

MARIAN GORYNIA

Teoria handlu międzynarodowego a zagadnienie internacjonalizacji przedsiębiorstwa

Przedmiotem niniejszego artykułu jest rozważenie zagadnienia: na ile teoria handlu międzynarodowego może być przydatna w wyjaśnianiu i przewidywaniu działalności przedsiębiorstw w skali międzynarodowej? Dotychczas brak jest kompletnej i spójnej teorii ujmującej międzynarodowe zachowania przedsiębiorstw. Problematyka ta podejmowana jest w ramach wielu dyscyplin. Dotychczasowy zakres i sposób uwzględnienia zachowań przedsiębiorstwa w teorii handlu międzynarodowego pozwala analizować tylko niektóre aspekty internacjonalizacji przedsiębiorstw, inne pozostawiając na uboczu. Wynika to z zakresu problematyki będącej przedmiotem zainteresowania teorii handlu międzynarodowego.

Miejsce problematyki w naukach ekonomicznych

Poszukiwanie wyjaśnień odnośnie do zachowań przedsiębiorstw w sferze międzynarodowej obejmować może 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 przyjęte ramy niniejszego opracowania.

Teoria handlu międzynarodowego ma w zasadzie charakter makroekonomiczny. Analiza na poziomie przedsiębiorstwa nie jest więc, jej głównym celem badawczym. Zmierząc do wyjaśnienia wymiany międzynarodowej w skali makro, teoria ta przyjmuje określone założenia dotyczące wybranych aspektów działań przedsiębiorstw, inne aspekty pozostawiając na uboczu. Wizje przedsiębiorstwa zakładane w niektórych (w zasadzie w większości) koncepcjach w ramach teorii wymiany międzynarodowej są uproszczone. Poszczególne koncepcje cechują się przy tym znacznymi różnicami, jeśli chodzi o ujęcie działalności przedsiębiorstw w sferze międzynarodowej.

W teoriach przedsiębiorstwa zawarte są także *explicite* lub *implicite* twierdzenia dotyczące jego międzynarodowej aktywności. Nowszym kierunkiem badań jest

zastosowanie w analizie działalności zagranicznej przedsiębiorstw aparatury pojęciowej i narzędzi analitycznych charakterystycznych dla teorii struktury branży. Szczególnie płodne okazały się próby integracji dorobku teorii struktury branży, teorii konkurencji monopolistycznej i teorii zagranicznych inwestycji bezpośrednich. Zadanie wyjaśnienia działalności międzynarodowej przedsiębiorstw podejmowane jest także w obrębie teorii kapitału, teorii międzynarodowych stosunków finansowych, teorii podejmowania decyzji oraz teorii organizacji i zarządzania. Należy przy tym podkreślić, że granice dyscyplin, na gruncie których podejmowana jest problematyka zagranicznej działalności przedsiębiorstw, nie są ostre i dyscypliny te częściowo na siebie zachodzą.

Paradygmat internacjonalizacji przedsiębiorstwa

Przyjmujemy, że wszystkie koncepcje ujmujące działania międzynarodowe przedsiębiorstw to koncepcje internacjonalizacji przedsiębiorstwa. Internacjonalizacja przedsiębiorstwa jest tu rozumiana jako umiędzynarodowienie jego działalności (niekoniecznie własności).

Tradycyjne „kierownicze” podejście do internacjonalizacji koncentruje się na dodatkowych ryzykach, na jakie narażona jest firma decydująca się prowadzić działalność także za granicą. Internacjonalizacja aktywności przedsiębiorstwa ujmowana jest najczęściej jako proces składający się z kilku stadiów¹. Punktem wyjścia jest działalność wyłącznie na rynku krajowym, a najwyższą fazą jest zagraniczna inwestycja bezpośrednia. Stadia pośrednie obejmować mogą sprzedaż licencji zagranicznemu partnerowi, eksport za pośrednictwem agenta lub dystrybutora, eksport poprzez własne przedstawicielstwo za granicą itp. Niektóre badania wykazują, że występuje dodatnia korelacja między liczbą ostadiów, przez jakie przeszła firma internacjonalizująca swoją działalność, a ostatecznym sukcesem zagranicznej inwestycji bezpośredniej². Wynika to z efektów uczenia się, które występują w poszczególnych stadiach procesu. Internacjonalizacja etapami pozwala na stopniowe zwiększanie zakresu ryzyka podejmowanego przez przedsiębiorstwo, co daje mu możliwość uniknięcia lub zmniejszenia rozmiarów potencjalnych niepowodzeń przy wejściu na rynek zagraniczny. Powyższej prawidłowości nie można traktować jako powszechnie obowiązującej. Doświadczenia wielu przedsiębiorstw wskazują bowiem, że przejście przez „niższe” stadium internacjonalizacji nie jest warunkiem koniecznym powodzenia na „wyższym” stadium.

