

**Internacjonalizacja i globalizacja
gospodarki polskiej.
Handel międzynarodowy
i inwestycje zagraniczne**

Redaktorzy naukowi
Jan Rymarczyk
Marcin Sutkowski

**Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej
im. Oskara Langego we Wrocławiu**



MATERIAŁY KONFERENCYJNE

iii

PRACE NAUKOWE nr 867
Akademii Ekonomicznej
im. Oskara Langego
we Wrocławiu

**Internacjonalizacja i globalizacja
gospodarki polskiej.
Handel międzynarodowy
i inwestycje zagraniczne**

**Redaktorzy naukowci
Jan Rymarczyk
Marcin Sutkowski**

Materiały z konferencji naukowej zorganizowanej przez
Katedrę Handlu Zagranicznego
Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu

Wrocław, 22-23 maja 2000

**Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej
im. Oskara Langego we Wrocławiu
Wrocław 2000**



Recenzent
Leon Olszewski

Pracę wydrukowano na podstawie materiałów
dostarczonych przez Autorów w formie gotowej do reprodukcji,
bez dokonywania zmian redakcyjnych

Wydanie publikacji dofinansowane przez
Komitet Badań Naukowych

© Copyright by Akademia Ekonomiczna we Wrocławiu
Wrocław 2000

PL ISSN 0324-8445

Druk i oprawa: Zakład Graficzny AE we Wrocławiu. Zam. 233/2000

Spis treści

Wstęp.....	7
Franciszek Adamczuk: Społeczno-ekonomiczne aspekty współpracy gospodarczej w Euroregionie Nysa (ERN).....	9
Jarosław Brach: Produkcja pojazdów użytkowych w Polsce a działania zagranicznych koncernów.....	16
Ryszard Broszkiewicz: Metody analizy statystycznej wpływu sald bilansów handlu zagranicznego i płatniczego na dług publiczny krajowy oraz zagraniczny.....	58
Klemens Budzowski: Inwestycje zagraniczne w regionie krakowskim.....	67
Mariusz Chrzan: Konkurencyjność gospodarki polskiej w roku 2000.....	77
Stanisław Czaja, Bogusław Fiedor: Rola bezpośrednich inwestycji zagranicznych jako czynnika powiększającego krajowy zasób kapitału ludzkiego (transfer technologii).....	87
Katarzyna Czerewacz: Porozumienie NAFTA jako element polityki handlowej Kanady.....	95
Małgorzata Domiter: Podstawy zawierania i realizacji kontraktów handlu zagranicznego w oparciu o formuły handlowe INCOTERMS 2000.....	102
Bogusława Drelich-Skulska, Przemysław Skulski: Rola Keiretsu i Sogo Sosha we współczesnej gospodarce Japonii.....	113
Ryszard S. Gibuła: Handel, inwestycje i korupcja.....	128
Marian Gorynia: Zachowania przedsiębiorstw a procesy globalizacyjne.....	140
Emilia Jurzyk: Ceny transferowe w zarządzaniu przedsiębiorstwem międzynarodowym.....	154
Karol Kociszewski: Wybrane problemy wspólnej polityki ekologicznej i prawa ochrony środowiska Unii Europejskiej.....	160
Andrzej Kowaluk: Kształtowanie się sektora bankowego w Polsce po 1989 roku i potencjalne kierunki jego rozwoju.....	180
Marzena Krawczyk: Identyfikacja i metody zapobiegania ryzyku w cyklu transakcji w handlu zagranicznym.....	186
Lidia Mesjasz: Zadłużenie zagraniczne w świetle nowej definicji długu.....	193
Elżbieta Mirecka: Teoretyczne aspekty funkcjonowania Unii Walutowej.....	208
Zbigniew Olesiński, Agnieszka Predygiel: Specjalne Strefy Ekonomiczne jako stymulator napływu bezpośrednich inwestycji zagranicznych.....	216
Sylvia Pangsy-Kania: Spłaty polskich zobowiązań zagranicznych w kontekście narastającego deficytu obrotów bieżących.....	226
Agnieszka Piasecka: Logistyka globalna. Eurologistyka jako nowy system zarządzania przepływem towarów i informacji w rozwoju logistyki europejskiej (zarys ogólny).....	235

Zdzisław W. Puślecki: Reorientacje strukturalne handlu zagranicznego krajów Europy Środkowej i Wschodniej.....	242
Jan Rymarczyk: Problemy zarządzania Narodowym Funduszem Inwestycyjnym. Konflikt „Swoi” „Obcy”.....	254
Jerzy Rymarczyk: Problematyka krajów rozwijających się w GATT i WTO.....	264
Jerzy Schroeder: Strategiczna rola funkcji zarządzania kadrami w przedsiębiorstwie międzynarodowym.....	275
Dorota Simpson: Wyzwania i dylematy, przed jakimi stają pracownicy kierowani do pracy za granicę.....	283
Marcin Sutkowski: Instrumenty pochodne w kontekście uwolnienia kursu złotego.....	296
Marzenna A. Weresa: Inwestycje zagraniczne a konkurencyjność polskiego eksportu.....	304
Andrzej Węgrzyn, Tomasz Skowroński: Analiza porównawcza struktury dokumentów strategii rozwoju ekonomicznego Kentu (Wielka Brytania) oraz strategii rozwoju Dolnego Śląska.....	315
Jolanta Wilczyńska: Uczestnictwo Polski w jednolitym rynku europejskim.....	324
Marta Wincewicz: Controlling w kontekście zintegrowanego zarządzania logistycznego, wybrane aspekty.....	330
Henryk Wojciechowski: Nowe tendencje w międzynarodowym licencjowaniu.....	349
Marzenna Zielińska: Kontrola celna towarów w zakresie zgodności obrotu towarowego z zagranicą z przepisami dotyczącymi ochrony własności intelektualnej.....	363
Jacek Żurowski: Bezpośrednie inwestycje zagraniczne w Polsce w latach 1989-1999.....	375

