

Bogusława Drelich-Skulska

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
e-mail: boguslawa.drelich-skulska@ue.wroc.pl

EWOLUCJA BIZNESU MIĘDZYNARODOWEGO W DOBIE GLOBALIZACJI GOSPODARKI*

EVOLUTION OF INTERNATIONAL BUSINESS AT A TIME OF GLOBALISATION OF THE ECONOMY

DOI: 10.15611/e21.2017.4.01

JEL Classification: F23, F60

Streszczenie: Postępująca globalizacja oraz zróżnicowany rozwój procesów integracji regionalnej we współczesnej gospodarce światowej odciskają swoje piętno na działalności gospodarczej prowadzonej zwłaszcza w środowisku międzynarodowym. Z tego powodu autorka postanowiła przygotować artykuł, w którym dąży do ukazania ewolucji pola badawczego biznesu międzynarodowego pod wpływem obu megatrendów. Tak zakreślonymu celowi podporządkowana została struktura artykułu. W części pierwszej przedstawiono istotę i cechy biznesu międzynarodowego, a w drugiej zaprezentowano ewolucję jego problematyki badawczej. Natomiast w trzeciej części ukazano nowe zagadnienia badawcze podejmowane przez biznes międzynarodowy wynikające z aktualnych zmian zachodzących w gospodarce światowej. Rozważania zamyka podsumowanie wskazujące możliwe kierunki przyszłych badań w rozpatrywanym obszarze.

Słowa kluczowe: biznes międzynarodowy, gospodarka światowa.

Summary: The ongoing globalization and diversified development of regional integration processes in the modern global economy leave their mark on economic activity, especially in the international environment. For this reason, the author decided to prepare an article in which she aims to show the evolution of the research field of international business under the influence of both megatrends. The structure of the article is subordinated to this purpose. The first part describes the essence and characteristics of international business, and the second one presents the evolution of its research matters. In turn, the third part presents new research issues undertaken by international business resulting from current changes taking place in the global economy. Considerations are closed by a summary showing the possible directions of future research in the area under consideration.

Keywords: international business, world economy.

* W przygotowaniu niniejszego artykułu wykorzystano rozważania prowadzone w rozdziale I monografii [Skulska (red.) 2009].

1. Wstęp

Od zarania dziejów człowiek prowadził działalność gospodarczą, która była i jest przedmiotem poznania naukowego. To oczywiste stwierdzenie staje się jednak bardzo skomplikowane, gdy uzmysłowimy sobie, że tworzona na podstawie tych obserwacji wiedza naukowa o procesach gospodarowania jest współcześnie coraz bardziej złożona i wyspecjalizowana. Jest to wynikiem bogactwa i zróżnicowania realnych form prowadzonej działalności gospodarczej oraz szybkiego tempa zmian w gospodarce światowej, w tym w zakresie technologii informatycznych.

Na podstawie powyższej konstatacji zauważa się, że potrzebna jest logiczna i przejrzysta klasyfikacja wiedzy naukowej dotyczącej działalności gospodarczej, ponieważ służy ona między innymi do organizowania badań naukowych i procesu dydaktycznego, a także jest wykorzystywana do oceny dorobku naukowego osób ubiegających się o awans naukowy [Gorynia 2016, s. 125]. Szeroko stosowanym podziałem nauki na części składowe jest podział określający trzy stopnie: dziedzinę nauki, dyscyplinę nauki i specjalność naukową [Pabis, Jaros 2009, s. 22].

Działalność gospodarcza człowieka jest przedmiotem zainteresowania nauk ekonomicznych, które w przyjętej w Polsce klasyfikacji nauk stanowią dziedzinę nauki. Obejmuje ona cztery dyscypliny naukowe: ekonomię, finanse, nauki o zarządzaniu i towaroznawstwo¹. Wymienione dyscypliny, analizowane przez pryzmat przedmiotu ich badań, specyfiki metod badawczych oraz aparatu pojęciowego, wykazują współcześnie raczej pewną zbieżność i komplementarność aniżeli daleko posuniętą odrębność i autonomię.

Zważywszy na to, że autorka niniejszego artykułu postanowiła ukazać ewolucję pola badawczego biznesu międzynarodowego, warto pokusić się o kilka refleksji na temat jego miejsca w dziedzinie nauk ekonomicznych. W tym celu przyjmuje się, za Gorynią, ustalenie, w „którym ekonomia międzynarodowa jest traktowana jako część ekonomii odnosząca się do aspektów międzynarodowych działalności gospodarczej, a biznes międzynarodowy (BM) to część nauk o zarządzaniu dotycząca aspektów międzynarodowych działalności gospodarczej” [Gorynia 2012, s. 49]. Domenę zainteresowania ekonomii międzynarodowej stanowi poziom makroekonomiczny, badania zaś prowadzone w ramach biznesu międzynarodowego (zarówno na świecie, jak i w Polsce) nie odnoszą się wyłącznie do poziomu mikro, lecz obejmują także poziom makro.

Analiza literatury przedmiotu wskazuje, że aktywność gospodarcza w ramach biznesu międzynarodowego może dotyczyć państwa, branży, sektora, regionu, firmy, konsumentów, przedsiębiorców, niezależnie od tego, czy są to relacje o charakterze realnym czy regulacyjnym.

¹ Rozporządzenie Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z 8 sierpnia 2011 r. w sprawie obszarów wiedzy, dziedzin nauki i sztuki oraz dyscyplin naukowych i artystycznych, Dz.U. 2011.179.1065.

W latach 80. i 90. XX wieku dynamiczny rozwój handlu międzynarodowego oraz zagranicznych inwestycji bezpośrednich (ZIB) spowodował wzrost znaczenia biznesu międzynarodowego. Zaczęto w większym stopniu uwzględniać zagadnienia międzynarodowe.

