



ekonomia

międzynarodowa



WYDZIAŁ
EKONOMICZNO-SOCJOLOGICZNY
Uniwersytet Łódzki

Ekonomia Międzynarodowa

Nr 38, 2022

Redaktor naczelny:

dr Agnieszka Kłysik-Uryszek, Katedra Wymiany Międzynarodowej,
Instytut Ekonomii, Uniwersytet Łódzki

Redaktorzy:

dr hab. Anetta Kuna-Marszałek, prof. UŁ – zastępca redaktora naczelnego,
redaktor tematyczny: światowy system handlu, zielona ekonomia
dr hab. Tomasz Dorożyński, prof. UŁ – zastępca redaktora naczelnego,
redaktor tematyczny: biznes międzynarodowy, internacjonalizacja
dr hab. Joanna Bogołębska, prof. UŁ – redaktor tematyczny: finanse międzynarodowe
dr Tomasz Serwach – redaktor tematyczny: gospodarka światowa
dr Piotr Gabrielczak – redaktor tematyczny: ekonomia
dr Justyna Wieloch – redaktor tematyczny: integracja gospodarcza, e-handel

Redaktorzy językowi: Bogusława Kwiatkowska, Katarzyna Walińska

Sekretarz redakcji: dr Agnieszka Dorożyńska

Rada naukowa:

prof. zw. dr hab. Janusz Świerkocki (Uniwersytet Łódzki) – Przewodniczący

prof. dr Costea Munteanu (Academia de Studii Economice din Bucuresti)

prof. Olivier Brunel (iaelyon School of Management – Université

Jean Moulin Lyon 3)

dr hab. Rafał Matera, prof. UŁ (Uniwersytet Łódzki)

dr hab. Jakub Kronenberg, prof. UŁ (Uniwersytet Łódzki)

dr Agnieszka Chidlow (University of Birmingham)

dr Tilo Halaszovich (Universität Bremen)

dr Lilianna Jodkowska (Hochschule für Technik und Wirtschaft, Berlin)

Czasopismo afiliowane przy Wydziale Ekonomiczno-Socjologicznym
Uniwersytetu Łódzkiego



Szczegółowe informacje o czasopiśmie i archiwum na stronie

www.czasopisma.uni.lodz.pl/em

Wydawca: Uniwersytet Łódzki

Projekt okładki: Michał Stanowski, Agata Wodzińska-Zajac

Korekta: Bogusława Kwiatkowska, Katarzyna Walińska

Skład: Agent PR

ISSN: 2082-4440

e-ISSN: 2300-6005

© Copyright by Authors, Lodz 2022

© Copyright for this edition by University of Lodz, Lodz 2022

Spis treści

Share repurchases versus dividends: A comparison between Poland and South Africa
(Bogna Kaźmierska-Józwiak, Nicolene Wesson, Gretha Steenkamp) 72

Gotowość inwestycyjna przedsiębiorców na przykładzie badania uczestników konkursu EkSoc StartUP!
(Marzena Krawczyk) 90

DEBIUTY NAUKOWE

Handel zagraniczny produktami winiarskimi Francji z Unią Europejską w latach 2010–2020
(Kamil Majcher)..... 111

Share repurchases versus dividends: A comparison between Poland and South Africa

Bogna Kaźmierska-Jóźwiak*

Nicolene Wesson**

Gretha Steenkamp***

Summary

The main aim of the study is to compare share repurchase and dividend payout trends of listed non-financial and non-resource companies in Poland and South Africa over the period 2005–2015. Although South Africa is a developing country with a dualistic economy, the country is characterized by a sophisticated stock exchange which is comparable to that of most advanced economies, while Poland was reclassified from emerging market to developed market status, effective as from 24 September 2018. Comparative analysis provides insights on the regulatory differences and the effect therefore on share repurchase and dividend behaviour, and whether these countries mirror the excessive payout behaviour observed in the United States of America (US). The study results show that in both countries dividends are the dominant form of payouts to shareholders. Moreover, none of the examined countries mirrors the excessive payout behaviour observed in the US – neither in Poland, nor in South Africa did share repurchases surpass dividends. Regulatory differences between Poland and South Africa, however, affected the observed trends in payout behaviour between these two countries.

Keywords: dividend, share repurchase, payout policy, Poland, South Africa

JEL: G35, M2

* Bogna Kaźmierska-Jóźwiak, PhD, University of Lodz, Faculty of Management, Department of Corporate Finance Management, bogna.kazmierska@uni.lodz.pl

** Nicolene Wesson, PhD, Stellenbosch University, Business School, nwesson@usb.ac.za

*** Gretha Steenkamp, PhD, Stellenbosch University, School of Accountancy, gvn@sun.ac.za



© by the author, licensee University of Lodz – Lodz University Press, Lodz, Poland. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license CC BY-NC-ND 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>)

Introduction

When a company has excess capital resources, it can invest funds to advance business goals or return the cash to claim holders (as dividends, debt repayments or share repurchases). Dividends were the only available method of distributing excess cash to shareholders prior to the introduction of share repurchases. Although the choice between share repurchases and dividends in many circumstances is determined by the motivation for the distribution, share repurchases are in general seen as a more flexible distribution method. The United States of America (US) was the first country to legalise share repurchases, where they were popular as from 1980, whilst the United Kingdom (UK) legalised share repurchases in 1981 and most other jurisdictions allowed share repurchases as from the 1990s (Wesson 2015, pp. 43–54). The highest value of share repurchases are reported in the US, where share repurchases for non-financial companies have surpassed dividends as from 2005. Despite a temporary reduction in share repurchases during the 2008/2009 financial crisis, the post-2009 US levels again exceeded pre-recession levels and record amounts were reported since 2013 (Barnes 2015, pp. 25–36). For the period 2003–2013, the S&P 500 companies on average paid out 91% of their profits through dividends (37%) and share repurchases (54%), leaving little room for investments in future growth (Lazonick 2014, pp. 46–55).

The present study aims to compare share repurchase and dividend payout trends of listed non-financial and non-resource companies in Poland and South Africa. Although South Africa is a developing country with a dualistic economy, it is characterized by a sophisticated stock exchange (the Johannesburg Stock Exchange (JSE)), which is comparable to that of most advanced economies (Balcilar et al. 2016, pp. 191–201; World Bank 2014). Poland was reclassified from an emerging market to a developed market status, effective as from 24 September, 2018 (Emerging Europe 2018). The Warsaw Stock Exchange (WSE) has a current market capitalisation of USD 223,17 billion compared to the JSE market capitalisation of USD 1,08 trillion (as at 25 August, 2022) (StockMarketClock 2022; Warsaw Stock Exchange 2022). Comparing the payout behaviour of Poland and South Africa will provide insights on the regulatory differences and the effect therefore on payout – and whether these countries mirror the excessive payout behaviour observed in the US. This study covers the period from 2005 to 2015, including the pre- and post- 2008/2009 financial crisis. Context is therefore provided on payout behaviour in Poland and South Africa during the initial years since share repurchases were allowed, as well as on the effect of the 2008/2009 financial crisis on payout behaviour in these two countries.

Therefore, the following research questions have been formulated:

RQ1: What are the regulatory differences on share repurchase behaviour in Poland and South Africa?

RQ2: What trends are noticed relating to dividend payments and share repurchase activity in Poland and South Africa – and did the 2008/2009 financial crisis affect the payout behaviour in these countries?

RQ3: Do examined countries mirror the excessive payout behaviour observed in the US?

The paper is organized as follows. Section 2 presents the literature review. The data and methodology are described in section 3, while section 4 presents the results of the study and the discussion. The last section presents conclusions and implications for further research.

Literature review

The issue of dividends, as historically a dominant form of cash transfer to shareholders, has been undertaken in research around the world for several decades (Lintner 1956, pp. 97–113; DeAngelo et al. 2006, pp. 227–254; Denis & Osobov 2008, pp. 62–82; Desai & Jin 2011, pp. 68–84; Hail et al. 2014, pp. 403–456; Booth & Zhou 2017, pp. 1–15). Share repurchases are still a relatively new legal solution, which in recent years has been the subject of many empirical studies (Dittmar 2000, pp. 331–355; Hribar et al. 2006, pp. 3–27; Peyer & Vermaelen 2009, pp. 1693–1745; Lee et al. 2010, pp. 114–125; Andriosopoulos & Hoque 2013, pp. 65–76; Andriosopoulos & Lasfer 2015, pp. 327–339; Almeida et al. 2016, pp. 168–185). Nevertheless, it is still an inadequately explored phenomenon.

Different motives support a decision to enter into share repurchases. The most frequently stated motivation is to signal to the market that the company's shares are currently undervalued (the signalling theory). An increase in the share price subsequent to a share repurchase announcement (accompanied by the reduction in a number of shares in issue) benefits not only the remaining shareholders, but also executives whose remuneration is linked to the performance of the company's share price and earnings per share (Kaźmierska-Jóźwiak 2019; Steenkamp 2020). Other motivations for share repurchases include dividend substitution (mainly based on the flexible nature of share repurchases); the free cash flow motive; change in capital structure; takeover defence; and, more recently, share option compensation (Kaźmierska-Jóźwiak 2019; Steenkamp 2020; Wesson et al. 2018).

Although there are regulatory differences between countries, certain concepts and practices relating to share repurchases apply in most of them. In general, there are three types of share repurchase methods, namely open market share repurchases, tender offers, and private offers. Open market share repurchases refer to shares acquired in the open market at the prevailing market price, while tender offers refer to offers made to existing shareholders to buy back their shares at

a predetermined price, and private offers refer to privately negotiated repurchases from a specific group of shareholders (Wesson 2015). Open market share repurchases is the most popular share repurchase type globally – with 90% of US and European share repurchases executed via the open market (Banyi et al. 2008, pp. 460–474; Fairchild & Zhang 2005, pp. 2005–2021). Furthermore, tax treatment in most countries entails the application of capital gains tax (CGT) to share repurchases and a withholding tax on shareholders in respect of dividends – with CGT rates, in general, favouring share repurchases to dividends from a shareholder’s perspective (Wesson 2015).

There has been much attention throughout the literature paid to dividends and share repurchases separately, however, not many papers examine a corporate payout policy in a comprehensive way, taking into account both dividend payments and share repurchases. Country-specific regulatory environments may explain the difference in payout behaviour between countries. Most comparison studies on payout behaviour have been conducted in developed markets (Brav et al. 2005; Farre-Mensa et al. 2014; Farre-Mensa et al. 2021; Lee & Suh 2011; Von Eije & Megginson 2008), with limited evidence from developing countries (Kowerski 2017; Sakinç 2017). This study aims to address this gap by studying two countries (Poland and South Africa) that both have sophisticated stock exchanges, but have traditionally been classified as developing countries (albeit Poland’s reclassification as a developed country was subsequent to the analyzed period of this study).

Share repurchases in the Polish law

The Polish regulations maintain a general prohibition on the repurchasing shares (Article 362 § 1 of the Commercial Companies Code) with some exceptions, the list of which has been extended in relation to the previous legal act (e.g., share repurchase to prevent serious damage directly endangering the company; share repurchase to be offered for purchase to employees; share repurchase in other cases provided for in the Act). The share repurchases is only allowed if the repurchased shares have been fully covered; the total nominal value of the shares repurchased does not exceed 20% of the share capital, including the nominal value of the remaining shares which were sold by the company; the total repurchase price of shares, increased by the costs of their repurchase, is not higher than the reserve capital created for this purpose.

Despite the significant extension of the scope of cases allowing for the share repurchases, a categorical prohibition on their repurchases still applies in the Polish law. In the European Union (EU) countries, a different approach prevails – not by prohibition, but by defining the premises that must be met in order for the company to repurchase its own shares (Sakinç 2017, pp. 1–27). The company is

obliged, regardless of the circumstances of share repurchase, to include information about the share repurchase program in the company's statement of activities. The public information about share repurchases is disseminated through current and periodic reports. The company is required to indicate the legal basis and the purpose of share repurchase, the number of repurchasing shares with the average prices per share, face value of repurchased shares, their share in the capital and in the total number of votes (Każmierska-Jóźwiak 2019).

The limited number of free float shares is often a limitation for conducting an open market share repurchase program. Another disadvantage is usually a limited number of own shares, which may be included in the share repurchase program as a part of open market transaction. In the case of companies that have a strategic investor, this number usually does not exceed 5% of issued shares (Dąbrowski 2010, p. 130). It is also indicated that the repurchasing shares on the open market has a relatively low signalling value (Ikenberry et al. 1995; Sójka 2004, p. 75) in comparison with other methods of repurchasing shares. Research conducted on the American market shows that only a small part of the value announced in the buyback program is actually repurchased, and many companies announcing the program do not implement it at all (Jagannathan et al. 2000; Oded 2004). Bhattacharya and Jacobsen (2015, p. 726) indicate that 24% of all companies that announced the buyback program in the period 1985–2012 did not repurchase any shares from the market during the financial year in which the program was announced. The authors calculated that 13% of companies did not carry out the buy-back program within four consecutive financial years after the announcement of the buyback program.

The tax system in Poland (the classic system of double taxation of dividends) currently includes the same tax rate on dividend income as well as capital gains. However, for many years, capital income was not taxed in Poland at all, while 20% tax was paid on dividend income. In 2003, the dividend tax rate was reduced from 20% to 15%, at the same time with a still zero tax rate on capital gains. In 2004, a 19% capital income tax (Belka's tax) was introduced, and at the same time the tax rate on dividends was raised to the 19% and corporate tax was reduced to 19% (from 27%) (Każmierska-Jóźwiak 2019, pp. 69–70).

Research on the Polish share repurchases is, similarly as in South Africa, meagre, mainly due to the lack of comprehensive share repurchase data. Earlier research focussed mostly on testing the signalling effect of share repurchases (i.a. Gurgul & Majdosz 2005, pp. 25–39; Słoński & Zawadzki 2012; Wrońska-Bukalska et al. 2017, pp. 245–257; Wrońska-Bukalska et al. 2018, pp. 245–257).

Share repurchases in South African law

Share repurchases were allowed in South Africa as from 1 July 1999, following the implementation of the Companies Amendment Act 37 of 1999 (Republic of South Africa 1999). Share repurchases are in general admissible in South Africa, provided that the solvency and liquidity requirements stipulated in Section 46 of the Companies Act (Republic of South Africa 2008) are met. The main differences between the South African regulatory environment pertaining to share repurchases and global practice relate to the announcement of share repurchases, the types of entities which may repurchase shares, the classification of treasury shares, and the tax treatment of share repurchases. Regarding the share repurchase types and authorisation of share repurchases, South Africa is comparable to practices followed in most countries (Wesson et al. 2015) – mainly with terminology differences applicable to share repurchase types (i.e. South African open market share repurchases are called general share repurchases, tender offers are called *pro rata* offers, and private offers are called other specific offers) while the authorisation required for all share repurchases (other than *pro rata* offers to non-related parties) by JSE-listed companies being shareholder approval (Wesson et al. 2015).

The announcement rules pertaining to share repurchases in South Africa affect the availability of share repurchase data in South Africa. Although specific share repurchases (or tender offers) need to be announced via the Security Exchange News Service (SENS) of the JSE once the terms of the repurchase have been agreed upon, general (or open market) share repurchases only need to be announced via SENS once the company has cumulatively acquired 3% of its initial number of issued shares (of that class, as at the date of the resolution) (Wesson et al. 2015).

The tax system in South Africa (also a classic system of double taxation of dividends comparable to the tax system in Poland) includes different tax rates on dividend income and capital gains. The current tax system in South Africa (a shareholder-level dividend tax) replaced the previous tax system (a company-level secondary tax on companies) on April 1, 2012 (Nel 2018). The change in the tax system during 2012 is argued as significant based on the effect on the after-tax values of distributions for shareholders as well as a different tax treatment of a general repurchase as opposed to a specific repurchase (Nel 2018). Taxes on dividends ranged from 12.5% to 10% for the period before April 1, 2012 and ranged from 15% to 20% for the period from April 1, 2012. The tax reform of consecutive increases in the CGT inclusion rate from March 1, 2012 resulted in companies being taxed at an effective CGT rate of 22.4% (as opposed to the initial 14% prior to March 1, 2012) and individuals being taxed at an effective CGT rate of between 7.2% and 18% (as opposed to the initial rates between 4.5% and 10% prior to March 1, 2012). The high volumes of South African share repurchases

executed via subsidiaries prior to 2012 may have been attributed to the favourable tax treatment therefore (Wesson & Hamman 2012) before April 1, 2012, whilst the post-recession increase in dividends paid by JSE-listed companies may also be attributed to the positive impact of dividend distribution regulatory reform (Nyere & Wesson 2019).

Research on South African share repurchases is meagre, mainly due to the lack of comprehensive share repurchase data. Earlier research focussed on testing the information signalling effect of announced share repurchases (Bhana 2007; Daly 2002). The first comprehensive study on share repurchases by JSE-listed non-resource and non-financial companies, covering the period 1999–2009, reported that share repurchases had a slow start – mainly due to uncertainties related to the tax treatment thereof and inconsistencies between the Companies Act and stock exchange rules – but became a popular distribution method as from 2005 (Wesson 2015, pp. 180–196).

Research methods

The present study compares the share repurchases and dividends of non-financial and non-resource companies listed on the main board of the WSE (of Poland) and non-financial and non-resource companies listed on the JSE (of South Africa) for the period 2005–2015 (covering the pre- and post-crisis period). Delisted companies were excluded and companies with dual listing status where the main listing was not the Warsaw (in respect of Polish data) or JSE (in respect of South African data) were also excluded from the study population.

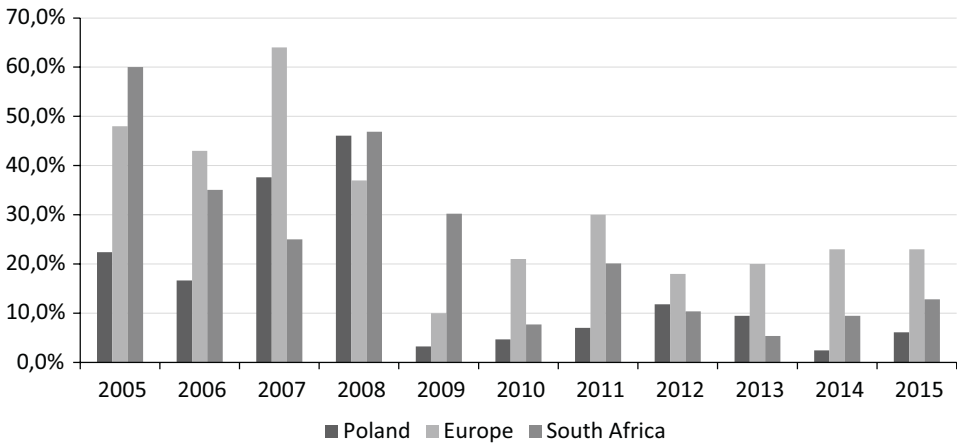
Share repurchase and dividend payout were expressed as payout composition ratios and payout to profit ratios, based on aggregate figures. Payout composition ratios comprised: the ratio of share repurchases to total payout, the ratio of dividends to total payout, the ratio of share repurchases to dividends. Payout to profit ratios comprised: the ratio of dividends to profit, the ratio of share repurchases to profit, the ratio of total payout to profit – with profit representing the profit after taxation figure as disclosed in companies' annual reports.

Data for South African share repurchase and dividend ratios were collected from company annual reports and SENS announcements, by following the methodology of Wesson et al. (2015). Profit after tax was retrieved from the IRESS database. Data for Polish share repurchases entailed the capturing of share repurchases from Eikon Thomson Reuters database, company annual reports, Emis and Polish Press Agency announcements by following the methodology of Kaźmier-ska-Jóźwiak (2019). Data on dividends and profit were retrieved from the Thomson Reuters database.

Results and discussion

This part discusses the empirical data on share repurchases and dividends in Poland and South Africa, and where it is possible with some European and global data. Figure 1 presents relations between share repurchases and dividends. Data for Polish and South African companies is compared with data for European companies presented by Sakinç (2017, pp. 1–27), who analyzed 298 major companies from 16 countries (Austria, Belgium, Denmark, Finland, France, Spain, the Netherlands, Ireland, Luxembourg, Germany, Norway, Portugal, Sweden, Switzerland, United Kingdom, Italy), which were a part of the S&P Europe 350 index, which covers around 70% of the European market.

Figure 1. Share repurchases to dividends (Poland, South Africa, Europe)

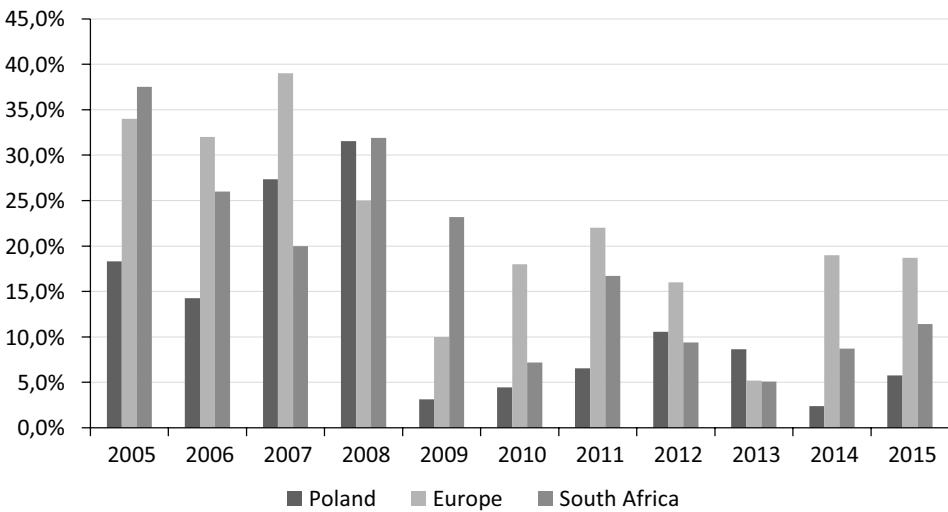


Source: own elaboration based on Sakinç (2017), Kowerski (2017), Steenkamp (2020), Wesson (2015), Kaźmierska-Jóźwiak (2019)

Share repurchase activity of Poland, Europe and South Africa declined during the 2008/2009 recession period. Poland had the largest drop in share repurchases to dividends in 2009, followed by Europe – with South Africa showing the smallest decrease. The 2009 South African share repurchase value was, however, mainly attributable to a restructuring transaction by one company (MTN Limited) that attributed to 85% of the South African share repurchase value for 2009. Although the post-2010 trend in share repurchases to dividends is similar for Europe, Poland and South Africa, the European share repurchases to dividends ratio consistently outperforms the Polish and South African levels in the post-recession period. The highest ratio for Europe was recorded in 2007 (share repurchases constituted approximately 64% of dividends). In the case of Polish companies, the highest value of the ratio was observed in 2008, which is slightly later than on

the European market. For South Africa, the highest level was recorded much earlier (in 2005), which supports earlier evidence on share repurchases becoming popular in South Africa post-2004 (Wesson 2015, pp. 180–196). Although Polish share repurchases were only taxed as from 2004, but at a similar rate as dividends, the flexibility of share repurchases is evident in the lower levels of share repurchases observed subsequently to the 2008/2009 financial crisis. On the other hand, South Africa’s difference in tax treatment of dividends and share repurchases seems to have affected the payout behaviour: as from 2012 (when the tax reform on dividends came into effect) share repurchases stabilised at lower levels than what was observed till 2009.