Marian Gorynia

Akademia Ekonomiczna w Poznaniu

ZACHOWANIA PRZEDSIĘBIORSTW A PROCESY GLOBALIZACYJNE

Wyjaśnienie zachowań współczesnych przedsiębiorstw w kontekście nasilających się procesów globalizacyjnych nie jest łatwe. Cele, jakie postawiono przed niniejszym referatem są więc z konieczności ograniczone. Cel pierwszy to próba uporządkowania niezwykle bogatej i nieuporządkowanej terminologii związanej z globalizacją. Cel drugi to dokonanie przeglądu teorii i koncepcji wyjaśniających zagraniczną ekspansję przedsiębiorstw, w tym globalizację strategii konkurencyjnych. Cel trzeci wreszcie, to przedyskutowanie silnych i słabych stron teorii kosztów transakcyjnych odniesionej do zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw. Teoria ta w przekonaniu autora referatu jest teorią najlepiej ujmującą i wyjaśniającą procesy internacjonalizacji przedsiębiorstw.

Realizacji powyższych celów poświęcone są trzy kolejne części referatu:

1. przegląd definicji globalizacji,
2. zarysowanie „mapy rynku” teorii wyjaśniających zagraniczną ekspansję przedsiębiorstw,
3. określenie silnych i słabych stron teorii kosztów transakcyjnych odniesionej do zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw.

Tezą referatu jest stwierdzenie, że teorią najlepiej, w najbardziej wszechstronny i sugestywny sposób, wyjaśniającą ekonomiczną istotę zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw, w tym szczególnego przypadku tej ekspansji, jakim jest strategia globalizacji, jest teoria kosztów transakcyjnych. Teoria kosztów transakcyjnych ma

jednak także pewne słabości. Podstawową słabością tej teorii są problemy z jej weryfikacją czy falsyfikacją, wynikające z trudności z operacjonalizacją i kwantyfikacją kosztów transakcyjnych. Z tych samych względów wykorzystanie teorii kosztów transakcyjnych do predykcji zachowań firm prowadzących ekspansję zagraniczną jest ograniczone.

1. Definicje globalizacji

Bardzo słuszny wydaje się pogląd, że ilość konceptualizacji globalizacji zbliżona jest do ilości dyscyplin w szeroko rozumianych naukach społecznych¹. Globalizacja jest zjawiskiem (procesem) wielowymiarowym i jako takie stanowi przedmiot zainteresowania wielu dyscyplin nauki. Z naukowego punktu widzenia można stwierdzić, że globalizacja jest procesem interdyscyplinarnym. Ekonomistę interesują wybrane aspekty globalizacji, co jest zdeterminowane przede wszystkim jego kompetencjami. Trzeba jednak pamiętać o pozostałych, nie-ekonomicznych aspektach globalizacji.

Wśród ekonomistów powszechnie akceptowana jest definicja globalizacji redukująca to pojęcie to nieistnienia granic i barier w handlu między narodami². Inne rozumienie globalizacji to zmiany w tradycyjnych wzorcach produkcji międzynarodowej, inwestycji i handlu³. Istnieją także definicje globalizacji wybiegające poza czysto ekonomiczne jej ujęcie. Przykładem może być pojmowanie globalizacji jako związków między wzajemnie zachodzącymi na siebie interesami biznesu i społeczeństwa⁴.

Zamiast dokonywać krytycznego i kompletnego przeglądu definicji globalizacji proponujemy, aby za B. Parker przyjąć definicję bardzo trafnie oddającą definicję tego zjawiska (problemu): *globalizacja to „rosnąca przenikalność (permeability) wszelkiego rodzaju granic, mianowicie granic fizycznych, takich jak czas i przestrzeń, granic narodowo – państwowych, granic gospodarek, branż i*

¹ J. N. Pieterse, *Globalization as Hybridization*. In: M. Featherstone, S. Lash, R. Robertson (eds), *Global Modernities*, Sage Publications, London 1995.

² K. Ohmae, *The End of the Nation State*, Free Press, New York 1995.

³ P. Dicken, *Global Shift*, Guilford Press, New York 1992.

⁴ J. Brown, *Corporation as Community: A New Image for a New Era*. In: J. Renesch (ed.), *New Traditions in Business*, Berrett - Koehler, San Francisco 1992.

organizacji oraz mniej namacalnych granic, takich jak normy kulturowe i założeń dotyczących tego „jak się robi pewne rzeczy tutaj” ”⁵.

Źródeł współczesnych procesów globalizacyjnych można się doszukiwać w wielu sferach, takich jak: technologia, gospodarka, polityka, kultura i środowisko naturalne⁶.

