



Munich Personal RePEc Archive

**Export Activities of Małopolskie
Voivodeship Enterprises in the Process of
European Economic Integration
(Empirical Results)**

Wach, Krzysztof

Cracow University of Economics

2008

Online at <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/31598/>
MPRA Paper No. 31598, posted 16 Jun 2011 10:02 UTC

Krzysztof WACH
Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

DZIAŁALNOŚĆ EKSPORTOWA MAŁOPOLSKICH PRZEDSIĘBIORSTW W PROCESIE INTEGRACJI EUROPEJSKIEJ

Artykuł przedstawia wyniki własnych badań empirycznych przeprowadzonych na grupie 323 przedsiębiorstw z województwa małopolskiego w pierwszym półroczu 2007 roku. Okres 3 lat po akcesji Polski do Unii Europejskiej pozwolił bowiem na wstępną ewaluację wpływu akcesji na działalność eksportową polskich przedsiębiorstw. Artykuł składa się dwóch głównych części. W pierwszej przedstawiono teoretyczną koncepcję eksportu jako formy umiędzynarodowienia działalności przedsiębiorstwa, natomiast w drugiej zaprezentowano metodykę badawczą oraz wyniki badań empirycznych.

1. WPROWADZENIE

Wejście Polski do Unii Europejskiej było jednym z największych współczesnych wyzwań dla polskich przedsiębiorstw. Z jednej strony efektem rozszerzenia Wspólnoty jest konieczność dostosowania się polskich przedsiębiorców do wymagań unijnych, co jest związane z koniecznością poniesienia nakładów finansowych, z drugiej jednak wejście do Unii daje polskim przedsiębiorcom ogromne, wręcz nieograniczone możliwości ekspansji na rynku poszczególnych krajów członkowskich oraz ułatwia dotarcie do zamożnego społeczeństwa europejskiego. Przystąpienie Polski do Unii Europejskiej nie pozostało bez wpływu na działalność eksportową polskich przedsiębiorców, która podlega intensyfikacji w okresie poakcesyjnym. Celem artykułu jest prezentacja wyników własnych badań empirycznych przeprowadzonych na grupie 323 przedsiębiorstw z województwa małopolskiego w okresie 3 lat po akcesji Polski do Unii Europejskiej.

2. EKSPORT JAKO FORMA UMIEDZYNARODOWIENIA

Wybór sposobów (metod, form, instrumentów) internacjonalizacji uzależniony jest zarówno od czynników endogenicznych (np. potencjał konkurencyjny firmy), jak również od czynników egzogenicznych charakteryzujących dany rynek docelowej lokalizacji przedsięwzięcia lub branżę, w jakiej działa firma. Kluczowe znaczenie odgrywa tutaj dojrzałość firmy do internacjonalizacji swojej działalności. Wybór kolejności metod jest tutaj dowolny i zależy od obiektywnych czynników. W literaturze przedmiotu występują różne modele wyjaśniające internacjonalizację przedsiębiorstwa oraz zastosowane metody wejścia na rynki zagraniczne, do głównych należą modele etapowe (ewolucyjne), sieciowe i zasobowe. Poszczególne formy wejścia na rynki zagraniczne charakteryzują się różną efektywnością, ale zarazem różnymi kosztami wejścia. Obecnie odchodzi się powiem od teorii etapowej internacjonalizacji przedsiębiorstwa, która zakładała etapowy

rozwój internacjonalizacji przedsiębiorstwa począwszy od form prostych do bardziej zaawansowanych. Poszczególne formy internacjonalizacji działalności przedsiębiorstwa są zróżnicowane pod wieloma względami, a mianowicie¹:

- zakresem zaangażowania kapitału,
- zakresem zaangażowania zarządzania,
- zakresem kontroli,
- zakresem ryzyka,
- zakresem potencjalnego zysku
- wysokością kosztów wejściowych.

Można zaobserwować kilka prawidłowości. Im zakres zaangażowania zarządzania jest wyższy, tym większy jest zakres kontroli oraz ryzyka, przy czym w miarę wzrostu zainwestowanego kapitału wzrasta konieczność zaangażowania zarządzania na rynku zagranicznym. Im koszty wejścia są niższe, tym mniejsza jest opłacalność przeprowadzanych transakcji handlowych.