Figure 2. Share repurchases to total payouts (Poland, South Africa, Europe)



Source: as in Figure 1

Figure 2 presents share repurchases to total payouts for the same period (2005–2015). As we can observe, the trends are similar as for share repurchases to dividends. The European share repurchases to total payout ratio is the highest in most periods, with South Africa showing the highest share repurchase to total payout ratio in 2005, 2008 and 2009 and Poland showing its highest ratio in 2008. Share repurchases were not the preferred payout method in Europe, Poland or South Africa during the 2005 to 2015 period.

Referring to Table 1, it can be observed that share repurchases fluctuate more per annum as the dividend payouts, in line with the flexible nature of share repurchases. As from 2009, Polish companies pay out much larger proportions of their profits when compared to pre-2009, mainly attributable to increased dividend payouts. Companies in Poland have nearly doubled their payout to profit

ratios when comparing pre-2010 and post-2010 payout behaviour. The extremely high payout to profit ratio (of 148%) in South Africa in 2009 is mainly attributable to low profits reported in 2009 and the outlier share repurchases reflecting one company's (MTN Limited) restructuring transaction. Subsequent to 2011, South African share repurchases stabilised at lower levels than pre-2009, and dividends increased – which may be attributed to the favourable tax treatment of dividends as from April 1, 2012 (Steenkamp & Wesson 2020). South African companies, however, tend to spend a smaller percentage of their profits on payout than Polish companies.

Table 1. Payout to profit and payout composition – Poland vs South Africa

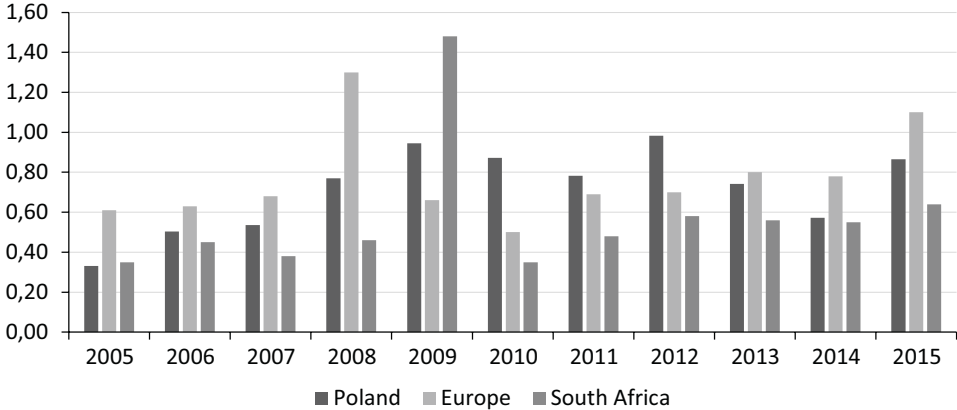
| Year | Poland | | | | | | South Africa | | | | |
|---------|----------------------|-------|--------------|------------------------|-------|--------|----------------------|--------------|-------|------------------------|--|
| | Payout to profit (%) | | | Payout composition (%) | | | Payout to profit (%) | | | Payout composition (%) | |
| | Div | SR | Total payout | Div | SR | Div | SR | Total payout | Div | SR | |
| 2005 | 27.02 | 6.05 | 33.07 | 81.7 | 18.3 | 21.85 | 13.10 | 34.95 | 62.52 | 37.48 | |
| 2006 | 43.21 | 7.19 | 50.4 | 85.7 | 14.3 | 32.96 | 11.56 | 44.52 | 74.03 | 25.97 | |
| 2007 | 38.97 | 14.66 | 53.63 | 72.7 | 27.3 | 30.12 | 7.53 | 37.65 | 80.00 | 20.00 | |
| 2008 | 52.71 | 24.28 | 76.99 | 68.5 | 31.5 | 31.39 | 14.73 | 46.12 | 68.07 | 31.93 | |
| 2009 | 91.52 | 2.96 | 94.48 | 96.9 | 3.1 | 113.57 | 34.26 | 147.84 | 76.82 | 23.18 | |
| 2010 | 83.36 | 3.88 | 87.24 | 95.6 | 4.4 | 32.58 | 2.52 | 35.10 | 92.82 | 7.18 | |
| 2011 | 70.58 | 7.58 | 78.16 | 90.3 | 9.7 | 40.30 | 8.09 | 48.38 | 83.29 | 16.71 | |
| 2012 | 87.93 | 10.36 | 98.29 | 89.5 | 10.5 | 52.83 | 5.49 | 58.32 | 90.59 | 9.41 | |
| 2013 | 67.79 | 6.41 | 74.2 | 91.4 | 8.6 | 53.22 | 2.89 | 56.10 | 94.85 | 5.15 | |
| 2014 | 55.91 | 1.3 | 57.21 | 97.7 | 2.3 | 50.28 | 4.78 | 55.06 | 91.32 | 8.68 | |
| 2015 | 81.55 | 4.9 | 86.45 | 94.3 | 5.7 | 57.08 | 7.31 | 64.39 | 88.65 | 11.35 | |
| Average | 63.69 | 8.14 | 71.83 | 87.65 | 12.35 | 46.92 | 10.20 | 57.13 | 82.09 | 17.91 | |
| Median | 67.79 | 6.41 | 76.99 | 90.30 | 9.70 | 40.30 | 7.53 | 48.38 | 83.29 | 16.71 | |

Source: own elaboration

The payout to profit trends indicate that the financial crisis of 2008/2009 seemed to have affected Polish and South African companies differently. Polish companies have increased dividend payments while reducing share repurchases. In South Africa, it seems as if the change in the dividends tax regime (from a company-level to shareholder-level) – rather than the 2008/2009 financial crisis – affected payout behaviour. The South African payout to profit ratios show higher levels of payout only as from 2012 and support the expectation that a higher percentage of profits is paid out by companies to allow for equitable dividend

receipts by shareholders subsequent to the dividend regulatory reform of 2012. The lower levels of share repurchases as from 2012 may also be attributed to the tax preference for dividends as from 2012.

Figure 3. Total payouts to net profit (Poland, South Africa, Europe)



Source: as in Figure 1

Looking at Figure 3, it can be observed that the total payout to profit in European countries was at its highest level in 2008. The ratio of the total payout to profit for Polish companies exceeded European ratio in 2009 to 2012. In 2013 the situation is reversing – the values of the ratio for Europe exceeded the value of the ratio for Polish companies. South Africa shows the lowest payout ratio in all periods, except in 2009, when compared to Europe and Poland. As from 2012, South African payout stabilised at higher levels than the pre-2009 levels.

Table 2 depicts the payout (dividends, share repurchases, dividends+share repurchases) to profit ratios of 16 European countries, Poland and South Africa. The European data represents the period from 2000 to 2015, while the Polish and South African data represents the period from 2005 to 2015. It is evident that share repurchases did not represent the favourite payout method (based on value) for any of these countries. Switzerland (at 31%) shows the highest share repurchases compared to dividends, whilst the lowest share repurchase activity is observed for Portugal (at 7%). Portugal, however, is the country that pays out the largest proportion of their profits (101%). Switzerland (62%) and Denmark (57%) represent the highest repurchase intensity (the relation between share repurchases and dividends), the lowest has been observed in Portugal (2%), Italy (8%), then, in Poland (13%). South Africa (21%) can also be regarded as paying relatively low levels of share repurchases – and is ranked similar to Belgium (21%) and slightly higher than Norway (20%).

When compared to the US practice, where 91% of profits were paid in dividends (37%) and share repurchases (54%) respectively in the period 2003–2013 (Lazonick 2014, pp. 46–55), it seems that only Portugal (101%), Great Britain (95%) and Finland (88%) show similar payout to profit ratios, but share repurchases were not the dominant method of distribution in any of these countries – as is the case in the US.

Table 2. Payout strategies in Poland, South Africa and European countries over the period 2005–2015 (%)

| | Dividend ratio (DIV/NI) | Share repurchase ratio SR/NI | Total payout ratio (DIV+SR)/NI | Repurchase intensity SR/DIV |
|---------------|------------------------------------|---|---|--|
| Switzerland | 50 | 31 | 81 | 62 |
| Denmark | 44 | 25 | 69 | 57 |
| Luxembourg | 50 | 25 | 76 | 50 |
| Netherland | 46 | 22 | 68 | 48 |
| Finland | 64 | 24 | 88 | 37 |
| Great Britain | 71 | 24 | 95 | 34 |
| Ireland | 58 | 29 | 77 | 32 |
| France | 36 | 12 | 48 | 30 |
| Germany | 61 | 18 | 79 | 26 |
| Spain | 46 | 12 | 58 | 25 |
| Austria | 50 | 13 | 63 | 23 |
| South Africa | 47 | 10 | 57 | 21 |
| Belgium | 42 | 10 | 52 | 21 |
| Norway | 58 | 12 | 70 | 20 |
| Sweden | 46 | 9 | 55 | 18 |
| Poland | 64 | 8 | 72 | 13 |
| Italy | 52 | 10 | 61 | 8 |
| Portugal | 94 | 7 | 101 | 2 |

Remark: the average for Europe – 2000–2015

DIV – dividend; SR – share repurchase; NI – net income

Source: as in Figure 1

Poland is one of the countries with the lowest repurchase intensity. However, based on the dividend to net income ratio, Poland (64%) – when compared to the 18 countries depicted in Figure 4 – ranks among the leading dividend paying countries. On the other hand, South Africa (47%) is among the lower dividend paying countries and ranked between Austria (50%) and the Netherlands (46%). This data indicates that share repurchases are not a popular payout policy instrument neither in Poland, nor in South Africa. In both countries dividends are preferred as a form of net income transfer to the shareholders.

Conclusions

Due to the area of our interest, we decided to compare some facts and figures regarding share repurchases versus dividends on two countries, which are located on two different continents: South Africa which is classified as a developing country, and Poland which was reclassified from an emerging market to a developed market status in September 2018 (Emerging Europe 2018).

Share repurchases are still a relatively new legal solution. In most of European countries, share repurchase was legal or easy to implement after regulatory changes between 1998 and 2000 (only in the UK share repurchases were allowed before 1990s). South Africa first allowed share repurchases as from 1 July 1999. Polish law maintains a general prohibition on the share repurchases with some exceptions – in 2000, the list of which has been extended in relation to the previous legal act. Both countries have sophisticated stock exchanges. In both countries research on payout policies of listed companies, mostly focuses on the dividend payouts. Firstly, because dividends are the dominant form of payouts to shareholders. Secondly, due to the lack of readily available share repurchase data. Dividends were the preferred payout method in South Africa, representing about 82% of payout value over the period 2005–2015. This phenomenon is even stronger in Poland, where dividends represent about 88% of payout value over the period 2005–2015. However, it is evident that share repurchases do not represent the favourite payout method (based on value) for any of European countries. When comparing the payout to profit over time, it is evident that share repurchases fluctuate more per annum as the dividend payouts. Nonetheless, what is evident is that as from 2010, Polish companies pay out much larger proportions of their profits when compared to pre-2010 payouts, mainly attributable to increased dividend payouts. South African payout, however, was the highest in 2009, with a steep drop in 2010 – mainly attributable to decreased share repurchases. South African total payout to profits in the period 2012–2015 are in general at slightly higher levels when compared with the pre-2009 values, attributable to increased dividends owing to the dividend regulatory reform effective as from April 2012.

The study examines the theoretical-legal and practical aspects of payout policy in Poland and South Africa over the period 2005–2015, covering the pre- and post- 2008/2009 financial crisis (RQ1 and RQ2). The comparative analysis of the legal aspects of the payout policy in Poland and South Africa provided insights on the regulatory differences. It should be noted that in the post-crisis period, dividend payout ratios increased significantly in both countries, while share repurchase ratios decreased. Changes in South African payout ratios were, however, mainly attributable to the change in the tax system in 2012. We have noticed that none of the examined countries mirrors the excessive payout behaviour observed in the US – neither in Poland, nor in SA did share repurchases surpass dividends (RQ 3).

The lack of availability of comprehensive share repurchase data both in Poland and South Africa, has affected the research period covered in this study. The authors are in the process of collecting data for subsequent years in order to conduct a comparative analysis of the payout policy behaviour of companies from Poland and South Africa during the COVID-19 pandemic crisis.

References

- Almeida H., Fos V., Kronlund M. (2016), *The real effects of share repurchases*, “Journal of Financial Economics”, 119(1): 168–185. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2015.08.008>
- Andriosopoulos D., Hoque H. (2013), *The determinants of share repurchases in Europe*, “International Review of Financial Analysis”, 27: 65–76. <https://doi.org/10.1016/j.irfa.2012.12.003>
- Andriosopoulos D., Lasfer M. (2015), *The market valuation of share repurchases in Europe*, “Journal of Banking & Finance”, 55: 327–339. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2014.04.017>
- Balcilar M., Gupta R., Jooste C., Wohar M.E. (2016), *Periodically collapsing bubbles in the South African stock market*, “Research in International Business and Finance”, 38: 191–201. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2016.04.010>
- Banyi M.L., Dyl E.A., Kahle K.M. (2008), *Errors in estimating share repurchases*, “Journal of Corporate Finance”, 14(4): 460–474. <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2008.06.004>
- Barnes M. (2015), *Straight talk: Share buybacks defy all logic*, <http://www.bdlive.co.za/opinion/columnist/2015/05/04/straight-talk-share-buybacks-defy-all-logic> (accessed: 10.06.2019).
- Bhana N. (2007), *The market reaction to open market share repurchases announcements: The South African experience*, “Investment Analysts Journal”, 65: 25–36. <https://doi.org/10.1080/10293523.2007.11082486>
- Bhattacharya U.E., Jacobsen S. (2016), *The share repurchase announcement puzzle: Theory and evidence*, “Review of Finance”, 20(2), 725–758. <https://doi.org/10.1093/rof/rfv020>
- Booth L., Zhou J. (2017), *Dividend policy: A selective review of results from around the world*, “Global Finance Journal”, 34: 1–15. <https://doi.org/10.1016/j.gfj.2017.07.002>
- Brav A., Graham J.R., Harvey C.R., Michaely R. (2005), *Payout policy in the 21st century*, “Journal of Financial Economics”, 77(3): 483–527. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2004.07.004>

- Daly K.J. (2002), *Share returns of companies announcing share repurchases under a general authority*, Unpublished research report. University of the Witwatersrand, Johannesburg.
- Dąbrowski D. (2010), *Nabywanie akcji własnych przez spółkę akcyjną*, Wolters Kluwer Polska.
- DeAngelo H., DeAngelo L., Stulz R.M. (2006), *Dividend policy and the earned/contributed capital mix: a test of the life-cycle theory*, “Journal of Financial Economics”, 81(2): 227–254. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2005.07.005>
- Denis D.J., Osobov I. (2008), *Why do firms pay dividends? International evidence on the determinants of dividend policy*, “Journal of Financial Economics”, 89(1): 62–82. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2007.06.006>
- Desai M.A., Jin L. (2011), *Institutional tax clienteles and payout policy*, “Journal of Financial Economics”, 100(1): 68–84. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2010.10.013>
- Dittmar A.K. (2000), *Why do firms repurchase stock*, “The Journal of Business”, 73(3): 331–355. <https://doi.org/10.1086/209646>
- Emerging Europe (2018), *Poland promoted to developed market status by FTSE Russell*, <https://emerging-europe.com/news/poland-promoted-to-developed-market-status-by-ftse-russell/> (accessed 10.06.2019).
- Fairchild R., Zhang G. (2005), *Repurchase and dividend catering, managing myopia, and long-run value destructions*, Working Paper Ser. 2005–21, University of Bath School of Management.
- Farre-Mensa J., Michaely R., Schmalz M. (2014), *Payout policy*, „Annual Review of Financial Economics”, 6(1): 75–134. <https://doi.org/10.1146/annurev-financial-110613-034259>
- Farre-Mensa J., Michaely R., Schmalz Martin C. (2021), *Financing Payouts*, “Ross School of Business” Paper No. 1263. <https://ssrn.com/abstract=2535675> (accessed: 17.10.2022), <https://doi.org/10.2139/ssrn.2535675>
- Gurgul H., Majdosz P. (2005), *Effect of Dividend and Repurchase Announcements on the Polish Stock Market*, “Badania Operacyjne i Decyzje”, 1: 25–39.
- Hail L., Tahoun A., Wang C. (2014), *Dividend payouts and information shocks*, “Journal of Accounting Research”, 52(2): 403–456. <https://doi.org/10.1111/1475-679X.12040>
- Hribar P., Jenkins N.T., Johnson W.B. (2006), *Stock repurchases as an earnings management device*, “Journal of Accounting and Economics”, 41(1–2): 3–27. <https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2005.10.002>
- Ikenberry D., Lakonishok J., Vermaelen T. (1995), *Market underreaction to open market share repurchases*, “Journal of Financial Economics”, 39(2–3): 181–208. [https://doi.org/10.1016/0304-405X\(95\)00826-Z](https://doi.org/10.1016/0304-405X(95)00826-Z)

- Jagannathan M., Stephens C.P., Weisbach M.S. (2000), *Financial flexibility and the choice between dividends and stock repurchases*, “Journal of Financial Economics”, 57(3): 355–384. [https://doi.org/10.1016/S0304-405X\(00\)00061-1](https://doi.org/10.1016/S0304-405X(00)00061-1)
- Kaźmierska-Jóźwiak B. (2019), *Polityka wypłat na rzecz akcjonariuszy. Determinanty – reakcja rynku – ocena*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Kowerski M. (2017), *Payout Policy of European Companies*, “Barometr Regionalny. Analizy i Prognozy”, 15(3): 11–28. <https://doi.org/10.56583/br.457>
- Lazonick W. (2014), *Profits without prosperity*, “Harvard Business Review”, 92(9): 46–55.
- Lee B.S., Suh J. (2011), *Cash holdings and share repurchases: International evidence*, “Journal of Corporate Finance”, 17(5): 1306–1329. <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2011.06.006>
- Lee C.I., Ejara D.D., Gleason K.C. (2010), *An empirical analysis of European stock repurchases*, “Journal of Multinational Financial Management”, 20(2–3): 114–125. <https://doi.org/10.1016/j.mulfin.2010.07.002>
- Lintner J. (1956), *Distribution of incomes of corporations among dividends, retained earnings, and taxes*, “The American Economic Review”, 46(2): 97–113.
- Nel R. (2018), *Investor tax-driven preferences for dividends and share repurchases of listed companies*, “South African Journal of Accounting Research”, 32(1): 71–87. <https://doi.org/10.1080/10291954.2017.1414349>
- Nyere L., Wesson N. (2019), *Factors influencing dividend payout decisions: Evidence from South Africa*, “South African Journal of Business Management”, 50(1). <https://doi.org/10.4102/sajbm.v50i1.1302>
- Oded J. (2011), *Stock repurchases: How firms choose between a self-tender offer and an open-market program*, “Journal of Banking & Finance”, 34(12): 3174–3187. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2011.05.006>
- Peyer U., Vermaelen T. (2009), *The nature and persistence of buyback anomalies*, “The Review of Financial Studies”, 22(4): 1693–1745. <https://doi.org/10.1093/rfs/hhn024>
- Republic of South Africa (RSA). (1999), *Companies Amendment Act, No. 37 of 1999*, Pretoria.
- Republic of South Africa (RSA). (2008), *Companies Amendment Act, No. 71 of 2008*, Pretoria.
- Sakiñ M.E. (2017), *Share Repurchases in Europe. A Value Extraction Analysis*, (pp. 1–27). The Academic-Industry Research Network Working Paper (16/2017 May).
- Słoiński T., Zawadzki B. (2012), *The Signaling Effect and Abnormal Returns of Open Market Share Repurchases in Poland*. <https://ssrn.com/abstract=2081991> (accessed: 28.10.2020), <https://doi.org/10.2139/ssrn.2081991>
- Sójka T. (2004), *Umorzenie akcji*. Kantor Wydawniczy Zakamycze, Kraków.

