

Procesy migracji wartości w warunkach internacjonalizacji i globalizacji gospodarki*

Tomasz Rojek**

Streszczenie: Migracja wartości (*Value Migration*) jest procesem polegającym na przepływie wartości między przedsiębiorstwami, sektorami, państwami w celu odnalezienia jak najbardziej efektywnych możliwości ulokowania kapitału. Proces ten przebiega najczęściej w trzech fazach: przyływu wartości, jej stabilizacji, a następnie odpływu, i uzależniony jest w dużej mierze od nośników wartości (*Value Drivers*), będących głównymi determinantami w procesie zarządzania wartością przedsiębiorstwa (*Value Based Management*). Znajomość tych procesów oraz umiejętność szybkiego reagowania na uwarunkowania i zmiany będące konsekwencją ich przebiegu umożliwiają współcześnie swobodną realizację celu przetrwania i rozwoju przedsiębiorstw na rynku.

W artykule zaprezentowano istotę, determinanty i etapy migracji wartości, szczególnie w kontekście współczesnych procesów internacjonalizacji i globalizacji gospodarki.

Słowa kluczowe: migracja wartości, zarządzanie wartością przedsiębiorstwa, internacjonalizacja, globalizacja

Wprowadzenie

Postępujący rozwój gospodarczo-techniczny zapoczątkował nowe trendy i zjawiska w gospodarce na szczeblu lokalnym, krajowym, jak i międzynarodowym. Nowe koncepcje i rozwiązania w stosunkach międzynarodowych dotyczące handlu, przepływu towarów, usług i kapitału czy zupełnie nowa organizacja pracy (odejście od tradycyjnego podziału pracy) są jednymi z przyczyn zjawisk internacjonalizacji i globalizacji. Owe zjawiska niosą za sobą skutki zarówno pozytywne, jak i negatywne. Dynamicznie zmieniające się otoczenie wraz z coraz szybszym rozwojem cywilizacyjnym ludzkości niesie ze sobą również szereg nowych wyzwań, praktycznie we wszystkich sferach aktywności życiowej człowieka. Postęp w dziedzinie komunikacji i transportu powoduje, że stopniowo zacierają się granice pomiędzy poszczególnymi państwami czy kontynentami. Swobodny przepływ kapitału i związanych z nim inwestycji pociąga za sobą coraz większą integrację gospodarczą różnych dotychczas regionów. Rośnie sieć wzajemnych powiązań i zależności, tworzą się

* Publikacja została sfinansowana ze środków przyznanych Wydziałowi Zarządzania Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie w ramach dotacji na utrzymanie potencjału badawczego.

** dr Tomasz Rojek, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, e-mail: rojekt@uek.krakow.pl.

przedsiębiorstwa o zasięgu globalnym. Globalizacja staje się trendem coraz powszechniejszym, a jej przejawy można zaobserwować na wielu rynkach i w wielu sektorach. Mimo różnic pomiędzy nimi pewne cechy wydają się wspólne – etapowość procesu globalizacji oraz różny wpływ poszczególnych faz globalizacji na dobór stosowanych przez przedsiębiorstwa strategii zachowań.

Wiodącym kierunkiem współczesnych strategii przedsiębiorstw jest tworzenie wartości dla klientów i właścicieli. Wysoce zmienne, turbulentne otoczenie i globalna konkurencja nie ułatwiają realizacji tego celu. Dlatego też obecnie problem migracji wartości znalazł się w centrum uwagi współczesnych przedsiębiorców (Szablewski 2009, s. 293).

