

Marek Szczepaniec
Tomasz Czuba
Tomasz Jurkiewicz
Uniwersytet Gdański

Kapitał relacyjny a procesy internacjonalizacji małych i średnich firm w Polsce

Główny cel badań stanowiło przedstawienie zależności między kapitałem relacyjnym, rozumianym jako sieć powiązań firmy z otoczeniem gospodarczym, a procesami internacjonalizacji małych i średnich przedsiębiorstw (które stanowiły przedmiot badań). Aby cel ten osiągnąć, wykorzystano metodę badań ankietowych, które przeprowadzono na losowej próbie 1346 małych i średnich przedsiębiorstw. Wyniki badań pokazały, że kapitał relacyjny ma dodatni wpływ na podejmowanie działalności zagranicznej (w tym eksportu), a najsilniejsze zależności występują między liczbą oraz jakością relacji z podmiotami zagranicznymi a odsetkiem firm eksportujących towary/usługi. Zwiększenie skali działalności podmiotów gospodarczych oraz nawiązywanie kontaktów z podmiotami zagranicznymi zwiększa prawdopodobieństwo internacjonalizacji MSP. Wyniki badań mogą znaleźć zastosowanie w polityce wspierania eksportu.

Słowa kluczowe: internacjonalizacja, MSP, badania ilościowe, kapitał relacyjny

Klasyfikacja JEL: M21, C83

Relational capital and internationalization processes of small and medium-sized enterprises in Poland

The aim of the paper is to present the correlations between relational capital and internationalization of SMEs. Empirical research was conducted in Poland on a stratified, randomly selected sample of 1,346 SMEs. The research results show that a positive, statistically significant correlation exists between the size and the quality of relational capital on the one hand, and export and import activities of SMEs on the other. Larger volume and higher quality of relational capital increases the probability of SME internationalization. The research findings could be used in government export promotion activities.

Keywords: internationalization, SME, quantitative research, relational capital

JEL classification: M21, C83

Wprowadzenie

Wiele państw wysoki poziom rozwoju zawdzięcza otwarciu gospodarek oraz wyjątkowej zdolności konkurowania w skali międzynarodowej. Kraje takie jak Niemcy, Japonia, Holandia, Belgia, Korea Płd. czy Irlandia bogactwo zbudowały w dużym stopniu na eksporcie.

W przeszłości decyzje o umiędzynarodowieniu działalności przygotowywane były w przedsiębiorstwach latami, a zdecydowana większość firm z różnych względów wolała ograniczyć zasięg swojej działalności do rynków lokalnych. Postępująca globalizacja spowodowała, że nawet małe i średnie firmy, dotychczas czujące się bezpiecznie w lokalnych niszach, zostały wystawione na niespotykaną wcześniej presję konkurencyjną ze strony międzynarodowych koncernów.

Polskie małe i średnie firmy wykazywały się dotychczas ograniczoną aktywnością na rynkach zagranicznych. Zgodnie z badaniami ESNR 2006 odsetek eksportujących MSP w Polsce (7%) należał do najniższych w Europie (np. w Estonii wynosił 23%, w Słowenii 21%, w Finlandii 19%, a w Danii 17%). Tak niskie wskaźniki działalności eksportowej polskich MSP mogły wynikać z wielu czynników, m.in. takich, jak: duże rozmiary rynku wewnętrznego, brak odpowiednich zasobów na ekspansję zagraniczną, ograniczony dostęp do zewnętrznego finansowania, stosunkowo słabe wsparcie eksportu przez rząd, niski poziom znajomości rynków zagranicznych, a także brak odpowiednich kontaktów z partnerami zagranicznymi.

Te ostatnie czynniki, łączące się z nawiązywaniem relacji z podmiotami zagranicznymi, są przedmiotem analiz w niniejszej publikacji. Przedstawiono w niej wyniki badań empirycznych dotyczących wielkości oraz jakości kapitału relacyjnego w sektorze MSP. Kluczowym celem publikacji jest pokazanie, jak kapitał relacyjny wpływa na proces internacjonalizacji MSP.

Artykuł dzieli się na kilka części. Po wprowadzeniu przedstawiony został przegląd światowej literatury naukowej, następnie zaprezentowano metodologię własnych badań oraz hipotezy badawcze, a w dalszej kolejności wyniki badań empirycznych, weryfikację hipotez badawczych, podsumowanie i wnioski, a także implikacje dla praktyki gospodarczej.

1. Przegląd literatury naukowej

Wyniki światowych badań naukowych pokazują (tab. 1), że prowadzenie działalności eksportowej może wywierać pozytywny wpływ na szereg wskaźników ekonomicznych, powodując m.in.: wzrost obrotów przedsiębiorstw, wzrost

wzrost produktywności, wzrost zatrudnienia, wyższe płace, większe inwestycje, większą innowacyjność, wyższą jakość oferowanych produktów/usług oraz lepszą pozycję konkurencyjną firm.

Prowadzenie działalności zagranicznej wymaga z reguły zaangażowania znacznych zasobów ludzkich, rzeczowych oraz finansowych. Towarzyszy jej także duże ryzyko związane z wahaniami kursów walutowych oraz słabą znajomością obcych rynków. Firmy zainteresowane eksportem napotykać też szereg barier: językowych, kulturowych, administracyjnych, prawnych itp.