Warto też wymienić główne środowiska (płaszczyzny), w których zachodzi globalizacja. Są one następujące: globalna kultura; globalna gospodarka – handel, inwestycje zagraniczne, kapitał, praca; globalne branże; globalizacja technologii i globalizacja środowiska naturalnego⁷.

Zaprezentowane definicje nie zawierają w sobie rozróżnienia odnośnie do tego czy dotyczą poziomu całej gospodarki czy poziomu przedsiębiorstwa. W tym miejscu pojęcie globalizacji należy odnieść do poziomu mikroekonomicznego. Należy wyjść od stwierdzenia, że każda firma może konkurować na krajowym (wewnętrznym) rynku branżowym (jej rywalami są wtedy zarówno firmy krajowe, jak i firmy zagraniczne-import) i/lub na międzynarodowym rynku branżowym (zob. schemat 1). W tym drugim przypadku możemy mówić o internacjonalizacji działalności przedsiębiorstwa lub ekspansji zagranicznej firmy. W zagranicznej ekspansji przedsiębiorstwa mogą wystąpić dwie grupy strategii: wielonarodowa strategia konkurencyjna i globalna strategia konkurencyjna⁸. Należy zauważyć, że wyróżnienie multilokalnej strategii konkurencyjnej i globalnej strategii konkurencyjnej ma sens nie tylko w odniesieniu do tej formy zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw, jaką są zagraniczne inwestycje bezpośrednie realizowane w formie powoływania własnych filii (tak przyjmuje Yip), ale także do innych form internacjonalizacji, takich jak eksport czy różne kooperacyjne formy współpracy z partnerami zagranicznymi.

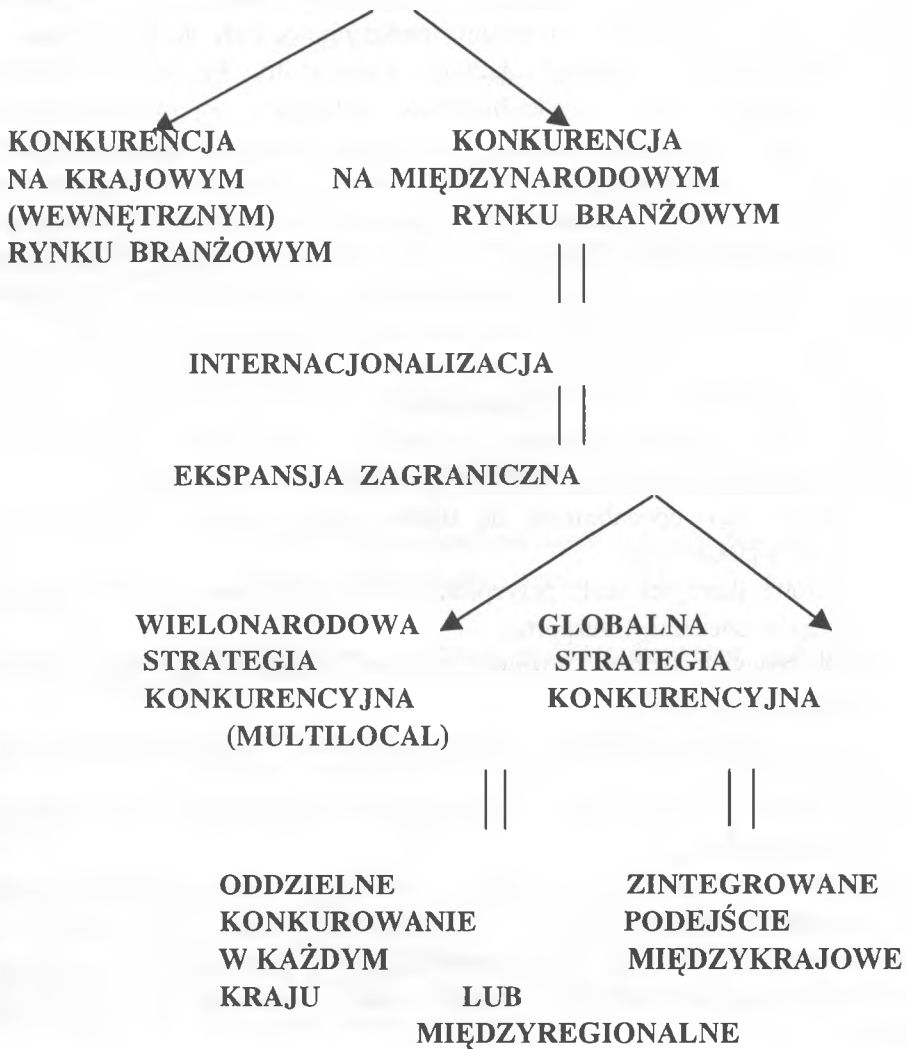
⁵ B. B. Parker, *Globalization and Business Practice. Managing Across Boundaries*, Sage Publications, London 1998, s.6-7.

⁶ *Ibidem*, s. 12-21.

⁷ *Ibidem*.

