

**Marian Gorynia, Małgorzata Bartosik-Purgat,
Barbara Jankowska, Radosław Owczarzak**

Akademia Ekonomiczna w Poznaniu

MOTYWY I FORMY ZAGRANICZNYCH INWESTYCJI BEZPOŚREDNICH – PERSPEKTYWA PRZEDSIĘBIORSTW LOKALNYCH (UJĘCIE EMPIRYCZNE)*

1. Wstęp

W niniejszym referacie autorzy relacjonują jeden z kilku obszarów wyników uzyskanych w efekcie realizacji projektu badawczego KBN. Przed przystąpieniem do zreferowania osiągniętych wyników warto w kilku zdaniach przedstawić istotę projektu.

Punkt ciężkości zainteresowań omawianego projektu badawczego stanowiły procesy konfrontacji strategii polskich firm lokalnych i firm zagranicznych wchodzących do Polski w różnych formach, ze zwróceniem szczególnej uwagi na zagraniczne inwestycje bezpośrednie. Akcent położono na strategię firm lokalnych. Główne zadania badawcze sprowadzały się do udzielenia odpowiedzi na trzy pytania:

1) jakie strategie w obliczu ekspansji firm zagranicznych mogą realizować firmy lokalne?

2) jakie strategie realizują?

3) jakie strategie powinny realizować?

Odpowiedzi na pierwsze pytanie dotyczące możliwych strategii służyły badaniu literaturowe, które miały wskazać i zrekonstruować na potrzeby niniejszego projektu podstawy teoretyczne takich strategii. Innymi słowy chodziło o identyfikację i odtworzenie założeń tych teorii ekonomicznych, które zajmują stanowisko

* Opracowanie powstało w ramach realizacji projektu badawczego Komitetu Badań Naukowych pt. *Strategia firm polskich wobec ekspansji inwestorów zagranicznych* (nr 2 H02D 011 24).

w interesującej nas sprawie oraz wyciągnięcie z nich możliwych wniosków. W grę wchodziły następujące zagadnienia:

- ujęcie internacjonalizacji i globalizacji we współczesnych teoriach przedsiębiorstwa,
- zachowania firm lokalnych a motywy i formy zagranicznych inwestycji bezpośrednich,
- zachowania firm lokalnych a konkurencja wewnątrz branży,
- zachowania firm lokalnych a różnice kulturowe i osobliwości zachowań inwestorów zagranicznych,
- typy zachowań firm lokalnych wobec inwestorów zagranicznych.

Odpowiedzi na drugie pytanie służyły badania empiryczne adresowane do firm polskich (lokalnych), które stanęły wobec wyzwań związanych z przyjęciem, a więc wyborem i realizacją określonych strategii w stosunku do strategii ekspansji firm zagranicznych na polskim rynku.

Badania empiryczne objęły:

- badania ankietowe 77 firm polskich należących do trzech branż: budowlanej, motoryzacyjnej oraz spożywczej,
- przygotowanie 3 studiów przypadku – 3 firmy polskie.

Odpowiedź na ostatnie, trzecie pytanie została udzielona na podstawie wniosków wynikających z przeprowadzonych badań empirycznych i w nawiązaniu do zaleceń wynikających ze współczesnych teorii przedsiębiorstwa i współczesnych doktryn i teorii polityki gospodarczej.

Zasadniczym przedmiotem badania w empirycznej części relacjonowanego projektu badawczego były zachowania polskich przedsiębiorstw wobec pojawienia się w ich branży inwestorów zagranicznych. Wśród uzyskanych wyników należy zwrócić uwagę na kwestie związane z obecnością zagranicznych firm w branżach. Autorzy prezentują, motywy i formy ekspansji firm zagranicznych dostrzegane przez firmy lokalne – polskie, gdyż przyczyny wejść firm zagranicznych na polski rynek oraz formy ich obecności na tym rynku determinują późniejsze zachowania firm lokalnych w stosunku do wchodzących firm zagranicznych.

2. Motywy zagranicznych inwestycji bezpośrednich – koncepcje i paradygmaty

2.1. Dunningowski paradygmat – jego prekursorzy i protagoniści

Powody, dla których firmy inwestują za granicą¹, inspirowały i absorbowały badaczy biznesu międzynarodowego przez kilka dziesiętni lat. Stanowią one integralną część różnych teorii i paradygmatów produkcji międzynarodowej opracowanych przez takich uczonych, jak:

¹ W tej części wykorzystano za zgodą autorów fragmenty referatu Mariana Goryni, Jana Nowaka i Radosława Wolniaka. Autorzy składają za to podziękowanie.

