

УДК 658.8

**З. Патора-Висоцька**Громадська Вища школа підприємництва і управління, м. Лодзь,  
Республіка Польща

## ВПЛИВ ПРЯМИХ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ НА ДІЯЛЬНІСТЬ МАЛИХ І СЕРЕДНІХ ПІДПРИЄМСТВ В ПОЛЬЩІ

© Патора-Висоцька З., 2003

**Проаналізовано результати маркетингового дослідження впливу прямих іноземних інвестицій на діяльність підприємств малого та середнього бізнесу в Польщі.**

**The results of marketing research of influence of straight foreign investments on enterprise activity of small and middle business in Poland are analyzed.**

Дослідження, які мали на меті визначити вплив прямих іноземних інвестицій на ситуацію малих і середніх підприємств в Польщі, були проведені автором в містах: Лодзі, Острові Велкопольському, Остжешуві і в Плешові. Були досліджені фірми з сектору малих і середніх підприємств (МСП), більшість яких знаходиться в Лодзі, і які працюють у таких галузях: торговельно-видавничій (фірма “RES POLONA”), торговельно-обслуговуючій (“E.S.O.” s.c. і “TERVENT” – монтажні послуги), обслуговуючо-торговельно-виробничій (“Petecki” – будівельна фірма), виробничо-торговельній (“Polski Len” s.a. – льноткацька галузь, а також “Mirland” – гальмівні колодки, автомобільні фільтри), обслуговуючій – Zaklad Ubezpieceń i Reasekuracji (заклад страхування і гарантійного страхування) „Polonia” s.a. Два господарські суб’єкти, досліджені в Острові Велкопольському, – це виробничо-торговельна фірма „POLFEX”, яка концентрує свої дії на сільськогосподарсько-харчовій переробці, а також обслуговуючо-виробниче підприємство „ELECTRO-SERW” (електро-машинобудівна промисловість, автомобільна, гірнична справа). Фірма, яка знаходиться у Плешеві, – “EMA-ELFA” – займається виробничо-торговельною діяльністю в електро-машинній галузі. Акціонерне товариство „SPOMASZ” в Плешеві займається торгівлею, виробництвом і обслуговуванням у електромашинній галузі (фабрика харчового обладнання).

Усі досліджені суб’єкти – це підприємства з сектору МСП, які не мають капіталу закордонних інвесторів.

Вплив прямих іноземних інвестицій на діяльність МСП був визначений за допомогою анкетного дослідження середніх фірм з групи малих і середніх господарських суб’єктів. Вибірка становила 11 підприємств, причому частина з них є акціонерними товариствами. Використовувались передусім методи якісних досліджень, а також описовий метод. У деяких випадках проводилось вільне опитування.

Анкета містила 16 запитань. Перші два запитання стосувались вступних інформацій щодо назви фірми, виду та діапазону діяльності, яка проводиться господарським суб’єктом. Подальші питання мали такий вигляд:

*Чи експансія вашої фірми охоплює:*

а) локальний ринок	2
б) ринок країни	11
в) міжнародний ринок	3
г) глобальний ринок	0

Три підприємства з досліджуваних ведуть діяльність у міжнародному масштабі. Це – фірми: „MIRLAND” у Лодзі, „SPOMASZ” у Плешеві і „POLFEX” в Острові Велкопольському. Це свідчить насамперед про мобільність фірм і використання ними можливостей конкурувати на міжнародному ринку.

Якщо мова йде про досить малу кількість відповідей, які підтверджують діяльність фірми на локальному ринку, то це спричинено тим, що відповідь “б” містить відповідь “а”. Для МСП здобування подальших ринків неможливе без зміцнення позиції фірми на одному з локальних (найчастіше материнському). Збільшення діяльності фірм у масштабі країни свідчить про постійний розвиток досліджуваних підприємств, без якого було б неможливим формування марки, іміджу і позиції фірми на ринку.

Проводилось дослідження того, в яких підприємствах власники малих і середніх фірм бачать своїх найбільших конкурентів. Була зроблена спроба визначити ступінь насичення ринку продуктами і послугами закордонних господарських суб’єктів у секторах, які відповідають досліджуваним суб’єктам.