⁸ G. S. Yip, *op. cit.*

KONKURENCJA NA RYNKU BRANŻOWYM



Źródło: opracowanie własne

W ujęciu Yipa strategia globalna jest, więc przeciwieństwem podejścia wielonarodowego, przy którym przedsiębiorstwo powołuje krajowe filie, dostosowujące swą działalność do lokalnych potrzeb. Podejście wielonarodowe jest często kwestionowane. Oddzielne konkurowanie w każdym kraju było

konsekwencją tradycyjnego podejścia do umiędzynarodowienia działalności przedsiębiorstwa – wybór terytorium rynkowego w przypadku firm internacjonalizujących działalność musiał bowiem uwzględniać bariery handlowe, taryfy, kwoty importowe, odmienności w zakresie prawa, języka, upodobań i zachowań ludzi, a produkty i programy marketingowe były dostosowywane do zagranicznych potrzeb, preferencji, kultury, klimatu itp. Typowym rezultatem umiędzynarodowienia było przedsiębiorstwo realizujące w różnych krajach odmienne strategie i podejścia. Różnice te często prowadziły do osłabienia pozycji kosztowej firmy, pogorszenia jakości wyrobów oraz osłabienia siły konkurencyjnej w skali ogólnoświatowej. Zdaniem Yipa pokonanie niedogodności stworzonych przez umiędzynarodowienie firmy z wykorzystaniem strategii multilokalnej wymaga jej globalizacji, to znaczy wprowadzenia zintegrowanego zarządzania ogólnoświatowymi zasobami przedsiębiorstwa i jego przewagą konkurencyjną⁹.

Należy zaznaczyć, że o tym, czy przedsiębiorstwa danej branży cechuje wysoka czy niska skłonność do internacjonalizacji i globalizacji decyduje charakterystyczna dla danej branży kombinacja czynników determinujących potencjał internacjonalizacyjny i globalizacyjny sektora. Są to czynniki¹⁰:

1. rynkowe (np. upodabnianie się stylów życia i gustów, pojawienie się klientów globalnych),
2. kosztowe (korzyści skali, przyspieszenie tempa innowacji technologicznych, postęp w dziedzinie transportu),
3. konkurencyjne (wzrost poziomu obrotów handlu światowego, globalne alianse strategiczne),
4. rządowe (znoszenie barier taryfowych i pozataryfowych, denacjonalizacja, prywatyzacja),
5. dodatkowe (rewolucja w informacji i komunikacji, udogodnienia w podróżowaniu).

W kontekście powyższego ważne jest to, że każda branża posiada odmienny układ czynników internacjonalizacji i globalizacji, układy te zmieniają się z upływem czasu, potencjał internacjonalizacyjny i globalizacyjny niektórych branż jest większy od potencjału innych branż i potencjał ten zmienia się z upływem czasu.

Przedstawione czynniki internacjonalizacji i globalizacji mają związek z siłami konkurencji ujętymi w znanym modelu Portera¹¹. Przeważnie wzrost poziomu internacjonalizacji i globalizacji branży pociąga za sobą wzrost natężenia sił konkurencji:

⁹ ibidem

¹⁰ ibidem

¹¹ M. E. Porter, *Strategia konkurencji. Metody analizy sektorów i konkurentów*, PWE, Warszawa 1992.

1. wzrasta zagrożenie nowymi wejściami – następuje relatywne obniżenie barier wejścia i wyjścia,
2. zaostrza się rywalizacja między firmami już istniejącymi,
3. następuje wzrost zagrożenia przez substytuty – rozszerza się obszar, z którego substytuty mogą pochodzić,
4. globalizacja klienta wzmacnia jego siłę przetargową wobec konkurentów z danego sektora,
5. globalizacja konkurentów osłabia siłę przetargową klientów.

Dla ustalenia treści pojęcia globalizacja w odniesieniu do przedsiębiorstwa istotne znaczenie ma fakt, że strategia globalizacji na poziomie firmy ma charakter wielowymiarowy. Wymiarami są stosowane instrumenty strategiczne. Yip ujmuje te instrumenty następująco¹²:

1. uczestnictwo w rynku – wybrane rynki krajowe, poziom zaangażowania, udziały w rynku,
2. produkty/usługi – stopień podobieństwa lub zróżnicowania na różnych rynkach,
3. lokalizacja działalności – umiejscowienie ogniw łańcucha wartości dodanej,
4. marketing – stopień uniformizacji marek, reklam i innych elementów marketingu,
5. posunięcia konkurencyjne – stopień podporządkowania globalnej strategii konkurencyjnej.

Z powyższego wynika, że globalizacja odniesiona do poziomu firmy może być stopniowalna. Można nawet zaproponować pojęcie firmy „totalnie” globalnej. Byłaby to firma globalna w maksymalnie możliwym stopniu pod każdym z wymienionych pięciu względów. Nietrudno zauważyć, że warunki firmy „totalnie” globalnej spełniałby monopol pełny w skali ogólnoswiatowej.

W tym miejscu należy zauważyć, że przedsiębiorstwo może prowadzić ekspansję zagraniczną w różnych formach. Możliwe sposoby wejścia na rynki zagraniczne daje się zakwalifikować do trzech grup:

1. eksport,
2. powiązania kooperacyjne z partnerem zagranicznym,
3. samodzielne prowadzenie działalności gospodarczej.

