness of Polish fast growing firms in the context of resource based view. The aim of this paper is to point at the resources which according the studied firms vitally influence on their international competitiveness and high speed of growth. Basing on different typologies of resources there has been proposed cohesive typology, which was applied in the empirical research. The results point at sustainable competitive advantages of Polish fast growing firms in the context of resource based view whereas the structure of competitive resources of Polish fast growing firms resembles the resource's structure of successful internationalized companies from highly developed economies.

Sabina Krawczyk
Wyższa Szkoła Bankowa w Poznaniu
Wydział Zamiejscowy w Chorzowie

ANALIZA PORÓWNAWCZA KONKURENCYJNOŚCI GOSPODARKI POLSKI I IRLANDII NA RYNKU ŚWIATOWYM

Wprowadzenie

Głównym celem prezentowanego opracowania jest porównanie konkurencyjności gospodarki Polski i Irlandii. Irlandia została wybrana ze względu na fakt, iż w stosunkowo niedługim czasie stała się ona gospodarką zaliczaną do grona najbardziej konkurencyjnych gospodarek świata z jednym z najwyższych wskaźników PKB per capita[1]. Opracowanie ma służyć wskazaniu kierunków rozwoju polskiej gospodarki.

Konkurencyjność jest relatywną cechą systemu gospodarczego, gdyż ujawnia się ona w porównaniach z innymi gospodarkami[2]. Z tego powodu analiza przeprowadzona została na podstawie opracowań wielu organizacji międzynarodowych i międzynarodowych instytucji badawczych, które posługują się różną metodologią przy tworzeniu swoich rankingów.

1. Rozwój społeczno-gospodarczy

Irlandia jest przykładem kraju, który przeszedł dynamiczny rozwój gospodarczy, co sprawiło, że obecnie jest ona zaliczana do krajów o najwyższym poziomie rozwoju. Natomiast Polska systematycznie odrabia dystans ekonomiczny dzielący ją od najwyżej rozwiniętych gospodarczo krajów świata. W 2010 roku poziom rozwoju gospodarczego Polski mierzony wartością PKB per capita był

---

[1] S. Talar: Determinanty konkurencyjności gospodarki Irlandii. W:Przedsiębiorstwo i państwo – wybrane problemy konkurencyjności. Red. T. Bernat. Uniwersytet Szczeciński, Szczecin 2007, s. 247.

[2] W. Świtalski: Innowacje i konkurencyjność. Uniwersytet Warszawski, Warszawa 2005, s. 165.

ponad dwukrotnie niższy niż Irlandii. Należy jednak wziąć pod uwagę, że dystans Polski do krajów UE15 zmniejsza się, jednakże w stosunku do Irlandii dystans ten zmniejsza się dopiero od 2008 roku (tabela 1).

Tabela 1

Relatywny poziom rozwoju w Polsce, Irlandii i UE15 w latach 1989-2000
(PKB na 1 mieszkańca według parytetu siły nabywczej, Polska = 100)

Kraj	1989	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010[a]
Polska	100	100	100	100	100	100	100	100
Irlandia	195	273	282	279	272	238	208	202
UE15	262	240	222	215	207	198	180	179

[a] Dane szacunkowe.

Źródło: R. Rapacki: Wzrost gospodarczy i realna konwergencja. W: Polska. Raport o konkurencyjności. Konkurencyjność sektora przetwórstwa przemysłowego. SGH, Warszawa 2011, s. 26.

Globalny kryzys ekonomiczny, który rozpoczął się w 2008 roku w Stanach Zjednoczonych, odbił się na sytuacji gospodarczej świata. Irlandia nie jest tutaj wyjątkiem. Analizując dane makroekonomiczne można zauważyć pogorszenie się sytuacji gospodarki Irlandii, począwszy od 2008 roku (tabela 2). Olbrzymi deficyt budżetowy, dług publiczny oraz wysoka stopa bezrobocia to największe problemy, z którymi zmaga się rząd Irlandii. Prognozy dotyczące deficytu budżetowego poczynione zarówno przez Komisję Europejską, jak i Międzynarodowy Fundusz Walutowy są obiecujące – deficyt budżetowy nadal ma się utrzymywać, ale na znacznie niższym poziomie.