- S.H. Hymer, który zapoczątkował teorię internalizacji zwanej także teorią kosztów transakcyjnych, później rozwiniętą przez S.J. Buckleya, M.C. Cassona, J.F. Hennarta, A.M. Rugmana, i D.J. Teece'a (Hymer jest znany także z prac nad zastosowaniem teorii organizacji branży do teorii produkcji międzynarodowej);
- R. Vernon, który jest autorem teorii cyklu produktu w inwestycjach zagranicznych, rozwiniętej później przez L.T. Wellsa;
- R.E. Caves, T. Horst, H. Johnson, S.S. Magee, B. Swedenborg, T.A. Pugel, A.L. Calvet, R.F. Owen, S. Lall, N.S. Siddhathan i N. Kumar, którzy wnieśli wkład do teorii korzyści wynikających z posiadania przez firmę unikatowych zasobów (*firm specific ownership advantages theory*);
- F.T. Knickerbocker, E.M. Graham, i E.B. Flowers, którzy znani są z obszernych badań nad strategiami firm działających na rynkach oligopolistycznych;
- J.J. Boddewyn; S.O. McGuire, J.S. Landefeld; S.L. Gordon, F.A. Lees prezentujący teorie wyjaśniające motywy inwestowania za granicą, tj. teorię handlu zagranicznego, która obejmuje koncepcję kosztów komparatywnych oraz cyklu życia produktu; teorię lokalizacji uwzględniającą koszty transportu oraz dostęp zasobów; teorię inwestowania odnoszącą się do kosztów kapitału; teorię organizacji przemysłowych wyjaśniającą aktywność inwestowania w stosunku do zachowania strategicznego firmy (korporacji międzynarodowej);
- J.H. Dunning, którego eklektyczny paradygmat produkcji międzynarodowej, znany także jako OLI (*ownership, location, internalization*) model, stanowi próbę holistycznego wyjaśnienia działalności firm zagranicznych, łącząc teorie i modele wielu jego poprzedników².

Wychodząc z wcześniej zaproponowanej przez Behrmana [2] taksonomii, Dunning [15; 16] pogrupował rozmaite motywy podejmowania inwestycji zagranicznych i odpowiadające im typy inwestorów według tego, czy są nastawione na:

- pozyskanie zasobów,
- zdobycie rynków,
- poprawę efektywności,
- zdobycie zasobów strategicznych.

Rozważania nad motywami BIZ w duchu konwencji Dunninga można dostrzec u Cantwella [9, s. 303-328]. Wyróżnia on trzy motywy zagranicznej ekspansji firmy, a mianowicie:

- pozyskanie surowców,
- zdobycie rynku lokalnego, co wiąże się z substytucją dotychczasowej produkcji importowej,

² Podsumowanie prac autorów wymienionych w tym punkcie oraz szczegółowy opis eklektycznego paradygmatu można znaleźć w pracy Dunninga [15, rozdz. 4]. Inne prace Dunninga, w których analizuje ów paradygmat i jego rozwinięcia oraz zastosowania, to [12; 13; 14; 16]. Alternatywne przeglądy teorii inwestycji zagranicznych można znaleźć m.in. u Boddewyna [4], Buckleya [6] i Hennarta [21].

- integrację lub racjonalizację w obszarze produkcji międzynarodowej przedsiębiorstwa.

Pierwsze dwa z wymienionych motywów korespondują z dunningowskimi motywami pozyskania zasobów i rynków. Integracja lub racjonalizacja w obszarze produkcji międzynarodowej przedsiębiorstwa nawiązuje do poprawy efektywności oraz zdobycia zasobów strategicznych.

Podobny podział motywów firm dotyczących inwestycji zagranicznych został zaprezentowany wiele lat temu przez Roota. Autor twierdzi, że motywy mogą być klasyfikowane ze względu na dwie kategorie: rynkowe (*market-seeking*) oraz zasobowe (*factor-seeking*). W drugiej grupie znajduje się poszukiwanie miejsc z dostępem do tanich kosztów produkcji oraz do surowców. Root uważa, że decyzja o podjęciu bezpośredniej działalności inwestycyjnej na rynkach zagranicznych jest krokiem obronnym w celu utrzymania np. obecnego eksportu [36, s. 12]. W przypadku motywów zaliczonych do zasobowych, inwestycje zagraniczne są dokonywane, w celu pozyskania naturalnych surowców, których brakuje na rynku macierzystym. Inwestycje w celu zdobycia zasobów mogą się przyczynić do wzrostu eksportu z kraju goszczącego do kraju macierzystego firmy oraz do innych krajów. Ponadto inwestycje, których głównym motywem jest poszukiwanie niskich kosztów produkcji, stanowią źródło korzyści dla całej strategii firmy, sprzyjają także możliwościom eksportowania produktów z rynków rozwijających się [35, s. 37]. Istnieje też szansa, że kraj goszczący inwestycje odnotuje wzrost eksportu oraz poprawę bilansu handlowego [5, s. 359-374; 32, s. 10].

