

E

PRZEDSIĘBIORSTWO W BIZNESIE MIĘDZYNARODOWYM
ASPEKTY EKONOMICZNE, FINANSOWE I MENEDŻERSKIE
Marian Gorynia

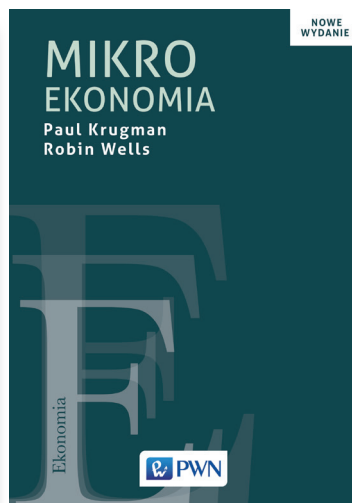
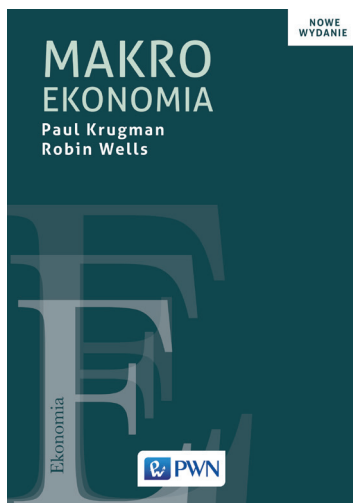
PRZEDSIĘBIORSTWO W BIZNESIE MIĘDZYNARODOWYM

ASPEKTY EKONOMICZNE,
FINANSOWE I MENEDŻERSKIE

Marian Gorynia

Ekonomia





PRZEDSIĘBIORSTWO W BIZNESIE MIĘDZYNARODOWYM

ASPEKTY EKONOMICZNE,
FINANSOWE I MENEDŻERSKIE

Książkę dedykuję mojej Żonie Grażynie

PRZEDSIĘBIORSTWO W BIZNESIE MIĘDZYNARODOWYM

ASPEKTY EKONOMICZNE,
FINANSOWE I MENEDŻERSKIE

Marian Gorynia



Projekt okładki i stron tytułowych
Małgorzata Smogorzewska

Wydawca
Dorota Siudowska-Mieszkowska

Koordynator ds. redakcji
Renata Ziółkowska

Redakcja
Paweł Wielopolski

Korekta
Małgorzata Nowakowska

Koordynator produkcji
Mariola Iwona Keppel

Skład i łamanie
Dariusz Ziach

Recenzent
Prof. dr hab. Bogusława Drelich-Skulska

Publikacja dofinansowana przez
Wielkopolską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości Sp z o.o.

Copyright © by Wydawnictwo Naukowe PWN SA
Warszawa 2021

ISBN 978-83-01-21542-2

Wydanie I

Wydawnictwo Naukowe PWN SA
02-460 Warszawa, ul. Gottlieba Daimlera 2
tel. 22 69 54 321, faks 22 69 54 288
infolinia 801 33 33 88
e-mail: pwn@pwn.com.pl; reklama@pwn.pl
www.pwn.pl

Druk i oprawa
OSDW Azymut Sp. z o.o.

Spis treści

Wstęp	13
Część I. Przedsiębiorstwo jako przedmiot poznania w biznesie międzynarodowym – zagadnienia teoretyczno-metodologiczne	23
1. Przedsiębiorstwo jako podmiot realnej gospodarki i przedmiot poznania naukowego	25
1.1. Przedsiębiorstwo jako podmiot sfery realnej	25
1.2. Przedsiębiorstwo jako przedmiot poznania w naukach ekonomicznych	32
2. Zakres pojęcia biznesu międzynarodowego	41
3. Interdyscyplinarny charakter biznesu międzynarodowego	49
4. Zagadnienie ekspansji zagranicznej a teorie przedsiębiorstwa	61
Zakończenie części I	69
Część II. Uwarunkowania kontekstualne zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw – poziom globalny, regionalny i mezoekonomiczny	71
5. Kontekst zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw – globalizacja, antyglobalizacja, deglobalizacja, regionalizacja	73
5.1. Uwagi terminologiczne i metodologiczne	73
5.2. Przyczyny, przejawy i skutki globalizacji	77
5.3. Przyszłość globalizacji	80
5.4. Podsumowanie	85

6. Mezoekonomiczne uwarunkowania zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw ...	89
6.1. Konkurencja na (wewnętrznym) rynku branżowym – model Portera	90
6.2. Koncepcja diamentu Portera	93
6.3. Czynniki internacjonalizacji i globalizacji branż – model Yipa	96
6.4. Synteza modeli Portera i Yipa	99
Zakończenie części II	101
Część III. Główne obszary refleksji nad zagraniczną ekspansją przedsiębiorstw w naukach ekonomicznych	103
7. Zagraniczna ekspansja przedsiębiorstw a teoria handlu międzynarodowego i teoria zagranicznych inwestycji bezpośrednich	107
7.1. Teoria handlu międzynarodowego a zagadnienie internacjonalizacji przedsiębiorstwa	108
7.1.1. Paradygmat międzynarodowej ekspansji przedsiębiorstwa (internacjonalizacji przedsiębiorstwa) a teoria handlu międzynarodowego	109
7.1.2. Przedsiębiorstwo w klasycznej teorii handlu międzynarodowego	110
7.1.3. Przedsiębiorstwo we współczesnej teorii wymiany międzynarodowej (teorii handlu międzynarodowego) – nowa teoria handlu międzynarodowego i nowa nowa teoria handlu międzynarodowego	113
7.2. Teoria zagranicznych inwestycji bezpośrednich a zagadnienie zagranicznej ekspansji (internacjonalizacji) przedsiębiorstwa – paradygmat zagranicznych inwestycji bezpośrednich a paradygmat zagranicznej ekspansji przedsiębiorstwa	118
7.2.1. Paradygmat zagranicznych inwestycji bezpośrednich	119
7.2.2. Przedsiębiorstwo w koncepcjach zagranicznych inwestycji bezpośrednich	120
7.2.2.1. Model cyklu życia produktu	121
7.2.2.2. Teoria oligopolu międzynarodowego	121
7.2.2.3. Teoria internalizacji	124
7.2.2.4. Eklektyczna teoria produkcji międzynarodowej	126
7.2.2.5. Teoria międzynarodowej transmisji zasobów	126
7.2.2.6. Teoria horyzontów globalnych	127
7.2.2.7. Teoria konkurencji globalnej	128
7.2.2.8. Teoria geobiznesu	129