Ponieważ teorie, modele i koncepcje podejmujące problematykę internacjonalizacji działalności przedsiębiorstwa są liczne, należałoby dokonać ich uporządkowania. Pierwszy możliwy sposób to ich pogrupowanie według dyscyplin, w ramach których zostały stworzone (teoria wymiany międzynarodowej, teoria przedsiębiorstwa, teoria struktury branży itd.). Drugi — według form działalności międzynarodowej przedsiębiorstwa (eksport, sprzedaż licencji, zagraniczne inwestycje bezpośrednie itp.). Trzeci podział może różnicować koncepcje dotyczące przedsiębiorstw kapitalistycznych i socjalistycznych.

Wydaje się, że zestaw najważniejszych problemów teoretycznych związanych z międzynarodową działalnością przedsiębiorstw (paradygmat internacjonalizacji przedsiębiorstwa) obejmuje następujące kwestie:

- przyczyny przemieszczania dóbr i usług między krajami,
- motywy zagranicznej działalności przedsiębiorstw,

¹ Por. Y. Aharoni, *The Foreign Investment Decision Process*, Boston 1966.

² G. B. Newbould, P. J. Buckley, J. C. Thurwell, *Going International — The Experience of Smaller Companies Overseas*, New York 1978.

- charakterystyka firm internacjonalizujących swoją działalność,
- lokalizacja działalności zagranicznej przedsiębiorstw,
- dynamika procesu internacjonalizacji,
- proces podejmowania decyzji o podjęciu i rozwoju działalności zagranicznej,
- formy wejścia na rynek zagraniczny.

Wyczerpująca teoria internacjonalizacji przedsiębiorstwa powinna zawierać wyjaśnienie powyższych kwestii. Istniejące koncepcje udzielają odpowiedzi na jedno lub kilka pytań, ale żadna z nich nie odpowiada na wszystkie. Poniższe rozważania zmierzają do ustalenia, które z wyżej postulowanych komponentów paradygmatu internacjonalizacji przedsiębiorstwa znajdują rozwiązanie w ramach teorii wymiany międzynarodowej.

Przedsiębiorstwo w klasycznej teorii handlu międzynarodowego

Przez klasyczną (tradycyjną) teorię wymiany międzynarodowej rozumiemy zbiór koncepcji mających swe źródło w teorii przewagi komparatywnej D. Ricardo, włącznie z modelem Heckschera-Ohlina w jego podstawowej wersji.

Tradycyjna teoria handlu międzynarodowego zakładała powszechną dostępność informacji o procesie produkcji i produktach, czyli abstrahowała od kosztów stworzenia lub nabycia technologii. Przyjęcie powyższego założenia spowodowało, że poza polem obserwacji znalazły się problemy uzyskiwania przewagi technologicznej oraz transferu technologii. W związku z tym zarówno w dociekaniach teoretycznych, jak i w badaniach empirycznych abstrahowano od roli, jaką w tych procesach odgrywają przedsiębiorstwa. Zainteresowanie zagadnieniami przewagi technologicznej i transferu technologii pojawiło się dopiero w trakcie dyskusji, jaka wywiązała się wokół paradoksu Leontiefa. Stały się one przedmiotem rozważań w teorii handlu międzynarodowego i inwestycji zagranicznych Vernona, a także w teorii konkurencji oligopolistycznej i w teorii internalizacji, w których uwzględnia się w pewnym stopniu znaczenie zachowań przedsiębiorstw w przestrzeni międzynarodowej.