Eksport jest najbardziej tradycyjną formą ekspansji zagranicznej przedsiębiorstwa. Powiązania kapitałowe z partnerami zagranicznymi to względnie długotrwałe związki gospodarcze. Mogą one przybrać kilka form:

¹² G. S. Yip, op. cit., s. 34.

1. kooperacja niekapitałowa,
2. kooperacja kapitałowa,
3. sojusze strategiczne (alianse strategiczne, koalicje strategiczne).

Kooperacja niekapitałowa w biznesie międzynarodowym może przyjąć kilka postaci: kontrakty licencyjne, umowy franchisingowe, kontrakty menedżerskie (kontrakty na zarządzanie, management contracts), kontrakty na inwestycje „pod klucz” oraz kontrakty na poddostawy (subcontracting).

Międzynarodowa kooperacja kapitałowa oznacza utworzenie nowego podmiotu kapitałowego, w którego kapitale udziały posiadają wspólnicy pochodzący co najmniej z dwóch krajów (international joint ventures).

Coraz częstszą formą współpracy gospodarczej w skali międzynarodowej jest zawieranie sojuszy strategicznych.

Samodzielne prowadzenie działalności gospodarczej w biznesie międzynarodowym wiąże się z realizacją zagranicznej inwestycji bezpośredniej przy 100% własności przedsiębiorstwa położonego za granicą.

Zestawienie powyższych ustaleń terminologicznych dotyczących globalizacji na poziomie przedsiębiorstwa i możliwych form zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw prowadzi do wniosku, że pojęcia globalnej strategii konkurencyjnej przedsiębiorstwa nie należy redukować do strategii eksportowej lub strategii prowadzenia zagranicznych inwestycji bezpośrednich, tak jak to się najczęściej świadomie lub nieświadomie czyni w literaturze przedmiotu. Atrybut globalizacji strategii można i należy odnosić także do pozostałych (innych niż eksport i zagraniczne inwestycje bezpośrednie) form ekspansji zagranicznej. Spostrzeżenie to dodatkowo komplikuje, ale i jednocześnie porządkuje rozważania na temat globalizacji strategii konkurencyjnej przedsiębiorstwa. Mówiąc o globalizacji tej strategii należy pamiętać o uściśleniu, jakiej formy ekspansji globalizacja dotyczy, nietrudno bowiem wyobrazić sobie firmę, która globalizuje strategię w zakresie eksportu, jednocześnie nie realizując strategii globalnej w zakresie zagranicznych inwestycji bezpośrednich lub zawieranych z partnerami zagranicznymi kontraktów licencyjnych. Podsumowanie rozważań dotyczących strategii ekspansji zagranicznej firmy zawarto w tabeli 1.

Tabela 1. Pięciowymiarowa klasyfikacja strategii ekspansji zagranicznej firmy

FORMA EKSPANSJI		ATRYBUTY STRATEGII - INSTRUMENTY STRATEGICZNE									
		Uczestnictwo w rynku		Produkty / usługi		Lokalizacja Działalności		Marketing		Posunięcia konkurencyjne	
		Globalne	Multi-lokalne	Globalne	Multi-lokalne	Globalna	Multi-lokalne	Globalny	Multi-lokalny	Globalne	Multi-lokalne
1. Eksport											
2. K o o P e r a c j a	a) Kontrakty licencyjne										
	b) Umowy franchisingowe										
	c) Kontrakty menedżerskie										
	d) Kontrakty na inwestycje „pod klucz”										
	e) Kontrakty na poddostawy										
	f) Joint ventures										
	g) Międzynarodowe sojusze strategiczne										
3. Filie własne											

Źródło: opracowanie własne

2. „Mapa rynku” teorii wyjaśniających zagraniczną ekspansję przedsiębiorstw (w tym strategię globalizacji)

Dotychczas brak jest kompletnej i spójnej teorii ujmującej międzynarodowe zachowania przedsiębiorstw. Poszukiwanie wyjaśnień zachowań przedsiębiorstw w sferze międzynarodowej może obejmować następujące dyscypliny: teorię wymiany międzynarodowej, teorię przedsiębiorstwa, teorię struktury branży (theory of industry organization), teorię zagranicznych inwestycji bezpośrednich, teorię przedsiębiorstwa wielonarodowego, teorię kapitału, teorię międzynarodowych stosunków finansowych, teorię konkurencji monopolistycznej, teorię organizacji i zarządzania oraz teorię podejmowania decyzji. Zbudowanie teorii ujmującej działalność przedsiębiorstw w przestrzeni międzynarodowej wymagałoby wyselekcjonowania i zinterpretowania założeń i twierdzeń wymienionych teorii w kontekście zachowań przedsiębiorstwa, a następnie dokonania ich syntezy. Podjęcie tego niewątpliwie fascynującego zadania wykracza jednak poza ramy niniejszego opracowania.

Teorie podejmujące zagadnienie ekspansji przedsiębiorstw w sferę biznesu międzynarodowego można zaliczyć do trzech poziomów¹³:

1. makro,
2. mezo,
3. mikro.

Pierwotnie dominował makroekonomiczny punkt widzenia, w którym zainteresowanie badaczy skupiało się na stosunkach pomiędzy gospodarkami narodowymi. Zagadnienia związane z przedsiębiorstwem występowały na dalszym planie¹⁴. W tym nurcie należy wymienić prace takich autorów jak A. Smith, D. Ricardo, W. Taussig, J. Viner, G. Haberler, E. Heckscher, B. Ohlin, P. A. Samuelson, M. V. Posner, S. B. Linder¹⁵.