7.2.2.9. Podsumowanie	131
7.3. Integracja teorii handlu międzynarodowego i teorii zagranicznych inwestycji bezpośrednich	131
8. Przegląd koncepcji teoretycznych przedsiębiorstwa międzynarodowego (PM) z perspektywy historycznej	133
8.1. Oczekiwania w stosunku do koncepcji teoretycznych PM	134
8.2. Co to jest przedsiębiorstwo międzynarodowe?	135
8.3. Pierwotne/tradycyjne teorie/koncepcje PM	137
8.4. Nowoczesne/współczesne teorie/koncepcje przedsiębiorstwa międzynarodowego na podstawie Pitelisa, Sugdena [eds. 1991]	139
8.5. Wczesne, niszowe, przejściowe teorie/koncepcje przedsiębiorstw międzynarodowych	149
8.6. Współczesne teorie przedsiębiorstw międzynarodowych na podstawie Ietto-Gillies [2005, 2011, 2019]	149
8.7. Współczesne teorie przedsiębiorstw międzynarodowych na podstawie Forsgrena [2008, 2013, 2017]	159
8.8. Podsumowanie	170
8.9. Współczesne teorie przedsiębiorstwa międzynarodowego na podstawie Cassona [2018]	175
8.10. Inne ujęcia istoty przedsiębiorstwa międzynarodowego	177
9. Współczesne teorie internacjonalizacji przedsiębiorstwa	179
9.1. Model sekwencyjny i jego rozwinięcia	179
9.2. Internacjonalizacja niekonwencjonalna, internacjonalizacja symultaniczna	191
9.3. Internacjonalizacja w ujęciu podejścia sieciowego	194
9.4. Internacjonalizacja w ujęciu przedsiębiorczości międzynarodowej – międzynarodowe nowe przedsięwzięcia i firmy <i>born global</i>	203
9.5. Internacjonalizacja – perspektywa zasobów, wiedzy, umiejętności, kompetencji, zdolności i uczenia się	206
Zakończenie części III	208
Część IV. Strategie zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw – motywy, definicje, poziomy, rodzaje i mierniki oraz pojęcie strategii globalnej	209
10. Motywy zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw	211
11. Koncepcje i definicje strategii przedsiębiorstwa	219

12. Poziomy strategii przedsiębiorstwa	225
13. Strategia internacjonalizacji przedsiębiorstwa i strategia dezinternacjonalizacji oraz reinternacjonalizacji	227
14. Rodzaje strategii internacjonalizacji	231
15. Strategia konkurencyjna na rynkach zagranicznych	235
16. Strategie funkcjonalne a ekspansja zagraniczna	241
16.1. Strategie lokalizacji działalności	243
16.2. Strategie marketingowe	244
16.3. Strategie zarządzania zasobami ludzkimi w przedsiębiorstwie międzynarodowym	244
16.4. Strategie finansowe i rachunkowości	245
16.5. Strategie w zakresie organizowania działalności przedsiębiorstwa międzynarodowego	246
17. Pomiar internacjonalizacji przedsiębiorstwa	249
18. Strategia globalna przedsiębiorstwa	251
Zakończenie części IV	257
Część V. Strategie zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw – sposoby wejścia na rynki zagraniczne	259
19. Sposoby wejścia na rynki zagraniczne – przegląd ogólny i typologie	261
20. Eksport	265
21. Kooperacja niekapitałowa – licencjonowanie	273
22. Kooperacja niekapitałowa – franczyza	283
23. Kooperacja niekapitałowa – kontrakty menedżerskie	287
24. Kooperacja niekapitałowa – kontrakty na inwestycje pod klucz	291
25. Kooperacja niekapitałowa – kontrakty na poddostawy	295
26. Kooperacja kapitałowa – joint ventures	297

27. Międzynarodowe sojusze strategiczne	301
28. Samodzielne prowadzenie działalności gospodarczej za granicą – własne filie i oddziały na rynkach zagranicznych	307
29. Zróżnicowanie form zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw	315
30. Ewolucja form obsługi rynku zagranicznego	321
31. Kombinacja sposobów obsługi rynku zagranicznego – alternatywa (substytucja) czy komplementarność (współwystępowanie)	323
Zakończenie części V	324
Aneks 1. Przykład zastosowania teorii kosztów transakcyjnych do analizy kwestii pośrednictwa w handlu zagranicznym	327
A1.1. Wstęp	327
A1.2. Charakterystyka teorii kosztów transakcyjnych	328
A1.3. Problem pośrednictwa w handlu zagranicznym w ujęciu teorii kosztów transakcyjnych	330
A1.4. Propozycje rozwiązania problemu w tradycyjnej literaturze ekonomicznej i marketingowej – kryteria alokacji funkcji w układzie eksportowym	332
A1.5. Wpływ czynnika skali działalności na strukturę układu eksportowego	336
A1.5.1. Czynniki skali w odniesieniu do wielkości obrotów jednym towarem (czynnik koncentracji obrotów)	336
A1.5.2. Czynniki skali w znaczeniu szerokości asortymentu	338
A1.5.3. Czynniki skali w ujęciu transakcyjno-informacyjnym	340
A1.5.4. Czynniki skali w ujęciu finansowo-kredytowym	342
A1.6. Propozycja rozwiązania problemu z wykorzystaniem teorii kosztów transakcyjnych	343
A1.6.1. Specyficzność zasobów	344
A1.6.2. Niepewność	347
A1.6.3. Częstotliwość	348
Część VI. Metody wyboru sposobu wejścia na rynki zagraniczne	353
32. Podstawowe modele, reguły i podejścia do wyboru strategii wejścia	355
33. Kryteria wyboru strategii wejścia na rynki zagraniczne	361