Tabela 1. Wybrane badania/publikacje naukowe dotyczące procesów internacjonalizacji firm oraz wyników ekonomicznych eksporterów

Zagadnienie związane z eksportem	Autorzy badań/publikacji
Procesy internacjonalizacji MSP/decyzje o eksporcie	Johanson, Vahlne [1992]; Yang, Leone, Alden [1992]; Andersen [1993]; Oviatt, McDougall [1995]; Chetty, Hamilton [1996]; McDougall, Oviatt [2000]; Liesch i in. [2002]; Hadley, Wilson [2003]; Johanson, Vahlne [2003]; Gorynia, Owczarzak [2004]; Rymarczyk [2004]; Hutchinson, Quinn [2006]; Gołębiowski, Witek-Hajduk [2007]; Gorynia, Jankowska [2007]; Fonfara [2009]
Bariery w działalności eksportowej	Brush, Edelman, Manolova [2002]; Gorynia [2007]; OECD [2008]
Wyniki ekonomiczne firm eksportujących	Nakos, Brouthers, Brouthers [1998]; Shoham [1998]; Bernard, Jensen [1999]; Yip, Biscarri, Monti [2000]; Zahra, Ireland, Hitt [2000]; Beamish, Lu [2001]
Kapitał relacyjny a procesy internacjonalizacji firm	Eisenhardt, Schoonhoven [1996]; McDougall, Oviatt [1996]; Eriksson i in. [1997]; Hadley, Wilson [2003]; Arenius, Minniti [2005]; Oviatt, McDougall [2005]

Źródło: Opracowanie własne na podstawie studiów literatury naukowej.

Studia teoretyczne oraz zaawansowane badania empiryczne nad procesami internacjonalizacji przedsiębiorstw prowadziło w ostatniej dekadzie także wielu polskich naukowców. Warto w tym miejscu wspomnieć o publikacjach m.in. takich autorów, jak: Gorynia i Owczarzak [2004], Rymarczyk [2004], Gorynia i Jankowska [2007], Gołębiowski i Witek-Hajduk [2007] oraz Fonfara [2009].

Z punktu widzenia niniejszego artykułu punktem odniesienia będą opracowania dotyczące roli kapitału relacyjnego w procesach internacjonalizacji, w tym: Eisenhardt i Schoonhoven [1996], McDougall i Oviatt [1996], Reuber i Fischer [1997], Eriksson i in. [1997], Johanson i Vahlne [2003], Arenius i Minniti [2005], Oviatt i McDougall [2005] oraz Anderson, Park i Jack [2007].

2. Koncepcja badania i hipotezy badawcze

Po przeprowadzeniu studiów światowej literatury naukowej oraz korzystając z wyników wcześniejszych własnych badań, autorzy zdefiniowali główne problemy badawcze:

- Jaka jest skala oraz jakość relacji polskich MSP z podmiotami zagranicznymi?
- Jak ilość oraz jakość relacji z podmiotami zagranicznymi wpływa na działalność eksportową?

Na bazie studiów literatury naukowej oraz wcześniejszych doświadczeń badawczych sformułowano 10 hipotez badawczych, w których założono, że kapitał relacyjny (rozpatrywany zarówno pod względem ilościowym, jak i jakościowym) będzie miał dodatni wpływ na działalność eksportową MSP (tab. 2):

- H1: Im większa ilość relacji z otoczeniem gospodarczym, tym częściej firmy będą się angażować w działalność eksportową.
- H2: Im wyższa jakość relacji z otoczeniem gospodarczym, tym częściej firmy będą się angażować w działalność eksportową.
- H3: Im większa ilość relacji z podmiotami zagranicznymi, tym częściej firmy będą się angażować w działalność eksportową.
- H4: Im lepsza jakość relacji z podmiotami zagranicznymi, tym częściej firmy będą się angażować w działalność eksportową.
- H5: Im lepsza wymiana informacji z podmiotami zagranicznymi, tym częściej firmy będą się angażować w działalność eksportową.
- H6: Im większy wpływ podmiotów zagranicznych na ofertę produktów/usług, tym częściej firmy będą się angażować w działalność eksportową.
- H7: Im większy wpływ podmiotów zagranicznych na jakość procesów, tym częściej firmy będą się angażować w działalność eksportową.
- H8: Im dłuższy czas trwania relacji z podmiotami zagranicznymi, tym częściej firmy będą się angażować w działalność eksportową.
- H9: Im większe wzajemne zaufanie pomiędzy MSP a podmiotami zagranicznymi, tym częściej firmy będą się angażować w działalność eksportową.
- H10: Im większe obustronne korzyści z relacji MSP z podmiotami zagranicznymi, tym częściej firmy będą się angażować w działalność eksportową.

Duża i stale rosnąca liczba relacji z otoczeniem gospodarczym może przyczynić się do ekspansji zagranicznej. W teorii internacjonalizacji przedsiębiorstw zakłada się, że proces ten przebiega etapami, a samo wyjście na rynek zagraniczny poprzedzone jest osiągnięciem sukcesu na rynku krajowym. Ze względu na fakt, że działalność zagraniczna wymaga najczęściej zaangażowania dużych zasobów (finansowych, organizacyjnych), firma musi osiągnąć najpierw odpowiednią skalę działalności (mierzoną np. liczbą relacji). Większa liczba oraz wyższa jakość

relacji z otoczeniem gospodarczym przyczynia się do lepszego odbierania sygnałów informacyjnych o rynkach zagranicznych, stąd hipotezy H1 i H2.

Największą rolę w procesach internacjonalizacji powinny odgrywać kontakty z podmiotami zagranicznymi. Ważna tu może być zarówno ilość, jak i jakość relacji, dlatego sformułowano hipotezy H3–H10, zakładające, że większa ilość i wyższa jakość relacji z podmiotami zagranicznymi powinny stymulować procesy internacjonalizacji (w tym najbardziej interesującą autorów działalność eksportową).

3. Metodologia badań

3.1. Próba badawcza

Badania przeprowadzono w 2009 r. na losowej próbie 1346 małych i średnich przedsiębiorstw. W celu zwiększenia efektywności oszacowań zastosowano schemat losowania warstwowego. Warstwowania populacji dokonano według trzech cech: wielkości firmy mierzonej liczbą pracowników, miejsca siedziby firmy oraz branży. Firmy według wielkości podzielono na zatrudniające: do 9 pracowników, od 10 do 49 pracowników oraz od 50 do 249 pracowników (tab. 2), według miejsca siedziby firmy – na 16 województw oraz według branż – na 10 wybranych sekcji PKD (tab. 4). Wywiady przeprowadzono najczęściej z właścicielem lub osobą zarządzającą.