1. Internacjonalizacja i globalizacja we współczesnej gospodarce

Wspomniane wcześniej uwarunkowania oraz dynamiczny rozwój gospodarczy ostatniego stulecia zapoczątkował szereg zmian w sposobie oddziaływania na siebie różnych podmiotów gospodarczych i ich wzajemnej współpracy, co przełożyło się bezpośrednio na efekt tej współpracy. Pogłębiające się zjawiska integracji w różnych aspektach i dziedzinach gospodarki bezpośrednio wymusiły na poszczególnych podmiotach ujednoczenie wielu procedur i systemów zarządzania. Tym samym, jednym z głównych determinantów dynamicznego rozwoju gospodarczego oraz ekspansji gospodarki światowej stał się proces internacjonalizacji, rozumiany jako przejście danego podmiotu z rynku lokalnego (krajowego) na rynki zagraniczne – obce. Odnosząc się do podmiotu, jakim jest przedsiębiorstwo, oznacza to wzrost powiązań gospodarczych pomiędzy poszczególnymi krajami i ich regionalnymi ugrupowaniami oraz przedsiębiorstwami. Internacjonalizację należy rozpatrywać nie tylko statycznie, jako istniejące powiązania gospodarki i przedsiębiorstw z zagranicą, ale przede wszystkim dynamicznie, jako proces rozwoju, który cechuje przechodzenie do coraz wyższych jej form (Rymarczyk 1996, s. 17). Z. Pierścionek podkreśla fakt, iż umiędzynarodowienie działalności przedsiębiorstwa jest ściśle związane z dwoma integralnymi stronami – powiązaniem rynku zbytu oraz powiązaniem przedsiębiorstwa z rynkami czynników produkcji, tym samym określa możliwe pola internacjonalizacji przedsiębiorstwa (umiędzynarodowienie działalności badawczej, projektowej, zaopatrzeniowej, produkcyjnej, marketingowej oraz umiędzynarodowienie rynków zbytu i serwisu). Istotny jest również fakt, iż występujące powiązania z zagranicznymi rynkami czynników produkcji mogą obejmować proces pozyskiwania zasobów materialnych, niematerialnych oraz finansowych (Małys 2013, s. 59). Ujęcie procesowe internacjonalizacji zwraca także uwagę na fakt, iż proces ten zazwyczaj jest ewolucyjny – oznacza to, że w praktyce w aspekcie międzynarodowym podmioty (przedsiębiorstwa) przechodzą przez dane stadia, od najprostszych modeli do najbardziej złożonych i zaawansowanych form działalności (Morawczyński 2008, s. 9).

Jednocześnie zmiany w gospodarce światowej powodujące transfer czynników produkcji zaowocowały pogłębianiem się współpracy i powiązań między różnymi państwami w skali globalnej, co w rezultacie zapoczątkowało proces globalizacji. Termin „globalizacja”

pojawił się w światowej literaturze ekonomicznej w połowie lat 80. XX wieku i od tego czasu nastąpił jego bardzo szybki rozwój (Mączka 2003, s. 7). Do dziś istnieje jednak swista trudność w jednoznacznym zdefiniowaniu tego terminu, która wynika z wielowymiarowości i wielopoziomowości zjawiska. Globalizacją określa się bowiem zespół procesów prowadzących do intensyfikacji przepływów ekonomicznych, politycznych i kulturowych poprzez granice, i dlatego należy traktować globalizację całościowo oraz wskazywać na wszystkie jej implikacje, nie tylko ekonomiczne. Jest to proces pogłębiania się światowych powiązań we wszystkich aspektach współczesnego życia politycznego, społecznego, ekonomicznego i kulturowego (Liberska 2002, s. 17). O zjawisku globalizacji w dużej mierze przesądzają liberalne warunki dla rozwoju przepływów kapitałowych. Skutkiem takich przepływów jest rynek działający jako ponadkrajowy organizm – w tym sensie globalizacja to proces ograniczania barier dla rynkowego mechanizmu alokacji ponad granicami krajów (Szymański 2001, s. 14).

Globalizacja współczesnej gospodarki objawia się przede wszystkim nasileniem konkurencji pomiędzy podmiotami takimi jak przedsiębiorstwa oraz wzrostem kosztów związanymi z innowacyjnością, co bezpośrednio wpływa na przymus aklimatyzacji przedsiębiorstw do nowych strategii działania i funkcjonowania. Przyczyną nasilania się konkurencji jest otwieranie się gospodarek narodowych na inne państwa oraz redukcja barier taryfowych i pozataryfowych, co bezpośrednio wpływa na zagrożenie konkurencją zagraniczną dla przedsiębiorstw (Morawczyński 2008, s. 12). Skutki globalizacji są w tym kontekście zarówno pozytywne, jak i negatywne. Do pozytywnych zaliczyć można (Kłosiński 2005, s. 20):

- stwarzanie szansy i warunków do wzrostu efektywności oraz produktywności, co bezpośrednio przekłada się na poprawę poziomu życia na świecie,
- zapewnienie większego rynku zbytu dla towarów i usług, poszerzenie asortymentu,
- propagowanie efektywności i wydajności, tworzenie warunków do stymulacji eksportu i inwestycji zagranicznych, co przekłada się na wzrost gospodarczy,
- wpływ na poziom ogólnego dobrobytu, zapewnienie sprawiedliwego podziału pracy między państwami, wykorzystaniu bardziej efektywnie siły roboczej.

Jako negatywne skutki globalizacji wymienia się (Kłosiński 2005, s. 20):

- upadek tradycji, wartości, zacieranie się odrębności kulturalnej, załamanie się solidarności lokalnych społeczeństw,
- możliwość wystąpienia globalnych kryzysów finansowo-ekonomicznych, w wyniku wzajemnych uzależnień i powiązań czynników takich, jak kursy walut, wielkość stóp procentowych czy cen akcji w różnych państwach,
- faworyzowanie pewnych grup, marginalizacja krajów mało konkurencyjnych, zjawiska występowania bezrobocia strukturalnego, co w rezultacie wpływa na zwiększanie się dysproporcji społecznych,
- ryzyko przerzucania na podatników kosztów swoich niepowodzeń i błędów.