- Steenkamp G. (2020). *The relationship between share repurchases and share-based remuneration of executive directors of South African listed companies*, Unpublished PhD thesis. University of Stellenbosch Business School, Cape Town.
- Steenkamp G., Wesson N. (2020), *Post-recession share repurchase behaviour by JSE-listed companies: transparent or not?*, “Journal of Accounting in Emerging Economies”, 10(3); 465–486. <https://doi.org/10.1108/JAEE-02-2020-0040>
- StockMarketClock. (2022), *List of stock exchanges*, <https://www.stockmarket-clock.com/exchanges> (accessed: 25.09.2022).
- Stonham P. (2002), *A game plan for share repurchases*, “European Management Journal”, 20(1): 37–44. [https://doi.org/10.1016/S0263-2373\(01\)00112-8](https://doi.org/10.1016/S0263-2373(01)00112-8)
- Von Eije H., Megginson W.L. (2008), *Dividends and share repurchases in the European Union*, “Journal of Financial Economics”, 89(2): 347–374.
- Warsaw Stock Exchange. (2022), <https://www.gpw.pl/gpw-statistics> (accessed: 25.09.2022), <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2007.11.002>
- Wesson N. (2015), *An empirical model of choice between share repurchases and dividends for companies in selected JSE-listed sectors*, Unpublished PhD thesis. University of Stellenbosch Business School, Cape Town.
- Wesson N., Bruwer B.W., Hamman W.D. (2015), *Share repurchase and dividend payout behaviour: The South African experience*, “South African Journal of Business Management”, 46(3): 43–54. <https://doi.org/10.4102/sajbm.v46i3.100>
- Wesson N., Hamman W.D. (2012), *The repurchase by a holding company of treasury shares held by subsidiaries: A South African perspective*, “South African Journal of Business Management”, 42(4): 33–44. <https://doi.org/10.4102/sajbm.v43i4.480>
- World Bank. (2014), *World development indicators 2014* (accessed: 10.06.2019).
- Wrońska-Bukalska E., Kaźmierska-Józwiak B. (2017), *Signaling hypotheses of share repurchase – life cycle approach. The case of Polish listed companies*, “Equilibrium. Quarterly Journal of Economics and Economic Policy”, 12(2): 245–257. <https://doi.org/10.24136/eq.v12i2.13>
- Wrońska-Bukalska E., Kaźmierska-Józwiak B., Rozkovec J. (2018), *The information content of share repurchase – evidence from Poland*, “Ekonomie a Management”, 21(2): 172–185. <https://doi.org/10.15240/tul/001/2018-2-012>

Streszczenie

Polityka w zakresie nabywania akcji własnych a polityka dywidend
– analiza porównawcza Polski i RPA

Głównym celem opracowania jest porównanie trendów w obszarze nabywania akcji własnych i wypłaty dywidendy przez spółki niefinansowe i niezasobowe notowane na giełdach w Polsce i RPA w latach 2005–2015. Chociaż RPA jest krajem rozwijającym się o dualistycznej gospodarce, kraj ten charakteryzuje się zaawansowaną giełdą papierów wartościowych, która jest porównywalna do większości zaawansowanych gospodarek. Natomiast Polska została przeklasyfikowana z rynku wschodzącego na status rynku rozwiniętego dnia 24 września 2018 r. Analiza porównawcza dostarcza wglądu w różnice regulacyjne i ich wpływ na zachowania spółek w obszarze polityki wypłat na rzecz akcjonariuszy (nabywanie akcji własnych i wypłaty dywidend) oraz pozwala określić, czy kraje te odzwierciedlają zachowania związane z *payout policy* obserwowane w Stanach Zjednoczonych. Wyniki badania pokazują, że w obu krajach dywidendy są dominującą formą wypłat dla akcjonariuszy. Ponadto w żadnym z badanych krajów nie zaobserwowano zachowań w zakresie wypłat na rzecz akcjonariuszy występujących w USA – ani w Polsce, ani w RPA środki wydane na nabycia akcji własnych nie przewyższyły wartości wypłaconych dywidend. Różnice regulacyjne pomiędzy Polską a RPA wpłynęły jednak na obserwowane trendy w zachowaniach wypłat pomiędzy tymi dwoma krajami.

Słowa kluczowe: dywidenda, nabywanie akcji własnych, polityka wypłat, Polska, RPA

Gotowość inwestycyjna przedsiębiorców na przykładzie badania uczestników konkursu EkSoc StartUP!

Marzena Krawczyk* 

Streszczenie

Gotowość inwestycyjna jest zjawiskiem wielowymiarowym, obejmującym szereg elementów powiązanych ze sobą osobą przedsiębiorcy. Stanowi istotną popytową determinantę pozyskiwania kapitału, w tym zagranicznego, przez firmy będące we wczesnych fazach rozwoju (seed i start-up), w szczególności z szeroko rozumianego rynku venture capital.

Celem artykułu uczyniono wskazanie istoty i atrybutów kształtujących gotowość inwestycyjną oraz zbadanie poziomu świadomości istnienia zjawiska i jego zrozumienia wśród początkujących przedsiębiorców. Zdefiniowanie zjawiska i jego płaszczyzn oparte są na analizie światowej literatury przedmiotu i prac badawczych poświęconych omawianej tematyce. Przedstawiono również wyniki badań ankietowych przeprowadzonych wśród przedsiębiorców będących uczestnikami konkursu *EkSoc StartUP!* Świadomość istnienia zjawiska i umiejętność jego budowania przez firmy we wczesnych fazach rozwoju zwiększają szansę na pozyskanie kapitału na rozwój, w tym na ekspansję międzynarodową, co w dłuższym okresie napędza wzrost gospodarek światowych.

Słowa kluczowe: gotowość inwestycyjna, przedsiębiorcy, start-upy

JEL: D25, D81, L26

* Dr Marzena Krawczyk, Uniwersytet Łódzki, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny, Katedra Funkcjonowania Gospodarki, marzena.krawczyk@uni.lodz.pl, <https://orcid.org/0000-0002-7327-0576>



© by the author, licensee University of Lodz – Lodz University Press, Lodz, Poland. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license CC BY-NC-ND 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>)

Wstęp

Do roli, jaką sektor firm mikro, małych i średnich pełni w rozwoju gospodarczym i społecznym, nie trzeba nikogo przekonywać. W Polsce w 2020 r. stanowiły one 99,94% przedsiębiorstw niefinansowych, zatrudniały ponad 2/3 pracujących oraz wygenerowały niemal połowę PKB (PARP 2021, s. 6–8; GUS 2021a, s. 16, 19). Będąc aktywnymi innowacyjnie (PARP 2020, s. 30–31; GUS 2021b, s. 27), determinują wzrost innowacyjności gospodarki. Postępująca globalizacja i internacjonalizacja procesów i rynków (w tym finansowych) czyni je motorami rozwoju gospodarczego i społecznego w skali międzynarodowej.

Rozwój MSP, w szczególności o wysokim potencjale wzrostu i innowacyjnych, wiąże się często z koniecznością ich internacjonalizacji, jak również zaangażowania znacznego kapitału pochodzącego z międzynarodowego rynku finansowego, pozyskanie którego obarczone jest wieloma determinantami zarówno o charakterze popytowym, jak i podażowym. Do końca ubiegłego wieku badania nad uwarunkowaniami finansowania MSP skupiały się głównie na stronie podażowej zjawiska. Obejmowały takie zagadnienia, jak: identyfikacja istniejących form i źródeł finansowania, istnienie zjawiska luki kapitałowej, wskazanie niedoskonałości w funkcjonowaniu rynku kapitałowego czy analiza efektywności inicjatyw służących zachęcaniu kapitałodawców do inwestowania. Ostatnie dekadę zmieniły orientację badań w kierunku analizy determinant popytowych, które znacząco wpływają na sukces w procesie ubiegania się jednostki o finansowanie zewnętrzne (por. European Comission 2006; EBAN 2010, 2018; Mason, Harrison 2001, 2002; Paul i in. 2003, s. 331; Mason, Kwok 2010, s. 269). Jak dowodzą Mason i Harrison (2001, s. 663), słabości po stronie popytu odgrywają szczególnie istotną rolę w rozwoju jednostek określanych jako start-upy w kontekście finansowania ich rozwoju przez nieformalnych inwestorów międzynarodowego rynku venture capital.

PARP (2019, s. 4–5) określa start-up jako jednostkę będącą w fazie wchodzenia na rynek bądź budowania pozycji rynkowej, wykorzystującą relatywnie nowe technologie i metody pracy, tworzącą produkty czy usługi często jeszcze nieznane dla klientów. Start-upy charakteryzuje szybki rozwój, którego następstwem często jest internacjonalizacja i zwiększone zapotrzebowanie na kapitał zagraniczny. Niestety, inwestycje w takie jednostki są obarczone ryzykiem, gdyż dane finansowe dotyczące nowego przedsięwzięcia i badania rynku dla nowych produktów/usług są często niedostępne lub obejmują zbyt krótki czas na właściwe wnioskowanie. Inwestorzy nie dysponują pakietem informacji pozwalających im ocenić potencjał inwestycji, nie są w stanie zbudować, a przez to nie stosują modeli oceny ryzyka, a podejmują decyzję, opierając się często wyłącznie na kryteriach subiektywnych, nie w pełni lub w ogóle niezwyfikowanych (Maxwell i in. 2011, s. 220). Starają się przy tym ocenić ryzyko i potencjał przedsięwzięcia w drodze

spotkań i rozmów z przedsiębiorcami, co jest przez tych drugich niezrozumiałe, odbierane za niepotrzebne, a co gorsza często uznawane jako próba przejęcia pomysłu na biznes. A to z kolei powoduje nasilanie się zjawiska asymetrii informacji (Silver i in. 2010, s. 82). Trudności w ocenie ryzyka i potencjału przedsięwzięcia powodują również, że krąg potencjalnych dawców kapitału zawęża się. Brak historii nt. danych finansowych ogranicza możliwość skorzystania z tradycyjnych bankowych form finansowania. Przedsiębiorcy zaczynają szukać finansowania na rynku wysokiego ryzyka, w szczególności pochodzącego od aniołów biznesu. Wzrost zainteresowania rynkiem venture capital potwierdzają m.in. badania OECD (2020, s. 18, 42–45).

Obok zamkniętego koła asymetrii informacji problemem okazuje się również samo dotarcie do inwestorów, w szczególności zagranicznych, a jak już się to uda – umiejętne przedstawienie im przedsięwzięcia w sposób przekonujący, profesjonalny i wzbudzający zainteresowanie, pamiętając, że każdy inwestor może mieć inne wymagania i oczekiwania informacyjne (Parhankangas, Ehrlich 2014, s. 543). Jak jednak dowodzą badania (np. EBAN 2010, s. 7), przedsiębiorcy nie posiadają wiedzy na temat potencjalnych źródeł finansowania, a nawet, jak umiemy określić główne z nich, nie rozumieją, iż każdy z dawców kapitału może mieć inne preferencje i motywy do inwestowania. Mason i Kwok (2010, s. 269) wskazują, że zdeterminowani właściciele/zarządzający MSP są tak mocno ukierunkowani na sam proces pozyskania kapitału na przedsięwzięcie, które sami oceniają jako wysokorozwojowe, że nawet nie próbują zrozumieć, czego poszukują inwestorzy kapitałowi ani jak „sprzedać” siebie i swoje pomysły potencjalnym inwestorom. Przez to wnioskuje o finansowanie u podmiotów niezainteresowanych inwestycjami danego typu, spotykając się z częstymi odmowami, a w dłuższej perspektywie zniechęcając się do dalszego poszukiwania kapitałodawcy, a nawet zaniechania rozwoju swojego przedsięwzięcia.

Powyższe słabości po stronie popytu są również akcentowane przez samych dawców kapitału, w szczególności aniołów biznesu. Jak wspomniani inwestorzy wskazują, pomimo posiadanego kapitału i woli zainwestowania nie znajdują oni takiej ilości firm, w jaką byliby skłonni się zaangażować kapitałowo, gdyż nie spotykają się z przedsięwzięciami uznanymi przez siebie za warte sfinansowania (Mason, Harrison 2002, s. 272; Mason, Kwok 2010, s. 270; Zana, Barnand 2020, s. 34). Aniołowie biznesu akcentują fakt nieposiadania przez przedsiębiorców istotnych dla prowadzenia działalności kwalifikacji i cech skutkujących nieumiejętnym planowaniem finansowym, budowaniem nieskładnego modelu biznesowego czy problemami w komunikacji (OECD 2016, s. 97). Inwestorzy zwracają również uwagę na brak szeroko rozumianych umiejętności i zdolności przedsiębiorczych (OECD 2015, s. 117).

Jak dowodzą badania Ali i in. (2017, s. 112–116), dla wspomnianej grupy inwestorów niezwykle ważne są: wiarygodny, przedsiębiorczy zespół, osobista

„chemia” i dobre relacje z przedsiębiorcą, który poza zaangażowaniem w projekt musi wyrażać chęć współpracy z aniołem i być godnym zaufania. O znaczeniu popytowych determinant w finansowaniu przedsięwzięć przez aniołów biznesu dowodzą również badania EBAN (2018, s. 3–7). Kwestie związane z osobowością przedsiębiorcy, zaufaniem i zdolnościami do prowadzenia biznesu wskazane zostały przez wysoki odsetek badanych aniołów jako istotny czynnik brany pod uwagę przy podejmowaniu decyzji o finansowym zaangażowaniu się w przedsięwzięcie. W tych samych badaniach aniołowie zwrócili uwagę, iż przedstawiani im przedsiębiorcy nie wiedzą, jak „sprzedać” swój pomysł oraz w sposób nieumiejętny komunikują podstawowe informacje (EBAN 2018, s. 3–7).

Przedstawione pokrótce słabości po stronie przedsiębiorcy i przedsięwzięcia są składowymi złożonego zjawiska, określanego mianem gotowości inwestycyjnej (ang. *investment readiness*).

Gotowość inwestycyjna – ujęcie teoretyczne

Słownik języka polskiego definiuje gotowość jako „stan należytego przygotowania się do czegoś” czy też „zdecydowanie się na coś, chęć, skłonność, zamiar” (Doroszewski i in. 1969). W literaturze z zakresu zarządzania organizacjami pojęcie jest stosowane najczęściej w pracach i badaniach obejmujących planowane zmiany: organizacyjne, strategiczne, technologiczne itp. i określa wolę przejścia od stanu obecnego do pożądanego oraz stopień, w jakim zasoby i procesy firmy wskazują, że organizacja jest gotowa na zmianę (Kaplan, Norton 2004, s. 15). Idąc tym tokiem myślenia, gotowość inwestycyjną przedsiębiorcy/przedsięwzięcia należy rozumieć jako bycie w pełni przygotowanym do stania się przedmiotem inwestycji poparte wolą pozyskania inwestora. Przedsiębiorca rozpoczynający proces wnioskowania o finanse decyduje zatem, że jego projekt jest organizacyjnie, strategicznie i technologicznie gotowy do wejścia inwestorów i towarzyszących temu procesowi zmian (Brush, Edelman, Manolova 2012, s. 115).

Komisja Europejska (2006, s. 3) określa gotowość inwestycyjną jako zrozumienie przez przedsiębiorcę/właściciela czy też zarządzających MSP potrzeb inwestorów oraz umiejętne wykorzystanie tej wiedzy w drodze dostarczenia potencjalnym dawcom kapitału oczekiwanych przez nich informacji, wzbudzenie zaufania i poczucia wiarygodności. Z tej zwięzłej definicji wyodrębnić można kilka elementów kształtujących zjawisko. Po pierwsze, gotowy inwestycyjnie przedsiębiorca rozumie potrzeby inwestorów. A to oznacza, że (1) posiada rozeznanie w zakresie istniejących form i źródeł finansowania, a co istotniejsze (2) jest świadom, iż każde z nich w wyborze przedmiotu inwestycji kierować się będzie innymi preferencjami i kryteriami inwestycyjnymi. Powyższe pozwala przedsiębiorcy płynnie przejść do drugiego płynącego ze wspomnianej definicji elementu

gotowości inwestycyjnej, a mianowicie do umiejętnego wykorzystania tej wiedzy poprzez dostarczenie wymaganych konkretów w sposób atrakcyjny. Gotowy inwestycyjnie przedsiębiorca (1) wie, jakie informacje są istotne dla inwestora, (2) posiada kwalifikacje pozwalające dostarczyć wiarygodnych danych, (3) umie je przedstawić w formie drukowanej czy też mówionej w sposób przekonujący inwestora, przez co (4) wzbudza zaufanie i (5) daje się poznać jako profesjonalista.

Komisja Europejska (2002, s. 27) zaznacza ponadto, że kluczowe jest zrozumienie – obok potrzeb – również obaw inwestora i umiejętność rozwiania ich na każdym etapie aplikowania o finansowanie. Wątpliwości inwestorów maleją właśnie dzięki wzbudzeniu zaufania i poczuciu obcowania z przedsiębiorcą, którego można określić mianem profesjonalisty.

W literaturze przedmiotu za Masonem i Harrisonem (2001) gotowość inwestycyjną najczęściej odnosi się do procesu pozyskiwania finansowania kapitałowego i postrzega jako proces złożony z trzech płaszczyzn leżących po stronie poszukującego finansowania:

1. Postawa przedsiębiorcy wobec inwestora kapitałowego.
2. Zgodność przedmiotu inwestycji z preferencjami i oczekiwaniami inwestora.
3. Umiejętności prezentacyjne (mające postać braków w biznesplanach czy niekompetentnego przedstawienia projektu w trakcie spotkania z inwestorem).

Przedstawione przez Masona i Harrisona (2001) wymiary same w sobie są wieloaspektowe i analizowane przez badaczy łącznie, jak również indywidualnie.

Aspekt wymieniony jako pierwszy jest najszerzej zbadaną składową gotowości inwestycyjnej przedsiębiorcy. Postawa przedsiębiorcy wobec inwestora kapitałowego wiąże się przede wszystkim ze zjawiskiem awersji do finansowania kapitałowego (Mason, Harrison 2001; Mason, Kwok 2010) oraz teorią hierarchii źródeł finansowania (Myers 1984; Zoppa, McMahon 2002, s. 28, 38).

Sceptycyzm czy też wprost – awersja do korzystania z finansowania kapitałowego wynika głównie z niechęci do dzielenia się własnością, a co za tym idzie – kontrolą z potencjalnym inwestorem oraz dopuszczeniem do jego udziału w procesie podejmowania decyzji operacyjnych i strategicznych. Stopień oporu i obawy przed utratą kontroli bywają tak wysokie, że przedsiębiorcy decydują się nawet nie skorzystać z oferowanych im środków finansowych i zaniechać rozwoju swojego przedsięwzięcia (Mason, Harrison 2001, s. 664). Uważają, że ujemne skutki utraty kontroli przeważają nad potencjalnymi korzyściami, płynącymi z pozyskanego finansowania i rozwoju (Silver i in. 2010, s. 82). Awersja do finansowania kapitałowego często czerpie swoje korzenie w braku wiedzy na temat zalet i wad poszczególnych źródeł finansowania, sposobu działania inwestora oraz braku świadomości, że wraz z kapitałem inwestor może wnieść inne, pozafinansowe formy wsparcia, które mogą stanowić znaczną przewagę konkurencyjną

(Zana, Barnard 2020, s. 34). Szczególnie mocno jest to widoczne w przypadku aniołów biznesu, którzy angażują się w wybrane przedsięwzięcie na z góry określony okres, wnosząc do projektu, poza kapitałem, wartość dodaną w postaci własnego doświadczenia, kontaktów biznesowych czy know-how. Ich obecność zwiększa zaufanie otoczenia do firmy, co w perspektywie czasu pomaga zdobyć dalsze finansowanie (Mikołajczyk, Krawczyk 2007, s. 55–58). Intencją anioła nie jest przy tym przejęcie firmy, a doradztwo zarządzającym, pomoc w jej rozwoju. Powyższe ma służyć w osiągnięciu własnych subiektywnych celów inwestora, jak poczucie niesienia pomocy, satysfakcji, samospełnienia (Mikołajczyk, Krawczyk 2007, s. 73–77). Wspomniane doradztwo i chęć anioła biznesu do angażowania się w codzienne zarządzanie firmą nie zawsze jednak spotyka się z ciepłym przyjęciem przedsiębiorcy.

Świadomy przedsiębiorca, poszukujący dawcy kapitału wie, że niektórzy inwestorzy zechcą mieć wpływ na prowadzenie biznesu, w który się angażują. Powinien też umieć określić, jaką widzi dla inwestora rolę w firmie/w przedsięwzięciu (Paul i in. 2003, s. 331). Uzmysłowanie sobie tej kwestii, jak również znajomość kryteriów inwestycyjnych i innych oczekiwań inwestora stanowią drugi najważniejszy wymiar gotowości inwestycyjnej.

Proces podejmowania decyzji przez dawcę kapitału złożony jest z wielu elementów, ale generalnie można wyodrębnić w nim dwa podstawowe etapy. W każdej z faz inwestorzy kierują się innymi kryteriami i mają inne oczekiwania informacyjne.

Pierwszy etap, nazywany często wstępnym czy też administracyjnym, jest stosunkowo mocno sformalizowany. Akceptacja lub odrzucenie projektu opiera się tutaj na wymiernych i obiektywnych kryteriach inwestycyjnych, które da się zweryfikować. Nie oznacza to, iż istnieje jeden uniwersalny zestaw wymagań stosowany przez każdego inwestora, gdyż poszczególnych dawców kapitału mogą interesować inne informacje i inne charakterystyki. Poza wartością wskaźników finansowych do takich danych zaliczyć można: branżę, etap rozwoju, wielkość przedsięwzięcia, lokalizację. Projekty wpisujące się w kryteria inwestycyjne przechodzą do kolejnego etapu procesu decyzyjnego, w którym kryteria obiektywne ustępują preferencjom inwestycyjnym o charakterze niematerialnym, wręcz subiektywnym (Smith, Harrison, Mason 2010, s. 529; Mason, Kwok 2010; Brush, Edelman, Manolova 2012, s. 123), które następnie są weryfikowane podczas spotkań z przedsiębiorcami czy podczas tzw. *pitch deck*. Podobnie Wiltbank, Sudek i Read (2009, s. 8) wskazują, że im bliżej podjęcia współpracy opartej na finansowaniu projektu, tym mniejszą uwagę przywiązuje się do czynników określanych mianem prognostycznych na rzecz czynników niepredykcyjnych. Podobnie etap inwestycyjny postrzegają Maxwell, Jeffery i Levesque (2011, s. 218, 220). Na pierwszym etapie selekcji przedstawianych projektów inwestorzy indywidualni stosują metody heurystyki decyzyjnej, by w kolejnych fazach wykorzystywać inne, nowe i bardziej subiektywne kryteria.

Nieświadomi powyższego przedsiębiorcy często zwracają się do nieodpowiednich inwestorów, gdyż nie wpisują się w ich kryteria inwestycyjne. Przez to spotykają się z częstymi odmowami wniosków o finansowanie, z czasem zniechęcając się do kolejnych prób, a nawet rezygnując z rozwoju swojego przedsięwzięcia (Mason, Kwok 2010). Zatem słabość po stronie przedsiębiorcy w postaci braku wiedzy i zrozumienia preferencji inwestycyjnych i oczekiwań informacyjnych często przekłada się na odmowę finansowania.

Ostatnim aspektem gotowości inwestycyjnej są niedociągnięcia związane z przekazywaniem informacji zarówno w samym biznesplanie, jak i podczas tzw. *pitch desk*. Zagadnienie to również jest bardzo szerokie i obejmuje zarówno braki i błędy w dokumentach pisemnych oraz prezentacjach słownych przedstawianych inwestorom, jak również złe wrażenie wywarłe w trakcie spotkania i rozmowy z inwestorami. Braki i błędy wynikają najczęściej z niedostatecznej wiedzy, nieposiadania umiejętności czy kompetencji, które pozwolą napisać dobry biznesplan, oparty na istotnych i wiarygodnych danych czy też przygotować prezentację i przedstawić skrócony opis przedsięwzięcia w sposób przyciągający i przekonujący, wręcz charyzmatyczny. Istotna w tym wszystkim jest wspomniana już świadomość faktu, iż poszczególne grupy inwestorów mają inne oczekiwania informacyjne i kierują się różnymi preferencjami i kryteriami inwestycyjnymi. Dla przedsiębiorców konsekwencją powyższego jest fakt, że muszą dostosować swój biznesplan w zależności od tego, jakiemu inwestorowi będzie on przedstawiony: bankowi, funduszowi venture capital czy aniołowi biznesu (Mason, Stark 2004, s. 227). Gotowy inwestycyjnie przedsiębiorca przygotowuje biznesplan i *pitch deck*, dostosowując zawarte w nich informacje do oczekiwań informacyjnych inwestora, oprze się na wiarygodnych danych oraz wzbudzi podczas rozmów zaufanie i zainteresowanie nie tylko do przedstawianego przedsięwzięcia, ale również do siebie.

