

СОТРУДНИЧЕСТВО МАЛЫХ И СРЕДНИХ ФИРМ ЩЕЦИНСКОГО РЕГИОНА В АСПЕКТЕ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ КОНКУРЕНЦИИ*

Ева Фронцкевич,

доктор экономики, кафедра маркетинга Щецинского университета (Польша)

С конца 80-х XX ст. годов Польша осуществляет активную деятельность по привлечению зарубежных инвесторов. Выбор новой политической системы почти однозначно был связан с выбором направления экономических изменений, а потенциал национального капитала оценивался как слабый¹. К настоящему времени иностранные инвестиции в экономику Польши превысили 48 млрд долл. США (табл. 1).

По количеству иностранных инвесторов Западно-Поморское воеводство (административный центр г. Щецин) находится на девятом месте среди 16 воеводств Польши. В соответствии с данными Государственного агентства по иностранным инвестициям, на его территории локализовано 83 фирмы, т.е. 4% от общего числа субъектов хозяйствования, функционирующих в стране с участием иностранного капитала (табл. 2).

* Перевод с польского кал. Е.И.Мешайкиной.

¹ Первый правовой акт, регулирующий привлечение прямых иностранных инвестиций, принят в 1976 г., но только после 1989 г. созданы условия для более тесного сотрудничества с высокоразвитыми странами. Более подробно см.: Łomiński A., Stolarczyk M. Polska i jej sąsiedzi w latach dziewięćdziesiątych. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, 1989; Kundera J., Ostrowska E. Wymiana towarów i inwestycji między Polską a krajami Unii Europejskiej. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, 1998.

Глобализация экономики для многих фирм является синонимом роста конкуренции, более трудных условий функционирования, а также угрозы поглощения заграничными концернами. Можно ли в этой ситуации согласиться с мнением, что собственный рынок можно защитить посредством более тесного сотрудничества фирм своей страны? Данная статья подготовлена на основе исследований, проведенных в феврале–апреле 2001 г. в Западно-Поморском воеводстве. В ней раскрывается, какую позицию в данном вопросе занимают польские предприятия, в чем они видят свои наибольшие возможности для сотрудничества и конкурентные угрозы и как относятся к сотрудничеству с другими польскими предприятиями².

Опросом была охвачена группа из 173 предприятий Западно-Поморского воеводства (табл. 3). Преобладающая юридическая форма собственности фирм-респондентов – гражданское и хозяйственное (торговое) товарищество (66,4% опрошенных). Самую малочисленную группу составляли кооперативные общества и государственные фирмы (соответственно

² Более подробно см.: Ocena współpracy polskich przedsiębiorstw, maszynopis powielany. Szczecin, 2001.

Таблица 1

Страны-инвесторы капитала в экономику Польши (по состоянию на 31.12 2001 г.)

Инвестор капитала	Инвестированный капитал, млн долл.	Планируемые инвестиции, млн долл.	Количество инвесторов
Франция	8535.00	1268.90	81
США	7458.70	2024.90	123
Германия	6339.60	1117.10	203
Голландия	4404.30	554.80	67
Международный капитал	2323.00	815.10	19
Италия	3 491.50	1170.40	62
Остальные страны	15877.70	2543.40	326
ВСЕГО	48429.80	-	-

Источник: <http://www.paiz.pl>

Таблица 2

Региональная локализация иностранных инвесторов в Польше (по состоянию на июнь 2001 г.)

Воеводство	Количество инвесторов
Мазовецкое	582
Силезское	266
Великопольское	237
Нижнесилезское	175
Поморское	144
Малопольское	125
Лодзинское	119
Куявско-Поморское	86
Западно-Поморское	83
Люблинское	59
Подкарпатское	57
Любуское	51
Варминско-Мазурское	47
Свентокшисское	47
Опольское	39
Подляское	32

Источник: <http://www.paiz.pl>

2 и 4 предприятия). В обследованной группе 97% фирм имели преимущественную или полную долю польского капитала.

В структуре исследуемой группы большинство составляют фирмы по оказанию услуг (34%) и торговые фирмы (23%). Среди других отраслей представлены строительство, пищевая промышленность, транспорт, связь и

электроэнергетика. Около половины фирм-респондентов функционируют на рынке не менее 10 лет, 4 из каждых пяти – 5 и более лет и только 3% – меньше года. У половины опрошенных предприятий границы сферы деятельности совпадают с границами воеводства. Каждая четвертая фирма функционирует на территории страны и столько же – на международном рынке. Почти половина предприятий оценивает свое финансовое состояние как хорошее или очень хорошее, а каждое десятое – как плохое.