34. Metody wyboru oparte na rachunku ekonomicznym	367
34.1. Rachunek kosztów produkcji eksportowej i kosztów produkcji za granicą – model Vernona	367
34.2. Wybór między eksportem zagranicznym a produkcją zagraniczną – model Hirscha	368
34.3. Skala działań za granicą – model Buckleya i Cassona	368
34.4. Model wyboru między eksportem, licencjonowaniem i inwestycją zagraniczną na bazie teorii eklektycznej – model Roota	370
34.5. Prosta formalizacja wyboru sposobu prowadzenia działalności na rynku zagranicznym – model Welcha, Benito i Petersena	372
34.6. Rachunek kosztów i korzyści kooperacji – model Contractor'a i Lorange'a	373
34.7. Model wyboru między licencją, aliansem strategicznym i filią – model Contractor'a i Blake'a	375
34.8. Rachunek kosztów transakcyjnych – model Anderson i Gatignona	379
34.9. Kalkulacja opłacalności – procedura Jeanneta i Hennesseya	383
34.10. Analiza strategii wejścia na rynki zagraniczne według Buckleya i Cassona – rozszerzenie podejścia do internalizacji	385
35. Metody wyboru na podstawie etapu rozwoju i fazy internacjonalizacji	395
35.1. Faza cyklu życia produktu/branży – model Vernona	396
35.2. Procedura wyboru adekwatnej fazy internacjonalizacji – drzewo decyzyjne Brooke'a	398
36. Metody wyboru wielokryteriowego	401
36.1. Model uproszczony – Stonehouse'a, Hamilla, Campbella, Purdiego ...	402
36.2. Procedura Roota	402
36.3. Procedura Strathclyde	406
Zakończenie części VI	408
Część VII. Wątki normatywne i prospektywne zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw	411
37. Ogólnogospodarcze konsekwencje internacjonalizacji przedsiębiorstw w sferze innowacyjności, produktywności i konkurencyjności gospodarki oraz rekomendacje dla polityki gospodarczej sprzyjającej zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw	413

37.1. Założenia wstępne	414
37.2. Kanały wpływu: triada a współpraca gospodarcza z zagranicą – mapa możliwości	415
37.3. Co na to teoria? Mapa wyjaśnień teoretycznych	418
37.4. Mapa wyników badań empirycznych	422
37.5. Mapa rekomendacji dla polityki gospodarczej	428
37.6. Podsumowanie	434
38. Perspektywy internacjonalizacji polskich przedsiębiorstw i zalecenia dla strategii firm podejmujących ekspansję zagraniczną	435
38.1. Perspektywy internacjonalizacji polskich przedsiębiorstw	435
38.2. Zalecenia dla strategii firm podejmujących ekspansję zagraniczną	439
39. Kryzysy gospodarcze a biznes międzynarodowy na przykładzie pandemii COVID-19 – refleksje na gorąco	445
39.1. Jak poradzić sobie z koronawirusem?	445
39.2. Koronawirus niejeden ma wymiar	449
39.3. Przyszłość globalizacji – czy pandemia COVID-19 zabije globalizację?	452
39.3.1. Istota globalizacji	452
39.3.2. Scenariusze rozwoju globalizacji	455
40. Kierunki dalszych badań	461
Zakończenie części VII	464
Bibliografia	467
Indeks	493



Wstęp

Przedmiotem dociekań w niniejszej książce są zachowania przedsiębiorstwa działającego w sferze współpracy gospodarczej z zagranicą, która w literaturze przedmiotu określana jest jako biznes międzynarodowy (*international business*). Celem pracy jest, po pierwsze, określenie przyczyn i uwarunkowań kontekstualnych skłaniających firmę do podejmowania działalności na rynkach zagranicznych, która to działalność jest przecież obciążona ułomnością określaną w literaturze jako *liability of foreignness* albo *liability of outsidership* [Johanson, Vahlne 2009; Vahlne, Johanson 2020; Verbeke 2020]¹. Po drugie, celem pracy jest identyfikacja i krytyczna ocena koncepcji i wyjaśnień teoretycznych zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw. Jak to się okaże w dalszej części opracowania, koncepcje te są dość liczne, a jednocześnie rozproszone w różnych nurtach literatury przedmiotu, w efekcie czego sporządzenie ich rejestru i ocena ich przydatności są istotnym wyzwaniem badawczym.

Po trzecie, celem pracy jest komparatywny i krytyczny przegląd możliwych do podjęcia przez firmę form zagranicznej ekspansji, ze wskazaniem ich uwarunkowań sytuacyjnych oraz mocnych i słabych stron. Po czwarte, celem książki jest też stworzenie i prezentacja swoistego zestawu narzędziowo-metodycznego służącego do podejmowania decyzji o tym, czy i jaką formę zagranicznej ekspansji przedsiębiorstwa wybrać i wprowadzić w życie. Ten składnik celu pracy ma więc istotny komponent aplikacyjno-normatywny, co silnie wyróżnia to opracowanie na tle innych publikacji poświęconych zagranicznej aktywności firm.

Oprócz wymienionych założeń książka ma bardziej rozbudowane ambicje. W opracowaniu zaprezentowano również podłoże filozoficzno-metodologiczne współczesnych studiów nad przedsiębiorstwem jako takim, a także nad gospodarką rynkową, jak też w odniesieniu do całości nauk ekonomicznych. Zgłoszono ważny postulat poznawczy,

¹ Warto jednak zaznaczyć coraz częściej podnoszony w literaturze pogląd, że *foreignness* niesie za sobą nie tylko słabości, obciążenia (*liabilities*), ale także może dawać określone przewagi (*advantages*). W związku z tym postuluje się podejście bazujące na tożsamości firmy (*identity-based framework*) łącznie ujmujące zarówno przewagi, jak i obciążenia wynikające z *foreignness* [Edman 2016].

by podejmowane problemy analizować łącznie, całościowo z wykorzystaniem warsztatu badawczego poszczególnych dyscyplin składających się na nieformalnie wyodrębnioną, ale jednak mającą swoją tożsamość subdziedzinę – określaną jako nauki ekonomiczne – dla której elementem wspólnym i spoiwem scalającym różne wątki poznawcze jest kwestia efektywności.