Niezależnie od wymienionych powyżej pozytywnych oraz negatywnych cech i skutków globalizacji pragmatyka studiów tego zjawiska pozwala wymienić cztery podstawowe czynniki determinujące współzależności między państwami w procesie globalizacji. Należą do nich (Liberska 2002, s. 20):

- a) stały postęp w liberalizacji handlu światowego i znoszenie barier w swobodnym przepływie towarów i usług (np. obniżki stawek celnych, swobodny przepływ towarów i usług, zniesienie barier handlowych);
- b) liberalizacja przepływów kapitałowych i deregulacja rynków finansowych (m.in. znieszenie ograniczeń krajowych i zagranicznych podmiotów finansowych, poszerzenie zakresu usług świadczonych przez banki i instytucje finansowe, liberalizacja kontroli reguł dotyczących wymiany walut);
- c) decyzje wielu rządów o otwarciu gospodarki na integrację z gospodarką światową i reformy rynkowe (liberalizacja, deregulacja, prywatyzacja, wzrost przepływów zagranicznych inwestycji bezpośrednich, ujednolicanie produktów);
- d) nowe technologie i szerokie wykorzystanie rewolucji informacyjnej i telekomunikacyjnej (traktowane przez niektórych jako trzecia rewolucja przemysłowa).

Podsumowując rozważania dotyczące istoty procesów internacjonalizacji i globalizacji, należy wspomnieć o często spotykanym, choć błędnym, synonimicznym podejściu do obu terminów. Pomimo iż są one ze sobą funkcjonalnie związane, to odnoszą się do innych etapów zaawansowania integracji międzynarodowej oraz wszelkich konsekwencji z tego wynikających. Analizując bowiem powiązania gospodarcze z punktu widzenia ich złożoności oraz poziomu zaawansowania, można wyodrębnić trzy kolejne występujące po sobie procesy (Liberska 2002, s. 18):

- internacjonalizację,
- międzynarodową integrację gospodarczą,
- globalizację.

Odnosząc się bezpośrednio do wymienionych trzech procesów, globalizacji nie można rozpatrywać jako dalszej internacjonalizacji stosunków gospodarczych, gdyż istotą jej jest przesunięcie strukturalne w charakterze funkcjonowania kapitalizmu globalnego oraz nadania stosunkom między krajami nowego wymiaru. Owa nowa jakość wynika bezpośrednio m.in. z osiągnięć i postępu narzędzi informatycznych, co w rezultacie prowadzi do powstania społeczeństwa informatycznego. Warty uwagi jest również fakt, iż międzynarodowa integracja jest elementem globalizacji, dlatego obecnie mówi się o zjawisku jej poszerzania i pogłębiania (Liberska 2002, s. 18–19). Ponadto należy podkreślić, że proces internacjonalizacji gospodarki to, najprościej mówiąc, rozwój i podtrzymywanie stosunków międzynarodowych między niezależnymi gospodarkami oraz przedsiębiorstwami narodowymi (zatem można to ująć jako proces ilościowy dotyczący wzrostu handlu zagranicznego czy przepływu kapitału między stronami), natomiast proces globalizacji rozpatrywany jest jako proces jakościowy i zawiera w sobie (poza poszerzeniem geograficznym międzynarodowych stosunków gospodarczych) również funkcjonalną integrację rozproszonych po

świecie działań, co w rezultacie prowadzi do powstania bezpośrednich form powiązań. W tym ujęciu globalizacja to nowa jakość w procesie internacjonalizacji (Liberska 2002, s. 18–19).

Reasumując, warto również wspomnieć o istnieniu specyficznego rodzaju przedsiębiorstw na rynku, które charakteryzują się tym, iż omijają proces internacjonalizacji i zasadniczo od początku swego istnienia działają jako podmioty międzynarodowe – są to przedsiębiorstwa typu *born global*. Można je zdefiniować jako te, które od początku swojej działalności lub od czasu bliskiego temu wydarzeniu, starają się uzyskać znaczny udział swoich dochodów ze sprzedaży produktów na rynku międzynarodowym. Cechą charakterystyczną tych przedsiębiorstw jest dominacja i działanie w sektorze wysokich technologii (z powodu bardziej intensywnego wykorzystywania innowacji przez te branże w odniesieniu do innych sektorów), ponadto czynnikiem wpływającym na powstawanie tego typu przedsiębiorstw jest zjawisko homogenizacji rynków i upodobań konsumentów (Morawczyński 2008, s. 15–16).