Tradycyjne modele handlu międzynarodowego zakładały, że przystosowanie gospodarek narodowych (a tym samym przedsiębiorstw) do wymogów rynku międzynarodowego odbywa się bez ponoszenia jakichkolwiek kosztów. Oznacza to, że zasoby mogą być szybko i bez nakładów przenoszone przez przedsiębiorstwa z jednych zastosowań do innych, zgodnie z zasadą przewagi komparatywnej. Ponadto przyjmuje się doskonałą konkurencję w skali krajowej oraz doskonałą podzielność kapitału. W rzeczywistości przystosowanie wymaga czasu i nakładów przedsiębiorstw, a także pociąga zazwyczaj za sobą koszty społeczne i polityczne. Przejście od autarkii do wolnego handlu przynosi gospodarce jako całości korzyści, ale uwadze uchodzi rozkład korzyści i strat na poziomie przedsiębiorstw. Generalnie pozytywny bilans włączenia się kraju w handel międzynarodowy nie może przysłaniać faktu, że jest ono korzystne dla wytwórców tych towarów, w produkcji których kraj ma przewagę komparatywną, natomiast jest niekorzystne dla producentów dóbr, z których wytwarzania kraj ten powinien zrezygnować. Powyższy, niezmiernie ważny aspekt działalności przedsiębiorstw uczestniczących w wymianie międzynarodowej nie znalazł należytego odzwierciedlenia w teorii handlu międzynarodowego.

Tradycyjne modele wymiany międzynarodowej nie brały pod uwagę niedoskonałości rynku (*market imperfections*). Model Heckschera-Ohlina jest modelem wolnego handlu zakładającym, że rynki towarów i czynników produkcji są rynkami doskonałymi. W tej sytuacji „pierwsze najlepsze” rozwiązanie w sensie Pareto z punktu widzenia dobrobytu globalnego to specjalizacja krajów zgodnie z zasadą przewagi komparatywnej. Jedyną dopuszczalną w tym modelu formą międzynaro-

dowej działalności przedsiębiorstw jest handel. Internacjonalizacja działalności przedsiębiorstwa sprowadzałaby się w tej sytuacji do eksportu. Uchylenie niezgodnych z rzeczywistością założeń modelu wolnego handlu wymaga uwzględnienia niedoskonałości rynku: powstałych na skutek administracyjnej ingerencji rządów oraz niedoskonałości o charakterze naturalnym³. Pierwsza grupa obejmuje bariery taryfowe, pozataryfowe i inne bariery w handlu. Druga — to trudności z wyceną umiejętności (np. technologii) będących przedmiotem wymiany oraz koszty transakcyjne (koszty niepewności, koszty kontroli jakości, koszty zawarcia kontraktu przy istnieniu ryzyka i niepełnej informacji).

Niedoskonałości rynku sprawiają, że wolny handel zostaje zastąpiony, przynajmniej częściowo, przez „drugie najlepsze” rozwiązanie, tzn. przez zagraniczne inwestycje bezpośrednie. Problematyka ta leży jednak poza zakresem zainteresowań teorii handlu międzynarodowego. Wiąże się to z kolejnym założeniem tradycyjnej teorii wymiany międzynarodowej, w myśl którego występuje nieprzeñośność czynników wytwórczych w skali międzynarodowej, przy doskonałej mobilności towarów. Z tego względu klasycy ekonomii nie zajmowali się w zasadzie takimi zjawiskami jak eksport kapitału czy migracje siły roboczej. Założenie to w ostrej wersji zostało skrytykowane przez Ohlina jako sprzeczne z założeniem zupełnej przeñośności czynników wytwórczych w granicach poszczególnych krajów⁴.

Klasyczna teoria handlu międzynarodowego nie zajmowała się także kwestią handlu wewnątrzbranżowego (*intra-industry trade*), a więc nie dopuszczała sytuacji, w której dany kraj jednocześnie eksportuje i importuje ten sam produkt. Zgodnie z tą teorią, posiadanie przewagi komparatywnej w zakresie określonego dobra wyklucza jego import. Powyższa teoria radykalnie ogranicza horyzont geograficzny ekspansji zagranicznej przedsiębiorstwa. Faktyczne działania przedsiębiorstw w przestrzeni międzynarodowej stoją w sprzeczności z tak sformułowaną dyrektywą, a więc tym samym podważają tezę.

