

Wstęp

W ostatnich latach można zauważyć dynamicznie rosnące zaangażowanie polskich przedsiębiorstw w procesy internacjonalizacji, co wyraża się chociażby dynamiką wzrostu eksportu oraz bezpośrednich inwestycji zagranicznych. W latach 2004–2013 polski eksport w cenach stałych wzrósł o 186% [*Rocznik Statystyczny Handlu Zagranicznego 2014*, 2014, s. 53], zaś aktywa polskich inwestorów za granicą w tym samym okresie wzrosły blisko dziewięciokrotnie [*Polskie inwestycje bezpośrednie za granicą w roku 2005, 2006; Polskie inwestycje bezpośrednie za granicą w roku 2013, 2014*]. Stanowi to przejaw dynamicznego wzrostu znaczenia internacjonalizacji, czyli inaczej umiędzynarodowienia, dla rozwoju polskich przedsiębiorstw. W przyszłości ekspansja zagraniczna przedsiębiorstw będzie zyskiwać coraz bardziej na znaczeniu ze względu na pogłębiającą się integrację gospodarki światowej, redukcję barier w wymianie handlowej oraz postęp techniczny. Dodatkowymi czynnikami stymulującymi internacjonalizację polskich przedsiębiorstw mogą być bariery dalszego rozwoju na rynku krajowym (w tym rosnąca konkurencja między firmami, nadmierna biurokracja czy wysokie pozapłacowe koszty pracy). Należy przy tym zwrócić uwagę na fakt, że ze względu na relatywnie nieduży stopień umiędzynarodowienia polskie przedsiębiorstwa wciąż mają małe doświadczenie w ekspansji zagranicznej. Pogłębienie wiedzy w tym zakresie może zatem przyczynić się do zwiększenia ich szans na sukces ekonomiczny.

Zainteresowanie procesami umiędzynarodowienia polskich przedsiębiorstw zaczęły wykazywać również rodzime instytucje państwowe i pozarządowe. Na uwagę zasługują m.in. programy wspierania polskich eksporterów za granicą realizowane w porozumieniu z innymi instytucjami przez Ministerstwo Gospodarki, w tym „Go Africa”, „Go China” oraz program „Aktywizacja eksportu na wybranych rynkach”. Spośród innych podejmowanych inicjatyw wskazać należy aktywną promocję internacjonalizacji wśród polskich przedsiębiorstw przez stosunkowo niedawno powstały Think Tank POLAND, GO GLOBAL! Temat ekspansji zagranicznej był też ostatnio przedmiotem dyskusji m.in. podczas IX Kongresu Obywatelskiego (październik 2014 r.), IX Kongresu Zarządów Spółek Giełdowych SEG (listopad 2014 r.), a także szczytu gospodarczego „Europe–Africa Business Summit” (marzec 2015 r.) zorganizowanego w Warszawie przez IESE Business School z Hiszpanii.

Wspólną cechą tych wszystkich działań jest dążenie do szerzenia wiedzy na temat możliwości oraz sposobów efektywnego wejścia na rynki międzynarodowe. Dzięki temu programy te nie tylko sprzyjają zwiększeniu świadomości polskich przedsiębiorców, ale wydaje się również, że wpływają na wzrost zainteresowania podjęciem ekspansji zagranicznej skierowanej na rynki zarów-

no krajów europejskich, jak i regionów bardziej odległych, posiadających dobre perspektywy wzrostu w przyszłości.

Trudno podawać w wątpliwość, że z perspektywy przedsiębiorstw internacjonalizacja ma służyć przede wszystkim dalszemu rozwojowi, a przez to również poprawie efektywności. Zarówno w praktyce gospodarczej, jak i w empirycznych badaniach naukowych efektywność jest najczęściej rozumiana przez pryzmat tradycyjnych miar finansowo-księgowych, czyli jako osiągnięcie określonego poziomu rentowności oraz wzrostu przedsiębiorstwa. W naturalny sposób pojawia się tutaj pytanie, czy zaangażowanie firmy w działalność zagraniczną rzeczywiście przynosi zwiększenie przychodów, poprawę uzyskiwanych marż oraz redukcję kosztów działalności, na co przynajmniej w drodze pojedynczych obserwacji wskazują doświadczenia dużych międzynarodowych firm.

