

DZIAŁALNOŚĆ EKSPORTOWA MAŁYCH I ŚREDNICH FIRM W POLSCE JAKO NARZĘDZIE ICH INTERNACJONALIZACJI

Streszczenie

Postępujący proces globalizacji stwarza dla przedsiębiorstw, także z sektora MSP, nowe warunki funkcjonowania. Aby mogły się one rozwijać, muszą uczestniczyć także w rynku międzynarodowym. Rosnące zaangażowanie przedsiębiorstw w operacje zagraniczne określane jest mianem procesu ich internacjonalizacji lub umiędzynaradawiania. Podstawową metodą internacjonalizacji przedsiębiorstw jest podejmowanie i rozwijanie przez te podmioty działalności eksportowej. Aktywność eksportowa małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce jest jednak stosunkowo niewysoka. Należy oczekiwać, że programy unijne skierowane na rozwój tego typu aktywności w sektorze MSP, przyczynią się do poprawy sytuacji w tym zakresie.

Słowa kluczowe: globalizacja, internacjonalizacja, sektor małych i średnich przedsiębiorstw, działalność eksportowa, pomoc unijna.

1. Istota i przesłanki internacjonalizacji przedsiębiorstwa

Procesy globalizacyjne, przejawiające się w rosnących zależnościach między krajami mają wpływ także na podmioty gospodarcze funkcjonujące w ich obrębie. Wskutek zanikania ograniczeń w przepływie informacji, pracy i kapitału, zmieniają się warunki funkcjonowania wszystkich przedsiębiorstw, także tych działających do tej pory wyłącznie na rynku krajowym. Sektor MSP musi się zmierzyć z silną konkurencją zagranicznych przedsiębiorstw, która dociera na rynki lokalne. Jednocześnie otwierają się przed nim nowe, atrakcyjne możliwości ekspansji na rynki zagraniczne.

Proces internacjonalizacji przedsiębiorstwa określane jest często mianem jego umiędzynarodowienia i oznacza rosnące zaangażowanie przedsiębiorstw w operacje zagraniczne. W literaturze jest wiele definicji określających to zjawisko. Można je traktować²:

¹ Dr hab. prof. Uniwersytetu w Białymstoku, Wydział Ekonomii i Zarządzania.

² W. Głód, 2008, *Podstawy teoretyczne przedsiębiorczości międzynarodowej - teorie i modele internacjonalizacji przedsiębiorstwa* [w:], *Przedsiębiorczość międzynarodowa. Aspekty teoretyczne i praktyczne*, red. T. Kraśnicka, Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej w Katowicach, Katowice, s. 21.

- procesowo,
- statycznie (instytucjonalnie),
- w sposób uzależniony od postępowania (behawiorystyczny).

Internacjonalizacja najczęściej przedstawiana jest jako proces, który polega na stopniowym nabywaniu, integrowaniu i używaniu wiedzy na temat rynków zagranicznych i operacji związanych z działaniem na nich³. Zdobywając coraz większą wiedzę na temat rynków zagranicznych przedsiębiorcy coraz bardziej angażują się w wymianę handlową z odbiorcami zagranicznymi. Podkreśla się przy tym, że umiędzynarodowienie działalności przedsiębiorstwa jest procesem ciągłym i polega na przechodzeniu od prostych do coraz bardziej złożonych form ekspansji zagranicznej⁴. Na początku są to zatem często sporadyczne transakcje handlowe z zagranicą, a w najbardziej rozwiniętej formie – podejmowanie działalności produkcyjnej w wielu krajach⁵.

Ujęcie statyczne internacjonalizacji sprowadza się przede wszystkim do jego kwantyfikacji. Chodzi tu o zastosowanie określonych wskaźników, które informowałyby o intensywności umiędzynarodowienia przedsiębiorstwa oraz charakteryzowałyby wpływ różnorodnych czynników instytucjonalnych na stopień nasilenia tego procesu.

Podejście behawioralne polega na rozpatrywaniu zjawiska internacjonalizacji przedsiębiorstw poprzez pryzmat postępowania ich kierownictwa. W literaturze wyróżnia się cztery podstawowe sposoby postępowania⁶:

- etnocentryczne, w którym decyzje kierownicze podejmowane są tylko z punktu widzenia centrali przedsiębiorstwa;
- policentryczne – opiera budowę strategii działania przedsiębiorstwa zgodnie z zasadami kraju goszczącego to przedsiębiorstwo;
- regiocentryczne, które oznacza, że przedsiębiorstwo dostrzega korzyści w dostosowaniu swoich działań do specyfiki regionu, w którym funkcjonuje;
- geocentryczne, które zakłada, że przedsiębiorstwo uwzględnia w swoich działaniach perspektywę światową.

W sposób najbardziej prosty internacjonalizację przedsiębiorstwa określa J. Rymarczyk, pisząc, że jest to: *każdy rodzaj działalności gospodarczej, podejmowanej przez przedsiębiorstwo zagranicą*⁷. W takim ujęciu internacjonalizacja obejmuje każdy obszar działalności przedsiębiorstwa poza rynkiem krajowym: np. eksport towarów, wysyłanie pracowników firmy do pracy za granicę lub tworzenie wspólnych przedsięwzięć kapitałowych z partnerem zagranicznym.

³ R. Morawczyński, 2008, *Przedsiębiorczość międzynarodowa*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków, s.10; M.K. Witek-Hajduk, 2010, *Strategie internacjonalizacji polskich przedsiębiorstw w warunkach akcesji Polski do Unii Europejskiej*, Wyd. SGH, Warszawa, s. 18.

⁴ Z. Pierścionek, 2003, *Strategie konkurencji i rozwoju przedsiębiorstwa*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, s. 467.

