

MARIAN GORYNIA

WYBRANE ASPEKTY STRATEGII POLSKICH PRZEDSIĘBIORSTW W OKRESIE TRANSFORMACJI

I. WSTĘP

Niniejszy artykuł stanowi próbę syntezy wyników prowadzonych przeze mnie i moich współpracowników w latach 1990-2008 badań teoretycznych i empirycznych dotyczących zachowań polskich przedsiębiorstw. Lata te umownie nazywamy w Polsce czasem transformacji – rozumiejąc przez ten termin okres przechodzenia gospodarki polskiej od gospodarki centralnie administrowanej (planowej) do gospodarki rynkowej. Nie wdając się w spory definicyjne, przyjmujemy, że w okresie tym następowała transformacja systemu gospodarczego, stanowiąca całościową przemianę jego struktury, instytucji i zachowań. W innym, ale nieprzeciwstawnym ujęciu można mówić o zmianie zarówno sfery realnej gospodarki, jak i sfery regulacyjnej. Wydaje się, że właśnie ta ostatnia zasługuje na specjalne wyróżnienie. Jeśli przyjmiemy, że procesy realne są konsekwencją, wypadkową systemu regulacji, to podstawowym wyróżnikiem transformacji systemowej jest zmiana systemu regulacji z takiego, w którym pierwszorzędą rolę odgrywała regulacja państwowa, na taki, w którym dominuje rynkowy mechanizm regulacji.

Systemy gospodarcze mają budowę hierarchiczną. Gospodarki podlegające transformacji nie są tutaj wyjątkiem. Analizy procesów transformacji mogą kłaść akcent na różne poziomy w hierarchii systemów gospodarczych, do których zaliczamy: poziom mikromikro, poziom mikro, poziom mezo, poziom makro i poziom globalny. Wśród prac na temat transformacji gospodarek posocjalistycznych, w tym także gospodarki polskiej, dominują opracowania zogniskowane wokół problematyki makroekonomicznej, w szczególności zwracające uwagę na rozwiązania w zakresie polityki gospodarczej. Stosunkowo rzadsze są badania skupiające uwagę na zagadnieniach mikroekonomicznych, w tym na zachowaniach przedsiębiorstw. Właśnie ta perspektywa została przyjęta w niniejszym tekście.

Przed artykułem postawiono dwa cele:

1) cel teoretyczny, który stanowi rekonstrukcja modelowego ujęcia przedsiębiorstwa jako przedmiotu badań w okresie transformacji – sprowadza się ona do sformułowania postulowanego zestawu założeń ontologicznych i epistemologicznych, przydatnego – moim zdaniem – w badaniach zachowań firm w okresie przejścia; realizację tego celu powiązano z:

– zasygnalizowaniem głównych współczesnych teorii firmy,

– przedstawieniem najważniejszych tendencji we współczesnej teorii przedsiębiorstwa,

– rozważeniem potencjalnego wkładu współczesnych teorii przedsiębiorstwa w wyjaśnienie zachowań przedsiębiorstw w okresie transformacji,

2) cel empiryczny – syntetyczna prezentacja wyników badań zachowań przedsiębiorstw w okresie transformacji wraz z pokazaniem ewolucji zainteresowań i przedmiotu badania w miarę postępów procesu transformacji.

Realizacji pierwszego celu poświęcono początkową część artykułu pt. „Strategia przedsiębiorstwa w okresie transformacji – ramy teoretyczne”. Kolejne części skupiają uwagę na prezentacji wybranych aspektów strategii przedsiębiorstw w okresie transformacji, kładąc nacisk na wyniki własnych badań empirycznych uzyskanych w związku z realizacją poniższych projektów badawczych (cel drugi):

Aspekt I – Strategie przystosowawcze przedsiębiorstw w okresie transformacji¹.

Aspekt II – Luka konkurencyjna na poziomie przedsiębiorstwa a przystąpienie Polski do Unii Europejskiej².

Aspekt III – Strategie firm polskich wobec ekspansji inwestorów zagranicznych³.

Aspekt IV – Klastry a międzynarodowa konkurencyjność i internacjonalizacja polskich przedsiębiorstw⁴.

II. STRATEGIA PRZEDSIĘBIORSTWA W OKRESIE TRANSFORMACJI – RAMY TEORETYCZNE

Dla potrzeb tego tekstu uzasadnione wydaje się wyróżnienie dwóch znaczeń terminu „strategia”⁵. W sensie pozytywnym, poznawczym, strategię przedsiębiorstwa można rozumieć jako prawidłowość, powtarzający się schemat w jego zachowaniu. Można więc uznać, że strategia przedsiębiorstwa jest w przybliżeniu tożsama z jego zachowaniem się. Tak rozumianą strategię możemy badać *ex post* – po zrealizowaniu przez przedsiębiorstwo określonych zachowań. Nie ma przy tym większego znaczenia fakt, czy strategia wyłoniła się spontanicznie, czy też była efektem wdrażania określonego planu. Drugie znaczenie terminu „strategia” to ujęcie normatywne. Z tego punktu widzenia strategię można rozumieć jako program działania określający główne cele organizacji i sposoby

¹ Projekt ACE „Economic Adjustment in Medium Sized Enterprises in Eastern and Central Europe” realizowany w latach 1996-1998.

² Projekt badawczy KBN „Luka przystosowawcza na poziomie przedsiębiorstwa a przystąpienie Polski do Unii Europejskiej. Implikacje dla strategii firm i polityki gospodarczej” (nr 1H02D 01317) realizowany w latach 1999-2000.

³ Projekt badawczy KBN „Strategie firm polskich wobec ekspansji inwestorów zagranicznych” (nr H02D 01124) realizowany w latach 2003-2004.

⁴ Projekt badawczy MNiSzW „Rola klastrów we wspieraniu międzynarodowej konkurencyjności oraz internacjonalizacji polskich przedsiębiorstw” (1 H02D 10328) realizowany w latach 2005-2007.

⁵ Szerszą dyskusję na ten temat zob. M. Gorynia, *Strategie zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw*, PWE, Warszawa 2007, s. 30-33.

ich osiągnięcia⁶. Na czoło wysuwa się tutaj element kreowania rzeczywistości, w przeciwieństwie do ujęcia pozytywnego, w którym artykułuje się poznawanie rzeczywistości. W znaczeniu normatywnym strategia jest kategorią *ex ante*. Drugorzędne znaczenie ma sposób jej tworzenia (np. czy jest to strategia odgórnie indukowana, czy też tworzona oddolnie).

Z punktu widzenia określenia teoretycznych ram analizy strategii przedsiębiorstw w okresie transformacji ważna jest rekonstrukcja modelowego ujęcia przedsiębiorstwa jako jednego z głównych podmiotów okresu transformacji. Przedsiębiorstwo jest jedną z podstawowych kategorii występujących w gospodarce rynkowej. Uderza wielość definicji i podejść do istoty przedsiębiorstwa, jakie spotkać można w szeroko rozumianych naukach społecznych, w tym w naukach ekonomicznych. Taka sytuacja jest dla badacza z jednej strony pewnym utrudnieniem, ale z drugiej jest odbiciem wieloaspektowości i bogactwa teoretycznego tej kategorii. Wynika to z kilku przyczyn:

- przedsiębiorstwo jest przedmiotem zainteresowań wielu dyscyplin naukowych, co jest odzwierciedleniem rzeczywistej złożoności firmy;
- pewien, relatywnie wysoki stopień specjalizacji w badaniach przedsiębiorstw jest uzasadniony – wynika to ze złożoności bytu, jakim jest przedsiębiorstwo. Szczegółowość i zaawansowanie badań wymagają specjalnych kwalifikacji, których opanowanie przez jednego badacza jest często utrudnione. Wydaje się więc, że prowadzenie badań nad przedsiębiorstwem w zakresie różnych, często specyficznych dyscyplin jest rzeczą naturalną;
- należy pamiętać, że powstawanie wiedzy na temat przedsiębiorstwa nawet w ramach danej dyscypliny ma charakter historyczny i dynamiczny. Zmieniają się obowiązujące paradygmaty, jedne teorie wypierają inne, panują swoiste „mody badawcze”, które jednak po pewnym czasie mijają i ustępują miejsca innym.

W obrębie nauk społecznych przedsiębiorstwem zajmują się następujące dyscypliny naukowe: ekonomia, nauki o zarządzaniu, socjologia, psychologia, prawo, etyka. Trzeba pamiętać, że przedsiębiorstwo jest także przedmiotem zainteresowań nauk technicznych – technologii produkcji, informatyki, cybernetyki itp. Każda z przywołanych wyżej dyscyplin formułuje właściwe sobie zainteresowania badawcze i posługuje się specyficznymi metodami badawczymi. H. Witczak⁷ określa to możliwymi modelami przedsiębiorstwa i wymienia następujące: podstawowy model ekonomiczny, model finansowy, model produkcyjny (technologiczny), model organizacyjny, model prawny, model socjopsychologiczny (behawioralny), model etyczny oraz model marketingowy.

Z pewnym uproszczeniem można przyjąć, że wielość teorii zajmujących się przedsiębiorstwem w ramach nauk ekonomicznych można podzielić na dwie grupy:

- ekonomiczne teorie przedsiębiorstwa,
- teorie przedsiębiorstwa w ramach nauk o zarządzaniu (w ramach organizacji i zarządzania).