*Чи вважаєте ви яке-небудь з підприємств з власного сектору своїми безпосередніми конкурентами? Якщо так, то чи є це:*

усі підприємства	3
підприємства з участю закордонного капіталу	4
закордонні	1
малі	2
середні	5
великі	6
немає безпосередніх конкурентів	0

За результатами досліджень, усі підприємства, які ведуть міжнародну діяльність, вважають своїми безпосередніми конкурентами фірми з часткою закордонного капіталу. Два з названих підприємства вважають своїми конкурентами середні і великі фірми, а, отже, суб’єкти з подібною структурою (з точки зору величини). Решта фірм також вважають своїми конкурентами організації з подібною структурою (а, отже, ймовірно з подібним капітальним потенціалом). Відносно мало фірм бачать конкуренцію з боку малих суб’єктів підприємництва. Три з досліджуваних підприємства вважають потенційними конкурентами усі фірми. Серед них не було фірм, які діють на ринках міжнародного масштабу.

*Чи концентрація ринку, тобто насичення ринку продуктами і послугами закордонних фірм є в секторі вашого підприємства?*

а) мале	3
б) велике	7
в) занадто велике	1

Лише одна фірма вибрала відповідь “в”. Це була мала фірма. Вибір більшістю респондентів відповіді “б” підтверджує, що ринок є відносно відкритим для закордонного капіталу, фірми конкурують між собою за клієнта, який вже є. Це є головним стимулом проведення інвестиційних дій.

Дослідження мало також на меті визначення того, на які дії МСП скеровують свою увагу і які з заходів, що проводяться, детерміновані наявністю фірм з частковою або повною часткою закордонного капіталу.

*Чи ваше підприємство концентрує дії на:*

*(Просимо зазначити в шкалі: 0 – не застосовуємо  
1 – рідко застосовуємо  
2 – часто  
3 – дуже часто)*

Інвестиційні дії спрямовані на	Кількість відповідей	Відповіді виміряні шкалою
Створення нових потреб	6	11
Підвищення якості запропонованих продуктів і послуг	10	26
Витратну конкуренцію	8	18
Цінову конкуренцію	9	21
Пропонування післяпродажних послуг	6	11
Створення марки продукту	7	13
Розбудову системи дистрибуції (збільшення доступності продуктів/послуг)	9	19
Рекламу	7	13
Промоції продажу	10	18
Розбудову асортименту	9	17
Пропонування зручних умов платежів	9	13

З досліджень випливає, що майже усі респонденти (10) проводять дії, які скеровані на підвищення якості запропонованих продуктів та послуг. Посилення цих дій становить 2,6, що порівняно зі шкалою, в якій зазначався ступінь частоти посилення цих дій (дивись шкалу), означає, що фірми часто концентрують свою увагу на підвищенні якості. Якщо мова йде про стимулювання продажу, то також 10 з досліджуваних фірм декларували проведення цих дій. Ступінь концентрування власників був трохи слабшим і становив 1,8, що означає, що фірми менше уваги звертають на стимулювання продажу.

Досліджувана вибірка говорить про розбудову асортименту, збільшення мережі дистрибуції і пропонування зручних умов платежів. Варто, однак зазначити, що часто проводяться дії, які збільшують доступність запропонованих ними послуг і продуктів, (коефіцієнт частоти у цьому випадку становив 2,11) і дії, які скеровані на розбудову асортименту (коефіцієнт становив 1,88), концентруються на пропозиції зручних умов платежів. Незважаючи на те, що 9 фірм визнало, що їх цікавить ця сфера дій, ступінь підсилення зусиль фірми у цьому напрямку становив 1,44, – отже, це не означає, що фірми дуже рідко пропонують зручні умови платежів, але також не можна сказати, що вони застосовують їх дуже часто.

За результатами досліджень переважна більшість фірм визнає застосування цінової і витратної конкуренції (це є відповідно дев'ять і вісім анкетованих). Коефіцієнт частоти проведення заходів цінової конкуренції становить 2,33, а у конкуруванні витратами – 2,25. Очевидно, що ці результати є взаємопов'язані. Ймовірно, зв'язок між ними є більшим і можна спостерігати прямування фірм до підвищення якості запропонованих продуктів і послуг. Велика частина фірм концентрується на проведенні модернізаційних та

інвестиційних заходів. Проведення нових інвестицій, модернізація мають великий вплив не лише на постійне підвищення якості, але і на зниження у довгому періоді витрат виробництва, що дає змогу знижувати ціни і досягати більших прибутків.