Tabela 2. Charakterystyka próby według wielkości zatrudnienia

Wielkość zatrudnienia	Próba badawcza		Populacja generalna (aktywne MSP)	
	liczba wywiadów	odsetek wywiadów	liczba aktywnych firm	odsetek aktywnych firm
Firmy zatrudniające 0–9 osób (firmy mikro)	607	45,1	1 787 909	96,16
Firmy zatrudniające 10–49 osób (firmy małe)	486	36,1	54 974	2,96
Firmy zatrudniające 50–249 osób (firmy średnie)	253	18,8	16 327	0,88
Razem	1 346	100,0	1 859 210	100,00

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań empirycznych z 2009 r.; dane o populacji generalnej: [PARP, 2010].

Pod względem ilościowym zastosowano dobór nieproporcjonalny (tab. 2), aby uniknąć całkowitej dominacji w próbie firm mikro, co nie pozwoliłoby na wnioskowanie odnośnie firm małych i średnich. Podobna metodyka stosowana

była m.in. w najnowszych badaniach Gallupa prowadzonych na zlecenie ECB [2009], w badaniach prowadzonych w Wielkiej Brytanii przez University of Cambridge [Cosh i in., 2008], badaniach prowadzonych w USA przez University of Chicago na zlecenie Federal Reserve Board [NORC, 2005] oraz w badaniach prowadzonych przez ENSR na zlecenie Komisji Europejskiej [European Commission, 2003].

Dla pozostałych cech warstwujących stosowano alokację proporcjonalną. Badaniem zostało objętych 10 sekcji PKD – firmy stanowiące w sumie 95% podmiotów zarejestrowanych w bazie REGON. Z badania wyłączone zostały sekcje: A (rolnictwo, łowiectwo i leśnictwo), B (rybactwo), C (górnictwo) i L (administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe ubezpieczenia społeczne i powszechne ubezpieczenie zdrowotne).

Względny wskaźnik podobieństwa struktur (przyjmujący wartości z przedziału od 0 – gdy struktury są całkowicie różne, do 1 – gdy struktury są identyczne) dla firm mikro wyniósł 0,877, dla firm małych – 0,863, a dla firm średnich – 0,876. Wskazuje to na wysoką zgodność struktury firm, które wzięły udział w badaniu, ze strukturą populacji generalnej, a tym samym świadczy o dobrej reprezentatywności próby. Gdyby próba była losowana według schematu losowania niezależnego, maksymalny błąd losowy oszacowania frakcji nie powinien przekraczać 4,1% dla firm mikro, 4,5% dla firm małych i 6% dla średnich. Ze względu na przyjęty w badaniu schemat losowania warstwowego błąd ten powinien być nawet mniejszy.

3.2. Zmienne

Zmienne niezależne. Zmienne służące do pomiaru kapitału relacyjnego traktowane są jako zmienne niezależne. W badaniu mierzono zarówno ilość, jak i jakość relacji MSP z ośmioma grupami podmiotów gospodarczych: 1) klientami, 2) pośrednikami/dystrybutorami, 3) dostawcami towarów/usług, 4) ośrodkami wiedzy, 5) instytucjami finansowymi, 6) członkami rodziny/znajomymi prowadzącymi działalność gospodarczą, 7) konkurentami oraz 8) podmiotami zagranicznymi. Ilość relacji była podawana w liczbach bezwzględnych i dopiero *ex post* w niektórych analizach grupowana w przedziały kwantylowe.

Jakość relacji z poszczególnymi grupami podmiotów gospodarczych była mierzona za pomocą 7-stopniowej skali Likerta (na której 1 oznacza całkowity brak zgody, a 7 – całkowitą zgodę z daną opinią) w sześciu wymiarach. Respondenci ustosunkowywali się do sześciu opinii:

- O1: Uzyskujemy od danej grupy podmiotów ważne informacje o rynku, na którym działamy.
- O2: Dana grupa podmiotów wywiera istotny wpływ na naszą ofertę produktów/usług (pod wpływem jej opinii/uwag/sugestii modyfikujemy/rozszerzamy ofertę produktów/usług; wprowadzamy nowości).

O3: Dana grupa podmiotów wywiera wpływ na jakość procesów w naszej firmie (pod wpływem opinii/uwag/sugestii poprawiamy jakość produktów/usług/procesów).

O4: Współpraca ma charakter długofalowy.

O5: Łączy nas wzajemne zaufanie.

O6: Obie strony współpracy uzyskują korzyści/są zadowolone ze współpracy.

Ze względu na badanie procesów internacjonalizacji główna część analiz dotyczy ilości i jakości relacji z podmiotami zagranicznymi.

Tabela 3. Zmienne niezależne

Zmienna	Opis
VRC-S	Sumaryczna liczba relacji z 8 grupami podmiotów gospodarczych (w analizach opisowych); w analizach statystycznych wskaźnik ilości relacji ¹
QRC-S	Syntetyczny wskaźnik jakości relacji z 8 grupami podmiotów gospodarczych, stanowiący sumę 8 wskaźników częściowych (0–336 pkt.)
VRC-8	Wskaźnik ilości relacji z podmiotami zagranicznymi
QRC-8	Wskaźnik jakości relacji z podmiotami zagranicznymi (0–42 pkt.)
QRC-81	Wskaźnik wymiany informacji z podmiotami zagranicznymi (0–7 pkt.)
QRC-82	Wskaźnik wpływu podmiotów zagranicznych na ofertę produktów/usług (0–7 pkt.)
QRC-83	Wskaźnik wpływu podmiotów zagranicznych na jakość procesów (0–7 pkt.)
QRC-84	Wskaźnik czasu trwania relacji MSP z podmiotami zagranicznymi (0–7 pkt.)
QRC-85	Wskaźnik wzajemnego zaufania między MSP a podmiotami zagranicznymi (0–7 pkt.)
QRC-86	Wskaźnik obustronnych korzyści ze współpracy między MSP a podmiotami zagranicznymi (0–7 pkt.)