Bazując na wymiarach określonych przez Masona i Harrisona (2001), Douglas i Shepherd (2002) przedstawili rozwiniętą koncepcję gotowości inwestycyjnej. Zaproponowali oni postrzeganie zjawiska z perspektywy trzech obszarów funkcjonowania biznesu jako:

- gotowość technologiczną: istnieje prototyp, chroniony prawem własności intelektualnej czy też tajemnicą handlową, przetestowany pod kątem trwałości i niezawodności, którego koszt wytworzenia przy cenie rynkowej pozwoli na osiągnięcie zysku;
- gotowość marketingową (rynkową): prototyp został przetestowany pod kątem potrzeb i preferencji klientów docelowych oraz stwierdzono, że istnieje zapotrzebowanie na produkt po cenie, która pozwoli na osiągnięcie zysku;
- związaną z zarządzaniem: istnieje zespół zarządzający projektem, posiadający doświadczenie w branży, w prowadzeniu start-upu, znający się na specyfice prowadzenia biznesu opartego na technologii, dla której stworzono i zweryfikowano prototyp.

Z definicji Douglasa i Shepherd'a wynika, że gotowy inwestycyjnie przedsiębiorca jest świadomy, iż jego przedsięwzięcie musi posiadać gotowość we wszystkich wspomnianych obszarach. Rozumie znaczenie prawa własności, konieczność przetestowania prototypu, istotę rozpoznania zapotrzebowania na produkt, umie określić rynek docelowy, policzyć koszty i ocenić ich wpływ na zysk, rozumie znaczenie wykazania się profesjonalizmem zarówno w stosunku do swojej osoby, jak i kadry zarządzającej. Autorzy zwracają przy tym uwagę, że nawet gotowość technologiczna, marketingowa i związana z zarządzaniem nie dają stu-procentowej gwarancji pozyskania finansowania na przedstawiane inwestorowi przedsięwzięcie/projekt (Douglas, Shepherd 2002, s. 220, 223–224).

Ciekawe podejście do gotowości inwestycyjnej zaprezentowali Silver, Berggren i Veghohn (2010). Przedstawili oni gotowość inwestycyjną w postaci funkcji wzrostu jako zestaw działań przeprowadzanych w celu uczynienia przedsiębiorstw gotowymi inwestycyjnie w oczach inwestorów. Przedsiębiorcy, którzy uznają wzrost (rozwój) za ważny, będą podejmować akcje służące pozyskaniu inwestorów, głównie mające na celu wejście z potencjalnym dawcą kapitału w interakcje służące poznaniu ich preferencji, oczekiwań, obaw. Działania te owocują, gdyż inwestorzy zaczynają angażować się w te interakcje i wykazywać zainteresowanie projektem oraz współpracą z przedsiębiorcą (Silver i in. 2010, s. 85).

Z powyższych rozważań teoretycznych wyłania się definicja gotowości inwestycyjnej stanowiącej zjawisko wielowymiarowe, obejmującej wiele elementów powiązanych osobą przedsiębiorcy. Czynnikiem mających zarówno charakter mierzalny, jak i będących całkowicie subiektywnymi, ale które są oceniane przez inwestorów.

Znaczenie zjawiska w procesie decyzyjnym stanowi istotną determinantę pozyskiwania kapitału i przedmiot liczących badań.

Gotowość inwestycyjna – dotychczasowe badania

Badania nad istotą gotowości inwestycyjnej mają swoje źródło i są mocno powiązane z badaniami inwestorów w zakresie ich preferencji inwestycyjnych oraz oczekiwań informacyjnych. Poznając kryteria inwestycyjne oraz dowiadując się, jaki zakres informacji o przedsięwzięciu jest dla potencjalnych dawców kapitału istotny w procesie inwestycyjnym, można się dowiedzieć, na jakie aspekty inwestorzy zwracają szczególną uwagę oraz jakie słabości prowadzą do odrzucenia propozycji inwestycyjnej.

Jak wspomniano, jedną z trzech płaszczyzn gotowości inwestycyjnej jest (nie)zgodność przedmiotu inwestycji z preferencjami i oczekiwaniami inwestora. Badania dowodzą, że po wstępnej selekcji znaczenie przedsiębiorcy/zespołu zarządzającego znacznie wzrasta, przez co punkt uwagi inwestorów przesuwa się

z kryteriów obiektywnych w stronę subiektywnych, a czynnik ludzki stanowi coraz ważniejsze kryterium inwestycyjne, często będąc tzw. *deal killer* (por. Mason, Botelho, Zygmunt 2017; Wiltbank, Sudek, Read 2009; Maxwell, Jeffery, Levesque 2011). Sudek (2006, s. 98) na podstawie przeprowadzonych badań do istotnych z punktu widzenia inwestorów indywidualnych cech subiektywnych zaliczył przede wszystkim umiejętności społeczne, takie jak entuzjazm przedsiębiorcy i jego wiarygodność. Badania Clarka (2008, s. 259–260) oraz Brusha, Edelmana i Manolova (2012, s. 124) do tego zestawu dodają: doświadczenie przedsiębiorcy czy też zdolność do samodzielnego myślenia, umiejętność precyzyjnego odpowiadania na pytania i inne szeroko rozumiane zdolności autoprezentacji. Mason, Botelho i Zygmunt (2017, s. 519, 530) dowiedli, że brak otwartości na współpracę, niewzbudzenie zaufania oraz sprawianie wrażenia osoby nieposiadającej odpowiedniej wiedzy stanowią główny powód odrzucenia możliwości inwestycyjnych. Również badania przeprowadzone przez EBAN (2018, s. 7) wśród aniołów biznesu pokazały, że na pięć głównych powodów odrzucania propozycji inwestycyjnych znajdują się aż trzy związane z czynnikiem ludzkim. Zaliczają się do nich: brak zdolności do realizacji projektu, nieodpowiednia osobowość czy też niski poziom etyki. Cechy te dotyczą zarówno przedsiębiorcy, jak i zespołu zarządzającego. Badania Ali i in. (2017, s. 112–116) również pokazały, że w procesie inwestycyjnym najważniejsze są osobista „chemia” i dobre relacje z przedsiębiorcą, który jest wiarygodny i godny zaufania.

Jak widać, inwestorzy zwracają uwagę i uznają za ważne zarówno dość łatwo weryfikowalne cechy czynnika ludzkiego – posiadane wykształcenie, zdobyte kwalifikacje czy doświadczenie, jak również czynniki typowo subiektywne – cechy osobiste, uczciwość, realizm czy umiejętności komunikacyjne (Clark 2008, s. 259; Mason, Batelho, Zygmunt 2017, s. 521).

Z badań kryteriów inwestycyjnych wysnuwają się dwa wnioski. Po pierwsze, powody odrzucania możliwości inwestycyjnych są w przeważającej mierze związane ze słabościami przedsiębiorcy i zespołu zarządzającego widzianymi oczami inwestora. A te słabości składają się na gotowość inwestycyjną.

Po drugie, przytoczone powyżej badania, choć wymieniają szereg charakterystyk, na które przedsiębiorcy powinni zwrócić uwagę, decydując się na przedstawienie projektu konkretnemu inwestorowi, jednak nie wskazują rozwiązań, jak pomóc przedsiębiorcom w zrozumieniu znaczenia tychże kryteriów inwestycyjnych i, co ważniejsze, nie określają, jak rozwiązać problem subiektywności preferencji inwestycyjnych. Należy bowiem pamiętać, że dla każdego indywidualnego inwestora ważna może być inna, ale jasno określona cecha przedsiębiorcy, każdy z inwestorów inaczej może też widzieć swoją rolę w projekcie i może mieć inne pomysły na rozwój przedsięwzięcia. Ten subiektywizm i różnorodność nie sprzyjają właściwemu określeniu zgodności przedmiotu inwestycji z preferencjami i oczekiwaniami inwestora. Tym samym podniesienie gotowości inwestycyjnej przedsiębiorcy w tym wymiarze może nie być możliwe.

Kolejnym wspomnianym aspektem gotowości inwestycyjnej są niedociągnięcia prezentacyjne mające postać braków w biznesplanach czy nieumiejętnego przedstawienia projektu w trakcie spotkania z inwestorem. Mason i Stark (2004) dowodzą, że informacje przedstawione w biznesplanie odgrywają kluczową rolę w procesie ubiegania się o finansowanie, decydując niejednokrotnie o akceptacji lub odrzuceniu wniosku, a na pewno przesądzając o przejściu do kolejnego etapu procesu inwestycyjnego. I choć wydaje się, że biznesplan to wystandaryzowany dokument o określonej strukturze, służący zaspokojeniu wewnętrznych i zewnętrznych potrzeb informacyjnych, to nic bardziej mylnego. Z racji szerokiego wachlarza informacji, które interesują poszczególne grupy inwestorów, biznesplan powinien być każdorazowo dostosowywany do oczekiwań informacyjnych dawcy kapitału, któremu jest przedstawiany. Jednak nie jest to główny zidentyfikowany w badaniach problem. Najczęściej przytaczana przez inwestorów słabość biznesplanów jest trywialna: polega na niezawarciu w dokumencie istotnych z punktu widzenia inwestora informacji, co frustruje dawców kapitału, zwłaszcza że na ogół brakuje danych oczywistych, wymaganych od każdego przedmiotu inwestycji (Mason, Harrison 2002). Inwestorzy oczekują bowiem od przedsiębiorców posiadania podstawowej wiedzy z zakresu przedsiębiorczości czy zarządzania (OECD 2015, s. 117), a budowa biznesplanów do takiej jest zaliczana.

W procesie inwestycyjnym bardziej znacząca od biznesplanu okazuje się często prezentacja słowna, która pozwala inwestorom wyrobić sobie zdanie o osobie przedsiębiorcy. Badania nad rolą tzw. *pitch deck* prowadzili m.in. Mason i Harrison (2003) oraz Clark (2008). Mason i Harrison (2003, s. 34–35) przeanalizowali reakcje inwestorów na nagranie wideo rzeczywistej prezentacji przedsiębiorcy (wygłoszonej na wcześniej zorganizowanym forum inwestorów) i na podstawie komentarzy inwestorów wysnuli wniosek, że umiejętności prezentacyjne przedsiębiorcy miały decydujący wpływ na ocenę przedsięwzięcia. Komentarze inwestorów skupiały się wokół zagadnień braku struktury i przejrzystości prezentacji oraz istotności i wiarygodności przedstawianej treści. Na tej podstawie badacze zidentyfikowali dwa powtarzające się błędy, które przedsiębiorcy popełniają podczas prezentacji ustnej i które czynią wystąpienie słabe w oczach słuchaczy. Są nimi nadmierne poświęcenie uwagi technicznym aspektom produktu/technologii, omawianie ich w sposób zbyt szczegółowy i przez to niezrozumiały dla inwestora oraz pomijanie kwestii rynku zbytu i klientów. Badania te rozwinął Clark (2008), wskazując na dodatkowe znaczenie samego sposobu przekazania informacji w trakcie prezentacji ustnej oraz na umiejętności komunikacyjne. Przedsiębiorcy, którzy zainteresują swoją wypowiedzią i charyzmą potencjalnych inwestorów, zwrócą ich uwagę do tego stopnia, że zostaną w pełni wysłuchani, mają większe szanse na sukces w pozyskiwaniu środków finansowych (Clark 2008). Również

Parhankangas i Ehrlich (2014, s. 545) dowiedli, że wywołane wśród słuchaczy w trakcie prezentacji wrażenie kompetencji, wiarygodności, uczciwości, po-partę umiejętnościami komunikacyjnymi przedsiębiorcy, pomogły im w zdobyciu finansowania kapitałowego.

Przedsiębiorca, który podjął decyzję i zawnioskował o finansowanie zewnętrzne, uznał, że przedsięwzięcie jest gotowe na rozwój i na bycie przedmiotem inwestycji, a on sam jest skłonny zaakceptować zmiany wynikające z pozy-skania inwestora. W ten sposób określił swój poziom gotowości inwestycyjnej. Swoją ocenę przedsiębiorcy i projektu wystawi również inwestor. Dawca kapita-łu będzie opierał się zarówno na obiektywnych, jak i subiektywnych kryteriach, które zebrane łącznie pozwolą ocenić gotowość projektu i przedsiębiorcy do by-cia przedmiotem inwestycji. Jak jednak dowodzą badania Douglasa i Shepherd (2002) oraz Brusha, Edelmana i Manolova (2012) oceny przedsiębiorcy i inwe-storów znacznie się od siebie różnią. Douglas i Shepherd (2002) podjęli próbę zbadania stopnia rozbieżności w ocenach inwestora i przedsiębiorcy. Do badań posłużył im kwestionariusz przedstawiony obu stronom procesu inwestycyjne-go. Przedsiębiorcy patrzyli na gotowość technologiczną, rynkową i związaną z zarządzaniem bardzo optymistycznie, uznając przedsięwzięcie za wyjątkowe, a przez to jako okazję rynkową. Inwestorzy z kolei szybko wyłapywali zarówno słabości projektu, jak i osoby przedsiębiorcy, przez co postrzegali przedsięwzię-cie przez pryzmat ryzyka i niepewności. Zdaniem Douglasa i Shepherd (2002, s. 230) przedsiębiorcy przed podjęciem decyzji o wnioskowaniu po kapitał ze-wnętrzny powinni spróbować spojrzeć na swój projekt oczami inwestora. Po-zwoli im to nie tylko odciąć się od zbyt optymistycznej wizji, ale i być może dostrzec możliwości usprawnienia projektu, poprawy rentowności, zwiększenia szans sukcesu i utrzymania się na rynku. Podobne spostrzeżenia wysnuli Brush, Edelman i Manolova (2012, s. 125). Zdaniem tych badaczy przedsiębiorcy czę-sto zbyt pochopnie wnioskujeją o finansowanie zewnętrzne. Mimo iż w swojej ocenie uznają się za gotowych inwestycyjnie, w rzeczywistości mogą kierować się bardziej poczuciem konieczności niż *sensu stricte* gotowości. Powyższego dowodzą również Mason i Kwok (2010, s. 269). Właściciele/zarządzający MSP są tak mocno sfokusowani na swoim projekcie i zdeterminowani do jego wdro-żenia, że nawet nie próbują zrozumieć, czego poszukują inwestorzy kapitałowi ani jak „sprzedać” siebie i swoje pomysły potencjalnym inwestorom. Uznają się za gotowych inwestycyjnie, nie rozumiejąc znaczenia zjawiska dla procesu pozyskiwania finansowania zewnętrznego.

Rozbieżności pomiędzy oceną gotowości inwestycyjnej inwestora i przed-siębiorcy stanowią ciekawy i rozwojowy wątek badań nad zjawiskiem gotowości inwestycyjnej. Pozwoli on zdiagnozować kolejny bardzo istotny aspekt, jakim jest świadomość przedsiębiorcy o istnieniu i wpływie omawianego zjawiska na proces pozyskiwania finansowania zewnętrznego, również zagranicznego.

(Nie)znajomość istoty gotowości inwestycyjnej – wyniki badań przeprowadzonych wśród uczestników konkursu EkSoc StartUP!

Potrzebę zwiększania wiedzy wśród przedsiębiorców i zarządzających MSP na temat istoty, składowych, znaczenia i możliwych skutków gotowości inwestycyjnej dla rozwoju przedsięwzięć sygnalizują m.in. Komisja Europejska (2006, s. 3–4) czy OECD (2016, s. 97). Douglas i Shepherd (2002, s. 232) poszli o krok dalej i sugerują konieczność włączenia samooceny w zakresie gotowości inwestycyjnej do procesu inwestycyjnego. Samoocena mogłaby znacznie usprawnić proces aplikowania o finansowanie zewnętrzne. Problemem jej wdrożenia może jednak okazać się brak świadomości przedsiębiorców o istnieniu zjawiska, jak również o fakcie, że gotowość inwestycyjną można zbudować, ukształtować (np. biorąc udział w programach podnoszenia gotowości inwestycyjnej), zwiększając szanse na pozyskanie finansowania zewnętrznego.

Obok wskazania istoty i atrybutów kształtujących gotowość inwestycyjną celem artykułu uczyniono zbadanie poziomu świadomości i zrozumienia istnienia zjawiska wśród początkujących przedsiębiorców. Dla realizacji powyższego przedstawiono wyniki badań własnych, ankietowych przeprowadzonych wśród przedsiębiorców będących uczestnikami konkursu EkSoc StartUP!

Konkurs EkSoc StartUP! skierowany jest do studentów i doktorantów wszystkich uczelni z województwa łódzkiego, którzy mają pomysł na biznes, założyli lub myślą o założeniu własnej firmy. W każdej edycji konkursu (w roku 2022 odbyła się IV edycja) autorzy zakwalifikowanych do finału projektów biorą udział w cyklu szkoleń biznesowych, jak również rozwijają swój projekt pod opieką mentorów (więcej <https://www.eksocstartup.uni.lodz.pl>).

Badanie ankietowe zostało przeprowadzone wśród uczestników konkursu, autorów zakwalifikowanych do finału projektów, po przejściu przez nich cyklu szkoleń związanych tematycznie z prowadzeniem biznesu, źródłami finansowania rozwoju przedsięwzięć, opracowaniem biznesplanu czy przygotowaniem dobrej prezentacji ustnej. Wszystkie tematy zrealizowane w ramach networkingu wpisują się w zagadnienia służące budowaniu wśród uczestników gotowości inwestycyjnej.

Przedstawiona młodym przedsiębiorcom ankieta miała charakter pytań zamkniętych. Obejmowała szereg zagadnień służących określeniu:

1. Postaw przedsiębiorców wobec inwestora kapitałowego.
2. Wiedzy przedsiębiorców nt. źródeł finansowania wraz ze znajomością preferencji i oczekiwań inwestora.
3. Wiedzy przedsiębiorców nt. komunikowania danych o pomysłe biznesowym zarówno za pomocą biznesplanu, jak i podczas *pitch-decku*.

Badane postawy i wiedza to za Masonem i Harrisonem (2001) trzy płaszczyzny leżące po stronie przedsiębiorcy, składające się na gotowość inwestycyjną.

W badaniu udział wzięło 14 przedsiębiorców rozpoczynających swoją przygodę z biznesem. Dla realizacji celu artykułu przedstawione zostaną częściowe wyniki z całości badania.

Pierwsze pytanie o charakterze wprowadzającym brzmiało: „Czy spotkał(a) się Pan(i) z terminem „gotowość inwestycyjna” (ang. *investment readiness*)?”. Na czternastu badanych zaledwie 3 osoby zaznaczyły, że słyszały to pojęcie. Niski odsetek nie jest zaskakujący, gdyż badaniu poddani zostali przedsiębiorcy dopiero rozpoczynający swoją przygodę z biznesem, do tego studenci różnych kierunków i uczelni, nie zawsze z dyscypliny zarządzanie, prawo czy ekonomia i finanse.

Na uwagę natomiast zasługuje analiza skojarzeń z pojęciem „gotowość inwestycyjna”. Uczestnicy konkursu rozumieją termin bardzo dosłownie. Czterech respondentów interpretuje pojęcie jako gotowość do realizacji inwestycji i tyle samo jako gotowość do wdrożenia innowacji. Sześciu badanych zaznaczyło poprawnie, że gotowość inwestycyjna kojarzy im się z byciem przedmiotem inwestycji. Szczegóły zawiera tabela 1.

Tabela 1. Struktura odpowiedzi na pytanie: „Jakie jest Pani(a) pierwsze skojarzenie po usłyszeniu pojęcia gotowości inwestycyjnej?”

| Jakie jest Pani(a) pierwsze skojarzenie po usłyszeniu pojęcia gotowości inwestycyjnej? | Liczba odpowiedzi |
|---|-------------------|
| Gotowość do realizacji nowej inwestycji | 4 |
| Gotowość do wdrożenia innowacji | 4 |
| Gotowość do bycia przedmiotem inwestycji w procesie ubiegania się o finansowanie zewnętrzne | 6 |

Źródło: badania własne.

Zdecydowana większość badanych młodych przedsiębiorców (łącznie 13 odpowiedzi; patrz tabela 2) zgadza się ze sformułowaniem, że cechy przedsiębiorcy/zespołu zarządzającego mają znaczenie w procesie decyzyjnym inwestora, dotyczącym zaangażowania kapitału w konkretne przedsięwzięcie/start-up. Podobnie – sam pomysł na rozwojowy biznes nie jest wystarczający, by zainteresować przedsięwzięciem inwestorów i pozyskać finansowanie (łącznie 11 respondentów; patrz tabela 2). W procesie inwestycyjnym ocenie poddane są zarówno przedsięwzięcie, jak i przedsiębiorca, nierozłącznie.

Niestety również zdecydowana większość ankietowanych początkujących przedsiębiorców (łącznie 9 odpowiedzi na „zdecydowanie się zgadzam” oraz „raczej się zgadzam”; patrz tabela 2) uznaje biznesplan za dokument uniwersalny, dostarczający informacji istotnych z punktu widzenia wszystkich grup potencjalnych inwestorów, czy to indywidualnych, czy formalnych. Tym samym badani nie są świadomi faktu, że inwestorzy mają różne oczekiwania informacyjne i kierują

się często swoimi indywidualnymi preferencjami i kryteriami inwestycyjnymi. Przedsiębiorcy powinni zatem dostosować swój biznesplan w zależności od tego, jakiemu inwestorowi będzie on przedstawiony. Biznesplan nie może zatem być dokumentem uniwersalnym.

Zaskakuje również liczba odpowiedzi zgadzających się ze sformułowaniem, że im więcej informacji dostarczy się inwestorowi, tym lepiej. Sześciu respondentów zdecydowanie się zgodziło, a pięciu raczej się zgodziło z tym stwierdzeniem. Tymczasem w procesie oceny inwestycyjnej więcej wcale nie znaczy lepiej. Inwestorzy mają określone preferencje i kryteria inwestycyjne. Oczekują konkretnych, a przede wszystkim wiarygodnych danych, uwierzytelnionych wiedzą i doświadczeniem osoby przedsiębiorcy. Nadmiar przekazywanych informacji wprowadza chaos, utrudnia ocenę pomysłu biznesowego oraz rzutuje na obraz przedsiębiorcy jako osoby niebędącej profesjonalistą, rzetelnym partnerem.

