

# Biuletyn Instytutu Zachodniego



**Nr 178/2015**  
**03'02'15**

**INSTYTUT ZACHODNI**  
*im. Zygmunta*  
*Wojciechowskiego*  
Poznań

*Autor:*  
**Marta Götz**

*Redakcja:*  
**Marta Götz**  
**Radosław Grodzki**  
**Krzysztof Malinowski**

*Korekta:*  
**Hanna Różanek**

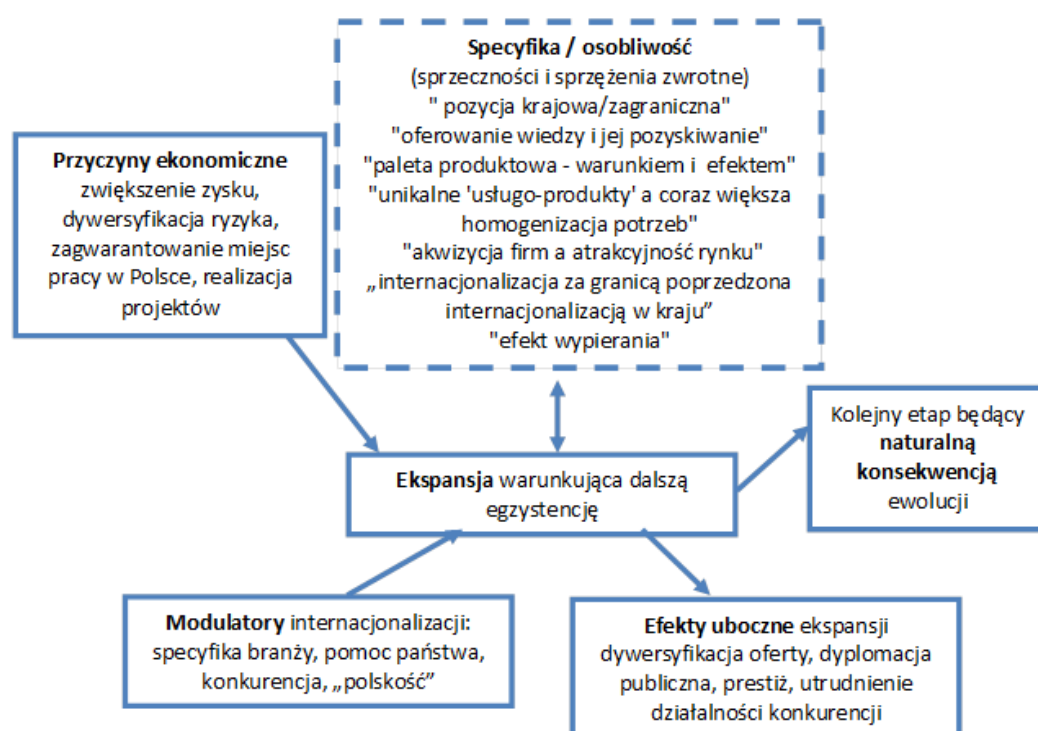
## **Specyfika polskich inwestycji bezpośrednich w Europie Zachodniej**

Bezpośrednie inwestycje zagraniczne (BIZ) pochodzące z Polski są rozpoznane w bardzo niewielkim stopniu, a analizy im dedykowane podejmują w zasadzie jedynie polskie środowiska naukowe. Słaba do tej pory penetracja badawcza polskich BIZ jest z pewnością związana ze skalą tego zjawiska. Prezentowane badania koncentrują się na kategorii „odwrotnych” BIZ, tj. przedsięwzięć inwestycyjnych kierowanych z Polski do Europy Zachodniej, a więc inaczej niż zakłada to ujęcie klasyczne, z kraju mniej rozwiniętego do zamożniejszego, czyli w przeciwnym kierunku. Wykorzystano w nich mało w ekonomii i naukach o zarządzaniu rozpowszechnioną metodę teorii ugruntowanej – *Grounded Theory Method* (GTM), zakładającą stopniowe, iteracyjne wyłanianie się teorii z danych empirycznych. W efekcie prowadzonych prac (m.in. kodowania, zbierania próbek, pisania not) w danych empirycznych „ugruntowała się” pewna hipoteza stanowiąca przybliżenia teorii rzeczowej w ramach GTM i będąca jednocześnie propozycją badawczą dla dalszych analiz w obszarze ekspansji polskich firm w formie BIZ na rynkach zachodniej Europy. Zakłada ona, dla objętych badaniem przedsiębiorstw, że:

1. Dalsza egzystencja firm warunkowana jest ekspansją zagraniczną;
2. Prowadzona internacjonalizacja wykazuje pewne wewnętrzne sprzeczności (stanowiące o jej specyfice);
3. Ekspansja podlega modulacji ze strony różnych czynników;
4. Umieędzynarodowieniu towarzyszą określone efekty uboczne.