Obecnie BM znajduje się na rozdrożu. Postępująca globalizacja oraz dążenie ośrodków akademickich do internacjonalizacji badań i programów nauczania – obserwuje się to zjawisko zarówno w USA, jak i w Unii Europejskiej poprzez tworzenia Europejskiej Przestrzeni Edukacyjnej do 2010 roku i podpisanie Konwencji bolońskiej – mogą spowodować, że BM stanie się ofiarą swego własnego sukcesu. Coraz częściej stawiane jest pytanie o sens wyodrębniania BM. Można postawić przekorne pytanie, czy skoro misja BM związana z badaniem procesu internacjonalizacji została wypełniona, dlaczego utrzymywać BM jako oddzielny obszar badań? [Buckley, Lessard 2005, s. 595-599]. Warto jednak podkreślić, iż globalizacja działalności gospodarczej, coraz powszechniejsza liberalizacja przepływu wszystkich czynników produkcji obserwowana w gospodarce światowej od początku lat 80. XX wieku, a także gwałtowny rozwój technik informacyjnych i komunikacyjnych w latach 90. spowodowały, iż badacze zajmujący się biznesem międzynarodowym zwrócili uwagę na wiele nowych zjawisk oddziałujących na ten obszar nauki.

Zrozumienie złożonej natury biznesu międzynarodowego prowadzonego w określonym regionie wymaga szczegółowych studiów i analiz wzorców oraz powiązań właściwych każdemu z wymienionych zjawisk (domen). Jednocześnie realizacja transakcji w biznesie międzynarodowym wymaga dogłębnych badań rynków lokalnych celem rozpoznania lokalnego środowiska biznesowego, poznania zróżnicowanych uwarunkowań oraz wyboru odpowiedniej formy działalności uwzględniającej wszystkie ograniczenia. Tak określone wymagania wiążą kwestie makroekonomiczne z mikroekonomicznymi, które znalazły odzwierciedlenie w niniejszym artykule. W celu realizacji tych wymagań autorka zaproponowała określoną strukturę artykułu, na którą (oprócz wprowadzenia) składają się trzy logicznie i merytorycznie powiązane ze sobą części.

W części pierwszej przedstawiono istotę i cechy biznesu międzynarodowego, a w drugiej zaprezentowano ewolucję jego problematyki badawczej. Natomiast w trzeciej części ukazano nowe zagadnienia badawcze podejmowane przez biznes międzynarodowy wynikające z aktualnych zmian zachodzących w gospodarce światowej. Rozważania zamyka podsumowanie wskazujące możliwe kierunki przyszłych badań, które mogą być prowadzone w badanym obszarze.

2. Istota i pojęcie biznesu międzynarodowego

Biznes międzynarodowy (BM) charakteryzuje się wielopłaszczyznowym podejściem do zjawisk empirycznych. Podstawowymi płaszczyznami analizy są tu: działalność poszczególnych menedżerów, przedsiębiorstwa, sektor oraz całe środowisko. Każda z nich charakteryzuje się dużym zróżnicowaniem.

Nowakowski określa, iż biznes międzynarodowy obejmuje transakcje, które są projektowane i dokonywane ponad granicami narodowymi i kulturowymi w celu zaspokojenia potrzeb indywidualnych nabywców, przedsiębiorstw oraz organizacji [Nowakowski (red.) 2005, s. 19]. Można go przedstawić jako pole, na którym zakreślono kilka dyscyplin częściowo nakładających się na siebie, a częściowo komplementarnych. Są to: zarządzanie międzynarodowe, marketing międzynarodowy, marketing globalny (jako subsystem marketingu międzynarodowego) oraz finanse międzynarodowe.

Shenkar definiuje BM jako obszar, w którym wiedza ogólna dotycząca sposobu prowadzenia działalności na rynku międzynarodowym łączy się z regionalnym *know-how* [Shenkar 2004]. Oba komponenty tworzą swoistą „platformę wiedzy” opartą na podstawach teoretycznych oraz trudną do naśladowania. Wiedza ogólna odnosi się do takich fundamentalnych zagadnień, jak instytucje międzynarodowe, umowy handlowe, organizacje regionalne itp. Jeśli chodzi zaś o regionalne *know-how*, to odnosi się ono do kulturowych, religijnych, politycznych oraz ekonomicznych uwarunkowań poszczególnych krajów, regionów. BM pozwala tłumaczyć zachowanie przedsiębiorstw na rynkach lokalnych, uwzględniając właśnie wspomniane uwarunkowania – co jest niezwykle istotną zdolnością.

Griffin i Pustay wskazują, iż biznes międzynarodowy obejmuje transakcje gospodarcze zawierane pomiędzy podmiotami pochodzącymi więcej niż z jednego kraju [Griffin, Pustay 2007, s. 5]. Jako przykłady można wymienić zakup materiałów i dostarczenie ich do zagranicznego odbiorcy w celu wykorzystania w procesach produkcyjnych, dostawę produktów gotowych z jednego kraju do drugiego w celu ich sprzedaży hurtowej, uruchomienie przedsiębiorstwa poza granicami kraju ze względu na niższe koszty siły roboczej itp. Podmiotami zaangażowanymi w tego typu transakcje mogą być osoby fizyczne, przedsiębiorstwa prywatne, grupy przedsiębiorstw czy agencje rządowe.

Ball i McCulloch zwracają uwagę na ważną okoliczność towarzyszącą prowadzeniu biznesu międzynarodowego [Ball, McCulloch 1991, s. 13-14]. Podkreślają mianowicie, że firma działająca w poprzek granic musi sobie radzić i umieć się poruszać w trzech środowiskach – w środowisku krajowym państwa pochodzenia, w środowisku zagranicznym kraju ekspansji i w środowisku międzynarodowym.

Gorynia proponuje, aby pojęciem biznesu międzynarodowego w szerokim tego słowa znaczeniu określać wszystkie rodzaje aktywności gospodarczej przy spełnieniu warunku, że odbywają się one pomiędzy państwami niezależnie od tego, czy relacje dotyczą państw jako całości, branż, sektorów, regionów, konsumentów, przedsiębiorców i niezależnie od tego, czy są to relacje o charakterze realnym czy regulacyjnym [Gorynia 2012, s. 45]. Bazując na przywołanej definicji, stwierdza, że wyróżnikiem biznesu międzynarodowego na tle całości działalności gospodarczej jest występowanie „pierwiastka międzynarodowego”.