Model handlu międzynarodowego zakładający doskonałą konkurencję abstrahował od monopolizacji występującej w wymianie. Tymczasem warunki na rynku międzynarodowym są bardziej zbliżone do modelu konkurencji monopolistycznej aniżeli do modelu konkurencji doskonałej. Sprawia to, że również w tym aspekcie przydatność klasycznego modelu wymiany do wyjaśnienia zachowań przedsiębiorstw w skali międzynarodowej, a także do predykcji tych zachowań, jest znikoma.

Należy także zwrócić uwagę, że według tradycyjnego rozumienia przewagi komparatywnej różnice w kosztach czynników produkcji prowadzą do lokalizacji wytwarzania w krajach posiadających przewagę, które następnie eksportują swoje wyroby. Zgodnie z tym punktem widzenia przewaga konkurencyjna przedsiębiorstwa powstaje w zależności od tego, gdzie prowadzi ono działalność. Podejście to nie ujmuje jednak problematyki konkurencji globalnej⁵. Jednym z istotnych źródeł przewagi konkurencyjnej firmy działającej w skali globalnej jest możliwość „rozproszenia” poszczególnych rodzajów działalności w różnych krajach w zależności od korzystnych miejsc lokalizacji, a także umiejętna koordynacja działań zlokalizowanych w różnych krajach.

Tradycyjne rozumienie przewagi komparatywnej zakłada ponadto, że jej źródła są egzogeniczne względem przedsiębiorstwa, czyli są dla niego dane przez otoczenie. W rzeczywistości takie czynniki jak malejący udział kosztów robocizny w kosztach całkowitych, rosnąca globalizacja rynków surowcowych oraz transfer technologii prowadzą do zmniejszenia roli tradycyjnych źródeł przewagi komparatywnej. Coraz

³ Por. A. M. Rugman, D. J. Lecraw, L. D. Booth, *International Business. Firm and Environment*, New York 1985, s. 98.

⁴ Por. B. Ohlin, *Interregional and International Trade*, Cambridge 1935.

⁵ Por. *Competition in Global Industries* (red. M. E. Porter), Boston 1986, rozdział 1.

większego znaczenia nabierają źródła przewagi endogeniczne w stosunku do firmy, jak np. korzyści skali, prawnie zastrzeżona wiedza, zróżnicowanie produktu, specyficzna technologia zarządzania i marketingu itp.

Istotnym mankamentem teorii klasycznej jest także założenie, że potencjalni kontrahenci są w posiadaniu doskonałej informacji o rynku i że jej uzyskanie nie wiąże się z ponoszeniem kosztów przez przedsiębiorstwa. Nie uwzględnia się tu wspomnianych wcześniej kosztów transakcyjnych, których istnienie w znacznej mierze wyjaśnia proces powstawania przedsiębiorstw międzynarodowych⁶.

Kolejnym, upraszczającym założeniem teorii Heckschera-Ohlina było przyjęcie jednakowej dla wszystkich krajów funkcji produkcji, czyli założenie istnienia takich samych metod wytwarzania poszczególnych towarów w różnych krajach. Założenie to pozostawiało poza zasięgiem tej teorii proces uzyskiwania przez firmę przewagi konkurencyjnej dzięki specyficznym dla niej czynnikom, takim jak np. technologia produkcji, jakość produktu, metody organizacji i zarządzania itp., modyfikującym przewagę wynikającą z tradycyjnych źródeł.

Jedną z cech teorii handlu międzynarodowego jest to, że nie antycypuje ona, ani nie stara się wyjaśnić międzynarodowej działalności gospodarczej w formie innej niż przepływ towarów. Prowadzi to niektórych ekonomistów do stwierdzenia, że główne pytanie teorii wymiany międzynarodowej — dlaczego różne kraje prowadzą handel — jest źle postawione⁷. Pytanie to powinno raczej brzmieć: dlaczego towary i usługi są przenoszone między krajami? Jednostką podejmującą decyzje o produkcji i wymianie jest bowiem przedsiębiorstwo, a nie kraj.

