

Recenzja książki:
Marian Gorynia, *Strategia zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2007, s. 200

Recenzowana książka jest podręcznikiem akademickim (dotowana przez Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego), a równocześnie monografią naukową na temat strategii zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw, przydatną przedsiębiorcom zarówno już działającym w skali międzynarodowej, jak i zamierzającym prowadzić działalność na rynkach zagranicznych.

Układ książki jest logiczny, zwarty, drobiazgowo przemyślany.

Autor rozpoczyna rozważania od szerokiego omówienia pojęć przedsiębiorstwa, biznesu międzynarodowego oraz związku ekspansji zagranicznej z teorią przedsiębiorstwa (r. 1).

Następnie prezentuje liczne definicje strategii przedsiębiorstwa, omawia jej poziomy w złożonym systemie tego organizmu i wiele uwagi poświęca strategii internacjonalizacji (czynnej i biernej), jej rodzajom ze względu na postawę przedsiębiorcy (strategia obronna, strategia wzrostu), a także zasięg geograficzny (strategia internacjonalizacji, strategia globalna) (r. 2).

W rozdziale 3 rozważane są zewnętrzne i wewnętrzne przyczyny zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw przy czym Autor przyznaje pierwszorzędne znaczenie czynnikom zewnętrznym (głównie zagrożeniom pozycji przedsiębiorstw). W tym kontekście omawia najpierw konkurencję na wewnętrznym rynku branżowym zgodnie z pięcioczynnikowym modelem Portera, następnie czynniki internacjonalizacji i globalizacji branż według modelu Yipa, dokonuje syntezy obu tych modeli i przedstawia ofensywne (zdobycie potrzebnych zasobów, rynków, zwiększenie efektywności działań) i defensywne (np. ochrona rynków krajowych czy zagranicznych) motywy zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw.

Szerokie omówienie motywów zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw stanowi odpowiednie tło dla prezentacji teorii internacjonalizacji przedsiębiorstwa (r. 4). W jej dorobku występują – w zasadzie – dwa modele: model sekwencyjny (stopniowe przechodzenie od sporadycznego eksportu, poprzez eksport przy pomocy pośredników, do zagranicznej filii handlowej i produkcyjnej oraz od jednego do wielu rynków zbytu) oraz model sieciowy. W tym ostatnim modelu internacjonalizacja firmy oznacza budowanie i umacnianie jej pozycji w powiązaniu z innymi zagranicznymi partnerami w sieci. W zależności od rozmiarów firmy może ona przeskoczyć tradycyjne etapy internacjonalizacji i stać się globalną.

W kolejnym 5 rozdziale Autor krytycznie omawia związki teorii internacjonalizacji przedsiębiorstw z teorią handlu międzynarodowego oraz bezpośrednich inwestycji zagranicznych. Wskazuje na brak kompletnej i spójnej teorii ujmującej międzynarodowe zachowania przedsiębiorstw oraz na fakt, że tradycyjna teoria

handlu międzynarodowego ma w zasadzie charakter makroekonomiczny, a tym samym źródła przewagi komparatywnej są egzogeniczne względem przedsiębiorstwa. W konsekwencji zagadnienie internalizacji przedsiębiorstwa jest podjęte w tej teorii w sposób fragmentaryczny i bez uwzględnienia przenośności czynników wytwórczych między krajami. Również w koncepcjach zagranicznych inwestycji bezpośrednich zachowania przedsiębiorstw w skali międzynarodowej przedstawiane są w sposób niekompletny (np. bez uwzględnienia przenośności wiedzy), co powoduje, że obecnie zasadny jest eklektyzm podejść badawczych w tym zakresie.

W rozdziale 6 Autor omawia sposoby wejścia firmy na rynki zagraniczne wyróżniając eksport, kooperację niekapitałową (licencjonowanie, franchising, oraz kontrakty menedżerskie, na inwestycje pod klucz, na poddostawy), kapitałową (*joint ventures*), a także alianse strategiczne oraz samodzielne prowadzenie działalności gospodarczej za granicą.

Rozdział ostatni dotyczy metod wyboru formy zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw, w tym zwłaszcza kryteriów wyboru strategii wejścia na rynki zagraniczne opartych na rachunku ekonomicznym (modele Vernona, Hirscha, Buckleya i Cassona, Roota, Contractora i Lorange`a, Andersona i Gatignona) oraz na podstawie innych przesłanek (fazy cyklu życia produktu/branży, doświadczeń internacjonalizacyjnych przedsiębiorstwa).

W konsekwencji czytelnik ma możliwość poznania zarówno dorobku teorii zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw, jej związku z teorią handlu międzynarodowego i zagranicznych inwestycji bezpośrednich, jak i stosowanych form tej ekspansji oraz metod ich wyboru. W książce zawarty jest więc kompleks aktualnej wiedzy o teorii i praktyce zagranicznej ekspansji firm. Jej wielką zaletą jest niezwykle przejrzysty sposób prezentacji problemów (świadczący o głębokim ich przemyśleniu) oraz usystematyzowanie wiedzy z zakresu zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw.

Szczególnym wkładem Autora do teorii wymiany zagranicznej są rozważania zawarte w rozdziale 5, tj. krytyczne omówienie związku teorii handlu międzynarodowego (tradycyjnej i jej ewolucji) oraz zagranicznych inwestycji bezpośrednich z zagadnieniami internacjonalizacji przedsiębiorstwa. Wynika z nich nienadążanie teorii za niezmiernie szybko rozwijającą się praktyką ekspansji firm w globalizującej się gospodarce.

Tematyka książki jest niezmiernie aktualna ze względu na potrzebę i konieczność dalszego rozwoju internacjonalizacji polskich przedsiębiorstw, zwłaszcza pod kątem przechodzenia od przewag wynikających z istnienia taniej siły roboczej do przewag opartych na rozwoju inwestycji w postęp techniczny i kapitał ludzki.

Słabością książki – w mojej ocenie – jest brak praktycznej egzemplifikacji motywów i form zagranicznej ekspansji firm międzynarodowych i/lub polskich, a także szczególnego potraktowania niebywalej ekspansji usług. Istnieje więc pole do dalszej pracy i poszukiwań badawczych.

Reasumując, recenzowana książka jest publikacją wybitną ze względu na:
– usystematyzowanie istniejącego dorobku teorii oraz praktyki działań z zakresu zagranicznej ekspansji firm,

- niezmiernie przejrzyste jego przedstawienie,
- prezentację tego dorobku na tle teorii wymiany zagranicznej,
- wskazanie na niewystarczającą spójność podejścia mikro i makroekonomicznego do wymiany zagranicznej.

W konsekwencji recenzowana książka jest bardzo interesująca dla czytelników zajmujących się teorią wymiany zagranicznej, jak i dla praktyków zainteresowanych rozwojem ekspansji firm na rynki zagraniczne.

Urszula Płowiec