Definicja zaproponowana przez Gorynię wydaje się najszersza z przytoczonych powyżej. Jej zaletą jest zwrócenie uwagi zarówno na realny, jak i regulacyjny aspekt działalności tworzącej biznes międzynarodowy.

Rozwój biznesu międzynarodowego kształtuje się pod wpływem dwóch megatrendów obecnych we współczesnej gospodarce światowej. Pierwszym z nich jest globalizacja, a drugim silny, pełen napięć i zróżnicowany rozwój procesów regionalnej integracji. Przywołane procesy stanowią jednocześnie zasadnicze wyzwania dla biznesu międzynarodowego, ponieważ podmioty działające w jego środowisku muszą sprostać takim zjawiskom, jak bezustanny postęp techniczny i technologiczny, skracanie się cyklu życia produktu, wzrost znaczenia skali produkcji i zbytu, zaostrowanie się i pojawienie się nowych form konkurencji, ogromny wzrost znaczenia badań i rozwoju oraz innowacji, wirtualizacja wielu obszarów działalności przedsiębiorstw oraz komunikacji biznesowej [Rymarczyk 2012, s. 25].

Kolejną kwestią, jaką należy wyjaśnić w tym miejscu, jest specyfika biznesu międzynarodowego na tle biznesu w ogóle i/lub biznesu krajowego. W literaturze panuje znaczna zgodność odnośnie do tego, że mimo wielu oczywistych podobieństw, działalność na rynku wewnętrznym (krajowym) różni się istotnie od aktywności na rynkach zagranicznych. Shenkar i Luo różnice pomiędzy biznesem krajowym i międzynarodowym zaliczają do dwóch grup [Shenker, Luo 2000, s. 10-11]:

- zróżnicowanie i dynamika środowiska biznesowego – sprawia, że działalność międzynarodowa jest obciążona wyższym ryzykiem,
- różnice o charakterze operacyjnym – co wymaga posiadania specyficznych kompetencji na poziomie zarówno operacyjnym, jak i zarządczym.

Z kolei Griffin i Pustay twierdzą, że podstawowa różnica pomiędzy biznesem krajowym i międzynarodowym polega na tym, że transakcje gospodarcze realizowane w ramach BM przekraczają granice narodowe. Lecz istnieją inne istotne różnice, wśród których warto wskazać zasadnicze [Griffin, Pustay 2007, s. 5]:

- Kraje zaangażowane w transakcje gospodarcze na rynkach międzynarodowych mogą wykorzystywać różne waluty, co wpływa na opłacalność i bezpieczeństwo realizowanych operacji.
- Systemy prawne krajów są odmienne, co zmusza podmioty zagraniczne do dostosowania swoich działań do prawa lokalnego. Zdarza się, że zasady prawne obowiązujące w różnych krajach wykluczają się wzajemnie, stwarzając problemy menedżerom międzynarodowym.
- Systemy kulturowe w państwach, gdzie dokonuje się transakcji, są odmienne, co powoduje, iż lokalny partner oczekuje dostosowania naszych zachowań do miejscowych zwyczajów.
- Wyposażenie krajów w zasoby jest odmienne. Jedno państwo może posiadać surowce naturalne, lecz będzie posiadało słabo wykształconą siłę roboczą, inne zaś będzie zasobne w wydajną, dobrze wykształconą kadrę, lecz jego zasoby naturalne będą ubogie. To spowoduje, iż prowadzone procesy produkcyjne i typy produkowanych wyrobów będą w obu krajach różne.

Przytoczone definicje biznesu międzynarodowego wskazują, iż jest to obszar wiedzy, w którym głównym przedmiotem zainteresowania są transakcje gospodarcze realizowane na rynku międzynarodowym rozpatrywane przez pryzmat indywi-

dualnych nabywców, przedsiębiorstw czy organizacji. Z kolei menedżerowie działający na tym rynku powinni w sposób profesjonalny wykorzystywać warunki, które oferuje środowisko krajowe, środowisko zagraniczne (w kraju/krajach, w których firma prowadzi działalność) oraz środowisko międzynarodowe w celu kreowania wartości i potencjału firm lub maksymalizacji ich zysków, a jednocześnie w swoich kalkulacjach uwzględnić wyższe ryzyko działalności w BM.

3. Ewolucja problematyki badawczej biznesu międzynarodowego

W XX wieku uwaga badaczy koncentrowała się na różnych płaszczyznach analizy biznesu międzynarodowego (tab. 1). Na przykład autorzy teorii internalizacji [Buckley, Casson 1976] oraz teorii cyklu życia produktu [Vernon 1966] skupiali się na firmie. Z kolei analiza strategii globalnej dotyczyła branż i sektorów, a analiza instytucjonalna sprowadzała rozważania na poziom całego środowiska biznesowego w skali makroekonomicznej. Należy również dodać, że prawie równocześnie z rozwojem wspomnianych nurtów badaniu podlegało postępowanie kadry menedżerskiej. Konkretnie chodziło głównie o wyodrębnienie narodowych różnic w podejściu do zarządzania.

Tabela 1. Główne zagadnienia badawcze dziedziny biznesu międzynarodowego w XX wieku

Kwestia	Okres badań	Zagadnienia szczegółowe	Kraje będące przedmiotem analizy
Wyjaśnianie przepływu kapitału w formie ZIB	koniec II wojny światowej do lat 70.	amerykańskie ZIB w Europie; zachowanie kadry menedżerskiej a ZIB;	USA, Europa, Ameryka Łacińska, Kanada
Wyjaśnianie przyczyn powstawania, a także strategii i organizacji korporacji międzynarodowych	lata 70.-1990	teorie korporacji międzynarodowych (KM); strategie KM; organizacja KM; strategie obsługi rynków obcych; małe firmy a biznes międzynarodowy; międzynarodowa integracja ekonomiczna	Kraje słabo rozwinięte (LDCS); Japonia; Korporacje z LDCS; Singapur, Tajwan, Hongkong, Korea Południowa
Od internacjonalizacji do globalizacji; nowe formy biznesu międzynarodowego	połowa lat 80. do 2000	<i>joint ventures</i> ; alianse strategiczne; fuzje i przejęcia (M&A); konkurencyjność; znaczenie globalizacji; nowe globalne firmy <i>born globals</i>	Europa Wschodnia, Chiny

Źródło: opracowanie własne na podstawie [Buckley 2002, s. 367].