Bogactwo literatury na temat motywów działalności międzynarodowej firm (w postaci bezpośrednich inwestycji zagranicznych) pozwala na wyróżnienie jeszcze kilku. Są to m.in. zmniejszenie różnic między rynkami oraz rozwój firm przy wykorzystaniu wiedzy technologicznej krajów goszczących BIZ. Głównym motywem wyboru inwestycji bezpośrednich jako formy internacjonalizacji firmy według Rugmana jest zniwelowanie wszelkich różnic występujących między rynkami (macierzystym i goszczącym). Uważa on, że forma inwestycji bezpośrednich pozwala na szerokie zaznajomienie się z uwarunkowaniami działania na rynkach zagranicznych oraz wszelkimi odmiennościami, które mogłyby wpłynąć na niepowodzenie, gdyby były niedostatecznie poznane. Do czynników, które należy uwzględnić podczas prowadzenia działalności gospodarczej na rynku zagranicznym należą nie tylko elementy ekonomiczne, prawne, ale także kulturowe. Te ostatnie, często niedoceniane przez inwestorów zagranicznych, mają duży wpływ na sukces firmy na rynku zagranicznym. Forma inwestycji bezpośrednich ułatwia szersze ich poznanie i dostosowanie się do nich [37, s. 6].

2.2. Dunningowski paradygmat – ujęcie krytyczne

Podejście Dunninga, które obejmuje wiele różnych motywów podejmowania inwestycji zagranicznych, zostało jednak poddane krytyce:

- po pierwsze, model Dunninga nie podejmuje kwestii wyboru między otwarciem filii a utworzeniem *joint venture* w sytuacji, gdy firma zdecydowała się już podjąć zagraniczną inwestycję bezpośrednią [29];
- po drugie, eklektyczna teoria Dunninga opiera się na doświadczeniach dużych korporacji międzynarodowych z krajów rozwiniętych, a takie firmy zwykle dysponują zaawansowanymi, nowoczesnymi technologiami i znanymi markami [38], dlatego jej implementacja w odniesieniu do krajów rozwijających się czy będących w okresie transformacji gospodarczo-ustrojowej nie zawsze jest uzasadniona;
- po trzecie, w dyskusji na temat wejść poprzez zagraniczne inwestycje bezpośrednie pominięto uwarunkowania dotyczące strategii firmy macierzystej decydującej o ekspansji.

Ten trzeci zarzut został postawiony przez Ch. Hilla, S. Hwanga i W.C. Kima (1990), którzy w swoim modelu wyszczególnili obok zmiennych środowiskowych (pochodzących z otoczenia firmy) i transakcyjno-specyficznych, zmienne strategiczne³. Model wspomnianych badaczy daje kompleksową podstawę do wyjaśniania wyboru sposobu wejścia na rynek zagraniczny – filia, *joint venture* czy porozumienia licencyjne. Teoria Hilla, którą określa się mianem eklektycznej, została jeszcze rozbudowana o zasoby i umiejętności specyficzne dla firmy, a więc uwzględniono podejście zasobowe (*resource-based approach*) [3].

Pewną modyfikację holistycznego paradygmatu Dunninga zaproponował Guisinger [19]. Zastąpił on internalizację (*internalization* – I) przez sposób wejścia (*mode of entry* – M) oraz uwzględnił tzw. adaptację firmy do międzynarodowego otoczenia (*adaptation* – A). Zdaniem Guisingera przejście od paradygmatu OLI (*ownership, location, internalization*) do OLMA (*ownership, location, mode of entry, adaptation*) ułatwia eksplanację różnic w wynikach ekonomicznych internacjonalizujących się przedsiębiorstw i rzeczywiście w sposób holistyczny wyjaśnia działalność wspomnianych firm.

Poza tym warto wspomnieć, że jeden z motywów ekspansji Dunninga – motyw kosztowy – traci obecnie na znaczeniu. Poszukiwanie miejsc oferujących zasoby po niższych kosztach jest jeszcze ciągle wymieniane jako motyw zagranicznej ekspansji firmy, ale zwraca się uwagę, że uprzywilejowana pozycja kosztowa nie może być źródłem konkurencyjności przy dłuższym horyzoncie czasowym, gdyż osłabia natężenie procesów modernizacyjnych w firmie i tym samym oddziałuje negatywnie na jej innowacyjność.