Źródło: Opracowanie własne.

Zmienne zależne. Procesy internacjonalizacji MSP przedstawiono za pomocą czterech wskaźników: 1) odsetka firm prowadzących działalność zagraniczną (eksport lub import), 2) odsetka firm prowadzących eksport, 3) udziału eksportu w sprzedaży ogółem, 4) zmiany eksportu w ostatnich 12 miesiącach (w skali 5-stopniowej, na której 1 oznaczało znaczny spadek, 2 – niewielki spadek, 3 – brak zmian, 4 – niewielki wzrost, a 5 – znaczny wzrost).

¹ Wskaźnik został stworzony za pomocą metody wzorcowej porządkowania liniowego na zstandaryzowanych wartościach zmiennych. Z uwagi na skrajną asymetrię rozkładu zmiennych (moment trzeci względny od 7.45 do 22) zastosowano na zmiennych tworzących wskaźnik transformację logarytmiczną. Wskaźnik przyjmuje wartości od 0 – brak relacji z otoczeniem do 1 – maksymalne relacje z otoczeniem.

4. Wyniki badań

Prezentację wyników badań rozpoczynają podstawowe statystyki opisowe. W dalszej części przedstawione zostały pogłębione analizy statystyczne.

4.1. Eksport a zachowania gospodarcze i wyniki MSP

Zgodnie z wynikami badań przeprowadzonych na losowej, warstwowej próbie 1346 MSP działalność eksportową w 2009 r. prowadziło 8,6% firm mikro, 10% firm małych i 23% firm średnich. Udział sprzedaży za granicę w obrotach eksporterów wyniósł średnio ok. 33%.

Tabela 4. Działalność zagraniczna polskich MSP

Działalność zagraniczna	Ogółem MSP (w %)	Firmy mikro n = 607		Małe firmy n = 486		Średnie firmy n = 253	
		liczba odp.	%.	liczba odp.	%.	liczba odp.	%
nie	89,2	543	89,5	413	85,0	187	73,9
tak, eksport	8,6	51	8,4	50	10,3	57	22,5
tak, import	6,4	38	6,3	42	8,6	29	11,5

* Dane nie sumują się do 100%, bo część firm prowadzi i eksport, i import.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań empirycznych.

Wśród eksporterów odsetek firm osiągających wysokie obroty (powyżej 12 mln PLN rocznie) był wyraźnie wyższy niż wśród nieeksporterów (odpowiednio: 21% i 6%). Eksporterzy częściej niż nieeksporterzy wprowadzali w ostatnim roku innowacje (50% : 29%), a także częściej inwestowali w majątek trwały (75% : 55%). Firmy o zasięgu międzynarodowym lepiej radziły sobie ze spowolnieniem gospodarczym, wykazując częściej (niż firmy działające tylko w kraju) wzrost obrotów (32% : 25%), wzrost zysków (32% : 24%) oraz wzrost zatrudnienia (25% : 12%).

4.2. Kapitał relacyjny a procesy internacjonalizacji

Najwyższy odsetek firm eksportujących odnotowano w grupie przedsiębiorstw utrzymujących relacje z bardzo dużą liczbą podmiotów gospodarczych (w zdecydowanej większości krajowych), czyli statystyki opisowe potwierdzają H1.

Najwyższy odsetek firm eksportujących odnotowano w grupie firm charakteryzujących się wysokim (ale nie najwyższym) syntetycznym wskaźnikiem jakości kapitału relacyjnego.

Tabela 5. Liczba relacji z podmiotami z otoczenia gospodarczego a odsetek firm prowadzących eksport

Liczba relacji z podmiotami z otoczenia gospodarczego	Ogółem MSP		Firmy mikro		Małe firmy		Średnie firmy	
	liczba odp.	%	liczba odp.	%	liczba odp.	%	liczba odp.	%
powyżej 1050	40	18,2	13	15,1	11	15,1	16	26,2
304–1050	40	18,2	17	17,0	12	16,2	11	23,9
104–303	31	14,1	8	9,9	10	11,1	13	26,5
27–103	14	6,3	4	3,4	3	4,3	7	21,2
do 26	12	5,5	4	3,5	5	6,0	3	15,0
Razem	137	12,5	46	9,2	41	10,5	50	23,9

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań empirycznych.

Tabela 6. Jakość relacji z otoczeniem gospodarczym a odsetek firm prowadzących eksport

Syntetyczny wskaźnik jakości kapitału relacyjnego (w pkt.)	Ogółem MSP		Firmy mikro		Małe firmy		Średnie firmy	
	liczba odp.	%	liczba odp.	%	liczba odp.	%	liczba odp.	%
281–336	13	13,3	1	3,7	3	7,3	9	30,0
233–280	66	24,7	31	26,5	22	25,6	13	20,3
185–232	38	11,2	7	4,9	12	9,2	19	28,8
137–184	21	6,5	7	4,6	7	6,1	7	13,0
89–136	10	5,5	2	2,0	3	5,2	5	20,0
41–88	4	5,0	1	2,6	1	3,0	2	22,2
Razem	152	11,8	49	8,5	48	10,3	55	22,2

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań empirycznych.

Tabela 7. Liczba relacji z podmiotami zagranicznymi a odsetek firm prowadzących eksport

Liczba relacji z podmiotami zagranicznymi	Ogółem MSP		Firmy mikro		Małe firmy		Średnie firmy	
	liczba odp.	%	liczba odp.	%	liczba odp.	%	liczba odp.	%
powyżej 40	31	58,5	20	64,5	9	56,3	2	33,3
11–40	33	76,7	10	76,9	11	78,6	12	75,0
5–10	29	42,6	6	40,0	10	41,7	13	44,8
2–4	18	29,5	4	25,0	4	18,2	10	43,5
1	8	15,1	2	10,0	3	15,8	3	21,4
Razem	119	42,8	42	44,2	37	38,9	40	45,5

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań empirycznych.

