

Celem projektu jest zbadanie uwarunkowań wiarygodności i sukcesu rynkowego firm z krajów post-transformacyjnych w krajach wyżej rozwiniętych w sensie otoczenia gospodarczego i instytucjonalnego. Pomimo faktu, iż niemieckie przedsiębiorstwa od dłuższego czasu dokonują inwestycji w regionie Europy Środkowo-Wschodniej, w szczególności w Polsce, odwrotne zjawisko pozostaje nadal relatywnie ograniczone. Stąd niewiele uwagi badawczej poświęcono strategiom i wynikom ekonomicznym polskich filii w Niemczech. Do niedawnych przykładów tego zjawiska można zaliczyć trzy przejęcia niemieckich przedsiębiorstw przez meblarską firmę Nowy Styl Group, czy z drugiej strony rozwój własnej działalności przez markę odzieżową Reserved. O ile działania te można uznać za wyraz dynamicznej i przedsiębiorczej ekspansji, o tyle oznacza to jednocześnie, że wiele firm próbujących wejść na rynek niemiecki musi poszukiwać innych taktyk aniżeli wyłącznie poleganie na własnej marce i wizerunku wynikającym z kraju pochodzenia. W istocie, istnieją przesłanki, że powodzenie polskich filii w Niemczech może być problematyczne z uwagi na nadal relatywnie ograniczone zasoby menedżerskie i krótkie międzynarodowe doświadczenie polskich przedsiębiorstw na tle ich konkurencji z krajów wysoko rozwiniętych.

Projekt podejmuje te wyzwania i stawia za główny cel identyfikację czynników sukcesu wejścia na rynek i dalszego rozwoju polskich firm w Niemczech. Z perspektywy Polski, udane wejście przedsiębiorstw na rynek niemiecki pozwala na zwiększanie konkurencyjności firm i całej gospodarki. Niemcy, z drugiej strony, dążą do zachęcania inwestorów zagranicznych do generowania miejsc pracy i podnoszenia wydajności gospodarki. Biorąc pod uwagę pierwszorzędne znaczenie polsko-niemieckich relacji gospodarczych, głównym celem projektu jest zbadanie strategii i warunków brzegowych budowania wiarygodności na rynku zagranicznym przez przedsiębiorstwa z gospodarek post-transformacyjnych oraz w jaki sposób ta wiarygodność wpływa na długotrwały sukces rynkowy. Ogólny cel zostanie zrealizowany poprzez szereg celów szczegółowych:

- (1) W jaki sposób postrzegany formalny i nieformalny dystans instytucjonalny pomiędzy krajem pochodzenia i krajem filii wpływa na decyzje menedżerskie związane z funkcjonowaniem zagranicznych filii?
- (2) Jaką rolę odgrywa zarządzanie siecią kontaktów zagranicznych filii z lokalnymi firmami dla budowania wiarygodności i osiągania lepszych wyników ekonomicznych w kraju wyżej rozwiniętym?
- (3) Jakie rekomendacje można sformułować dla kadry zarządzającej i twórców polityki celem zwiększenia sukcesu polskich przedsiębiorców na rynku niemieckim i wsparcia dla kreowania wartości w polsko-niemieckiej współpracy gospodarczej?

Badanie zostanie przeprowadzone na dwóch reprezentatywnych próbach przedsiębiorstw: badaniem zostaną objęte polskie filie ulokowane w Niemczech oraz centrale tychże filii ulokowane w Polsce. Badanie z wykorzystaniem kwestionariusza ankiety oraz metody wspomaganym komputerowo wywiadów telefonicznych (CATI) zostanie skierowane do dyrektorów zarządzających wskazanymi podmiotami. Badanie zostanie przeprowadzone po raz pierwszy w 2022 roku i będzie powtarzane w kolejnych latach – 2023, 2024 w celu uzyskania dynamicznego obrazu badanych zjawisk. W celu pozyskania bardziej pogłębionej wiedzy na temat determinant konkurencyjności i trwałości polskich filii w Niemczech, zostanie opracowanych 10 studiów przypadku w odniesieniu tak do centrali przedsiębiorstw międzynarodowych w Polsce, jak i filii tych przedsiębiorstw na rynku niemieckim. Badania w ramach opracowywania studiów przypadku będą realizowane przez cały czas trwania projektu, przy czym zespół polski podejmie badania wśród centrali przedsiębiorstw, a zespół niemiecki wśród filii polskich firm na rynku niemieckim.

Projekt wniesie wkład do teorii zagranicznych inwestycji bezpośrednich, a w szczególności do ustaleń naukowych na temat konkurencyjności i zrównoważonego rozwoju zagranicznych inwestycji bezpośrednich dokonywanych przez firmy z rynków post-transformacyjnych w krajach wyżej rozwiniętych. Ponadto zostanie rozpoznany wpływ charakterystyk zespołów najwyższej kadry zarządzającej filiami na konkurencyjność tychże filii, zaangażowania ekspatriantów w stosunku do pracowników pochodzących z kraju goszczącego na wyniki ekonomiczne filii polskich przedsiębiorstw w Niemczech. W projekcie położono nacisk na aspekty związane z nawiązywaniem relacji sieciowych na zagranicznym rynku jako czynnika budującego wiarygodność filii zlokalizowanych w kraju o wyższym poziomie rozwoju.

Projekt przyczyni się do poszerzenia wiedzy na temat podnoszenia umiejętności i kompetencji przez filie przedsiębiorstwa z krajów post-transformacyjnych w celu długookresowego wzrostu na rynkach wyżej rozwiniętych od kraju pochodzenia, co jest charakterystyczne dla sytuacji polskich filii na rynku niemieckim.