

Holger Ivers
Streszczenie pracy doktorskiej

Motywy podejmowania bezpośrednich inwestycji zagranicznych
przez właścicieli małych przedsiębiorstw w Polsce na przykładzie województwa
zachodniopomorskiego i lubuskiego.

Motywy podejmowania bezpośrednich inwestycji zagranicznych przez właścicieli małych przedsiębiorstw w Polsce na przykładzie województwa zachodniopomorskiego i lubuskiego.

Uzasadnienie wyboru tematu

Niniejsza praca doktorska dokonuje analizy motywów, które skłaniały właścicieli małych przedsiębiorstw do podjęcia decyzji o bezpośrednich inwestycjach za granicą. W większości są to przedsiębiorstwa zagraniczne, pochodzące z sąsiadującego rejonu Morza Bałtyckiego oraz z północno-wschodniego pogranicza niemieckiego, które dotychczas dokonały inwestycji w województwach zachodnio-polskich (lubuskim oraz zachodniopomorskim), lub noszą się z takim zamiarem.

Zagadnienie to jest szczególnie kluczowe oraz interesujące, ponieważ istota i przydatność ogólnogospodarcza małych przedsiębiorstw zostaje doceniana niezbyt często. Małe przedsiębiorstwa rozwijają duże korzyści gospodarcze, znajdują zatrudnienie dla większości pracowników, płacą podatki oraz przyczyniają się do kształcenia kolejnego pokolenia.

Według danych Instytutu Badań nad Małymi i Średnimi Przedsiębiorstwami, w roku 2009 99,8% przedsiębiorstw polskich należało do sektora małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP), z czego 98,7% z nich, według definicji Komisji Europejskiej, klasyfikuje się jako przedsiębiorstwa małe. Przyczyniają się one do zatrudniania 68,7% osób zobowiązanych do ubezpieczenia społecznego oraz 57,5% podatników, co wnosi udział do ogólnych obrotów gospodarki narodowej w Polsce.¹

Do małych przedsiębiorstw zalicza się także większość osób wykonujących wolne zawody. Wraz z ich zróżnicowaną ofertą usług, stanowią oni istotną część sektora małych i średnich przedsiębiorstw. Osoby wykonujące wolne zawody dysponują wyjątkowymi kwalifikacjami, zapewniają niezależność zawodową oraz biorą odpowiedzialność osobistą i intelektualną za usługi kreatywne dostarczane swoim klientom oraz społeczeństwu.

Niemniej jednak, niełatwym zadaniem jest wykazanie całkowitej liczby istniejących małych przedsiębiorstw, ponieważ często nie są one zarejestrowane w ewidencji działalności gospodarczej, lub w podobnych katalogach, bądź nie są zidentyfikowane jako spółki zagraniczne. Przedsiębiorstwa nie sygnalizują także otwarcie, że wyraźnie należą one do sektora spółek zagranicznych. Niekiedy tylko z powodu kontaktów osobistych lub znajomości oraz przynależności do instytucji, które przyczyniły się do badania, wiadomym jest, że w przypadku niektórych badanych polskich przedsiębiorstw, pierwotnie chodziło o inwestycje zagraniczne.

Pojęcie MŚP, lub międzynarodowe określenie SME², używane w celu określenia małych

¹ Instytut Badań Małych i Średnich Przedsiębiorstw Bonn, wskaźniki MŚP wschodnio-europejskich krajów UE, Internet: www.ifm-bonn.org, luty 2013, dane liczbowe dla Niemiec: 99,5% wszystkich przedsiębiorstw należy do sektora MŚP, z czego 97,0% to przedsiębiorstwa małe, zatrudnienie 54,6%, obroty 35,8% PKB z roku 2010.

² Small and Medium Sized Enterprises

i średnich przedsiębiorstw, podczas badań nad nimi przeprowadzanych, jest niedokładne, ponieważ nie rozróżnia ono przedsiębiorstw małych od średnich, choć przedsiębiorstwa średniej wielkości zorientowane są bardziej na kwestie podejmowanych przez nie decyzji lub strategii przez nie obranych, niż przedsiębiorstwa duże. Odnosi się to także do motywów internacjonalizacji.