Mezoeconomiczny punkt widzenia występuje w pracach ekonomistów wykorzystujących modele cyklu życia produktu (R. Vernon, K. Kojima), w których uwaga zogniskowana jest na otoczeniu branżowym przedsiębiorstwa i na analizie czynników sektorowych bezpośrednio oddziaływujących na

¹³ Por. W. J. Otta, *Strategia przedsiębiorstwa na rynkach zagranicznych*, w: *Przedsiębiorstwo na rynku międzynarodowym*, red. T. Gołębiowski, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1994, s.46-47.

¹⁴ W sprawie ujęcia zagadnienia internacjonalizacji przedsiębiorstwa w teorii handlu międzynarodowego zob.: M. Gorynia, *Podstawy strategii w biznesie międzynarodowym*, w: K. Fonfara, M. Gorynia, E. Najlepszy, J. Schroeder, *Strategie przedsiębiorstw w biznesie międzynarodowym*, Wydawnictwo AE w Poznaniu, Poznań 2000, s. 26-36.

¹⁵ Przegląd zasygnalizowanych teorii zawarty jest np. w pracy: J. Misala, *Teorie międzynarodowej wymiany gospodarczej*, PWN, Warszawa 1990.

przedsiębiorstwo¹⁶. Do tego poziomu analizy należy także zaliczyć analizy M. E. Portera, dotyczące przewagi konkurencyjnej narodów¹⁷.

Z interesującego nas punktu widzenia największe znaczenie mają oczywiście teorie zaliczane do nurtu mikroekonomicznego. Teorie te można klasyfikować ze względu na różne kryteria. Pierwszym kryterium może być zakres przedmiotowy teorii, przez który można rozumieć ilość form zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw. Są teorie, które odnoszą się tylko do jednej formy ekspansji (na przykład teoria S. Hymera odnosi się do zagranicznych inwestycji bezpośrednich), ale są też teorie, które pokrywają zasięgiem analizy całość form zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw (na przykład teoria kosztów transakcyjnych). Drugie kryterium można wyprowadzić z zaproponowanej przez O. E. Williamsona analitycznej mapy¹⁸ kontraktów, która ukazuje, jaką problematykę podejmują poszczególne nurty ekonomii w odniesieniu do funkcjonowania przedsiębiorstw (Williamson nie dokonuje rozróżnienia pomiędzy funkcjonowaniem przedsiębiorstwa w sferze krajowej i w sferze międzynarodowej)¹⁸. Na mapie tej wyróżnia się dwa główne nurty analizy kontraktów zawieranych przez przedsiębiorstwa: nurt monopolu i nurt efektywności. Analizy prowadzone w ramach nurtu monopolu odnoszą się do klientów (dźwignia monopolistyczna, dyskryminacja cenowa) lub do konkurentów (bariery wejścia, zachowania strategiczne). Analizy prowadzone w ramach nurtu efektywności dotyczą kwestii pobudzania podmiotów do działań efektywnych (prawa własności, teoria agencji) lub kosztów transakcyjnych (struktury regulacji minimalizujące koszty transakcyjne, pomiar kosztów transakcyjnych).

Wykorzystując zarysowany podział Williamsona można dokonać podziału teorii zajmujących się zagraniczną ekspansją przedsiębiorstw zaliczanych do poziomu mikroekonomicznego na dwa nurty¹⁹:

1. nurt monopolu, zakładający, że głównym motywem międzynarodowej ekspansji przedsiębiorstw jest dążenie do wykorzystania pozycji monopolistycznej,
2. nurt wydajności, wiążący ten motyw z podnoszeniem efektywności działania.

W nurcie monopolu uwaga jest skupiona na wyznacznikach pozycji monopolistycznej (de facto zazwyczaj quasi-monopolistycznej) przedsiębiorstwa w jego działaniach składających się na ekspansję zagraniczną. Pozycja ta wyznaczona jest przez cechy przedsiębiorstwa internacjonalizującego działalność (skala produkcji i sprzedaży, technologia produkcji i zarządzania, goodwill itp.),

¹⁶ Zob. np. R. Vernon, *International Trade and International Investment in the Product Cycle*, „Quarterly Journal of Economics” 1966, nr 2.

¹⁷ M. E. Porter, *Competitive Advantage of Nations*, MacMillan, London 1990.

¹⁸ O. E. Williamson, *The Economic Institutions of Capitalism*, The Free Press, New York 1985, s. 24.