⁶ A. Sharplin, *Strategic Management*, McGraw-Hill Inc., New York 1985, s. 54-56.

⁷ E. Urbanowska-Sojkin, P. Banaszyk, H. Witczak, *Zarządzanie strategiczne przedsiębiorstwem*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2004, s. 45.

Do ekonomicznych teorii przedsiębiorstwa można zaliczyć⁸: neoklasyczną teorię przedsiębiorstwa, menedżerskie teorie firmy, behawioralną teorię firmy, teorię agencji, teorię praw własności, teorię kosztów transakcyjnych, ewolucyjną teorię firmy, teorię produkcji zespołowej oraz teorię zarządzania strategicznego.

W obrębie nauk o zarządzaniu występują następujące teorie przedsiębiorstwa: nurt klasyczny (klasyczna teoria organizacji), prakseologiczna teoria organizacji, kierunek empiryczny, ujęcie systemowe, organizacja jako maszyna cybernetyczna, psychologia organizacji, socjologiczna teoria organizacji, koncepcja gry organizacyjnej, ujęcie sytuacyjne – *contingency approach*, organizacja jako teatr – perspektywa dramaturgiczna, organizacja ucząca się oraz zarządzanie strategiczne.

Uznając, że różnice zainteresowań, podejść i metod badawczych właściwych poszczególnym dyscyplinom i subdyscyplinom, szkołom, nurtom, teoriom, podejściom, ujęciom itp. są naturalne i zrozumiałe, należy podkreślić, że występują jednocześnie pola wspólne oraz założenia podzielane przez wszystkich lub większość badaczy. Ta okoliczność wydaje się najważniejszym przejawem dążenia do syntezy ujęć monodyscyplinarnych oraz konwergencji co najmniej niektórych z nich. W. J. Otta⁹ zaproponował listę istotnych cech przedsiębiorstwa, które składają się na „ogólną koncepcję przedsiębiorstwa, możliwą do zaakceptowania przez znaczną część dyscyplin oraz podejść ekonomicznych i organizacyjnych”. Cechy te są następujące:

- przedsiębiorstwo jest systemem (obiektom) złożonym z uporządkowanych i w jakiś sposób ze sobą powiązanych części;
- przedsiębiorstwo jest podmiotem. Jego zachowanie nie jest ani całkowicie autonomiczne, ani całkowicie zdeterminowane przez czynniki zewnętrzne. Jest tylko częściowo dowolne, a częściowo musi uwzględniać zewnętrzne ograniczenia, w tym wpływ innych podmiotów;
- przedsiębiorstwo jest przeważnie organizacją, czyli systemem wielopodmiotowym. Składa się on z osób dążących do określonego wspólnego celu (przynajmniej do pewnego stopnia). Wyjątkiem są przedsiębiorstwa jednoosobowe;
- przedsiębiorstwo jest systemem socjotechnicznym. Obejmuje on ludzi, którzy wykorzystują maszyny, urządzenia i narzędzia (technikę przedmiotową) oraz stosują określone metody i sposoby działania (technikę czynnościową);

⁸ M. Gorynia, *Zachowania przedsiębiorstw w okresie transformacji. Mikroekonomia przejścia*, Wydawnictwo AE w Poznaniu, Poznań 1998; idem, *Przedsiębiorstwo w różnych ujęciach teoretycznych*, „Ekonomista” 1999, nr 4; idem, *Przedsiębiorstwo w nowej ekonomii instytucjonalnej*, „Ekonomista” 1999, nr 6; idem, *Teoria przedsiębiorstwa w okresie transformacji*, „Ekonomista” 2000, nr 2; E. Maślak, *Paradygmat ekonomii ewolucyjnej*, „Gospodarka Narodowa” 2000, nr 1-2; T. Gruszecki, *Współczesne teorie przedsiębiorstwa*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2002; Z. Wiszniewski, *Mikroekonomia współczesna. Syntetyczne ujęcie*, Olympus. Centrum Edukacji i Rozwoju Biznesu, Warszawa 1994; M. Gorynia, B. Jankowska, R. Owczarzak, *Zarządzanie strategiczne jako próba syntezy teorii przedsiębiorstwa*, „Ekonomista” 2005, nr 5.

⁹ W. J. Otta, *Strategia przedsiębiorstwa na rynkach zagranicznych*, w: *Przedsiębiorstwo na rynku międzynarodowym, Analiza strategiczna*, red. T. Gołębiowski, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1994, s. 12-15.

– przedsiębiorstwo jest formalnie wydzielone pod względem organizacyjnym i własnościowym. Formalnie zorganizowana grupa ludzi (np. na podstawie umów o pracę) ma ustalone uprawnienia do dysponowania określonymi zasobami materiałowymi, technicznymi, finansowymi itp., na podstawie prawa własności lub z upoważnienia ich właściciela;

– przedsiębiorstwo jest systemem otwartym – wymienia materiały, energię i informacje z otoczeniem. Uczestniczy w wymianie towarowo-pieniężnej, czyli odpłatnie nabywa surowce, materiały, energię i siłę roboczą, które przetwarza na produkty i usługi sprzedawane innym podmiotom gospodarczym;

– przedsiębiorstwo jest systemem dynamicznym. Wraz z upływem czasu zmienia się jego wielkość, skład, struktura wewnętrzna oraz relacje z otoczeniem.

Złożony charakter przedsiębiorstwa, wieloaspektowość jego funkcjonowania oraz okoliczność, że jest ono przedmiotem zainteresowania wielu dyscyplin naukowych, skłaniają do sformułowania pewnego zestawu zaleceń, które powinny być przestrzegane przy budowaniu zaawansowanej wiedzy na temat przedsiębiorstwa. Zarówno przygotowanie i przeprowadzenie badań zachowań przedsiębiorstw, jak i interpretacja uzyskanych wyników wymagają sformułowania założeń ontologicznych i epistemologicznych.

Założenia ontologiczne dotyczą istoty przedmiotu badań lub działania – odpowiadają na pytanie: czym (kim) ten przedmiot jest? We współczesnej metodologii nauk społecznych raczej odrzuca się skrajne rozwiązania, jakimi są holizm (kolektywizm) i redukcjonizm (indywidualizm, elementaryzm). Założenia ontologiczne i metodologiczne obu postaw trafnie zrekonstruował Bunge¹⁰. Sugeruje się raczej podejście określane mianem systemizmu. Podstawowe założenia ontologiczne można więc wyprowadzać z systemizmu, nie ograniczając się jednak do tego zbioru poglądów. Założenia te są następujące¹¹:

– przedsiębiorstwo nie jest ani prostym agregatem jednostek ludzkich, ani też ponadjednostkową całością – jest ono systemem wzajemnie powiązanych jednostek;

– zgodnie z postulatami ogólnej teorii systemów, przedsiębiorstwo jest elementem porządku hierarchicznego, tzn. jest systemem hierarchicznym (wielopoziomowym) – systemy określonego poziomu (podsystemy) tworzą łącznie systemy wyższego poziomu¹²;

– z wcześniejszych założeń wynika, że równie właściwe jest ich odnoszenie do przedsiębiorstwa, jak i do gospodarki jako całości;

– przedsiębiorstwo jest systemem wielopodmiotowym – w jego skład wchodzi ludzie i grupy ludzi zachowujące się w sposób rozmyślny¹³.

¹⁰ M. Bunge, *A System Concept of Society. Beyond Individualism and Holism*, „Theory and Decision” 10, 1979; zob. też M. Gorynia, *Teoria i polityka regulacji mezosystemów gospodarczych a transformacja postsocjalistycznej gospodarki polskiej*, Wydawnictwo AE w Poznaniu, Poznań 1995, s. 14-16; S. Nowak, *Metodologia badań społecznych*, PWN, Warszawa 1985, s. 100.

¹¹ Por. W. J. Otta, *Teoria przedsiębiorstwa a przejście do gospodarki rynkowej*, „Ekonomista” 1996, nr 1.

¹² M. Gorynia, *Poziomy analizy w naukach ekonomicznych*, „Ekonomista” 1993, nr 4.

¹³ Zachowanie się jest reakcją, jeśli zmiany są zewnętrznie zdeterminowane. Stanowi ono odpowiedź,

Zachowania podmiotów uwarunkowane są przez kontekst subiektywny i obiektywny. Kontekst subiektywny tworzą zasoby wiedzy oraz normy danego podmiotu. Kontekst obiektywny związany jest z oddziaływaniami regulacyjnymi (wpływ innych podmiotów na dany podmiot) oraz z wpływem realnej sfery gospodarowania (warunki naturalne, zasoby, standardy techniczne, popyt itp.);

- zależność między zachowaniem podmiotu a kontekstem, w jakim działa, jest dwustronna, czyli ma charakter sprzężenia zwrotnego; podmioty przystosowują swe działania do kontekstu, jednocześnie jednak wywierają wpływ na tenże kontekst;

- przedsiębiorstwo jest systemem socjotechnicznym – wykorzystywana jest w nim technika przedmiotowa (środki produkcji) oraz technika czynnościowa (metody i procedury posługiwania się środkami produkcji);

- przedsiębiorstwo jest dynamicznym systemem interakcyjnym. Interakcje zachodzą pomiędzy poszczególnymi podsystemami tego systemu oraz pomiędzy tymi podsystemami a systemem jako całością. Interakcjami tymi rządzą zinstytucjonalizowane reguły gry. Instytucjonalizacja reguł gry oznacza takie ich cechy, jak powtarzalność i przewidywalność. Instytucjonalizacja może być sformalizowana (system prawny), może też odwoływać się do zwyczaju. Instytucjonalizacja reguł gry dotyczy oczywiście także relacji przedsiębiorstwa z systemami wyższego rzędu (np. mezo czy makro).