Krytyka paradygmatu Dunninga nie powinna być jednak w żadnym razie postrzegana jako przesłanka odrzucenia tego modelu, ale raczej jako jego uzupełnienie i rozszerzenie, a więc swego rodzaju pierwiastek komplementarny.

³ Za wyszczególnieniem zmiennych strategicznych przemawiają rezultaty dociekań, np. Gatignon i Aderson (1986), Gomes-Cassers (1989), którzy podkreślają, że poziom własności w zagranicznej placówce firmy zależy w dużym stopniu od strategii spółki matki.

3. Formy BIZ – dylematy definicyjno-klasyfikacyjne

Chociaż literatura na temat sposobów wejścia na rynki zagraniczne, obejmujących także bezpośrednie inwestycje zagraniczne, jest rozległa,⁴ stosunkowo niewiele prac poświęcono zagadnieniu wyboru między różnymi formami BIZ. Wśród tych ostatnich można wyróżnić co najmniej dwie grupy prac. Pierwsza grupa rozróżnia i analizuje trzy formy bezpośrednich inwestycji zagranicznych – inwestycje typu *greenfield*, przejęcia (*acquisitions*) i wspólne przedsięwzięcia (*joint ventures*) (zob. np. [23; 24]). Druga grupa prac koncentruje się na dychotomicznym wyborze między inwestycjami typu *greenfield* i inwestycjami typu *acquisition* (zob. np. [10; 18; 39]). Niekiedy *acquisitions* rozważa się łącznie z *mergers* jako jedną formę inwestycji zagranicznych (zob. np. [8; 25; 34]), a *joint ventures* włącza się w formę inwestycji typu *greenfield* [1]. Pojawiają się także rozważania nad wyborem między inwestycją typu *greenfield* a *joint venture* [26; 31], co mogłoby oznaczać, że istnieje jeszcze trzecia grupa prac nad BIZ.

Inwestycje typu *greenfield* są zwykle definiowane jako inwestycje podejmowane przez firmy, które finansują utworzenie w kraju docelowym zupełnie nowej jednostki gospodarczej poprzez budowę wymaganych obiektów, instalacje w nich urządzeń itd. Natomiast przejęcia polegają na zakupie przez inwestora zagranicznego istniejącego przedsiębiorstwa w kraju docelowym. Dokonuje się tego poprzez nabycie kontrolnego pakietu własności majątku od poprzedniego właściciela przedsiębiorstwa. Przejęcia są, obok fuzji, jednym z typów połączeń między przedsiębiorstwami. Firma przejęta nie traci osobowości prawnej. Inwestor może być zainteresowany przejęciem firmy zagranicznej znajdującej się w dobrej, ale także złej kondycji finansowej. W tym drugim przypadku podejmuje zwykle działania restrukturyzacyjne, a niekiedy dokonuje sprzedaży zrestrukturyzowanego przedsiębiorstwa. Przejęcia mogą być poziome (dotyczą firm z tej samej branży), pionowe (dotyczą firm funkcjonujących w ramach jednego łańcucha tworzenia wartości), dywersyfikacyjne pokrewne (odnoszą się do firm z różnych dziedzin działalności, ale bazujących na tych samych umiejętnościach technologicznych, marketingowych) [33].

Joint venture z kolei polega na połączeniu zasobów co najmniej dwóch firm, które wspólnie tworzą oddzielną jednostkę, będąc współwłaścicielami tej jednostki i wspólnie korzystając z owoców jej działalności (por. np. [7, s. 545; 18, s. 165; 24, s. 412]). Niektórzy autorzy definiują *joint venture* jako oddzielne jednostki prawne z własnością dzieloną między partnerami [17, s. 41-62; 20, s. 7-16]. Inni z kolei twierdzą, że *joint venture* to porozumienia prawne, gdzie własność i za-

⁴ Lista publikacji dotyczących wyboru sposobu wejścia na rynki zagraniczne jest bardzo długa. Najbardziej popularni autorzy, którzy pisali na ten temat, to: S. Agrawal i S.N. Ramaswami, E. Anderson i H. Gatigon, W.C. Kim i S. Hwang, S.J. Buckley i M.C. Casson oraz E. Brouthers.

rzządzanie organizacją są podzielone między co najmniej dwa podmioty [11, s. 187-213]. W przypadku utworzenia *joint venture* inwestor zagraniczny oczekuje od partnerów z kraju goszczącego m.in. znajomości specyfiki rynku (potencjalnych dostawców i odbiorców), lokalnych gustów, praktyk biznesowych, administracyjnych oraz znajomości relacji biznes-rząd [30, s. 119-125].