Сім з опитаних респондентів (63 %) проявляє також зацікавлення рекламою і створенням марки продукту. Ступінь, в якому концентрують свою увагу на цих діях, становить 1,8. 54 % досліджуваних фірм підтверджує, що їх дії концентруються також на створенні нових потреб і пропонуванні післяпродажних послуг (коефіцієнт становить 1,8). Враховуючи, що це є трохи більше ніж половина анкетованих, можна сказати, що ці заходи проводяться дуже рідко.

В процесі дослідження було зроблено спробу ідентифікувати вплив закордонних фірм на прийняття МСП певних рішень.

*Чи діяльність великих фірм з частковою або повною часткою закордонного капіталу має вплив на проведення вашою фірмою заходів:*

Модернізаційних і/або інвестиційних	6
З розширення дистрибуційних мереж	5
З пошуку стратегічних інвесторів	3
Із звуження виробництва	1
Із звуження виробництва і концентрування уваги на ексклюзивних товарах і послугах	4
Із звуження виробництва і концентрування уваги на товарах/послугах, пристосованих до індивідуальних потреб клієнта (відходу до ринкових ніш)	7
З виходу із сектору	0
З впровадження змін в організаційній структурі	8
З впровадження змін в системі зарплат (якщо так, чи мали вони мотиваційний характер)	7
З вкладенням коштів на дослідження та розвиток	8

Вплив прямих іноземних інвестицій на МСП є видимим передусім у витрачанні фірмами коштів на дослідження і розвиток (Д+Р), як і у впровадженні змін в організаційній структурі. Сім респондентів вважають, що вплив великих закордонних фірм на їх власні фірми проявляється у відході МСП до ринкових ніш і у застосуванні мотиваційних систем зарплат (що напевно пов'язується з потребою підвищення ефективності). Більш ніж половина досліджуваних (6 фірм) стверджують, що наявність закордонних суб'єктів на ринку впливає на МСП стимулюючим чином, якщо мова йде про понесення інвестиційних і модернізаційних витрат. 45 % анкетованих, а, отже, майже половина, вважає, що прямі іноземні інвестиції впливають на фірми, що виражається у проведенні МСП заходів щодо розширення дистрибуційних мереж. 36 %, своєю чергою, визнає, що звуження виробництва і концентрування на ексклюзивних товарах/послугах – це дії, які є результатом наявності прямих іноземних інвестицій в оточенні МСП. 27 % досліджуваних підтвердили, що в нинішніх ринкових умовах змушені шукати стратегічних інвесторів. Лише одна фірма зменшила виробництво.

Наступне питання стосувалось оцінки анкетованими впливу, який під час глобалізації приводить до виникнення зв'язків між фірмами які впливають на діяльність МСП.

*Процеси глобалізації мають вплив на виникнення нових зв'язків коопераційного і капітального характеру між фірмами:*

Чи це має позитивний вплив на можливості вашої фірми?	11
Чи передбачаєте ви проведення подібних дій у майбутньому?	8

Усі фірми дали ствердну відповідь щодо позитивного впливу, який несуть нові процеси. Вісім з опитаних передбачає проведення подібних дій у майбутньому. Усі фірми, які проводять міжнародну діяльність, декларують бажання кооперації або поєднання з закордонним капіталом, при цьому одна з них виразно зазначила під час вільного опитування, що це може бути поєднання капітального характеру. Дві фірми не передбачають появи подібних зв'язків у своїх фірмах. Фірма „Petecki” не передбачає у майбутньому зв'язків з іншими фірмами коопераційного або капітального характеру, оскільки її позиція на ринку є сильною, стабільною і мобілізованою, щоб у майбутньому (сьогодні, на думку власника фірми, насичення ринку будівництва продуктами і послугами закордонних фірм є мізерним) ефективно конкурувати з закордонними підприємствами.

В роботі досліджувався також характер впливу прямих іноземних інвестицій на діяльність МСП. Це було описове питання, яке мало виділити найважливіші детермінанти прийнятої позиції стосовно закордонного капіталу.