Równie istotne, jak założenia ontologiczne, są powiązane z nimi postulaty metodologiczne. Są one następujące¹⁴:

- założenie systemizmu metodologicznego – konieczność uwzględnienia w badaniach zarówno cech elementów składowych, jak i cech systemowych, wynikających z interakcji podmiotów gospodarczych¹⁵,

- założenie analizy wielopoziomowej – autonomicznej analizy danego poziomu, analizy kontekstualnej (w kontekście wyższego poziomu) oraz analizy redukcyjnej (wyjaśnianie poprzez zmienne niższego poziomu)¹⁶,

- założenie wyjaśnienia funkcjonalno-genetycznego – geneza zachowań podmiotów gospodarczych jest związana z ich normami oraz percepcją zewnętrznych i wewnętrznych ograniczeń. Spośród autonomicznych działań i częściowo autonomicznych odpowiedzi utrwalają i rozpowszechniają się jednak tylko te, które prowadzą do pożądaných wyników,

- założenie wyjaśniania dialektycznego – podmioty gospodarcze jednocześnie kształtują i przystosowują się do warunków działania,

- założenie uwzględniania czynnika technicznego w wyjaśnianiu,

gdy zmiany zewnętrzne są konieczne, lecz niewystarczające do zainicjowania procesu zmian strukturalnych. Podmiot jest w tym przypadku współautorem swego zachowania się. Podmiot podejmuje działania, gdy zmiany zewnętrzne nie są ani konieczne, ani wystarczające do zainicjowania zachowania. Działanie jest więc procesem autodeterminowanym; por. R. L. Ackoff, *O system pojęć systemowych*, „Prakseologia” 1973, nr 2.

¹⁴ Por. W. J. Otta, *Teoria przedsiębiorstwa a przejście...*, passim.

¹⁵ M. Bunge, op. cit.

¹⁶ C. Steinle, *Organization Theory and Multiplane Analysis (MPA); Steps Toward an Integration of Individual-Centered and Exchange-Oriented Explanatory Schemes*, „Management International Review” 1992, nr 3-4.

– założenie analizy diachronicznej, obejmującej dłuższe odcinki czasu i wyjaśniającej zachowania podmiotów gospodarczych w kontekście gier, które rozgrywają.

W zrelacjonowanych w dalszej części artykułu badaniach teoretycznych i empirycznych posługiwano się modelem przedsiębiorstwa ujmującym łącznie wyżej przedstawione założenia:

– listę istotnych cech przedsiębiorstwa, które składają się na „ogólną koncepcję przedsiębiorstwa, możliwą do zaakceptowania przez znaczną część dyscyplin oraz podejść ekonomicznych i organizacyjnych”,

- założenia ontologiczne,
- założenia metodologiczne.

Na koniec tej części opracowania należy wskazać na jedną bardzo ważną cechę badań nad współczesnym przedsiębiorstwem w gospodarce znajdującej się w okresie transformacji – zresztą odnosi się ona także do firm działających w gospodarkach z rozwiniętą gospodarką rynkową. Cechę tę można ująć następująco: zarządzanie strategiczne jako subdyscyplina nauk ekonomicznych jest wynikiem i przykładem konwergencji ekonomii na poziomie mikro i nauk o zarządzaniu. Badania nad miejscem przedsiębiorstwa w teoriach ekonomicznych i w naukach o zarządzaniu jednoznacznie wskazują, że jest ono mocno zakorzenione w obu tych dyscyplinach. Dostrzeżenie zasygnalizowanej konwergencji i umiejętne jej wykorzystanie zdaje się ważną okolicznością przyczyniającą się do podniesienia kompleksowości, poziomu realizmu i jakości badań nad przedsiębiorstwem funkcjonującym w okresie transformacji systemowej.

III. STRATEGIE PRZYSTOSOWAWCZE PRZEDSIĘBIORSTW W OKRESIE TRANSFORMACJI

Program badawczy „Zachowanie się przedsiębiorstw poznańskich w okresie przejścia do gospodarki rynkowej” stanowił główne przedsięwzięcie nurtu empirycznego projektu ACE „Economic Adjustment Policy at the Sectoral and Subnational Level. A Comparative Study of Poland, Eastern Germany, Portugal and Britain”. Jego zadaniem było zidentyfikowanie i zinterpretowanie prawidłowości w zachowaniach przystosowawczych średnich i dużych przedsiębiorstw przemysłów przetwórczych i budownictwa, zlokalizowanych na terenie ówczesnego województwa poznańskiego. Badanie empiryczne zostało poprzedzone dogłębnymi badaniami literaturowo-teoretycznymi, w których można wyróżnić dwa nurty: koncepcyjny i empiryczny. W nurcie koncepcyjnym podjęto zadanie budowy podstaw pozytywnej teorii przejścia, obejmującej:

– „macierz przejścia”, pozwalającą zidentyfikować wymiary problemu przejścia oraz wskazać możliwości i luki poszczególnych teorii w wyjaśnianiu tego problemu,

– analityczny schemat zachowania się przedsiębiorstwa, mogący stanowić punkt wyjścia do budowy mikroteorii przejścia¹⁷.

¹⁷ *Droga do rynku. Aspekty mikroekonomiczne*, red. W. J. Otta, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań 1994, s. 14.

Ponadto w tymże nurcie koncepcyjnym w zakresie teorii normatywnej podjęto próby:

- odtworzenia założeń „niekonwencjonalnych” doktryn ekonomicznych, których zalecenia mogą być przydatne do budowy normatywnej teorii przejścia,
- skonstruowania wzorca zarządzania strategicznego,
- zbudowania wzorca rynkowego zachowania się przedsiębiorstwa,
- wykorzystania badań nad programami naprawczymi przedsiębiorstw do sformułowania zaleceń praktycznych dla przedsiębiorstw postsocjalistycznych¹⁸.

W ramach nurtu empirycznego analizą objęto zachowania 66 przedsiębiorstw poznańskich w okresie od końca 1989 do lipca 1993 r. Przeprowadzono dwa rodzaje badań:

- badanie ankietowe dużych i średnich przedsiębiorstw poznańskich,
- badanie polskiej polityki przejścia na podstawie publikowanych danych.

Wyniki uzyskane w tym projekcie (pierwszy etap badań) zostały szeroko omówione w książce *Droga do rynku*¹⁹. Najbardziej interesujące rezultaty uzyskano w odniesieniu do:

- zmian w zakresie branżowo-asortymentowym badanych przedsiębiorstw – wśród badanych przedsiębiorstw dominowały firmy 1-2 branżowe; nieznacznie zwiększyła się liczba firm wielobranżowych; do nowych branż weszła tylko jedna czwarta badanych firm; strategię w zakresie branżowo-asortymentowym można określić jako zachowawczą;

- zmian w zakresie rynkowym badanych przedsiębiorstw – nieznacznie zwiększyła się liczba firm eksportujących; eksport był rozproszony w przekroju poszczególnych rynków; nastąpił wzrost przeciętnej liczby odbiorców krajowych i jednoczesny spadek liczby odbiorców eksportowych; także w tym zakresie strategia badanych firm była dość konserwatywna;

- zmian w ilości i jakości zasobów badanych przedsiębiorstw oraz w sposobie ich alokacji – wystąpiło wyraźne zjawisko redukcji zatrudnienia i majątku trwałego (deinwestowanie); w firmach powstawały nowe komórki organizacyjne i występowało przesuwanie do nich zasobów; dominowały posunięcia zmierzające do wzmocnienia działań przedsiębiorstw na rynkach sprzedaży; strategię w zakresie alokacji zasobów określić można jako relatywnie odważne i nowatorskie.

Ważne były także ustalenia dotyczące typów stanu wyjściowego badanych firm i typów strategii przystosowawczych oraz ich związek z sukcesami przystosowawczymi. Uzyskane wyniki nie pozwoliły na jednoznaczne określenie cech stanu wyjściowego i strategii prowadzących do sukcesu przedsiębiorstwa w przystosowaniu się do warunków gospodarki rynkowej. Brak jednoznacznych wniosków mógł wynikać ze zbyt małej liczebności próby i zbyt krótkiego okresu analizy. Mógł być także rezultatem nieuwzględnienia w badaniu istotnych czynników różnicujących stan wyjściowy i strategię przedsiębiorstw.

Badanie strategii przystosowawczych przedsiębiorstw zostało uzupełnione ankietą dotyczącą opinii kierownictw przedsiębiorstw odnośnie do realizowanej

¹⁸ Ibidem, s. 14.