Na aktywność eksportową wpływa także (jak zakładano w projekcie) liczba relacji z podmiotami zagranicznymi (H3). W miarę wzrostu liczby podmiotów zagranicznych, z którymi badane firmy utrzymują relacje, rośnie też odsetek firm zaangażowanych w eksport, ale po przekroczeniu pewnego progu (40) wskaźnik ten zaczyna się zmniejszać.

Tabela 8. Jakość relacji z podmiotami zagranicznymi a odsetek firm prowadzących eksport

Wskaźnik jakości kapitału relacyjnego* (w pkt.)	Ogółem MSP		Firmy mikro		Małe firmy		Średnie firmy	
	liczba odp.	%	liczba odp.	%	liczba odp.	%	liczba odp.	%
36–42	29	36,3	5	33,3	7	21,2	17	53,1
30–35	65	37,4	29	42,0	22	36,7	14	31,1
24–29	18	25,0	6	22,2	7	24,1	5	31,3
18–23	13	15,9	3	7,1	3	13,0	7	41,2
12–17	9	17,0	1	4,5	4	25,0	4	26,7
6–11	18	2,2	5	1,2	5	1,7	8	6,5
Razem	152	11,8	49	8,5	48	10,3	55	22,2

* Wskaźnik liczony jako suma ocen 6 wymiarów relacji (opisanych w metodologii).

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań empirycznych.

Lepsza wymiana informacji z podmiotami zagranicznymi przekłada się na wyższe wskaźniki działalności eksportowej.

Tabela 9. Wymiana informacji z podmiotami zagranicznymi a odsetek firm prowadzących eksport

Wskaźnik wymiany informacji z podmiotami zagranicznymi* (w pkt.)	Ogółem MSP		Firmy Mikro		Małe firmy		Średnie firmy	
	liczba odp.	%	liczba odp.	%	liczba odp.	%	liczba odp.	%
7	34	40,0	13	48,1	8	28,6	13	43,3
6	38	34,9	10	31,3	16	31,4	12	46,2
5	24	29,3	8	27,6	7	25,9	9	34,6
4	22	20,8	9	16,7	6	19,4	7	33,3
3	9	25,0	3	17,6	4	33,3	2	28,6
2	5	13,2	1	5,6	1	9,1	3	33,3
1	20	2,4	5	1,3	6	2,0	9	7,0
Razem	152	11,8	49	8,5	48	10,3	55	22,2

* Wskaźnik liczony na podstawie skali Likerta odnoszącej się do opinii: „Uzyskujemy od danej grupy podmiotów ważne informacje o rynku, na którym działamy”.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań empirycznych.

Najwyższy odsetek firm eksportujących został zaobserwowany w grupie przedsiębiorstw o wysokim, ale nie najwyższym wskaźniku jakości relacji z podmiotami zagranicznymi. Ponieważ podobna sytuacja pojawiała się podczas analizy wielu innych wskaźników (w tym wyników ekonomicznych), można wysunąć wniosek, że zwiększanie nakładów na poprawę jakości relacji z otoczeniem gospodarczym (w tym z podmiotami zagranicznymi) opłaca się tylko do pewnego momentu. Po przekroczeniu określonego progu (w niniejszym badaniu 40 pkt.) dalsze inwestowanie w relacje może stać się nieopłacalne.

Jeżeli relacje z podmiotami zagranicznymi trwają dłużej, wśród MSP rośnie skłonność do angażowania się w działalność eksportową.

Tabela 10. Czas trwania relacji MSP z podmiotami zagranicznymi a odsetek firm prowadzących eksport

Wskaźnik czasu trwania relacji z podmiotami zagranicznymi* (w pkt.)	Ogółem MSP		Firmy mikro		Małe firmy		Średnie firmy	
	liczba odp.	%	liczba odp.	%	liczba odp.	%	liczba odp.	%
7	36	39,6	12	40,0	8	25,8	16	53,3
6	25	28,4	5	19,2	10	27,8	10	38,5
5	35	32,7	12	33,3	13	33,3	10	31,3
4	26	23,6	12	21,8	7	20,6	7	33,3
3	5	21,7	3	37,5	2	25,0	0	0,0
2	4	9,5	0	0,0	2	13,3	2	28,6
1	21	2,5	5	1,2	6	2,0	10	8,0
Razem	152	11,8	49	8,5	48	10,3	55	22,2

* Wskaźnik liczony na podstawie skali Likerta odnoszącej się do opinii: „Współpraca ma charakter długofalowy”.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań empirycznych.

5. Analizy statystyczne – weryfikacja hipotez badawczych

5.1. Analiza macierzy współczynników korelacji

Pierwszym etapem diagnostyki zmiennych była analiza tablicy współczynników korelacji liniowej Pearsona (tab. 11). Okazało się, że między kapitałem relacyjnym, wyrażonym wszystkimi analizowanymi zmiennymi, a działalnością zagraniczną (odsetek firm eksportujących i/lub importujących) występują statystycznie istotne dodatnie zależności, ale siła zależności jest średnia – najczęściej mieści się w przedziale $0,4 \leq r_{XY} < 0,5$. Na tym etapie analiz zostały potwierdzone wszystkie hipotezy (a najwyższe dodatnie zależności odnotowano dla eksportu w przypadku H4, H5, H6, H8 i H7).

Tabela 11. Macierz współczynników korelacji liniowej Pearsona

H	Wskaźnik	Eksport i/lub import	Eksport	Eksport/obroty	Zmiana eksportu
H1	VRC-S	0,434347	0,336585	-0,109130	0,167306
H2	QRC-S	0,223670	0,180595	0,071517	0,059766
H3	VRC-8	0,325642	0,281873	0,079295	0,088546
H4	QRC-8	0,494452	0,425166	0,183874	0,084201
H5	QRC-81	0,478876	0,418450	0,170843	0,080843
H6	QRC-82	0,486691	0,418156	0,148156	0,062265
H7	QRC-83	0,452723	0,403273	0,138629	0,086876
H8	QRC-84	0,476826	0,408040	0,181500	0,076074
H9	QRC-85	0,474081	0,398412	0,163289	0,072047
H10	QRC-86	0,456214	0,383808	0,166519	0,101728

x,xxx – korelacja nieistotna na poziomie 0,05

x,xxx – korelacja istotna na poziomie 0,05

x,xxx – korelacja istotna na poziomie 0,01

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań empirycznych.