Pierwszy stopień internacjonalizacji działań przedsiębiorstwa tożsamy jest z umiędzynarodowieniem sfery wymiany, głównie poprzez podjęcie działań eksportowych i importowych. Może jednak wystąpić sytuacja, gdy import zwłaszcza surowców z zagranicy, będzie etapem poprzedzającym eksport gotowych produktów za granicę. Faza ta związana jest z niewielkim ryzykiem. Przedsiębiorstwo jedynie realizuje zagraniczne zamówienia w miarę ich otrzymywania. W większości przypadków jest to jedyna forma zaangażowania się przedsiębiorstwa (zwłaszcza małych i średnich) w działalność międzynarodową. Faza ta jest naturalną konsekwencją rozwoju i następuje, gdy przedsiębiorstwo po wykorzystaniu wszystkich swoich możliwości na rynku krajowym oraz osiągnięciu odpowiedniej wielkości produkcji, jak również uzyskaniu nadwyżki produkcyjnej dąży do rozszerzenia swojego rynku i zaczyna eksportować (motywy *push*). Motywem wejścia na rynki zagraniczne jest możliwość osiągnięcia zysku na tych rynkach, w miarę jak firma osiąga coraz większe zyski na rynku krajowym (motywy *pull*). Działania firmy mogą przyjmować różne formy, m.in.: eksport pośredni, eksport bezpośredni, import pośredni, import bezpośredni, jak również przybierać inne specyficzne formy.

Eksport jest podstawową formą internacjonalizacji firmy i jest najbardziej rozpowszechniony wśród małych i średnich przedsiębiorstw. Badania empiryczna wskazują, iż inne, bardziej zaawansowane formy wchodzenia małych i średnich przedsiębiorstw na rynki zagraniczne stosowane są dość rzadko spotykane². Zaletą eksportu są niskie koszty oraz niskie ryzyko. Koszty transportu oraz bariery celne stanowią główne bariery eksportu. Eksport może przyjmować różne formy, a mianowicie: eksport pośredni; eksport bezpośredni; reeksport.

Eksport pośredni to sprzedaż towarów i/lub usług poza granicami kraju przez pośrednika krajowego, który zakupuje towary od przedsiębiorstwa eksportującego w celu ich dalszej odsprzedaży. Forma ta zalecana jest przedsiębiorstwom w początkowej fazie internacjonalizacji, które nie wykształciły jeszcze własnych komórek odpowiedzialnych

¹ K. Fonfera, M. Gorynia, E. Najlepszy, J. Schroeder, *Strategie przedsiębiorstw w biznesie międzynarodowym*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań 2002, s. 75.

² B. Plawgo, *Zachowania małych i średnich przedsiębiorstw w procesie internacjonalizacji*, Instytut Organizacji i Zarządzania w Przemysle ORGAMSZ, Warszawa 2004, s. 88 i tam cytowana literatura.

za transakcje handlu zagranicznego oraz nie posiadają doświadczenia w tym zakresie (tab. 1).

Tabela 1. Analiza SWOT eksportu pośredniego

Silne strony	Słabe strony
<ul style="list-style-type: none"> niskie koszty wejścia; trudności wejścia pokonuje pośrednik; niskie wymagania kadrowe; niskie ryzyko finansowe; brak kosztów marketingowych; brak konieczności powoływania komórki ds. eksportu; 	<ul style="list-style-type: none"> słaba opłacalność transakcji; pełna zależność od pośrednika; firma nie zdobywa doświadczenia na rynkach zagranicznych;
Możliwości	Zagrożenia
<ul style="list-style-type: none"> dobry początek – czas na zdobycie odpowiedniej wiedzy; podwyższenie jakości wymuszone przez konieczność sprostania standardom zagranicznym 	<ul style="list-style-type: none"> pośrednik może znaleźć lepszego dostawcę;

Zródło: M. Bąk, P. Kulawczyk, M. Szczepaniec, I. Dmitruczuk, *Poradnik eksportera dla MSP*, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 1999, s. 93.

Tabela 2. Analiza SWOT eksportu bezpośredniego

Silne strony	Słabe strony
<ul style="list-style-type: none"> bezpośredni kontakt z odbiorcami; zdobywanie doświadczenia na rynkach zagranicznych; wzrost poziomu kwalifikacji; możliwa dobra opłacalność inwestycji; 	<ul style="list-style-type: none"> wymóg odpowiednich pracowników; wyższe koszty organizacyjne i operacyjne; większe ryzyko niepowodzeń i strat; poznawanie rynków zagranicznych na „własnych błędach”; wymagana jest odpowiednio duża skala działania;
Możliwości	Zagrożenia
<ul style="list-style-type: none"> zdobyte doświadczenie eksportowe może ułatwić bardziej zaawansowaną obecność na rynkach zagranicznych; możliwość zwiększenia potencjalnych rynków eksportowych; 	<ul style="list-style-type: none"> zbyt wysokie koszty działań eksportowych w stosunku do woluminu eksportu; długi czas zwrotu nakładów na eksport może spowodować zniechęcenie;

Zródło: M. Bąk, P. Kulawczyk, M. Szczepaniec, I. Dmitruczuk, *Poradnik eksportera dla MSP*, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 1999, s. 93.

