



Munich Personal RePEc Archive

Europeanisation of Business Activities after the Accession of Poland to the European Union

Wach, Krzysztof

Cracow University of Economics

2008

Online at <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/31633/>

MPRA Paper No. 31633, posted 23 Jun 2011 06:53 UTC

Dr Krzysztof Wach
Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

EUROPEIZACJA DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ PO AKCESJI POLSKI DO UNII EUROPEJSKIEJ

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 europeizację działalności 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. Europeizacja działalności gospodarczej

„Europeizacja” (ang. *Europeanization*, niem. *Europäisierung*, fr. *européisation*), zwłaszcza po wstąpieniu Polski do Unii Europejskiej, jest bardzo modnym i często używanym zwrotem, jednakże budzić może nieporozumienia, bowiem pojęcie to odnosi się do wielu zjawisk, jakie występują obecnie na kontynencie europejskim¹. Pojęcie to wykorzystywane jest dla opisu zmian w wielu wymiarach życia, między innymi w wymiarze geograficznym, politycznym, prawnym, socjologicznym, czy gospodarczym.

Europeizacja w znaczeniu socjologicznym to wprowadzanie lub przyjmowanie wzorców i zwyczajów europejskich, w tym europejskiego stylu życia².

Europeizacja w znaczeniu politycznym występuje na wielu płaszczyznach. Rozumiana może być jako penetracja narodowych systemów rządzenia, której rezultatem jest przekazanie części uprawnień krajowych wspólnotowemu ośrodkowi władzy. W ujęciu politologicznym

¹ Szerzej zob.: J.P. Olsen, *The Many Faces of Europeanization*, “ARENA Working Papers”, 2002, nr 2.

² W ujęciu historycznym pojęcie to odnoszono w tym znaczeniu do europeizacji Rosji (XVIII wiek) oraz Turcji (XX wiek). Współcześnie często mówi się o europeizacji Wielkiej Brytanii, jako nieco odmiennej tożsamościowo i kulturowo od Europy kontynentalnej.

Europeizacja oznacza także wpływ integracji europejskiej na państwo narodowe, a w szczególności na jego struktury, procesy i funkcje.

Europeizacja w znaczeniu prawniczym to konwergencja prawa krajowego z prawem wspólnotowym, której rezultatem jest z jednej strony transpozycja prawa wspólnotowego do krajowego porządku prawnego, a z drugiej bezpośrednio obowiązywanie prawa wspólnotowego w krajach członkowskich Unii Europejskiej.

Europeizacja w znaczeniu instytucjonalnym to tworzenie „Wspólnej Europy”, zjednoczonej i odgrywającej na świecie istotną rolę polityczną. W tym wymiarze europeizacja docelowo ujmuje Unię Europejską jako osobny podmiot prawa międzynarodowego przypominający federację. Warto w tym kontekście nadmienić, iż Unia Europejska jest obecnie na czwartym spośród pięciu etapów integracji.

Europeizacja w znaczeniu geograficznym sprowadza się do ekspansji terytorialnej Unii Europejskiej, czyli poszerzenia obszaru wpływu wspólnotowego systemu instytucjonalnego poprzez rozszerzenie Wspólnoty (dobrowolne przystąpienie)³.

Europeizacja w znaczeniu ekonomicznym jest różnie postrzegana. Europeizacja w znaczeniu makroekonomicznym zewnętrznym to z jednej strony tworzenie z Europy (a ściślej z Unii Europejskiej) znaczącego centrum gospodarczego na świecie utożsamianego z intensyfikacją roli Unii Europejskiej w tzw. Triadzie. Europeizacja w znaczeniu makroekonomicznym wewnętrznym to tworzenie z jednej strony dogodnych warunków dla rozwoju przedsiębiorstw na terytorium Unii Europejskiej (europejskie otoczenie biznesu, a ściślej europeizacja otoczenia przedsiębiorstw), z drugiej zaś konwergencja systemów makroekonomicznych poszczególnych krajów członkowskich Wspólnoty. Z kolei w znaczeniu mikroekonomicznym⁴ europeizacja to proces umiędzynarodowienia przedsiębiorstwa w skali europejskiej poprzez jego ekspansję na rynki krajów Unii Europejskiej (działalność przedsiębiorstwa na wspólnym rynku – tzw. jednolitym rynku europejskim). Ze względu na charakter niniejszego opracowania Autor w sposób szczególny skupi się na tym właśnie wymiarze europeizacji.