W tabeli 1 wskazano, jak zmieniał się obszar badań BM w XX wieku, a także jakie zagadnienia szczegółowe były przedmiotem zainteresowania. Głębsza analiza

zidentyfikowanych problemów pozwoli odpowiedzieć na pytanie: jakie wyzwania stoją przed BM w XX wieku.

Po II wojnie światowej nastąpiła rewitalizacja międzynarodowych powiązań gospodarczych. Fakt ten wiązał się nie tylko ze wzmożonym przepływem towarów, lecz głównie z eskalacją przepływów zagranicznych inwestycji bezpośrednich, które stały się kluczowym czynnikiem dynamizacji gospodarek Europy Zachodniej. Obserwacja – przede wszystkim amerykańskich ZIB lokowanych przez prywatne korporacje międzynarodowe w Europie – spowodowała ich rozpatrywanie od strony teorii organizacji przemysłowych. Jak podaje się powszechnie, pionierski charakter miała tu rozprawa doktorska Hymera (opublikowana w 1976 r.). Wśród innych badaczy, których dorobek naukowy przyczynił się do stworzenia teoretycznych fundamentów BM, należy wymienić Kindelbergera i Vernona, a wśród analityków badających strumienie ZIB związane z inwestycjami w krajach słabiej rozwiniętych warto przytoczyć takie nazwiska, jak Lall i Streeten (publikacja z 1977 r.) [Buckley 2002, s. 371].

W latach 70. XX wieku zasadniczym przedmiotem badań BM stały się organizacja i strategie działania przedsiębiorstw międzynarodowych. Podstawę rozważań stanowiły dwa zintegrowane ze sobą nurty badawcze:

- Pierwszy oparty był na analizie zmian w formach organizacji biznesu, którą przeprowadził Chandler. Stała się ona bodźcem do dalszych badań empirycznych nad organizacją korporacji wywodzących się z różnych państw, które realizowali na przykład tacy badacze, jak Wilkins, Stopford czy Wells.
- Drugi wywodzi się z koncepcji Coase'a [1937] oraz koncepcji hierarchii i rynków związanej z teorią kosztów transakcyjnych Williamsona [1975]. Można go głównie sprowadzić do paradygmatu internalizacji. Najbardziej powszechne ujęcie internalizacji zostało zaprezentowane przez Buckleya i Cassona [1976].

W ramach systematyzowania koncepcji teoretycznych – w drugim okresie badań w obszarze biznesu międzynarodowego – Dunning stworzył eklektyczną teorię zagranicznych inwestycji bezpośrednich, w której połączył trzy teorie: monopolistycznych korzyści, lokalizacji i internalizacji [Rymarczyk 2004, s. 47-51]. Niewątpliwą zasługą tego badacza jest dokonanie syntezy podstawowych, teoretycznych ujęć internacjonalizacji przedsiębiorstwa w nową teorię, która kompleksowo opisuje to zjawisko. Jednak krytycy teorii Dunninga twierdzą, iż nie stanowi ona żadnej zamkniętej całości, a jest tylko katalogiem czynników wpływających na zagraniczne inwestycje bezpośrednie i nie stała się zarzewiem dla nowego nurtu badań.

W latach 80. XX wieku istotnym elementem badań prowadzonych w zakresie biznesu międzynarodowego stała się globalizacja. Pojawiła się również konieczność objęcia całościową (holistyczną) teorią różnych form prowadzenia działalności międzynarodowej przez KTN (przede wszystkim *joint venture*, aliansów strategicznych itp.). Bardziej liberalna postawa poszczególnych państw, przejawiająca się w większym otwarciu ich gospodarek na świat, przyczyniła się do zgłębiania zagadnienia konkurencyjności. Zmiany polityczno-ekonomiczne w byłych państwach socjali-

stycznych skłaniały zaś do skoncentrowania się na zachodzącej tam transformacji systemowej (przechodzeniu do gospodarki wolnorynkowej) [Buckley 2002, s. 369].

Konkurencyjność stała się imperatywem globalnego rynku. Plany osiągnięcia tak postawionego celu formułowano na poziomie krajów, sektorów, przedsiębiorstw oraz ich zakładów. Jedną z najbardziej znanych koncepcji konkurencyjności na szczeblu państw jest tzw. diament Portera [1990]².

W literaturze podkreśla się, iż dotychczasową siłą biznesu międzynarodowego był umiejętny dobór koncepcji teoretycznych, których celem było objaśnienie zmian zachodzących w realnej gospodarce.

W XXI wieku zaczęto zastanawiać się, czy istnieją fundamentalne zagadnienia empiryczne (*big questions*), na które należałoby szukać odpowiedzi na gruncie teoretycznym. A może należy się raczej skoncentrować na wyjaśnianiu/dokumentowaniu zagadnień podejmowanych przez badaczy biznesu międzynarodowego w przeszłości, lecz podlegających zmianom w warunkach zachodzących procesów globalizacyjnych [Buckley 2002, s. 371].

4. Nowe zagadnienia badawcze biznesu międzynarodowego w XXI wieku

Analiza artykułów – ukazujących się w „Journal of International Business Studies” (JBIS) w latach 2000-2015 – poświęconych rozważaniom dotyczącym przyszłości BM wskazuje, iż zarówno doświadczeni badacze, jak i pionierzy podkreślają konieczność znalezienia nowych płaszczyzn badawczych w tym obszarze.