Na początku należy podkreślić, że podstawową jednostką analizy w tym opracowaniu jest przedsiębiorstwo. Na nim skupiona jest uwaga i podstawowe rozpatrywane zmienne odnoszą się właśnie do firmy. Należy zwrócić uwagę, że przedsiębiorstwo jest odrębną jednostką analityczną wyodrębnioną „rozumowo” tylko z myślą o tym, aby łatwiej było przedstawić poszczególne zmienne i składniki prowadzonego wywodu. I tak w pracy wyróżnia się dwa poziomy przedsiębiorstwa: wyższy i niższy. Poziom wyższy ujmuje oddziaływanie firmy w otoczeniu bliższym i dalszym, w którym to następuje sprzężenie zwrotne wzajemnego wpływu. Na poziom niższy składają się poszczególne komórki organizacyjne zgodnie z przyjętymi zasadami ich porządkowania, a także ludzie: przedsiębiorcy, pracodawcy, pracownicy, menedżerowie i podwładni. W pracy autor stara się oddać tę złożoność sytuacji każdej firmy, wskazując na to, że zachowanie (funkcjonowanie, działanie) przedsiębiorstwa jest wypadkową oddziaływania wielu czynników, plasujących się zarówno na poziomie firmy jako całości, jej otoczenia, jak i na poziomie części składowych przedsiębiorstwa (komórek i pracowników).

Uwzględnienie i podkreślenie tych założeń ma służyć ukazaniu złożoności uwarunkowań i mechanizmów decyzyjnych prowadzących do wyboru określonych zachowań firmy prowadzącej ekspansję na rynkach zagranicznych. Wykorzystanie elementów analizy kontekstualnej (poziomy „wyższe”) i analizy redukcyjnej (poziomy „niższe”) powinno sprzyjać nadaniu prowadzonym rozważaniom bardziej realistycznego charakteru i zapobiec nadmiernym uproszczeniom. Można więc mówić, że w opracowaniu przyjęto perspektywę firmy „racjonalnej w tendencji”, „racjonalnej z zasady albo co do zasady”, „racjonalnej intencjonalnie”, czego nie należy mylić z „racjonalnością doskonałą”. Innymi słowy, przyjmuje się tutaj, że zachowania firm są równoznaczne z dążeniem do racjonalności, które jednak może być obciążone błędami (poznawczymi, heurystycznymi, wykonawczymi). Jeszcze inaczej rzecz ujmując, perspektywa rozumowania przyjęta przez autora nie wyklucza, że aktorzy ekonomiczni mogą dążyć do racjonalności, natomiast w rzeczywistości najczęściej nie są racjonalni (albo nie są w pełni racjonalni)². Co więcej, nie stoi ona w sprzeczności z osiągnięciami ekonomii behawioralnej, dopuszcza i akceptuje mniej lub bardziej liczne odstępstwa od racjonalności, ale jednak przyjmuje, że wiodącym mechanizmem kierującym ludzkimi zachowaniami jest *homo oeconomicus*, będący syntetycznym wyrazem racjonalności mikro.

² Ponadto należałoby jeszcze dokonać rozróżnienia między racjonalnością rzeczową (przedmiotową) a racjonalnością metodologiczną.

Druga ważna grupa założeń dotyczy wyboru perspektywy badawczej wykorzystanej w tej książce. Z jednej strony przyjęto perspektywę biznesu międzynarodowego, subdyscypliny leżącej na polach dociekań takich dyscyplin jak: ekonomia, finanse i nauki o zarządzaniu, a nawet towaroznawstwo (według klasyfikacji dyscyplin obowiązującej w Polsce do 30 września 2018 roku) albo ekonomia i finanse, a także nauki o zarządzaniu i jakości oraz geografia społeczno-ekonomiczna i gospodarka przestrzenna (według klasyfikacji dyscyplin obowiązującej w Polsce od 1 października 2018 roku). Z definicji więc zakłada się interdyscyplinarny charakter rozwijanego podejścia badawczego, nawiązujący w szeroki sposób do warsztatów badawczych wymienionych dyscyplin, czerpiący obficie z ich dorobku i niedający się jednoznacznie w całości zaklasyfikować do jednej z nich [Bowe i in. 2010]³. Podejście takie wynika z poczucia realizmu odniesionego zarówno do warunków poznania, jak i możliwości budowania zaleceń normatywnych związanych z zachowaniami przedsiębiorstwa działającego w sferze biznesu międzynarodowego. Innymi słowy, realne firmy są z natury rzeczy interdyscyplinarne i uwzględnienie tej okoliczności w badaniach jest imperatywem oznaczającym zachowanie więzi z rzeczywistością. Z drugiej strony z tych samych powodów autor ma świadomość celowości, a nawet konieczności sięgania do koncepcji poznawczych innych dyscyplin i subdyscyplin, takich jak chociażby prawo, socjologia, psychologia, filozofia itp. Stanowisko to zostanie rozwinięte w dalszej części opracowania.

Podsumowując ten wątek, należy podkreślić, że w książce dominuje perspektywa badawcza szeroko rozumianych nauk ekonomicznych ze wspomagającym je warsztatem innych nauk, przede wszystkim społecznych. Innymi słowy, można stwierdzić, że z metodologicznego punktu widzenia w niniejszym opracowaniu stawiana jest teza, że zagraniczna ekspansja przedsiębiorstw jako przedmiot poznania naukowego związana jest z zainteresowaniami w zasadzie wszystkich czterech dyscyplin (ekonomia, finanse, nauki o zarządzaniu, towaroznawstwo) zaliczanych we wcześniejszej klasyfikacji dyscyplin do formalnie wyodrębnionej dziedziny nauk ekonomicznych, a także do obu, a nawet trzech dyscyplin (ekonomia i finanse, nauki o zarządzaniu i jakości, geografia społeczno-ekonomiczna i gospodarka przestrzenna) należących do nieformalnie dającej się wyodrębnić subdziedziny nauk ekonomicznych w ramach dziedziny nauk społecznych.