*Чи діяльність фірм з частковою або повною часткою закордонного капіталу має на вашу фірму вплив, і який?*

- а) позитивний;*
- б) негативний;*
- в) не має впливу.*

*Відповідь просимо обґрунтувати.*

Одна з анкетованих фірм, – “MIRLAND”, – яка діє у міжнародному масштабі, стверджувала, що наявність закордонного капіталу на ринку не має впливу на її діяльність, хоча слід пам'ятати, що всі опитані фірми, які ведуть міжнародну діяльність, однотайно стверджували, що виникнення нових зв'язків коопераційного і капітального характеру позитивно впливає на них; усі також передбачають проведення подібних дій у майбутньому. З подальшої частини анкети виникає, що фірма „MIRLAND” знаходиться на ринку, який зайнятий як стороннім, так і польським капіталом. Власник, отже, не є спеціально зацікавлений капітальною структурою конкурентів. Отримана також відповідь, яка стверджує, що загальний вплив стороннього капіталу є негативний. Фірма побачила причини цього стану речей у силі капіталу, що надходить. Інші дев'ять фірм погодились, що вплив капіталу є позитивним, при цьому одна із фірм не обґрунтувала свій вибір. Головною позитивною ознакою закордонних інвестицій, які надходять, шість анкетованих вважає мобілізаційну силу, яка схиляє МСП до інвестування в технології, до кращого використання сировини. Один з респондентів з цієї групи опитаних ствердив, що відбулося покращання виробництва.

Три фірми, що залишилися, також позитивно оцінили вплив, який несе з собою наявність на ринку стороннього капіталу. Одна з фірм мотивує свій вибір збільшенням іміджу і капіталу фірми, яка приймає інвесторів (це була одна з фірм, яка розглядає можливість з'єднання зі стороннім капіталом). Інша, навпаки, вважає, що наявність прямих іноземних інвестицій мобілізує до дій, маючи у перспективі конкурування з фірмами цього типу у майбутньому (це була одна з двох фірм, які не передбачають появи зв'язків

капітального або коопераційного характеру). Остання фірма мотивує свій вибір фактом, що закордонний капітал втримав рівень виробництва.

Також досліджувався вплив закордонних фірм на проведення МСП або відмову від проведення дій у певних сферах ринку.

*Чи є сфери, від яких ви відмовились або в яких почали експансію з причин діяльності фірм з частковою або повною часткою закордонного капіталу? Якщо так, просимо назвати, які саме? Відповідь обґрунтувати.*

Розпочата діяльність	5
Здійснена відмова від певної сфери діяльності	1
Не має впливу	5

Фірма, яка відмовилась від частини діяльності, не вказала, про яку сферу йшлося. Інші п'ять фірм обґрунтували свою відповідь так:

– дві фірми почали кооперацію з різними фірмами, при цьому обидві підкреслили, що співпраця охоплює також закордонні фірми (мова йшла про поставки елементів електричної апаратури, сфера другої фірми не була чітко визначена);

– одна з фірм почала будівельні інвестиції. Шукає також фінансові засоби, однак це не пов'язується з виникненням нових зв'язків в капітальній структурі цього виробництва;

– інша фірма, з льоноткацького сектору, проводить (з позитивним результатом) конкурентні дії у сфері тканих упакувань – утримується як постачальник упакувань для м'ясокомбінатів;

– фірма з сектору послуг збільшила мережу продажу, що супроводжувалось однак обмеженням зайнятості.

Варто підкреслити, що для п'яти фірм експансія закордонного капіталу не становила, як до цього часу, стимулу до відмови від дій або до їх проведення.

В рамках дослідження оцінювався можливий вплив дій, які проводяться прямими іноземними інвестиціями, на стан зайнятості у МСП.

*Чи діяльність фірм з частковою або повною часткою закордонного капіталу мала вплив на стан зайнятості у вашій фірмі? Чи були ви змушені зменшувати кількість працівників з причини збільшених витрат, що виникли через входження суб'єкта з частковою або повною часткою закордонного капіталу на ринок? Відповідь обґрунтувати.*

Не було впливу	6
Є вплив	5

Серед п'яти фірм, які стверджували, що діяльність закордонних фірм мала вплив на стан зайнятості, знайшлась одна фірма, яка збільшила кількість працівників. Підприємство провело ці кроки з метою утримання якісних стандартів, що пов'язувалось з отриманням (клопотанням про отримання) свідоцтва якості. Дії іншої фірми були продиктовані подібними спонуканнями – фірма клопоталась про свідоцтво якості ISO. Однак не відбулося ані збільшення, ані зменшення працівників, тільки покращувалась організація праці. У трьох фірмах, що залишилися, обмежувався стан зайнятості, при цьому в льоноткацькому секторі це було здійснено через появу на ринку суб'єктів, які інвестують у працездатні товари, в секторі послуг зміни були продиктовані потребою обмеження витрат – також через появу на ринку нових суб'єктів. Зменшення працівників тут було компенсоване

розширенням мережі продажу, при цьому власник фірми підкреслював, що зменшення працівників пов'язується з виникненням незручностей для клієнтів (довша процедура вирішення справ). Можна сказати, що негативний вплив наявності прямих іноземних інвестицій позначився у трьох фірмах серед досліджуваної вибірки, у двох фірмах відмічено позитивні зміни.