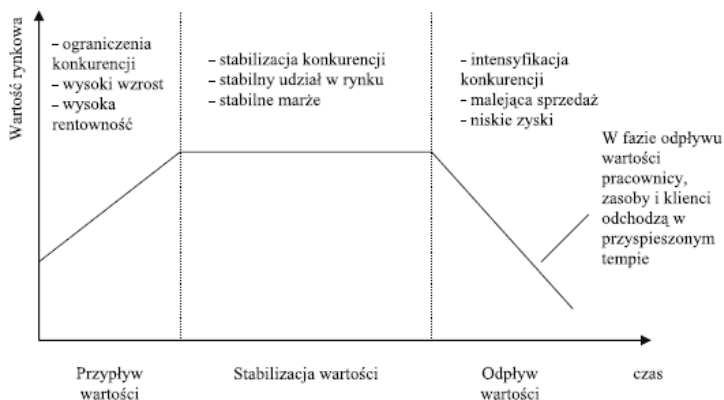
2. Istota, determinanty oraz etapy migracji wartości

Pojęcie migracji wartości (*value migration*) zostało po raz pierwszy opisane przez A. Słowotzky'ego w roku 1996, który zdefiniował je następująco: „Migracja wartości obrazuje przepływ zysków i bogactwa akcjonariuszy poprzez biznesową szachownicę. Jest to proces, w którym wartość odpływa od przestarzałych ekonomicznie modeli działalności biznesowej i płynie do nowych, które bardziej efektywnie kreują korzyści dla klienta oraz pozyskują wartość dla właściciela” (Grudzewski, Hejduk, Siudak 2008, s. 5). Zawężając podaną definicję można sformułować tezę, iż migracja wartości jest przepływem wartości z jednych przedsiębiorstw do drugich oraz z jednych sektorów ich działalności do innych. Proces migracji wartości między przedsiębiorstwami może być także związany ze zjawiskiem *business migration*, czyli odpływem wartości z branż starych do nowych, z wczesnych ścieżek cyklu rozwoju do późniejszych, z przemysłów opartych na przetwórstwie surowców do przemysłów wysokiej technologii itp. Wraz z przewartościowaniem branż postępuje przewartościowanie przedsiębiorstw działających w tych branżach. Pojęcie migracji wartości jest jednak szersze, uwzględnia bowiem również sytuację, kiedy z dwóch przedsiębiorstw działających w tej samej branży jedno wartość traci, a drugie zyskuje (Grucza 2002, s. 839).

Migracja wartości polega zatem na przepływie wartości między przedsiębiorstwami w wyniku poszukiwania ekonomicznie efektywnych możliwości alokacji kapitału. Udział danego przedsiębiorstwa lub sektora w migracji wartości ma zatem szansę stać się jednym z ważnych kryteriów oceny skuteczności zarządzania wartością spółek kapitałowych. Proces migracji przebiega najczęściej w ramach trzech faz przedstawionych na rysunku 1. Są to (Marcinkowska 2000, s. 14):

1. Faza pierwsza, nazywana fazą przypływu wartości. Fazę charakteryzuje ograniczona konkurencja, wysoki wzrost wartości rynkowej oraz wysoka rentowność.

2. Faza druga – nazywana fazą stabilizacji wartości. Następuje w niej stabilizacja w odniesieniu do segmentu konkurencji, przedsiębiorstwo posiada stabilny poziom udziału w rynku oraz marżę na niezmiennym poziomie.
3. Faza trzecia – inaczej nazywana fazą odpływu wartości, przedsiębiorstwo zaczyna generować niższe zyski i malejącą sprzedaż, wartość rynkowa przedsiębiorstwa automatycznie spada, fazę tę charakteryzuje ponadto przyspieszone tempo odejścia pracowników, zasobów oraz klientów.



Rysunek 1. Fazy migracji wartości

Źródło: Marcinkowska (2000), s. 14.

Czynniki, które determinują fazy zmian wartości, to: stopień rozwoju konkurencji, udział w rynku (wielkość sprzedaży), poziom rentowności. W zależności od poziomu ukształtowania się tych czynników organizacja przyciąga lub traci swój kapitał. Dotyczy to głównie zasobów niematerialnych organizacji. Te trzy czynniki są zatem swoistymi determinantami zjawiska przyciągania lub tracenia kapitału przez przedsiębiorstwo, zatem można je uznać za mierniki oceny rozwoju danego podmiotu. Nowopowstałe przedsiębiorstwo w fazie rozwoju może spotykać się z utrudnieniami ze strony konkurencji. Działania te mogą przybierać formę np. utrudniania nawiązania relacji z dostawcami i klientami oraz spowalniania procesu uczenia się. W fazie schyłkowej przedsiębiorstwo traci początkowo kapitał relacyjny i ludzki, co skutkuje zachwianiem zasobów organizacji w całej strukturze. Symptomy tej fazy to: malejąca sprzedaż, utrata klientów, spadek zysków. Migracje wartości mogą być potęgowane także zdarzeniami, na które nie ma wpływu dana organizacja (Marcinkowska 2000, s. 14).