⁵ Taki przebieg internacjonalizacji zakłada model J. Johnsona i P.F. Wiedesheima-Paula z 1975 roku, R. Morawczyński, op. cit., s. 10.

⁶ W. Głód, op. cit., s. 22.

⁷ J. Rymarczyk, 2004, *Internacjonalizacja i globalizacja przedsiębiorstwa*, Wyd. PWE, Warszawa, s. 19.

W dobie globalizacji konkurencja na rynku wewnętrznym, na którym głównie działają małe i średnie przedsiębiorstwa, ulega nasileniu. Oprócz dotychczasowych, krajowych konkurentów pojawiają się zagraniczni dostawcy dóbr i usług. Wielu z nich dzięki niższym kosztom wytwarzania może zaproponować towary po atrakcyjnie niskich cenach.

Przedsiębiorstwa krajowe w związku z niewielkimi rozmiarami rynku lokalnego zmuszone są do wyjścia ze swoją ofertą na rynki zagraniczne. Wśród przyczyn angażowania się firm na rynkach zagranicznych wymienić zatem należy:

- postępujący międzynarodowy podział pracy;
- relatywne zmniejszanie się kosztów transportu i komunikacji (rozwój Internetu)⁸;
- zmniejszenie ograniczeń w handlu międzynarodowym dzięki pracom Światowej Organizacji Handlu (WTO), Banku Światowego i Organizacji Współpracy Gospodarczej i Rozwoju (OECD)⁹;
- upodabnianie się preferencji konsumentów w krajach rozwiniętych przy jednoczesnym wzroście ich siły nabywczej;
- konkurencja na rynku krajowym zmuszająca do podwyższenia jakości i różnorodności oferowanych produktów.

W krajach członkowskich Unii Europejskiej istotną przesłanką internacjonalizacji przedsiębiorstw było budowanie jednolitego rynku europejskiego. Podstawowe zasady tego rynku, obejmujące swobodny przepływ czynników produkcji, spowodowały, że przedsiębiorstwa na tym obszarze zaczęły funkcjonować w otoczeniu międzynarodowym, nawet jeśli nie prowadziły sprzedaży swoich produktów na rynki obce. Warunkiem ich dalszego funkcjonowania stało się dostosowanie do wymogów unijnych i spełnienie różnego rodzaju norm.

Przedsiębiorstwa w procesie internacjonalizacji widzą możliwość realizacji wielu stawianych sobie celów, między innymi:¹⁰

- wzrost obrotu i wzrost udziału w rynku (zdobywanie nowych rynków zbytu);
- obniżenie jednostkowego kosztu wytwarzania;
- wzrost zysku wynikający z większej skali działalności;
- wzrost wiarygodności kredytowej;
- dywersyfikacja ryzyka;
- chęć zdobycia nowej wiedzy;
- poprawa wizerunku firmy poprzez obecność na rynkach zagranicznych.

⁸ R. Morawczyński, *Przedsiębiorczość ...*, op. cit., s. 73.

⁹ J. Bednarz, E. Gostomski, 2009, *Działalność małych i średnich przedsiębiorstw na rynkach zagranicznych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk, s. 39.

¹⁰ A. Bielawska, 2007, *Przyczyny, motywy i ryzyko internacjonalizacji przedsiębiorstwa*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego 2007 nr 487, s. 146.

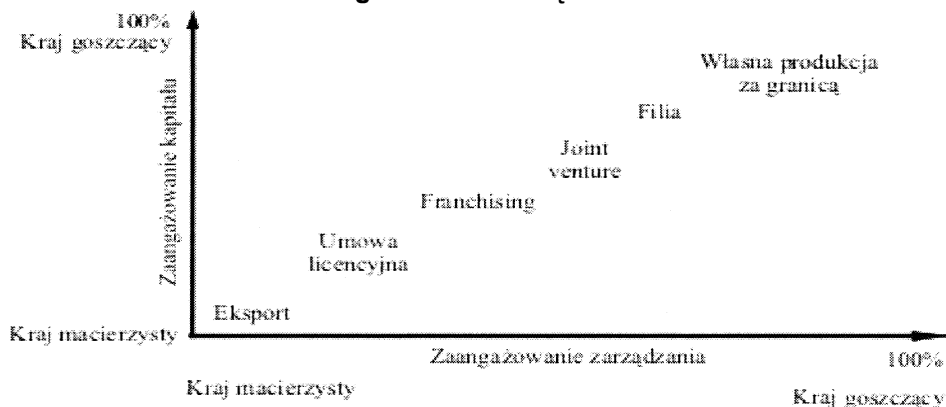
2. Formy internacjonalizacji przedsiębiorstw

W literaturze przedmiotu występuje zbliżony podział sposobów wejścia na rynki zagraniczne. Najczęściej wymienia się pięć podstawowych form internacjonalizacji przedsiębiorstwa¹¹:

- Eksport.
- Sprzedaż licencji za granicę.
- *Franchising* (franszyza).
- *Joint venture* z przedsiębiorstwem kraju goszczącego.
- Założenie całkowicie nowego przedsiębiorstwa (jednostki zależnej).

W kolejnych fazach następuje wzrost zaangażowania nie tylko kapitału, ale także zarządzania w operacjach zagranicznych (Wykres nr 1).

Wykres 1. Formy strategii wejścia a wykorzystanie kapitału i angażowanie zarządzania



Źródło: *Rozwój i konkurencyjność małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce, 2007*, red. A. Nehring, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków, s. 30.