Natomiast **eksport bezpośredni**³ to sprzedaż towarów i/lub usług poza granicami kraju przez własną wyspecjalizowaną komórkę do spraw handlu zagranicznego. Na przedsiębiorstwie spoczywa wtedy obowiązek badania rynku zagranicznego oraz budowania sieci dystrybucji na rynkach docelowych. Forma ta z jednej strony wymaga większego zaangażowania w działalność eksportową, niż w przypadku

³ Możemy również wyróżnić eksport bezpośredni z kraju realizowany przez agenta zagranicznego, eksport bezpośredni przez własne biuro przedstawicielskie za granicą, eksport bezpośredni przez własną sieć dystrybucji.

eksportu pośredniego, jednak pozwala na zwiększenie korzyści z wymiany handlowej głównie poprzez autonomiczne ustalanie cen oraz brak prowizji dla pośrednika (por. tab. 2). Różnice pomiędzy eksportem pośrednim i bezpośrednim przedstawia tabela 3.

Tabela 3. Podstawowe różnice pomiędzy eksportem pośrednim i bezpośrednim

Eksport bezpośredni	Eksport pośredni
<ul style="list-style-type: none"> • stosowany przede wszystkim w eksporcie dóbr inwestycyjnych; • bezpośredni kontakt z klientem; • wymaga dobrej znajomości rynków zagranicznych przez producenta; • konieczność własnej akwizycji i dbałości o rynek; • własny dział eksportu; • dłuższa droga zbytu; • własny magazyn wysyłkowy; • własny serwis i magazyn części zamiennych; • długoterminowe kredyty; • wzrost zaangażowania kapitału; • wysokie ryzyko kredytowej; 	<ul style="list-style-type: none"> • sprzedaż towarów przez producenta w kraju; • dystrybucja poprzez przedsiębiorstwo handlu zagranicznego • znajomość przez pośredników specyficznych dla poszczególnych krajów sieci sprzedaży i dróg transportu; • doświadczenie rynkowe pośredników, często specjalizacja w sprzedaży na określone rynki lub określonych produktów; • ryzyko błędnych informacji o popycie na towary producenta; • wymóg przekazania prawa wyłączności sprzedaży; • preferowany przez małe przedsiębiorstwa; • producent unika tworzenia własnej sieci zbytu za granicą; • preferowany w przypadku niewielkich bądź nieregularnych dostaw oraz przy sprzedaży produktów seryjnych; • nie wymaga angażowania kapitału przez producenta na cele składowania i dystrybucji;

Źródło: Zestawiono na podstawie: *Handel zagraniczny. Organizacja i technika*, red. J. Rymarczyk, PWE, Warszawa 1996, s. 20-22.

Eksport kooperacyjny jest jedną ze strategii wejścia na zagraniczne rynki zbytu, w której eksporter współpracuje z jedną lub kilkoma firmami polskimi lub zagranicznymi. Prowadzony jest głównie w formie grup eksporterów (*export grouping*) lub konsorcjów eksportowych. Forma ta pozwala wejść na rynki zagraniczne przedsiębiorstwom, które nie dysponują środkami finansowymi, kadrą pracowników lub kompetencjami wystarczającymi do samodzielnego rozszerzenia swojej działalności na rynki zagraniczne. Łączenie się firm zmniejsza tutaj ryzyko i koszty związane z podjęciem działalności eksportowej.

Na terytorium Wspólnoty na określenie eksportu i importu używa się odpowiednio pojęć wewnątrzwspólnotowa dostawa towaru i wewnątrzwspólnotowe nabycie towaru. Eksport oraz wewnątrzwspólnotowa dostawa towaru są w Polsce (podobnie jak w pozostałych krajach członkowskich) opodatkowane są zerową stawką podatku VAT, natomiast tzw. podatek finalny opłaca się w kraju sprzedaży (w wypadku dostaw wewnątrzwspólnotowych należy posiadać numer VAT-UE lub ewentualnie nie

przekroczyć określonego limitu, w przeciwnym razie należy w Polsce zapłacić należny podatek VAT zgodnie z jedną z obowiązujących stawek: 22, 7 lub 3%)⁴.

3. ZAŁOŻENIA METODOLOGICZNE BADAŃ

Celem prowadzonych badań była jakościowa analiza wpływu akcesji Polski do Unii Europejskiej na działalność eksportową przedsiębiorstw z województwa małopolskiego. W ramach tak wyodrębnionego celu, postawiono następujące hipotezy badawcze:

- H1:** Okres podjęcia działalności eksportowej (przed lub po akcesji) polskich przedsiębiorstw nie ma wpływu na udział eksportu w przychodach przedsiębiorstwa.
- H2:** Udział eksportu w przychodach polskich przedsiębiorstw nie zależy od orientacji geograficznej polskich przedsiębiorstw (w obrębie UE, poza UE).
- H3:** Motywy europeizacji działalności polskich przedsiębiorstw wpływają na wielkość udziału eksportu w przychodach.