¹⁹ W. J. Otta, op. cit., s. 47.

przez przewagi filii nad miejscowymi konkurentami (przewagi te wynikają z dostępu filii do zasobów przedsiębiorstwa macierzystego (technologicznych, kadrowych, finansowych itp.) oraz przez międzynarodowy zakres działania (większe pole manewru w zaopatrzeniu i sprzedaży, rozłożeniu ryzyka itp.). Najbardziej reprezentatywna dla tego nurtu rozważań jest teoria S. Hymera, zgodnie, z którą zagraniczna ekspansja przedsiębiorstw w formie zagranicznych inwestycji bezpośrednich jest kontynuacją krajowej ekspansji monopolistycznej za granicę²⁰. W nurcie monopolu mieszczą się także prace dotyczące zachowań strategicznych (konkurencja w oligopolu), podejmujące takie kwestie jak „zabezpieczenie się” w formie tzw. inwestycji krzyżowych oraz ścieżki rozwoju technologicznego (teoria akumulacji technologicznej). Ponadto wydaje się, że do nurtu monopolu można także zaliczyć rozważania M. E. Portera dotyczące przewagi konkurencyjnej, odniesione do kontekstu międzynarodowego²¹. Rozważania te korespondują z poglądami zawartymi w ramach teorii produkcji międzynarodowej J. H. Dunninga (zob. niżej).

W nurcie wydajności na uwagę zasługuje przede wszystkim teoria kosztów transakcyjnych (teoria internalizacji). Teoria ta kładzie nacisk na minimalizację kosztów transakcyjnych przy dokonywaniu wyboru formy ekspansji zagranicznej firmy. Do zagadnienia tego powrócimy w następnej części referatu.

Należy wyróżnić jeszcze trzeci, kompromisowy nurt rozważań, czerpiący idee zarówno z nurtu monopolu, jak i z nurtu wydajności. Jest to tzw. teoria eklektyczna produkcji międzynarodowej J. H. Dunninga, która identyfikuje trzy grupy czynników (przewag), motywujących firmy do dokonywania ekspansji międzynarodowej²²:

1. przewagi właściwe dla danego przedsiębiorstwa (oraz dla jego filli) – nurt monopolu,
2. przewagi wynikające z internalizacji – nurt wydajności,
3. przewagi związane z lokalizacją.

Najbardziej znane teorie dotyczące ekspansji zagranicznej przedsiębiorstw to²³:

1. model cyklu życia produktu w kontekście międzynarodowym – Vernona,
2. teoria oligopolu międzynarodowego,

²⁰ S. Hymer, *The International Operations of National Firms: A Study of Direct Foreign Investment*, MIT Press, Cambridge, Mass. 1976.

²¹ M. E. Porter, *Competitive Advantage. Creating and Sustaining Competitive Superior Performance*, The Free Press, New York 1985.

²² J. H. Dunning, *Multinational Enterprises and the Global Economy*, Addison-Wesley Publishing Company, New York 1993.

²³ Omówienie tych teorii zawarto w pracy: M. Gorynia, *Podstawy strategii przedsiębiorstw w biznesie międzynarodowym*, w: K. Fonfara, M. Gorynia, E. Najlepszy, J. Schroeder, *Strategie przedsiębiorstw w biznesie międzynarodowym*, Wydawnictwo AE w Poznaniu, Poznań 2000.

3. teoria internalizacji,
4. eklektyczna teoria produkcji międzynarodowej,
5. teoria międzynarodowej transmisji zasobów,
6. teoria horyzontów globalnych,
7. teoria konkurencji globalnej,
8. teoria geobiznesu.

3. Teoria kosztów transakcyjnych a zagraniczna ekspansja przedsiębiorstw

Teoria kosztów transakcyjnych stwarza ramy konceptualne służące do dokonania wyboru formy ekspansji zagranicznej przez firmę. W teorii kosztów transakcyjnych wybór formy ekspansji zagranicznej jest podporządkowany minimalizacji sumy kosztów produkcyjnych i transakcyjnych. Koszty transakcyjne obejmują koszty zdobycia wszelkiego rodzaju informacji potrzebnych do funkcjonowania w środowisku rynkowym, koszty prowadzenia negocjacji między partnerami wymiany i koszty przestrzegania umów. W warunkach rynku doskonałego koszty transakcyjne wynoszą zero. W warunkach rynku rzeczywistego koszty transakcyjne są dodatnie. Istnienie pozytywnych kosztów transakcyjnych wynika z niewydolności rynku jako sposobu regulacji transakcji lub innymi słowy sposobu koordynacji powiązań pomiędzy podmiotami gospodarczymi. W teorii kosztów transakcyjnych za główną przyczynę odejścia od rynku jako formy regulacji powiązań pomiędzy podmiotami gospodarczymi jest niewydolność rynku. Niewydolność rynku może mieć charakter naturalny (immanentny) – może na przykład wynikać z niepodatności pewnych towarów na transfer rynkowy, z asymetrii informacyjnej lub z tzw. sytuacji małych liczb. Może wystąpić także tzw. niewydolność nabyta lub strukturalna – może ona powstać na skutek zachodzenia procesów historycznych (koncentracja kapitału, przełomy technologiczne) lub jako efekt stosowania przez państwo barier administracyjnych w reglamentacji działalności gospodarczej. Rynek zawodzi w szczególności wtedy, gdy zachowania podmiotów gospodarczych cechują się ograniczoną racjonalnością i oportunizmem²⁴.