K. Meyer i S. Estrin [27; 28] wyróżniają szczególną formę inwestycji typu *acquisition*, którą nazywają *brownfield investment*. W trakcie inwestycji *brownfield* inwestor zagraniczny początkowo nabywa istniejącą firmę, a następnie przekształca ją w prawie zupełnie nową jednostkę poprzez przebudowę lub rozbudowę zakładu, wymianę urządzeń, technologii, zasobów ludzkich i asortymentu produktów. Autorzy ci uważają, że inwestycje typu *brownfield* są szczególnie popularne przy przejściach przedsiębiorstw państwowych przez firmy zagraniczne w Europie Środkowo-Wschodniej i ściśle łączą tę formę inwestycji z transformacją ekonomiczną krajów postkomunistycznych.

4. Charakterystyka badania empirycznego

Badanie empiryczne, dotyczące strategii firm polskich wobec ekspansji inwestorów zagranicznych, zostało przeprowadzone w pierwszej połowie 2004 r. wśród polskich przedsiębiorstw z branży spożywczej, budowlanej oraz motoryzacyjnej. Badane firmy w większości mają swoje siedziby w województwach: wielkopolskim, zachodniopomorskim oraz pomorskim. Głównym kryterium doboru jednostek do próby było pochodzenie kapitału, które miało znaczny wpływ na osiągnięcia zamierzonego celu, a także wyrażenie zgody na chęć uczestnictwa w badaniu (z tego wynika także metoda doboru próby).

Przy doborze przedsiębiorstw w badaniu wykorzystano najbardziej typowy przypadek nielosowego doboru próby – dobór celowy, który polegał na dość formalnym i subiektywnym wyborze jednostek do próby, w nadziei uzyskania najszerszych i najpełniejszych informacji. Z zastosowanej metody doboru próby wynikają konsekwencje związane z interpretacją uzyskanych rezultatów. Wielkość próby (77 firm) oraz metoda jej doboru świadczą o jej małej reprezentatywności. Wyniki badania nie mogą być zatem uogólniane dla całej populacji, charakteryzują one bowiem jedynie sytuację w badanej grupie przedsiębiorstw. Największą grupę stanowiły firmy należące do branży budowlanej (40,26%), następnie spożywczej (31,17%) i motoryzacyjnej (28,57%). Pod względem wielkości zatrudnienia większość próby należy do grupy małych i średnich przedsiębiorstw.

Największy odsetek w badanej próbie stanowią przedsiębiorstwa prywatne bez udziału kapitału publicznego (85,71%). W grupie przedsiębiorstw z branży spożywczej nie znalazła się żadna firma ze stuprocentowym udziałem kapitału publicznego w strukturze właścicielskiej, a trzy firmy wskazały na znacznie mniejszy jego odsetek. W branżach budowlanej oraz motoryzacyjnej w sześciu

badanych jednostkach (po trzy w każdej branży) wskazano stu procentowy udział kapitału publicznego.

Badana grupa przedsiębiorstw to przede wszystkim przedsiębiorstwa polskie, ze stu procentowym udziałem kapitału polskiego w strukturze własnościowej. Polskie firmy stanowią 92,2% całej grupy. Nie jest to jednak w żadnym wypadku odzwierciedlenie sytuacji panującej na rynku polskim. Głównym celem projektu było zbadanie zachowań polskich firm wobec ekspansji inwestorów zagranicznych, do próby zostały więc dobrane w większości przedsiębiorstwa polskiego pochodzenia. Znalazło się w niej także pięć firm z większościowym udziałem kapitału zagranicznego istniejących w statystykach jeszcze niedawno jako firmy polskie. Jednak w niedalekiej przeszłości przedsiębiorstwa te znalazły inwestorów zagranicznych, którzy wnieśli w strukturę własnościową obcy kapitał. Obecnie funkcjonują one na rynku już jako firmy zagraniczne.

Ze względu na to, iż jednostki próby to przedsiębiorstwa reprezentowane przez przedstawicieli wyższego kierownictwa (podmioty badania), w badaniu zastosowano metodę pogłębionego wywiadu indywidualnego przy wykorzystaniu kwestionariusza stanowiącego podstawowe narzędzie badawcze podczas rozmowy.

5. Motywy i formy ZIB

– perspektywa firm kraju goszczącego (przypadek Polski)

W ramach prezentowanych badań postawiono respondentom pytania dotyczące motywów i form ekspansji firm zagranicznych na polski rynek. Sprawą oczywistą jest, że opinii badanych firm nie sposób przypisywać wszystkim polskim firmom odczuwającym presję zagranicznych rywali. Jednakże wypowiedzi menedżerów reprezentujących badane przedsiębiorstwa sygnalizują, jak te kwestie są (mogą) być postrzegane przez lokalnych graczy rynkowych.