5.2. Analiza współczynników V-Cramera

W kolejnym etapie analiz na podstawie tablic kontyngencji określono wartość statystyki testowej testu niezależności chi-kwadrat oraz wyznaczano istotność (tzw. *p*-value) statystyki testowej (tab. 12). Następnie na podstawie statystyki χ^2 obliczono wartość współczynnika V-Cramera. Współczynnik V-Cramera mierzy siłę zależności między predyktorem a zmienną zależną, ale w odróżnieniu od współczynnika korelacji liniowej Pearsona diagnozuje także zależności nieliniowe. Przyjmuje on wartości z przedziału od 0 – brak zależności do 1 – maksymalnie silna zależność.

Analiza danych pokazuje, że najwyższą wartość współczynnika V-Cramera uzyskano przy zastosowaniu zmiennej VRC-8 (ilość relacji z otoczeniem gospodarczym) [H3] i QRC-8 [H4]. Potwierdziły się także pozostałe hipotezy, zakładające, że wyższa jakość relacji z podmiotami zagranicznymi będzie stymulowała działalność eksportową.

5.3. Modele GLM

W celu weryfikacji postawionych hipotez oszacowano również modele wpływu predyktorów na poszczególne zmienne zależne. Do oszacowania wykorzystano uogólniony model liniowy (GLM) dla dwumianowego rozkładu prawdopodobieństwa z funkcją łączącą logit postaci:

$$LP_i = \ln(P_i/(1 - P_i)) = x_i^T \beta \quad [1]$$

Tabela 12. Wyniki analiz – wartość statystyki testowej chi-kwadrat, wartość współczynnika V-Cramera oraz istotność statystyki testowej

H	Wskaźnik	Eksport i/lub import			Eksport			Eksport obroty			Zmiana eksportu						
		χ^2	df	V	p	χ^2	df	V	p	χ^2	df	V	p				
H1	VRC-S	199,3	4	0,425	0,000	137,9	4	0,353	0,000	9,9	8	0,190	0,272	120,8	8	0,234	0,000
H2	QRC-S	108,6	4	0,290	0,000	74,0	4	0,240	0,000	11,7	8	0,196	0,167	96,7	8	0,194	0,000
H3	VRC-8	538,9	6	0,700	0,000	419,4	6	0,617	0,000	11,7	12	0,207	0,470	220,4	12	0,317	0,000
H4	QRC-8	332,6	5	0,508	0,000	243,7	5	0,435	0,000	29,9	10	0,314	0,001	163,3	10	0,252	0,000
H5	QRC-81	261,1	2	0,450	0,000	204,9	2	0,399	0,000	15,8	4	0,228	0,003	144,7	4	0,237	0,000
H6	QRC-82	290,1	2	0,474	0,000	214,8	2	0,408	0,000	8,9	4	0,171	0,064	129,4	4	0,224	0,000
H7	QRC-83	249,1	2	0,440	0,000	192,1	2	0,386	0,000	9,5	4	0,177	0,050	110,5	4	0,207	0,000
H8	QRC-84	284,1	2	0,469	0,000	206,2	2	0,400	0,000	9,0	4	0,172	0,062	110,7	4	0,207	0,000
H9	QRC-85	279,2	2	0,465	0,000	204,8	2	0,399	0,000	7,0	4	0,151	0,138	141,0	4	0,234	0,000
H10	QRC-86	258,1	2	0,447	0,000	193,5	2	0,387	0,000	6,9	4	0,151	0,140	113,3	4	0,210	0,000

χ^2 – wartość statystyki testowej chi-kwadrat, df – liczba stopni swobody, V – wartość współczynnika V-Cramera, p – poziom krytyczny (istotność statystyki testowej).

xxxx – korelacja nieistotna na poziomie 0,05

xxxx – korelacja istotna na poziomie 0,05

xxxx – korelacja istotna na poziomie 0,01

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań empirycznych.

gdzie:

LP – logit (logarytm szans),

P – prawdopodobieństwo sukcesu,

x – macierz wartości zmiennych objaśniających,

β – wektor parametrów modelu.

Analiza logitowa była stosowana również w innych badaniach (prowadzonych m.in. w USA, Finlandii i Szwecji), np. dotyczących wpływu kapitału ludzkiego na wyniki ekonomiczne firm.

Wstępną analizę logitową przeprowadzono dla czynników (predyktory jakościowe), współzmiennych (predyktory ilościowe) i wszystkich możliwych interakcji. Uwzględniono także wielkość firmy, jednakże w żadnym modelu nie okazała się ona istotnym czynnikiem bądź nie dawała istotnych interakcji. Następnie oszacowano ostateczne modele (po eliminacji krokowej nieistotnych składowych modelu) dla czynników i współzmiennych oraz istotnych interakcji.

Tabela 13. Opis zmiennych zależnych w modelu

Zmienna	Opis zmiennej	Kategoria odniesienia	Modelowane prawdopodobieństwo
EXP/IMP	Występowanie eksportu lub importu	brak	jest
EXP	Występowanie eksportu	brak	jest

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań empirycznych.

W tabeli 14 przedstawiono parametry dla czynników głównych, pomijając parametry dla występujących istotnych interakcji.