¹⁹ Ibidem.

polityki gospodarczej i do pożądaných kierunków tej polityki. W wypadku tego obszaru badawczego na uwagę zasługują następujące ustalenia:

- znaczny rygoryzm respondentów odnośnie do metod uzdrawiania sytuacji finansowej przedsiębiorstw – odrzucenie bezwarunkowego anulowania zobowiązań oraz przypisywanie dużej roli usprawnieniu postępowania upadłościowego,

- stosunkowo umiarkowane poparcie dla metod pobudzania sprzedaży przez państwo,

- nieprzypisywanie dewaluacji podstawowej roli w pobudzaniu eksportu,

- poparcie dla prywatyzacji,

- poparcie dla napływu kapitału zagranicznego.

Badania podjęte w programie „Zachowanie się przedsiębiorstw poznańskich w okresie przejścia do gospodarki rynkowej” były następnie kontynuowane (po częściowej modyfikacji koncepcji) w ramach projektu ACE „Economic Adjustment in Medium Sized Enterprises in Eastern and Central Europe” (drugi etap). Na tym etapie badań, przeprowadzonych w 1995 r., uwzględniono sytuację występującą w przedsiębiorstwach do końca 1994 r. oraz przewidywane wykonanie 1995 r.

Podobnie jak w pierwszym projekcie badawczym, również w drugim można wyróżnić dwa podstawowe nurty:

- koncepcyjny – zmierzający do pełnego rozwinięcia pozytywnej i normatywnej teorii przejścia od socjalistycznej gospodarki administrowanej do gospodarki rynkowej,

- empiryczny – obejmujący badanie zachowań przedsiębiorstw działających w okresie przejścia oraz analizę polityki gospodarczej realizowanej w tym okresie.

W drugim projekcie w nurcie koncepcyjnym uwaga została skoncentrowana na:

- rekonstrukcji i krytycznej analizie teorii przedsiębiorstwa występujących w literaturze z punktu widzenia ich przydatności do wyjaśnienia zachowań przedsiębiorstw w okresie przejścia,

- opracowaniu autorskiej koncepcji konkurencyjności przedsiębiorstwa.

Badania empiryczne, które objęły 35 przedsiębiorstw przemysłu przetwórczego, dotyczyły trzech grup zagadnień i doprowadziły do następujących ustaleń²⁰:

- identyfikacji i oceny strategii przedsiębiorstw poznańskich – wystąpiły istotne trudności z precyzyjnym określeniem udziałów w rynku badanych firm; wzrastała liczba obsługiwanych rynków eksportowych; zakres asortymentowy badanych firm nie podlegał większym zmianom; firmy działały na rynkach cechujących się średnią atrakcyjnością; średnio firmy oceniały się jako „przeciętniaci” w walce konkurencyjnej; wystąpił brak silnej tendencji do zmian w zakresie asortymentowym; firmy nie uznawały za ważne dążeń do zmiany zasięgu (zwłaszcza w odniesieniu do integracji pionowej);

- percepcji polityki gospodarczej przez kierownictwa badanych przedsiębiorstw – uzyskane w toku badań wyniki pozwalają na sformułowanie tezy, że

²⁰ Wyniki badań przedstawiono w pracy: M. Gorynia, *Zachowania przedsiębiorstw...*, passim.

badana grupa kierowników reprezentowała umiarkowanie liberalne podejście do polityki gospodarczej państwa;

– identyfikacji władzy i oceny konfliktu w przedsiębiorstwach poznańskich – ważną cechą struktury władzy była jej koncentracja w rękach naczelnego kierownictwa, co uznano za okoliczność sprzyjającą przystosowaniom do warunków rynkowych; ogólnie poziom konfliktu w badanych przedsiębiorstwach oceniono jako bardzo niski lub nieistotny.

IV. LUKA KONKURENCYJNA NA POZIOMIE PRZEDSIĘBIORSTWA A PRZYSTĄPIENIE POLSKI DO UNII EUROPEJSKIEJ

Zjawisko luki konkurencyjnej w okresie transformacji, a także w okresie członkostwa w Unii Europejskiej, to jedno z zagadnień, które wymagały i nadal wymagają pogłębionych badań. Luka konkurencyjna jest składnikiem szerszego problemu, a mianowicie luki przystosowawczej na poziomie przedsiębiorstwa. Luka ta pojawiła się w związku ze zmianą systemu regulacji w gospodarce z systemu administracyjnego na system rynkowy. Po wprowadzeniu rynkowego sposobu regulacji powstał problem przystosowania się podmiotów gospodarczych do nowych reguł gry. Zjawisko luki przystosowawczej i konkurencyjnej w szczególności zyskuje dodatkowo na znaczeniu w kontekście przystąpienia Polski do Unii Europejskiej, a także po uzyskaniu formalnego członkostwa.

Badania w zakresie problematyki nieprzystosowania charakteryzuje orientacja przede wszystkim makroekonomiczna oraz – w mniejszym zakresie – sektorowa. Analizowane są kryteria i konsekwencje makroekonomiczne przystąpienia nowych krajów członkowskich do Unii Europejskiej. Przedmiotem zainteresowania badaczy jest także określenie koniecznego zakresu dostosowań w dziedzinie polityki makroekonomicznej, w dziedzinie legislacji oraz w obszarze regulacji poszczególnych sfer życia gospodarczego.

Zauważalnie mniej uwagi poświęca się mikroekonomicznym aspektom procesów dostosowawczych. W szczególności ograniczona jest wiedza na temat luki przystosowawczej występującej na poziomie przedsiębiorstw. Przez lukę przystosowawczą rozumie się tutaj różnice w potencjale konkurencyjnym i w strategiach konkurowania dzielące przedsiębiorstwa z krajów tzw. nowych członków i przedsiębiorstwa ze „starych” krajów członkowskich. Nieprzystosowanie na poziomie przedsiębiorstw pozostaje zjawiskiem względnie słabo rozpoznany, zarówno pod względem koncepcyjnym, jak i pod względem określenia jego rzeczywistego zakresu i intensywności. Słabe rozpoznanie zjawiska nieprzystosowania przedsiębiorstw utrudnia właściwy dobór i wdrażanie przedsięwzięć przystosowawczych oraz uniemożliwia formułowanie i stosowanie w praktyce adekwatnych strategii firm oraz środków polityki gospodarczej.

Można więc stwierdzić, że omawiany problem nieprzystosowania na poziomie przedsiębiorstwa posiada dwa istotne aspekty:

– poznawczy – brak zadowalająco precyzyjnej wiedzy opisowo-wyjaśniającej co do zakresu i intensywności problemu przystosowawczego,

– praktyczny – brak wzorców rozwiązania problemu przystosowawczego zarówno na poziomie przedsiębiorstw (strategie przystosowawcze), jak i na poziomie branż (branżowe polityki przystosowawcze).

Przed omawianymi tutaj badaniami zjawiska luki konkurencyjnej postawiono dwie grupy celów: cele poznawcze i praktyczne. Cele poznawcze były następujące:

– konceptualizacja i operacjonalizacja pojęcia luki przystosowawczej (konkurencyjnej) na poziomie mikro,

– identyfikacja i wyjaśnienie czynników determinujących lukę przystosowawczą (konkurencyjną), z ewentualnym uwzględnieniem branżowego zróżnicowania zakresu i intensywności luki przystosowawczej (konkurencyjnej),

– pomiar luki przystosowawczej (konkurencyjnej) w przedsiębiorstwach.

Cele praktyczne obejmowały następujące elementy:

– sformułowanie praktycznych zaleceń dotyczących strategii firm, w których występuje luka przystosowawcza,

– opracowanie rekomendacji odnośnie do prowadzenia branżowej polityki przystosowawczej,

– przygotowanie zaleceń pod adresem samorządu gospodarczego.

Badania luki konkurencyjnej przeprowadzone w ramach wspomnianego projektu badawczego były podporządkowane realizacji powyższych celów²¹.

W warstwie poznawczej skoncentrowano się na:

– zbudowaniu schematu analitycznego do badań luki przystosowawczej, czyli schematu pojęciowego będącego zespołem powiązanych kategorii analitycznych opisujących fenomen luki konkurencyjnej,

– sformułowaniu ogólnej orientacji teoretyczno-metodologicznej leżącej u podstaw prowadzonych badań.

W ramach części empirycznej projektu przeprowadzono badania dotyczące pomiaru luki konkurencyjnej w przedsiębiorstwach trzech sektorów: sektora przemysłu przetwórczego (zbadano 66 firm), sektora budowlanego (zbadano 11 firm) i sektora transportowo-spedycyjnego (zbadano 14 firm). Przykładowo, w odniesieniu do sektora przemysłu przetwórczego najważniejsze ustalenia były następujące: zarówno pod względem średniej oceny pozycji konkurencyjnej, jak i potencjału konkurencyjnego badane firmy wypadają przeciętnie; podobnie przedstawia się ocena instrumentów konkurowania, czyli strategii konkurencyjnej; zachowawcze nastawienie przedsiębiorstw do możliwości ekspansji na rynki unijne w formie innej niż eksport; umiarkowany sceptycyzm, gdy chodzi o postrzeganie wejścia do UE w kategoriach szans i zagrożeń.