Europeizacja przedsiębiorstwa w znaczeniu mikroekonomicznym utożsamiana może być z jego internacjonalizacją, jednak z zastrzeżeniem ograniczenia przestrzennego ekspansji. Stąd formy (metody, sposoby, instrumenty) europeizacji są tutaj zbieżne z formami internacjonalizacji przedsiębiorstw. Wybór sposobów internacjonalizacji uzależniony jest zarówno od czynników endogenicznych (np. potencjał konkurencyjny firmy), jak również od

³ W ujęciu historycznym pojęcie to odnoszono w tym znaczeniu do kolonializmu.

⁴ Europeizacja w znaczeniu mikroekonomicznym utożsamiana jest z europeizacją działalności gospodarczej.

czynników egzogenicznych charakteryzujących dany rynek docelowej lokalizacji przedsięwzięcia lub branżę, w jakiej działa firma. 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 bowiem od teorii etapowej internacjonalizacji przedsiębiorstwa, która zakładała etapowy rozwój internacjonalizacji przedsiębiorstwa począwszy od form prostych do bardziej zaawansowanych⁵. Formy wejścia przedsiębiorstw na rynki zagraniczne można usystematyzować wykorzystując intensywność internacjonalizacji (czyli specyfikę i zakres działań podjętych przez przedsiębiorstwa na rynkach zagranicznych) uwzględniając ich pięć stopni (por. tab. 1).

Tab. 1. Formy umiędzynarodowienia przedsiębiorstw ze względu na specyfikę działań

zakres	charakterystyka	cecha	formy
handel	umiędzynarodowienie sfery wymiany	handlowa	eksport pośredni, eksport bezpośredni
układy	powiązania kooperacyjne z partnerem zagranicznym bez udziału kapitału	kontraktowa	licencjonowanie, franczyza, handel wymienny, obrót uszlachetniający, obrót nakładczy, obrót naprawczy, poddostawcy
uczestnictwo	powiązania kooperacyjne z partnerem zagranicznym z udziałem kapitału	partycypacyjna	umowa o współpracy, sojusz partnerski, spółka zależna (spółka <i>joint venture</i>)
integracja	produkcyjne inwestycje bezpośrednie za granicą	integracyjna	zakład produkcyjny
autonomia	samodzielne funkcjonowanie na rynkach zagranicznych we wszystkich fazach działalności	autonomiczna	biuro przedstawicielskie, oddział, spółka córka
			przedsiębiorstwo wielonarodowe, przedsiębiorstwo ponadnarodowe, korporacja transnarodowa, firma globalna

Źródło: opracowanie własne na podstawie: J. Rymarczyk, *Internacjonalizacji i globalizacja przedsiębiorstw*, PWE, Warszawa 2004, s.155.

Pierwszy stopień internacjonalizacji działań przedsiębiorstwa tożsamy jest z umiędzynarodowieniem sfery wymiany, głównie poprzez podjęcie działań eksportowych i

⁵ N. Daszkiewicz zawarła szczegółowy przegląd modeli wyjaśniających internacjonalizację przedsiębiorstw w jednej ze swoich monografii. Autorka przedstawia tam krytykę modeli etapowych. Zob.: N. Daszkiewicz, *Internacjonalizacja małych i średnich przedsiębiorstw*, Scientifig Publishing Group, Gdańsk 2004.

importowych⁶. W fazie tej przedsiębiorstwo jedynie realizuje zagraniczne zamówienia w miarę ich otrzymywania. W większości przypadków jest to jedyna forma angażowania się przedsiębiorstw (zwłaszcza małych i średnich) w działalność międzynarodową. Faza ta jest naturalną konsekwencją rozwoju.