Przedsiębiorstwo we współczesnej teorii wymiany międzynarodowej

Przez współczesną teorię wymiany międzynarodowej rozumiemy zbiór koncepcji, których powstanie związane było z podważeniem poprawności modelu Heckschera-Ohlina, zarówno w zakresie wyjaśniania, jak i predykcji struktury oraz kierunków wymiany międzynarodowej. Koncepcje te można z pewnym uproszczeniem sklasyfikować jako teorie „neoczynnikowe” i „neotechnologiczne”⁸. Ich wspólną cechą jest uchylenie niektórych nierealistycznych założeń modelu Heckschera-Ohlina. Ma to istotne implikacje dla zrozumienia roli przedsiębiorstw w wymianie międzynarodowej.

Współczesna teoria wymiany międzynarodowej jako główną płaszczyznę analizy przyjmuje najczęściej poziom kraju lub branży, rzadziej — poziom przedsiębiorstwa. Niżej postaramy się wyeksponować wątki dotyczące poziomu przedsiębiorstwa.

Istotne znaczenie miało uchylenie założenia modelu Heckschera-Ohlina o jednorodności i niezmienności technik wytwarzania we wszystkich krajach. Doprowadziło to do nowego potraktowania roli postępu technicznego, co znalazło swe odbicie w teoriach „neotechnologicznych”⁹. Zgodnie z teorią luki technologicznej podstawo-

⁶ Por. O. E. Williamson, *Markets and Hierarchies: Analysis and Antitrust Implications: A Study in the Economics of Internal Organizations*, New York 1975, A. M. Rugman, *Inside the Multinationals. The Economics of Internal Markets*, New York 1981.

⁷ Por. S. H. Robock, K. Simmonds, *International Business and Multinational Enterprises*, Homewood 1983, s. 40.

⁸ Por. J. Cieślak, *Ewolucja współczesnej teorii wymiany międzynarodowej*, „Ekonomista” 1983, nr 2.

⁹ Problematyka technologii została podjęta również w ramach „teorii konkurencji technologicznej”, która stanowi próbę wykorzystania dorobku teorii struktury branży do zagadnień handlu zagranicznego. Zob. np. P. Krugman, *New Theories of Trade Among Industrial Countries*, „American Economic Review” 1983, nr 2, s. 343—346.

wym kierunkiem ekspansji eksportowej przedsiębiorstw z kraju o relatywnie wysokim poziomie rozwoju technicznego w danej dziedzinie wytwarzania powinny być kraje opóźnione. W tym ujęciu sukcesy eksportowe firm zależą przede wszystkim od innowacyjności, uwarunkowanej z kolei przez odpowiednio wysokie nakłady na badania i rozwój.

Duży wkład do teorii handlu międzynarodowego wniosła także koncepcja „cyklu życia produktu” Vernona¹⁰. Wybiega ona poza problematykę handlu międzynarodowego, gdyż ujmuje także inne formy internacjonalizacji firmy — inwestycje bezpośrednie i sprzedaż licencji. Teoria Vernona ma charakter dynamiczny, gdyż zakłada zmienność technik wytwarzania i produktów. Uwzględnia ona fakt, że stworzenie nowej technologii wymaga poniesienia nakładów przez przedsiębiorstwo i że informacja na ten temat nie jest powszechnie dostępna.

Omawiana koncepcja stwierdza, że nowy produkt często jest tworzony i wprowadzany na rynek przez przedsiębiorstwo zlokalizowane w kraju posiadającym przewagę technologiczną, co związane jest z wysokim poziomem dochodu na mieszkańca. Zapewnia to zadowalająco duży popyt na ten produkt. Przedsiębiorstwo wytwarzające nowy produkt wykorzystuje rosnący popyt na rynku wewnętrznym oraz zaczyna go eksportować, nie napotykając przy tym początkowo konkurencji zagranicznej, gdyż takowa nie istnieje. W następnej fazie produkcja podejmowana jest przez konkurentów zagranicznych, którzy prowadzą sprzedaż na swych rynkach lokalnych. Na rynki te eksportuje również przedsiębiorstwo, które wylansowało produkt. Uruchamia ono zakłady produkcyjne na swoich rynkach eksportowych, aby móc skutecznie konkurować z producentami lokalnymi. W ostatniej fazie produkt wytwarzany w filiach zagranicznych jest importowany do kraju macierzystego ze względu na niższe koszty produkcji za granicą.