W warstwie normatywnej zbudowano rekomendacje kierowane do dwóch grup adresatów. Pierwszym odbiorcą zaleceń normatywnych są przedsiębiorstwa, w których stwierdzono występowanie luki konkurencyjnej. Do zmniejszenia luki powinny doprowadzić zmiany w strategii tychże firm. Z drugiej strony potrzebna jest polityka gospodarcza wspierająca działania podejmowane na poziomie firm, sprzyjająca likwidowaniu luki konkurencyjnej.

²¹ Wyniki badań zaprezentowano w książce *Luka konkurencyjna na poziomie przedsiębiorstwa a przystąpienie Polski do Unii Europejskiej*, red. M Gorynia, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań 2002.

V. STRATEGIE FIRM POLSKICH WOBEC EKSPANSJI INWESTORÓW ZAGRANICZNYCH

Po 1989 r., równoległe z transformacją gospodarki polskiej, zachodził proces jej integracji z międzynarodowym otoczeniem gospodarczym. O ile transformacja w gospodarke rynkową jest procesem o ograniczonym horyzoncie czasowym, o tyle integracja z gospodarką międzynarodową jest procesem, który nigdy nie powinien się zakończyć. Stąd zrozumiała staje się konieczność przesunięcia akcentów badawczych z problematyki transformacji na problematykę internacjonalizacji i globalizacji, a więc na podstawowe przejawy postępującego włączania się gospodarki polskiej do gospodarki światowej.

W tradycji teoretycznej właściwej naukom ekonomicznym internacjonalizację i globalizację można odnosić zarówno do poziomu całych gospodarek narodowych, jak i do ich podstawowych elementów, czyli przedsiębiorstw. W relacjonowanym projekcie uwaga została skupiona na poziomie przedsiębiorstwa. Można wskazać co najmniej dwa argumenty przemawiające za przyjęciem takiej perspektywy badawczej. Pierwszy argument uzasadniający to posunięcie wynika z faktu, że przedsiębiorstwa są podstawowymi aktorami w procesach konkurencji międzynarodowej – to firmy zdobywają pozycje konkurencyjne, budują odpowiednie do warunków potencjały konkurencyjne, a także stosują określone strategie konkurencyjne, posługując się stosownymi instrumentami konkurowania. Drugi argument nawiązuje do aktualnego stanu badań i wiedzy w zakresie międzynarodowych zachowań przedsiębiorstw. Przyspieszenie procesów postępu technicznego, możliwości stwarzane przez rozwój technologii informacyjnych, „kalifornizacja” potrzeb, chęć osiągnięcia korzyści skali oraz podobne czynniki powodują, że warunki rynkowe wymuszają na firmach dokonywanie ekspansji zagranicznej. Ekspansja ta przybiera różne formy: od eksportu, poprzez różne odmiany kooperacji kapitałowej i niekapitałowej, do podejmowania samodzielnej działalności gospodarczej na rynkach zagranicznych. Zagadnienia te są dość dobrze zbadane i opisane w różnych teoriach internacjonalizacji firmy. Ważną cechą współczesnej konkurencji międzynarodowej jest szybki wzrost znaczenia zagranicznych inwestycji bezpośrednich. Zjawisko to na poziomie mikroekonomicznym analizowane jest przede wszystkim w licznych teoriach zajmujących się zachowaniami przedsiębiorstw międzynarodowych, wielonarodowych, ponadnarodowych itp. W wypadku gospodarki polskiej, która jest nie tyle stroną dokonującą zagranicznych inwestycji bezpośrednich, ile przede wszystkim biorcą tych inwestycji, podstawowe znaczenie ma dobre rozpoznanie teoretyczne i empiryczne rzeczywistości gospodarczej – strategii firm polskich wobec inwestorów zagranicznych i wypracowanie zaleceń pod adresem strategii przedsiębiorstw i polityki gospodarczej.

W relacjonowanym projekcie badawczym autorzy podjęli problem internacjonalizacji i globalizacji działalności gospodarczej z punktu widzenia strategii firm kraju goszczącego zagraniczne inwestycje bezpośrednie²². Jak to zazna-

²² Wyniki badań uzyskanych w projekcie opublikowano w pracy: *Strategie firm polskich wobec ekspansji inwestorów zagranicznych*, red. M. Gorynia, PWE, Warszawa 2005.

czono wyżej, w dotychczasowych ujęciach teoretycznych, a także w realizowanych badaniach empirycznych dotyczących internacjonalizacji i globalizacji, uwaga zogniskowała się najczęściej na zachowaniach firm dokonujących ekspansji zagranicznej w formie zagranicznych inwestycji bezpośrednich. Natomiast zdecydowanie mniej uwagi poświęcano strategiom firm kraju goszczącego zagraniczne inwestycje bezpośrednie, przyjmowanym w obliczu ekspansji inwestorów zagranicznych. W związku z powyższym niniejsza praca służyła wypełnieniu luki w wiedzy teoretycznej i praktycznej związanej z zachowaniami firm lokalnych wobec strategii ekspansji zagranicznej, podejmowanych przez inwestorów zagranicznych. Przed pracą postawiono więc odpowiednio dwie grupy celów:

1) poznawcze:

- wypracowanie narzędzi analitycznych właściwie ujmujących i opisujących strategię firm kraju goszczącego,
- identyfikacja, opis i klasyfikacja rzeczywistych strategii realizowanych przez firmy polskie w obliczu inwestorów zagranicznych wchodzących do Polski,
- ustalenie i uogólnienie prawidłowości występujących w realizowanych przez firmy polskie strategiach wobec firm zagranicznych dokonujących ekspansji na rynku polskim.

2) praktyczne:

- sformułowanie praktycznych zaleceń pod adresem strategii firm polskich rywalizujących z inwestorami zagranicznymi,
- opracowanie rekomendacji odnośnie do prowadzenia polityki wspierania konkurencyjności firm polskich,
- przygotowanie zaleceń pod adresem samorządu gospodarczego.

W części poznawczej stworzono schemat analityczny ujmujący zachowania firm kraju goszczącego wobec ekspansji inwestorów zagranicznych. Schemat ten wykorzystano następnie do opracowania koncepcji badań empirycznych rzeczywistych strategii realizowanych przez firmy polskie. Badania empiryczne zostały przeprowadzone w trzech celowo dobranych branżach, odnośnie do których można było na zasadzie dedukcji wysunąć hipotezę, że zachowania te mają specyficzny charakter, zdeterminowany uwarunkowaniami kontekstualnymi występującymi w poszczególnych branżach. Zwieńczeniem części poznawczej projektu było sformułowanie prawidłowości występujących w zachowaniach firm polskich wobec inwestorów zagranicznych dokonujących ekspansji na rynku polskim. Interpretacja i ocena tych prawidłowości stanowiły – obok literatury przedmiotu – podstawę do sformułowania zaleceń normatywnych pod adresem strategii firm, polityki gospodarczej i organizacji samorządu gospodarczego.

Ideę omawianego projektu badawczego można streścić w następujący sposób. Jeśli rozważymy gospodarkę jakiegoś hipotetycznego kraju X, to łatwo zauważyć, że w warunkach gospodarki otwartej, prowadzącej w różnych formach współpracę z zagranicą, dochodzi do konfrontacji strategii co najmniej dwóch kategorii firm: firm krajowych i firm zagranicznych. Dla firm krajowych rynek lokalny jest zazwyczaj rynkiem bazowym, podstawowym, który – historycznie rzecz biorąc – był rynkiem pierwotnym prowadzonej działalności.

Firmy te, motywowane różnymi pobudkami, mogą dokonywać ekspansji na rynki zagraniczne, realizując własne strategie internacjonalizacji. Dla firm zagranicznych dany rynek jest zazwyczaj rynkiem wtórnej (w odniesieniu do ich rynku krajowego) ekspansji, który jest „zagospodarowywany” w drugiej kolejności. Firmy te realizują określone strategie internacjonalizacji, wchodząc na dany rynek i następnie rozwijają na nim działalność na różne sposoby. Jedną z realizowanych strategii może być dokonywanie zagranicznych inwestycji bezpośrednich.

Punkt ciężkości zainteresowań projektu badawczego stanowiły procesy konfrontacji strategii firm lokalnych kraju X i firm zagranicznych wchodzących na ten rynek w różnych formach, ze zwróceniem szczególnej uwagi na zagraniczne inwestycje bezpośrednie. Akcent położono na strategii firm lokalnych. Główne zadanie badawcze sprowadzało się do udzielenia odpowiedzi na trzy pytania:

- jakie strategii w obliczu ekspansji firm zagranicznych firmy lokalne mogą realizować?

- jakie strategii realizują?

- jakie strategii powinny realizować?

Odpowiedzi na pierwsze pytanie służyły badania literaturowe, które miały wskazać i zrekonstruować podstawy teoretyczne takich strategii. Innymi słowy, dążono do identyfikacji i odtworzenia założeń tych teorii ekonomicznych, które zajmują stanowisko w interesującej nas sprawie, oraz wyciągnięcie z nich możliwych wniosków. W grę wchodziły tutaj następujące zagadnienia:

- ujęcie internacjonalizacji i globalizacji we współczesnych teoriach przedsiębiorstwa,

- zachowania firm lokalnych a motywy i formy zagranicznych inwestycji bezpośrednich,

- zachowania firm lokalnych a konkurencja wewnątrz branży,

- zachowania firm lokalnych a różnice kulturowe i osobliwości zachowań inwestorów zagranicznych,

- typy zachowań firm lokalnych wobec inwestorów zagranicznych.