Kolejny stopień intensywności internacjonalizacji działalności przedsiębiorstw stanowią powiązania kooperacyjne realizowane głównie poprzez zawieranie kontaktów z partnerami zagranicznymi, najczęściej producentami. Pierwsza faza to powiązania bez udziału kapitału (m.in. międzynarodowy obrót licencjami, *franchising* oraz kontrakty na poddostawcy), natomiast kolejna faza to powiązania z udziałem kapitału (m.in. wspólne prowadzenie działalności z partnerem zagranicznym w formie spółki handlowej).

Wyższym stopniem intensywności internacjonalizacji działań przedsiębiorstwa jest samodzielne prowadzenie działalności gospodarczej za granicą. W etapie tym firma wyraźnie wchodzi na rynki zagraniczne poprzez otwieranie przedstawicielstw, otwieranie oddziałów firmy, zawiązywanie spółki córki. W obrębie omawianego stopnia intensywności internacjonalizacji działań przedsiębiorstwa można wyróżnić jeszcze globalizację działalności przedsiębiorstwa. W tej fazie przedsiębiorstwo staje się międzynarodowe i dąży do konsolidacji wszystkich operacji międzynarodowych. Istotna jest tutaj wymiana produktów finalnych i komponentów pomiędzy filiami zagranicznymi, a firmą macierzystą. W fazie tej przedsiębiorstwo podejmuje decyzje, co do globalizacji wszystkich operacji. Na poziomie centralnym koordynowane są operacje produkcji, dystrybucji, czy usług, które są standaryzowane na obszarze dużych rynków. Globalizację przedsiębiorstwa można określać jako traktowanie przez przedsiębiorstwo świata jako jednego rynku. Działania firm mogą przybierać różne formy: przedsiębiorstwa międzynarodowego, przedsiębiorstwa ponadnarodowego, korporacji transnarodowej, firmy globalnej.

Poszczególne formy internacjonalizacji działalności przedsiębiorstwa są zróżnicowane pod wieloma względami (m.in. zakresem zaangażowania kapitału, zakresem zaangażowania zarządzania, zakresem kontroli, zakresem ryzyka, zakresem potencjalnego zysku, wysokością kosztów wejściowych)⁷. 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

⁶ Szczegółową analizę form wejścia na rynki zagraniczne można znaleźć w takich pracach jak: M. Gorynia, *Strategie zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw*, PWE, Warszawa 2007, s. 109-141; W. Grzegorzczak, *Strategie wejścia polskich przedsiębiorstw na rynki zagraniczne*, Wydawnictwo Stardruk, Warszawa 2006, s. 41-65; J. Rymarczyk, *Internacjonalizacji i globalizacja przedsiębiorstw*, PWE, Warszawa 2004, s. 152-209.

⁷ K. Fonfera, M. Gorynia, E. Najlepszy, J. Schroeder, *Strategie przedsiębiorstw w biznesie międzynarodowym*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań 2002, s. 75.

zarządzania na rynku zagranicznym. Im koszty wejścia są niższe, tym mniejsza jest opłacalność przeprowadzanych transakcji handlowych.

3. Metodyka badania wpływu akcesji na europeizację działalności przedsiębiorstw

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 hipotezę badawczą głoszącą, że polskie przedsiębiorstwa, które już działały na rynku europejskim przed przystąpieniem Polski do Unii Europejskiej pogłębiają proces europeizacji swojej działalności, natomiast te które działały jedynie na rynku krajowym nie są zainteresowane umiędzynarodowieniem swojej działalności.

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 badaniach. 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). W celu statystycznej weryfikacji hipotez w pracy zastosowano nieparametryczny test niezależności chi-kwadrat (χ^2).