Gwałtownie postępująca internacjonalizacja i globalizacja to znak współczesnych nam czasów. Zwłaszcza lata po światowym kryzysie finansowym 2008–2013 pokazują, że mamy do czynienia nie z jednolitą tendencją rozwojową, ale z wieloma zwrotami. Przyszłość globalizacji w sensie kierunku czy kursu ewolucji gospodarki światowej bywa kwestionowana. Ogólna tendencja podlega wahaniom, a zachodzące

³ W przywołanej publikacji Michael Bowe, Igor Filatotchew i Andrew Marshall [2010] podnoszą postulat konieczności integrowania badań w ramach dyscyplin *Contemporary Finance* i *International Business*. Wzmiankowany tekst stanowi jednocześnie *editorial* specjalnego numeru „International Business Review” poświęconego integracji badań w ramach finansów i biznesu międzynarodowego.

krótko- i średniookresowe zmiany skłaniają niektórych autorów do wątpliwości odnośnie do przyszłego kształtu międzynarodowych relacji gospodarczych. Procesy te znajdują swe odbicie w olbrzymiej liczbie opracowań badawczych, których autorzy starają się zidentyfikować, opisać i wyjaśnić zachodzące zmiany (nurt opisowo-wyjaśniający) lub sformułować zalecenia normatywne, rekomendacje dla menedżerów zarządzających firmami, a także dla polityków gospodarczych (nurt normatywny).

Uszczegółowiając deklarację dotyczącą przyjętej perspektywy badawczej, warto również podkreślić, że sama subdyscyplina nauk ekonomicznych, w której mieszczą się prowadzone tutaj rozważania, jest bardzo niejednorodna, cechuje się wieloparadygmatowością albo wieloparadygmatycznością czy też wielomodelowością, jeśli chodzi o przedmiot badań. Innymi słowy, współczesny biznes międzynarodowy jako subdyscyplina cechuje się pluralizmem.

Jednocześnie zauważalne jest duże zróżnicowanie metodologiczno-metodyczne tej subdyscypliny. W efekcie będącą głównym przedmiotem zainteresowania w tej pracy zagraniczna ekspansja przedsiębiorstwa bywa podnoszona i rozważana w różnych segmentach wiedzy tworzących subdyscyplinę biznesu międzynarodowego, takich jak: teorie przedsiębiorstwa międzynarodowego, teorie internacjonalizacji, teorie handlu międzynarodowego, teorie zagranicznych inwestycji bezpośrednich itp. Intencją autora jest w tej sytuacji zarówno dostrzeżenie, jak i respektowanie istnienia tej różnorodności. W pracy możliwe są świadome powtórzenia niektórych poglądów, koncepcji czy teorii, które występują równolegle w różnych komponentach, segmentach biznesu międzynarodowego.

Jeśli chodzi o deklarację charakteru tej pracy w rozumieniu jej autora, to należy zaznaczyć, że z założenia książka ta ma pełnić funkcje mieszane, których absolutnie nie można sprowadzić do jednostronnie pojmowanej roli opracowania czysto badawczego czy też typowego podręcznika. Decyduje o tym kilka okoliczności. Po pierwsze, w pracy prowadzi się szeroką debatę o charakterze teoretycznym odbiegającą istotnie od technicznej prezentacji odcinka rzeczywistości dokonywanej w podręcznikach. W większości partii książki zdecydowano się na odejście od upraszczającej nadmiernej rzeczywistości narracji podręcznikowej, a w to miejsce wprowadzono raczej atmosferę dyskursu akademickiego pokazującego złożoność podnoszonych kwestii. Chodzi więc tym samym nie tyle o prosty opis zubażający realny świat, ile o pokazanie jego kompleksowości w celu zrozumienia, wyjaśnienia i zinterpretowania.

Po drugie, w książce wykorzystuje się szeroki zestaw narzędzi badawczych, włącznie z prezentacją własnych wyników badań poznawczych. Przyświeca temu zamysł uniknięcia przesadnego uproszczenia badanej rzeczywistości, które zazwyczaj pojawia się przy wykorzystaniu jednego albo zawężonego zestawu narzędzi badawczych. Służy temu zabieg określany w literaturze jako triangulacja metodologiczna polegająca na doborze stosunkowo szerokiego zestawu metod badawczych mających z założenia wzajemnie się wspomagać z myślą o zapewnieniu jak najbardziej wyważonej wiedzy

na temat badanej rzeczywistości. Po trzecie, w opracowaniu nie unika się rozważań o charakterze normatywnym, przy czym należy podkreślić, że mają one specyficzny charakter i tylko w części naukowy charakter. Po czwarte wreszcie, w książce nie zrezygnowano z wątków prognostycznych, które jednak w obliczu gwałtowności sytuacji kryzysowej wywołanej pandemią COVID-19 mają charakter dość ogólny, zorientowany na dłuższy okres.

Warto nadmienić, że zamiarem autora nie było przygotowanie tradycyjnego, kompletnego podręcznika do studiowania zagadnień związanych z zagraniczną ekspansją przedsiębiorstw, lecz raczej napisanie książki o charakterze badawczym, prezentującej wyniki przemyśleń, sformułowanych na podstawie badań prowadzonych samodzielnie lub ze współpracownikami, a jednocześnie mogącej pełnić przynajmniej częściowo funkcje zaawansowanego podręcznika. Świadomie zamierzony eklektyczny charakter tej publikacji (monografia badawcza i podręcznik w jednym) wynika z faktu, że na rynku księgarskim występuje olbrzymia liczba podręczników z zakresu biznesu międzynarodowego i przygotowanie kompletnego, wyczerpującego, całościowego, samodzielnego, nowego podręcznika wydawało się autorowi zbyt trudne. Uderza zwłaszcza bogactwo podręczników anglojęzycznych, choć także publikacje w języku niemieckim i francuskim nie są rzadkością. Również w polskim piśmiennictwie nie brak opracowań na ten temat.

Intencją autora było więc m.in. opracowanie zwięzłego „przewodnika” do studiowania zagadnień biznesu międzynarodowego odniesionych do poziomu firmy, szeroko czerpiącego z dorobku najnowszej literatury światowej. Jednocześnie chodziło o zaprezentowanie wyników własnych przemyśleń o charakterze teoretycznym, a także rezultatów prowadzonych badań empirycznych. W książce zrezygnowano z przedstawiania świata biznesu międzynarodowego w nadto uproszczonej, podręcznikowej konwencji, a uwaga zwrócona jest na zasygnalizowanie problemów dyskusyjnych, dylematów, otwartych pytań, na które nie udzielono jeszcze jednoznacznej odpowiedzi.