W celu rozwiązania problemu badawczego określającego wpływ akcesji Polski do Unii Europejskiej na działalność eksportową badanych przedsiębiorstw posłużono się ankietą pocztową. Jako metodę operacjonalizacji wybrano percepcję menedżerską, która zapewnia akceptowalną poprawność i rzetelność, a przede wszystkim przewyższa inne metody pod względem praktyczności zastosowania. Jest bardzo często stosowana w analogicznych badaniach⁵. Stąd jako główną technikę badawczą zastosowano ankietowanie (poprzedzone sondażem diagnostycznym), uzupełnione techniką obserwacji. Sposób gromadzenia informacji wykorzystywał analizę *ex post* dokonaną przez przedsiębiorców (zmiany w okresie badania oraz przed akcesją, czyli 3 lata wcześniej).

Obiektami badań były przedsiębiorstwa prywatne z województwa małopolskiego bez względu na ich wielkość, czy formę prawną, które funkcjonowały na rynku co najmniej 3 lata (chodziło o wybór przedsiębiorstw, które rozpoczęły swoją działalność jeszcze przed przystąpieniem Polski do Unii Europejskiej). Dobór przedsiębiorstw do próby badawczej miał charakter losowy, przy czym badania ze względów pragmatycznych ograniczono do jednego województwa – małopolskiego. Założono, że materiał empiryczny powinien obejmować co najmniej 250, a maksymalnie 350 przypadków. Poszczególnych reprezentantów próby badawczej losowano na podstawie bazy REGON, przy czym zastosowano odmienne podejście, nie to standardowo stosowane w analogicznych badaniach. Próba badawcza była bowiem aktualizowana, aż do osiągnięcia zakładanej wielkości. Przy uwzględnieniu tych założeń otrzymano 350 ankiet, w tym 323 ankiety kompletne nadające się do dalszej obróbki statystycznej (odrzucono 27 ankiet ze względu na istotne braki).

⁴ Szerzej zob.: K. Modrzejewska, *VAT w Unii Europejskiej*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2004.

⁵ Argumentację przemawiającą za jej stosowaniem można znaleźć w: D.W.Lyon, G.T.Lumpkin, G.G.Dess, *Enhancing Entrepreneurial Orientation Research: Operationalizing and Measuring a Key Strategic Decision Making Process*, "Journal of Management" 2000, nr 5, s. 1055-1085.

4. WYNIKI BADAŃ EMPIRYCZNYCH⁶

Wśród badanej zbiorowości 27% przedsiębiorstw prowadziło działalność eksportową. Na podstawie obliczeń statystycznych potwierdzono, że podjęcie działań eksportowych zależy od wielkości badanych przedsiębiorstw ($\chi^2 = 58,2$ przy $p = 0,00000$). Eksporterami są głównie firmy duże i średnie, podczas gdy w przeważającej większości mikroprzedsiębiorstwa, ale także małe przedsiębiorstwa działają na rynku krajowym. Zaobserwowano także zależność, że im większe są badane przedsiębiorstwa, tym wyższy jest odsetek eksporterów (14,4% mikroprzedsiębiorstw, 29,5% małych przedsiębiorstw, 52,4% średnich przedsiębiorstw oraz 87,5% dużych przedsiębiorstw). Analogiczna zależność została również wykryta w ujęciu dwuczynnikowym uwzględniając sektor MŚP oraz DP ($\chi^2 = 31,5$ przy $p = 0,00000$). Aż 76,3% przedsiębiorstw z sektora MŚP nie jest eksporterami, podczas gdy aż 87,5% DP jest eksporterami. Prowadzenie działalności eksportowej zależy od formy prawnej badanych przedsiębiorstw ($\chi^2 = 36,2$ przy $p = 0,00002$), i tak:

- 70,6% badanych spółek akcyjnych jest eksporterami,
- 42,6% badanych spółek z o.o. jest eksporterami,
- 83,5% badanych przedsiębiorstw osób fizycznych nie jest eksporterami,
- 75,0% badanych spółek cywilnych nie jest eksporterami,
- 69,6% badanych spółek jawnych nie jest eksporterami.

Można zatem przyjąć, że działalność eksportowa jest bardziej popularna wśród bardziej wyrachowanych formy organizacyjno-prawnych badanych podmiotów. Działalność eksportowa jest skorelowana z branżą, w której działają badane przedsiębiorstwa ($\chi^2 = 38,3$ przy $p = 0,00007$). Eksporterzy działają głównie w branży produkcji i przetwórstwa przemysłowego, jednak umiarkowany odsetek eksporterów występuje również w takich branżach jak transport i komunikacja oraz budownictwo. W pozostałych branżach w zdecydowanej większości działają nieeksporterzy. Potwierdzona została także zależność podjęcia działań eksportowych od kapitału zagranicznego ($\chi^2 = 20,8$ przy $p = 0,00001$). Ponad $\frac{3}{4}$ firm z kapitałem zagranicznym to eksporterzy, a jednocześnie blisko $\frac{2}{3}$ firm tylko z kapitałem krajowym to nieeksporterzy. Podjęcie działalności eksportowej nie zależy natomiast od tego, czy badane przedsiębiorstwo jest firmą rodzinną, czy nie. Odsetek firm rodzinnych będących eksporterami jest niemal identyczny, co firm nie będących firmami rodzinnymi (por. tab. 4).