R. Morawczyński wyodrębnia eksportowe i nie eksportowe formy umiędzynarodowienia przedsiębiorstw¹². Eksport jest najczęściej stosowaną formą zaistnienia przedsiębiorstwa na rynkach zagranicznych. Obejmuje on różne rodzaje sprzedaży:

- eksport pośredni (pośrednik przyjmuje na siebie koszty i ryzyko dalszej dystrybucji towarów);
- eksport bezpośredni - przez przedstawiciela, agenta zagranicznego, filię handlową, *dealera*;
- eksport w ramach ugrupowania eksporterów;
- eksport przez uszlachetnianie czynne (obróbka niewykończonego produktu i odesłanie go z powrotem do zamawiającego przedsiębiorstwa zagranicznego).

¹¹ *Podstawy nauki o przedsiębiorstwie, 2007*, red. J. Lichtarski, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. O. Langego we Wrocławiu, Wrocław, s. 492 i nast.

¹² R. Morawczyński, op. cit., s. 18-28.

Eksport pośredni jest charakterystyczny przede wszystkim w pierwszej fazie internacjonalizacji przedsiębiorstwa. Nie musi ono wówczas podejmować żadnych działań związanych z przewozem towarów przez granicę. Tym zajmują się pośrednicy, którzy ponoszą koszty i ryzyko dystrybucji towarów. Natomiast eksport bezpośredni oznacza samodzielne podjęcie działań producenta w związku ze sprzedażą produktów odbiorcom zagranicznym. Wymaga znacznej wiedzy przedsiębiorcy na temat rynków zagranicznych, posiadania kontaktów z odbiorcami w innych krajach oraz znajomości technik sprzedaży.

Formy nie eksportowe procesu umiędzynarodowienia przedsiębiorstw obejmują działania *kontraktualne* (sprzedaż licencji, sprzedaż praw franchisingowych) oraz inwestycyjne (*joint venture*, budowa własnego zakładu zagranicą, przejęcie przedsiębiorstwa zagranicznego).

3. Rola małych i średnich firm w gospodarce

Od początku 2005 roku we wszystkich krajach członkowskich Unii Europejskiej obowiązuje klasyfikacja małych i średnich przedsiębiorstw wynikająca z rekomendacji Komisji Europejskiej z marca 2003 roku. Zgodnie z tym dokumentem sektor małych i średnich firm obejmuje podmioty gospodarcze o liczbie zatrudnionych 1-249, obrocie rocznym nie przekraczającym wartości 50 mln euro i/lub wartości sumy bilansowej na koniec roku obrachunkowego nie wyższej niż 43 mln euro. W tak określonej zbiorowości przedsiębiorstw wyróżnia się¹³:

- mikroprzedsiębiorstwa, o liczbie zatrudnionych mniej niż 10 pracowników, osiągające roczny obrót (suma bilansowa) nie wyższy niż 2 mln euro;
- małe przedsiębiorstwa, zatrudniające mniej niż 50 pracowników i osiągające roczny obrót (sumę bilansową) nie wyższy niż 10 mln euro;
- średnie przedsiębiorstwa, w których liczba pracowników nie przekracza 250 osób, roczny obrót 50 mln euro a suma bilansowa jest niższa niż 43 mln euro.

Specyficzne cechy małych i średnich przedsiębiorstw powodują, że są one stymulatorem rozwoju gospodarczego w każdym kraju. Wśród tych cech należy m.in. wymienić:

- szybką reakcję tych przedsiębiorstw na zmiany zachodzące na rynku – w odpowiedzi na nowe potrzeby konsumentów, firmy z sektora MSP są w stanie szybko wprowadzić na rynek nowe produkty, dostosowując swój potencjał wytwórczy do aktualnego popytu¹⁴;
- powyższa cecha w znacznej mierze wynika z tego, że właściciele firm są bezpośrednio zaangażowani w działalność gospodarczą, ponoszą ryzyko związane z tą działalnością i za powstałe zobowiązania odpowiadają całym swoim majątkiem;
- sektor małych i średnich przedsiębiorstw jest nośnikiem postępu technicznego.

¹³ Ustawa z dnia 02.07.204 r. o swobodzie działalności gospodarczej, Dz. U. nr 173, poz. 1807.

¹⁴ J. Bednarz, E. Gostomski, 2009, *Działalność małych i średnich przedsiębiorstw na rynkach zagranicznych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk, s. 17.

Innowacyjność drobnej wytwórczości wynika przede wszystkim z dążenia do coraz lepszego dostosowywania się do zmieniających się potrzeb rynku¹⁵;

- przedsiębiorstwa o małej skali produkcji charakteryzuje łatwość wchodzenia w różne związki kooperacyjne w celu osiągnięcia korzystnych rezultatów skali;
- istotnym jest także to, że małe przedsiębiorstwa cechuje twarda dyscyplina finansowa – korzystanie przez nie z dotacji budżetowych jest ograniczone, co korzystnie wpływa na zawirowania inflacyjne.

Sektor małych i średnich przedsiębiorstw pod względem ilościowym jest dominującą grupą podmiotów gospodarczych (Tabela nr 1). W roku 2009 stanowiły one 99,9% wszystkich przedsiębiorstw. W tej grupie najliczniej są reprezentowane mikroprzedsiębiorstwa. Stanowią one prawie 95% wszystkich podmiotów gospodarczych (Tabela nr 2). Działają one zazwyczaj w jednej branży, najczęściej handlu, transporcie, budownictwie oraz obsłudze nieruchomości i firm. Od roku 2004 udział mikroprzedsiębiorstw nieznacznie maleje, zasadniczą tego przyczyną jest wzrost udziału przedsiębiorstw określanych jako małe, tzn. zatrudniających 10 - 49 pracowników. Ta grupa przedsiębiorstw w latach 2003-2009 charakteryzuje się najwyższą dynamiką (117,68%), wobec 106,48% wzrostu liczby wszystkich przedsiębiorstw i 106,05% mikroprzedsiębiorstw.