Przedsiębiorstwa znajdujące się w fazie przyływu wartości absorbują ją z innych podmiotów i sektorów, z uwagi na to, iż bardziej niż inne rozumieją i zaspokajają potrzeby klientów, wzmacniają dzięki temu pozycję konkurencyjną na rynku, podwyższając zaś marżę operacyjną oraz zwiększając sprzedaż, powiększając swą siłę rynkową, tj. poprawiają relację

między wartością rynkową przedsiębiorstwa odniesioną do jego przychodów ze sprzedaży. Przedsiębiorstwa znajdujące się w fazie stabilizacji wartości cechuje swoista równowaga: utrzymują one względnie stabilną pozycję konkurencyjną i udział w rynku. Długość tego etapu zależy od dynamiki zmian struktury priorytetów konsumentów i uzyskiwania przez konkurentów trwałej przewagi na rynku. Przedsiębiorstwa znajdujące się w fazie odpływu wartości objęła już z reguły presja ucieczki klientów i inwestorów od tradycyjnie uprawianego przez nie biznesu. Bez zwrotu w kierunku lepszego zrozumienia potrzeb i priorytetów konsumentów, oferowania nowego zestawu produktów i usług oraz radykalnej zmiany strategii finansowej (koncentracji na głównych kompetencjach, radykalnej obniżki kosztów i wzrostu uzyskiwanych marż) przedsiębiorstwa te są skazane na przyspieszony odpływ wartości (Szablewski 2008, s. 18–19).

Na płaszczyźnie mikroekonomicznej, w procesach migracji wartości dokonują się zatem przyptywy i odpływy wartości pomiędzy poszczególnymi podmiotami. Uzależnione są one od wydolności modelu biznesu, który kształtowany jest na poszczególnych etapach cyklu życia przedsiębiorstwa.

Przyptyw wartości prowadzi do:

- poprawy pozycji konkurencyjnej,
- rewitalizacji i odnowy zasobów strategicznych przedsiębiorstwa,
- wzrostu kapitału innowacji opartej na czerpaniu wiedzy od interesariuszy,
- wzrostu akceptacji ryzyka.

Odpływ wartości powoduje skutek odwrotny (Jabłoński 2011, s. 9):

- utratę pozycji konkurencyjnej,
- braki gotówki na inwestycje w zasoby strategiczne przedsiębiorstwa,
- utratę siły tkwiącej w kapitale intelektualnym i społecznym przedsiębiorstwa,
- ograniczenie możliwości rozwoju przedsiębiorstwa za pomocą dyfuzji innowacji.

Interesariusze migrują również do przedsiębiorstwa, gdy jest ono im w stanie wytworzyć wartość, którą są zainteresowani, zgodnie z zasadą, że „wartość tworzy wartość” lub z zasadą wymiany wartości: „wartość za wartość” (Jabłoński, Jabłoński 2013, s. 59). Zadaniem menedżerów w przedsiębiorstwie jest zatem dążenie do ciągłego osiągania sukcesu. Nie wszystkim jednak udaje się to osiągnąć poprzez wyniki materialne. Wymaga to wielowymiarowego podejścia do zarządzania modelem biznesu, począwszy od projektowania i wdrożenia oraz odnowy strategicznej.

Modele biznesu zmieniają się wraz z cyklem życia przedsiębiorstw. Jeżeli są nieodpowiednie i przedsiębiorstwo nie osiąga zysków, należy je zmienić. Jeśli jednak w ostatniej fazie cyklu życia przedsiębiorstwa – fazie dojrzałości – model biznesu jest dobry, należy zastosować odpowiednie metody, aby go utrzymać (Jabłoński, Jabłoński 2013, s. 61). Cykl życia wartości oraz przyptywy i odpływy wartości stanowią zatem ważny oraz powiązany ze sobą element ustalania modelu biznesu.

