

ROZDZIAŁ 4

Korporacje międzynarodowe w gospodarce światowej

4.1. Wprowadzenie

Pogłębiający się proces globalizacji przedsiębiorstw i rynków jest charakterystyczną cechą współczesnej gospodarki światowej. Możliwości wejścia przedsiębiorstw na nowe rynki zwiększyły się, gdy wiele krajów otworzyło je dla zagranicznych inwestorów i zliberalizowało regulacje dotyczące ich funkcjonowania.

Międzynarodowe korporacje, które dynamicznie rozwijają się na tym gruncie, mają dziś ogromny zasięg i siłę oddziaływania na rynkach krajów goszczących. Stały się one głównym obszarem politycznej i ekonomicznej aktywności krajów przyjmujących, które swoją konkurencyjność w dużej mierze określają przez możliwości i realną skalę pozyskania inwestorów zagranicznych na swoim terenie. W tym kontekście podjęto próbę oceny wpływu tych inwestycji na kraj goszczący, z uwzględnieniem ważniejszych realiów procesu internacjonalizacji międzynarodowych przedsiębiorstw.

W niniejszym rozdziale przyjęto hipotezę, że sama inwestycja zagraniczna jest niewystarczającym warunkiem korzyści dla kraju przyjmującego¹, a jej rezultaty w znacznej mierze zależą od rodzaju inwestycji, poziomu rozwoju danego kraju i polityki pozyskiwania zagranicznego kapitału.

¹ M.E. Porter, *On Competition*, Harvard Business School Publishing, Boston 1998, s. 252.

4.2. Pojęcie międzynarodowych korporacji i internacjonalizacji przedsiębiorstwa

Podejmując próbę wyjaśnienia pojęcia międzynarodowych korporacji, należy zauważyć, że w literaturze ekonomicznej występują pewne rozbieżności definicyjne w tym zakresie². Na przykład A. Jarczewska-Romaniuk za przedsiębiorstwo międzynarodowe uznaje podmiot gospodarczy, którego poszczególne części składowe (elementy struktury organizacyjnej) zlokalizowane są w więcej niż jednym państwie. Przedsiębiorstwo międzynarodowe jest w tym ujęciu jednolitą strukturą ekonomiczno-technologiczną, ale jednocześnie jest także podmiotem działającym między państwami, co przejawia się tym, że centrum oraz jednostki zależne (filie i oddziały zagraniczne) podporządkowane są prawu różnych państw i ich zwierzchności suwerennej³. Podobną definicję podaje J. Rymarczyk, twierdząc, że przedsiębiorstwo międzynarodowe prowadzi działalność przynajmniej w dwóch krajach, tzn. że poza krajem macierzystym posiada wyłącznie bądź z innymi partnerami zakład produkcyjny lub handlowy⁴.

Przytoczone dwa stanowiska, bardzo liberalne w kryteriach, korespondują z poglądami znacznie bardziej wymagającymi. Niektórzy naukowcy stawiają bowiem wymóg czterech i więcej krajów obsługiwanych przez przedsiębiorstwo międzynarodowe, a nawet podają dodatkowe kryteria⁵.

Odmienne kryterium definicyjne stosuje E. Dülfer, twierdząc, że określenie „międzynarodowe przedsiębiorstwo” nie przysługuje tym firmom, które zajmują się jedynie eksportem lub pokrewnymi

² Por. K. Kowalska, *Rozwój polskich sieci detalicznych jako sposób ograniczania siły rynkowej międzynarodowych korporacji handlowych*, Difin, Warszawa 2012, s. 20–22.

³ A. Jarczewska-Romaniuk, *Przedsiębiorstwa międzynarodowe*, Oficyna Wydawnicza Branta, Bydgoszcz–Warszawa 2004, s. 21.

⁴ J. Rymarczyk, *Internacjonalizacja i globalizacja przedsiębiorstwa*, PWE, Warszawa 2004, s. 30.