Tabela 1. Liczba podmiotów gospodarczych (zarejestrowanych w REGON)

Rok	Ogółem	w tym podmioty o liczbie zatrudnionych			
		0-9	10-49	50-249	Pow. 249
2003	3643992	3463245	144618	30106	6023
2004	3670915	3485970	149159	30029	5757
2005	3718521	3528198	154643	30174	5506
2006	3740741	3548677	156408	30174	5437
2007	3794422	3599259	159426	30266	5471
2008	3868061	3666481	164795	31225	5560
2009	3880237	3672853	170182	31648	5554

Źródło: www.parp.gov.pl z dnia 20.05. 2011.

Tabela 2. Struktura podmiotów gospodarczych (2003-2009 -%)

Rok	Ogółem	w tym podmioty o liczbie zatrudnionych			
		0-9	10-49	50-249	Pow. 249
2003	100,00	95,04	3,97	0,83	0,17
2004	100,00	94,96	4,06	0,82	0,16
2005	100,00	94,88	4,16	0,81	0,15
2006	100,00	94,87	4,18	0,81	0,15
2007	100,00	94,86	4,20	0,80	0,14
2008	100,00	94,79	4,26	0,81	0,14
2009	100,00	94,66	4,39	0,82	0,14

Źródło: www.parp.gov.pl, obliczenia własne.

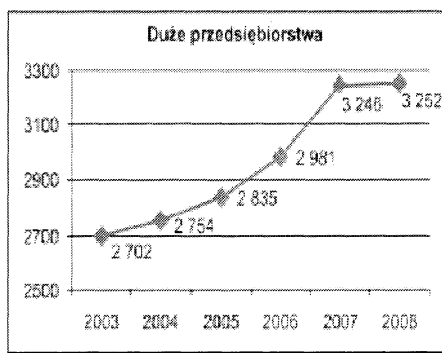
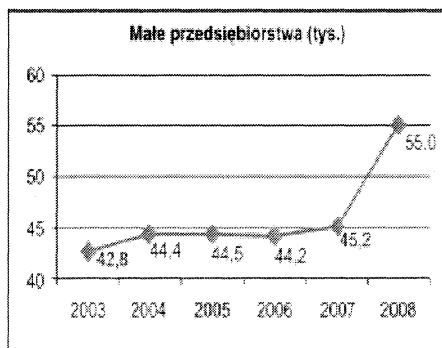
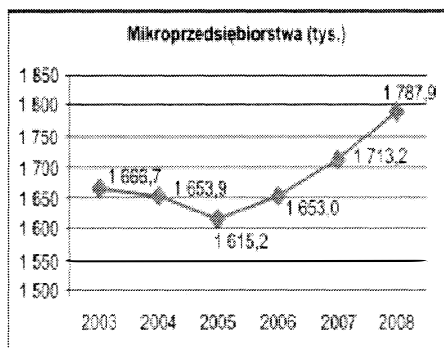
¹⁵ *Wybrane problemy funkcjonowania przedsiębiorstwa*, 2007, red. K. Wietrzyk-Szczepkowska, Szczecin, s. 89.

Z punktu widzenia oddziaływania przedsiębiorstw na gospodarkę istotne znaczenie mają tzw. przedsiębiorstwa aktywne, tzn. takie, które prowadzą działalność gospodarczą. W roku 2008 przedsiębiorstwa aktywne stanowiły zaledwie 48,1% wszystkich zarejestrowanych, a zatem prawie co drugie zarejestrowane przedsiębiorstwo z różnych powodów nie prowadziło działalności. Najmniej aktywnych firm było wśród małych przedsiębiorstw (33,3%), najwięcej wśród przedsiębiorstw dużych (58,5%).

Korzystnym zjawiskiem jest wzrost liczby firm aktywnych we wszystkich grupach podmiotów gospodarczych (Wykres nr 2).

Syntetycznym wskaźnikiem określającym znaczenie małych i średnich przedsiębiorstw w gospodarce jest ich udział w tworzeniu PKB. Wysoki poziom rozwoju gospodarczego kraju, któremu towarzyszy wzrost PKB *per capita*, jest jednym z podstawowych celów gospodarczych państwa.

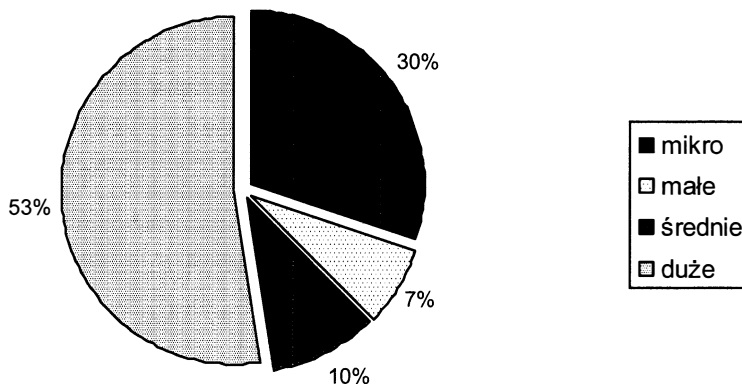
Wykres 2. Przedsiębiorstwa aktywne (2003-2008)



Źródło: www.parp.gov.pl, 20.05.2011

W roku 2009 wkład przedsiębiorstw sektora MSP w tworzenie produktu krajowego brutto wyniósł 47,4% (Wykres nr 3).

Wykres 3. Udział sektora



Źródło: www.parp.gov.pl, opracowanie własne, 20.05.2011.