Tabela 1. Motywy ekspansji zagranicznych inwestorów wchodzących do branży

Motywy ekspansji zagranicznych inwestorów wchodzących do branży	Spożywcze		Budowlane		Motoryzacyjne		Ogół badanych	
	LW	%	LW	%	LW	%	LW	%
Pozyskanie zasobów po niższym koszcie	13	54,17	11	35,48	13	59,09	37	48,05
Zdobywanie rynków	18	75	22	70,97	13	59,09	53	68,83
Poprawa efektywności (racjonalizacja procesów produkcji, dystrybucji i marketingu wynikająca z korzyści skali i zasięgu)	4	16,67	2	6,45	2	9,09	8	10,39
Pozyskanie zasobów strategicznych (dążenie do utrzymania lub powiększenia swojej międzynarodowej przewagi konkurencyjnej)	9	37,5	11	35,48	9	40,91	29	37,66
Brak danych	0	0	2	6,45	0	0	2	2,6

Tabela 2. Okres realnego konkurowania z zagranicznymi firmami

Okres realnego konkurowania z zagranicznymi firmami	Spożywcze		Budowlane		Motoryzacyjne		Ogół badanych	
	LW	%	LW	%	LW	%	LW	%
Od roku	3	12,5	0	0	0	0	3	3,9
Od 2 do 5 lat	11	45,83	18	58,06	10	45,45	39	50,65
Od 6 do 10 lat	8	33,33	10	32,26	9	40,91	27	35,06
Dłużej niż 10 lat	2	8,33	0	0	3	13,64	5	6,49
Brak danych	0	0	3	9,68	0	0	3	3,9

Kluczowym motywem wejść zagranicznych inwestorów na polski rynek, niezależnie od branżowego zorientowania ekspansji, jest chęć zdobywania nowych rynków (por. tab. 1). W przypadku branży motoryzacyjnej za równie ważne uznano dążenie do pozyskiwania zasobów po niższym koszcie. Badane firmy, niezależnie od branży, w której funkcjonują, stwierdziły, że okres realnego konkurowania z firmami zagranicznymi wynosi od 2 do 5 lat (por. tab. 2).

Liczba firm zagranicznych obecnych w badanych branżach, z którymi bezpośrednio konkurują badane przedsiębiorstwa, wynosi od 2 do 5 (por. tab. 3). Można sądzić, że menedżerowie podawali liczbę zagranicznych konkurentów działających w tej samej grupie strategicznej.

Tabela 3. Liczba firm zagranicznych-bezpośrednich konkurentów badanych przedsiębiorstw na rynku polskim

Liczba firm zagranicznych obecnych na polskim rynku w branży	Spożywcze		Budowlane		Motoryzacyjne		Ogół badanych	
	LW	%	LW	%	LW	%	LW	%
1 firma	2	8,33	1	3,23	2	9,09	5	6,49
Od 2 do 5 firm	11	45,83	14	45,16	12	54,55	37	48,05
Od 6 do 10 firm	7	29,17	5	16,13	3	13,64	15	19,48
Powyżej 10 firm	4	16,67	6	19,35	4	18,18	14	18,18
Brak danych	0	0	5	16,13	1	4,55	6	7,79

Tabela 4. Dominująca forma internacjonalizacji inwestorów zagranicznych na polskim rynku

Forma internacjonalizacji	Spożywcze		Budowlane		Motoryzacyjne		Ogół badanych	
	LW	%	LW	%	LW	%	LW	%
Eksport	10	41,67	13	41,94	15	68,18	38	49,35
Kooperacja niekapitałowa (alianse strategiczne i in.)	1	4,17	5	16,13	2	9,09	8	10,39
Wspólne przedsięwzięcia (<i>joint ventures</i>)	10	41,67	11	35,48	3	13,64	24	31,17
Inwestycje bezpośrednie typu <i>green-field</i> (filie, oddziały)	17	70,83	16	51,61	10	45,45	43	55,84
Przejęcia (<i>aquisitions</i>)	18	75	15	48,39	7	31,82	40	51,95
Brak danych	0	0	2	6,45	0	0	2	2,6

Dominującą formą obecności firm zagranicznych na rynku polskim są zdaniem menedżerów badanych firm filie, oddziały, a więc inwestycje bezpośrednie typu *greenfield*, na miejscu drugim wymienia się przejęcia, a na trzecim eksport (por.

tab. 4). Identyczny ranking form ekspansji zagranicznych konkurentów na rynku polskim występuje w branży budowlanej. W branży spożywczej pierwsza pozycja przypadła przejęciom, druga zagranicznym inwestycjom bezpośrednim typu *green-field*, a trzecia eksportowi i wspólnym przedsięwzięciom. W branży motoryzacyjnej dominuje eksportowa forma obecności firm zagranicznych, dalej występują filie i oddziały i wreszcie przejęcia. Przeważającą formą biernej internacjonalizacji badanych branż są inwestycje bezpośrednie.