Efektom pozytywnym migracji wartości jest to, że w momencie, gdy pojawiają się okresy bez zysku, a dotychczasowa działalność przestaje być rentowna, przedsiębiorstwa powinny

podążać za migrującą w inne dziedziny aktywności gospodarczej wartością i tam szukać nowych możliwości oraz stymulant prowadzonej działalności gospodarczej. Koncepcja migracji wartości pokazuje zatem, jak można zdobyć przewagę konkurencyjną przez analizę ścieżek rozwoju biznesu i branży. Wskazuje na możliwość zmiany kierunku zarządzania, w celu osiągnięcia wyższych przychodów. Należy jednak pamiętać, że miarą sukcesu jest nie jak dotąd udział w rynku czy wielkość firmy, lecz wartość rynkowa przedsiębiorstwa.

Współcześnie, w celu utrzymania rentowności i długookresowego, trwałego wzrostu przedsiębiorstwa, należy zatem stale monitorować kierunki migracji wartości i reagować na jej przepływy przez tworzenie odpowiedniego modelu działalności, po to, aby znaleźć się w strefie zysku. Obecnie, aby osiągnąć wysokie zyski, należy stosować model działalności przedsiębiorstwa (model zysku), który uwzględnia potrzeby klientów (Konecka-Jurga 2005). Jest to działanie w pełni zbieżne ze współczesnymi celami i strategiami zarządzania przedsiębiorstwem, zakładającymi konieczność powiększania kapitału i wartości klienta oraz podporządkowanie marketingu zarządzaniu wartością klienta. Klienci bowiem stanowią kluczowe aktywa przedsiębiorstw i zarządzanie nimi jest równie ważne, jak zarządzanie finansami. Dzieje się to w warunkach presji rosnącego globalnego popytu, hiperkonkurencji, swobodnego przepływu kapitału, ludzi, towarów i usług. Współcześnie klienci stanowią dla przedsiębiorstwa istotny zasób oraz główne źródło wartości. To dlatego współczesne koncepcje zarządzania koncentrują uwagę na kliencie ze zindywidualizowanym podejściem do różnych jego grup i segmentów, budowaniem trwałych relacji oraz kreowaniem nowych rynków. Wartość klienta odzwierciedla finansową miarę jego kapitału, stanowi szacunkową miarę zysku lub przepływów pieniężnych.

Maksymalizacja marż i wartości na wszystkich etapach cyklu życia podmiotu odbywa się w ramach konsekwentnego i ciągłego procesu przekształcania przedsiębiorstwa z krajowego w regionalne i globalne. Polega na budowaniu pełnego łańcucha wartości, przy czym duże znaczenie odgrywa w tym procesie integracja pozioma i pionowa. Przejawia się to w fundamentalnych zmianach w funkcjonowaniu i strategii wzrostu przedsiębiorstwa, jak również dążeniu do uzyskiwania stałego i znaczącego wzrostu przychodów wraz z dywersyfikacją jego źródeł (ryniki, produkty, segmenty), mającą na celu zapewnienie trwałego wzrostu przedsiębiorstwa i zmniejszenie ryzyka prowadzonej działalności. Powodem tego jest fakt, iż głównym czynnikiem wyceny spółki przez rynek kapitałowy jest orientacja na generowanie rosnącej gotówki z działalności podstawowej. To najważniejszy finansowy czynnik wzrostu wartości przedsiębiorstwa.

Znaczącą rolę w generowaniu wartości przedsiębiorstw odgrywają także inwestycje i dezinvestycje, które traktowane są łącznie. Powinny one zapewniać zrównoważenie port folio prowadzonej działalności – wpływa to bowiem na zmniejszenie wrażliwości na cykle koniunkturalne oraz przedłuża czas życia produktów. Dlatego też podstawą trwałego wzrostu przychodów i wysokiej rentowności przedsiębiorstwa jest inwestowanie w odkrycia, rozwój produktów i usług oraz ich komercjalizacja. Wzrost wydatków na te cele odzwierciedla się w wymiernym udziale w przychodach podmiotu oraz stanowi długofalowy

element podnoszenia wartości przedsiębiorstwa. Mówiąc o inwestycjach należy również wspomnieć o istotnym procesie inwestowania w markę przedsiębiorstwa, co realizuje nie tylko cele marketingowe, ale też buduje wiarygodność i wzmacnia zaufanie do przedsiębiorstwa. Stanowi to kluczowy element strategii poprawy jego konkurencyjności i wartości.

Ważną rolę odgrywa także raportowanie i controlling wartości, jak system mający na celu kreowanie wartości przedsiębiorstwa w długim okresie. Długookresowe raportowanie wartości wywiera pozytywny wpływ na wycenę spółki przez rynek kapitałowy. Łańcuch raportowania jest długi, podobnie jak zakres raportowania: od bogatej informacji finansowej, po analizę strategii i planów przedsiębiorstwa, a ponadto budowanie kultury wartości. Controlling wartości dotyczy: wzrostu, rentowności i ryzyka.