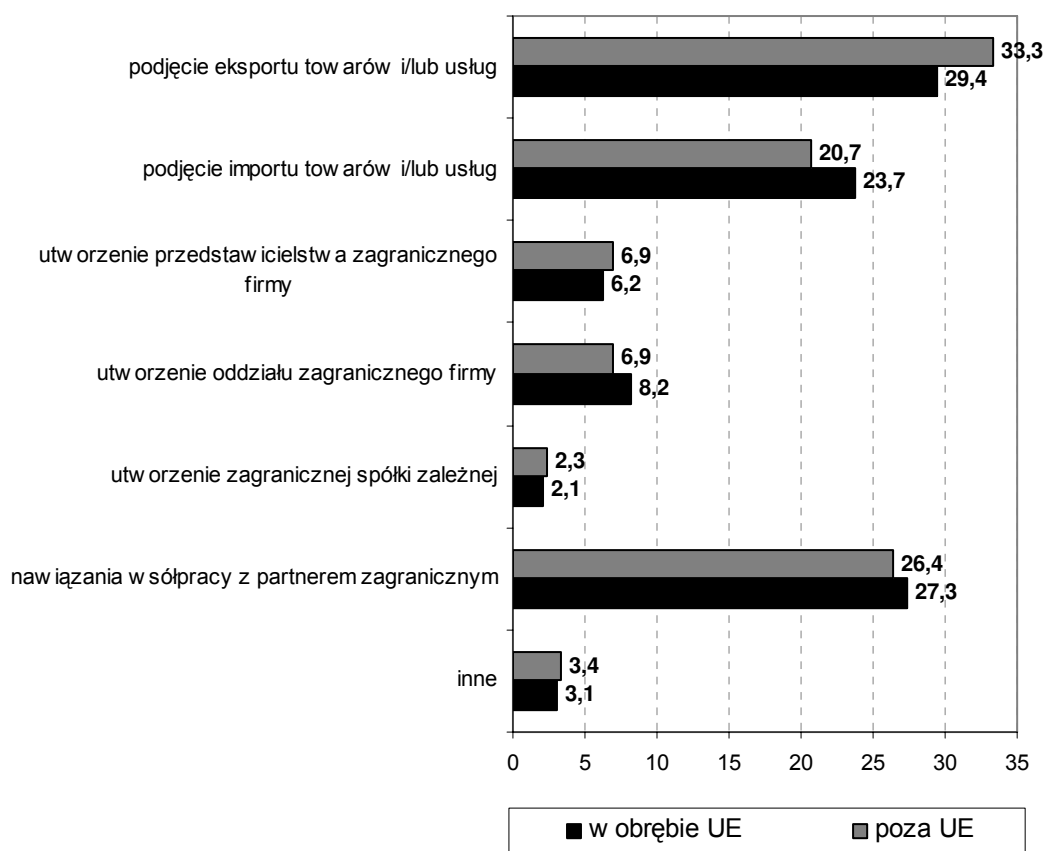
Obiektami badań były przedsiębiorstwa prywatne z województwa małopolskiego bez względu na ich wielkość, czy formę prawną, które funkcjonowały na rynku co najmniej 3 lata (chodziło o wybór przedsiębiorstw, które rozpoczęły swoją działalność jeszcze przed przystąpieniem Polski do Unii Europejskiej). Dobór 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. Zakres europeizacji badanych przedsiębiorstw