Na uwagę zasługuje również fakt, że połowa respondentów uznaje, iż inwestorzy, rozważając decyzję o finansowym zaangażowaniu się w przedsięwzięcie, główną wiedzę o przedsięwzięciu czerpią z biznesplanu, a druga połowa, że z *pitch-deck*. Więcej informacji zawarto w tabeli 2.

Tabela 2. Struktura odpowiedzi uczestników konkursu EkSoc StartUP!

| Proszę określić, w jakim stopniu zgadza się Pan(i) z poniższymi sformułowaniami: | Zdecydowanie się zgadzam | Raczej się zgadzam | Nie mam zdania | Raczej się nie zgadzam | Zdecydowanie się nie zgadzam |
|---|--------------------------|--------------------|----------------|------------------------|------------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Dobry pomysł na rozwojowy biznes jest wystarczający, by zainteresować przedsięwzięciem inwestorów i pozyskać finansowanie na rozwój od każdego typu inwestorów. | 1 | 2 | 0 | 8 | 3 |
| Im więcej informacji dostarczę inwestorowi, tym lepiej. | 6 | 5 | 2 | 1 | 0 |
| Biznesplan jest dokumentem uniwersalnym, dostarczającym informacji istotnych z punktu widzenia wszystkich grup potencjalnych inwestorów, czy to indywidualnych, czy formalnych. | 3 | 6 | 2 | 2 | 1 |
| Inwestorzy, rozważając decyzję o finansowym zaangażowaniu się w przedsięwzięcie, główną wiedzę o przedsięwzięciu czerpią z biznesplanu. | 0 | 7 | 4 | 2 | 1 |
| Prezentacja słowna oraz rozmowa z inwestorem stanowią dla inwestora główne źródło informacji o przedsięwzięciu. | 3 | 4 | 1 | 5 | 1 |

Tabela 2 (cd.)

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|--|---|---|---|---|---|---|
| Cechy przedsiębiorcy/zespołu zarządzającego nie mają znaczenia w procesie decyzyjnym inwestora, dotyczącym zaangażowania kapitału w konkretne przedsięwzięcie/start-up. | | 0 | 1 | 0 | 8 | 5 |
| Przedsiębiorcy do finansowania rozwoju swoich firm/start-upów unikają kapitału typu equity (własnościowego), gdyż nie chcą dzielić się własnością. | | 0 | 2 | 9 | 2 | 1 |
| Przedsiębiorcy do finansowania rozwoju swoich firm/start-upów unikają kapitału typu equity (własnościowego), gdyż nie chcą dzielić się kontrolą. | | 1 | 3 | 8 | 2 | 0 |
| Przedsiębiorcy do finansowania rozwoju swoich firm/start-upów unikają kapitału typu equity (własnościowego), gdyż chcą mieć wyłączny wpływ na decyzje w kwestii rozwoju swojego przedsięwzięcia/start-upu. | | 1 | 3 | 8 | 2 | 0 |

Źródło: badania własne.

Należy zwrócić uwagę na jeszcze jeden aspekt będący składową gotowości inwestycyjnej, a mianowicie postawy przedsiębiorców wobec inwestora kapitałowego. W badaniach:

- dziewięciu respondentów nie ma zdania na temat, czy przedsiębiorcy unikają kapitału typu equity (własnościowego), gdyż nie chcą dzielić się własnością;
- ośmiu respondentów nie ma zdania na temat, czy przedsiębiorcy unikają kapitału typu equity (własnościowego), gdyż nie chcą dzielić się kontrolą;
- ośmiu respondentów nie ma zdania na temat, czy przedsiębiorcy unikają kapitału typu equity (własnościowego), gdyż chcą mieć wyłączny wpływ na decyzje w kwestii rozwoju swojego przedsięwzięcia/start-upu.

Powyższe może świadczyć o braku wiedzy w kwestiach związanych z asymetrią informacji, teorią hierarchii źródeł finansowania, jak również o oczekiwaniach i preferencjach inwestycyjnych inwestorów.

Badana grupa czternastu początkujących przedsiębiorców, posiadających pomysł na biznes, prowadzących lub zamierzających założyć własną firmę stanowi zbiorowość mało reprezentatywną. Niemniej z uwagi na udział w konkursie poświęconym start-upom i przedsiębiorczości mogą oni być przedmiotem badań w zakresie m.in. gotowości inwestycyjnej. Wyniki ankiet wskazują, że większość respondentów nie słyszała o pojęciu gotowości inwestycyjnej, a sam termin rozumie bardzo dosłownie. W konsekwencji nie tylko nie są w stanie ocenić poziomu

własnej gotowości inwestycyjnej, ale nie dostrzegają potrzeby przeprowadzenia takiej analizy. Nie podejmą również działań służących podniesieniu poziomu swojej gotowości inwestycyjnej.

Na potrzebę zwiększania wiedzy wśród przedsiębiorców i zarządzających MSP na temat istoty, składowych, znaczenia i możliwych skutków gotowości inwestycyjnej dla rozwoju przedsięwzięć uwagę zwracają tak Komisja Europejska (2006, s. 3–4), jak i OECD (2016, s. 97). Na konieczność włączenia samooceny w zakresie gotowości inwestycyjnej do procesu inwestycyjnego wskazują badacze tematu, m.in. Douglas i Shepherd (2002, s. 232).

Badani respondenci przeszli szereg szkoleń związanych z zakładaniem i prowadzeniem biznesu, w tym z przygotowania biznesplanu, jak i ze źródeł i form finansowania. Tematy omawiane z uczestnikami konkursu w ramach networkingu wpisują się w zagadnienia służące budowaniu wśród uczestników gotowości inwestycyjnej. Tematyka przeprowadzonych spotkań potwierdza wyniki badań Masona i Harrisona (2004), którzy pokazali, że oferta szkoleń i warsztatów dla początkujących przedsiębiorców oparta jest na narzędziach o charakterze czysto szkoleniowym i koncentruje się głównie na dwóch zagadnieniach: źródłach finansowania i umiejętnościach prezentacji. Jednocześnie brakuje akcji typowo informacyjnych, uzmysławiających istnienie zjawiska, charakteryzujących wymiary i wpływ gotowości inwestycyjnej na proces pozyskiwania finansowania zewnętrznego oraz podkreślających, że gotowość inwestycyjną można kształtować. Ocena programów podnoszenia gotowości inwestycyjnej stanowi ciekawe pole badań do weryfikacji. Wskazanie ich słabości może bowiem pomóc w stworzeniu oferty szkoleń i warsztatów dostosowanych do potrzeb przedsiębiorców. Tym samym wpłynąć na rozwój firm, w tym na drodze ekspansji międzynarodowej.

Podsumowanie

Analiza literatury przedmiotu z zakresu gotowości inwestycyjnej pozwala stwierdzić, że zjawisko można zdefiniować jako zespół czynników mających zarówno charakter mierzalny, jak i będących całkowicie subiektywnymi, powiązanych ze sobą osobą przedsiębiorcy. Charakterystyki te są swego rodzaju słabościami, które wskazują na niezdolność przedsiębiorcy/zespołu zarządzającego do spełnienia minimalnych wymagań inwestorów i zainteresowania ich swoim projektem. Uwytkują się one najczęściej w trzech obszarach: (1) niechęć do dzielenia się własnością i kontrolą oraz niezrozumienie roli inwestora, (2) nieznamość kryteriów inwestycyjnych i oczekiwań informacyjnych inwestorów oraz (3) niedociągnięcia prezentacyjne, czyli brak umiejętności autoprezentacji służącej „sprzedaniu” pomysłu inwestorom. Wymienione braki zrozumienia i wiedzy powodują, że inwestorzy posiadający wolny kapitał, chętni do jego zainwestowania zniechęcają się

do przedstawianego im przedsięwzięcia. Nieodłączną bowiem częścią inwestycji jest przedsiębiorca, który z powodu wspomnianych słabości nie zostaje uznany za wiarygodnego, przedsiębiorczego i profesjonalnego partnera.

Dla realizacji przyjętego w niniejszej pracy celu (wskazanie, istoty i składowych gotowości inwestycyjnej oraz zbadanie poziomu świadomości istnienia zjawiska, jak i jego roli w procesie finansowania) przedstawiono wyniki badań własnych, ankietowych przeprowadzonych wśród początkujących przedsiębiorców, będących uczestnikami konkursu EkSoc StartUP! Wyniki potwierdzają, że większość respondentów nie słyszała o pojęciu gotowości inwestycyjnej, a sam termin rozumie wprost i odnosi do wdrażania inwestycji/innovacji, a nie do bycia przedmiotem inwestycji.

Konieczne zatem okazuje się podejmowanie działań służących zwiększaniu wśród przedsiębiorców i zarządzających małymi i średnimi firmami świadomości na temat istoty, składowych, znaczenia i możliwych skutków gotowości inwestycyjnej dla rozwoju przedsięwzięć biznesowych, a nawet, jak sugerują Douglas i Shepherd (2002, s. 232), włączenie samooceny w zakresie gotowości inwestycyjnej do procesu inwestycyjnego. Jedynie gotowy inwestycyjnie przedsiębiorca dostrzeże zarówno słabości swoje, jak i przedstawianego projektu i spróbuje je wyeliminować przed prezentacją inwestorowi. Ta świadomość oszczędzi inwestorom czas na rozpatrywanie wniosków o finansowanie projektów, które gotowe inwestycyjnie nie są, przez co usprawni się proces pozyskiwania finansowania zewnętrznego. Świadomy inwestycyjnie przedsiębiorca w inwestorze dostrzeże również rolę mentora, doradcy, który pomoże przedsięwzięciu rozwinąć skrzydła nie tylko poprzez wniesienie kapitału, w tym zagranicznego, ale np. wesprze go w wejściu na rynki międzynarodowe. Skorzystają na tym nie tylko dawca i biorca kapitału, ale cała gospodarka. Jak już bowiem zostało wspomniane, MSP są głównym motorem rozwoju gospodarczego i społecznego w skali międzynarodowej.

Bibliografia

Ali S., Berger M., Botelho T., Duvy J.N., Frencia Ch., Gluntz P., Delater A., Licht G., Losso J., Pellens M. (2017), *Understanding the nature and impact of the business angels in funding research and innovation: Final report*, ZEW-Gutachten und Forschungsberichte, Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW), Mannheim, <http://hdl.handle.net/10419/181907>; <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=ed-soai&AN=edsoai.on1060158660&lang=pl&site=eds-live> (data dostępu: 19.04.2022).

- Brush C.G., Edelman L.F., Manolova T.S. (2012), *Ready for funding? Entrepreneurial ventures and the pursuit of angel financing*, „Venture Capital”, 14(2), April–July, 111–129. <https://dx.doi.org/10.1080/13691066.2012.654604>
- Clark C. (2008), *The impact of entrepreneurs' oral 'pitch' presentation skills on business angels' initial screening investment decisions*, „Venture Capital”, 10(3), July, 257–279. <https://doi.org/10.1080/13691060802151945>
- Doroszewski W. i in. (1958–1969), *Słownik języka polskiego, hasło: gotowość*, Warszawa.
- Douglas E.J., Shepherd D. (2002), *Exploring investor readiness: Assessments by entrepreneurs and investors in Australia*, „Venture Capital”, 4(3): 219–236. <https://doi.org/10.1080/13691060213713>
- EBAN (2010), *White paper. Early stage investing: An asset class in support of the EU strategy for growth and jobs. A recipe for the EU to become one of the world's most dynamic early-stage investment markets*. October 2010, <http://www.eban.org/wp-content/uploads/2014/09/21.-White-Paper-Early-Stage-Investing.pdf> <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsoai&AN=edsoai.on1060158660&lang=pl&site=eds-live> (data dostępu: 19.04.2022).
- EBAN (2018), *Why business angels do not invest. Findings on obstacles preventing investment in startups*, <https://www.eban.org/eban-report-business-angels-not-invest/> (data dostępu: 15.02.2022).
- European Commission (2002), *Benchmarking business angels. Final report*, Enterprise Directorate General. Brussels, <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/3333/> (data dostępu: 15.02.2022).
- European Commission (2006), *Investment readiness – Summary report of the workshop*, Directorate-General for Enterprise and Industry. Brussels, <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/3327/> (data dostępu: 15.02.2022).
- GUS (2021a), *Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2020 r.*, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa, <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/podmioty-gospodarcze-wyniki-finansowe/przedsiębiorstwa-niefinansowe/dzialalnosc-przedsiębiorstw-niefinansowych-w-2020-roku,2,17.html> (data dostępu: 15.04.2022).
- GUS (2021b), *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2018–2020*, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa–Szczecin, <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/nauka-i-technika-społeczeństwo-informacyjne/nauka-i-technika/dzialalnosc-innowacyjna-przedsiębiorstw-w-latach-2018-2020,2,20.html> (data dostępu: 15.04.2022).
- <https://www.eksocestartup.uni.lodz.pl/> (data dostępu: 15.02.2022).
- Kaplan R.S., Norton D.P. (2004), *The strategy map: Guide to aligning intangible assets*, „Strategy & Leadership”, 32(5): 10–17. <https://doi.org/10.1108/10878570410699825>

- Mason C., Botelho T., Zygmunt J. (2017), *Why business angels reject investment opportunities: Is it personal?*, „International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship”, 35(5): 519–534. <https://doi.org/10.1177/0266242616646622>
- Mason C.M., Harrison R.T. (2001), „Investment readiness”: *A critique of government proposals to increase the demand for venture capital*, „Regional Studies”, 35(7): 663–668. <https://doi.org/10.1080/00343400120075939>
- Mason C.M., Harrison R.T. (2002), *Barriers to investment in the informal venture capital sector*, „Entrepreneurship & Regional Development”, 14(3): 271–287. <https://doi.org/10.1080/08985620210142011>
- Mason C.M., Harrison R.T. (2003), „Auditioning for money”: *What do technology investors look for at the initial screening stage?*, „Journal of Private Equity”, 6(2): 29–42. <https://www.jstor.org/stable/43504257> (data dostępu: 25.04.2022).
- Mason C.M., Harrison R.T. (2004), *Improving access to early stage venture capital in regional economies: A new approach to investment readiness*, „Local Economy”, 19: 159–173. <https://doi.org/10.1080/0269094042000203090>
- Mason C.M., Kwok J. (2010), *Investment readiness programmes and access to finance: A critical review of design issues*, „Local Economy”, 25: 269–270. <https://doi.org/10.1080/02690942.2010.504570>
- Mason C.M., Stark M. (2004), *What do investors look for in a business plan? A comparison of the investment criteria of bankers, venture capitalists and business angels*, „International Small Business Journal”, 22(3): 227–248. <https://doi.org/10.1177/0266242604042377>
- Maxwell A.L., Jeffrey S.A., Lévesque M. (2011), *Business angel early stage decision making*, „Journal of Business Venturing”, 26(2): 212–225. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2009.09.002>
- Mikołajczyk B., Krawczyk M. (2007), *Aniółowie biznesu w sektorze MSP*, Difin, Warszawa.
- Myers S.C. (1984), *The capital structure puzzle*, „Journal of Finance”, 39(3): 575–592. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.1984.tb03646.x>
- OECD (2015), *New Approaches to SME and Entrepreneurship Financing: Broadening the Range of Instruments*, OECD Publishing, Paris, <http://dx.doi.org/10.1787/9789264240957-en> (data dostępu: 19.04.2022).
- OECD (2016), *Financing SMEs and Entrepreneurs 2016: An OECD Scoreboard*, OECD Publishing, Paris, http://dx.doi.org/10.1787/fin_sme_ent-2016-en
- OECD (2020), *Financing SMEs and Entrepreneurs 2020: An OECD Scoreboard*, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/061fe03d-en>
- Parhankangas A., Ehrlich M. (2014), *How entrepreneurs seduce business angels: An impression management approach*, „Journal of Business Venturing”, 29(4): 543–564. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.08.001>

- PARP (2019), *Raport Startupy w Polsce 2019*, Warszawa, https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/Startupy-w-Polsce---raport-2019_200117.pdf (data dostępu: 15.03.2022).
- PARP (2020), *Monitoring innowacyjności polskich przedsiębiorstw. Wyniki III edycji badania 2020*, Warszawa, https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/Raport_Monitoring-innowacyjnoci-polskich-przedsiębiorstw-III-edycja-2020.pdf (data dostępu: 15.03.2022).
- PARP (2021), *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce 2021*, Warszawa, https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/PARP-26_Raport-2021-07-22_WCAG_210726.pdf (data dostępu: 15.03.2022).
- Paul S., Whittam G., Johnston J.B. (2003), *The operation of the informal venture capital market in Scotland*, „Venture Capital”, 5(4): 313–335. <https://doi.org/10.1080/1369106032000141931>
- Silver L., Berggren B., Veghohn F. (2010), *The impact of investment readiness on investor commitment and market accessibility in SMEs*, „Journal of Small Business & Entrepreneurship”, 23(1): 81–95. <https://doi.org/10.1080/08276331.2010.10593475>
- Sudek R. (2006), *Angel investment criteria*, „Journal of Small Business Strategy”, 17(2): 89–104, <https://libjournals.mtsu.edu/index.php/jsbs/article/view/68> (data dostępu: 15.02.2022).
- Wiltbank R., Sudek R., Read S. (2009), *The role of prediction in new venture investing*, „Frontiers of Entrepreneurship Research”, 29(2): article 3. https://www.researchgate.net/publication/228871505_The_Role_Of_Prediction_In_New_Venture_Investing (data dostępu: 22.04.2022).
- Zana D., Barnard B. (2020), *Venture capital and entrepreneurship: The cost and resolution of investment readiness*, „IUP Journal of Entrepreneurship Development”, 17(4): 32–75. <https://search-lebscohost-1com-100000eb24065.han3.lib.uni.lodz.pl/login.aspx?direct=true&db=obo&AN=149483118&lang=pl&site=eds-live> (data dostępu: 19.04.2022), <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3353078>
- Zoppa A., McMahon R.G.P. (2002), *Pecking Order theory and the financial structure of manufacturing SMEs from Australia's business longitudinal survey*, „Small Enterprise Research”, 10(2): 23–41. <https://doi.org/10.5172/ser.10.2.23>

Summary

Investment readiness of entrepreneurs on the example of a survey of participants of the EkSoc StartUP! Competition

Investment readiness is a multidimensional phenomenon, encompassing a number of elements linked to a person of the entrepreneur. It is an important demand determinant of raising capital, including foreign capital, by companies in the early stages of development (seed and start-up), in particular from the broader venture capital market.

The purpose of the article was to identify the essence and attributes shaping investment readiness, and to examine the level of awareness of the phenomenon and its understanding among entrepreneurs. The definition of the phenomenon and its elements is based on an analysis of the world subject literature and research devoted to the topic under discussion. Additionally, the paper presents the results of a survey of entrepreneurs who are participants in the EkSoc StartUP! Competition. Both awareness of the phenomenon and the ability of companies in the early stages of development to build it increase the chance of raising capital for growth, including international expansion, which in the long term drives the growth of global economies.

Keywords: investment readiness, entrepreneurs, start-ups

Handel zagraniczny produktami winiarskimi Francji z Unią Europejską w latach 2010–2020

Kamil Majcher* 

Streszczenie

Celem artykułu jest zbadanie pozycji konkurencyjnej eksportu produktów winiarskich Francji do krajów członkowskich Unii Europejskiej z uwzględnieniem grupy towarowej 1121 (wino ze świeżych winogron, w tym moszcz) międzynarodowej klasyfikacji towarów SITC w latach 2010–2020. W publikacji zastosowano metody analizy statystycznej w postaci narzędzi analizy struktury zbiorowości i dynamiki zjawisk, ilościowe wskaźniki handlu zagranicznego oraz klasyczną miarę koncentracji. Wykazano, iż francuski eksport win charakteryzuje się różnym stopniem specjalizacji na poszczególnych rynkach Unii Europejskiej. W analizowanym okresie najwyższą przewagę komparatywną Francja uzyskiwała nad Łotwą (SI: 5,4 w 2010 r., SI: 6,5 w 2020 r.). Wyraźny trend wzrostowy SI zauważa się także w stosunku do takich państw, jak Szwecja (wzrost o 0,9), Cypr (wzrost o 0,5).

Słowa kluczowe: Francja, Unia Europejska, handel zagraniczny, produkty winiarskie, specjalizacja eksportowa, koncentracja geograficzna

JEL: F14, O52, Q17

* Mgr Kamil Majcher, Wyższa Szkoła Bankowa we Wrocławiu, kamil.majcher.wroclaw@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-2403-5614>

Wstęp

Wino gronowe jest jednym z podstawowych napojów alkoholowych, mniej lub bardziej popularnym w poszczególnych regionach i kręgach kulturowych. Zostaje uzyskane (wyłącznie) w wyniku całkowitej lub częściowej fermentacji alkoholowej świeżych winogron (rozgniatanych lub nie), a także moszczu gronowego (UE 2013). Wino uważa się za średnio-procentowy napój alkoholowy o rzeczywistej zawartości alkoholu nie mniejszej niż 8,5% obj. Z uwagi na klimat, glebę, odmianę winorośli, specjalne czynniki jakościowe lub tradycje specyficzne dla niektórych winnic minimalna całkowita zawartość alkoholu może zostać zredukowana do 7% obj. (OIV 2022a). W krajach Unii Europejskiej (UE) dla produktów winiarskich z zarejestrowaną chronioną nazwą pochodzenia (ChNP) lub chronionym oznaczeniem geograficznym (ChOG) przewidziano odstępstwa od obowiązującej w innych przypadkach minimalnej rzeczywistej zawartości alkoholu, do nie mniej niż 4,5% obj. Natomiast za górną granicę przyjmuje się 15% obj., w tym wypadku także przewidziano nieliczne wyjątki (UE 2013).