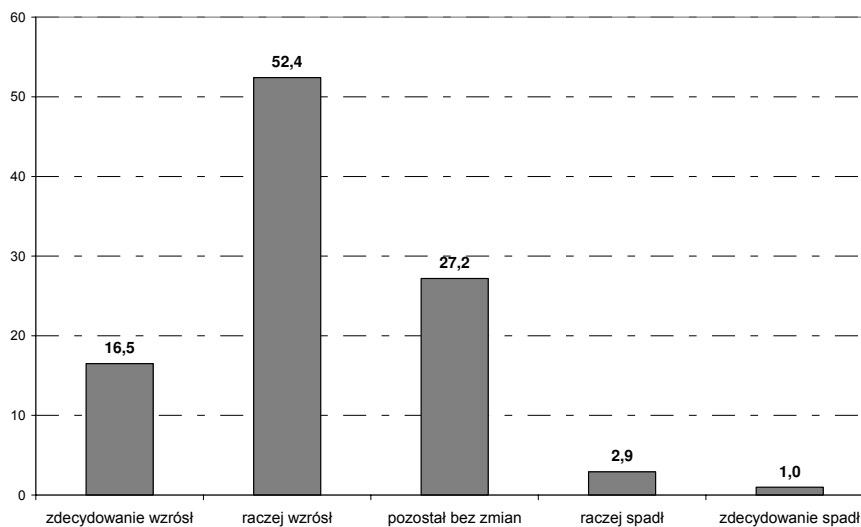
⁶ Badania empiryczne zostały przeprowadzone w ramach projektu badawczego pt. „Wpływ akcesji Polski do Unii Europejskiej na rozwój przedsiębiorstw województwa małopolskiego”, kierownik projektu: dr Krzysztof Wach, projekt badawczy nr N N 115 1449 33 (oznaczenie wewnętrzne 81/KPiI/2/2007/GI/047) finansowany przez Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego na podstawie umowy nr 1449/B/H03/2007/33, Wydział Ekonomii i Stosunków Międzynarodowych Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2007-2008.

Tabela 4. Macierz dwudzielna częstości obserwowanych zmiennych „działalność eksportowa” oraz „firma rodzinna”

częstości obserwowane			firma rodzinna		Razem
			nie jest firmą rodzinną	jest firmą rodzinną	
działalność eksportowa	eksporter	liczba obserwacji	61	26	87
		% z kolumny	29,33%	23,42%	-
		% z wiersza	70,11%	29,89%	-
		% z całości	19,12%	8,15%	27,27%
	nieeksporter	liczba obserwacji	147	85	232
		% z kolumny	70,67%	76,58%	-
		% z wiersza	63,36%	36,64%	-
		% z całości	46,08%	26,65%	72,73%
Razem	liczba obserwacji	208	111	319	
	% z całości	65,20%	34,80%	100,00%	

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Rys. 1. Zmiany udziału eksportu w przychodach badanych przedsiębiorstw na skutek przystąpienia Polski do Unii Europejskiej (w %)



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

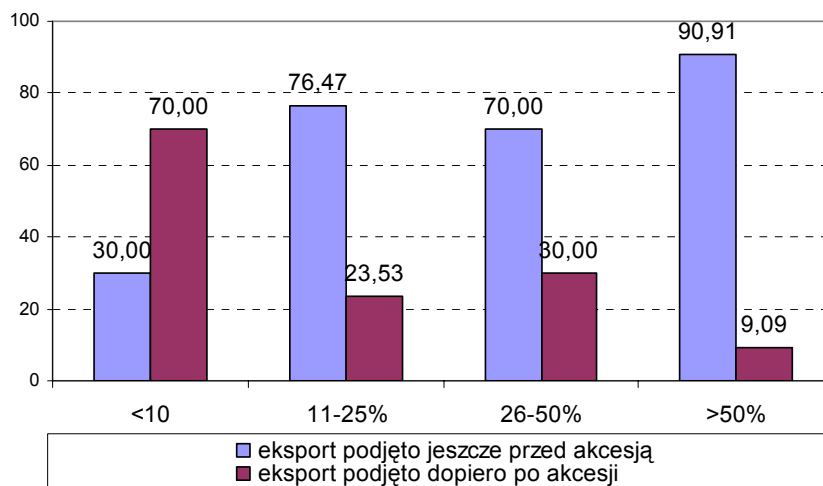
Wyniki badań są pozytywne jeśli chodzi o wpływ akcesji na wielkość prowadzonej działalności eksportowej. Ponad $\frac{2}{3}$ badanych przedsiębiorstw zanotowało wzrost udziału eksportu w przychodach po akcesji Polski do Unii Europejskiej (por. rys. 1). Na