Analiza relacji między stopniem internacjonalizacji a efektywnością przedsiębiorstw już od kilku dziesięcioleci jest jednym z głównych obszarów badawczych w dziedzinie biznesu międzynarodowego. Jest ona również przedmiotem badań innych dziedzin naukowych, jak zarządzanie strategiczne, ekonomia czy finanse. Potwierdza to duża liczba przeprowadzonych dotychczas badań empirycznych oraz różnorodność zastosowanych metod badawczych. Dotychczasowe wysiłki badawcze nie doprowadziły jednakże do wniosków, które pozwoliłyby na ostateczne rozstrzygnięcie, w jaki sposób przebiega i jaka jest natura tej relacji.

Wskazuje się na wiele przyczyn takiego stanu rzeczy, spośród których najbardziej popularny w ostatnich latach jest pogląd, że kształt relacji między stopniem internacjonalizacji a efektywnością przedsiębiorstw jest zależny od wewnętrznych i zewnętrznych uwarunkowań, w których firmy te działają. Determinują one bowiem możliwe do uzyskania korzyści i niezbędne do poniesienia koszty w procesie internacjonalizacji. Jako główny kierunek dalszych badań proponuje się zatem szersze uwzględnienie zmiennych kontrolowanych (np. branży działalności, wielkości i wieku firmy czy kraju pochodzenia). Zauważa się przy tym, że niektóre zmienne dotychczas w ogóle nie były albo były jedynie w bardzo małym stopniu wykorzystywane w badaniach, np. motyw i formy internacjonalizacji. Poza tym zwraca się uwagę na to, że ze względu na przekrojowy charakter większości dotychczasowych badań empirycznych kolejne powinny mieć charakter podłużny, co pozwoliłoby zweryfikować, w jaki sposób badana relacja kształtuje się w dłuższym okresie.

Na rodzimym gruncie zagadnienie zależności między stopniem internacjonalizacji a efektywnością przedsiębiorstw jest przedmiotem badań właściwie od kilku lat, dlatego też liczba publikacji poświęconych mu *sensu stricto* jest stosunkowo niewielka. Obszar ten wpisuje się dobrze w szerszy nurt badań nad determinantami efektywności firm umiędzynarodowionych, w których stopień internacjonalizacji jest tylko jednym z wielu analizowanych czynników. Ze względu na jego znaczenie w literaturze zagranicznej oraz postępującą internacjonalizację polskich firm zaczyna on odgrywać coraz większą rolę również w polskim piśmiennictwie.

W przekonaniu autora przedstawione trzy kluczowe przesłanki, tzn. obserwowany kierunek rozwoju dorobku naukowego w dziedzinie biznesu

międzynarodowego w literaturze polskiej i zagranicznej, znaczenie umiędzynarodowienia dla praktyki gospodarczej oraz zakres działań podejmowanych przez administrację państwową i organizacje pozarządowe w celu zachęcenia przedsiębiorstw do ekspansji zagranicznej, w pełni uzasadniają podjęcie prac badawczych nad wpływem internacjonalizacji na efektywność polskich przedsiębiorstw. Głębsze zrozumienie tej relacji, o czym już zresztą wspomniano, ma bowiem istotny walor nie tylko poznawczy, ale również aplikacyjny.

Celem niniejszej pracy jest weryfikacja, czy istnieje, a jeżeli tak, to jaki ma kształt, zależność pomiędzy stopniem internacjonalizacji a efektywnością finansową przedsiębiorstw. W odniesieniu do tego celu pojawił się też drugi, którym jest weryfikacja, czy zidentyfikowana relacja ma charakter kontekstowy, tzn. czy na jej przebieg mają wpływ inne zmienne odzwierciedlające uwarunkowania wewnętrzne i zewnętrzne ekspansji zagranicznej. W analizie szczególnie nacisk położono na motywy oraz formy ekspansji zagranicznej, które do tej pory nie były szeroko stosowane w polskiej, a także, jak wskazuje dokonany w rozdziale drugim przegląd badań empirycznych, w światowej literaturze poświęconej badaniom nad tego typu związkami.