Akcjonariusze spółek kapitałowych oczekują nie tylko zysków z tytułu wzrostu cen akcji, lecz także stałych korzyści z tytułu dywidendy pieniężnej i wykupu akcji własnych przez spółkę w celu ich umorzenia. Dlatego też decydujące znaczenie dla strategii budowania wartości przedsiębiorstwa mają menedżerowie. Ich innowacyjność w działaniu, upór, konsekwencja oraz, będąca podstawą kompleksowego systemu controllingu, silna motywacja wynagradzania za wzrost wartości przedsiębiorstwa dla akcjonariuszy.

W ostatnich kilkunastu latach procesy migracji wartości uległy natężeniu. Jako główne przyczyny tego faktu można wskazać (Grudzewski, Hejduk, Siudak 2008, s. 5):

- postępującą internacjonalizację i globalizację,
- narastanie międzynarodowej konkurencji,
- rosnącą liberalizację swobody przepływu kapitałów pomiędzy sektorami i gałęziami gospodarek,
- ekspansję i dostępność zasobów kapitałowych,
- konsolidację i umiędzynarodowienie rynków kapitałowych, pomiędzy którymi występują nieograniczone przepływy kapitałów,
- międzynarodową konkurencję w zapotrzebowaniu na źródła finansowania działalności,
- dynamiczny postęp w rozwoju technologii informacyjnych,
- rozwój działalności spółek venture capital, dzięki którym zmniejszeniu uległy bariery wejścia w dany segment rynku,
- trwający od kilkadziesiąt lat pokój wśród krajów o wysokim stopniu rozwoju gospodarczego, co sprawiło, iż w rękach prywatnych osób zgromadzone zostały dość pokaźne zasoby kapitałowe,
- wzrost świadomości znaczenia roli akcjonariusza pełnionej przez inwestorów instytucjonalnych, zwłaszcza przez instytucje zbiorowego inwestowania (fundusze emerytalne i inwestycyjne).

Współcześnie jesteśmy świadkami akceleracji migracji wartości (będącej następstwem intensywnego poszukiwania najwyższej z możliwych do uzyskania stopy zwrotu z zaangażowanego kapitału) pomiędzy poszczególnymi sektorami i firmami. Proces ten, jak wspomniano wcześniej, dokonuje się w warunkach narastających internacjonalizacji

i globalizacji, a także konkurencji i liberalizacji prawa przepływu kapitałów pomiędzy poszczególnymi krajami. Migracja wartości w następstwie przepływów kapitałów nie jest zjawiskiem nowym. Znamiona nowości noszą jednak obecnie dwa zjawiska: przyspieszenie procesu przepływu kapitału i jego wielkości między poszczególnymi krajami, sektorami i firmami oraz wysokie wzrosty i spadki wartości rynkowej przedsiębiorstw w relatywnie krótkim przedziale czasu (Herman, Szablewski 1999, s. 31).

Uwagi końcowe

Imperatyw kreowania wartości i wzrastająca konkurencja na rynku globalnym wymuszają na przedsiębiorstwach konieczność wykorzystywania zdobyczy współczesności w celu ciągłego poszukiwania i tworzenia przedsięwzięć adaptacyjnych lub antycypacyjnych do coraz bardziej burzliwego i złożonego otoczenia, jak również do takiej przebudowy systemowej i zmiany swojej struktury, która pozwoli im nabywać nowe cechy, procedury i działania niezbędne do przeobrażeń i ekspansywności. Oznacza to, że we współczesnych realiach gospodarczych permanentna zmiana jest warunkiem przywracania przedsiębiorstwom równowagi z ewoluującym otoczeniem. Jest także warunkiem formułowania przez nie ekspansywnych zamierzeń w celu osiągnięcia sukcesu w sferze zaspokajania potrzeb swoich kontrahentów oraz oczekiwań formułowanych przez inwestorów.

Tworzenie wartości to proces, który polega na takim działaniu przedsiębiorstwa, które doprowadzi do wygenerowania stopy zwrotu wyższej od oczekiwanej, a także pozwoli na osiągnięcie przewagi konkurencyjnej. Przewaga ta daje możliwość wykorzystania profesji przedsiębiorstwa do wytworzenia wzrostu wartości. Aby utrzymać osiągniętą wartość należy korzystać z narzędzi kontroli, takich jak np.: efektywność zarządzania ryzykiem oraz odpowiednio wykorzystywać posiadaną wiedzę i kapitał ludzki. Dzięki temu można szybko wykryć nieprawidłowości, które mogą wystąpić przy wprowadzaniu strategii wzrostu wartości. Proces jej realizacji polega na przekazywaniu finansowych efektów wdrożenia zarządzania wartością właścicielom, zazwyczaj w formie dywidendy, ale także poprzez wzrost wartości akcji spółki (Waśniewski 2011, s. 122).