Tabela 2

Główne wskaźniki makroekonomiczne w Irlandii i w Polsce

	Irlandia						Polska					
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2007	2008	2009	2010	2011	2012
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Tempo wzrostu PKB (w %)	5,6	–3,5	–7,6	–1,0	0,6[a] 0,5[b]	1,9[a] 1,9[b]	6,8	5,1	1,7	3,8	4,0[a] 3,8[b]	3,7[a] 3,6[b]
Nadwyżka(+)/ deficyt budżetowy(–) (% PKB)	0,1	–7,3	–14,3	–32,4	–10,5[a] –10,8[b]	–8,8[a] –8,9[b]	–1,9	–3,7	–7,3	–7,9	–5,8[a] –5,7[b]	3,6[a] –4,2[b]
Dług publiczny (% PKB)	25,0	44,4	65,6	96,2	112,0[a]	117,9[a]	45,0	47,1	50,9	55,0	55,4[a]	55,1[a]
Stopa bezrobocia (w %)	4,6	6,3	11,9	13,7	14,6[a]	14,0[a]	9,6	7,1	8,2	9,6	9,3[a]	8,8[a]

cd. tabeli 2

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Stopa inflacji (w %)	2,9	3,1	–1,7	-1,6	1,0 [a] 0,5 [b]	0,7 [a] 0,5 [b]	2,6	4,2	4,0	2,7	3,8 [a] 4,1 [b]	3,2 [a] 2,9 [b]
Eksport (dynamika w %)	8,2	–0,8	–4,1	9,4	6,0 [a]	7,0 [a]	9,1	7,1	–6,8	10,2	7,7 [a]	7,6 [a]
Import (dynamika w %)	7,8	–2,9	–9,7	6,6	3,2 [a]	4,0 [a]	13,7	8,0	–12,4	10,7	8,5 [a]	7,5 [a]

[a] Prognozy European Commission.
[b] Prognozy IMF.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: European Economic Forecast, Spring 2011. European Commission, Directorate-General for Economic and Financial Affairs, Brussels 2011, s. 104 i 146; International Monetary Fund: Regional Economic Outlook. Europe Strengthening the Recovery. May 11. World Economic and Financial Surveys, Washington 2011, s. xii, 21 i 40.

W porównaniu do Irlandii, wyniki makroekonomiczne Polski wypadają bardzo korzystnie. Co więcej, w całej Unii Europejskiej tylko Polska zanotowała wzrost PKB w 2009 roku, a w 2010 roku była w czołówce najszybciej rozwijających się państw europejskich. Dlatego R. Rapacki wysuwa hipotezę, że rosnąca międzynarodowa konkurencyjność Polski jest konsekwencją szybkiego wzrostu gospodarczego oraz odporności (jak dotąd) polskiej gospodarki na zawirowania wewnętrzne i zewnętrzne. Taka odporność przyczynia się do relatywnie szybkiego, trwałego i w miarę stabilnego wzrostu gospodarczego w Polsce[3].

Tabela 3

Wskaźnik Rozwoju Społecznego (HDI) w Irlandii i w Polsce w latach 1990-2010

	Miejsce w rankingu HDI w 2010 roku	Wartość HDI					
		1990	1995	2000	2005	2009	2010
Irlandia	5	0,768	0,799	0,855	0,886	0,894	0,895
Polska	41	0,683	0,710	0,753	0,775	0,791	0,795
OECD	–	0,798	0,827	0,852	0,868	0,876	0,879
Świat	–	0.526	0.554	0.570	0.598	0.619	0.624

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: Human Development Report 2010. 20th Anniversary Edition. The Real Wealth of Nations: Pathways to Human Development. United Nations Development Programme, New York 2010, s. 148-151.