W pracy sformułowano również cele szczegółowe o charakterze teoretycznym, metodycznym oraz empirycznym, które mają pozwolić nie tylko na realizację celów głównych, ale także na głębsze zrozumienie obserwowanych zależności. Cele szczegółowe o charakterze teoretycznym obejmowały:

- przeprowadzenie studiów literaturowych dotyczących teorii, motywów, form i sposobu pomiaru stopnia internacjonalizacji przedsiębiorstw,
- krytyczny przegląd krajowej oraz zagranicznej literatury dotyczącej metod oceny efektywności przedsiębiorstw,
- identyfikację i syntezę wyników polskich i zagranicznych badań empirycznych dotyczących wpływu umiędzynarodowienia przedsiębiorstw na ich efektywność.

Tymczasem cele metodyczne obejmowały:

- zbudowanie autorskiego syntetycznego miernika motywów internacjonalizacji dla polskich przedsiębiorstw,
- zaprojektowanie i zbudowanie kwestionariusza badawczego pozwalającego na zebranie w trakcie wywiadów telefonicznych danych jakościowych dotyczących motywów i form ekspansji zagranicznej polskich przedsiębiorstw przy uwzględnieniu ich zmian w czasie,
- zaprojektowanie bazy danych pozwalającej na integrację danych wtórnych ilościowych pochodzących ze sprawozdań finansowych polskich firm za okres 2006–2013 oraz danych pierwotnych zebranych w trakcie telefonicznych wywiadów kwestionariuszowych,
- dobór odpowiednich metod i narzędzi statystycznych do analizy zebranych danych oraz weryfikacji postawionych hipotez badawczych.

Z kolei cele szczegółowe o charakterze empirycznym obejmowały przeprowadzenie własnych badań empirycznych na grupie polskich firm. Miały one pozwolić na:

- identyfikację motywów, form oraz stopnia internacjonalizacji badanych przedsiębiorstw,

- dokonanie pomiaru efektywności polskich przedsiębiorstw w zależności od motywów, form i stopnia internacjonalizacji z wykorzystaniem statystycznych metod analizy danych,
- weryfikację istotności i wpływu zmiennych kontrolowanych na przebieg relacji między stopniem internacjonalizacji a efektywnością finansową polskich przedsiębiorstw.

Do realizacji zdefiniowanych celów pracy posłużyły studia literaturowe, w tym przegląd polskich i zagranicznych badań empirycznych dotyczących relacji między internacjonalizacją a efektywnością przedsiębiorstw oraz własne ilościowe badania empiryczne przeprowadzone na grupie polskich firm prowadzących działalność zagraniczną. Badanie empiryczne zostało przeprowadzone na spółkach publicznych notowanych na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie. Z jednej strony pozwoliło to na zebranie dokładnych danych wtórnych dotyczących efektywności finansowej badanych podmiotów za okres ośmiu lat (2006–2013), z drugiej zaś na ich powiązanie z pozyskanymi w trakcie wywiadów telefonicznych danymi pierwotnymi, które dotyczyły głównie kierunków, motywów i stosowanych form internacjonalizacji.

Określone na początku cele narzuciły strukturę niniejszej pracy, która składa się z czterech rozdziałów. W rozdziale pierwszym przedstawiono definicję pojęcia internacjonalizacji występujące w literaturze przedmiotu oraz określono sposób jej rozumienia na potrzeby niniejszej pracy. Następnie przeprowadzono analizę korzyści i kosztów umiędzynarodowienia w świetle wybranych makro- i mikroekonomicznych teorii wymiany handlowej i teorii internacjonalizacji.

W drugim rozdziale omówiono motywy i bariery podejmowania ekspansji zagranicznej przez przedsiębiorstwa, a także formy wejścia na rynki zagraniczne, w tym ich klasyfikację, charakterystykę głównych kategorii oraz czynniki, które determinują wybór lub zmianę określonej formy ekspansji. Zwieńczeniem rozdziału drugiego jest przedstawienie sposobów pomiaru internacjonalizacji przedsiębiorstw.