Odpowiedzi na drugie pytanie służyły badania empiryczne adresowane do firm polskich (lokalnych), które stanęły wobec wyzwań związanych z przyjęciem, a więc wyborem i realizacją określonych strategii w stosunku do strategii ekspansji firm zagranicznych na rynku polskim. Badania empiryczne objęły:

- badania ankietowe 77 firm polskich należących do trzech branż: budowlanej, motoryzacyjnej oraz spożywczej,

- przygotowanie 3 studiów przypadku – 3 firmy polskie.

Na podstawie przeprowadzonych badań empirycznych sformułowano następujący zestaw wniosków dotyczących badanych firm i ich otoczenia:

- badane firmy postrzegają, że podstawowym motywem zaangażowania się inwestorów zagranicznych na rynku polskim był motyw zdobycia rynku;

- w badanych latach nastąpił wzrost liczby konkurentów, a jednocześnie mieliśmy do czynienia ze wzrostem ich potencjału konkurencyjnego,

– bariery administracyjne nie są dominującymi barierami wejścia do badanych branż, ważniejsze są bariery o podłożu ekonomicznym, takie jak cena, zróżnicowanie produktów itp.;

– charakter stosunków panujących pomiędzy rywalami w branży jest dość skomplikowany i zróżnicowany – nie są to tylko i wyłącznie relacje konkurencyjne;

– dominującym typem konkurencji w branży budowlanej i motoryzacyjnej pozostaje konkurencja cenowa, natomiast w branży spożywczej nastąpił zwrot w kierunku wzrostu znaczenia konkurencji poprzez zróżnicowanie;

– w nastawieniu przedsiębiorstw polskich do wejść firm zagranicznych na rynek polski początkowo dominowały postawy rywalizacyjne, które z czasem częściowo przekształciły się w strategię kooperacyjną oraz w strategię poszukiwania niszy;

– większość badanych firm polskich podała, że podstawowym motywem dążenia do utrzymania przez nie niezależności od kapitału zagranicznego była pozycja zdobyta na rynku polskim i obawa przed jej erozją;

– negatywnie ocenianymi aspektami obecności firm z kapitałem zagranicznym na rynku polskim są: wpływ na poziom bezrobocia oraz ograniczanie możliwości ekspansji (dostępu do rynku) firm polskich, natomiast pozytywny wpływ wejścia i działalności firm zagranicznych na rynku polskim dostrzegany jest w obszarach: dostępu do nowych technologii, innowacyjności produktów, jakości i wydajności polskich firm oraz kwalifikacji kadry kierowniczej;

– badane firmy nie oczekują interwencji państwa w pojedynczych przedsiębiorstwach oraz selektywnej polityki przemysłowej adresowanej do wybranych branż;

– w zakresie pozycji konkurencyjnej (mierzonej udziałem w rynku i rentownością) w stosunku do obecnych na polskim rynku rywali zagranicznych badane firmy oceniają się niżej od przeciętnego rywala, ale jednocześnie demonstrowują ofensywną postawę przewidując poprawę tej pozycji w średnim okresie (3 lata);

– w odniesieniu do potencjału konkurencyjnego najslabiej w porównaniu z przeciętnym rywalem zagranicznym obecnym na polskim rynku badane przedsiębiorstwa oceniają poziom swoich nakładów na badania i rozwój, finansowanie działalności bieżącej ze środków obcych, wielkość firmy oraz możliwości finansowania działalności bieżącej firmy ze środków własnych; najsilniejsze elementy potencjału badanych firm w ich opinii to dopasowanie produktów/usług do gustów polskich konsumentów oraz jakość; w ocenie badanych podmiotów za trzy lata niemal wszystkie wyróżnione elementy potencjału konkurencyjnego ulegną nieznaczącej poprawie;

– jeśli chodzi o instrumenty konkurencyjne (porównanie z konkurentami zagranicznymi obecnymi na rynku polskim), to wśród najniżej ocenianych przez ogół badanych firm znajdują się: reklama i promocja sprzedaży, częstotliwość wprowadzania nowych produktów oraz nowoczesność produktów/usług; ogół badanych firm wśród wykorzystywanych instrumentów konkurencyjnych relatywnie najlepiej postrzega: cenę, warunki dostaw oraz terminowość dostaw; badane firmy wydają się świadome znaczenia starań o wzmocnienie

instrumentów konkurencyjności i przewidują, że za trzy lata poprawie, co najmniej do poziomu konkurentów zagranicznych obecnych na polskim rynku, ulegną wszystkie instrumenty wskazane jako najslabsze.

Odpowiedź na ostatnie, trzecie pytanie została udzielona na podstawie wniosków wynikających z przeprowadzonych badań empirycznych oraz w nawiązaniu do zaleceń wynikających ze współczesnych teorii przedsiębiorstwa, a także współczesnych doktryn i teorii polityki gospodarczej.

VI. KLASTRY A MIĘDZYNARODOWA KONKURENCYJNOŚĆ I INTERNACJONALIZACJA POLSKICH PRZEDSIĘBIORSTW

Akcesja Polski do Unii Europejskiej oznacza intensyfikację integracji gospodarki polskiej z gospodarką światową, a w szczególności unijną. Ciągłe aktualna jest kwestia poprawy międzynarodowej konkurencyjności przedsiębiorstw i całej gospodarki. Samo członkostwo w ugrupowaniu integracyjnym nie jest gwarancją uzyskania i utrzymania przewagi konkurencyjnej. Jest oczywiste, że z powodu jeszcze większej otwartości polskiej gospodarki, firmy stają w obliczu silniejszej presji konkurencyjnej. Naciski rywali rynkowych należy jednakże oceniać pozytywnie, gdyż – jak dowodzi rzeczywistość gospodarcza – zdrowa rywalizacja wymusza zwykle zmiany proefektywnościowe i proinnowacyjne. Rodzi się pytanie, czy lokalnym polskim przedsiębiorstwom można zaproponować rozwiązania, które – po pierwsze – wspierałyby ich wysiłki w kierunku poprawy międzynarodowej konkurencyjności, jednocześnie nie deformując działania mechanizmu rynkowego, a po drugie – oddziaływały pozytywnie na ich zachowania internacjonalizacyjne.

Punktem wyjścia omawianego projektu badawczego była konstatacja, że w rozwiniętych gospodarkach rynkowych rzeczywiste mechanizmy regulacji odbiegają od rozwiązań czystych, idealnych typu rynku doskonałego. Działanie „mechanizmu cenowego” obudowane jest funkcjonowaniem różnego typu rozwiązań instytucjonalnych, które wspierają i uzupełniają regulacyjną rolę neoklasycznego systemu cen, zamiast ograniczania roli rynku. Liczne nurty w ekonomii, takie jak na przykład koncepcje nowej ekonomii instytucjonalnej, ekonomii branży oraz ekonomii ewolucyjnej, zwracają uwagę na różnorodność powiązań pomiędzy podmiotami gospodarczymi, i to wychodzącą daleko poza zależności ujmowane przez czystą teorię cen. Wskazuje się, że oprócz tradycyjnie analizowanych stosunków czysto konkurencyjnych oraz regulacyjnej roli państwa ważną rolę odgrywają powiązania kooperacyjne. W szczególności warto w tym momencie wspomnieć o paradygmacie kooperacja-konkurencja-kontrola, teorii kosztów transakcyjnych Williamsona²³ oraz teorii kontraktualnej, w ramach której Alchian i Demsetz²⁴ lansują koncepcję firmy jako

²³ O. E. Williamson, *Economic Organization. Firms, Markets and Policy Control*, Wheatsheaf Books, London 1986.

²⁴ A. Alchian, H. Demsetz, *Production, Information Costs and Economic Organization*, „The American Economic Review” 62, 1972.

wiązki kontraktów. Na bazie wspomnianych ujęć teoretycznych budowane są koncepcje dystryktów przemysłowych (*industrial districts*), koncepcje grup przemysłowych (*industrial groups*) i koncepcje sieciowe (*network approach*). Sieci, jako jeden z kolejnych sposobów regulacji stosunków między firmami, są postrzegane jako remedium na oportunizm i niską racjonalność uczestników rynku. W sieciach rywalizacja toczy się o kontrolę i zasoby. Bardzo wyraźnie zarysowują się także relacje kooperacyjne. Szczególnym przypadkiem jednoczesnego pomieszczenia i wzajemnego przenikania się relacji konkurencyjnych i kooperacyjnych jest koncepcja klastrów, które w literaturze polskiej określa się także mianem wiązek lub gron.

Obiecującą inspirację w poszukiwaniach nowych sposobów regulacji zachowań podmiotów gospodarczych, a przede wszystkim rozwiązań prowadzących do podniesienia międzynarodowej konkurencyjności i podwyższenia stopnia internacjonalizacji polskich firm, może stanowić teoria klastrów w ujęciu M. Portera, która eksponuje różnorodność relacji między podmiotami na rynku oraz znaczenie instytucji dla konkurencyjności firmy. Występowanie klastrów może oddziaływać pozytywnie na poziom międzynarodowej konkurencyjności całej gospodarki, poszczególnych branż, ale przede wszystkim pojedynczych firm oraz na zachowania internacjonalizacyjne tych ostatnich. Wskazują na to wyniki badań prowadzonych w tym zakresie w odniesieniu do gospodarek wysoko rozwiniętych. Choć dla zachowania obiektywizmu należy wspomnieć, że nie zawsze tak się dzieje, o czym świadczą rezultaty innych dociekań naukowych.