[3] R. Rapacki: Wzrost gospodarczy i realna konwergencja. W: Polska. Raport o konkurencyjności. Konkurencyjność sektora przetwórstwa przemysłowego. SGH, Warszawa 2011, s. 26.

W ocenie rozwoju i poziomu życia pomocny jest corocznie publikowany przez UNDP Wskaźnik Rozwoju Społecznego (HDI). Wskaźnik HDI podawany jest od 0 do 1 – im wyższy wskaźniki, tym lepsza jakość życia w danym kraju. W ogólnej klasyfikacji HDI oba kraje znajdują się w grupie państw wysoko rozwiniętych gospodarczo. Należy jednak zauważyć, że Irlandia jest państwem otwierającym, a Polska zamykającym tą grupę (tabela 3).

2. Międzynarodowe rankingi konkurencyjności gospodarek

Światowe Forum Ekonomiczne (WEF) skonstruowało indeks konkurencyjności globalnej (GCI). W Rankingu GCI 2010-2011 palmę pierwszeństwa, podobnie jak w zeszłym roku, ma Szwajcaria.

Autorzy raportu zaliczają Irlandię do gospodarek opartych na innowacjach, czyli na najwyższym stadium rozwoju. Natomiast Polska od kilku lat znajduje się na etapie przejściowym z etapu opartego na efektywności do etapu opartego na innowacjach. Co ciekawe – dystans dzielący Polskę do Irlandii zmniejsza się. Dzieje się tak dlatego, że konkurencyjność Irlandii od pewnego czasu spada, a Polski rośnie. W rankingu GCI 2006-2007[4] Irlandię i Polskę dzieliły 22 miejsca, a w rankingu 2010-2011 dzieli je już tylko 10 miejsc (tabela 4).

Tabela 4

Miejsca Irlandii i Polski w indeksach konkurencyjności globalnej GCI 2010-2011

	Pozycja w rankingu GCI 2010-2011 (na 139 gospodarek)	
	Irlandia	Polska
1	2	3
Ocena syntetyczna GCI 2010-2011	29	39
Czynniki podstawowe:	35	56
1. Struktura instytucjonalna	24	54
2. Infrastruktura	38	72
3. Otoczenie makroekonomiczne	95	61
4. Opieka zdrowotna i edukacja podstawowa	10	39
Czynniki zwiększające efektywność:	25	30
5. Wyższa edukacja i doskonalenie zawodowe	23	26
6. Wydajne rynki towarowe	14	45
7. Wydajne rynki pracy	20	53
8. Sprawnie funkcjonujące rynki finansowe	98	32

[4] The Global Competitiveness Report 2007-2008. World Economic Forum, Geneva, Switzerland 2007, s. 10.

cd. tabeli 3

1	2	3
9. Zdolność do absorpcji nowoczesnych technologii	21	47
10. Rozmiar rynku	54	21
Innowacyjność:	21	50
11. Wydajna sieć powiązań biznesowych	20	50
12. Innowacje technologiczne	22	54

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: The Global Competitiveness Report 2010-2011. World Economic Forum, Geneva, Switzerland 2010, s. 15-22.

Pomimo iż Polska gospodarka została dotknięta kryzysem w stosunkowo niewielkim stopniu, to jej pozycja konkurencyjna nie jest zadowalająca. Autorzy raportu wymieniają słabości polskiej gospodarki, są to: infrastruktura transportowa, regulacje podatkowe, nieefektywna biurokracja, zbyt restrykcyjne prawo pracy. Natomiast najlepiej w Polsce oceniono wielkość rynku, wysokie standardy edukacyjne, zaufanie do sektora podatkowego.

Z kolei zmniejszająca się konkurencyjność Irlandii jest wynikiem gorszej kondycji makroekonomicznej, i co się z tym wiąże, obaw związanych z rynkami finansowymi. Jednak Irlandia wciąż zaliczana jest do grona państw o najwyższej konkurencyjności – na tak wysoką pozycję Irlandii mają wpływ takie czynniki, jak doskonała opieka zdrowotna, edukacja, szkolenia oraz dobrze funkcjonujący rynek zbytu i rynek pracy.