Problematyka ta jest ściśle związana oraz uwarunkowana migracją wartości – zjawiskiem opisanym w artykule, powszechnym na współczesnym rynku, szczególnie w kontekście pogłębiającej się internacjonalizacji i globalizacji. Łatwy i szybki dostęp do informacji, rozwój rynków finansowych, ciągłe dążenie do wzrostu efektywności inwestycji, swobodny transfer kapitału i zasobów oraz wiele innych czynników sprawiło, iż wartość, której maksymalizacja była i jest dotychczas jednym z podstawowych celów rządów przedsiębiorstw, coraz szybciej migruje pomiędzy nimi, jak również branżami, państwami, regionami, w poszukiwaniu przede wszystkim wyższych stóp zwrotu. Jest to zarówno szansa, jak i zagrożenie dla współczesnej działalności gospodarczej, a na pewno uwarunkowanie, które w sposób istotny powinno być uwzględnione we współczesnych modelach biznesu przedsiębiorstw.

Literatura

- Grucza B. (2002). Migracja wartości w sektorach silnie zglobalizowanych. W: E. Urbańczyk E. (red.), *Zarządzanie wartością przedsiębiorstwa – teoria i praktyka*. T. 2. Szczecin: Kreos.
- Grudzewski W.M., Hejduk I.K., Siudak D. (2008). Migracja wartości przedsiębiorstw. *Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa*, 10.
- Herman A., Szablewski A. (red.) (1999). *Zarządzanie wartością firmy*. Warszawa: Poltext.
- Jabłoński A. (2011). Migracja interesariuszy a wartość przedsiębiorstwa. *Problemy Jakości*, 1.
- Jabłoński A., Jabłoński M. (2013). Cykl życia wartości przedsiębiorstw wobec kondycji modelu biznesu. *Kwartalnik Nauk o Przedsiębiorstwie*, 4.
- Kłosiński K.A. (2005). *Globalizacja sektora usług w Polsce*. Warszawa: PWE.
- Konecka-Jurga S. (2005). *Konkurencyjność sieci gospodarczych na przykładzie branży motoryzacyjnej*. Poznań: Akademia Ekonomiczna w Poznaniu. Pobrano z: www.logforum.net.
- Liberska B. (red.) (2002). *Globalizacja. Mechanizmy i wyzwania*. Warszawa: PWE.
- Małyś Ł. (2013). *Sila powiązań sieciowych w procesie internacjonalizacji a wyniki przedsiębiorstwa*. Warszawa: Difin.
- Marcinkowska M. (2000). *Kształtowanie wartości firmy*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Mączka L. (2003). *Gospodarka globalna u progu XXI wieku*. Kraków: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie.
- Morawczyński R. (2008). *Przedsiębiorczość międzynarodowa*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie.
- Rymarczyk J. (1996). *Internacjonalizacja przedsiębiorstwa*. Warszawa: PWE.
- Szablewski A. (2008). Migracje kapitału i wartości w warunkach globalnej niestabilności. *Kwartalnik Nauk o Przedsiębiorstwie*, 3.
- Szablewski A. (2009). *Migracja kapitału w globalnej gospodarce*. Warszawa: Difin.
- Szymański W. (2001). *Globalizacja. Wyzwania i zagrożenia*. Warszawa: Difin.
- Waśniewski P. (2011). Zarządzanie wartością przedsiębiorstwa jako narzędzie sterowania jego działalnością. *Studia i Prace Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania Uniwersytetu Szczecińskiego*, 21.

VALUE MIGRATION PROCESSES IN THE CONDITIONS OF INTERNATIONALISATION AND GLOBALISATION OF ECONOMY

Abstract: Value Migration is a process consisting in the flow of values among businesses, sectors, states in order to find the most effective possibilities to invest capital. Most often the process runs in three stages: value inflow, its stability, and then its outflow, and to a great extent it depends on value drivers, which are the major determinants in the Value Based Management process. The knowledge of these processes and an ability to react quickly to the conditionings and changes being the consequence of their progress enables today free implementation of the goal of survival and development of firms on the market.

The article presents the essence, determinants and stages of Value Migration, particularly in the context of contemporary processes of internationalisation and globalisation of economy.

Keywords: Value Migration, Value Based Management, internationalisation, globalisation

Cytowanie

- Rojek T. (2016). Procesy migracji wartości w warunkach internacjonalizacji i globalizacji gospodarki. *Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia*, 4 (82/2), 451–461. DOI: 10.18276/frfu.2016.4.82/2-39.