W literaturze zwraca się uwagę na fakt, iż z wielu względów udział MSP w tworzeniu PKB może być zanizony. Należy do nich zaliczyć między innymi¹⁶:

- większy niż w sektorze dużych przedsiębiorstw udział szarej strefy;
- trudności z wyliczeniem rzeczywistego rezultatu działalności MSP, szczególnie w wypadku przedsiębiorstw rodzinnych, w których rozdzielanie pracy najemnej i pomocy o charakterze nierynkowym jest często niemożliwe i trudno jest określić czas pracy członków rodziny;
- brak wiarygodnych danych statystycznych dotyczących mikroprzedsiębiorstw.

Szczególne znaczenie przypada sektorowi MSP na rynku pracy. Można określić, że zatrudniając 70% ogółu pracujących w przedsiębiorstwach, jest on największym pracodawcą w gospodarce rynkowej. Od 2003 roku poziom zatrudnienia wzrasta we wszystkich grupach przedsiębiorstw. Najwyższą dynamiką zatrudnienia charakteryzują się małe przedsiębiorstwa (125,31% w 2008 w porównaniu do 2003), przy dynamice zatrudnienia ogółem równej 116,64%. Od rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw w znacznym stopniu zależy zatem poziom bezrobocia w kraju.

Tabela 3. Dynamika zatrudnienia w przedsiębiorstwach (lata 2003-2008)

Rok	Ogółem	w tym podmioty o liczbie zatrudnionych			
		0-9	10-49	50-249	Pow. 249
2008	116,64	109,73	125,31	114,84	124,39

Źródło: www.parp.gov.pl, obliczenia własne.

¹⁶ J. Bednarz, E. Gostomski, 2009, *Działalność małych ...*, op. cit., s. 25.

4. Działalność eksportowa małych i średnich przedsiębiorstw¹⁷

Do najważniejszych form aktywności małych i średnich firm na rynku międzynarodowym należy eksport i import. Pozostałe wcześniej wymienione formy udziału w obrocie gospodarczym, takie jak sprzedaż licencji i bezpośrednie inwestycje zagraniczne, mają mniejsze znaczenie. Eksport jako metoda ekspansji zagranicznej przedsiębiorstwa nie wymaga angażowania takich środków, jakie są niezbędne w przypadku uruchamiania produkcji za granicą.

W roku 2009 liczba firm eksportujących swoje produkty na rynki zagraniczne wynosiła 17079. W tej liczbie 15178 przedsiębiorstw (88,9%) należało do sektora MSP (Tabela nr 4).

Tabela 4. Przedsiębiorstwa eksportujące swoje produkty (2003-2009)

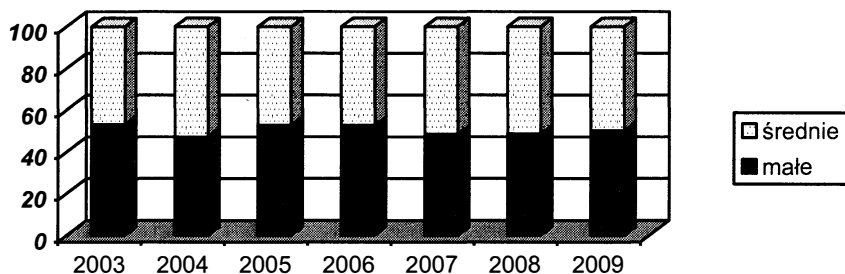
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2009/ 2003
Liczba wszystkich badanych eksporterów	13153	14103	14333	15448	15845	16290	17079	129,8%
Liczba MSP eksporterów	11519	12387	12583	13553	13785	14249	15178	131,8%
Liczba eksporterów dużych	1634	1716	1750	1895	2060	2041	1901	116,3%
Udział MSP w %	87,6	87,8	87,8	87,7	87,0	87,5	88,9	

Źródło: Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2008-2009, 2010, PARP, Warszawa, s. 62.

Po roku 2003 widoczny jest wzrost udziału małych i średnich firm w przedsiębiorstwach prowadzących działalność eksportową. Większą aktywność firm z sektora MSP na rynkach zagranicznych potwierdza także ich dynamika. O ile w latach 2003-2009 liczba eksporterów ogółem wzrosła o 29,8% to w przypadku MSP wzrost wyniósł tylko 31,8%.

Wśród eksportujących firm z sektora MSP w roku 2009 ponad połowę (50,2%) stanowiły przedsiębiorstwa małe. W stosunku do roku 2003 ich udział w eksporcie charakteryzuje się spadkiem (Wykres nr 4). Proporcje między udziałem w eksporcie firm małych i średnich są jednak bardzo zmienne i trudno jest określić w tym względzie stałą tendencję.

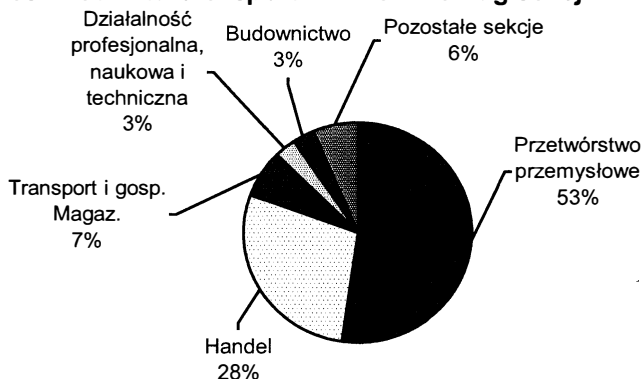
¹⁷ Dane dotyczące eksportu małych i średnich przedsiębiorstw pochodzą z analiz PARP, obejmują podmioty gospodarcze o liczbie zatrudnionych powyżej 9 osób, a zatem nie obejmują grupy mikroprzedsiębiorstw.