Francja jest jednym z największych producentów i eksporterów artykułów rolnych i spożywczych w skali UE, a handel zagraniczny produktami rolno-spożywczymi, w tym produktami winiarskimi, pełni istotną funkcję we francuskiej gospodarce (Wemelbeke 2014). Podkreśla się rolę i znaczenie transgranicznej wymiany handlowej dla gospodarki, także w kontekście jej konkurencyjności na poziomie mezo. Wówczas poprzez konkurencyjność rozumie się m.in. zdolność do tworzenia warunków szybszego wzrostu dochodu i eksportu niż konkurenci oraz wytwarzania dóbr kupowanych na światowym rynku (Kundera 2008, s. 47). We Francji sektor win cechuje się długą historią uprawy winorośli, produkcji i eksportu. Winorośl kultywowana jest od wielu stuleci, co wynika w głównej mierze z czynników geologiczno-klimatycznych, a konsumenci w dużej mierze są świadomi specyfiki francuskiego winiarstwa, często utożsamianego z wysoką jakością. Prawodawstwo funkcjonujące w ramach Wspólnoty, a więc także we Francji, odnoszące się do branży winiarskiej, jest stosunkowo rozbudowane i obejmuje szereg przepisów w zakresie: ochrony nazw, pochodzenia, etykietowania, rejestru winnic, praktyk enologicznych (enologia, tj. winoznawstwo), monitorowania rynku, a także systemu zezwoleń oraz programów wsparcia.

Warto wspomnieć, że poprzednia dekada to dla francuskiej branży winiarskiej okres wyzwań związanych między innymi z globalnymi zmianami klimatu, które w znacznym stopniu wpływają na zmiany produkcji win także w pozostałych częściach świata (Gishen i in. 2016). W ostatnich latach dociekania naukowe koncentrowały się w zakresie wpływu zmian klimatycznych na jakość produkcji

(m.in. Berbegal i in. 2019), procesu adaptacji francuskich regionów winiarskich do zmian klimatu (Boyer 2016), a także na dynamikę produkcji w światowym sektorze win (m.in. Lamonaca i in. 2021). Ponadto 31 stycznia 2020 r. nastąpiła zmiana w strukturze członkowskiej UE za sprawą wystąpienia jednego z krajów, Wielkiej Brytanii, co nie pozostało bez wpływu na producentów i dystrybutorów win we Francji. W zagranicznej literaturze studia badaczy często obejmują francuski sektor win (m.in. Salies, Steiner 2011; Granata 2013; Brence, Ozolina 2019; Cheriet, Maurel 2020). Jednak, jak wskazuje kwerenda polskojęzycznej literatury, francuski sektor win jest obszarem badawczym relatywnie słabo opisanym. Nieliczne badania dotyczą strategii marketingowych francuskich producentów win (m.in. Bryła 2011) i dywidendy emocjonalnej z inwestycji w szlachetne wina z regionu Bordeaux, Burgundii i Szampanii (m.in. Czupryna, Oleksy 2016). Istnieją kwestie w obrębie handlu zagranicznego francuskich win w mniejszym stopniu poruszane, w szczególności związane z kształtowaniem się eksportu win tego partnera na rynku wewnątrzspółnotowym. Z jednej strony aktualnym i ważnym problemem badawczym jest ocena specjalizacji eksportowej kraju na poziomie branży, w dużej mierze określanej przez strukturę produkcji kraju (Damura i in. 2006, s. 9). Z drugiej zaś warto poświęcić tym kwestiom więcej uwagi w związku z zaistniałą luką badawczą.

Głównym celem artykułu jest zbadanie pozycji konkurencyjnej eksportu produktów winiarskich Francji do krajów członkowskich Unii Europejskiej w latach 2010–2020. Za cele o charakterze poznawczym w pracy uznaje się: wyszczególnienie i omówienie najważniejszych regionów winiarskich we Francji; rozpoznanie struktury geograficznej francuskiego eksportu win; określenie stopnia geograficznej koncentracji francuskiego eksportu win w ramach intra-UE; określenie poziomu specjalizacji eksportowej Francji w ramach wymiany handlowej intra-UE. Za zaprezentowaniem głównych regionów winiarskich przemawia fakt, że wpisują się w poruszaną tematykę, związaną z eksportem i konkurencyjnością francuskich win. Ponadto usystematyzowanie wiedzy w tym zakresie może służyć dalszym badaniom, dotyczącym przestrzennego wymiaru eksportu, stanowiącego miernik rozwoju danego przemysłu (m.in. Kormornicki 2006).

Weryfikacji poddano hipotezę: w badanym okresie francuski eksport win na rynku wewnątrzspółnotowym zmniejszył się w kontekście udziału i wartości, co towarzyszyło pogarszającej się pozycji konkurencyjnej na rynku Wspólnoty.

Niniejsza publikacja składa się z trzech części. W pierwszej przedstawiono źródła zgromadzonych danych empirycznych oraz metodykę badań. W drugiej części omówiono regiony winiarskie w przekroju terytorialnym Francji. W trzecim fragmencie opracowania zaprezentowano wyniki badania analizy statystycznej eksportu oraz analizy miernikowej *ex post*.

Materiał i metoda badań

W opracowaniu wykorzystano metody identyfikacyjne i poznawcze, które w szczególności w pierwszym etapie prac pozwoliły na zebranie odpowiednich danych empirycznych. W głównej mierze informacje wtórne za okres 2010–2020 pozyskano z baz handlowych krajowych i międzynarodowych organów powołanych do śledzenia sytuacji w sektorze winiarskim oraz sektorze rolno-spożywczym ogółem: Międzynarodowej Organizacji Winorośli i Wina, Europejskiego Urzędu Statystycznego, Organizacji Narodów Zjednoczonych ds. Wyżywienia i Rolnictwa, Komisji Gospodarczej Narodów Zjednoczonych ds. Ameryki Łacińskiej i Karaibów, Organizacji FranceAgriMer. Wykorzystano dane dotyczące wartości eksportu win w ramach międzynarodowej klasyfikacji towarów SITC, tj. segment 1121 – wino ze świeżych winogron (w tym moszcz), który składa się z następujących podsegmentów:

- 11211: moszcz gronowy z fermentacją lub z fermentacją zatrzymaną w inny sposób niż poprzez dodanie alkoholu,
- 11212: wino ze świeżych winogron; moszcz gronowy z fermentacją zatrzymaną poprzez dodanie alkoholu,
- 11213: wermuty i inne wina ze świeżych winogron aromatyzowane ekstraktami.

Realizacja badań została przeprowadzona przy zastosowaniu metody analizy statystycznej – narzędzia analizy struktury zbiorowości i dynamiki zjawisk, które dostarczyły obrazu tendencji w rozwoju wymiany handlowej Francji z krajami Unii Europejskiej, miernika stopnia koncentracji geograficznej eksportu Herfindahla-Hirschmana (HHI – *Herfindahla-Hirschmana Index*) (Rastvortseva 2014; Kwiatkowska 2014; Meilak 2008), a także wybranych wskaźników ilościowych handlu zagranicznego *ex post*: wskaźnika specjalizacji eksportowej SI (*specialization indicator*) (Pawlak i in. 2010), wskaźnika pokrycia importu eksportem TC (*trade coverage*) (Olszańska 2016).

Wskaźnik HHI stanowi jedną z miar pomiaru koncentracji i obliczany jest jako suma kwadratów udziałów wszystkich podmiotów w rynku według następującej formuły:

$$HHI = \sum_{i=1}^n x_i^2 \quad (1)$$

gdzie: x = udział kraju w eksporcie Francji; n = liczba krajów partycypujących w eksporcie Francji.

Wskaźnik HHI może występować jako unormowany w skali od 0 do 1 lub nieunormowany w zakresie od 0 do 10000, a interpretowany jest według zasady – im wyższa wartość, tym silniejsza koncentracja (Kryzia 2016). Z reguły za pożądane wartości HHI uznaje się te zmierzające do 0. Świadczy to wówczas o dywersyfikacji geograficznej eksportu badanej branży, co może potwierdzać wyższy stopień stabilności wpływów eksportowych.

Wskaźnik specjalizacji eksportowej stanowi jeden z mierników określających międzynarodową pozycję konkurencyjną. Zgodnie z modelem klasycznym Ricardo (1817) i neoklasycznym Heckschera–Ohlina (Leamer 1995) analiza międzynarodowej konkurencyjności sektora bazuje na wykazaniu przewag komparatywnych w ramach wymiany handlowej. Wskaźnik SI stanowi miarę pozwalającą na porównanie udziału produktu, grupy produktów w eksporcie kraju na dany rynek z udziałem tego samego rodzaju asortymentu w eksporcie całkowitym kraju, najczęściej na rynek światowy lub regionalny (wewnątrzspółnotowy). Eksportową specjalizację danego kraju w zakresie badanej branży, produktu, grupy produktów można także wyznaczyć, posługując się wskaźnikiem pokrycia importu eksportem TC. Miernik TC wykazuje specjalizację danego kraju w zakresie towaru, grupy towarów bądź eksportu ogółem. Obliczeń dokonuje się za pomocą następujących formuł:

$$SI = \frac{X_{ik}}{\sum_{i=1}^n X_{ik}} : \frac{X_{iw}}{\sum_{i=1}^n X_{iw}} \quad (2)$$

$$TC = \frac{X_{ik}}{M_{ik}} \cdot 100 \quad (3)$$

gdzie: X_{ik} = francuski eksport i produktów (tutaj: 1121 SITC) na k rynek (tutaj: kraj członkowski UE); X_{iw} = francuski eksport i produktów na w rynek światowy; M_{ik} = francuski import i produktów (tutaj: 1121 SITC) z k rynku (tutaj: kraje członkowskie UE); n = liczba eksportowanych produktów (tutaj: eksport ogółem).

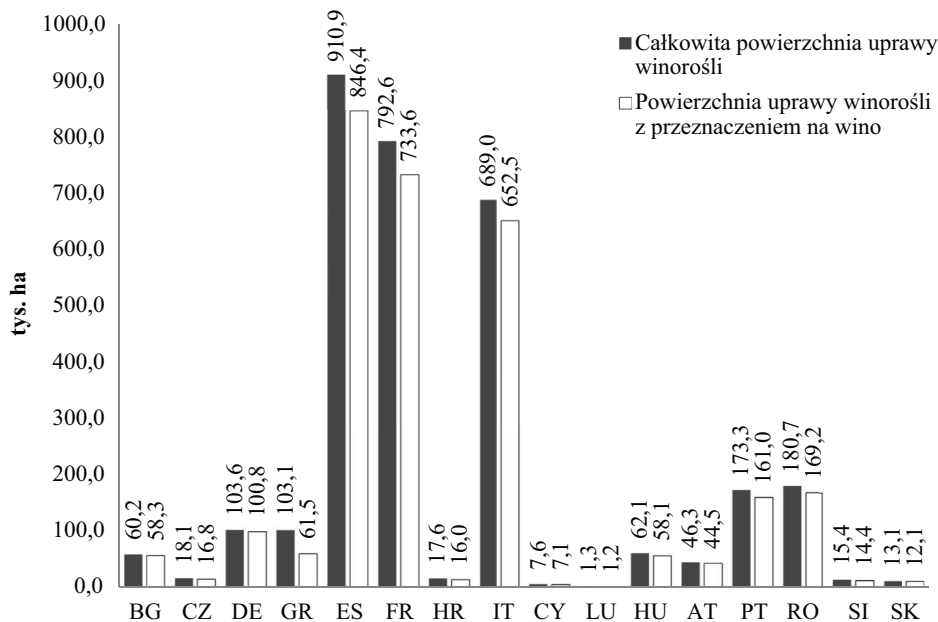
W przypadku wskaźnika SI wysokie wartości ($SI \geq 1$) wskazują na specjalizowanie się kraju w eksporcie i produktów na wybrany rynek. Tym samym informują o wysokim stopniu konkurencyjności krajowego eksportu i produktów. W przeciwnym razie ($SI \leq 1$) skłaniają do wniosków o braku satysfakcjonującej konkurencyjności badanej gospodarki lub jej sektora. W odniesieniu do wskaźnika TC wartości tego współczynnika przekraczające 100 ($TC \geq 100$) oznaczają specjalizację badanego kraju, co pozwala wnioskować, że dysponuje on względną przewagą nad partnerami (eksport przewyższa import). Brak względnej przewagi występuje w sytuacji, gdy wartości współczynnika oscylują poniżej 100 ($TC \leq 100$).

Regiony winiarskie we Francji

Po raz pierwszy owoce winorośli pojawiły się na terytorium Francji (Galicja Południowa) w VI w. p.n.e. wraz z przybyciem Greków i Fenicjan, którzy dostarczyli sadzonek tej rośliny. Jednak prawdziwy rozwój plantacji i spopularyzowanie sektora winiarskiego we Francji nastąpiły w późniejszym czasie. Zdynamizowanie tej gałęzi gospodarki, m.in. w Bordeaux, przypisuje się królowej Eleonorze Akwikańskiej, kiedy to w XII w. Bordeaux ustanowiło monopol na produkcję, sprzedaż

i dystrybucję win do Anglii (*Grandes Périodes...* 2022). Współcześnie wino gronowe zajmuje szczególne miejsce we francuskiej produkcji rolnej i jest jednym z głównych symboli gastronomii i sztuki życia *à la française*. Winorośl uprawiana jest na 1,4% terytorium Francji, co odpowiada 3,0% francuskich gruntów ornych (FranceAgriMer 2022). Dane dotyczące hektarowej powierzchni upraw winorośli we Francji na tle piętnastu¹ państw UE zaprezentowano na wykresie 1.

Wykres 1. Powierzchnia uprawy winorośli (tys. ha) we Francji na tle krajów UE w 2020 r.



Objaśnienia: BG – Bułgaria, CZ – Czechy, DE – Niemcy, GR – Grecja, ES – Hiszpania, FR – Francja, HR – Chorwacja, IT – Włochy, CY – Cypr, LU – Luksemburg, HU – Węgry, AT – Austria, PT – Portugalia, RO – Rumunia, SI – Słowenia, SK – Słowacja.

Źródło: opracowanie własne na podstawie Eurostat (2022).

Z danych wynika, że całkowity areal winnic we Francji jest drugim co do wielkości (po Hiszpanii – 910,9 tys. ha) w UE i wynosi 792,6 tys. ha (24,8% całkowitej powierzchni w UE). Spośród krajów Wspólnoty zbliżonym arealem z przeznaczeniem pod uprawę winorośli dysponują jeszcze tylko Włochy (689,0 tys. ha), a na kolejnych miejscach znajdują się: Rumunia i Portugalia

¹ Dostępny materiał statystyczny obejmuje 16 państw UE ze względu na fakt, iż według danych Eurostatu w wielu pozostałych krajach Wspólnoty tego rodzaju aktywność gospodarcza nie występuje (np. Estonia). Nie uwzględniono także krajów objętych strefą A: Belgii, Danii, Irlandii, Niderlandów, Polski, Szwecji (z wyjątkiem Luksemburga, Czech oraz obszaru Niemiec innego niż obszary objęte strefą B), których hektarowa powierzchnia upraw jest szczególnie niska, a produkcja wyraźnie rozdrobniona.

(powyżej 150,0 tys. ha) oraz Niemcy i Grecja (powyżej 100,0 tys. ha). Warto wspomnieć, iż z reguły wysoki udział gruntów ornych przeznaczonych pod plantacje wiąże się z dużą ilością winnic.

Zgodnie z najnowszymi danymi w 2020 r. nasadzenia winorośli przeprowadzono w 59,0 tys. winnic na terytorium Francji, a według innych danych było to 75,2 tys. podmiotów (Eurostat 2022). Z kolei zasób pracy wynosił blisko 130,0 tys. osób (Ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire 2022). Wybór odmiany winorośli jest kluczowy w przypadku produkcji win ze względu na fakt wprowadzenia ścisłych norm regulujących zakres ich odmian w poszczególnych apelacjach. W związku z powyższym istnieje wykaz szczepów winorośli² zarejestrowanych w poszczególnych państwach Wspólnoty (VIVC 2022).

Zgodnie z danymi zaprezentowanymi w tabeli 1 usytuowanie uprawy winorośli we Francji obejmuje liczne regiony kraju, a według wspólnotowej klasyfikacji stref jej uprawy³ obejmuje odpowiednio strefy B i C, natomiast znajduje się poza strefą A. Niniejszy podział wynika przede wszystkim z różnic klimatycznych w krajach i regionach UE i wpływa na odmienne praktyki enologiczne w każdym z wydzielonych miejsc. Główne krainy historyczne o szerokim zakresie aktywności winiarskiej to: Alzacja, Lotaryngia, Szampania-Ardeny w północno-wschodniej części kraju. Obecnie, na podstawie aktualnego podziału administracyjnego kraju, jest to region Grand Est. Najbardziej wysunięta na wschód część tej jednostki, Alzacja, słynie głównie z win klasyfikowanych jako Vendanges Tardives (VT) i Sélection de Grains Nobles (SGN) oraz odmiany wina musującego Crémant d'Alsace.

Warto jednak zauważyć, że to apelacja w Szampanii w przeważającej mierze produkuje francuskie wina musujące. Do najbardziej rozpoznawalnych należy odmiana szampana (biały lub czerwony), który już pod koniec XIX w. cechował się silnym wzrostem popytu zagranicznego, tym samym wyraźnie zwiększając swój udział w strukturze eksportu francuskich win (do około 40,0%) przy gwałtownym spadku sprzedaży win beczkowych (Bécuwe i in. 2021). Region ten wykreował wiele rozpoznawalnych i wartościowych marek, takich jak Champagne Devaux Cuvée D 5 Ans d'Age, Champagne Devaux Cuvée D 5 Millésimé, co wskazuje na funkcjonowanie francuskich producentów w wymiarze prawdziwie globalnym.

² We Francji w większości (około 2/3 powierzchni) przypadków nasadzone sadzonki stanowiły czerwone odmiany winorośli, m.in.: merlot, grenache, syrah, caber sauvignon, carignan, cabernet franc, pinot noir (ONIVINS 2022b). Spośród białych wariantów, stanowiących mniejszościowy areal upraw (około 1/3 powierzchni), należy wymienić: ugni blanc, chardonnay, sauvignon, melon, semillon (ONIVINS 2022a).

³ Wspólnotowa klasyfikacja stref uprawy winorośli obowiązuje na terytorium całej UE i obejmuje strefy A, B, C, C1, C2, C3. Strefy są zróżnicowane w zależności od występujących warunków atmosferycznych, w szczególności poziomu nasłonecznienia w regionie.

Tabela 1. Regiony i departamenty winiarskie we Francji z podziałem na strefy (B, C1, C2, C3)

| Lp. | Region | Strefa | Departament |
|-----|----------------------------------|--------|---|
| 1. | Grand Est | B | Górny Ren, Dolny Ren, Moza, Mozela, Wogezy, Meurthe i Mozela, Meuse, Aube, Marna, Górna Marna |
| 2. | Hauts-de-France | B | Aisne |
| 3. | Île-de-France | B | Sekwana i Marna |
| 4. | Burgundia-Franche-Comté | B | Doubs, Jura, Górna Saona, Nièvre – okręg Cosne-sur-Loire |
| | | C1 | Côte-d’Or, Nièvre (z wyjątkiem okręgu Cosne-sur-Loire), Saona i Loara, Yonne |
| 5. | Owernia-Rodan-Alpy | B | Ain, Sabaudia, Górna Sabaudia, Isère – gmina Chapareillan |
| | | C1 | Allier, Isère (z wyjątkiem gminy Chapareillan), Loara, Górna Loara, Puy-de-Dôme, Rodan, Drôme (okręg Valence, Die, z wyjątkiem kantonów Dieulefit, Loriol, Marsanne i Montélimar, Ardèche – okręg Tournon, kanton Antraigues, Burzet, Coucouron, Montpezat-sous-Bauzon, Privas, Saint-Etienne de Lugdarès, Saint-Pierreville, Valgorge, la Voulte-sur-Rhône |
| | | C2 | Drôme – okręg Nyons i kanton Loriol-sur-Drôme, Ardèche – pozostała część |
| 6. | Region Centralny-Dolina Loary | B | Cher, Indre, Indre i Loara, Loir-et-Cher, Loiret |
| 7. | Kraj Loary | B | Loara Atlantycka, Maine i Loara, Sarthe, Wandea |
| 8. | Nowa Akwitania | B | Deux-Sèvres, Vienne |
| | | C1 | Charente, Charente-Maritime, Corrèze, Dordogne, Żyronda, Landy, Pireneje Atlantyckie, Lot i Garonna, Haute-Vienne |
| 9. | Prowansja-Alpy-Lazurowe Wybrzeże | C1 | Alpy Górnej Prowansji, Alpy Wysokie, Alpy Nadmorskie |
| | | C2 | Delta Rodanu, Vaucluse, Var – część ograniczona od południa granicą gmin Evenos, Le Beausset, Solliès-Toucas, Cuers, Puget-Ville, Collobrières, La Garde-Freinet, Plan-de-la-Tour oraz Sainte-Maxime |
| | | C3 | Var – część departamentu położona pomiędzy morzem a linią wyznaczoną przez gminy Evenos, Le Beausset, Solliès-Toucas, Cuers, Puget-Ville, Collobrières, La Garde-Freinet, Plan-de-la-Tour i Sainte-Maxime |
| 10. | Oksytania | C1 | Aveyron, Ariège, Górna Garonna, Gers, Lot, Lozère, Pireneje Wysokie, Tarn, Tarn i Garonna |
| | | C2 | Aude, Gard, Hérault, Pireneje Wschodnie (z wyjątkiem kantonów Olette i Arles-sur-Tech) |
| | | C3 | Pireneje Wschodnie – kanton Olette i Arles-sur-Tech |
| 11. | Korsyka | C3 | Korsyka Południowa, Górna Korsyka |

Źródło: opracowanie własne na podstawie UE (2013).