Tabela 14. Wyniki estymacji modeli

Zmienna	(Stała)	[włk = mikro]	[włk = mała]	QRC-S	VRC-S	Interakcje
EXP/IMP	-1,75 (0,39) [0]**	-2,51 (0,51) [0]**	-2,11 (0,53) [0]**		1,83 (0,75) [0,015]*	Istotne dodatnie dla mikro i małych z ilością relacji (VRC-S)
EXP	-1,74 (0,4) [0]**	-2,38 (0,53) [0]**	-2,13 (0,55) [0]**			Istotne dodatnie dla mikro i małych z ilością relacji, słaba dla średnich

W tabeli podano oszacowanie parametru $\beta \pm$ błąd standardowy oszacowania, w nawiasie kwadratowym istotność parametru (p -value testu Wald); * parametr istotny na poziomie 0,05; ** parametr istotny na poziomie 0,01.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań empirycznych.

Uzyskane modele są istotne statystycznie, ale siła uzyskanych zależności jest słaba. Lepszy model uzyskano w przypadku zmiennej „występowanie współpracy

zagranicznej” – miary pseudo R-kwadrat (odpowiedniki współczynnika determinacji stosowanego w regresji liniowej) pozostają na poziomie 20–30%, a w przypadku eksportu na poziomie kilku procent. Z modeli wynika, że w obydwu przypadkach współpraca zagraniczna zależy od wielkości firmy – im mniejsza firma, tym mniejsza współpraca. W przypadku pierwszego modelu istotną współzmienną jest ilość relacji z instytucjami finansowymi. Dodatnia wartość współczynnika oznacza, że wzrost ilości relacji zwiększa szanse na współpracę zagraniczną. W przypadku drugiego modelu ilość relacji nie była istotną współzmienną, ale występowały istotne interakcje wielkości firmy i ilości relacji. Dotyczyło to zwłaszcza firm mikro i małych, gdzie im większa była ilość relacji, tym większy iloraz szans na występowanie współpracy zagranicznej.

Tabela 15. Ocena jakości modeli

Zmienna	Statystyka testu ilorazu wiarygodności	df	Istotność	Logarytm wiarygodności	Kryterium informacyjne Akaike (AIC)	Pseudo R-kwadrat		
						McFad-dena	Cragga-Uhlera-2	Estrelli
EXP/IMP	207,2	5	0	-377,4	766,8	0,215	0,296	0,195
EXP	128,0	5	0	-340,4	692,9	0,158	0,212	0,121

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań empirycznych.

Podsumowanie

W opisywanym projekcie badawczym testowane były zależności między kapitałem relacyjnym a procesami internacjonalizacji małych i średnich przedsiębiorstw.

Hipotezy zakładające dodatni wpływ kapitału relacyjnego na odsetek firm prowadzących działalność zagraniczną (w tym działalność eksportową) zostały potwierdzone za pomocą różnych technik analitycznych.

Najsilniejsze zależności (mierzone wskaźnikami *V-Cramera*) wystąpiły między ilością relacji (VRC-8) [H3] oraz jakością relacji z podmiotami zagranicznymi (QRC-8) [H4] a odsetkiem firm eksportujących towary/usługi. Potwierdziły się także hipotezy zakładające, że firmy utrzymujące większą ilość relacji z całym otoczeniem gospodarczym (VRC-S) [H1] oraz te, których jakość relacji z różnymi podmiotami rynkowymi jest relatywnie wysoka (QRC-S) [H2], będą częściej angażować się w eksport.

Wyniki badań mogą znaleźć szerokie zastosowanie w praktyce gospodarczej. Po pierwsze, popularyzacja wiedzy o tym, że działalność eksportowa pozytywnie wpływa na wyniki ekonomiczne oraz przewagę konkurencyjną firm, może przy-

czynić się do zwiększenia zainteresowania MSP rynkami zagranicznymi, co z kolei mogłoby przełożyć się na wyższe tempo wzrostu PKB, wzrost zatrudnienia oraz poprawę salda w bilansie handlowym. Po drugie, niskie wskaźniki internacjonalizacji polskich MSP sugerują, że jest wiele do zrobienia w zakresie polityki stymulowania eksportu. Przedstawione badania pokazują, że takie działania, jak ułatwienia w dziedzinie nawiązywania kontaktów z podmiotami zagranicznymi oraz zapewnienie lepszego dostępu do informacji o rynkach zagranicznych, mogłyby się przyczynić do wzrostu eksportu.

Źródła finansowania

Badania zostały przeprowadzone dzięki finansowaniu z Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego – praca naukowa finansowana ze środków na naukę w latach 2009–2011 jako projekt badawczy, nr decyzji MNiSW 0932/B/H03/2009/37, nr umowy N112 093237.

Bibliografia

- Andersen O., 1993, *On the Internationalisation Process of Firms. A Critical Analysis*, Journal of International Business Studies, vol. 24, no. 2.
- Anderson A., Park J., Jack S., 2007, *Entrepreneurial Social Capital. Conceptualizing Social Capital in New High-Tech Firms*, International Small Business Journal, vol. 25, no. 3.
- Arenius P., Minniti M., 2005, *Perceptual variables and nascent entrepreneurship*, Small Business Economics, vol. 24, no. 3.
- Beamish P.W., Lu J., 2001, *The Internationalization and Performance of SMEs*, Strategic Management Journal, vol. 22, no. 6/7.
- Bernard A., Jensen J.B., 1999, *Exceptional Exporter Performance. Cause, Effect, or Both?*, Journal of International Economics, no. 47.
- Brush C., Edelman L., Manolova T., 2002, *The impact of resources on small firm internationalization*, Journal of Small Business Strategy, vol. 13, no. 1.
- Cosh A., Hughes A., Bullock A., Milner I., 2008, *Financing UK Small and Medium-sized Enterprises. The 2007 Survey. A Report from the Centre for Business Research*, University of Cambridge.
- Chetty S.K., Hamilton R., 1996, *The Process of Exporting in Owner-controlled Firms*, International Small Business Journal, vol. 14, no. 3.
- Coviello N., Cox M., 2006, *The resource dynamics of international new venture networks*, Journal of International Entrepreneurship, vol. 4, no. 2/3.
- Coviello N., Munro H.J., 1997, *Network relationships and the internationalisation process of small software firms*, International Business Review, vol. 6, no. 4.
- ECB, 2009, *Survey on the access to finance of small and medium-sized enterprises in the euro area*.
- Eisenhardt K., Schoonhoven C.B., 1996, *Resource-based View of Strategic Alliance Formation. Strategic and Social Effects in Entrepreneurial Firms*, Organization Science, vol. 7, no. 2.
- Eriksson K., Johanson J., Majkgard A., Sharma D.D., 1997, *Experiential Knowledge and Cost in the Internationalization Process*, Journal of International Business Studies, vol. 28, no. 2.