Specyfikę polskich BIZ odzwierciedlają w pewnym stopniu zdiagnozowane paradoksy, sprzeczności i sprzężenia zwrotne. Są to m.in.: konieczność posiadania odpowiednio bogatej palety produktów, by móc w ogóle rozpocząć działalność na zagranicznych rynkach, przy jednoczesnym „wymogu” obecności na wielu rynkach, uzasadniającym w pierwszej kolejności opłacalność rozwoju tak szerokiej oferty; wymóg dysponowania określonymi kompetencjami i wiedzą technologiczną przy jednoczesnym dążeniu do pozyskania jej za granicą; rozmiary przedsiębiorstwa z jednej strony sprzyjające ekspansji w myśl zasady „duży może więcej”, z drugiej – ograniczające znacznie elastyczność działania czy w końcu dylemat między homogenizacją potrzeb zacierającą granicę między produkcją na rynek krajowy i zagraniczny a koniecznością wyjątkowo specjalistycznej, dostosowanej do oczekiwań i potrzeb klienta oferty.

Model poszukiwania prawidłowości dla internacjonalizacji objętych badaniem przedsiębiorstw w formie BIZ na rynkach Europy Zachodniej



Zidentyfikowany w toku badań pewien synkretyzm polskich inwestycji dokonywanych na rynkach zachodniej Europy może odzwierciedlać specyfikę „odwrotnych” BIZ i stanowić niejako praktyczny wymiar tej „odmienności”. Kwestia ta (obok pewnej przymusowości gwarantującej egzystencję) wydaje się ciekawym, wartym podjęcia wątkiem w dalszych badaniach nad ekspansją polskich podmiotów na bardziej rozwiniętych rynkach. Prace te mogłyby się zająć zdiagnozowanymi napięciami wewnętrznymi stanowiącymi o dialektycznym charakterze polskich inwestycji w zachodniej Europie i niewykluczone, że zaakceptować taki ich rys. Być może paradoksy te są jedynie odzwierciedleniem szerszych warunków, w jakich przychodzi polskim firmom dokonywać internacjonalizacji, oddają więc sprzeczności globalizacji – z jednej strony sprzyjającej procesom ekspansji za granicą dzięki postępowi technologicznemu i różnym ułatwieniom, z drugiej czyniącym ją poprzez wzmożoną konkurencję niezwykle trudną. Heterogeniczność grupy i jej małe rozmiary uniemożliwiają uogólnienie i generalizowanie uzyskanych rezultatów. Formy ekspansji są różne w zależności od firmy, a i w ramach pojedynczych podmiotów brak jednolitego uniwersalnego podejścia, jako że inwestycje są różnicowane i dostosowywane do poszczególnych rynków zagranicznych.

W trakcie badań krystalizacji uległa sama kategoria polskich BIZ. W przypadku inwestycji podejmowanych przez badane podmioty w Europie Zachodniej okazało się, że w zasadzie są to działania mające charakter obsługi eksportu, przedstawicielstwa handlowe stanowiące udoskonalenie i wzbogacenie oferty eksportowej lub wpisują się w świadczenie usług w ramach swobody prowadzenia działalności gospodarczej w UE. Są zatem szerszą i bardziej ulotną kategorią zbliżoną do koncepcji niekapitałowej metody produkcji międzynarodowej (*NEM*) sklasyfikowanej przez *World Investment Report* w 2011 r. Funkcjonujące w oficjalnych statystykach jako inwestycje bezpośrednie kapitałowe, działania polskich podmiotów za granicą niewiele różnią się od aktywności świadczonej w ramach swobody działalności gospodarczej w UE szczególnie popularnej w Niemczech po otwarciu rynku pracy w 2004 r. i przyjmującej postać drobnej działalności gospodarczej.

Nie potwierdziły się przypuszczenia występowania dwufazowego modelu zakładającego wprawdzie ekspansję na „łatwiejsze”, mniej rozwinięte rynki na Wschodzie, a następnie kierowanie ich na Zachód, na bardziej wymagające dojrzałe rynki EU. Trudno też zweryfikować pozytywnie przypuszczenie, że małe podmioty (MSP) inwestują jedynie w punkty obsługi klienta, przedstawicielstwa handlowe, a duże, dysponujące kapitałem, tworzą większe zakłady i produkują. Przeprowadzone



rozmowy i uzupełniające je badania wskazują na znaczenie umiejętności menedżerskich niezbędnych w procesach internacjonalizacji. Ich sukces zależy od personalnych kompetencji osób odpowiedzialnych za ekspansję. Pewną specyfiką mogą być zagraniczne korzenie polskich BIZ, a więc fakt, że swoimi początkami sięgają albo firm zagranicznych, albo odwołują się do doświadczeń, wiedzy i kapitału osiągniętego przez założyciela firmy za granicą właśnie. Inwestycje za granicą mają w dłuższej perspektywie zapewnić bezpieczeństwo istnienia wielu z badanych firm. Trudno jednak nazwać tę wyłaniającą się z badań konieczność ekspansji za granicą „ucieczką instytucjonalną” (*institutional escape*), o której wspomina się w literaturze w kontekście wrogiego środowiska krajowego gospodarek wschodzących czyniącego niezbędnym poszukiwanie lepszych warunków działalności za granicą. Niektórzy z polskich inwestorów, sądząc po siedzibach i rozmiarach, przypominają firmy z modelu niemieckiego – niewielkich przedsiębiorstw, często rodzinnych, nierzadko spoza głównych ośrodków metropolitalnych, będących w zasadzie monopolistami w niszowej branży.