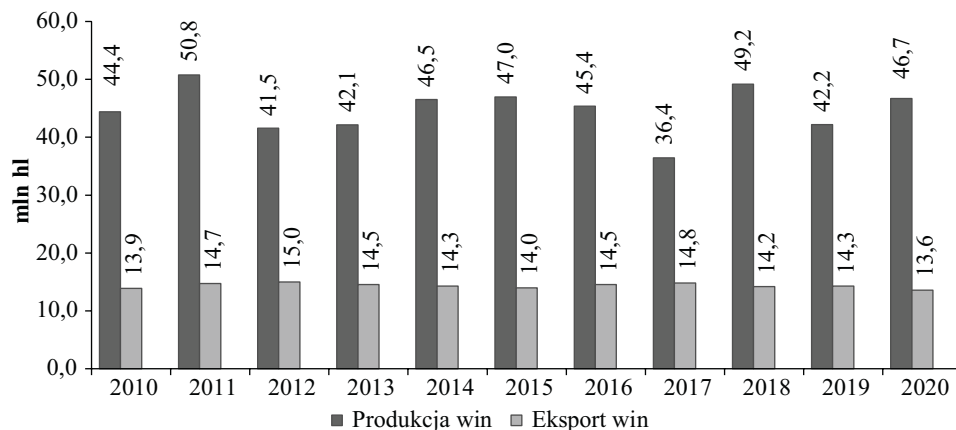
Kolejne kluczowe regiony winiarskie to Burgundia-Franche-Comté i Nowa Akwitania wraz ze stolicą Bordeaux – stolica regionu i departamentu Żyronda. Regionalne i tradycyjne wino Bordeaux jest uznane przez organy Wspólnoty za wysokiej jakości żywność z UE i posiada chronioną nazwę pochodzenia (Komisja Europejska 2022). Należy także wspomnieć o słynnej apelacji Pessac-Léognan w południowej części regionu Bordeaux, która cechuje się głęboko

zakorzenioną tradycją winiarską i restrykcyjnymi wymogami dotyczącymi prawa do chronionych oznaczeń pochodzenia, takich jak rodzaj winogron, gęstość uprawy, minimalna zawartość naturalnego cukru, obowiązkowe testy jakości. W tej lokalizacji najbardziej reprezentatywnym produktem są wina Château, m.in. marki: Château Calon Ségur, Château Cos d'Estournel uznawane przez krytyków za jedne z najlepszych trunków z regionu Bordeaux. Dane tabelaryczne wskazują także na wysokie znaczenie regionu Owernia-Rodan-Alpy, w którym, poszczególne departamenty obejmują strefy B, jak również C1 i C2, co wskazuje na wysoki stopień dywersyfikacji lokalnych win, chociażby w aspekcie procesu wzbogacania (m.in. dosładzanie suche). Na podkreślenie zasługują ponadto regiony: Prowansja-Alpy-Lazurowe Wybrzeże, Region Centralny-Dolina Loary, Kraj Loary oraz Oksytania.

Wielkość i kierunki rozwoju francuskiego eksportu win intra-UE

W badanej dekadzie francuskie roczne wyniki dotyczące produkcji i eksportu win na rynek światowy były jednymi z najwyższych. W 2020 r. w skali globalnej kraj ten był drugim głównym producentem (towary dopuszczone do obrotu w ramach metropolitarnej Francji oraz te z przeznaczeniem na eksport) i trzecim eksporterem w ujęciu ilościowym, po Hiszpanii i Włoszech (OIV 2022b). Wielkość produkcji win gronowych we Francji oraz eksport w mln hektolitrow w latach 2010–2020 zobrazowano na wykresie 2.

Wykres 2. Wielkość produkcji i eksportu win we Francji (mln hl)



Źródło: opracowanie własne na podstawie OIV (2022b).

Z analizy wynika, iż cała produkcja win we Francji tylko w 2017 r. kształtowała się poniżej 40 mln hl. Ze względu na wyjątkowo niekorzystne warunki meteorologiczne panujące w tymże sezonie zbiorów zarówno francuska, jak i ogólnoświatowa produkcja win znacznie zmniejszyła się (OIV 2017). Niemniej w badanym okresie francuskie przedsiębiorstwa produkowały wino gronowe na wysokim poziomie w granicach 36,4 mln hl – 50,8 mln hl. Należy dodać, że wspomniane wyniki produkcji są w zasadzie nieosiągalne dla większości światowych producentów (z wyjątkiem Hiszpanii i Włoch), podczas gdy ogólnoświatowa produkcja win za 2020 r. wyniosła 262,6 mln hl (OIV 2022c). Ważną rolę odgrywa także francuski rynek wewnętrzny, gdzie krajowa konsumpcja win od lat pozostaje jedną z najwyższych w Europie i na świecie. Jednak jak podkreśla Bastian (2008), pomiędzy 1980 r. a 2005 r. konsumpcja zmniejszyła się we Francji o połowę głównie za sprawą kampanii uświadamiających. Co więcej, eksport win w ujęciu ilościowym zmniejszył się z 13,9 mln hl w 2010 r. do 13,6 mln hl w 2020 r., tj. o 2,2%. Jednocześnie był to najniższy wolumen transakcji w analizowanym czasie, podczas gdy w większości przypadków oscylował powyżej 14,0 mln hl.

Syntetyczna ocena francuskiego eksportu win na rynku wewnątrzspółnotowym UE powinna zostać dokonana na tle wymiany prowadzonej z krajami trzecimi. W ten sposób możliwe będzie wychwycenie i zaprezentowanie szerszych trendów, związanych z aktywnością eksportową francuskich firm na rynkach UE. Wielkość francuskiego eksportu produktami winiarskimi w obrębie krajów członkowskich UE (intra-UE), a także krajów trzecich niewłączonych w struktury ugrupowania (extra-UE) w przekroju dolarowym przedstawiono w tabeli 2.

Tabela 2. Wielkość (mln USD) i struktura (%) eksportu win we Francji (intra- i extra-UE), indeks zmian (t-1) w latach 2010–2020

| Rok | Łączna wartość eksportu | Indeks zmian [t-1] | Udział | Wartość eksportu intra-UE | Indeks zmian [t-1] | Udział | Wartość eksportu extra-UE | Indeks zmian [t-1] | Udział |
|------|-------------------------|--------------------|--------|---------------------------|--------------------|--------|---------------------------|--------------------|--------|
| | mln USD | | w % | mln USD | | w % | mln USD | | w % |
| 2010 | 8433,16 | – | 100,0 | 4464,00 | – | 52,9 | 3969,16 | – | 47,1 |
| 2011 | 10 053,08 | 119,2 | 100,0 | 4880,18 | 109,3 | 48,5 | 5172,90 | 130,3 | 51,5 |
| 2012 | 10 141,84 | 100,9 | 100,0 | 4839,79 | 99,2 | 47,7 | 5302,05 | 102,5 | 52,3 |
| 2013 | 10 443,05 | 103,0 | 100,0 | 5016,48 | 103,7 | 48,0 | 5426,57 | 102,3 | 52,0 |
| 2014 | 10 313,00 | 98,8 | 100,0 | 4903,07 | 97,7 | 47,5 | 5409,93 | 99,7 | 52,5 |
| 2015 | 9225,80 | 89,5 | 100,0 | 4094,58 | 83,5 | 44,4 | 5131,22 | 94,8 | 55,6 |
| 2016 | 9179,35 | 99,5 | 100,0 | 3926,65 | 95,9 | 42,8 | 5252,70 | 102,4 | 57,2 |
| 2017 | 10 306,49 | 112,3 | 100,0 | 4248,00 | 108,2 | 41,2 | 6058,49 | 115,3 | 58,8 |
| 2018 | 11 093,88 | 107,6 | 100,0 | 4650,10 | 109,5 | 41,9 | 6443,78 | 106,4 | 58,1 |
| 2019 | 10 891,95 | 98,2 | 100,0 | 4585,70 | 98,6 | 42,1 | 6306,25 | 97,9 | 57,9 |
| 2020 | 10 023,72 | 92,0 | 100,0 | 3168,60 | 69,1 | 31,6 | 6855,12 | 108,7 | 68,4 |

Źródło: obliczenia własne na podstawie CEPAL (2022); FAOSTAT (2022).

Odnosząc się do tendencji, wyraźnie zauważa się, że eksport win ogółem bezwzględnie zwiększył się z 8433,16 mln USD w 2010 r. do 10 023,72 mln USD w 2020 r. (w 2018 r. przekroczył nawet wartość 11 000,00 mln USD). Odmienną tendencję obserwuje się w zakresie wymiany wewnętrznej: w 2020 r. wartość realizowanych transakcji handlowych z partnerami z UE wynosiła 3168,60 mln USD, podczas gdy w 2010 r. oscylowała na poziomie 4464,00 mln USD. Aby dokładniej uchwycić dynamikę zmian, należy prześledzić ją w ujęciu rokrocznym. I tak, wyraźne pomniejszenie wielkości obserwowano w 2015 r. (spadek o 16,5%) i w 2020 r. (spadek o 30,9%).

Wyraźne pomniejszenie wyników za 2020 r. można w pewnym stopniu uzasadnić kryzysem gospodarczym na świecie i w poszczególnych krajach wywołanym pandemią COVID-19. Dotychczasowe studia (Berthou, Stumpter 2022; Chatterlier, Pouch 2021; Djanibekov, Herzfeld 2021) oraz publikacje pod auspicjami organizacji międzynarodowych (OECD 2020) wskazują na negatywne skutki kryzysu epidemiologicznego na krajowe rynki rolne, w tym francuski. Wydaje się, że przede wszystkim nałożone restrykcje w sferze społeczno-gospodarczej oddziaływały na dostępność rynków i powszechne trudności na płaszczyźnie logistycznej.

Pomimo wyraźnego zmniejszenia wolumenu eksportu ogółem za 2020 r. o 8,0% w stosunku do 2019 r. Francja pozostaje głównym eksporterem win na świecie pod względem wartości. Tę francuską dominację tłumaczy się historycznym precedensem kraju w produkcji win gatunkowych, podczas gdy np. Hiszpania pozostaje bardziej skoncentrowana na niższej jakości, a dużej ilości win (Legouy 2019). W analogicznym czasie zauważa się zdynamizowanie eksportu w ramach extra-CAN, aż o 8,7%. Na podstawie danych tabelarycznych można także stwierdzić, iż rynki spoza UE odznaczały się większą odpornością na negatywne skutki kryzysu w 2020 r. Ponadto, w analizowanym czasie kraje członkowskie UE zajmują coraz mniejsze znaczenie jako odbiorcy zagraniczni francuskich produktów winiarskich: w 2020 r. ich udział w eksporcie tej grupy asortymentowej wyniósł 31,6% (w 2010 r. 52,9%). W monitorowanym czasie rośnie natomiast znaczenie krajów trzecich – wzrost udziału z 47,1 do 68,4%.

Dywersyfikację eksportu można rozpatrywać zarówno w zakresie zróżnicowania asortymentu eksportowego i udziału poszczególnych pozycji na wybranym poziomie agregacji, jak również w ramach zorientowania geograficznego (Ali i in. 1991). Z danych zaprezentowanych w tabelach 3–4 wynika, że na przestrzeni ostatniej dekady zmieniła się relacja poszczególnych krajów UE w realizacji sprzedaży francuskich win. W 2010 r. niniejszy eksport oszacowano na ponad 4,4 mld USD, z czego większość produktów (69,8%) trafiało do Wielkiej Brytanii (1531,2 mln USD), Niemiec (855,0 mln USD), Belgii (727,2 mln USD). Zdecydowanie mniej produktów eksportowano do pozostałych dwudziestu czterech krajów (30,2%), a udział indywidualnych gospodarek w większości przypadków nie przekraczał 1% (m.in. Litwa, Łotwa, Estonia, Malta, Austria). Polska, pomimo

że jest jednym z większych krajów w regionie podobnie jak pozostałe gospodarki Europy Środkowo-Wschodniej, realizowała nieznaczną część eksportu (0,6%), co odpowiadało sumie 25,3 mln USD. Natomiast na podkreślenie zasługuje stosunkowo wysoki udział dwóch pozostałych państw: Niderlandów (8,9%) i Włoch (4,8%).

Analizując dane, można dostrzec, że w 2020 r. eksport francuskich win grobowych na rynek UE był rekordowo niski i wyniósł blisko 3,2 mld USD. W pewnym stopniu ujemny przyrost wielkości można uzasadnić pominięciem w zestawieniu za ten rok Wielkiej Brytanii (1348,3 mln USD). W objętym kryzysem roku 2020 zauważa się bezwzględne pomniejszenie wartości realizowanych transakcji pomiędzy Francją a czternastoma krajami ugrupowania, w szczególności w odniesieniu do Włoch i Hiszpanii. W przypadku pozostałych dwunastu państw odnotowano zintensyfikowanie eksportu. Na uwagę zasługuje przede wszystkim wzrost znaczenia kontrahentów z Niderlandów oraz Danii. Należy przy tym dodać, że eksport tych towarów w zdecydowanej większości kierowany był do trzech krajów zaawansowanych ekonomicznie (60,7%). Największymi importarami stały się odpowiednio Niemcy (863,4 mln USD), Belgia (641,8 mln USD) oraz Niderlandy (419,2 mln USD).

Można zauważyć, że w badanym czasie francuska ekspansja eksportowa branży w ramach obrotów towarowych intra-UE wyniosła 48 779,2 mln USD. Identyfikacja głównych kierunków francuskiego eksportu pozwoliła na określenie skumulowanych wielkości strumieni na poszczególne rynki UE. Aktywność francuskich firm z branży winiarskiej szczególnie zaznaczyła się na rynku: brytyjskim (14 896,9 mln USD do 2019 r.), niemieckim (9947,0 mln USD), belgijskim (7396,2 mln USD), a więc krajach integrujących się o relatywnie bliskiej odległości geograficznej.

Tabela 3. Struktura geograficzna eksportu win Francji w ramach wymiany intra-UE (w mln USD) w latach 2010–2020

| Państwo | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | Σ |
|----------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|
| 1. Austria | 35,9 | 37,4 | 56,7 | 60,5 | 59,9 | 48,1 | 50,9 | 58,4 | 67,1 | 70,1 | 64,6 | 609,5 |
| 2. Belgia | 727,2 | 724,0 | 722,7 | 745,2 | 742,6 | 611,8 | 569,0 | 614,6 | 663,8 | 633,4 | 641,8 | 7396,2 |
| 3. Bułgaria | 2,7 | 3,3 | 3,7 | 5,0 | 5,1 | 4,8 | 5,2 | 5,9 | 6,9 | 7,6 | 8,8 | 59,0 |
| 4. Chorwacja | 1,1 | 1,8 | 2,1 | 2,9 | 3,8 | 3,8 | 4,7 | 5,4 | 5,9 | 6,8 | 5,0 | 43,2 |
| 5. Cypr | 6,0 | 8,8 | 8,9 | 7,3 | 8,6 | 7,3 | 7,1 | 8,4 | 9,5 | 8,1 | 6,5 | 86,4 |
| 6. Czechy | 29,2 | 31,5 | 37,7 | 45,7 | 33,7 | 30,5 | 31,3 | 34,0 | 43,1 | 39,8 | 36,4 | 392,8 |
| 7. Dania | 132,3 | 144,8 | 132,6 | 142,0 | 131,8 | 115,9 | 113,1 | 125,0 | 143,6 | 145,7 | 158,4 | 1485,1 |
| 8. Estonia | 9,0 | 11,6 | 12,2 | 14,2 | 15,7 | 13,7 | 15,2 | 16,7 | 19,3 | 17,3 | 16,3 | 161,0 |
| 9. Finlandia | 39,6 | 45,9 | 44,5 | 49,0 | 46,8 | 41,2 | 39,9 | 44,7 | 45,4 | 44,6 | 40,0 | 481,6 |
| 10. Grecja | 12,6 | 11,3 | 8,5 | 12,1 | 13,5 | 12,0 | 14,4 | 16,2 | 20,4 | 22,8 | 13,5 | 157,3 |
| 11. Hiszpania | 106,6 | 109,0 | 96,0 | 97,2 | 110,4 | 105,7 | 109,1 | 126,4 | 133,4 | 140,8 | 96,4 | 1230,8 |
| 12. Irlandia | 61,9 | 65,0 | 68,7 | 70,1 | 69,3 | 54,7 | 55,7 | 59,6 | 61,8 | 58,0 | 70,0 | 694,7 |
| 13. Litwa | 27,8 | 48,5 | 52,5 | 57,7 | 52,1 | 31,1 | 31,7 | 40,2 | 37,5 | 37,4 | 46,2 | 462,6 |
| 14. Luksemburg | 60,2 | 55,5 | 50,0 | 52,6 | 54,9 | 41,0 | 39,9 | 47,5 | 53,2 | 52,0 | 51,5 | 558,2 |
| 15. Łotwa | 26,0 | 38,3 | 37,4 | 42,6 | 34,5 | 23,7 | 26,9 | 43,5 | 44,6 | 46,8 | 49,6 | 414,0 |

| | | | | | | | | | | | | |
|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|
| 16. Malta | 4,7 | 6,2 | 6,3 | 7,6 | 8,2 | 7,5 | 7,9 | 8,9 | 10,1 | 6,7 | 5,4 | 79,5 |
| 17. Niderlandy | 399,1 | 406,8 | 414,2 | 432,2 | 457,1 | 381,0 | 380,5 | 367,0 | 398,6 | 382,0 | 419,2 | 4437,7 |
| 18. Niemcy | 855,0 | 987,1 | 921,1 | 994,8 | 1073,0 | 813,3 | 786,1 | 828,8 | 930,8 | 893,6 | 863,4 | 9947,0 |
| 19. Polska | 25,3 | 29,1 | 31,3 | 38,0 | 38,5 | 32,8 | 33,0 | 46,8 | 71,8 | 72,6 | 73,9 | 493,1 |
| 20. Portugalia | 16,4 | 16,4 | 17,1 | 19,1 | 20,3 | 20,1 | 15,5 | 19,4 | 23,6 | 21,2 | 18,9 | 208,0 |
| 21. Rumunia | 7,0 | 8,8 | 7,9 | 8,6 | 8,5 | 7,3 | 8,1 | 10,1 | 10,9 | 11,3 | 10,2 | 98,6 |
| 22. Słowacja | 4,5 | 5,5 | 5,9 | 7,4 | 6,0 | 6,0 | 6,3 | 6,7 | 7,4 | 6,5 | 8,4 | 70,6 |
| 23. Słowenia | 2,0 | 2,3 | 2,2 | 2,1 | 2,0 | 2,1 | 2,5 | 2,1 | 2,6 | 3,0 | 3,9 | 26,7 |
| 24. Szwecja | 124,3 | 137,6 | 139,2 | 175,9 | 186,4 | 168,7 | 177,2 | 202,5 | 226,4 | 219,9 | 244,5 | 2002,5 |
| 25. Węgry | 2,2 | 2,9 | 2,9 | 4,1 | 3,2 | 2,8 | 3,2 | 3,7 | 4,7 | 5,6 | 6,2 | 41,4 |
| 26. Wielka Brytania | 1531,2 | 1712,0 | 1764,7 | 1741,9 | 1530,5 | 1334,8 | 1207,4 | 1299,7 | 1383,9 | 1390,7 | – | 14896,9 |
| 27. Włochy | 214,4 | 229,0 | 193,1 | 181,1 | 187,0 | 175,1 | 184,9 | 205,8 | 223,8 | 241,4 | 209,6 | 2245,1 |
| Σ | 4464,0 | 4880,2 | 4839,8 | 5016,5 | 4903,1 | 4096,6 | 3926,7 | 4248,0 | 4650,1 | 4585,7 | 3168,6 | 48779,2 |

Źródło: opracowanie własne na podstawie CEPAL (2022); FAOSTAT (2022).

Tabela 4. Struktura geograficzna eksportu win we Francji w ramach wymiany intra-UE (w %) w latach 2010–2020

| Państwo | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | Σ |
|---------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 1. Austria | 0,8 | 0,8 | 1,2 | 1,2 | 1,2 | 1,2 | 1,3 | 1,4 | 1,4 | 1,5 | 2,0 | 1,2 |
| 2. Belgia | 16,3 | 14,8 | 14,9 | 14,9 | 15,1 | 14,9 | 14,5 | 14,5 | 14,3 | 13,8 | 20,3 | 15,2 |
| 3. Bułgaria | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,2 | 0,3 | 0,1 |
| 4. Chorwacja | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,2 | 0,1 |
| 5. Cypr | 0,1 | 0,2 | 0,2 | 0,1 | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,2 |
| 6. Czechy | 0,7 | 0,6 | 0,8 | 0,9 | 0,7 | 0,7 | 0,8 | 0,8 | 0,9 | 0,9 | 1,1 | 0,8 |
| 7. Dania | 3,0 | 3,0 | 2,7 | 2,8 | 2,7 | 2,8 | 2,9 | 2,9 | 3,1 | 3,2 | 5,0 | 3,0 |
| 8. Estonia | 0,2 | 0,2 | 0,3 | 0,3 | 0,3 | 0,3 | 0,4 | 0,4 | 0,4 | 0,4 | 0,5 | 0,3 |
| 9. Finlandia | 0,9 | 0,9 | 0,9 | 1,0 | 1,0 | 1,0 | 1,0 | 1,1 | 1,0 | 1,0 | 1,3 | 1,0 |
| 10. Grecja | 0,3 | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,3 | 0,3 | 0,4 | 0,4 | 0,4 | 0,5 | 0,4 | 0,3 |
| 11. Hiszpania | 2,4 | 2,2 | 2,0 | 1,9 | 2,3 | 2,6 | 2,8 | 3,0 | 2,9 | 3,1 | 3,0 | 2,5 |
| 12. Irlandia | 1,4 | 1,3 | 1,4 | 1,4 | 1,4 | 1,3 | 1,4 | 1,4 | 1,3 | 1,3 | 2,2 | 1,4 |
| 13. Litwa | 0,6 | 1,0 | 1,1 | 1,2 | 1,1 | 0,8 | 0,8 | 0,9 | 0,8 | 0,8 | 1,5 | 0,9 |
| 14. Luksemburg | 1,3 | 1,1 | 1,0 | 1,0 | 1,1 | 1,0 | 1,0 | 1,1 | 1,1 | 1,1 | 1,6 | 1,1 |
| 15. Łotwa | 0,6 | 0,8 | 0,8 | 0,8 | 0,7 | 0,6 | 0,7 | 1,0 | 1,0 | 1,0 | 1,6 | 0,8 |
| 16. Malta | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,1 | 0,2 | 0,2 |
| 17. Niderlandy | 8,9 | 8,3 | 8,6 | 8,6 | 9,3 | 9,3 | 9,7 | 8,6 | 8,6 | 8,3 | 13,2 | 9,1 |
| 18. Niemcy | 19,2 | 20,2 | 19,0 | 19,8 | 21,9 | 19,9 | 20,0 | 19,5 | 20,0 | 19,5 | 27,2 | 20,4 |
| 19. Polska | 0,6 | 0,6 | 0,6 | 0,8 | 0,8 | 0,8 | 0,8 | 1,1 | 1,5 | 1,6 | 2,3 | 1,0 |
| 20. Portugalia | 0,4 | 0,3 | 0,4 | 0,4 | 0,4 | 0,5 | 0,4 | 0,5 | 0,5 | 0,5 | 0,6 | 0,4 |
| 21. Rumunia | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,3 | 0,2 |
| 22. Słowacja | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,1 | 0,3 | 0,1 |
| 23. Słowenia | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,1 | 0,1 | 0,0 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 |
| 24. Szwecja | 2,8 | 2,8 | 2,9 | 3,5 | 3,8 | 4,1 | 4,5 | 4,8 | 4,9 | 4,8 | 7,7 | 4,1 |
| 25. Węgry | 0,0 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,2 | 0,1 |
| 26. Wielka Brytania | 34,3 | 35,1 | 36,5 | 34,7 | 31,2 | 32,6 | 30,7 | 30,6 | 29,8 | 30,3 | – | 30,5 |
| 27. Włochy | 4,8 | 4,7 | 4,0 | 3,6 | 3,8 | 4,3 | 4,7 | 4,8 | 4,8 | 5,3 | 6,6 | 4,6 |
| Σ | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Źródło: obliczenia własne na podstawie CEPAL (2022), FAOSTAT (2022).