W opisywanym projekcie badawczym uwaga została skupiona na sposobach wpływu istniejących bądź potencjalnych klastrów w Polsce na międzynarodową konkurencyjność polskich przedsiębiorstw oraz na zachowania internacjonalizacyjne tych przedsiębiorstw.

W relacjonowanym projekcie zrealizowano dwie grupy celów²⁵:

- 1) poznawcze:
 - określenie charakteru, kierunku i siły oddziaływania „uczestnictwa w klastrze” na zachowania internacjonalizacyjne lokalnych przedsiębiorstw,
 - identyfikacja, opis i klasyfikacja potencjalnych/rzeczywistych kanałów oddziaływania klastra na konkurencyjność firm z krajów przechodzących transformację,
 - rozpoznanie założeń i istoty oraz porównanie głównych koncepcji regulacji w gospodarce rynkowej,
 - wskazanie barier rozwojowych klastrów w Polsce;
 - identyfikacja potencjalnych/rzeczywistych klastrów w gospodarce polskiej.
- 2) praktyczne:
 - sformułowanie praktycznych zaleceń pod adresem strategii firm polskich ze szczególnym uwzględnieniem wykorzystania pozytywnych stron klastrów,
 - opracowanie rekomendacji odnośnie do prowadzenia polityki wspierania konkurencyjności firm polskich, a w szczególności sprzyjającej internacjonalizacji przedsiębiorstw z wykorzystaniem klastrów,

²⁵ Uzyskane wyniki badań zaprezentowano w książce: M. Gorynia, B. Jankowska, *Klasyfikacja i międzynarodowa konkurencyjność i internacjonalizacja przedsiębiorstwa*, Difin, Warszawa 2008.

- przygotowanie zaleceń pod adresem samorządu gospodarczego, które eksponowałyby rolę tego typu instytucji w kreacji klastrów,
- zarekomendowanie działań zmierzających do likwidacji barier utrudniających powstawanie i działanie klastrów.

Badania empiryczne przeprowadzono wśród firm należących do trzech klastrów: przedsiębiorstwa meblarskie – 31 podmiotów, firmy motoryzacyjne – 11 oraz firmy kotlarskie – 13. Na podstawie badań możliwe jest sformułowanie zestawu następujących wniosków dotyczących tworzących się w Wielkopolsce klastrów meblarskiego, kotlarskiego oraz motoryzacyjnego:

- uczestnicy badanych klastrów za kluczową przyczynę ich lokalizacji w Wielkopolsce uznali prowadzenie przez ich rodziny danego biznesu już w przeszłości w tym regionie;

- wszystkie firmy, niezależnie od ich rodowodu klastrowego, dostrzegają, że ich potencjał konkurencyjny może być umacniany przez dostępny w regionie wyspecjalizowany i dysponujący określonymi umiejętnościami personel, natomiast nie mogą liczyć na rozbudowanie sfery kapitału w ramach potencjału – najsłabiej oceniono dostępność i koszty venture kapitału;

- charakterystyczny typ relacji, dominujący w już funkcjonujących, rozwiniętych i dojrzałych klastrach, widoczny jest również w klastrach meblarskim, kotlarskim i motoryzacyjnym, które dopiero się krystalizują. Zdaniem większości respondentów rywalizacji w ich branżach towarzyszą przejawy kooperacji;

- najpopularniejsza w każdym z klastrów jest współpraca z dostawcami i klientami. Klastry kotlarski i motoryzacyjny deklarują także stosunkowo duże zaangażowanie się firm we współpracę z lokalnymi i nielokalnymi konkurentami, organizacjami branżowymi oraz instytucjami badawczo-rozwojowymi, co należy oceniać bardzo pozytywnie;

- generalnie kooperacja jest postrzegana jako mało istotna z punktu widzenia konkurencyjności firm z poszczególnych klastrów. Niskie oceny mogą świadczyć o tym, że współpraca jako strategia prowadzenia gry konkurencyjnej jest wyraźnie niedoceniajana;

- przedsiębiorstwa z każdego z trzech klastrów odmiennie postrzegają kluczowe konsekwencje wchodzenia w relacje kooperacyjne, zarówno z rywalami lokalnymi, jak i nielokalnymi. Wśród najważniejszych konsekwencji współpracy znajdują się: poprawa jakości oferowanych produktów czy też świadczonych usług, obniżenie kosztów oraz wzmocnienie pozycji w stosunku do nielokalnych konkurentów odpowiednio dla klastra meblarskiego, kotlarskiego oraz motoryzacyjnego;

- badane przedsiębiorstwa zarówno z klastra meblarskiego, kotlarskiego, jak i motoryzacyjnego najczęściej kooperują z podmiotami lokalnymi w zakresie zaopatrzenia w surowce i materiały;

- klastry meblarski i motoryzacyjny charakteryzuje czynna postawa badanych przedsiębiorstw wobec internacjonalizacji, natomiast badane firmy z klastra kotlarskiego nie angażują się w ekspansję na rynki zagraniczne, co nie do końca oddaje sytuację panującą wśród producentów kotłów grzewczych;

- udział przychodów ze sprzedaży eksportowej w sprzedaży ogółem wyniósł średnio dla lat 2005 i 2006 w klastrze meblarskim około 30%, a w klastrze motoryzacyjnym około 20%;

– badane firmy z klastrów meblarskiego i motoryzacyjnego wykorzystują eksport jako strategię umiędzynarodowienia swojej aktywności i oferują swoje produkty przede wszystkim na rynkach Unii Europejskiej oraz w krajach Europy Wschodniej;

– podmioty z każdego z trzech klastrów są zgodne, że dla ich umiędzynarodowienia największe znaczenie ma współpraca z klientami, choć należy dodać, że nie uznano jej za bardzo istotną dla poczynań internacjonalizacyjnych badanych firm;

– uczestnicy poszczególnych klastrów są zgodni, że samorząd gospodarczy oraz polityka gospodarcza państwa mogą w sposób istotny kształtować warunki, w jakich funkcjonują podmioty gospodarcze, i przez to oddziaływać na ich konkurencyjność, dlatego też większość zadań samorządu gospodarczego oraz polityki gospodarczej wyróżnionych w kwestionariuszu oceniono jako metody przydatne. Natomiast realizacja tych zadań pozostawia – zdaniem badanych firm – wiele do życzenia.

VII. ZAKOŃCZENIE

Podsumowując rozważania, należy zwrócić uwagę na trzy zagadnienia:

- przydatność zaproponowanego modelu przedsiębiorstwa,
- wykorzystanie współczesnych teorii przedsiębiorstwa w badaniach nad zachowaniem przedsiębiorstw w okresie transformacji,
- aspekty metodyczne przeprowadzonych badań empirycznych.

Po pierwsze – wydaje się, że ocena *ex post* przydatności przyjętego w opisanych badaniach modelu przedsiębiorstwa wypada pozytywnie. Omówiony w punkcie II niniejszego artykułu model przedsiębiorstwa, obejmujący trzy komponenty: listę istotnych cech przedsiębiorstwa, założenia ontologiczne i założenia metodologiczne, stanowił konsekwentnie wspólną bazę teoretyczną wszystkich badań empirycznych omówionych w tym opracowaniu. Wykorzystany model okazał się przydatny przede wszystkim ze względu na duże możliwości heurystyczne. Tym samym dzięki jego zastosowaniu możliwe było pomnożenie wiedzy na temat rzeczywistych zachowań przedsiębiorstw w okresie transformacji.

Po drugie – należy wskazać na dużą przydatność wielu nurtów we współczesnej teorii przedsiębiorstwa do identyfikacji, wyjaśniania i interpretacji zachowań przedsiębiorstw w okresie transformacji²⁶. Trzonem współczesnej teorii firmy jest teoria neoklasyczna. Jednym z jej głównych twierdzeń jest twierdzenie, że celem firmy jest maksymalizacja zysku. W literaturze spotyka się poglądy, że motyw maksymalizacji zysku nie jest w pełni realizowany w rozwiniętych gospodarkach rynkowych. W gospodarce polskiej w okresie transformacji występują liczne przesłanki, które pozwalają twierdzić, że postulat ten jest tutaj spełniony w relatywnie niższym stopniu, choć kwantyfikacja różnicy stopnia spełnienia postulatu maksymalizacji zysku przedsiębiorstw

²⁶ Por. M. Gorynia, *Teoria przedsiębiorstwa...*, passim.

w dojrzałej gospodarce rynkowej i w gospodarce okresu transformacji nie wydaje się możliwa.