Wykres 4. Struktura firm eksporterów z sektora MSP (2003-2009)

Źródło: Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2008-2009, 2010, PARP, Warszawa, s. 63.

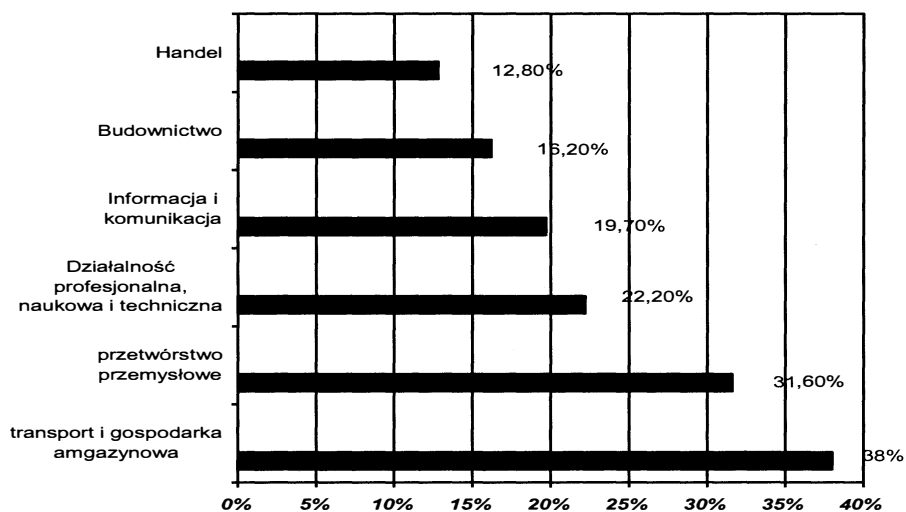
W roku 2009 prawie 53% eksporterów specjalizowało się w przetwórstwie przemysłowym (Wykres nr 5). W tej sekcji najliczniej byli reprezentowani przedsiębiorcy z następujących działów:

- produkcji metalowych wyrobów gotowych,
- produkcji artykułów spożywczych,
- produkcji wyrobów z gumy i tworzyw sztucznych,
- produkcji maszyn i urządzeń gdzie indziej niesklasyfikowanych,
- produkcji wyrobów z drewna oraz korka z wyłączeniem mebli,
- produkcji mebli.

Wykres 5. Struktura eksportu w MSP według sekcji PKD w 2009 r.

Źródło: Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2008-2009, 2010, PARP, Warszawa, s. 64.

Biorąc pod uwagę wysokość przychodów, zdecydowanie najwyższy udział eksportu dotyczy sekcji transport i gospodarka magazynowa. Najliczniej pod względem ilościowym reprezentowane w eksporcie przetwórstwo przemysłowe, pod względem udziału w przychodach sektora MSP znajduje się na drugim miejscu (Wykres nr 6).

Wykres 6. Udział eksportu w przychodach ogółem u MSP - eksporterów (2009 r.)

Źródło: Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2008-2009, 2010, PARP, Warszawa, s. 74.

O stopniu internacjonalizacji małych i średnich firm w Polsce świadczą przede wszystkim dwa wskaźniki: wskaźnik udziału eksporterów w ogólnej liczbie przedsiębiorstw oraz wskaźnik udziału eksportu w przychodach ogółem eksporterów (Tabela nr 5).

Tabela 5. Podstawowe wskaźniki działalności eksportowej przedsiębiorstw (2009 r.)

	Liczba firm ogółem	Liczba eksporterów	Udział eksporterów w ogólnej liczbie firm (%)	Przychody ogółem eksporterów (mln zł)	Wartość eksportu (mln zł)	Udział eksportu w przychodach ogółem (%)
Podmioty ogółem (powyżej 9 osób)	50828	17079	33,6	1435,70	380,21	26,5
Podmioty małe (10-49 osób)	32269	7615	24,4	122,51	22,56	18,4
Podmioty średnie (50-249 osób)	16512	7563	45,8	359,81	81,26	22,6
Podmioty sektora MSP (10-249 osób)	47781	15178	31,8	432,32	103,81	24,0
Podmioty duże (powyżej 249 osób)	3047	1901	62,4	953,38	276,4	29,0

Źródło: Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2008-2009, 2010, PARP, Warszawa, s. 74.

Z powyższych danych jednoznacznie wynika, że wielkość przedsiębiorstwa ma wpływ na zainteresowanie działalnością eksportową. Podmioty zatrudniające powyżej 249 osób, zaliczane do tzw. dużych przedsiębiorstw mają najwyższy udział eksporterów w ogólnej liczbie firm. Na drugim miejscu plasują się podmioty średnie – ich wskaźnik udziału eksporterów w ogólnej liczbie przedsiębiorstw wynosi ponad 45%.

Średnio co trzecie przedsiębiorstwo należące do sektora MSP zajmuje się działalnością eksportową i niespełna jedna czwarta przychodów tego sektora pochodzi z eksportu. Nie jest to wynik zadowalający. W warunkach globalizacji i kurczącego się rynku wewnętrznego, warunkiem rozwoju przedsiębiorstwa jest wejście na rynki zagraniczne i stała na nich obecność.

5. Działania wspierające eksport małych i średnich przedsiębiorstw

Doceniając znaczenie działalności eksportowej dla rozwoju małych i średnich firm, a jednocześnie rozumiejąc trudności finansowe tych przedsiębiorstw związane z uczestnictwem w rynku międzynarodowym, określono formy pomocy doradczej i finansowej skierowane do tego sektora.