Nieco inne spojrzenie na czynniki konkurencyjności zawierają opracowania sporządzane corocznie przez Międzynarodowy Instytut Rozwoju i Zarządzania w Lozannie (IMD), który raz do roku przygotowuje Globalny Ranking Konkurencyjności (GCI). Ranking z 2011 roku, mierzący konkurencyjność 58 gospodarek, plasuje Irlandię na 24 pozycji, a Polskę o dziesięć pozycji niżej. Poszczególne subindeksy GCI nie są oceniane jednakowo zarówno dla Polski, jak i dla Irlandii (tabela 5).

Tabela 5

Globalny Ranking Konkurencyjności IMD w okresie 2010-2011

Lata	Miejsce w rankingu IMD		Wyniki ekonomiczne		Sprawność działania rządu		Sprawność działania przedsiębiorstw		Jakość infrastruktury	
	Irlandia	Polska	Irlandia	Polska	Irlandia	Polska	Irlandia	Polska	Irlandia	Polska
2010	21	32	22	24	19	36	18	38	24	36
2011	24	34	28	31	30	35	18	41	24	34

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: IMD World Competitiveness Yearbook 2011. Institute for Management Development, Lozanna 2011, s. 50-51.

3. Warunki prowadzenia działalności gospodarczej

Bank Światowy w 2011 roku za najbardziej przyjazną gospodarkę dla prowadzenia działalności gospodarczej na świecie uznał ponownie Singapur. Irlandia zajęła 9 miejsce[5], a Polska zajęła znów bardzo niską pozycję, gdyż uplasowała się dopiero na 70 miejscu[6], co oznacza, że była ostatnia wśród nowych państw członkowskich, a spośród wszystkich państw Unii Europejskiej gorzej oceniono tylko Włochy (80 miejsce) i Grecję (109 miejsce).

Polska została najgorzej oceniona pod kątem procedur, czasu i kosztów niezbędnych w celu uzyskania wszystkich pozwoleń na budowę prostych handlowych magazynów i podłączenia ich do podstawowych usług użyteczności dla małych i średnich przedsiębiorstw – w tym obszarze uzyskała dopiero 164 miejsce, a Irlandia 38. Główną przyczyną niskiej oceny jest czas potrzebny na wydanie pozwolenia na budowę w Polsce – 311 dni. Tymczasem w Irlandii wystarczą na to 192 dni, w Singapurze 25 dni, w Stanach Zjednoczonych 40 dni.

Kolejną kategorią, w której Polska wypada wyjątkowo niekorzystnie są obciążenia fiskalne. W Europie najlepszą pozycję pod względem obciążeń podatkowych zajmuje Irlandia. Według autorów raportu, przedsiębiorca w Polsce musi dokonać 29 płatności w roku (w Irlandii 9), poświęcając na to 325 godzin (w Irlandii 76 godzin) i 42,3% swojego zysku brutto (w Irlandii 26,5). Co ciekawe, okazuje się, że pomimo tak złej pozycji w owej kategorii, obciążenia podatkowe w Polsce wcale nie należą do najwyższych. Raport Banku Światowego wskazuje, że podatki w Polsce są niższe od średniej krajów Unii Europejskiej.

Jeśli chodzi o rozpoczęcie działalności gospodarczej – Polska wypada równie słabo, plasując się na 113 miejscu. Tak niska pozycja wynika z faktu, że otwarcie nowego biznesu w Polsce zajmuje aż 32 dni. W tej kategorii Irlandia plasuje się na 11 miejscu, gdyż rozpoczęcie nowej działalności zajmuje tam 13 dni.

Irlandia najgorzej została oceniona w dziedzinie rejestracji własności – znalazła się dopiero na 78 miejscu, ale i tak lepiej niż Polska (86 miejsce).