Reasumując, obecność naszych firm za granicą to raczej przedsiębiorczość międzynarodowa, a nie międzynarodowe przedsiębiorstwa, choć rosnący udział sprzedaży czy zysków osiąganych za granicą w całości zysków firmy sugeruje postęp w tym zakresie. Wnioski z przeprowadzonych badań sugerują, że wśród objętych badaniem przedsiębiorstw, co prawda jeszcze bardzo powoli, w miejsce starego sposobu myślenia skoncentrowanego wokół branży, rywali czy tradycyjnych korzyści i przeszkód pojawia się nowe, charakteryzujące „urodzonych globalistów”, akcentujące sieci współpracy, wspólne projekty czy synkretyczne poszukiwanie renty.

Uzyskane wyniki obalają mit Polski jako dużego rynku zbytu. Większe podmioty mają co prawda na nim dominującą pozycję, ale ekspansja poprzez BIZ jest dla nich środkiem do celu, a nie celem samym w sobie. To metoda zapewniania bezpieczeństwa egzystencjalnego. Z racji niszowego charakteru działania wielu z firm będących inwestorami za granicą popyt na ich ofertę gwarantowany przez polskich nabywców jest niewystarczającym. Dlatego poszukiwanie klientów na nowych rynkach staje się koniecznością.

Oczekiwania wsparcia ze strony państwa zgłaszane przez niektóre z nich, w tym głównie przez największe, wydaje się także przeczyć tezie zakładającej istnienie polskich czempionów – silnych podmiotów przeprowadzających z łatwością ekspansję za granicą. W dłuższej perspektywie internacjonalizacja jest niezbędna dla funkcjonowania. Podejmowanie działalności na zagranicznych rynkach ma znaczenie strategiczne. Gwarantuje rację bytu w dłuższym horyzoncie czasu. Rozmiary rynku



jako bodźca dla ekspansji należy jednak rozpatrywać w ujęciu względnym, tj. skali w jakiej odczuwa go konkretna firma. Uzyskane rezultaty pozwalają przypuszczać, że tak długo jak Polska jest postrzegana przez rodzimych podmiotów jako stabilny rynek z perspektywą wzrostu, tak długo nie ma zasadniczego motywu podjęcia internacjonalizacji. Generalnie, szeroko rozumiana „polskość” (polskie korzenie firm, siedziba centrali) jest postrzegana głównie jako ciężar, stygmat (*liability*), w którego neutralizowanie aktywnie włączyć powinno się państwo z odpowiednią polityką wspierania internacjonalizacji. Jednocześnie należy podkreślić znaczną polaryzację opinii odnośnie do tej kwestii. W badanej grupie, choć niewielkiej, wyróżnić można postawy wyraźnie postulujące pomoc ze strony polskiej administracji publicznej, stanowisko obojętne czy też neutralne, ale także negatywne nastawienie uznające taką pomoc za mało wartościową, źle dopasowaną i *de facto* niepotrzebną.

Za pewną wartość dodaną przedstawionych badań można uznać: połączenie perspektywy ekonomii międzynarodowej i biznesu międzynarodowego; eksplorację do tej pory nadal niedostatecznie spenetrowanego obszaru polskiej ekspansji za granicą, zwłaszcza w formie BIZ na rynkach Europy Zachodniej oraz zastosowanie metody jakościowej, a więc prowadzenie badań zgodnie z wytycznymi metodologii teorii ugruntowanej. W przyszłości celowe wydaje się ich kontynuowanie i doskonalenie, tj. zarówno ilościowe, jak i jakościowe rozszerzanie listy respondentów, tak aby wyniki miały większą reprezentatywność i obejmowały różnorodne przypadki. Ciekawym wzbogaceniem prowadzonych badań byłoby rozszerzenie zakresu geograficznego ekspansji, tj. uwzględnienie innych pozaeuropejskich rynków, na których inwestują polskie podmioty. Możliwość uczestnictwa w przyszłych badaniach podmiotów z innych krajów Europy Środkowo-Wschodniej stanowiłaby z kolei doskonałe laboratorium dla analiz porównawczych zachowań i strategii firm z regionu w procesach internacjonalizacji.

Tezy zawarte w tekście wyrażają jedynie opinie autora.

Opracowanie przedstawia fragmenty pracy Polskie bezpośrednie inwestycje za granicą. Metodologia teorii ugruntowanej wydanej przez Instytut Zachodni w 2014 r. w ramach projektu finansowanego ze środków Narodowego Centrum Nauki przyznanych na podstawie decyzji numer DEC -2011/03/B/HS4/01629.

**Marta Götz** – ekonomista, adiunkt w Instytucie Zachodnim, zainteresowania badawcze: bezpośrednie inwestycje zagraniczne, gospodarka Niemiec, kryzys w strefie euro.