Przykładem takich działań może być Rozporządzenie Ministra Gospodarki z dnia 22 grudnia 2005 roku w sprawie udzielania pomocy *de minimis* przedsiębiorcom uczestniczącym w targach lub wystawach zagranicznych¹⁸. Pomoc polegającą na dofinansowaniu uczestnictwa w targach lub wystawach może otrzymać przedsiębiorca, który na własny rachunek wynajął i opłacił powierzchnię wystawienniczą w celu rozeznania możliwości eksportowych, promocji swoich produktów lub nawiązywania kontaktów handlowych.

Otrzymanie wsparcia finansowego jest jednak ograniczone określonymi warunkami. Paragraf 4 rozporządzenia określa, że pomoc publiczna może dotyczyć tylko udziału w targach i wystawach mających istotne znaczenie dla polskiej gospodarki, zakwalifikowanych w danym roku jako imprezy dotowane. Ponadto przedsiębiorca musi spełnić wymogi związane z prowadzeniem działalności na terytorium Polski, nie posiadaniem zaległości podatkowych z tytułu składek na ubezpieczenia społeczne i zdrowotne.

Wysokość dofinansowania nie może przekroczyć 50% poniesionych i udokumentowanych wydatków związanych z uczestnictwem nie więcej niż dwóch przedstawicieli przedsiębiorcy i nie może przekroczyć (jednorazowo) kwoty 20 tys. zł. Wydatki, kwalifikujące się do objęcia dofinansowaniem obejmują:

- wynajęcie powierzchni wystawienniczej i zabudowę stoiska podczas targów bądź wystawy;
- koszt biletów wejściowych na targi i wystawy;
- transport eksponatów w związku z udziałem w zagranicznej imprezie targowo-wystawienniczej;
- przygotowanie i wydruk materiałów promocyjnych;

¹⁸ Dz. U. 2005 r. nr 265, p. 2217.

- przejazd i zakwaterowanie co najwyżej dwóch przedstawicieli uczestniczących w targach bądź wystawie.

Wspomniane wyżej rozporządzenie umożliwia także przedsiębiorcom z sektora MSP dofinansowanie uczestnictwa w wyjazdowych misjach gospodarczych, których celem są rozmowy handlowe związane z udziałem w targach lub wystawach organizowanych za granicą. Wysokość dofinansowania nie może przekroczyć 50% kosztów poniesionych i udokumentowanych przez przedsiębiorcę i nie może wynieść jednorazowo więcej niż 7,5 tys. zł. Koszty natomiast obejmują:

- przejazd i zakwaterowanie jednego przedsiębiorcy uczestniczącego w misji,
- zwiedzanie targów lub wystawy,
- przygotowanie materiałów promocyjnych,
- obsługę techniczną misji.

Możliwości wsparcia działalności eksportowej małych i średnich firm pojawiły się także w związku z rozporządzeniem Rady Ministrów z 31 października 2007 w sprawie udzielania pomocy *de minimis* na realizację branżowych projektów promocyjnych w zakresie eksportu lub sprzedaży na jednolitym rynku europejskim¹⁹. Pomoc może być udzielona jako dotacja na pokrycie części kosztów realizacji branżowego projektu promującego produkty i usługi lub nawiązanie zagranicznych kontaktów handlowych. Projekt promocyjny powinien obejmować co najmniej dwie formy działań promocyjnych: pokazy, degustacje, wystawy, prezentacje, demonstracje, spotkania branżowe, szkolenia i warsztaty realizowane w kraju i za granicą, badania rynku zagranicznego lub nawiązanie kontaktów handlowych.

Istotnym warunkiem uzyskania wsparcia jest udział w projekcie grupy co najmniej czterech przedsiębiorców w ciągu jednego roku kalendarzowego. Maksymalna kwota dofinansowania jednego projektu wynosi 50 tys. zł, przy czym poszczególni przedsiębiorcy uczestniczący w projekcie mogą otrzymać refundację 50% poniesionych i udokumentowanych kosztów, nie więcej jednak niż 8 tys. zł. Koszty kwalifikujące się do objęcia pomocą dotyczą²⁰:

- transportu eksponatów, ich ubezpieczenia, odprawy celnej i spedycji;
- wynajmu sal lub powierzchni wystawienniczej;
- przygotowania zaproszeń, materiałów informacyjnych i reklamowych;
- przejazdu i zakwaterowania jednego przedstawiciela przedsiębiorcy uczestniczącego w projekcie;
- przeprowadzenia badania rynku zagranicznego;
- obsługi technicznej.

Przedsiębiorcy zainteresowani dofinansowaniem powinni złożyć odpowiednio skonstruowany wniosek w terminie nie krótszym niż 45 dni przed rozpoczęciem realizacji projektu.

W Programie Operacyjnym *Innowacyjna Gospodarka* realizowanym w latach 2007-2013 w priorytecie VI – *Polska gospodarka na rynku międzynarodowym*

¹⁹ Dz. U. 2007 r., nr 211, poz. 1542.

²⁰ Ibidem, § 9.

wym, przewidziane jest działanie 6.1 *Paszport do eksportu*, kierowane do przedsiębiorstw z sektora MSP. W ramach tego działania dofinansowanie mogą otrzymać projekty mające na celu wejście na nowe rynki i wzmocnienie pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstwa na rynkach zagranicznych, projekty, które przyczyniają się do wzrostu udziału sprzedaży na rynki zagraniczne w ogólnej sprzedaży przedsiębiorstwa oraz projekty promujące polską markę na rynkach zagranicznych.