Ochrona inwestorów – to ten czynnik otoczenia biznesu, który jest najlepiej oceniony w Irlandii – znalazła się na 5 miejscu na świecie, podczas gdy Polska na 44 miejscu. Ten czynnik jest niezwykle istotny dla międzynarodowej konkurencyjności, szczególnie w czasie kryzysu ekonomicznego, gdyż inwestorzy są mniej skłonni do podejmowania zwiększonego ryzyka.

---

[5] Doing Business 2011: Making a Difference for Entrepreneurs. Ireland. The International Bank for Reconstruction and Development, Washington 2011, s. 2.

[6] Doing Business 2011: Making a Difference for Entrepreneurs. Poland. The International Bank for Reconstruction and Development, Washington 2011, s. 2.

Stosunkowo najlepiej oceniono Polskę pod względem pozyskania kredytów – uplasowała się ona na 15 miejscu razem z Irlandią, Niemcami, Japonią i innymi krajami.

4. Poziom wolności gospodarczej

Ogromny wpływ na kształtowanie się międzynarodowej konkurencyjności państw ma również stopień regulacji rynków – im jest on niższy, tym konkurencyjność międzynarodowa jest z reguły wyższa[7].

W najnowszym rankingu indeksu wolności gospodarczej – 2011 Index of Economic Freedom – spośród 183 sklasyfikowanych krajów ze wszystkich zakątków globu, Irlandia zajęła 7 miejsce, a Polska – 68, co oznacza ogromną rozpiętość ocen poszczególnych składników badania (tabela 6). Polska znalazła się nie tylko za „czołowymi" gospodarkami świata, ale również za takimi państwami, jak Urugwaj czy Meksyk.

Tabela 6

Miejsca Irlandii i Polski w indeksie wolności gospodarczej w 2011 roku

	Wskaźnik wolności gospodarczej	Wskaźnik wolności działalności gospodarczej	Wskaźnik wolności handlowej	Wskaźnik wolności od fiskalizmu	Wskaźnik wolności wydatków państwa	Wskaźnik wolności monetarna	Wskaźnik wolności inwestora	Wskaźnik wolności sektora bankowego i rynków finansowych	Wskaźnik wolności ochrony praw własności	Wskaźnik wolności od korupcji	Wskaźnik wolności pracodawcy
Irlandia	7	11	12	126	139	29	2	17	2	14	37
Polska	68	112	12	114	147	56	50	38	42	48	88

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: 2011 Index of Economic Freedom. The Heritage Foundation and Dow Jones & Company, Inc., Washington, D.C. 2011, s. 228 i 336.

Zdaniem autorów raportu, głównymi słabościami polskiej gospodarki są zbyt duże wydatki rządowe na konsumpcję i płatności transferowe. Najlepiej zaś oceniono wolność handlową i monetarną. Autorzy raportu podkreślają, że Polska była jedynym państwem w Europie, które uniknęło recesji w 2009 roku. Rosnąca konkurencyjność systemu finansowego w Polsce i niskie stawki podatkowe są zachętą dla sektora prywatnego. Nagromadzenie dużych deficytów fiskalnych w ostatnich latach w Polsce zwiększa ryzyko osłabienia długoterminowej konku-

[7] J. Misala: Międzynarodowa konkurencyjność gospodarki narodowej Hiszpanii. Ekonomiczno-Informatyczny Kwartalnik Teoretyczny. Wyższa Szkoła Ekonomiczno-Informatyczna, Warszawa 2008, nr 17.

rencyjności, dlatego mówi się o potrzebie bardziej zdyscyplinowanego zarządzania finansami publicznymi. Co więcej, nadmierna biurokracja ogranicza innowacyjną działalność gospodarczą. Zdaniem autorów raportu, należy również zreformować sztywne przepisy prawa pracy.