Należy więc z całą mocą podkreślić, że książka jest silnie zorientowana na prezentację przeglądu rozważań z zakresu biznesu międzynarodowego z szerokim nawiązaniem do podbudowy badawczej (*research-grounded overview*). Towarzyszy temu dbałość o elementarny porządek definicyjny, klasyfikacyjny, typologiczny itp. z myślą o ułatwieniu studiowania nierzadko skomplikowanych zagadnień i uniknięciu nadmiernych uproszczeń czasami wypaczających sedno prowadzonych rozważań. Jednocześnie autorowi zależy na tym, by odbiorcy książki nie przyswajali bezkrytycznie i mechanicznie prezentowanych tutaj treści, ale by czuli się stymulowani do dochodzenia do własnych ocen i poglądów, a także by byli współautorami następnych lepszych opracowań dzięki zgłoszonej konstruktywnej krytyce proponowanych tutaj poglądów i ocen.

Inną cechą wyróżniającą tę pracę jest położenie akcentu na aspekty decyzyjne, a właściwie na metodologię i metodykę podejmowania decyzji dotyczących zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw. Chodzi więc o wyartykułowanie pierwiastka

zarządczego, który jest ważny dla praktyków gospodarczych. Menedżerowie stają m.in. przed dylematami:

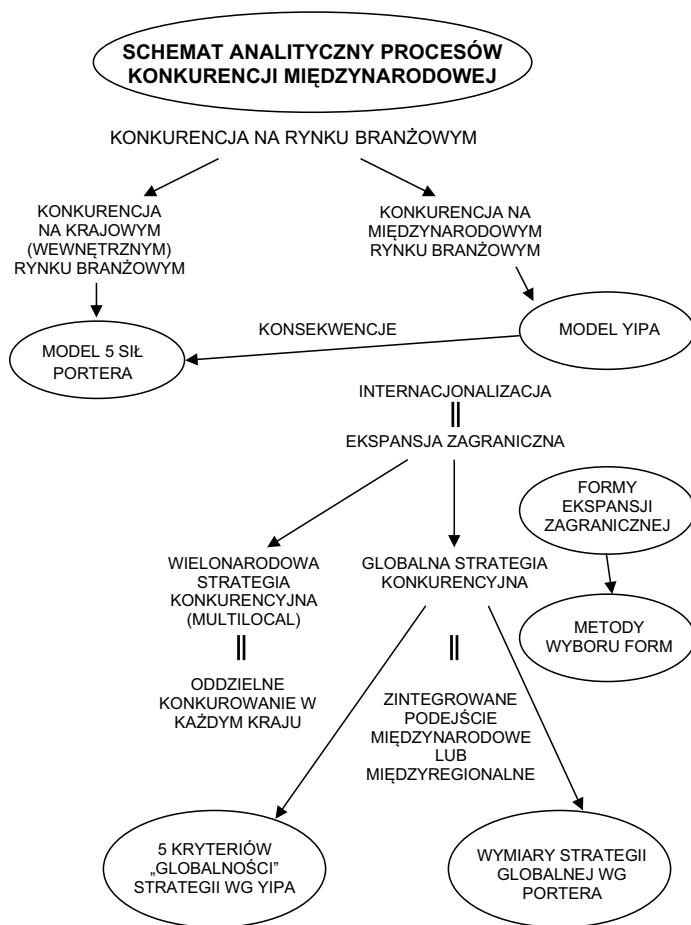
- Czy podejmować ekspansję zagraniczną, czy internacjonalizować działalność firmy?
- W jakiej formie prowadzić działalność na rynkach zagranicznych?
- Jakie zasoby zaangażować w procesie internacjonalizacji?
- Jaki powinien być rozkład w czasie działań związanych z wychodzeniem na rynki zagraniczne?

Literatura przedmiotu w zakresie biznesu międzynarodowego dostarcza w tej sprawie wielu ważnych rekomendacji – nie dają one oczywiście gwarancji odniesienia sukcesu, ale podwyższają prawdopodobieństwo uzyskania satysfakcjonujących wyników. Skumulowane doświadczenie menedżerów idzie w parze z zaleceniami badaczy teoretyków, doprowadzając do wypracowania szerokiej palety coraz bardziej zaawansowanych metod wyboru form zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw.

Układ treści książki i strukturę podejmowanej problematyki dobrze oddaje rysunek 1 przedstawiający schemat analityczny procesów konkurencji międzynarodowej. Immanentną cechą każdej firmy działającej w gospodarce rynkowej jest konkurowanie. Czasami ogranicza się ono do rynku krajowego, wewnętrznego, a czasami obejmuje też przestrzeń międzynarodową.

Zamysł książki wynika z oczywistej konstatacji, że praktycznie każde przedsiębiorstwo w gospodarce rynkowej działa w jakiejś branży, jest uczestnikiem jakiegoś rynku branżowego. Kontekst branżowy często jest jedną z najważniejszych determinant strategii przyjmowanej przez przedsiębiorstwo. Inne determinanty, których wagi nie chcemy pomniejszać, to kontekst dalszego otoczenia firmy, a także kontekst wewnętrzny (np. posiadane zasoby, kompetencje itp.). Te determinanty nie zostały wprowadzić ujęte na powyższym rysunku, ale dowodem uznania ich niekwestionowanej roli jest poświęcenie im należytego miejsca w strukturze książki, co znalazło wyraz w układzie poszczególnych części i rozdziałów opracowania. Nie fetyszyzując więc roli otoczenia branżowego, należy uznać jego ważność dla poczynąń strategicznych firmy.

Rolę otoczenia branżowego znakomicie ujmuje tzw. model 5 sił Portera. Model ten nie zawiera ograniczeń dla analizy międzynarodowych zachowań przedsiębiorstw, niemniej jednak nie eksponuje tego aspektu. Dopiero rozważania George’a Yipa (nazwano je tutaj modelem Yipa) dotyczące czynników skłaniających firmy do podejmowania działań internacjonalizacyjnych i globalizacyjnych rzucają więcej światła na międzynarodową ekspansję przedsiębiorstw, pokazując, że niejednokrotnie „wyjście za granicę” stanowi warunek dotrzymania kroku rywalom, a w skrajnych wypadkach warunkuje przetrwanie firmy. „Nałożenie” modelu Yipa na model Portera powoduje wiele ważnych konsekwencji dla tego ostatniego, co sprawia, że pojawia się zmodyfikowany w stosunku do pierwotnego modelu Portera układ determinant współwyznaczających strategię konkurencyjną firmy.