Problemy z internacjonalizacją posiadają zwłaszcza małe przedsiębiorstwa oraz osoby wykonujące wolne zawody. Muszą oni utrzymać się w ograniczonym rynku oraz przezwyciężyć silną konkurencję. W porównaniu z dużymi przedsiębiorstwami, proporcjonalne koszty transakcji są bardzo wysokie, a utrudnienia wynikające z problemów językowych oraz przeciwności lokalnej biurokracji bardzo dotkliwe. Często małe przedsiębiorstwa nie posiadają wystarczającej wiedzy rynkowej, kompetencji międzykulturowych oraz kapitału potrzebnego dla trwałego i sukcesywnego zaangażowania się w kraju przyjmującym inwestycje.

Rozwinięcie problemu

Na podstawie raportów dotyczących doświadczenia inwestycyjnego w Polsce, stworzonych przez klientów autora pracy, wyszedł on z oczywistego założenia, że istnieją zróżnicowane i rozbieżne motywy internacjonalizacji, które powodują trudności, i które mają niewielkie znaczenie dla dużych przedsiębiorstw.

Sposoby i strategie internacjonalizacji, wcześniej znane z literatury oraz z raportów pochodzących od dużych przedsiębiorstw, nie pokrywały się z doświadczeniami małych przedsiębiorstw. Muszą tu istnieć także inne motywy i powody. Według zarejestrowanych doświadczeń, były to przede wszystkim motywy niezależne, które doprowadziły do decyzji o zainwestowaniu za granicą. Nie wiadomym było jednak, czy owe motywy były natury prywatnej, czy raczej służbowej. Z przedsiębiorczego punktu widzenia, należałoby je ocenić raczej jako racjonalne lub irracjonalne. Wyjaśnienie dokonywane jest poprzez porównanie i weryfikację odpowiednich teorii.

Aby dążyć do zbadania charakterystyki internacjonalizacji małych firm, oraz motywów jakimi kierowały się one przy podejmowaniu decyzji dotyczących wyboru formy inwestycji bezpośredniej, należy przeanalizować teorie inwestycji bezpośrednich i internacjonalizacji, w celu ustalenia, czy istnieje możliwość zastosowania ich w przypadku małych przedsiębiorstw.

Stwierdzono, że teorie inwestycji bezpośrednich w większości bazują na sytuacji rynkowej oraz wyjaśniają, dlaczego w ogóle do nich dochodzi. Nie udzielają natomiast wystarczających informacji odnośnie motywów. Przemawia to bardziej za racjonalnymi podstawami decyzji, ale **w jaki sposób należy wyjaśnić motywy irracjonalne?** Aby odpowiedzieć na to pytanie, należy sięgnąć do ogólnych i nadrzędnych teorii internacjonalizacji, ponieważ znajdują one sposób na powszechne wyjaśnienie zagadnienia internacjonalizacji przedsiębiorstw oraz, co za tym idzie, motywów osób w nią zaangażowanych.

Zgodnie z podejściem behawioralnym Yaira Aharoni, istnieją także powody irracjonalne odpowiedzialne za decyzje o zaangażowaniu się za granicą. Może być to wynikiem przypadku lub też rezultatem niedoświadczenia menedżerów. Zwłaszcza w przypadku małych przedsiębiorstw, potwierdza się przypuszczenie, że internacjonalizacja w tej sytuacji przebiega według innych schematów, niż w wypadku powszechnie znanych procesów wielkich korporacji.

Także teoria kosztów transakcji, autorstwa Ronalda H. Coase i Olivera Williamsona, wyraźnie mówi o ograniczonej racjonalności decyzji inwestycyjnych w oparciu o problemy behawioralne, chociaż jej przedstawiciele nie wychodzą tak daleko, jak podejście behawioralne Aharoniego. Zamiast podejmowania decyzji bazujących na motywach irracjonalnych, przedsiębiorstwa posiłkują się pośrednikiem, który określany jest mianem instytutu.

Wreszcie Model Uppsala podkreśla zdolności uczenia się firmy oraz jej interesariuszy. Tak więc, zarówno zachowanie związane z podejmowaniem decyzji przez przedsiębiorców, jak też powody prowadzące do inwestycji bezpośrednich, są zależne od sytuacji. Zachowanie związane z podejmowaniem decyzji przez przedsiębiorców, dostosowywane jest do ich uwarunkowań personalnych, a powody przedsiębiorcze inwestycji bezpośrednich są w stanie zmienić je w proces internacjonalizacji bazując na doświadczeniu przedsiębiorstwa.