Pomimo iż Irlandia zajmuje bardzo wysokie miejsce w rankingu, to należy zwrócić uwagę na fakt, iż od 2008 roku jej pozycja uległa pogorszeniu na skutek wskaźników dotyczących wydatków rządowych i wolności finansowej, co wiąże się z kryzysem światowym. Jednak tak wysoką pozycję w rankingu Irlandia zawdzięcza dobrej ochronie praw własności, niskiemu poziomowi korupcji oraz efektywności regulacji dotyczących działalności gospodarczej i konkurencyjnych stawek podatkowych.

5. Poziom rozwoju technologicznego

Instytut Banku Światowego opracował Metodologię Szacowania Wiedzy (KAM), która opiera się na szerokim wachlarzu wskaźników, tworzących indeks Gospodarki Opartej na Wiedzy (KEI) oraz indeks wiedzy (KI)[8].

Tabela 7

Kształtowanie się Indeksu Gospodarki Opartej na Wiedzy w Irlandii i Polsce w 2009 roku

Kraj	Miejsce w rankingu	Wskaźnik KEI	Wskaźnik KI	Porządek ekonomiczny i instytucjonalny	Poziom innowacyjności	Poziom edukacji	Poziom zaawansowania technologicznego
Irlandia	8	9,05	8,98	9,26	9,08	9,14	8,71
Polska	37	7,41	7,38	7,48	7,03	8,02	7,09

Źródło: World Bank Institute. www.worldbank.org

KEI to wskaźnik analizujący, czy Gospodarka Oparta na Wiedzy (GOW) może być efektywnie wykorzystana oraz czy ma ona wpływ na rozwój gospodarczy danego kraju. KEI opiera się na czterech filarach GOW: porządku ekonomicznym i instytucjonalnym, edukacji i zasobach ludzkich, poziomie innowacyjności i poziomie zaawansowania technologicznego. Natomiast KI bada ogólny potencjał wiedzy w danym kraju, za pomocą pomiaru zdolności kraju do adaptacji, dyfuzji i generowania wiedzy. Przy konstrukcji KI bierze się pod

[8] Ł. Puślecki: Analiza wieloczynnikowa gospodarki opartej na wiedzy (KBE) w krajach triady według metodologii KAM 2007. „Journal of Agribusiness and Rural Development" 2008, Vol. 2(8) s. 95.

uwagę: edukację i zasoby ludzkie, poziom innowacyjności i poziom zaawansowania technologicznego. Wartość każdego wskaźnika mieści się w przedziale od 0 do 10, a im wyższy poziom analizowanego wskaźnika, tym wyższa ocena sprawności. Biorąc pod uwagę zarówno indeks Gospodarki Opartej na Wiedzy, jak i indeks wiedzy, Irlandia zdecydowanie wyprzedza Polskę (tabela 7). Przewaga Irlandii widoczna jest także w każdym z czterech filarów GOW.

Tabela 8

Indeks sprawności technologicznej 2009-2010 i 2010-2011

	Wynik NRI 2009-2010	NRI 2009-2010 (na 133 gospodarki)	Wynik NRI 2010-2011	NRI 2010-2011 (na 138 gospodarek)
Irlandia	4,48	24	4,71	29
Polska	3,74	65	3,84	62

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: The Global Information Technology Report 2010-2011. World Economic Forum, Geneva 2011, s. 219, 263.

Indeks sprawności technologicznej przedstawia rozwój wiedzy technologicznej, umiejętność obsługi i zastosowania urządzeń o zaawansowanej technologii w gospodarce. Indeks ten przedstawia również stosunek państwa do nowoczesnych technologii oraz nakłady na sferę B+R. Indeks sprawności technologicznej waha się w granicach od 0 do 7. W 2011 roku Irlandia uzyskała wynik 4,70 – co uplasowało ją na 29 miejscu, zaś Polska w tym samym roku otrzymała wynik 3,84 i zajęła odległe 62 miejsce (tabela 8).