Najpopularniejszą formą umiędzynarodowienia badanych przedsiębiorstw zarówno na rynku europejskim, jak i na rynkach krajów trzecich było (por. rys. 1) podjęcie działalności eksportowej (29,4% w UE 33,% poza UE), ale także współpraca z partnerami zagranicznymi (27,3% w UE oraz 26,4% poza UE) oraz rozpoczęcie importu produktów lub usługi (23,7% z UE oraz 20,7% spoza UE). Badane przedsiębiorstwa nie będące firmami rodzinnymi znacznie częściej zaimplementowały po akcesji kilka form europeizacji niż firmy rodzinne ($\chi^2 = 9,7$ przy $p = 0,08$). Przedsiębiorstwa z kapitałem zagranicznym znacznie częściej niż te z krajowym nawiązały po akcesji współpracę z partnerem z krajów Wspólnoty ($\chi^2 = 11,4$ przy $p = 0,04$). W badanej zbiorowości zaobserwowano również, że niektóre branże są bardziej aktywne w europeizacji swojej działalności uwzględniając liczbę form wejścia na rynek europejski ($\chi^2 = 74,2$ przy $p = 0,04$). Przedsiębiorstwa działające w trzech branżach (produkcja i przetwórstwo przemysłowe, handel i naprawy, transport i komunikacja) znacznie częściej niż pozostałe wprowadziły kilka form europeizacji już po akcesji. Z kolei kilka forma internacjonalizacji podejmowane były najczęściej przez firmy działające na rynku dłużej niż 3,5 roku, a jednocześnie firmy młode, które na rynku działały nie dłużej niż 3,5 roku najczęściej podejmowały eksport do krajów spoza Wspólnoty ($\chi^2 = 14,9$ przy $p = 0,01$). Na podstawie kalkulacji statystycznych zaobserwowano interesującą zależność, że te firmy, które w pełni dostosowały się do standardów europejskich stanowiły najliczniejszą grupę firm, które podjęły kilka form umiędzynarodowienia swojej działalności na rynkach pozaeuropejskich ($\chi^2 = 66,2$ przy $p = 0,00000$). Świadczyć może to, że dzięki procesowi dostosowawczemu poprawiły one swoją konkurencyjność nie tylko na rynku europejskim, ale również na pozostałych rynkach. Zaobserwowano również, że orientacja geograficzna badanych przedsiębiorstw zależy od ich wielkości ($\chi^2 = 13,2$ przy $p = 0,04$). Mikroprzedsiębiorstwa i małe przedsiębiorstwa działają głównie na rynku europejskim, natomiast działanie zarówno na rynku europejskim, jak i na rynkach trzecich jest domeną średnich i dużych przedsiębiorstw. Ze względu na pozostałe badane zmienne niezależne nie wykryto istotnych statystycznie zależności.

Z kolei te firmy, które nie podjęły żadnych działań w zakresie umiędzynarodowienia swojej działalności w przeważającej większości jako powód podawały brak takiej potrzeby (80,6%). Były to głównie firmy najmniejsze, które działają na rynku lokalnym, co nie może być zaskakujące. Aż 85,% mikroprzedsiębiorstw nie dostrzegало potrzeby umiędzynarodowienia swojej działalności ($\chi^2 = 21,9$ przy $p = 0,009$). Drugim co do istotności

powodem był brak wiedzy w tym zakresie (6,2%). Jedynie 5,7% badanych przedsiębiorców jako powód zadeklarowało utrudnienia formalne⁸. Powód takiej sytuacji, oprócz wielkości przedsiębiorstwa, zależy również od branży w jakiej działają badane przedsiębiorstwa, choć trzeba podkreślić, że przy dopuszczalnym poziomie istotności statystycznej ($\chi^2 = 45,1$ przy $p = 0,07$). Brak takiej potrzeby najczęściej deklarowały przedsiębiorstwa działające w takich branżach jak handel i naprawy, pozostała działalność usługowa, edukacja oraz hotele i gastronomia. Z kolei brak wiedzy był istotnym powodem tylko w dwóch branżach – transporcie i komunikacji oraz obsłudze nieruchomości i służach biznesowych.



Rys. 1. Działania w zakresie umiędzynarodowienia działalności firm podjęte przez badane przedsiębiorstwa po akcesji Polski do Unii Europejskiej (w %)

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Aż 42,4% badanych przedsiębiorstw deklaruje podjęcie działań w zakresie umiędzynarodowienia swojej działalności w najbliższym roku. Plany umiędzynarodowienia zależą od wielkości przedsiębiorstwa ($\chi^2 = 25,4$ przy $p = 0,00001$). Duże przedsiębiorstwa są podzielone w swoich planach, natomiast uwzględniając sektor MŚP można wyciągnąć