Hipoteza i cel

Na podstawie teorii inwestycji bezpośrednich, nadrzędnych teorii internacjonalizacji i doświadczenia klientów biznesowych autora pracy, można postawić niniejszą hipotezę:

„Oprócz dotychczas znanych przyczyn dotyczących ekonomik przedsiębiorstw, które skłaniają duże, międzynarodowe przedsiębiorstwa do inwestycji za granicą, małe przedsiębiorstwa kierują się także innymi, szczególnymi motywami, które przyczyniają się do ich internacjonalizacji.”

Głównym celem badania jest określenie specyfiki inwestycji bezpośrednich, jako formy internacjonalizacji małych przedsiębiorstw oraz uzyskanie odpowiedzi na pytanie, **jakie motywy** nakłoniły je do angażu.

Analiza motywów wymaga drobnego rozróżnienia koncepcyjnego. Z łaciny, „motywy” określają dosłownie pobudki kierujące kimś lub czymś i nie są one zorientowane na przyszłość, tak jak cele. W sekwencji, motywy określają początek działalności, a cele i sposób w jaki je osiągnięto określają ich koniec.

Mimo to, pojęcia motywów i celów często używane są zamiennie, jako synonimy, lecz motywy oparte są na warunkach, z których rozwija się strategie. Cele natomiast formułowane są na podstawie ich osiągalności.

Niniejsza analiza koncentruje się na motywacji małych przedsiębiorstw. Stawiają one sobie oczywiście również cele, dla których osiągnięcia rozwijają strategię. Rzeczywisty powód dla zagranicznej działalności małych przedsiębiorstw lepiej wyjaśniają czyste motywy, niż dotychczas nie zrealizowane cele.

Zgodnie z hipotezą, internacjonalizacja małych przedsiębiorstw i osób wykonujących wolne zawody, przebiega także na podstawie **motywów niezależnych**. Jest ona zależna od pobudek irracjonalnych, choć kluczowa dla jej sukcesu jest także wysokość kosztów transakcyjnych i kompetencja interkulturalna interesariuszy.

Metodyka i struktura pracy

Metodycznie badanie przeprowadzone zostało poprzez wypełnienie szczegółowych ankiet ze standardowym kwestionariuszem, w które zaangażowanych było 108 przedsiębiorstw, które spełniały określone kryteria. Jest to 77 przedsiębiorstw, z siedzibami lub oddziałami na terenie badanego obszaru zachodniej Polski (województwa zachodniopomorskie i lubuskie) oraz 31 przedsiębiorstw, które w czasie przeprowadzania ankiety, latem 2011 roku, znajdowały się jeszcze przed zrealizowaniem inwestycji zagranicznych.

O ile wiadomo, dotyczy to 77 przedsiębiorstw, które dotychczas aktywne są w Polsce, w 71 przypadkach inwestycje pochodzą z Niemiec, a w sześciu przypadkach z innych krajów. Dwa przedsiębiorstwa pochodzą z Danii i odpowiednio po jednym z Wielkiej Brytanii, Nowej Zelandii oraz z Węgier.

Spośród 31 przedsiębiorstw, które dotychczas nie zaangażowały się, lub nie są aktywne, w Polsce, znajduje się 28 przedsiębiorstw niemieckich i 3 przedsiębiorstwa pochodzące z innych krajów. Dwa z nich pochodzą z Turcji, a w jednym przypadku chodzi o przedsiębiorstwo niemieckie, prowadzone przez Polaka, który chciałby zainwestować w swoim kraju.

Rozprawa doktorska składa się z wprowadzenia i z sześciu rozdziałów. Pierwszy rozdział traktuje o teoriach i formach bezpośrednich inwestycji zagranicznych, które w drugim rozdziale zróżnicowane zostały pod względem szczególnego ich porównania w Polsce i w badanych regionach.

Trzeci rozdział ma znaczenie gospodarcze i analizuje cechy małych przedsiębiorstw. Zawiera on narzędzia potrzebne do identyfikacji charakteru międzynarodowego małych przedsiębiorstw oraz elementów ich orientacji strategicznej. Wnioski i szczegółowe informacje pochodzące z ankiet, zastosowanych w metodyce pracy, omówione zostały w czwartym i w piątym rozdziale. W rozdziale szóstym dokonano oceny przeprowadzonego badania i podano propozycje.