podstawie obliczeń statystycznych potwierdzono także zależność rozwoju badanych przedsiębiorstw od prowadzenia przez nie działalności eksportowej ($\chi^2 = 17,2$ przy $p = 0,0002$). W takich samych proporcjach zarówno eksporterzy, jak i nieeksporterzy notowali umiarkowany regres. Natomiast przedsiębiorstwami, które w większości notowały zdecydowany rozwój byli eksporterzy (60,0%)⁷. Co więcej, aż 82,8% eksporterów wskazywało pozytywny wpływ akcesji na ich działalność, podczas gdy wskaźnik ten dla nieeksporterów wyniósł 50,6%. Przy użyciu narzędzi statystycznych potwierdzono także zależność oceny wpływu akcesji na działalność przedsiębiorstw od tego, czy prowadzą one działalność eksportową ($\chi^2 = 27,2$ przy $p = 0,00000$). Wyniki te potwierdzają powszechne przekonanie, że akcesja Polski do Unii Europejskiej pozytywnie wpłynęła na eksporterów. W badanej zbiorowości ten pozytywny wpływ odzwierciedla się nie tylko w deklaracjach, ale także w ewaluacji rozwoju badanych przedsiębiorstw.

Udział eksportu w przychodach badanych przedsiębiorstw (eksporterów) był zróżnicowany. W tej grupie:

- wśród 41,4% badanych eksporterów nie przekraczał 10%,
- wśród 20,7% badanych eksporterów wynosił 11-25%,
- wśród 24,1% badanych eksporterów wynosił 26-50%
- wśród 18,8% badanych eksporterów przekraczał 50%.

Rys. 2. Wpływ okresu podjęcia działalności eksportowej na udział eksportu w przychodach badanych przedsiębiorstw (w % danej kategorii)



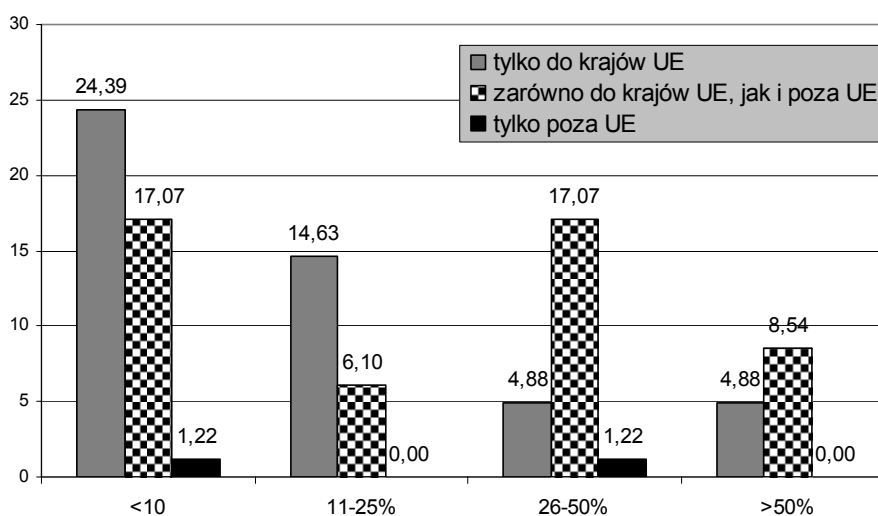
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Wyniki obliczeń statystycznych wykazują, że moment podjęcia działalności eksportowej (przed lub po akcesji) ma wpływ na udział eksportu w przychodach badanych przedsiębiorstw ($\chi^2 = 18,2$ przy $p = 0,0004$). Przedsiębiorstwa, które rozpoczęły

⁷ Tylko 34,1% nieeksporterów notowało zdecydowany rozwój, jednak warto zauważyć, że 60,2% nieeksporterów notowało umiarkowany rozwój.

działalność eksportową przed akcesją wykazują obecnie wyższy udział eksportu w ich przychodach (por. rys. 2). Nie oznacza to, że działalność eksportowa rozpoczęta po akcesji jest mniej korzystna, należy bowiem pamiętać że długość prowadzenia działań eksportowych odgrywa tutaj znaczącą rolę. Przytoczone wyniki pozwalają na odrzucenie przyjętej na wstępie hipotezy, że okres podjęcia działalności eksportowej przez przedsiębiorstwa nie ma wpływu na udział eksportu w przychodach przedsiębiorstw.