Анализируя позицию польских фирм на фоне заграничной конкуренции, можно, прежде всего, рассмотреть их общие оценки своего положения на рынке и предложений на рынке. Оказалось, что 67,0 % респондентов рассматривают конкуренцию со стороны заграничных фирм как существенную угрозу для себя (полностью согласны с этим мнением 27,7% фирм, согласны – 39,3%). Противоположной точки зрения придерживается только каждый восьмой менеджер из опрошенных фирм (рис. 1). В то же время, однако, менее половины респондентов (42,2%) для противодействия международной конкуренции ставили бы целью налаживание сотрудничества польских фирм. 40 из 173 предприятий не имеют собственного мнения по этому поводу, а каждый третий респондент считает, что усиление контактов между польскими партнерами не обеспечит достижения общих выгод. Около 1/4 опрошенных (23,1%) оценивают рыночные предложения заграничных фирм как наилучшие с точки зрения качества и уровня сервиса, но значительно больше респондентов

Таблица 3

Общие характеристики обследованных предприятий, %

Доминирующий вид деятельности	Всего (N=173)	Период функционирования на рынке, годы				Количество персонала, чел.			Самооценка финансового состояния				
		До 1	1-4	5-9	10 и более	До 10	10-50	51-250	Очень хорошее	Хорошее	Среднее	Плохое	Очень плохое
Производство	17	0	7	21	72	0	21	79	0	41	41	8	10
Торговля	23	0	27	44	29	46	39	15	7	42	39	12	0
Услуги	34	5	12	33	50	31	35	34	12	43	43	2	0
Смешанная	26	4	22	36	38	47	29	24	5	42	38	13	2

Источник. Собственная разработка на основе исследований.

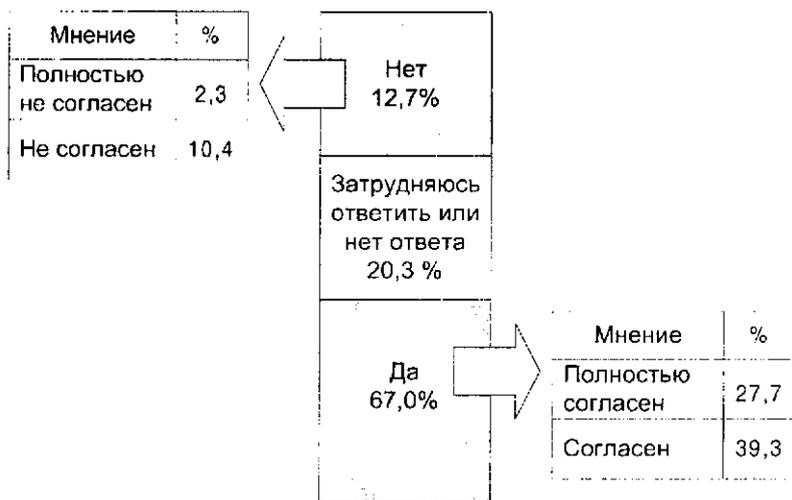


Рис. 1. Ответы на вопрос, представляют ли заграничные конкуренты серьезную угрозу для польских фирм.
 Источник. Собственная разработка на основе исследований.

приятия. Эта группа почти в 4 раза больше, чем группа респондентов, предпочитающих партнера с иностранным капиталом. Анализ предпочтений в выборке партнера в разрезе группы предприятий по основному виду деятельности указывает на несколько большую склонность к сотрудничеству с другими польскими предприятиями фирм по оказанию услуг: 38% респондентов из данной группы предпочитают иметь польского партнера, 5% – заграничного, для остальных его выбор не имеет значения.

Интерес представляют также данные, полученные относительно гипотетической ситуации, когда

(41,6%) придерживаются противоположного мнения.

В каждой из трех выделенных по доминирующему виду деятельности группы опрошенных фирм угроза со стороны потенциальных конкурентов рассматривается как существенный фактор, побуждающий их к сотрудничеству с зарубежными и польскими предприятиями с целью защиты собственного бизнеса (табл. 4 и 5).

