
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 redukcijnej (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 warszta-tem 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 ciężkie. 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:

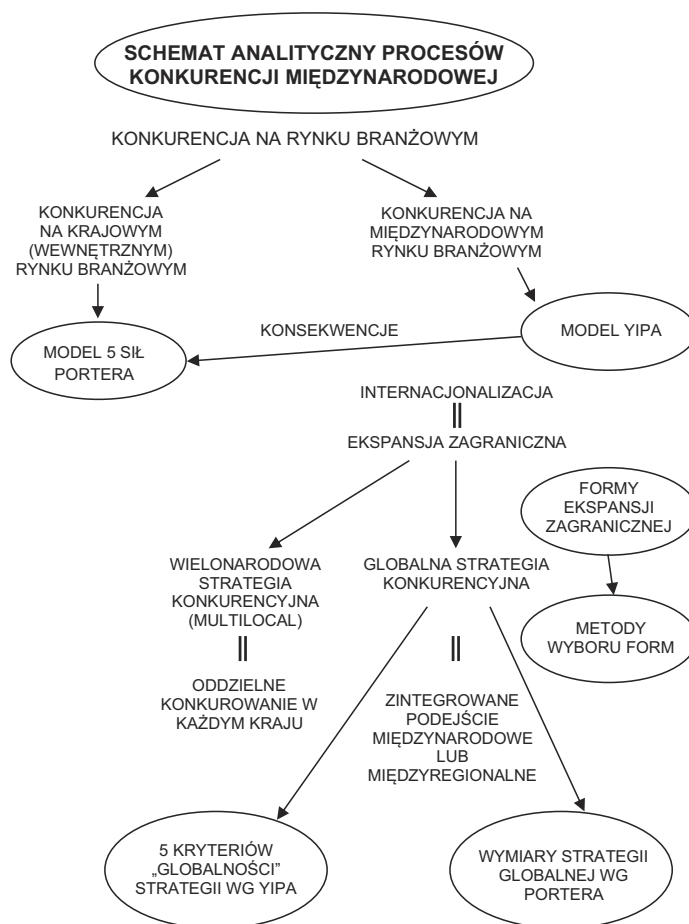
- Czy podejmować ekspansję zagraniczną, czy internacjonalizować działalność firmy?
- W jakiej formie prowadzić działalność na rynkach zagranicznych?
- Jakie zasoby zaangażować w procesie internacjonalizacji?
- Jaki powinien być rozkład w czasie działań związanych z wychodzeniem na rynki zagraniczne?

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 wprawdzie 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 poczynań 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.

Efektom oddziaływania czynników ujętych w modelu Yipa 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 zakreślenia 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 konstrukt 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 Letto-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 prospektywnymi 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.