6. Podsumowanie

Dyskusja literatury z zakresu zagranicznych inwestycji bezpośrednich przeprowadzona w pierwszej części opracowania wskazuje na bogactwo dorobku nauki i na nie-słabnące zainteresowanie tym obszarem badań. Zdiagnozowano jednak występowanie obszarów, którym poświęcono relatywnie mniej prac. Pierwszym takim obszarem jest analiza zachowań przedsiębiorstw niebędących dużymi korporacjami międzynarodowymi, wywodzącymi się z krajów rozwiniętych. Drugim obszarem jest problem wyboru między poszczególnymi formami BIZ. Próba uporządkowania literatury oraz badania przeprowadzone wśród polskich przedsiębiorstw przedstawione w części empirycznej opracowania są przyczynkiem mającym na celu zainspirowanie dalszych badań we wskazanych mniej rozpoznanych obszarach studiów nad BIZ.

Literatura

- [1] Barkema H.G., Vermeulen F., *International Expansion through Start-up or Acquisition: A Learning Perspective*, „Academy of Management Journal” 1998, vol. 41(1), s. 7-26.
- [2] Behrman J.N., *The Role of International Companies in Latin America: Autos and Petrochemicals*, Lexington, MA: Lexington Books 1972.
- [3] Bell J.H.J., Barkema H.G., Verbeke A., *An Eclectic Model of the Choice between WOSs and JVs as Modes of Foreign Entry*, [w:] *Cooperative Strategies: European Perspective*, red. S.W. Beamish, J.S. Killing, New Lexington Press, San Francisco.
- [4] Boddewyn J.J., *Theories of Foreign Direct Investment and Divestment: A Classificatory Note*, „Management International Review” 1985, vol. 25(1), s. 57-65.
- [5] Brouthers E., Werner S., Wilkinson T.J., *The Aggregate Impact of Firms' FDI Strategies on the Trade Balances of Host Countries*, „Journal of International Business Studies” 1996, vol. 27(2), s. 359-374.
- [6] Buckley S.J., *Contemporary Theories of International Direct Investment*, „Revue Economic” 1993, vol. 44(4), s. 725-736.
- [7] Buckley S.J., Casson M.C., *Analyzing Foreign Market Entry Strategies: Extending the Internalization Approach*, „Journal of International Business Studies” 1998, vol. 29(3), s. 539-562.
- [8] Bruning E.R., Turtle H.J., Buhr K., *Characterizing Mode of Entry for Canadian Foreign Direct Investment into the United States: 1980-1989*, „International Journal of Commerce & Management” 1997, vol. 7(3/4), s. 56-80.
- [9] Cantwell J., *The Relationship between International Trade and International Production*, [w:] *Surveys in International Trade*, red. D. Greenway, L.A. Winters, Basil Blackwell Ltd., Oxford-Cambridge 1995.