Odniesienie teorii kosztów transakcyjnych do internacjonalizacji działalności przedsiębiorstwa pozwala na przeanalizowanie kosztów transakcyjnych charakterystycznych dla wszystkich wchodzących w rachubę form zagranicznej ekspansji zagranicznej przedsiębiorstw. Spektrum form instytucjonalnych

²⁴ Zob. szerzej: M. Gorynia, *Zachowania przedsiębiorstw w okresie transformacji. Mikroekonomia przejścia*, Wydawnictwo AE w Poznaniu, Poznań 1998, rozdział 1.

wymiany (lub innymi słowy struktur regulacji transakcji) rozważanych w ramach teorii kosztów transakcyjnych mieści się między rynkiem (transakcje spot) i hierarchią (pełna internalizacja czyli zagraniczna inwestycja bezpośrednia w formie filli własnej na przykład w drodze nabycia lub fuzji). Coraz więcej uwagi zwraca się na analizę form pośrednich, hybrydowych, jakimi są kontrakty długoterminowe, licencjonowanie, franchising, międzynarodowe joint ventures oraz międzynarodowe sojusze strategiczne. Teoria kosztów transakcyjnych pozwala wyjaśnić okoliczności, w których dane forma instytucjonalna będzie preferowana w stosunku do innych wchodzących w rachubę rozwiązań²⁵.

W literaturze przedmiotu najbardziej rozbudowane są zastosowania teorii kosztów transakcyjnych odniesione do przedsiębiorstw wielonarodowych²⁶. Istotnym wkładem teorii kosztów transakcyjnych w tej dziedzinie jest na przykład uchwycenie odmienności motywów internalizacji w dwóch charakterystycznych strategiach dokonywania zagranicznych inwestycji bezpośrednich – strategii inwestycji horyzontalnych i strategii inwestycji pionowych. W przypadku inwestycji horyzontalnych chodzi o minimalizację kosztów transakcyjnych wynikającą z internalizacji wiedzy oraz z internalizacji reputacji. W sytuacji inwestycji pionowych korzyści wynikają z możliwości pokonania bariery specyficzności (idiosynkratycznego charakteru) inwestycji, z możliwości obniżenia kosztów kontroli jakości, kosztów doprowadzenia do transakcji rynkowych oraz kosztów nadzoru transakcji rynkowych.

Na zakończenie podjęta zostanie próba określenia zalet i wad teorii kosztów transakcyjnych odniesionej do zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw. Rozważaną teorię można podsumować w kilku punktach:

1. zaletą teorii kosztów transakcyjnych jest jej na tyle ogólny charakter, że zasięgiem analizy obejmuje wszystkie możliwe formy ekspansji zagranicznej przedsiębiorstwa; można więc stwierdzić, że jest to generalna teoria organizacji działalności gospodarczej pozwalająca wyjaśnić wybór pomiędzy rynkiem a hierarchią w sferze międzynarodowej aktywności przedsiębiorstwa; zalety tej nie posiada żadna inna z wymienionych wyżej teorii zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw, które charakteryzuje jednostronność i fragmentaryczność ujęcia,
2. teoria kosztów transakcyjnych nie jest teorią wyjaśniającą motywów zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw; teoria przyjmuje motywów te jako dane, nie odpowiadając na pytanie dlaczego firmy prowadzą ekspansję

²⁵ J.-F. Hennart, *The Transaction Cost Theory of the Multinational Enterprise*, in: *The Nature of Transnational Firm*, ed. Ch. N. Pitelis, R. Sugden, Routledge, London 1991, s. 98.

²⁶ P. Buckley, M. Casson, *The Future of the Multinational Enterprise*, Macmillan, London 1976, A. M. Rugman, *Inside the Multinationals: the Economics of Internal Markets*, Columbia University Press, New York 1981, J.-F. Hennart, *A Theory of Foreign Direct Investment*, Ph. D. dissertation, University of Maryland 1977.

zagraniczną; pole zainteresowania teorii kosztów transakcyjnych obejmuje natomiast kwestie wyboru optymalnej z ekonomicznego punktu widzenia formy międzynarodowej ekspansji przedsiębiorstw,

3. w praktycznych zastosowaniach tej teorii występują trudności z operacjonalizacją kosztów transakcyjnych; w ujęciu *ex ante* trudności te są spowodowane niemożliwością identyfikacji wszystkich kategorii kosztów transakcyjnych oraz brakiem precyzji w szacowaniu kosztów, które udało się zidentyfikować – „Wszelkie kalkulacje są oparte na przewidywaniu przyszłości, co musi być silnie uzależnione od wiedzy zainteresowanych przedsiębiorstw na temat wybranego rozwiązania. Rozumowanie z wykorzystaniem kosztów transakcyjnych pozwala, więc uzasadnić a posteriori każdy dokonany wybór organizacyjny (odwołanie się do rynku, internalizacja lub współdziałanie).”²⁷,
4. teorii kosztów transakcyjnych zarzuca się, że posiada deterministyczny charakter; w teorii tej zakłada się, że decyzje ekonomiczne są podporządkowane jednemu celowi – minimalizacji kosztów transakcyjnych; takie podejście ogranicza rolę strategicznego kierownictwa firmy; w rzeczywistości wybory dokonywane przez menedżerów nie są zorientowane tylko i wyłącznie na ten cel – kadry kierownicze starają się przede wszystkim zapewnić trwałość istnienia i konkurencyjność przedsiębiorstwa²⁸.

²⁷ B. Garrette, P. Dussauge, *Strategie aliansów na rynku*, Poltext, Warszawa 1996, s. 63.

²⁸ Por. *ibidem*, s. 63-64.