Koncepcja Vernona odnosiła się w zasadzie do przedsiębiorstw amerykańskich, a jej zasięg czasowy był zawężony do okresu dwudziestolecia po II wojnie światowej¹¹. W latach 1970-tych podważano ją coraz częściej¹². Mimo to wydaje się, że model Vernona nadal może być wykorzystany do predykcji zachowań przedsiębiorstw. Zgodnie z tym modelem przedsiębiorstwa zlokalizowane w krajach, których rynki ulegają zmianom, mają przewagę nad przedsiębiorstwami prowadzącymi działalność na rynkach nie zmieniających się. Bardzo istotne dla wyboru skutecznej strategii konkurencyjnej jest możliwie jak najszybsze dostrzeżenie zmian w otoczeniu i wykorzystanie tych zmian dla osiągnięcia przewagi konkurencyjnej poprzez opracowanie nowej technologii lub zastosowanie innych sposobów dystansowania konkurentów.

Ważnym osiągnięciem współczesnej teorii wymiany międzynarodowej było także uwzględnienie korzyści skali działania. Pozwoliło to na rewizję tradycyjnego modelu Heckschera-Ohlina i stwierdzenie, że nawet w sytuacji braku różnic w wyposażeniu krajów w czynniki wytwórcze może wystąpić wzajemnie opłacalna wymiana handlowa związana z istnieniem korzyści skali. Ze stwierdzenia tego wynika bardzo ważna dyrektywa praktyczna, szczególnie dla przedsiębiorstw z krajów o ograniczonych rozmiarach rynku wewnętrznego, a mianowicie że przewagę konkurencyjną można uzyskać przez zwiększenie skali produkcji i eksport¹³ (niskie koszty wytwa-

¹⁰ Por. R. Vernon, *International Trade and International Investment in the Product Cycle*, „Quarterly Journal of Economics” 1966, nr 2.

¹¹ Por. H. de Bodinat i inni, *Gestion internationale de l'entreprise*, Paris 1984, 128.

¹² Sam Vernon opisał zmierzch koncepcji cyklu życia produktu w: *The Product Cycle Hypothesis in a New International Environment*, „Oxford Bulletin of Economics and Statistics” 1979, nr 4.

¹³ W wyczerpujący sposób zagadnienie korzyści skali w wymianie międzynarodowej omawia W. J. Ethier, *National and International Returns to Scale in the Modern Theory of International Trade*, „American Economic Review” 1982, nr 3, s. 389—405.

rzania dużych serii). Druga korzyść z działalności na wielką skalę polega na utrudnieniu dostępu do rynku potencjalnym konkurentom¹⁴ (stworzenie tzw. barier wejścia).

We współczesnej teorii wymiany międzynarodowej podjęto także próbę urealnienia modelu Heckschera-Ohlina poprzez jednoczesne uwzględnienie zróżnicowania produktu, korzyści skali oraz konkurencji monopolistycznej¹⁵. W tym celu wykorzystuje się teorię struktury branży. Połączenie podejścia Heckschera-Ohlina do handlu międzynarodowego i podejścia Chamberlina do zróżnicowania produktu, korzyści skali oraz konkurencji monopolistycznej pozwala na predykcję struktury handlu zarówno w przekroju międzygałęziowym, jak i wewnątrzbranżowym. Oprócz uwzględnienia korzyści skali szczególnie istotna z mikroekonomicznego punktu widzenia jest rezygnacja z założenia o identyczności funkcji produkcji zróżnicowanych wyrobów w różnych krajach. Zróżnicowanie produktu jest bowiem podstawowym, obok obniżki kosztów, typem strategii prowadzącej do uzyskania przez przedsiębiorstwo przewagi konkurencyjnej¹⁶.

Kolejnym problemem podjętym przez współczesną teorię wymiany międzynarodowej było wyjaśnienie zjawiska handlu wewnątrzbranżowego¹⁷. Jak to już zaznaczono, tradycyjna teoria handlu międzynarodowego nie przewidywała możliwości wymiany produktów tej samej branży. Założenie to okazało się jednak sprzeczne z rzeczywistą strukturą handlu między krajami wysoko rozwiniętymi. W przypadku gospodarek o zbliżonych strukturach i poziomach rozwoju wzajemny handel może być większy aniżeli w przypadku krajów różniących się między sobą¹⁸. Jest to rezultatem postępującego zróżnicowania produktów.