Наступні досліджувані питання стосувались правових умов.

*Чи фірмам з частковою або повною часткою закордонного капіталу локальна влада створює економічні або правові пільги?*

Так	7
Ні	4

Метою дослідження було ствердити, в якому ступені МСП сприймають дії, які проводяться локальною владою. Чотири фірми не сприймають дії влади як пільги. Переважна більшість їх однак бачить.

*Чи розвиток підприємства гальмують:*

а) сильні конкуренти (якщо так, чи є серед них фірми з частковою або повною часткою закордонного капіталу)	3
б) численні конкуренти	7
в) правові норми (які?)	7

Більшість фірм відповіла ствердно на питання “б” і “в”. Якщо мова стосується правових норм, то майже усі фірми однотайно відповідали, що це є: відсутність інвестиційних пільг, неспаяні норми, які стосуються податкової системи, велика кількість податків, обтяження, які стосуються зайнятості, дуже дорогий кредит. Понадто одна з фірм твердила, що відсутність закону про локальне (місцеве) самоврядування перекреслює можливості розвитку. Ця фірма не довіряє господарським організаціям (довіряє тільки промислово-торговельним палатам).

Що цікаво, одна з фірм обґрунтувала також вибір відповіді “б”. Це була фірма з льоноткацького сектору, яка вважала, що дуже багато фірм концентрується на субституційних виробках, які знаходять попит через зубожіння суспільства.

Лише три фірми бачать причини гальмування розвитку у великих фірмах (у тому числі, закордонних).

*Чи розвитку підприємства сприяють :*

мала конкуренція	3
правові норми (якщо так, то які?)	1

Одне з досліджуваних підприємств з сектору будівництва вважає, що існують правові норми, які сприяють діяльності; це – низькі ставки ПДВ на будівельні матеріали. Три фірми бачать можливості розвитку в існуванні малої конкуренції.

Метою наступного досліджуваного питання була перевірка ступеня, в якому МСП користуються допоміжними засобами, що скеровуються до них.

*Чи ваша фірма користувалась допоміжною програмою STEP I, STEP II або іншою допоміжною програмою, яка скерована до сектору МСП?*

Так	1
Ні	10

Лише одне підприємство визнало, що користувалось засобами, які призначені на розвиток і підтримку сектору МСП, при цьому не вказувалось, яка це була програма. Напевно, цей факт дає можливість зробити висновки про те, що у Польщі допоміжна система є слабо розповсюдженою. Можна також щодо цього припускати, що існує багато бар'єрів (наприклад, труднощі фірм у формулюванні переконливих аргументів) при клопотанні про дотації цього типу.

Останнє питання стосувалось перспектив, які бачать перед собою власники МСП у добі входження на ринок капітально сильних закордонних суб'єктів. Це було описове питання.

*Чи ваша фірма має кращі перспективи розвитку і покращання конкурентної позиції у довгому періоді, перед тим, як її галузь зайняли фірми з частковою або повною часткою закордонного капіталу?*

Дві фірми серед досліджуваних не відповіли на це запитання. Чотири господарські суб'єкти оцінили свої перспективи розвитку як кращі, ніж вони були раніше. Ці фірми однак не обґрунтували свою позицію. Дві з анкетованих фірм відповіли, що не мають кращих шансів для розвитку, оскільки у довгому періоді польські фірми систематично втрачають як перспективи розвитку, так і конкурентну позицію. Одна з фірм ствердила, що для неї це серйозна довготривала проблема, оскільки їй не вистачає польського капіталу, вона змушена шукати закордонних інвесторів. Власник іншого підприємства вважає, що конкуренція сприяє розвитку. Однак він визнав, що у конкурентній боротьбі його фірма обмежена фінансовим недобором, що має безпосереднє переკладення на інвестиційні процеси (це була також одна з фірм, яка шукає стратегічних інвесторів). Інша фірма визнає, що перспективи розвитку є, що правда, дуже обмежені, але причини цього стану слід шукати не у капітальній структурі фірм, а у численній конкуренції.