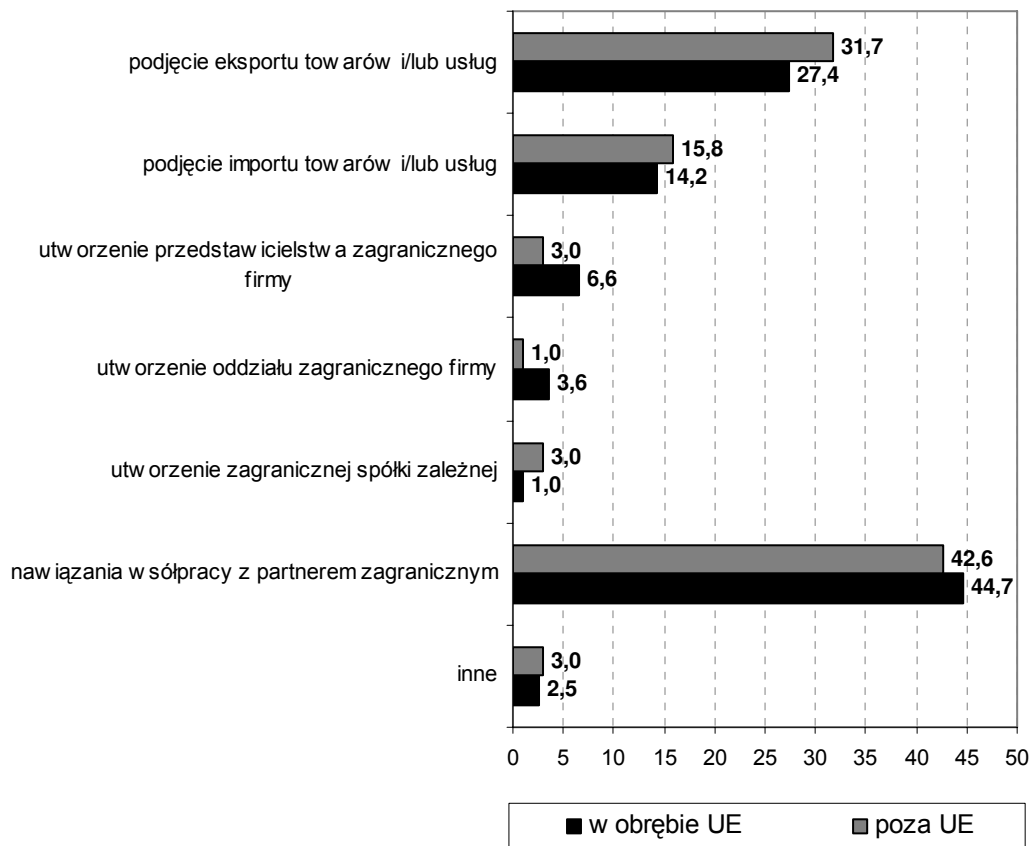
⁸ 7,5% badanych przedsiębiorstw deklaruowało inne powody. Przedsiębiorcy wskazywali m.in. brak kapitału, wysokie koszty, czy podjęcie wszelkich działań w tym zakresie już przed akcesją.