Buckley, Shenkar i inni analitycy stwierdzają, że plan rozwoju BM nie może koncentrować się wyłącznie na analizie KTN, ponieważ ograniczy to zasadniczo jego dotychczasowy obszar zainteresowań badawczych. Shenkar sugeruje, iż należałoby wykorzystać zdolność BM do inkorporowania i interpretowania zagadnień międzynarodowych o charakterze politycznym, społecznym czy też historycznym (w tym zakresie możliwości ekonomii oraz strategii są ograniczone). Ta zdolność odnosi się do badania tych zagadnień, które dotychczas były zaniedbane, jak np. narodowe uwarunkowania zarządzania czy też korzystanie z osiągnięć antropologii [Shenkar 2004].

Nowakowski zauważa, iż w tradycji amerykańskiej wykład biznesu międzynarodowego opiera się zazwyczaj na korporacjach transnarodowych [Nowakowski (red.) 2005, s. 34]. Jednak w literaturze europejskiej – w tym polskiej – znacznie więcej uwagi poświęca się małym i średnim przedsiębiorstwom. Jednocześnie warto dodać, iż globalizacja spowodowała pojawienie się na rynku międzynarodowym nowych podmiotów, takich jak międzynarodowe sieci przedsiębiorstw i przedsiębiorstwa wirtualne.

² Koncepcja była krytykowana i modyfikowana (m.in. [Rugman 1993; Dunning 1958]).

Shenkar, zastanawiając się nad tożsamością BM w globalnej gospodarce, zwraca uwagę, iż – odwołując się do wypowiedzi Duninga, Toyne’a czy Nigha – w obszarze BM powinny być prowadzone badania interdyscyplinarne, lecz należy przede wszystkim powrócić do badań porównawczych. Tego typu badania były prowadzone w latach 40. przez takich badaczy, jak Murdoch [945] czy Weber [1947], i są one prawdziwym źródłem powstania BM [Shenkar 2004].

Warto podkreślić, iż dotychczas prowadzone badania w obszarze BM charakteryzuje wysoki poziom koncentracji geograficznej autorów i uczelni. Przegląd głównego periodyku podejmującego tematykę BM – przywołanego już „Journal of International Business Studies” – pokazuje, że ponad 90% publikowanych artykułów miało przynajmniej jednego autora z Ameryki Północnej, a ponad 70% autorów pochodziło z USA. W niewielkim stopniu odzwierciedla to rzeczywistość globalnego biznesu. Wydaje się, iż należałoby w przyszłości znacznie rozszerzyć spektrum prowadzonych badań poza obszar USA i wybranych krajów rozwiniętych, a badać zachowania przedsiębiorstw i prawidłowości z tym związane na nowych rynkach narodowych lub regionalnych. I chociaż następuje wzrost liczby autorów zagranicznych, to trzeba wspomnieć, że stosują oni schematy rozwinięte w krajach zachodnich.

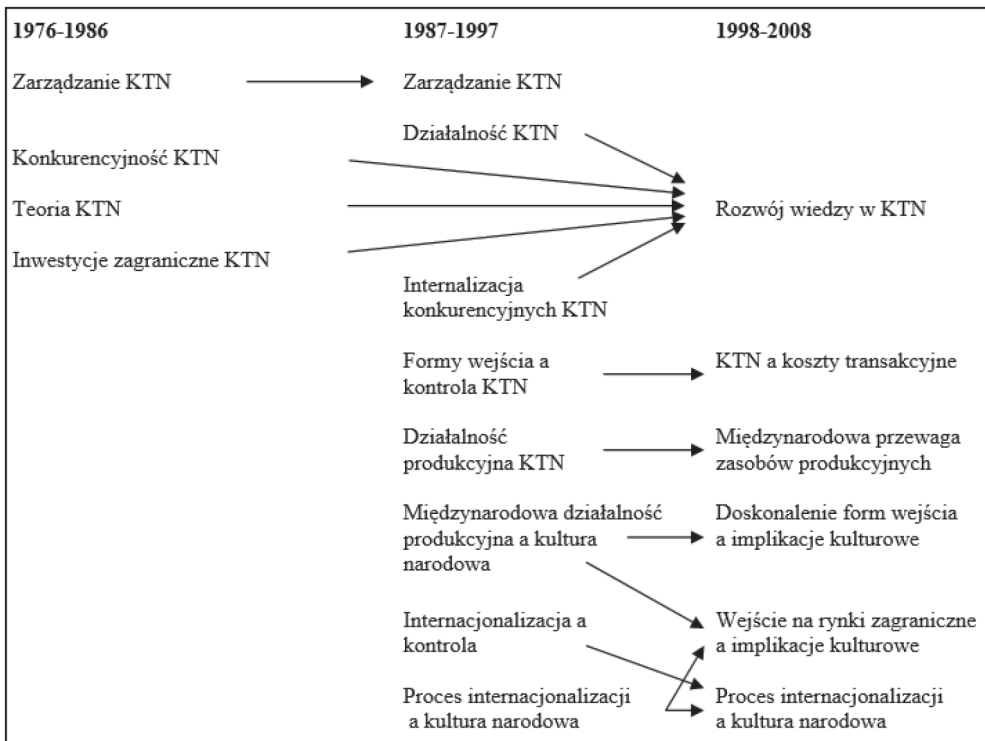
Buckley oraz Peng zwracali uwagę, iż tzw. *big questions* stanowiące katalizator rozwoju BM po II wojnie światowej, mianowicie: determinanty przepływów ZIB, funkcjonowanie, strategia i organizacja KTN oraz internacjonalizacja przedsiębiorstw i postęp globalizacji, w dalszym ciągu budzące zainteresowanie badaczy BM, zagrażają eksploracji nowych obszarów teoretycznych [Buckley 2002; Peng 2004]. Griffith, Cavusgil i Xu przekonywali jednak, iż sięganie do tradycyjnych obszarów badawczych pozwoli na lepsze zrozumienie zjawisk zachodzących we współczesnym biznesie międzynarodowym, do których nie przystaje część wypracowanych w przeszłości interpretacji i wniosków [Griffith, Cavusgil, Xu 2008, s. 1230]. Co więcej, rośnie zapotrzebowanie na tworzenie nowego dorobku teoretycznego dla wyjaśnienia obserwowanych w ostatnich latach trendów i zjawisk w obszarze BM.