Ilościowe oceny handlu wewnątrzbranżowego zależą w części od przyjętych definicji i klasyfikacji produktów. Jednak nawet w przypadku całkowicie identycznych produktów zjawisko handlu międzynarodowego jest możliwe na skutek występowania kosztów transportu, kosztów magazynowania, kosztów sprzedaży, kosztów uzyskania informacji rynkowej oraz sezonowości produkcji i konsumpcji niektórych towarów¹⁹. Część wymienionych zmiennych w sposób oczywisty zależna jest od działań przedsiębiorstw, co oznacza, że jedną z determinant handlu wewnątrzbranżowego jest realizacja strategii konkurencyjnych przedsiębiorstw.

Z teorii handlu wewnątrzbranżowego wynikają istotne implikacje dla przedsiębiorstw opracowujących strategię ekspansji zagranicznej, dotyczące możliwych i pożądaných kierunków tej ekspansji. Z działalności eksportowej firmy nie są automatycznie wykluczone towary importowane do kraju będącego siedzibą firmy oraz rynki, z których import ten jest dokonywany.

Duże znaczenie dla wyjaśnienia struktury towarowej i geograficznej handlu miała koncepcja Lindera nazywana teorią „ujednoliconej struktury popytu” albo hipotezą „popytu reprezentatywnego”²⁰. Autor ten buduje sekwencję zależności przy-

¹⁴ Por. G. S. Yip, *Barriers to Entry. A Corporate Strategy Perspective*, Lexington 1982.

¹⁵ Zob. np. E. Helpman, *International Trade in the Presence of Product Differentiation, Economies of Scale and Monopolistic Competition*, „Journal of International Economics” 1981, nr 11; K. L. Lancaster, *Variety, Equity and Efficiency*, New York 1979, rozdział 10; P. R. Krugman, *Increasing Returns, Monopolistic Competition and International Trade*, „Journal of International Economics” 1979, nr 9.

¹⁶ M. E. Porter, *Competitive Advantage*, New York 1980.

¹⁷ Zob. np. H. G. Grubel, P. J. Lloyd, *Intra-Industry Trade: The Theory and Measurement of International Trade in Differentiated Products*, New York 1975.

¹⁸ Por. K. Lancaster, *Intra-Industry Trade Under Perfect Monopolistic Competition*, „Journal of International Economics” 1980, nr 10.

¹⁹ A. M. Rugman, D. J. Lecraw, L. D. Booth, *International Business. Firm and Environment*, New York 1985, s. 45–47.

²⁰ Por. P. H. Lindert, Ch. Kindleberger, *Economie internationale*, Paris 1983, s. 100–101.

czynowo-skutkowych od dochodu do gustów, od gustów do technologii, od technologii do handlu międzynarodowego. Wzrost dochodu skierowuje popyt, zgodnie z prawem Engla, na towary bardziej luksusowe; koncentracja popytu na dobrach luksusowych powoduje podjęcie ich produkcji z zastosowaniem ulepszonych technologii. Wzrost popytu krajowego nie jest wystarczający dla osiągnięcia korzyści skali i dlatego zwiększeniu produkcji towarzyszy eksport. Z powyższego wynika, że kraje eksportują przede wszystkim te dobra, w produkcji których się specjalizują. Oznacza to, iż najlepszą podstawą skutecznego konkutowania przedsiębiorstw na rynkach zagranicznych stanowi „dobry” rynek krajowy. Duże rozmiary handlu między krajami wysoko rozwiniętymi dają się, przynajmniej w części, wytłumaczyć zbliżeniem struktur popytu. W tej sytuacji o intensywności wymiany decydować może niewielkie różnicowanie preferencji w poszczególnych krajach, znajdujące swój wyraz np. w preferowaniu określonej marki, stylu itp. Z teorii Lindera wynikają istotne implikacje dla kształtowania strategii eksportowej przedsiębiorstw, gdyż zawiera ona sugestie dotyczące zalecanych kierunków ekspansji międzynarodowej.