Francuski eksport win w ramach wymiany towarowej intra-UE cechował się stosunkowo niskim poziomem skoncentrowania, co znajduje potwierdzenie w danych zaprezentowanych w tabeli 5. W latach 2010–2020 wartość unormowanego indeksu HHI nie przekroczyła 0,300, co w aspekcie przyjętej terminologii świadczy, iż rejestrowany eksport na rynek UE był w sytuacji odległej od czystego monopolu. Dywersyfikacja eksportu w tym ujęciu ma główną zaletę, mianowicie tworzy bardziej stabilny napływ dochodów, w szczególności w przypadku towarów eksportowych o niestabilnym popycie (Amurgo-Pacheco, Pierola 2008). Warto dodać, że po 2012 r. obserwuje się tendencję zniżkową indeksu HHI (z wyjątkiem 2015 r. i 2019 r.), a najniższy stopień skoncentrowania przypadł na 2020 r., tj. 0,149, co w dużej mierze wynikało z wyłączenia z badania Wielkiej Brytanii.

Tabela 5. Indeks koncentracji HHI oraz indeks TC (w %) Francji w handlu produktami sekcji 1121 z UE w latach 2010–2020

| Rok | Kod i nazwa sekcji SITC | Indeks HHI | Zmiana rok do roku | Indeks TC | Zmiana rok do roku |
|------|-------------------------|------------|--------------------|-----------|--------------------|
| 2010 | | 0,194 | – | 783,0 | – |
| 2011 | | 0,198 | 0,004 | 793,9 | 10,9 |
| 2012 | | 0,203 | 0,005 | 784,0 | –9,9 |
| 2013 | | 0,194 | –0,009 | 739,1 | –44,9 |
| 2014 | 1121: Wino ze | 0,182 | –0,012 | 754,8 | 15,7 |
| 2015 | świeżych winogron | 0,183 | 0,001 | 708,4 | –46,4 |
| 2016 | (w tym moszcz) | 0,171 | –0,012 | 636,6 | –71,8 |
| 2017 | | 0,168 | –0,003 | 600,7 | –35,9 |
| 2018 | | 0,164 | –0,004 | 548,4 | –52,3 |
| 2019 | | 0,164 | 0,000 | 655,8 | 107,4 |
| 2020 | | 0,149 | –0,015 | 479,6 | –176,2 |

Źródło: obliczenia własne na podstawie tabeli 4; CEPAL (2022).

Z kolei wskaźnik TC dla całego okresu badawczego przyjmował bardzo wysokie wartości zdecydowanie przekraczające 100. Niniejszy miernik, oscylując w granicach 479,6–793,9, wskazuje na wysoki stopień pokrycia krajowego importu przez krajowy eksport – nawet blisko ośmiokrotny. Uwagę zwraca jednak fakt obniżania się wskaźnika TC w szczególności z 655,8 w 2019 r. do 479,6 w 2020 r., tj. o –176,2. Oznacza to znaczne zmniejszenie się w ujęciu rokrocznym francuskiej przewagi komparatywnej (choć wciąż bardzo silnej) w handlu opartym na produktach winiarskich.

W celu uzyskania szczegółowych informacji, związanych z eksportem francuskich win na rynek poszczególnych krajów członkowskich dokonano obliczeń wskaźnika SI, którego wartości oraz dynamikę zmian w latach 2010–2020 zaprezentowano w tabeli 6.

Tabela 6. Wskaźnik specjalizacji w eksporcie (SI) Francji w handlu produktami sekcji 1121 z krajami członkowskimi UE w latach 2010, 2013, 2017, 2020

| Państwo | 2010 | 2013 | 2017 | 2020 | Zmiana w latach 2010–2020 |
|---------------------|------------|------------|------------|------------|---------------------------|
| 1. Austria | 0,5 | 0,7 | 0,7 | 0,7 | 0,2 |
| 2. Belgia | 1,1 | 0,9 | 0,9 | 0,9 | -0,2 |
| 3. Bułgaria | 0,2 | 0,3 | 0,3 | 0,4 | 0,2 |
| 4. Chorwacja | 0,2 | 0,3 | 0,5 | 0,4 | 0,2 |
| 5. Cypr | 0,8 | 0,8 | 1,8 | 1,3 | 0,5 |
| 6. Czechy | 0,5 | 0,5 | 0,3 | 0,4 | -0,1 |
| 7. Dania | 2,6 | 2,4 | 1,9 | 2,3 | -0,3 |
| 8. Estonia | 2,3 | 1,9 | 2,3 | 2,3 | 0,0 |
| 9. Finlandia | 1,0 | 1,3 | 1,0 | 1,0 | 0,0 |
| 10. Grecja | 0,2 | 0,2 | 0,4 | 0,2 | 0,0 |
| 11. Hiszpania | 0,2 | 0,1 | 0,2 | 0,1 | -0,1 |
| 12. Irlandia | 1,4 | 1,2 | 0,9 | 0,9 | -0,5 |
| 13. Litwa | 3,0 | 4,6 | 3,0 | 2,9 | -0,1 |
| 14. Luksemburg | 1,4 | 1,0 | 1,0 | 1,1 | -0,3 |
| 15. Łotwa | 5,4 | 6,1 | 6,2 | 6,5 | 1,1 |
| 16. Malta | 0,5 | 0,5 | 0,7 | 0,6 | 0,1 |
| 17. Niderlandy | 1,1 | 1,0 | 1,0 | 1,1 | 0,0 |
| 18. Niemcy | 0,6 | 0,6 | 0,5 | 0,6 | 0,0 |
| 19. Polska | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,3 | 0,1 |
| 20. Portugalia | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,0 |
| 21. Rumunia | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,0 |
| 22. Słowacja | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,0 |
| 23. Słowenia | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,2 | 0,1 |
| 24. Szwecja | 1,1 | 1,5 | 1,8 | 2,0 | 0,9 |
| 25. Węgry | 0,0 | 0,1 | 0,0 | 0,1 | 0,1 |
| 26. Wielka Brytania | 2,7 | 2,4 | 1,9 | – | – |
| 27. Włochy | 0,3 | 0,2 | 0,3 | 0,3 | 0,0 |

Źródło: obliczenia własne na podstawie CEPAL (2022); FAOSTAT (2022).

Analiza danych tabelarycznych wskazuje na zróżnicowaną konkurencyjność wyników Francji – wartości miernika SI, jak również jego wahania w przyjętym zakresie czasu. W 2010 r. względną specjalizację w zakresie handlu produktami branży winiarskiej wykazano w stosunku do jedenastu krajów, z kolei w 2020 r. ich liczba zmniejszyła się do dziewięciu państw Wspólnoty (utrata przewagi nad Irlandią i Belgią). Uzyskane wartości wskaźnika SI pokazują, że Francja posiada szczególnie wyraźną specjalizację w eksporcie produktów winiarskich na rynek Łotwy (SI na poziomie odpowiednio 5,4 i 6,5). Ponadto, wysoką postać miernika odnotowano w odniesieniu do kolejnego kraju z regionu, Litwy (SI na poziomie odpowiednio 3,0 i 2,9). Wysoki stopień specjalizacji i konkurencyjności w obrotach handlowych tymi towarami na omawianych rynkach ma ważne znaczenie dla branży, lecz także dla całego sektora rolnego, ze względu na znaczny udział

win w strukturze jego eksportu. Odnosząc się do tendencji, wyraźnie zauważa się wzrost indeksu SI w ramach handlu z dziewięcioma krajami UE. Można zauważyć tendencję zwyżkową w szczególności w stosunku do Łotwy (wzrost SI o 1,1), Szwecji (wzrost SI o 0,9), a także Cypru (wzrost SI o 0,5). Z kolei, niekorzystna tendencja zniżkowa w wartości SI nastąpiła w ramach współpracy handlowej z pozostałymi ośmioma państwami. W tym miejscu należy wspomnieć o Irlandii, względem której Francja utraciła przewagę komparatywną na rynku produktowym, a indeks SI spadł o 0,5. Godnym podkreślenia jest także pomniejszenie miernika SI w stosunku do Danii i Luksemburga.

Podsumowanie

Międzynarodowa konkurencyjność w skali mezo ukazuje pozycję branż na rynku produktowym w ramach międzynarodowej rywalizacji gospodarczej. Wciąż pozostaje istotnym obszarem badawczym w ekonomii. Praca poświęcona badaniu handlu zagranicznego francuskiej branży winiarskiej na rynku UE służyła realizacji postawionych celów. Na wartość poznawczą publikacji składa się przede wszystkim ocena stopnia specjalizacji eksportowej i stopnia koncentracji geograficznej eksportu oraz określenie i scharakteryzowanie głównych regionów, które odpowiadają za produkcję i dystrybucję francuskich win (w ramach usystematyzowania wiedzy w tym zakresie). W toku prowadzonych badań empirycznych ustalono kilka kluczowych wniosków i spostrzeżeń.

Francja dysponuje drugim pod względem areału obszarem pod uprawę winnej latorośli w UE. Ze względu na szczególne warunki klimatyczno-glebowe ten największy kraj Wspólnoty posiada winnice zlokalizowane w różnych regionach kraju (słabiej lub mocniej nasłonecznionych), co przekłada się na przenikanie stref uprawy winorośli od B do C3. W analizowanym okresie nastąpiło zmniejszenie stopnia skoncentrowania geograficznego francuskiego eksportu, opartego na produktach winiarskich. Za sprawą wyłączenia ze struktur UE Wielkiej Brytanii wzrosła rola Niemiec, które blisko w 1/3 stały się odbiorcą francuskich win na rynku Wspólnoty. Wzrosła także rola krajów mniejszych i słabiej rozwiniętych.

W badanym czasie zmniejszyła się wartość dolarowego eksportu produktów winiarskich w ramach transakcji handlowych intra-UE. W 2020 r. rynek winiarski został szczególnie dotknięty załamaniem koniunktury w całej strefie UE. Jednak niepokojące zmiany zauważa się także w roku poprzedzającym, szczególnie w kontekście zmniejszania się eksportu do krajów UE w ujęciu udziałowym i to pomimo daleko posuniętej integracji w ramach Wspólnoty. Przy czym analiza mierników syntetycznych wskazała na zróżnicowany poziom specjalizacji eksportowej Francji. Wskaźnik TC osiąga wartości zdecydowanie powyżej

100. W wielu przypadkach francuski eksport produktów winiarskich kilkakrotnie przewyższa wartość tychże importowanych z obszaru Wspólnoty. W przypadku drugiego wskaźnika specjalizacji eksportowej, a mianowicie współczynnika SI, jego wartość w odróżnieniu od wskaźnika TC mierzono w odniesieniu do poszczególnych partnerów handlowych z UE. Badania potwierdzają, że obserwuje się tendencję wzrostową w kształtowaniu wskaźników SI w stosunku do większości rynków UE. W efekcie niniejszą tendencję zwykłą należy interpretować jak najbardziej pozytywnie. Należy zaznaczyć, iż w odniesieniu do rynków, na których wskaźnik SI przekraczał 1, odnotowano w większości przypadków pomniejszenie wielkości. Dodatkowo niekorzystna sytuacja z perspektywy przewag komparatywnych nastąpiła w stosunku do dwóch ważnych odbiorców, takich jak Belgia oraz Irlandia.

Warto byłoby zbadać główne czynniki determinujące zachodzące zmiany w handlu zagranicznym francuskich win na rynku Wspólnoty. Istotną kwestią w tych rozważaniach jest skoncentrowanie się na oddziaływaniu pandemii na funkcjonowanie branży wina, także w kontekście zmian cen na głównych etapach łańcucha dostaw.

Bibliografia

- Ali R., Alwang J., Siegel P.B. (1991), *Is export diversification the best way to achieve export growth and stability?*, Working Paper, World Bank, 729.
- Amurgo-Pacheco A., Pierola M.D. (2008), *Patterns of export diversification in developing countries: Intensive and extensive margins*, Policy Research Working Paper, World Bank, 4473. <https://doi.org/10.1596/1813-9450-4473>
- Bastian J.P. (2008), *La vigne, le vin : atout pour la France*, Rapport du Conseil Economique et Social, 18, juin.
- Bécuwe S., Blancheton B., Maveyraud S. (2021), *Les qualités des exportations françaises de vins durant la première mondialisation*, Institut de la gestion publique et du développement économique, Paris, France. <https://doi.org/10.4000/books.igpde.12382>
- Berbegal C., Fragasso M., Russo P., Bimbo F., Grieco F., Spano G., Capozzi V. (2019), *Climate changes and food quality: The potential of microbial activities as mitigating strategies in the wine sector*, „Fermentation”, 5(4). <https://doi.org/10.3390/fermentation5040085>
- Berthou A., Stumpter S. (2022), *Trade under lockdown*, Working Papers, Banque de France, 867. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4035651>
- Boyer J. (2016), *L'implication des acteurs de la recherche dans les processus d'adaptation au changement climatique : l'exemple des régions viticoles françaises*, „Innovations”, 51. <https://doi.org/10.3917/inno.051.0147>

- Brence I., Ozolina A. (2019), *Wine market in France: Challenges for a wine producers*, Proceedings of the 2019 International Conference „Economic Science For Rural Development” No 51 Jelgava, LLU ESAF. <https://doi.org/10.22616/ESRD.2019.086>
- Bryła P. (2011), *Wybrane czynniki sukcesu strategii marketingowych francuskich producentów wina*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Ekonomiczne Problemy Usług”, 73.
- CEPAL (2022), *Sistema Gráfico de Comercio Internacional*, <https://sgo-win-12-we-e1.cepal.org/dcii/sigci/sigci.html> (data dostępu: 12.05.2022).
- Chatellier V., Pouch T. (2021), *Le commerce agroalimentaire de l'UE-27 et de la France entre 2000 et 2020*, Journées de Recherches en Sciences Sociales (JRSS), SFER, INRAe, CIRAD, INP-ENSAT, Toulouse, 15.
- Cheriet F., Maurel C. (2020), *Être petit et réussir à l'export : étude de dix cas d'entreprises vitivinicoles françaises*, „Management international”, 24(6). <https://doi.org/10.7202/1077353ar>
- Czupryna M., Oleksy P. (2016), *Dywidenda emocjonalna z inwestycji alternatywnych na przykładzie win francuskich*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie”, 10(958). <https://doi.org/10.15678/ZNUEK.2016.0958.1002>
- Damuri Y.R., Atje R., Gaduh A.B. (2006), *Integration and Trade Specialization in East Asia*, Working Paper Series, Centre for Strategic and International Studies, WPE094.
- Djanibekov N., Herzfeld T. (2022), *The impact of COVID-19 on agrifood systems and rural areas in Central Asia Caucasus countries: Final report of a study commissioned by FAO*, Leibniz Institute of Agricultural Development in Transition Economies (IAMO), Halle (Saale).
- Eurostat (2022), *Vineyards in the UE – statistics*, https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Vineyards_in_the_EU_-_statistics#General_overview (data dostępu: 10.05.2022).
- Eurostat (2022), *Wine-grower holdings by production*, https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/vit_t1/default/table?lang=en (data dostępu: 10.05.2022).
- FAOSTAT (2022), *Crops and livestock products*, <https://www.fao.org/faostat/en/#data/TCL> (data dostępu: 12.05.2022).
- FranceAgriMer (2022), *La filière Vin*, <https://www.franceagrimer.fr/filieres-Vin-et-cidre/Vin/La-filiere-Vin> (data dostępu: 10.05.2022).
- Gishen M., Graça A.R., Jones G.V. (2016), *Proposal for the Development of a Framework for a Globally Relevant Wine Sector Climate Change Adaptation Strategy*, Conference: XI International Terroir Congress at: Willamette Valley, USA.
- Granata J. (2013), *The Multiplication of Coopetitive Strategies in South of France Wine Industry*, 7th AWBR International Conference.

- Grandes Périodes de l'histoire des vins de Bordeaux*, <https://www.bordeaux.com/fr/Notre-savoir-faire/Histoire> (data dostępu: 10.05.2022).
- Komisja Europejska (2022), *Wysokiej jakości żywność i napoje z UE: Bordeaux ChNP*, https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/eu-quality-food-and-drink/bordeaux_pl (data dostępu: 10.05.2022).
- Komornicki T. (2006), *Eksport w ujęciu regionalnym jako miernik rozwoju przemysłu*, „Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego”, 8. <https://doi.org/10.24917/20801653.8.16>
- Kryzia D. (2016), *Poziom konkurencji na światowym rynku gazu ziemnego*, „Polityka Energetyczna-Energy Policy Journal”, 19(2).
- Kundera J. (2018), *Współczesne teorie wymiany międzynarodowej. Światowy handel po kryzysie 2008 r.*, E-Wydawnictwo. Prawnicza i Ekonomiczna Biblioteka Cyfrowa. Wydział Prawa, Administracji i Ekonomii Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław.
- Kwiatkowska E.M. (2014), *Miary koncentracji – teoria i praktyka ich wykorzystania przez organy regulacyjne na rynkach telekomunikacyjnych*, „Metody Ilościowe w Badaniach Ekonomicznych”, 15(3).
- Lamonaca E., Santeramo F.G., Seccia A. (2021), *Climate changes and new productive dynamics in the global wine sector*, „Bio-based and Applied Economics”, 10(2). <https://doi.org/10.36253/bae-9676>
- Leamer E.E (1995), *The Heckscher-Ohlin model in theory and practice*, „Princeton Studies in International Finance”, 77, International Economics Section, Department of Economics Princeton University.
- Legouy F. (2019), *La mondialisation du vin par les exportations ou le modèle français en transition*, „Pour”, 237–238. <https://doi.org/10.3917/pour.237.0055>
- Meilak Ch. (2008) *Measuring export concentration: The implications for small states*, „Bank of Valetta Review”, 37.
- Ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire (2022), *Infographie – La viticulture française*, <https://agriculture.gouv.fr/infographie-la-viticulture-francaise> (data dostępu: 10.05.2022).
- OECD (2020), *The Impact of COVID-19 on Agricultural Markets and GHG Emissions*, Paris, France.
- OIV (2017), *Global Economic Vitiviniculture Data*, <https://www.oiv.int/public/medias/5681/en-communicu-depresse-octobre-2017.pdf> (data dostępu: 15.05.2022).
- OIV (2022a), *International Code of Oenological Practices*, <https://www.oiv.int/public/medias/3921/e-code-i-31.pdf> (data dostępu: 10.05.2022).
- OIV (2022b), *Data. Country Profile*, <https://www.oiv.int/en/statistiques/?-year=2019&countryCode=FRA> (data dostępu: 12.05.2022).

- OIV (2022c), *Global Production. Data*, <https://www.oiv.int/what-we-do/data-discovery-report?oiv> (data dostępu: 15.05.2022).
- Olszańska K. (2016), *Handel zagraniczny Polski produktami mięsnymi w latach 1996–2014 – ocena tendencji na podstawie wybranych wskaźników*, „Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie Problemy Rolnictwa Światowego”, 16(2). <https://doi.org/10.22630/PRS.2016.16.2.44>
- ONIVINS (2022a), *Les cépages blancs dans de vignoble*, <https://www.onivins.fr/pdfs/457.pdf> (data dostępu: 10.05.2022).
- ONIVINS (2022b), *Les cépages noirs dans le vignoble*, <https://www.onivins.fr/pdfs/455.pdf> (data dostępu: 10.05.2022).
- Pawlak K., Kołodziejczak M., Kołodziejczak W. (2010), *Konkurencyjność sektora rolno-spożywczego nowych krajów członkowskich UE w handlu wewnątrzspółnotowym*, „Zagadnienia Ekonomiki Rolnej”, 1.
- Rastvortseva S. (2014), *Analyses of regional specialization and geographical concentration of industry in Russia*, Political sciences, law, finance, economics and tourism: international multidisciplinary scientific conference on social sciences and arts SGEM: conference proceedings, Bulgaria, Albena, Vol. 3: Economics and Tourism. <https://doi.org/10.5593/sgemsocial2014/B23/S7.003>
- Ricardo D. (1817), *On the principles of political economy and taxation*, John Murray, London.
- Salies E., Steiner B. (2011), *Have policy distortions spilled over across wine markets?: Evidence from the French Wine Sector*, Document de travail, Centre de recherche en économie de Sciences Po.
- UE (2013), *Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1308/2013 z dnia 17 grudnia 2013 r. ustanawiające wspólną organizację rynków produktów rolnych oraz uchylające rozporządzenia Rady (EWG) nr 922/72, (EWG) nr 234/79, (WE) nr 1037/2001 i (WE) nr 1234/2007*, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/?uri=CELEX%3A32013R1308> (data dostępu: 10.05.2022).
- VIVC (2022), *European Catalogue of Nationally Registered Varieties*, https://www.vivc.de/eucatgrape/ANNEX_1A_V3-4.pdf (data dostępu: 12.05.2022).
- Wemelbeke G. (2014), *La France dans l'Union européenne*, INSEE, France.

Summary

Foreign trade in wine products between France and European Union in 2010–2020

The aim of this paper is to examine the competitive position of exports of wine products between France and the European Union countries taking into account the 1121 segment (wine of fresh grapes, including must) of the international classification of goods SITC. Another objective is to conduct an analysis in the context of export orientation and specialization over the years 2010–2020. The publication uses methods of statistical analysis in the form of tools for the analysis of the community structure and the dynamics of phenomena, quantitative indicators of foreign trade and the classic measure of concentration. France shows a huge diversification of export specialization over the European Union countries. The SI indicator illustrates a very high comparative advantage over Latvia (SI: 5.4 in 2010; SI: 6.5 in 2020). Additionally, the uptrend is noticed in export relation to such countries as: Sweden (SI rose by 0.9) and Cyprus (SI rose by 0.5).

Keywords: France, European Union, foreign trade, wine products, export specialization, geographic concentration

Redaktor inicjujący
Sylvia Mosińska

Korekta techniczna
Elżbieta Rzymkowska

Wydane przez Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego
Wydanie I. W.10927.22.0.C

Ark. wyd. 3,65; ark. druk. 4,0

Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego
90-237 Łódź, ul. Jana Matejki 34A
www.wydawnictwo.uni.lodz.pl
e-mail: ksiegarnia@uni.lodz.pl
tel. (42) 635 55 77