Analiza tematyki badawczej BM w ciągu ostatnich kilku dekad pozwala na wyciągnięcie wniosków co do dalszej ewolucji w tym obszarze wiedzy.

Chabowski, Hult, Kiyak i Mena, czerpiąc z teorii sieci społecznej, przestudiowali 53 203 cytowania ze 1158 artykułów opublikowanych w JIBS w latach 1976-2008. W rezultacie wyodrębnili trzy obszary badawcze osadzone w teorii BM, a mianowicie, takie jak: rozwój wiedzy w KTN, wejście na rynki zagraniczne a implikacje kulturowe, proces internacjonalizacji a kultura narodowa [Chabowski i in. 2010].

Autorzy przekonywali, iż tematyka badań w kolejnych okresach znajduje odzwierciedlenie w dotychczasowym dorobku BM (rys. 1). Dlatego też analiza procesów tworzenia, rozwoju i upowszechniania wiedzy w KTN przypadająca na lata 1998-2008 czerpała z dorobku teoretycznego wypracowanego w latach 1976-1986 oraz 1987-1997, związanego z zagadnieniami konkurencyjności, inwestycji zagranicznych, teorii KTN, jak również działalności operacyjnej KTN na rynkach za-

granicznych oraz internalizacji. Formy wejścia na rynki zagraniczne studiowane były w okresie 1998-2008 przez pryzmat kosztów transakcyjnych, implikacji kulturowych oraz procesów uczenia się organizacji. Użyteczny był dorobek badawczy z okresu 1987-1997, którego przedmiotem analizy były mechanizmy kontroli w KTN, działalność produkcyjna w skali międzynarodowej oraz kultura narodowa. Ostatnie z wymienionych zagadnień rozpatrywano w dwóch kolejnych okresach badawczych w odniesieniu do procesów internacjonalizacji przedsiębiorstw oraz procedur kontrolnych w strukturach KTN. Studia nad wejściem na rynki zagraniczne stopniowo obejmowały, obok analizy ryzyka, normy i wartości kulturowe tkwiące u podstaw zróżnicowania poszczególnych lokalizacji, stanowiąc autonomiczny względem procesów internacjonalizacji obszar badań BM. Uznaje się bowiem, iż w konsekwencji umiędzynarodowienia postępuje proces uczenia się organizacji oraz rozwoju jej strategii pod wpływem lokalnych uwarunkowań kulturowych.



Rys 1. Obszary badawcze BM w publikacjach JIBS w latach 1976-2008

Źródło: [Chabowski i in. 2010, s. 927].

Chabowski, Hult, Kiyak i Mena postulowali przy tym odwołanie do typologii trzech wymiarów: społecznego, demograficznego oraz geograficznego w celu roz-

poznania uwarunkowań działalności przedsiębiorstw w obrębie poszczególnych krajów [Chabowski i in. 2010]. Przede wszystkim zwracali uwagę na rangę systemu wartości (tradycyjne vs modernistyczne wartości społeczne), specyfikę obszarów zurbanizowanych i wiejskich oraz lokalizacji przygranicznych i centralnych. W kontekście powyższego zwracano uwagę na kwestie przynależności etnicznej, religijnej, lingwistycznej czy też politycznej różnych grup społecznych, wskazując na wartości modernistyczne jako źródło postaw otwartości na ogólnoswiatowe trendy, podobnie jak przynależność do populacji obszarów zurbanizowanych i przygranicznych. Za atrakcyjnością tego rodzaju badań przemawiał wzrost znaczenia państw rozwijających się i rynków wschodzących zlokalizowanych w różnych częściach świata w międzynarodowej ekspansji KTN.

Chabowski, Samiee oraz Hult zwracali uwagę na konieczność rozwoju badań BM w dziedzinie globalnego brandingu w ramach dwóch obszarów tematycznych, a mianowicie wpływu międzynarodowej strategii brandingu na rozwój *brand capacity* oraz wpływu rozwoju *brand capacity* na *brand performance* [Chabowski, Samiee, Hult 2013, s. 627-631]. Innymi słowy, międzynarodowa strategia brandingu (adaptacja, standaryzacja, rozszerzenie) powinna oddziaływać na pozycjonowanie marki (produkt, promocja, dystrybucja, cena), pochodzenie marki (lokalne, nielokalne), koncepcję marki (funkcjonalna, symboliczna, empiryczna), co z kolei wiąże się z rozwojem potencjału marki i jej odbiorem przez rynek (udziały w rynku, prawdopodobieństwo zakupu, wartość marki).

Zander, McDougall-Covin oraz Rose rekomendowali z kolei podjęcie studiów nad determinantami rozwoju oraz strategią internacjonalizacji przedsiębiorstw typu *born globals*, a w tym kontekście rozpoznanie zjawiska międzynarodowej przedsiębiorczości (*international entrepreneurship*) w celu uchwycenia specyfiki funkcjonowania zarówno małych, jak i wielkich firm w skali międzynarodowej [Zander, McDougall-Covin, Rose 2015, s. 30-33]. Autorzy zidentyfikowali trzy podstawowe kategorie badań poświęcone międzynarodowej przedsiębiorczości. Są to: przedsiębiorcza internacjonalizacja, międzynarodowe studia porównawcze przedsiębiorczości oraz komparatywna internacjonalizacja przedsiębiorcza. Studia nad *born globals* lokują się w pierwszej z wymienionych kategorii.

Celem nakreślenia agendy badawczej biznesu międzynarodowego na najbliższe lata Griffith, Cavusgil i Xu [2008] przeprowadzili badanie metodą delficką wśród 115 najpopularniejszych autorów publikujących w sześciu najważniejszych czasopismach dziedzinowych, mianowicie: „Journal of International Business Studies”, „Management International Review”, „Journal of World Business”, „International Marketing Review”, „Journal of International Marketing” oraz „International Business Review”. Obszary tematyczne usystematyzowano w trzy kategorie zależnie od rangi badanego zagadnienia (tab. 2).