Rys. 3. Wpływ orientacji geograficznej działalności eksportowej na udział eksportu w przychodach badanych przedsiębiorstw (w % z całości)



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Blisko połowa (48,78%) badanych eksporterów prowadziła działalność eksportową tylko w obrębie Unii Europejskiej, tyle samo badanych firm eksportowało zarówno wewnątrz Wspólnoty, jak i do krajów trzecich (48,78%), zaledwie 2,44% prowadziło działalność eksportową jedynie poza Wspólnotą. Na podstawie kalkulacji statystycznych potwierdzono zależność wielkości udziału eksportu w przychodach badanych przedsiębiorstw od orientacji geograficznej prowadzonego eksportu przy dopuszczalnym poziomie istotności statystycznej ($\chi^2 = 11,6$ przy $p = 0,07$). Wysoki udział eksportu w przychodach notują przedsiębiorstwa prowadzące działalność eksportową zarówno do krajów Unii Europejskiej, jak i do krajów trzecich, bowiem dla 52,5% takich przedsiębiorstw udział eksportu w przychodach przekracza 25% (por. rys. 3). Przedsiębiorstwa, które prowadzą działalność eksportową wewnątrz Wspólnoty notują niższy udział eksportu w swoich przychodach, bowiem dla 50% z nich udział eksportu w przychodach nie przekracza 10% (analogicznie sytuacja wygląda dla tych eksportujących tylko poza UE). Może to oznaczać, że łatwość działalności eksportowej w obrębie Unii Europejskiej przyczynia się do zaangażowania w taką działalność relatywnie dużej liczby firm, dla których rynek europejski jest dodatkowym rynkiem zbytu, a działalność eksportowa jest działalnością uboczną. Dywersyfikacja geograficzna odbiorców

przyczynia się do osiągnięcia lepszych wyników. Na podstawie przytoczonych wyników należy odrzucić postawioną na wstępie hipotezę, że udział eksportu w przychodach przedsiębiorstw nie zależy od orientacji geograficznej badanych przedsiębiorstw.

Na podstawie kalkulacji statystycznych potwierdzono zależność wielkości udziału eksportu w przychodach badanych przedsiębiorstw od motywu internacjonalizacji ($\chi^2 = 18,4$ przy $p = 0,03$). Wyniki te uprawniają zatem do przyjęcia hipotezy, że motywy europeizacji działalności przedsiębiorstw wpływają na wielkość udziału eksportu w przychodach. Najwyższy udział eksportu w przychodach notują eksporterzy, których motywem internacjonalizacji jest czynnik wyciągający, a w następnej kolejności czynnik szans. Udział eksportu w przychodach eksporterów, których motywem internacjonalizacji był czynnik „wyciągający” był najwyższy dla najniższego przedziału (40,5%), jednak w najwyższym przedziale eksporterzy ci stanowili najliczniejszą grupę (18,9%). Wyniki te mogą świadczyć o tym, że eksporterzy są skłonieni do umiędzynarodowienia swojej działalności:

- na skutek dobrych wyników na rynku krajowym oraz ułatwień związanych z akcesją Polski do UE rozpoczęli dopiero intensyfikację swojej działalności eksportowej, stąd udział eksportu w ich przychodach jest w większości niewielki,
- na skutek dobrych wyników na rynku krajowym, a zarazem prawdopodobnie bardzo konkurencyjnej oferty stanowią najliczniejszą grupę, w której zanotowano najwyższy odsetek eksporterów notujących najwyższy udział eksportu w przychodach.

Zbliżoną sytuację można zaobserwować dla eksporterów, których motywem internacjonalizacji był czynnik przedsiębiorczy. Z jednej strony najliczniejsza grupa z nich notowała najniższy udział eksportu w przychodach (48,1%), z drugiej zaś stanowili oni najliczniejszą grupę eksporterów (37,0%), którzy notowali wysoki udział eksportu w swoich przychodach czyli 26-50%. Z kolei eksporterzy, dla których motywem internacjonalizacji był czynnik szans notowali relatywnie niski udział eksportu w swoich przychodach, co oznaczać może, że wykorzystanie nadarzających się okazji na rynkach zagranicznych było tymczasowe, dorywcze lub uboczne w stosunku do działalności na rynku krajowym. Z drugiej strony stanowili oni drugą co do liczności grupę eksporterów notujących najwyższy udział eksportu w swoich przychodach.