Zakończenie

Analiza konkurencyjności gospodarki Polski i Irlandii wskazuje, że gospodarka Irlandii jest bardziej konkurencyjna, ale dystans pomiędzy nimi ulega zmniejszeniu. Dzieje się tak dzięki stabilnej – jak na obecne warunki – sytuacji makroekonomicznej Polski i systematycznej, lecz powolnej poprawie warunków prowadzenia działalności gospodarczej w Polsce. Możemy się wiele nauczyć z doświadczeń Irlandii, jednakże nie wszystkie rozwiązania Irlandii można zaimplementować na grunt polski. Wynika to z różnych stadiów rozwoju obu gospodarek, innej specyfiki gospodarek czy też różnic kulturowych obu narodów.

Opierając się na doświadczeniach irlandzkiej gospodarki można sformułować kilka zaleceń dla Polski w celu zwiększenia jej konkurencyjności. Polski rząd powinien skupić się na poprawie działania instytucji, rozbudowie i modernizacji infrastruktury, wzmocnieniu innowacyjności gospodarki, zwiększeniu atrakcyjności inwestycyjnej naszego kraju, zdyscyplinowanym zarządzaniu fi-

nansami publicznymi oraz na długofalowym i zrównoważonym wzroście gospodarczym (co możliwe będzie, jeśli poprawi się jakość warunków prowadzenia biznesu), który przyczyni się do polepszenia jakości życia Polaków, co również wpłynie na wzrost konkurencyjności.

Literatura

Doing Business 2011: Making a Difference for Entrepreneurs. Ireland. The International Bank for Reconstruction and Development, Washington 2011.

Doing Business 2011: Making a Difference for Entrepreneurs. Poland. The International Bank for Reconstruction and Development, Washington 2011.

European Economic Forecast, Spring 2011. European Commission, Directorate-General for Economic and Financial Affairs, Brussels 2011.

IMD World Competitiveness Yearbook 2011. Institute for Management Development, Lozanna 2011.

Human Development Report 2010. 20th Anniversary Edition. The Real Wealth of Nations: Pathways to Human Development. United Nations Development Programme, New York 2010.

International Monetary Fund: Regional Economic Outlook. Europe Strengthening the Recovery. May 11. World Economic and Financial Surveys, Washington 2011.

Misala J.: Międzynarodowa konkurencyjność gospodarki narodowej Hiszpanii. Ekonomiczno-Informatyczny Kwartalnik Teoretyczny. Wyższa Szkoła Ekonomiczno-Informatyczna, nr 17, Warszawa 2008.

Puślecki Ł.: Analiza wieloczynnikowa gospodarki opartej na wiedzy (KBE) w krajach triady według metodologii KAM 2007. „Journal of Agribusiness and Rural Development" 2008, Vol. 2(8).

Rapacki R.: Wzrost gospodarczy i realna konwergencja. W: Polska. Raport o konkurencyjności. Konkurencyjność sektora przetwórstwa przemysłowego. SGH, Warszawa 2011.

Świtalski W.: Innowacje i konkurencyjność. Uniwersytet Warszawski, Warszawa 2005.

Talar S.: Determinanty konkurencyjności gospodarki Irlandii. W: Przedsiębiorstwo i państwo – wybrane problemy konkurencyjności. Red. T. Bernat. Uniwersytet Szczeciński, Szczecin 2007.

World Bank Institute. www.worldbank.org

The Global Information Technology Report 2010-2011. World Economic Forum Geneva 2011.

The Global Competitiveness Report 2007-2008. World Economic Forum. Geneva, Switzerland 2007.

The Global Competitiveness Report 2010-2011. World Economic Forum. Geneva, Switzerland 2010.

THE COMPETITIVENESS OF POLISH AND IRISH ECONOMY – A COMPARATIVE ANALYSIS

Summary

Picture of the competitiveness of Polish economy against the background of Ireland's economic competitiveness is not favorable. Undoubtedly, these processes of integration of EU economies has a positive impact on the growth of their competitiveness in international terms, but this is insufficient condition. Reducing the gap that divides the Polish economy from the most competitive economies in the world, should be based, among others on improving the functioning of the institutions, the expansion and modernization of infrastructure, strengthening of economic innovation and long-term and sustainable economic growth.