Rysunek 1. Schemat analityczny procesów konkurencji międzynarodowej

Źródło: opracowanie własne.

Efektem oddziaływania czynników ujętych w modelu Yip'a jest podejmowanie przez firmę ekspansji zagranicznej, czyli internacjonalizacja jej działalności. Ekspansja zagraniczna przedsiębiorstwa może przybierać różne formy organizacyjne. Dana firma może prowadzić ekspansję na poszczególnych rynkach w sposób zunifikowany lub też może strategię internacjonalizacji różnicować. Spełnienie przez firmę w procesie internacjonalizacji pewnych kryteriów (lub innymi słowy, przekroczenie pewnych progów) może doprowadzić do tego, że uznamy, że firma realizuje strategię globalizacji.

W przyjętym tutaj rozumieniu globalizacja odniesiona do poziomu firmy to szczególnie, bardziej zaawansowany przypadek internacjonalizacji. Michael Porter i George Yip sformułowali zestaw kryteriów, których spełnienie sprawia – w ich opinii – że firma

zasługuje na miano globalnej. Kryteria te proponuje się nazwać „kryteriami globalności firmy”. Wreszcie, ostatnią zmienną zasługującą na uwagę, uwzględnioną w powyższym schemacie analitycznym są różne metody analityczne, które mogą być stosowane w procesie wyboru właściwej dla danych warunków formy ekspansji zagranicznej.

Przechodząc do zasygnalizowania treści poszczególnych części książki, należy zacząć od stwierdzenia, że podobnie jak w większości funkcjonujących już w obiegu prac, na samym początku uznano, że w bardzo rozbudowanej i zróżnicowanej „działce” biznesu międzynarodowego należy – na potrzeby niniejszego opracowania – wprowadzić co najmniej minimalną dozę elementarnego porządku pojęciowego. Temu przekonaniu podporządkowano stosowne fragmenty we wszystkich częściach pracy.

W części pierwszej książki poruszono wstępne zagadnienia związane z funkcjonowaniem przedsiębiorstwa w biznesie międzynarodowym, a mianowicie zwrócono uwagę na przedsiębiorstwo jako podmiot realnej gospodarki, następnie odniesiono się do kwestii przedsiębiorstwa jako przedmiotu poznania w naukach ekonomicznych, podjęto próbę zakreslenia zakresu pojęcia biznesu międzynarodowego, a także pokazano, jakie odzwierciedlenie w teoriach przedsiębiorstwa znajduje zagadnienie ekspansji zagranicznej firmy.

Część druga zawiera omówienie kontekstualnych uwarunkowań zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw na poziomie globalnym, regionalnym i mezoekonomicznym. W tym miejscu rozważań pominięto poziom makroekonomiczny, któremu poświęcono dużo uwagi w części siódmej niniejszej pracy. W części drugiej uwagę skupiono najpierw na ogólnym kontekście zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw, który stanowią globalizacja, antyglobalizacja, deglobalizacja i regionalizacja, oraz na mezoekonomicznych, czyli branżowo-sektorowych, uwarunkowaniach zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw.

Punktem wyjścia analizy na poziomie mezo było syntetyczne przypomnienie tzw. modelu 5 sił Portera jako konstruktu obrazującego procesy konkurencji w branży i identyfikującego główne siły w otoczeniu przedsiębiorstwa, mające wpływ na charakter i natężenie konkurencji w branży, a co za tym idzie: na wybór adekwatnej strategii konkurencyjnej. Dalej zarysowano rozważania Yipa na temat czynników określających procesy internacjonalizacji i globalizacji branży (model Yipa). Kolejnym składnikiem rozdziału jest synteza (integracja) modelu Portera i Yipa, przedstawiająca, jak czynniki ujęte przez Yipa modyfikują działanie sił konkurencji w modelu Portera.

W części trzeciej wyodrębniono trzy główne obszary refleksji nad zagraniczną ekspansją przedsiębiorstw w naukach ekonomicznych. Po pierwsze, zaprezentowano ujęcie zagadnienia zagranicznej ekspansji przedsiębiorstwa w teorii handlu międzynarodowego i w teorii zagranicznych inwestycji bezpośrednich. Tym samym odwołano się do dwóch grup wyjaśnień teoretycznych zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw. Mianowicie prześledzono, jak zagadnienie internacjonalizacji przedsiębiorstwa ujmowane jest w teorii handlu międzynarodowego i w teorii zagranicznych inwestycji bezpośrednich. Po drugie, dokonano porównawczego i krytycznego przeglądu

koncepcji teoretycznych przedsiębiorstwa międzynarodowego z perspektywy historycznej, posługując się głównie pracami Christosa Pitelisa i Rogera Sugdena, Grazii Ietto-Gillies, Matsa Forsgrena i Marca Cassona. Po trzecie, przedstawiono koncepcję współczesnych teorii internacjonalizacji wraz z ich autorską oceną. Uwagę poświęcono prezentacji rozmaitych ujęć teorii internacjonalizacji przedsiębiorstwa. Wyróżniono i kolejno omówiono: model sekwencyjny i jego rozwinięcia, model internacjonalizacji niekonwencjonalnej, model internacjonalizacji w ujęciu podejścia sieciowego, a także zasygnalizowano inne ujęcia zagadnienia internacjonalizacji.

W części czwartej podjęto zagadnienie przyczyn i motywów zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw i zaprezentowano syntezę podstawowych rozstrzygnięć w takich obszarach jak: definicje strategii, poziomy strategii, pojęcie strategii internacjonalizacji, rodzaje strategii internacjonalizacji, typy strategii konkurencyjnych na rynkach zagranicznych, rodzaje strategii funkcjonalnych w ekspansji zagranicznej, pomiar internacjonalizacji przedsiębiorstwa i pojęcie strategii globalnej.