5. KONKLUZJE

Aż 65,3% spośród wszystkich 323 badanych przedsiębiorstw nie podjęło żadnych działań w zakresie umiędzynarodowienia swojej działalności, natomiast spośród 34,7% badanych przedsiębiorstw, które podjęły jakiekolwiek działania w zakresie umiędzynarodowienia swojej działalności – 41,8% podjęło takie działania dopiero po przystąpieniu Polski do Unii Europejskiej. Najpopularniejszą formą umiędzynarodowienia badanych przedsiębiorstw zarówno na rynku europejskim, jak i na rynkach krajów trzecich było podjęcie działalności eksportowej. Wyniki te świadczą o pozytywnym wpływie akcesji Polski do Unii Europejskiej na poziom europeizacji polskich przedsiębiorstw z tendencją do utrwalania się tego stanu rzeczy. Z kolei te firmy, które nie podjęły żadnych działań w zakresie umiędzynarodowienia swojej działalności w przeważającej większości jako powód podawały brak takiej potrzeby. Obserwacje te pozwalają na stwierdzenie, że te przedsiębiorstwa, które już działały na rynku europejskim pogłębiają proces europeizacji swojej działalności, natomiast te, które działały na rynku krajowym nie są zainteresowane umiędzynarodowieniem swojej

działalności. Blisko połowa badanych eksporterów prowadziła działalność eksportową tylko w obrębie Unii Europejskiej, tyle samo badanych firm eksportowało zarówno wewnątrz Wspólnoty, jak i do krajów trzecich, zaledwie 2,44% prowadziło działalność eksportową jedynie poza Wspólnotą. Na podstawie kalkulacji statystycznych potwierdzono zależność wielkości udziału eksportu w przychodach badanych przedsiębiorstw od orientacji geograficznej prowadzonego eksportu. Wysoki udział eksportu w przychodach notują przedsiębiorstwa prowadzące działalność eksportową zarówno do krajów Unii Europejskiej, jak i do krajów trzecich. Przedsiębiorstwa, które prowadzą działalność eksportową wewnątrz Wspólnoty notują niższy udział eksportu w swoich przychodach, bowiem dla 50% z nich udział eksportu w przychodach nie przekracza 10% (analogicznie sytuacja wygląda dla tych eksportujących tylko poza UE). Na podstawie przytoczonych wyników należy odrzucić postawioną na wstępie hipotezę, że udział eksportu w przychodach przedsiębiorstw nie zależy od orientacji geograficznej badanych przedsiębiorstw. Wyniki obliczeń statystycznych wykazują, że moment podjęcia działalności eksportowej (przed lub po akcesji) ma wpływ na udział eksportu w przychodach badanych przedsiębiorstw. Przedsiębiorstwa, które rozpoczęły działalność eksportową przed akcesją wykazują obecnie wyższy udział eksportu w ich przychodach. Wyniki badań pozwalają również na przyjęcie hipotezy, że po akcesji Polski do Unii Europejskiej nastąpiła, choć nieznaczna, intensyfikacja powiązań kooperacyjnych badanych przedsiębiorstw z podmiotami z pozostałych krajów unii Europejskiej.

LITERATURA

- [1] Bąk M., Kulawczyk P., Szczepanie M., Dmitruczuk I., *Poradnik eksportera dla MSP*, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 1999.
- [2] Fonfara K., Gorynia M., Najlepszy E., Schroeder J., *Strategie przedsiębiorstw w biznesie międzynarodowym*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań 2002.
- [3] *Handel zagraniczny. Organizacja i technika*, red. J. Rymarczyk, PWE, Warszawa 1996.
- [4] Lyon D.W., Lumpkin G.T., Dess G.G., *Enhancing Entrepreneurial Orientation Research: Operationalizing and Measuring a Key Strategic Decision Making Process*, "Journal of Management" 2000, nr 5.
- [5] Modrzejewska K., *VAT w Unii Europejskiej*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2004.
- [6] Pławgo B., *Zachowania małych i średnich przedsiębiorstw w procesie internacjonalizacji*, Instytut Organizacji i Zarządzania w Przemysle ORGAMSZ, Warszawa 2004.
- [7] *Wpływ akcesji Polski do Unii Europejskiej na rozwój przedsiębiorstw województwa małopolskiego*, kierownik projektu: dr Krzysztof Wach, projekt badawczy nr N N 115 1449 33 finansowany przez Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego na podstawie umowy nr 1449/B/H03/2007/33 zrealizowany na Wydziale Ekonomii i Stosunków Międzynarodowych Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2007-2008 (maszynopis powielony).

EXPORT ACTIVITIES OF MALOPOLSKIE VOIVODESHIP ENTERPRISES IN THE PROCESS OF EUROPEAN INTEGRATION

The paper presents results of own empirical research conducted on a random sample of 323 enterprises localized in *malopolskie* voivodeship in the first half of the year 2007. The period of 3 years after the accession of Poland to the European Union allowed to preliminary evaluation of the enlargement impact on export activities of Polish enterprises. The paper consists of two main parts. In the first one the theoretical conception of export as a form of internationalization was introduced, while in the second one the research methodology as well as research empirical results were described.