Uwaga końcowa odnosi się do weryfikacji hipotezy i wynikających z niej tendencji.

Wyniki i wnioski

Poszczególne wyniki podzielone zostały na trzy części. Najpierw wskazano, jakie **oczekiwania** z internacjonalizacją wiążą małe przedsiębiorstwa, aby następnie wyjaśnić, które **doświadczenia** do niej doprowadziły i czy owe oczekiwania zostały spełnione, czy też nie. W końcowej części sformułowano **życzenia i rekomendacje** oraz osiągnięto efekty synergii.

Okazało się, że małe przedsiębiorstwa kierują się nie tylko motywami gospodarczymi odnośnie przejścia za granicę, lecz także tymi związanymi z sektorem prywatnym i publicznym. **Hipoteza została zweryfikowana.** Pod względem ekonomicznym i społecznym, inwestorzy zagraniczni znajdują w Polsce *pozytywny klimat inwestycyjny* i *korzystne warunki ramowe*. Prywatnie jest to *wysoka jakość życia* oraz wiele innych, pochodnych aspektów.

Kluczowe znaczenie dla faktu, czy inwestycja faktycznie ma miejsce oraz w jakim trybie wejścia na rynek została dokonana, ma zagadnienie *kosztów transakcyjnych* na rynku gospodarczym, a w zakresie prywatnym kwestia wyrażania chęci *integracji* z polskim społeczeństwem przez przedsiębiorcę. Dzięki zdobytej wiedzy dotyczącej motywów kierującymi małymi przedsiębiorstwami, można rozwinąć wnioski dla rekomendacji handlowych i nowe orientacje strategiczne.

Potwierdzenie można znaleźć już w odniesieniu do względów gospodarczych. Podobnie, jak w przypadku dużych przedsiębiorstw, także małe firmy i osoby wykonujące wolne zawody, jako motywy decydujące o przedsięwzięciu internacjonalizacji wskazały *otwarcie nowych rynków*, *stosowanie korzystniejszych kosztów pracy*, jak i *możliwość zdobycia korzystniejszej pozycji strategicznej* dla dalszych działań.

Jednakże małe przedsiębiorstwa kierują się także **dodatkowymi motywami**, takimi jak na przykład *integracja*. Małe przedsiębiorstwa dążą do *uznania* w kraju przyjmującym inwestycje. Tym samym niewielką rolę odgrywa fakt, czy nastawienie strategiczne przyczynia się do tego, że w kraju przyjmującym inwestycje budowane są całkowicie nowe obiekty, lub że zachowywane są relacje z krajem ojczystym.

Państwo i społeczeństwo polskie również zyskuje na internacjonalizacji. Kraj wychodzi na korzyść dzięki wielu innowacjom technicznym i gospodarczym, które można zastosować w niektórych przedsiębiorstwach. Tworzy się nowe miejsca pracy, które nie istniały przed czasem dokonania inwestycji zagranicznych i kraj otrzymuje dodatkowe podatki od nowych spółek.

Ryzyko upadłości jest stosunkowo niskie, ponieważ inwestujące przedsiębiorstwa w przeważającej części dotychczas odniosły sukces w krajach ojczystych i dzięki temu zyskały na wartości, którą teraz mogą wprowadzić do nowego rynku docelowego. Niewiele przedsiębiorstw decyduje się na zainwestowanie za granicą z powodu problemów gospodarczych napotkanych w kraju ojczystym.

Jedyną istotną różnicą kulturową jest bariera językowa. Małe, zagraniczne przedsiębiorstwa z reguły nie wywodzą się z obcych kultur, lecz z bezpośredniego sąsiedztwa. Co prawda spotykają się oni w Polsce z odmienną mentalnością i zwyczajami, ale te w obszarze europejskim nie odbiegają jednak znacznie od siebie.

Przykładowo, różnica kulturowa między Polską a Niemcami jest znacznie mniejsza niż między innymi krajami Europy. Polska i jej sąsiedzi wielokrotnie kulturowo wpływali na siebie w przeszłości. W ten sposób szansa prawdziwej integracji przedsiębiorstw zagranicznych w polskim społeczeństwie jest bardzo duża. Jest to przykładem do naśladowania i pociąga za sobą kolejne inwestycje bezpośrednie.