Несмотря на опасения, связанные с присутствием иностранной конкуренции на местном рынке, для большинства опрошенных фирм происхождение капитала не является важным элементом при принятии решений о возможном сотрудничестве (83,2% ответов). Сознательный выбор партнера с польским капиталом осуществляют только 13,3% фирм, т. е. 23 пред-

да выбор мог бы осуществляться из двух равнозначных предложений, представленных партнерами с польским и с заграничным капиталом. Оказалось, что и в этой ситуации наибольшее число респондентов не придавало бы значения данному критерию (56,6%) фирм. Польский капитал имел бы решающее значение при выборе предложения для 66 исследуемых фирм (т.е. 38,2% респондентов), около 5% респондентов (т.е. 8 фирм) выбрали бы предложение зарубежной фирмы. Главной причиной нежелания взаимодействовать с польскими партнерами, по мнению респондентов, является опасение их непорядочности (табл. 6).

Конкуренция – это одна из главных причин, по которым фирмы склонны налаживать сотрудничество с другими фирмами. Поиск

Таблица 4

Наиболее важные факторы, побуждающие к сотрудничеству с зарубежными фирмами, %

Фактор	Производственные предприятия	Торговые предприятия	Предприятия по оказанию услуг	Всего по выборке
Возможность удовлетворения потребностей	45,0	58,5	54,4	53,8
Новые технологии	67,5	47,7	50,0	53,2
Усиленная конкуренция	35,0	50,8	44,1	47,4
Изменения в спросе	27,5	46,2	23,5	39,9
Возможность экспорта	40,0	24,6	16,2	26,6

Источник. Собственная разработка на основе исследований.

Таблица 5

Наиболее важные факторы, побуждающие к сотрудничеству с польскими фирмами, %

Фактор	Производственные предприятия	Торговые предприятия	Предприятия по оказанию услуг	Всего по выборке
Возможность удовлетворения потребностей	35,0	36,9	38,2	41
Усиленная конкуренция	27,5	40,0	10,3	39,3
Изменения в спросе	17,5	36,9	2,9	30,6
Новые технологии	27,5	23,1	13,2	28,3
Соответствующие правовые предписания	22,5	10,8	35,3	19,1

Источник. Собственная разработка на основе исследований.

Таблица 6

Оценка важности факторов, ограничивающих сотрудничество польских фирм с польскими партнерами, %

Фактор	Производственные предприятия	Торговые предприятия	Предприятия по оказанию услуг	Всего по выборке
Опасение неупорядоченности	32,5	33,8	36,8	34,7
Дорогие кредиты	30,0	33,8	25	29,5
Падение спроса	25,0	27,7	26,5	26,6
Недобросовестная конкуренция	15,0	26,2	33,8	26,6
Правовые ограничения	22,5	24,6	29,4	26,0
Высокие налоги	17,5	27,7	22,1	23,1
Плохой опыт	17,5	13,8	32,4	20,8

Источник. Собственная разработка на основе исследований.

партнеров по бизнесу относится к средствам завоевания преимуществ над другими предприятиями на рынке с точки зрения снижения издержек, совершенствования технологии, улучшения рыночного предложения и т.п. В представленных ответах наиболее важной выгодой, получаемой от сотрудничества, является снижение издержек функционирования (71,0% ответов). Следующие важные факторы – обеспечение конкурентного преимущества (48,6%) и ограничение риска проводимой деятельности (40,5%). Это может означать, что малые и средние предприятия-респонденты рассматривают именно ценовое соперничество в качестве ведущей мотивации стратегии борьбы с зарубежными конкурентами. Лишь немногие фирмы, в основном из производственного сектора, видят иные возможности борьбы за клиентов.

Таким образом, по мнению опрошенных фирм, польский капитал возможного партне-

ра может быть его достоинством. Но его выбор, однако, в основном продиктован факторами социального характера, т.е. поддержкой национального капитала или ожиданием позитивных эффектов для экономики страны. Вместе с тем, как показывают и другие исследования, проведенные в Щецинском регионе и других воеводствах, сотрудничество фирм как метод конкурентной борьбы на польском рынке еще недостаточно используется³. Причины можно искать в низкой оценке фирмами их предыдущего сотрудничества, ограниченном опыте многих из них, а также в опасении неупорядоченности партнеров и неизвестности реакции рынка и потребителей на такую стратегию деятельности.

³ Bęben R., Glamowski M., Kuczamer S. Obszary współpracy polskich przedsiębiorstw – raport z badań // Obszary współpracy polskich przedsiębiorstw. Międzyzdroje, 2001.; Wanat T. Kryteria wyboru partnerów w biznesie – rola pochodzenia kapitału w wyborze partnerów // Obszary współpracy polskich przedsiębiorstw. Międzyzdroje, 2001.