Przedmiotem rozważań w części piątej jest syntetyczna prezentacja charakterystyki poszczególnych form zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw, czyli sposobów wejścia i prowadzenia działalności na rynkach zagranicznych ze szczególnym uwzględnieniem uwarunkowań kontekstualnych przemawiających za wykorzystaniem albo przeciw wykorzystaniu poszczególnych form.

W części szóstej, w nawiązaniu do części piątej, uwagę skupiono na zarysowaniu istoty metod analitycznych, które mogą być przydatne do dokonania wyboru adekwatnej w danych warunkach formy zagranicznej ekspansji przedsiębiorstwa. Rdzeń tej części książki stanowi wszechstronne rozwinięcie aspektów finansowo-inwestycyjnych metod wyboru sposobu wejścia na rynek zagraniczny. Na podkreślenie zasługuje orientacja i skupienie uwagi w tej części opracowania na kwestiach decyzyjnych.

W ostatniej, siódmej części podjęto refleksję nad aspektami normatywnymi i perspektywnymi zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw. Zgodnie z wcześniejszą zapowiedzią poruszono w niej wątek makroekonomiczny, a więc określono ogólnogospodarcze konsekwencje zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw w sferze innowacyjności, produktywności i konkurencyjności gospodarki oraz rekomendacje dla polityki gospodarczej sprzyjającej zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw. Następnie zarysowano perspektywy internacjonalizacji polskich przedsiębiorstw i zalecenia dla strategii firm podejmujących ekspansję zagraniczną. Kolejny element tej części stanowią rozważania o powiązaniach między kryzysami gospodarczymi a biznesem międzynarodowym na przykładzie pandemii COVID-19. Ostatnią część pracy zamyka refleksja nad potencjalnymi kierunkami dalszych badań procesów zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw.

Z koncepcyjnego punktu widzenia niniejsza książka jako całość jest opracowaniem oryginalnym. Jednocześnie należy zasygnalizować, że wykorzystano w niej fragmenty wcześniejszych opracowań autora poświęconych zagranicznej ekspansji

przedsiębiorstw, a w szczególności [Fonfara, Gorynia, Najlepszy, Schroeder 2000] i [Gorynia 2007].

Wydaje się, że krąg potencjalnych odbiorców prezentowanej książki może obejmować następujące grupy czytelników:

- badaczy i nauczycieli akademickich zajmujących się szeroko rozumianym biznesem międzynarodowym;
- studentów następujących kierunków: stosunki międzynarodowe, zarządzanie i marketing, ekonomia we wszystkich typach uczelni ekonomicznych i prowadzących studia ekonomiczne. Chodzi przede wszystkim o studentów studiów drugiego stopnia (master) oraz trzeciego stopnia (doktorantów), choć wydaje się, że przynajmniej fragmenty tej książki nadają się do wykorzystania także na pierwszym stopniu studiów, jednak wyłącznie w najlepszych uczelniach ekonomicznych;
- pracowników szeroko rozumianej sfery współpracy gospodarczej z zagranicą, w szczególności pracowników firm działających w obszarze biznesu międzynarodowego;
- pracowników firm działających dotychczas na rynku krajowym, które mogą być w przyszłości zainteresowane podjęciem ekspansji na rynkach zagranicznych.



Wyjątkowo aktualna publikacja dotycząca zachowań przedsiębiorstw w sferze międzynarodowej współpracy gospodarczej.

Cechą dzisiejszej gospodarki rynkowej jest względnie swobodny przepływ towarów i usług w skali międzynarodowej. Decydującą rolę w tych procesach odgrywają przedsiębiorstwa, które coraz częściej oprócz prowadzenia działalności na ich macierzystych rynkach wewnętrznych podejmują ekspansję na rynki zagraniczne.

Książka jest dobrze osadzona w najważniejszych koncepcjach teoretycznych wyjaśniających ekspansję zagraniczną firm oraz uwzględnia najnowszą literaturę światową. Autor omawia m.in.: czynniki skłaniające firmy do wychodzenia na rynki zagraniczne, możliwe formy podejmowania działalności oraz metody służące do wyboru optymalnej formy ekspansji zagranicznej. Jest to nieocenione źródło wiedzy dla studentów studiujących na kierunkach związanych z międzynarodową współpracą gospodarczą (międzynarodowe stosunki gospodarcze, biznes międzynarodowy, logistyka międzynarodowa). Książka przydatna jest również dla nauczycieli prowadzących dydaktykę w tym zakresie.

Publikacja stanowi wartość wykraczającą poza dotychczasowe naukowe oceny procesu umiędzynarodowienia przedsiębiorstw. W polskiej literaturze ekonomicznej jest jedną z nielicznych kompleksowych analiz wieloaspektowej zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw w ujęciu interdyscyplinarnym, w której – co bardzo istotne – przyjęto inkrementalną metodę prezentowania treści. Pracę cechuje konsekwencja badawcza, a także spójność i przejrzystość, co ma duże znaczenie dla rozprzestrzeniania jej treści zarówno w środowisku akademickim, jak i wśród pracowników firm działających w obszarze biznesu międzynarodowego. (...) stanowi doskonały materiał analityczny oraz drogowskaz przy planowaniu metod i sposobów ekspansji zagranicznej polskich przedsiębiorstw.

Prof. dr hab. Bogusława Drelich-Skulska

Prof. dr hab. Marian Gorynia – wybitny polski ekonomista, w latach 2008–2016 rektor Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu. Od 2019 jest zastępcą przewodniczącego Rady Doskonałości Naukowej. Jest również przewodniczącym Rady Naukowej Polskiego Towarzystwa Ekonomicznego oraz członkiem Komitetu Nauk Ekonomicznych Polskiej Akademii Nauk. Jest autorem i współautorem ponad 20 książek oraz ponad 300 artykułów. Do jego zainteresowań należą: teoria przedsiębiorstwa, konkurencyjność przedsiębiorstwa, strategia przedsiębiorstwa w biznesie międzynarodowym oraz polityka wspierania konkurencyjności.

Partner



Wydawnictwo
Naukowe PWN SA
pwn.pl • 801 33 33 88
ksiegarnia.pwn.pl