Należy także nadmienić o próbach uwzględnienia w teorii handlu międzynarodowego problematyki korporacji wielonarodowych, które traktowane są jako aktywne podmioty uczestniczące w konkurencji monopolistycznej i posiadające specyficzne składniki majątku²¹.

We współczesnej teorii handlu międzynarodowego przewartościowaniu uległy poglądy na rolę przedsiębiorstwa jako podmiotu uczestniczącego w handlu międzynarodowym. W teorii tradycyjnej jedynym źródłem przewagi konkurencyjnej firmy mogły być atuty wynikające z wyposażenia kraju w czynniki wytwórcze. Teoria współczesna natomiast uwzględnia problematykę nowych technologii, korzyści skali oraz zróżnicowania produktów, to jest czynników w istocie rzeczy zależnych od aktywności przedsiębiorstwa. Przedsiębiorstwo nie jest tylko podmiotem przetwarzającym określoną ilość zasobów w określoną ilość standardowego produktu. Tworząc i wykorzystując nowe technologie przedsiębiorstwo może zmieniać relacje nakładów do wyników, oraz proporcje łączenia stosowanych zasobów, może też dokonywać faktycznego lub pozornego (marketingowego) zróżnicowania produktów. Ponadto przedsiębiorstwo uczestniczące w wymianie międzynarodowej przestaje być wyłącznie podmiotem adaptującym się do danych przez otoczenie warunków, staje się jednostką wpływającą na otoczenie (np. kreowanie lub stymulowanie popytu na swoje wyroby).

*

Na podstawie powyższych rozważań stwierdzić można, że zagadnienie internacjonalizacji przedsiębiorstwa zostało podjęte w teorii handlu międzynarodowego w sposób fragmentaryczny, jako wątek uboczny w stosunku do głównego nurtu rozważań. Stwierdzenie to odnosi się zarówno do teorii tradycyjnej, jak i do teorii współczesnej, choć do pierwszej w większym stopniu. Podstawowy nurt rozważań teorii tradycyjnej, podtrzymywany szeroko również obecnie, eksponował makroekonomiczne aspekty wymiany międzynarodowej. Podejście makroekonomiczne w teorii handlu międzynarodowego, wywodzące się z tradycji klasycznej, utrzymało się do dziś²².

Teoria handlu międzynarodowego udziela względnie zadowolającej odpowiedzi na pytanie: dlaczego dobra i usługi są przemieszczane między krajami? Odpowiedź ta nie jest jednoznaczna ze względu na rozbieżność koncepcji składających się na

²¹ Zob. np. E. Helpman, *A Simple Theory of International Trade with Multinational Corporations*, „Journal of Political Economy” 1984, nr 3, s. 451—471.

²² Por. J. Słodaczuk, Z. Kamecki, P. Bożyk, *Międzynarodowe stosunki ekonomiczne. Teoria i polityka*, Warszawa 1983, s. 70.

teorię handlu międzynarodowego. Na przykład wnioski na temat kierunków handlu wynikające z teorii Heckschera-Ohlina i Lindera są wzajemnie sprzeczne²⁸.

Motywy internacjonalizacji działalności przedsiębiorstw są wyjaśniane przez teorię handlu międzynarodowego tylko częściowo, gdyż uwzględnia ona zasadniczo tylko jedną formę aktywności międzynarodowej przedsiębiorstw, tzn. eksport i import dóbr i usług.

Pozostałe, wymienione na wstępie problemy teoretyczne składające się na paradygmat internacjonalizacji przedsiębiorstwa nie znajdują w zasadzie rozwiązania w ramach teorii handlu międzynarodowego lub też są potraktowane bardzo powierzchownie. Główną przyczynę tego stanu rzeczy stanowi zwężenie pola badań teorii wymiany międzynarodowej do sytuacji, w których zakłada się brak przenośności czynników wytwórczych między krajami i mobilność towarów. Oznacza to, że poszukiwania wyjaśnień międzynarodowej działalności przedsiębiorstw powinny być prowadzone także poza teorią wymiany międzynarodowej, co wybiega już jednak poza tematykę niniejszego artykułu.

²⁸ Por. Z. Fołtyński, *Teoria handlu międzynarodowego*, Warszawa 1970, s. 191.