Rozdział trzeci zawiera rezultaty przeglądu badań empirycznych na temat relacji między internacjonalizacją a efektywnością przedsiębiorstw. Ze względu na odmienną specyfikę polskich firm oraz ich ekspansji zagranicznej w stosunku do przedsiębiorstw z innych krajów badania dotyczące obu tych grup przedsiębiorstw omówione zostały osobno. Pozwoliło to dodatkowo rozszerzyć zakres analizy w przypadku badań polskich, która tutaj odnosi się do determinant efektywności przedsiębiorstw umiędzynarodowionych ze szczególnym naciskiem na stopień ich internacjonalizacji. Przegląd badań zagranicznych został ograniczony do analizy relacji stopień internacjonalizacji–efektywność przedsiębiorstw ze szczególnym uwzględnieniem publikacji z ostatnich lat, tzn. z okresu 2008–2014. W przypadku piśmiennictwa zarówno krajowego, jak i zagranicznego skoncentrowano się głównie na zidentyfikowaniu stosowanych w dotychczasowych badaniach miar efektywności, miar stopnia internacjonalizacji, zmiennych kontrolnych, uzyskanych wyników dotyczących kształtu relacji między stopniem internacjonalizacji a efektywnością oraz możliwych przyczyn występujących rozbieżności.

Ostatni rozdział został poświęcony własnemu badaniu empirycznemu. W pierwszej części szczegółowo omówiono koncepcję i sposób przeprowadze-

nia badań. Następnie przedstawiono charakterystykę badanej grupy przez pryzmat osiąganych przez nią wyników finansowych (mierzonych za pomocą ROE, ROA, rentowności netto sprzedaży oraz stopy wzrostu przychodów ze sprzedaży), stopnia internacjonalizacji (mierzonego za pomocą udziałów sprzedaży zagranicznej w całości przychodów ze sprzedaży oraz zagregowanego miernika TNI). Osobno zaprezentowano formy i motywy internacjonalizacji badanych firm. Na podstawie autorskich syntetycznych mierników wskazano znaczenie poszczególnych motywów (rynkowych, konkurencyjnych, kosztowych i polityczno-instytucjonalnych) dla badanych podmiotów w prowadzonej przez nie ekspansji zagranicznej. Druga część rozdziału empirycznego zawiera w całości wyniki testów statystycznych przeprowadzonych w celu weryfikacji postawionych hipotez badawczych, wnioski z dokonanych analiz, ograniczenia zastosowanej metody badawczej oraz możliwe kierunki dalszych badań.

Niniejsza praca nie powstałaby bez wsparcia wielu osób, którym chciałbym serdecznie podziękować. Szczególne wyrazy wdzięczności kieruję w stronę mojego Promotora, dr. hab. Mirosława Jarosińskiego prof. SGH, za jego pełne zaangażowanie, wnikliwość i ciągle motywowanie do systematycznej pracy. Dziękuję również Pani dr Wioletcie Mierzejewskiej pełniącej funkcję mojego promotora pomocniczego za poświęcony czas i możliwość przedyskutowania licznych zagadnień związanych z pracą. Nieocenione wsparcie zostało mi udzielone również przez zespół naukowy Zakładu Zarządzania w Gospodarce w Instytucie Zarządzania Kolegium Zarządzania i Finansów kierowanym przez prof. zw. dr hab. Marię Romanowską. Możliwość przedstawienia konспекtu pracy i wyników przeprowadzonych badań w trakcie spotkań pracowników Zakładu pozwoliła mi spojrzeć na badane zagadnienia z zupełnie nowej perspektywy i wprowadzić wiele istotnych zmian.

Na koniec chciałbym podziękować mojej Żonie za jej życzliwość, wyrozumiałość i wsparcie. Bez Jej pomocy trudno byłoby mi wyobrazić sobie szybkie zakończenie prac, jeśli w ogóle byłoby to możliwe. Nie mogę też zapomnieć o moich Rodzicach, którzy ani na chwilę nie pozwolili mi zwątpić w podjęty wysiłek.