Spotykane w literaturze argumenty wydają się wskazywać na ograniczenia w możliwościach wykorzystania neoklasycznej teorii przedsiębiorstwa do wyjaśnienia i predykcji zachowań przedsiębiorstw w okresie przejścia. Argumenty te stanowią rozwinięcie i uzupełnienie poglądów kwestionujących przydatność filaru neoklasycznej teorii firmy – zasady maksymalizacji zysku do badania zachowań przedsiębiorstw w rozwiniętych gospodarkach rynkowych. Nie oznacza to jednak, że neoklasyczna teoria firmy jest całkowicie nieprzydatna. Można ją traktować jako model stanowiący pierwsze, ogólne przybliżenie rzeczywistości. W modelu tym, po wprowadzeniu dodatkowych założeń, możliwe jest wypracowanie rozwiązań bardziej szczegółowych i bardziej zbliżonych do konkretnych sytuacji poszczególnych przedsiębiorstw. Zasadę maksymalizacji zysku można też pojmować jako swego rodzaju wzorzec, wskazujący ogólny kierunek postępowania, a nie w pełni oddający rzeczywiste zachowania przedsiębiorstw. Tak właśnie zdaje się traktować tę zasadę T. Gruszecki, uznając ją za wiarygodną w umiarkowanym, a nie rygorystycznym ujęciu: „Maksymalizacja jest tu rozumiana potocznie, jako zasada im więcej, tym lepiej, a nie jako maksymalizacja prowadząca do zrównania utargu krańcowego z krańcowym kosztem. Oczywiście, takie założenie można zrobić i jest ono zgodne z potoczną obserwacją i zdrowym rozsądkiem”²⁷.

Menedżerskie teorie firmy są bardzo wartościowym źródłem inspiracji w badaniach zachowań przedsiębiorstw okresu przejścia. Przemawiają za tym następujące okoliczności:

- w wielu firmach, zarówno prywatnych, jak i państwowych, obserwuje się coraz wyraźniejsze oddzielenie własności i kontroli,
- trudności w sprawowaniu nadzoru przez właścicieli nad menedżerami są dodatkowo pogłębione przez słabości rynku kadr menedżerskich,
- problemy z tzw. nadzorem właścicielskim występują na linii pomiędzy państwowymi organami założycielskimi a dyrekcjami przedsiębiorstw państwowych oraz zarządami spółek z większościowym udziałem Skarbu Państwa,
- możliwości realizowania przez menedżerów zachowań dyskrecjonalnych, wobec istniejących niedostatków rynku kapitałowego, kadrowego oraz kontroli ze strony państwa, wydają się szczególnie duże.

Bardzo obiecującym kierunkiem badań zachowań przedsiębiorstw w okresie przejścia jest behawioralna teoria firmy. O trafności tej opinii świadczą następujące argumenty:

- wobec kwestionowania adekwatności zasady maksymalizacji zysku coraz popularniejsze staje się przyjmowanie koncepcji wiązki celów przedsiębiorstwa, w tym celów i interesów różnych osób związanych z firmą,
- w rzeczywistych przedsiębiorstwach obserwuje się istnienie koalicji różnych indywidualnych podmiotów,
- nawet w przedsiębiorstwach przekształconych, zrestrukturyzowanych, sprywatyzowanych zjawiskiem często spotykanym jest występowanie konflikt-

²⁷ T. Gruszecki, *Uwagi o zasadach maksymalizacji zysku*, „*Ekonomista*” 1994, nr 5.

tów w układzie hierarchicznym (przełożony–podwładny) oraz w układzie poziomym (np. pomiędzy pionem produkcji, pionem handlu i pionem finansowym),

- z behawioralnej teorii firmy wypływa inspiracja do prowadzenia badań poziomu aspiracji uczestników organizacji, rzeczywistych celów przedsiębiorstw, procesów decyzyjnych zachodzących w przedsiębiorstwach oraz przebiegu podstawowych linii konfliktu wewnątrz przedsiębiorstw.

Wartościowe są także propozycje sformułowane przez przedstawicieli teorii agencji. Propozycje te są stosunkowo mniej znane w Polsce, zarówno w kręgach akademickich, jak i w kręgach menedżerskich. Potencjalne kierunki badań, dla których źródłem inspiracji mogą być dokonania teorii agencji, są następujące:

- identyfikacja i ewaluacja kosztów agencji,
- badanie funkcjonowania różnych form organizacyjnych, wyodrębnionych w ramach przygotowanej przez przedstawicieli teorii agencji typologii,
- sposoby rozwiązywania konfliktów pomiędzy akcjonariuszami a menedżerami w spółkach,
- interpretacja polityki finansowej firm i produktów finansowych.

Warte uwagi badaczy zachowań przedsiębiorstw w okresie przejścia są ponadto dokonania wypracowane w ramach teorii praw własności. Na podstawie teorii praw własności wyłaniają się następujące kierunki badań:

- konsekwencje osłabienia praw własności w różnych formach organizacyjnych przedsiębiorstw,
- wpływ polityki gospodarczej lub szerzej – regulacyjnej działalności państwa – na dystrybucję praw własności,
- wpływ rozdrobnienia praw własności na efektywność przedsiębiorstw,
- funkcjonowanie tzw. spółek pracowniczych, jako spółek z rozmytą strukturą własności.

Niezwykle ważne problemy badawcze, odnoszące się do funkcjonowania przedsiębiorstw w okresie przejścia, można wyprowadzać z teorii kosztów transakcyjnych. Teoria ta stanowi inspirację do podjęcia następujących problemów badawczych:

- przejawy i konsekwencje oportunistycznego zachowania podmiotów gospodarczych,
- identyfikacja i ewaluacja kosztów transakcyjnych,
- integracja wsteczna i w przód oraz deintegracja (decyzje dotyczące zasięgu przedsiębiorstwa, czyli „make or buy”).

Wydaje się wreszcie, że szczególnie ważną rolę, zarówno do uświadamiania problemów mogących stanowić przedmiot badań, jak i służących inspiracją dla prowadzenia polityki gospodarczej, są tzw. kompetencyjne teorie firmy. Doniosłość tych teorii wynika z faktu, że wiele firm przeżywa w okresie przejściowym kłopoty z przystosowaniem się do nowych, rynkowych warunków działania. Jedną z przyczyn i jednym z przejawów nieprzystosowania jest nieposiadanie odpowiednich, szeroko rozumianych kompetencji, wymaganych do skutecznego i efektywnego konkurowania.

Co do aspektów metodycznych, to wydaje się, że osobnego wyjaśnienia wymaga metoda badań empirycznych przyjęta w relacjonowanych badaniach. Poniższe wyjaśnienie jest o tyle ważne, że odnosi się do wszystkich omówionych

w tym artykule badań empirycznych. Generalnie rzecz biorąc, do pomiaru zmiennych wchodzących w skład schematów analitycznych skonstruowanych w relacjonowanych projektach badawczych można wykorzystać dwie grupy mierników: obiektywne i subiektywne. Do grupy pierwszej należy zaliczyć porównanie produktywności, wydajności, produkcji dodanej itp. Do grupy tej można także zaliczyć dokonanie przez specjalistów porównawczej oceny rozwiązań prawnych, ekspercką ocenę norm i standardów technicznych itp. W drugiej grupie należy przede wszystkim wymienić opinie menedżerów badanych przedsiębiorstw odnośnie do różnic dzielących ich firmy od przedsiębiorstw referencyjnych – przy czym punktem odniesienia może być np. przeciętny konkurent, wzorcowy konkurent (lider rynku) itp. W przeprowadzonych badaniach pomiarowi poddano w głównej mierze opinie menedżerów odnośnie do oceny szeroko rozumianej sytuacji konkurencyjnej ich firm – zastosowano metodę ilościowej oceny wrażenia, jakie badane obiekty (w tym przypadku różne aspekty konkurencyjności) sprawiają na osobie oceniającej, określaną jako skala różnic semantycznych (dyferencjał semantyczny). Dzięki zastosowaniu takiej metody możliwy jest przybliżony pomiar kategorii, które tradycyjnie zaliczane były do zmiennych jakościowych i niepoddających się pomiarowi. Słabą stroną wykorzystanej metody jest subiektywizm ocen menedżerów. Należy jednak pamiętać, że właśnie te subiektywne oceny stanowią jedną z głównych podstaw podejmowania decyzji przez kierowników. W związku z tym artykulacja i uporządkowanie tych ocen ma duży sens: po pierwsze – zebranie ocen może stanowić punkt wyjścia dalszych prac analitycznych prowadzonych w ramach zarządzania strategicznego; możliwe jest na przykład porównanie wartości mierników subiektywnych i obiektywnych oraz wyciągnięcie z tego porównania stosownych wniosków; po drugie – proces zbierania ocen może ujawnić braki informacyjne występujące u decydentów, czyli luki w wiedzy na temat ich sytuacji konkurencyjnej – w tym wypadku może więc dojść do zidentyfikowania luki informacyjnej opisującej skalę niepewności w budowaniu strategii konkurencyjnej firmy.

Prof. dr hab. Marian Gorynia
Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

SELECTED ASPECTS OF STRATEGIES USED BY POLISH ENTERPRISES IN THE TRANSITION PERIOD

Summary

The paper is a synthesis of theoretical and empirical results of a research into the behaviour of Polish companies in transition. The study was carried out between 1990-2008 as a four-stage project. Its theoretical goal, i.e. reconstruction of a model approach to an enterprise in transition, as well as the empirical goal, i.e. presentation of the most important results of an empirical study have been accomplished and are presented in the paper.