Niezbędnym warunkiem ubiegania się o dofinansowanie jest przygotowanie przez przedsiębiorcę planu rozwoju eksportu. Kwota dofinansowania nie może przekroczyć 10 tys. zł i obejmuje do 80% kosztów kwalifikowanych. Dofinansowanie jest udzielane na realizację co najmniej dwóch z niżej wymienionych działań, przy czym obligatoryjnie przynajmniej jednego działania:²¹

- a) udział w zagranicznych imprezach, targach i wystawach w charakterze wystawcy;
- b) organizacja i udział w misjach gospodarczych za granicą;
- c) wyszukiwanie i dobór partnerów na rynkach docelowych;
- d) uzyskanie niezbędnych dokumentów uprawniających do wprowadzenia produktów lub usług przedsiębiorcy na wybrane rynki docelowe;
- e) doradztwo w zakresie strategii finansowania przedsięwzięć eksportowych i działalności eksportowej;
- f) doradztwo w zakresie opracowania koncepcji wizerunku przedsiębiorcy na wybranych rynkach docelowych.

Interesującą pośrednią formą wsparcia działalności eksportowej małych i średnich firm jest program przyjęty w lipcu 2009 roku przez Radę Ministrów *Wspieranie polskiego eksportu poprzez udzielanie przez Bank Gospodarstwa Krajowego kredytów dla zagranicznych nabywców polskich towarów i usług lub ich banków z ochroną ubezpieczeniową Korporacji Ubezpieczeń Kredytów Eksportowych SA*²². Program ma ułatwić zagranicznym przedsiębiorstwom dostęp do kredytów na zakup towarów i usług polskich firm.

6. Podsumowanie

Niewątpliwie różne motywy skłaniają przedsiębiorstwa do aktywności na rynkach zagranicznych. Jednym z nich jest z pewnością chęć rozwoju przedsiębiorstwa i wzrost jego wartości w sytuacji kurczącego się, wskutek procesu globalizacji, rynku wewnętrznego.

Eksport jest najprostszą formą internacjonalizacji przedsiębiorstw, dostępną także dla małych i średnich firm. Przedsiębiorstwa z sektora MSP wykazują jednak mniejsze powiązania z rynkami zagranicznymi niż podmioty duże, o czym świadczą przedstawione w opracowaniu dwa podstawowe wskaźniki internacjonalizacji – wskaźnik udziału eksporterów w liczbie firm oraz wskaźnik udziału eksportu w przychodach ogółem.

²¹ R. Runowski, *Działanie 6.1 POIG Paszport do eksportu, dotychczasowe doświadczenia*, Forum Małych i Średnich Przedsiębiorstw, www.parp.gov.pl z dnia 20. 05.2011.

²² www.mg.gov.pl z dnia 14.05.2011.

Dane Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości świadczą o tym, że zainteresowanie eksportem w sektorze MSP istotnie się zwiększa. Sprzyjać mogą temu uruchomione po 2004 roku instrumenty wsparcia działalności eksportowej małych i średnich firm, jak również to, że przedsiębiorstwa o stosunkowo niewielkiej skali działalności są mniej podatne na napięcia kryzysowe. Ryzyko wymiany zagranicznej w ich sytuacji jest także niższe niż w przypadku przedsiębiorstw o znacznej skali działalności.

Bibliografia

- Bednarz J., Gostomski E., 2009, *Działalność małych i średnich przedsiębiorstw na rynkach zagranicznych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk.
- Bielawska A., 2007, *Przyczyny, motywy i ryzyko internacjonalizacji przedsiębiorstwa*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego” 2007 nr 487.
- Głód W., 2008, *Podstawy teoretyczne przedsiębiorczości międzynarodowej - teorie i modele internacjonalizacji przedsiębiorstwa*, [w:] *Przedsiębiorczość międzynarodowa. Aspekty teoretyczne i praktyczne*, red. T. Kraśnicka, Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej w Katowicach, Katowice.
- Morawczyński R., 2008, *Przedsiębiorczość międzynarodowa*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków.
- Pierścionek Z., 2003, *Strategie konkurencji i rozwoju przedsiębiorstwa*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Podstawy nauki o przedsiębiorstwie*, 2007, red. J. Lichtarski, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. O. Langego we Wrocławiu, Wrocław.
- Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2008-2009*, 2010, PARP, Warszawa.
- Rozporządzenie Ministra Gospodarki z dnia 22 grudnia 2005 roku w sprawie udzielania pomocy de minimis przedsiębiorcom uczestniczącym w targach lub wystawach zagranicznych. Dz. U. 2005 r. nr 265, p. 2217.
- Rozporządzenie Rady Ministrów z 31 października 2007 w sprawie udzielania pomocy de minimis na realizację branżowych projektów promocyjnych w zakresie eksportu lub sprzedaży na jednolitym rynku europejskim. Dz. U. 2007 r., nr 211, poz. 1542.
- Rozwój i konkurencyjność małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce*, 2007, red. A. Nehring, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków.
- Runowski R., 2011, *Działanie 6.1 POIG „Paszport do eksportu”, dotychczasowe doświadczenia*, *Forum Małych i Średnich Przedsiębiorstw*, www.parp.gov.pl z dnia 20. 05.2011.
- Rymarczyk J., 2004, *Internacjonalizacja i globalizacja przedsiębiorstwa*, Wyd. PWE, Warszawa.
- Ustawa z dnia 02.07.2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej, Dz. U. nr 173, poz.1807.
- Witek-Hajduk M.K, 2010, *Strategie internacjonalizacji polskich przedsiębiorstw w warunkach akcesji Polski do Unii Europejskiej*, Wyd. SGH, Warszawa.
- Wybrane problemy funkcjonowania przedsiębiorstwa*, 2007, red. K. Wietrzyk-Szczepkowska, Szczecin.
- www.mg.gov.pl.