wniosek, że im większe jest przedsiębiorstwo, tym większy jest odsetek firm planujących podjęcie działań w zakresie umiędzynarodowienia (deklaracje takie wysuwała niespełna $\frac{1}{3}$ mikroprzedsiębiorstw, ponad połowa małych przedsiębiorstw oraz blisko $\frac{2}{3}$ średnich przedsiębiorstw). Na plany dotyczące internacjonalizacji wpływa także forma prawna badanych przedsiębiorstw ($\chi^2 = 31,6$ przy $p = 0,00005$). Najwyższy odsetek firm planujących internacjonalizację zanotowano wśród spółek z o.o. oraz spółek akcyjnych, z kolei najniższy wśród przedsiębiorstw prywatnych osób fizycznych oraz spółek cywilnych. Ponad $\frac{2}{3}$ firm rodzinnych nie planuje żadnych działań w zakresie umiędzynarodowienia swojej działalności, podczas gdy plany przedsiębiorstw nie będących firmami rodzinnymi są niemal równomiernie rozłożone ($\chi^2 = 7,6$ przy $p = 0,006$). Zależność planów internacjonalizacji zależy także od udziału kapitału zagranicznego w aktywach badanych firm ($\chi^2 = 6,9$ przy $p = 0,008$). Ponad $\frac{2}{3}$ firm z kapitałem zagranicznym planuje internacjonalizację, podczas gdy niespełna $\frac{1}{3}$ firm z kapitałem krajowym deklaruje takie plany. Zaobserwowano także, że im wyższy jest stopień wiedzy o zasadach funkcjonowania jednolitego rynku europejskiego, tym wyższy jest odsetek firm deklarujących plany w zakresie internacjonalizacji swojej działalności ($\chi^2 = 11,5$ przy $p = 0,003$)⁹. W badanej zbiorowości zaobserwowano także zależność deklaracji działań w zakresie internacjonalizacji od faktu ubiegania się o dotacje europejskie ($\chi^2 = 24,7$ przy $p = 0,00000$). Blisko $\frac{2}{3}$ przedsiębiorstw, które starały się o dotacje, planuje działania w zakresie umiędzynarodowienia, a jednocześnie ponad $\frac{2}{3}$ przedsiębiorstw, które nie starały się o dotacje, nie planuje żadnych działań w zakresie internacjonalizacji. Analogiczną prawidłowość zaobserwowano dla firm, które otrzymały dotacje z funduszy europejskich, a proporcje deklaracji były niemalże identyczne ($\chi^2 = 13,1$ przy $p = 0,0003$). Analizowane plany zależą także od stopnia wprowadzenia w badanych przedsiębiorstwach procesu dostosowawczego do wymagań i standardów europejskich ($\chi^2 = 32,9$ przy $p = 0,00000$). Aż 91,1% przedsiębiorstw, które wcale nie realizują procesu dostosowawczego, nie planuje podjęcia żadnych działań w zakresie internacjonalizacji.

Plany badanych przedsiębiorstw w zakresie umiędzynarodowienia swojej działalności są zbieżne z obecnym poziomem internacjonalizacji badanych przedsiębiorstw, jednak ze znacznym udziałem w zakresie planów nawiązania współpracy z partnerami zagranicznymi (por. rys. 2). Wyniki te świadczą o pozytywnym wpływie akcesji Polski do Unii Europejskiej

⁹ Wśród firm deklarujących wysoki stopień wiedzy aż 62,5% deklaruje plany w zakresie internacjonalizacji, wystarczający – 44,5%, natomiast znikomy 29,4%.

na poziom europeizacji polskich przedsiębiorstw z tendencją do utrwalania się tego stanu rzeczy.



Rys. 2. Planowane działania w zakresie umiędzynarodowienia działalności firmy w przeciągu najbliższych 12 miesięcy (w %)

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

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 jakiegokolwiek 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. 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

- Daszkiewicz N., *Internacjonalizacja małych i średnich przedsiębiorstw*, SPG, Gdańsk 2004.
- Fonfara K., Gorynia M., Najlepszy E., Schroeder J., *Strategie przedsiębiorstw w biznesie międzynarodowym*, Wyd. AE w Poznaniu, Poznań 2002.
- Gorynia M., *Strategie zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw*, PWE, Warszawa 2007.
- Grzegorzczak W., *Strategie wejścia polskich przedsiębiorstw na rynki zagraniczne*, Wyd. Stardruk, Warszawa 2006.
- Olsen J.P. , *The Many Faces of Europeanization*, "ARENA Working Papers", 2002, nr 2.
- Rymarczyk J., *Internacjonalizacji i globalizacja przedsiębiorstw*, PWE, Warszawa 2004 .
- Wpływ akcesji Polski do Unii Europejskiej na rozwój przedsiębiorstw województwa małopolskiego*, kierownik projektu: dr Krzysztof Wach, projekt badawczy nr NN 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).

EUROPEANISATION OF BUSINESS ACTIVITIES AFTER THE ACCESSION OF POLAND TO THE EUROPEAN UNION

Summary: The paper presents results of own empirical research conducted on a random sample of 323 enterprises localized in *małopolskie* 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 Europeanisation of business activities of Polish enterprises. The paper consists of two main parts. In the first one the theoretical conception of Europeanisation of business activities was introduced, while in the second one the research methodology as well as research empirical results were described.