W kontekście powyższego zestawienia można wysnuć następujące wnioski:

- korporacje transnarodowe, *joint venture*, działalność podmiotów zależnych KTN, strategie wejścia na rynki zagraniczne, standaryzacja, jak również czynniki kulturowe nie tracą na atrakcyjności badawczej,

Tabela 2. Postulowane zagadnienia badawcze dyscypliny BM po 2008 roku

Kategoria pierwsza	
Problematyka zarządzania i działalności firm międzynarodowych	Segmentacja rynku międzynarodowego, ocena perspektyw na rynkach zagranicznych Analiza lokalizacyjna, tj. szacowanie i zarządzanie ryzykiem kraju Globalna konfiguracja procesów o wartości dodanej Formy wejścia na rynki zagraniczne tj. eksport, ZIB, offshoring, licencjonowanie, franchising Wspólne przedsięwzięcia/aliance, z uwzględnieniem przedsięwzięć kapitałowych oraz aliansów typu <i>project-based</i> Zarządzanie i transfer wiedzy Rozwój produktu i innowacje Marki globalne Zasoby relacyjne w biznesie międzynarodowym Zarządzanie łańcuchem dostaw i zaopatrzeniem Standaryzacja vs adaptacja Zarządzanie zasobami ludzkimi w firmach międzynarodowych Zarządzanie, strategia, struktura
Proces internacjonalizacji przedsiębiorstwa	Internacjonalizacja przedsiębiorstw i branż Firmy <i>born-global</i> a przedsiębiorczość międzynarodowa Doświadczenia MŚP w internacjonalizacji Orientacja menedżerska firm przechodzących internacjonalizację Powstawanie organizacji pośredniczących oraz hybrydowych form organizacyjnych Komodytyzacja procesów organizacyjnych Integracja nowych technologii
Korporacje transnarodowe	Wyjaśnienie istoty, strategii oraz organizacji KTN Wielonarodowość przedsiębiorstwa a jego działalność Regionalne i globalne KTN Mechanizmy integracyjne w KTN Zarządzanie globalnym rachunkiem KTN Rola Internetu i technologii informacyjnych w KTN
Globalizacja gospodarek	Źródła, przebieg i konsekwencje globalizacji Empiryczny pomiar globalizacji Trendy w dziedzinach handlu, ZIB, offshoringu Porozumienia, strefy i unie handlowe Wpływ organizacji pozarządowych na biznes międzynarodowy
Rynki wschodzące	Działalność na rynkach wschodzących Przedsiębiorstwa z rynków wschodzących
Kategoria druga	
Podmioty zależne KTN	Centralizacja vs decentralizacja Koordynacja aktywności KTN w podmiotach zależnych Implementacja dobrych praktyk, wspólne procesy Efektywność globalnych zespołów

Uwarunkowania kulturowe, konsument globalny, konsumpcja	Konwergencja popytu konsumentów Wartości vs materializm Kultura a biznes międzynarodowy Regionalne odmiany konsumpcji Dyfuzja innowacji, cykl życia produktów
Spółeczna odpowiedzialność biznesu, obywatelstwo korporacyjne	Wpływ KTN na społeczeństwo, lokalnych interesariuszy, technologiczne <i>spillover</i> itp. Kreowanie wartości dla interesariuszy
Zagadnienia etyczne w biznesie międzynarodowym	Zróźnicowanie praktyk etycznych KTN
Polityka publiczna	Niezamierzone konsekwencje globalizacji Globalne ubóstwo Kwestie środowiskowe, tj. zanieczyszczenia, zmiany klimatyczne Wpływ offshoringu na poziom płac, zatrudnienia i standardy życia
Zagadnienie metodologiczne	Lepsza operacjonalizacja podstawowych kategorii, tj. globalny przemysł, globalna firma, globalna strategia, działalność przedsiębiorstwa na rynkach międzynarodowych Jednostki analityczne w badaniach dyscyplinarnych BM Projektowanie badań międzynarodowych, tj. dobór krajów, próbki, pozyskiwanie danych Rygor metodologii wykorzystywanej do empirycznego testowania teorii BM
Kategoria trzecia	
Aspekty prawne biznesu międzynarodowego	Partnerstwo ponad granicami narodowymi Rozwiązywanie konfliktów w partnerstwach międzynarodowych Ochrona własności intelektualnej Bezpieczeństwo i ryzyko w biznesie międzynarodowym Bezpieczeństwo pracowników, informacji, danych itp. Postawa firmy względem ryzyka, tj. ryzyko kraju, terroryzm Szacowanie negatywnego wpływu terroryzmu na biznes globalny

Źródło: opracowanie własne na podstawie [Griffith, Cavusgil, Xu 2008, s. 1226-1229].

- badania nad internacjonalizacją prowadzone będą zarówno na poziomie mikro (przedsiębiorstw), mezo (branż) i makro (gospodarek), jednakże z podkreśleniem potrzeby lepszego zrozumienia istoty i implikacji procesów globalizacyjnych dla BM,
- spośród nowych zagadnień badawczych kategorii pierwszej wskazać należy na miejsce rynków wschodzących w dobie globalizacji, formy wejścia na rynki wschodzące i prowadzenia tam działalności, mechanizmy budowania partnerskich relacji biznesowych z podmiotami lokalnymi, pozyskiwania lokalnych zasobów, włączając komponenty i wyroby gotowe,