- European Commission, 2003, *Observatory of European SMEs 2003*, no. 2, *SMEs and Access to Finance*.
- European Commission, 2004, *Internationalisation of SMEs*, Observatory of European SMEs 2003, no. 4, EIM, Luxembourg.
- Fonfara K. (red.), 2009, *Zachowanie przedsiębiorstwa w procesie internacjonalizacji. Podejście sieciowe*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.
- Gallup, 2009, *Access to finance. Analytical report*, Flash EB, no. 271.
- Gołębiowski T., Witek-Hajduk M., 2007, *Formy internacjonalizacji polskich przedsiębiorstw*, Marketing i Rynek, nr 2.
- Gorynia M., Jankowska B., 2004, *Konkurencja w branży a internacjonalizacja i globalizacja*, Gospodarka Narodowa, nr 11/12.
- Gorynia M., Jankowska B., 2007, *Teorie internacjonalizacji*, Gospodarka Narodowa, nr 10.
- Gorynia M., Owczarzak R., 2004, *Podstawy teorii internacjonalizacji i globalizacji działalności przedsiębiorstw*, Gospodarka Narodowa, nr 1/2.
- Hadley R.D., Wilson H., 2003, *The network model of internationalisation and experimental knowledge*, International Business Review, vol. 12, no. 6.
- Hutchinson B., Quinn A., 2006, *SME retailer internationalization. Case study evidence from British retailers*, International Marketing Review, vol. 23, no. 1.
- Johanson J., Vahlne J.E., 1992, *Management of foreign market entry*, Scandinavian International Business Review, vol. 1, no. 3.
- Johanson J., Vahlne J.E., 2003, *Business Relationship Learning and Commitment in the Internationalization Process*, Journal of International Entrepreneurship, vol. 1.
- Liesch P., Welch L., Welch D., McGaughey S., Petersen B., Lamb P., 2002, *Evolving Strands of Research on Firm Internationalization. An Australian-Nordic Perspective*, International Studies of Management and Organization, vol. 32, no. 1.
- Mach T., Wolken J., 2006, *Financial Services Used by Small Businesses. Evidence from the 2003 Survey of Small Business Finances*, Federal Reserve Bulletin, October.
- McDougall P., Oviatt B., 1996, *New Venture Internationalization, Strategic Change, and Performance. A Follow-up Study*, Journal of Business Venturing, vol. 11, no. 1.
- Mitchell K., Pearce D., 2005, *Availability of Financing to Small Firms Using the Survey of Small Business Finances*, SBA Office of Advocacy, Small Business Research Summary, no. 257, May.
- Nakos G., Brouthers K.D., Brouthers L.E., 1998, *The impact of firm and managerial characteristics on small and medium-sized Greek firms' export performance*, Journal of Global Marketing, vol. 11, no. 4.
- NORC, 2005, *The 2003 Survey of Small Business Finances, Methodology Report*, National Opinion Research Center, April.
- OECD, 2008, *Removing Barriers to SME Access to International Markets*.
- Oviatt B., McDougall P.P., 1994, *Toward a Theory of International New Ventures*, Journal of International Business Studies, vol. 25, no. 1.
- Oviatt B., McDougall P.P., 1997, *Challenges for Internationalization Process Theory. The case of International New Ventures*, Management International Review, vol. 37, no. 2.
- Oviatt B.M., McDougall P.P., 2005, *Defining international entrepreneurship and modeling the speed of internationalization*, Entrepreneurship Theory and Practice, vol. 29, no. 5.
- PARP, 2010, *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw*.

- Prashantham S., 2005, *Toward a knowledge-based conceptualization of internationalization*, *Journal of International Entrepreneurship*, vol. 3, no. 1.
- Reuber A.R., Fischer E., 1997, *The influence of management team's international experience on internationalization behavior*, *Journal of International Business Review*, vol. 28, no. 4.
- Rymarczyk J., 2004, *Internacjonalizacja i globalizacja przedsiębiorstwa*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.
- Sharma D., Blomstermo A., 2003, *The internationalization process of Born Globals. A network view*, *International Business Review*, vol. 12, no. 6.
- Shoham A., 1998, *Export Performance. A Conceptualization and Empirical Assessment*, *Journal of International Marketing*, vol. 6, no. 3.
- Yang Y.S., Leone R.P., Alden D.L., 1992, *A Market Expansion Ability Approach to Identify Potential Exporters*, *Journal of Marketing*, vol. 56, no. 1.
- Yip G., Biscarri J., Monti J., 2000, *The Role of the Internationalization Process in the Performance of Newly Internationalizing Firms*, *Journal of International Marketing*, vol. 8, no. 3.
- Zahra S.A., Ireland R.D., Hitt M.A., 2000, *International expansion by new venture firms. International diversity, mode of market entry, technological learning, and performance*, *Academy of Management Journal*, vol. 43, no. 5.

M. Szczepaniec (✉) inforest@post.pl

Wydział Ekonomiczny, Uniwersytet Gdański, ul. Armii Krajowej 119/121,
81-824 Sopot, Polska

T. Czuba (✉) t.czuba@ug.edu.pl

Wydział Ekonomiczny, Uniwersytet Gdański, ul. Armii Krajowej 119/121,
81-824 Sopot, Polska

T. Jurkiewicz (✉) tomasz.jurkiewicz@ug.edu.pl

Wydział Zarządzania, Instytut Handlu Zagranicznego, Uniwersytet Gdański,
ul. Armii Krajowej 101, 81-824 Sopot, Polska