- [10] Caves R.E., Mehra, S., *Entry of Foreign Multinationals into US Manufacturing Industries*, [w:] *Competition in Global Industries*, red. M. Porter, MA: Harvard Business School Press, Boston 1986.
- [11] Chung W., *Mode, Size, and Location of Foreign Direct Investments and Industry Price Mark-Ups*, „Journal of Economic Behavior and Organization” 2001, vol. 45(2), s. 187-213.
- [12] Dunning J.H., *Toward an Eclectic Theory of International Production: Some Empirical Tests*, „Journal of International Business Studies” 1980, vol. 11(1), s. 9-31.
- [13] Dunning J.H., *International Production and the Multinational Enterprise*, Allen, Unwin, London 1981.
- [14] Dunning J.H., *The Eclectic Paradigm of International Production: A Restatement and Some Possible Extensions*, „Journal of International Business Studies” 1988, vol. 19(1), s. 1-31.
- [15] Dunning J.H., *Multinational Enterprises and the Global Economy*, Addison-Wesley Publication Company Harlow, Essex 1993.
- [16] Dunning J.H., *Location and the Multinational Enterprise: A Neglected Factor?* „Journal of International Business Studies” 1998, vol. 29(1), s. 45-66.
- [17] Geringer J., *Strategic Determinants of Partner Selection Criteria in International Joint Ventures*, „Journal of International Business Studies” 1991, First Quarter, s. 41-62.
- [18] Görg H., *Analysing Foreign Market Entry – The Choice between Greenfield Investment and Acquisitions*, „Journal of Economic Studies” 2000, vol. 27(3), s. 165-181.
- [19] Guisinger S., *From OLI to OLMA: Incorporating Higher Levels of Environmental and Structural Complexity into the Eclectic Paradigm*, „International Journal of the Economics of Business” 2001, vol. 8, nr 2, s. 257-272.
- [20] Harrigan K.R., *Joint Ventures and Global Strategies*, „Columbia Journal of World Business” 1984, Summer, s. 7-16.
- [21] Hennart J.-F., *Theories of the Multinational Enterprise*, [w:] *Oxford Handbook of International Business*, red. A. Rugman, T. Brewer, Oxford University Press, Oxford.
- [22] Hill Ch., Hwang S., Kim W.C., *An Eclectic Theory of the Choice of International Entry Mode*, „Strategic Management Journal” 1990, vol. 11, nr 2.
- [23] Jermakowicz W.W., Bellas C.J., *Foreign Direct Investment in Central and Eastern Europe: 1988-1993*, „International Journal of Commerce & Management” 1997, vol. 7(2), s. 33-55.
- [24] Kogut B., Singh H., *The Effect of National Culture on the Choice of Entry Mode*, „Journal of International Business Studies” 1988, vol. 19(3), s. 411-432.
- [25] Lundan S., Hagedoorn J., *Alliances, Acquisitions and Multinational Advantage*, „International Journal of Economics of Business” 2001, vol. 8, nr 2, s. 229-242.
- [26] Luo Y., *Capability Exploitation and Building in a Foreign Market: Implications for Multinational Enterprises*, „Organization Science” 2002, vol. 13, nr 1, s. 48-63.
- [27] Meyer K., Estrin S., *Brownfield Entry into Emerging Markets*, „Journal of International Business Studies” 2001, vol. 32(3), s. 575-584.
- [28] Meyer K., Estrin, S., *Entry Mode Choice in Emerging Markets: Greenfield, Acquisition, and Brownfield*, Working Paper Nr 18, Centre for East European Studies, Copenhagen Business School, Copenhagen 1998.
- [29] Moon H.CH., *The Choice of Entry Modes and Theories of Foreign Direct Investment*, „Journal of Global Marketing” 1997, vol. 11, nr 2, s. 43-46.
- [30] Moran T., *Foreign Direct Investment and Development: The New Agenda for Developing Countries and Economies in Transition*, Institute for International Economics, Washington, D.C. 1998.
- [31] Mukherjee A., Sengupta S., *Joint Ventures versus Fully Owned Subsidiaries: Multinational Strategies in Liberalizing Economies*, „Review of International Economics” 2001, vol. 9(1), s. 163-180.
- [32] Phongpaichit S., *The New Wave of Japanese Investment in Asia*, Institute of Southeast Asian Studies, Singapore 1990.

- [33] Pierścionek Z., *Strategie konkurencji i rozwoju przedsiębiorstwa*, PWN, Warszawa 2003.
- [34] Pucik V., *Managing Global Partnerships*, [w:] *Accelerating International Growth*, red. S. Rosenzweig, X. Gilbert, T. Malnight, V. Pucik, John Wiley & Sons, Ltd, Chichester 2001.
- [35] Root F., *Entry Strategies for International Markets*, Macmillan, New York 1994.
- [36] Root F., *Entry Strategies for Foreign Markets: From Domestic to International Business*, AMACOM, New York 1977.
- [37] Rugman A., *Forty Years of Dunning and the Theory of Multinational Enterprise*, Paper presented at the Academy of International Business Annual Meetings in Vienna 1998.
- [38] Shi Yi-Zheng, Ho Po-Yuk, Siu Wai-Sum, *Market Entry Mode Selection: The Experience of Small Hong Kong Firms in China*, „Asia Pacific Review” 2001, vol. 8, nr 1.
- [39] Zejan M.C., *New Venture or Acquisitions: The Choice of Swedish Multinational Enterprises*, „The Journal of Industrial Economics” 1990, March, s. 349-355.

THE MOTIVES AND FORMS OF FOREIGN DIRECT INVESTMENT – THE PERSPECTIVE OF LOCAL ENTERPRISES (EMPIRICAL APPROACH)

Summary

The paper presents the existing concepts in the literature concerning the motives and forms of foreign direct investment in a synthetic way. The theoretical discussion is exemplified with the results of empirical research conducted in 2004 among 77 Polish companies. The authors discuss the way Polish-local companies perceive the motives and forms of expansion of foreign firms entering into the Polish market.