- badania w ramach BM zyskają w przyszłości silny kontekst zarządczy, obejmując takie obszary problemowe, jak: zarządzanie globalnym rachunkiem przedsiębiorstwa, wiedzą, technologiami informacyjnymi, łańcuchami dostaw itp., co koresponduje z rosnącym zapotrzebowaniem na rozpoznanie determinant konkurencyjności przedsiębiorstw na rynkach globalnych,
- szerokiemu przekrojowi zagadnień badawczych, obejmującemu takie kwestie, jak: łańcuchy dostaw, przepływ zasobów wiedzy, marki globalne czy *born globals*, towarzyszy zmiana perspektywy badawczej, na przykład zasoby relacyjne a konkurencyjność przedsiębiorstwa, zarządzanie łańcuchem dostaw a technologie informacyjne, zarządzanie globalnym rachunkiem przedsiębiorstwa, implikacje offshoringu, ryzyko i bezpieczeństwo w BM,
- spektrum zagadnień badawczych kategorii drugiej obejmuje takie kwestie, jak: społeczna odpowiedzialność biznesu, etyka w biznesie, konsument/konsumpcja, metodologia, aktywność podmiotów zależnych KTN, polityka publiczna, ryzyko i bezpieczeństwo w BM,
- atrakcyjnymi zagadnieniami badawczymi są relacje przedsiębiorstwa z różnymi grupami interesariuszy oraz efektywność zarządzania w kontekście globalnej koordynacji i integracji działalności przedsiębiorstwa z uwzględnieniem współczesnych rozwiązań technologicznych, takich jak Internet czy intranet,
- problematyką wymagającą eksploracji jest bezpieczeństwo i terroryzm oraz ich implikacje dla międzynarodowej działalności gospodarczej, podobnie jak kompetencje menedżerów w zakresie zarządzania ryzykiem w otoczeniu międzynarodowym,
- zagadnienia badawcze kategorii trzeciej dotyczą przede wszystkim aspektów prawnych międzynarodowej działalności przedsiębiorstw, w tym ochrony własności intelektualnej, efektywności kontraktowych oraz nieformalnych partnerstw biznesowych w skali międzynarodowej, mechanizmów zarządzania tego rodzaju relacjami oraz rozstrzygania zaistniałych między partnerami biznesowymi sporów i konfliktów.

5. Podsumowanie

Spektrum zagadnień badawczych biznesu międzynarodowego ewoluuje i nieustannie się poszerza, co stwarza olbrzymie możliwości dla prowadzenia interdyscyplinarnych, wielowymiarowych analiz złożonych zjawisk obserwowanych w globalnej gospodarce. Dynamiczna zmiana uwarunkowań międzynarodowego otoczenia biznesu rodzi zapotrzebowanie zarówno na rewizję dotychczasowego dorobku teoretycznego w tradycyjnych obszarach badań biznesu międzynarodowego, jak i rozwijanie nowych kierunków rozważań wokół nowych, dotąd nieznanych i nieopisanych zjawisk.

Literatura (wybrane pozycje)

- Ball D., McCulloch W.H., 1991, *International Business – Introduction and Essentials*, Addison-Wesley Publishing Company, New York.
- Buckley P.J., 2002, *Is the international business research agenda running out of steam?*, Journal of International Business Studies, no. 33.
- Buckley P.J., Casson M.C., 1976, *The Future of the Multinational Enterprise*, Mcmillan, New York.
- Buckley P.J., Lessard D.R., 2005, *Regaining the edge for international business research*, Journal of International Business Studies, no. 36.
- Chabowski B.R., Hult G.T.M., Kiyak T., Mena J.A., 2010, *The structure of JIBS's social network and the relevance of intra-country variation: A typology for future research*, Journal of International Business Studies, no. 41.
- Chabowski B.R., Samiee S., Hult G.T.M., 2013, *A bibliometric analysis of the global branding literature and a research agenda*, Journal of International Business Studies, no. 44.
- Chandler A., 1962, *Strategy and Structure*, Cambridge, Massachusetts.
- Coase R.H., 1937, *The nature of the firm*, *Economica*, vol. 4, no. 16.
- Dunning J.H., 1958, *American Investment in British Manufacturing Industry*, Allen&Unwin, London.
- Gorynia M., 2012, *O klasyfikacji nauk zajmujących się międzynarodową działalnością gospodarczą*, [w:] *Globalizacja i regionalizacja w gospodarce światowej. Księga jubileuszowa Profesora Jana Rymarczyka*, B. Skulska, M. Domiter, W. Michalczyk (red.), Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław.
- Gorynia M., 2016, *Nauki ekonomiczne a postulat interdyscyplinarności*, [w:] *Ekonomia i środowisko. Księga jubileuszowa Profesora Bogusława Fiedora*, S. Czaja, A. Graczyk (red.), Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław.
- Griffin R.W., Pustay M.W., 2007, *International Business. A Managerial Perspective*, Fifth Edition, Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- Griffith D.A., Cavusgil S.T., Xu S., 2008, *Emerging themes in international business research*, Journal of International Business Studies, no. 39.
- Hymer S.H., 1976, *The International Operations of National Firms: A Study of Direct Foreign Investment*, MA: MIT Press, Cambridge.
- Nowakowski M. (red.), 2005, *Biznes międzynarodowy. Od internacjonalizacji do globalizacji*, SGH w Warszawie – Oficyna Wydawnicza, Warszawa.
- Pabis S., Jaros M., 2009, *O klasyfikacji nauk*, Forum Akademickie, nr 2.
- Peng M.W., 2004, *Identifying the big question in international business research*, Journal of International Business Studies, no. 35.
- Porter M.E., 1990, *The Competitive Advantage of Nations*, The Free Press, New York.
- Rymarczyk J., 2012, *Biznes międzynarodowy*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.
- Rymarczyk J., 2004, *Internacjonalizacja i globalizacja przedsiębiorstw*, PWE, Warszawa
- Shenkar O., 2004, *One more time: International business in a global economy*, Journal of International Business Studies, no. 35.
- Shenkar O., Luo Y., 2000, *International Business*, John Wiley & Sons, INC.
- Skulska B. (red.), 2009, *Biznes międzynarodowy w regionie Azji i Pacyfiku*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń.
- Williamson O.E., 1975, *Markets and Hierarchies, Analysis and Antitrust Implications: A Study in the Economics of Internal Organization*, Free Press, New York.
- Vernon R., 1966, *International trade and international investment in the product cycle*, Quarterly Journal of Economics, nr 2.
- Zander I., McDougall-Covin P., Rose E.L., 2015, *Born globals and international business: Evolution of a field of research*, Journal of International Business Studies, no. 46.