⁵ Tamże.

formami działalności, jak sprzedaż licencji czy franchising⁶. Staje się ono międzynarodowym dopiero wtedy, kiedy podejmuje zagraniczne inwestycje bezpośrednie. Z kolei A.W. Borrmann uważa, że eksport i import można uznać za cechę właściwą międzynarodowej firmie, pod warunkiem że w wyniku jej zaangażowania na rynkach zagranicznych zmieni swoją strukturę⁷.

Dodatkowo sprawę komplikuje fakt, że w literaturze przedmiotu autorzy często odróżniają pojęcie przedsiębiorstwa międzynarodowego od wielonarodowego i transnarodowego, albo też traktują te określenia zamiennie⁸. Na przykład T. Tajima omawia rozwój przedsiębiorstwa od narodowego do eksportowego, dalej do międzynarodowego i w końcu do wielonarodowego, przy czym te ostatnie utożsamia ze światowym (globalnym)⁹. Natomiast H. Towarnicka wskazuje na sześć typów przedsiębiorstw, od krajowego przez prowadzące działalność eksportową, międzynarodowe, wielonarodowe, transnarodowe i ponadnarodowe, z czego dwa pierwsze mają charakter krajowy, a cztery kolejne międzynarodowy¹⁰.

⁶ W. Luck, V. Trommsdorft, *Intenationalisierung der Betriebswirtschaftlehre*, Erich Schmidt Verlag, Berlin 1982, s. 48; za: J. Rymarczyk, *Internacjonalizacja...*, s. 30.

⁷ W.A. Borrmann, *Managementprobleme internationaler Unternehmungen*, Betriebswirtschaftlicher Verlag Gabler, Wiesbaden 1970; za: J. Rymarczyk, *Internacjonalizacja...*, s. 29.

⁸ A. Rubner, *The Might of the Multinationals: The Rise and Fall of the Corporate Legend*, Praeger, New York 1990, s. 11–12; a także: J. Rymarczyk, *Internacjonalizacja...*, s. 30; E. Cyrson, *Korporacje wielonarodowe*, PWN, Warszawa 1981, s. 11–33.

Początkowo powszechnie stosowano określenie „przedsiębiorstwo międzynarodowe” (*international enterprises*). W latach 60. XX wieku zastąpiono je terminem „przedsiębiorstwo wielonarodowe” (*multinational enterprises*) i po raz pierwszy użyto określenia korporacje transnarodowe (*transnational corporations*), za: A. Jarczevska-Romaniuk, *Przedsiębiorstwa międzynarodowe...*, s. 22–23.

⁹ B. Tietz, *Handwörterbuch der Absatzwirtschaft*, Schaeffer-Poeschel Verlag, Stuttgart 1974; za: J. Rymarczyk, *Internacjonalizacja...*, s. 30.

¹⁰ R. Griffin, *Podstawy zarządzania organizacjami*, PWN, Warszawa 1998, s. 168–169; a także: H. Towarnicka, *Wybory strategiczne przedsiębiorstwa prowadzącego działalność zagraniczną*, [w:] M. Nowakowski (red.), *Bariery internacjonalizacji przedsiębiorstwa*, Wydawnictwo Key Text, Warszawa 1997; za: A. Jarczevska-Romaniuk, *Przedsiębiorstwa międzynarodowe...*, s. 27–28.

Podobny problem występuje w przypadku analizy pojęcia umiędzynarodowienia omawianych podmiotów – ze względu na bogate spektrum znaczeniowe tego zagadnienia trudno o jedną definicję, która w pełni charakteryzowałaby to zjawisko. Trudności w jego interpretacji powoduje dodatkowo fakt, iż zjawisko internacjonalizacji utożsamiane jest często z globalizacją, co prowadzi jednocześnie do mylenia zakresu pojęciowego tych terminów. W konsekwencji czasami nie stosuje się rozróżnienia pomiędzy internacjonalizacją i globalizacją omawianych korporacji¹¹.

Dokonując przeglądu zagranicznej literatury przedmiotu, należy zauważyć wiele prób zdefiniowania internacjonalizacji przedsiębiorstwa. Jedną z pierwszych jest definicja zaproponowana przez J. Johanson i J.E. Vahlne, według których internacjonalizacja jest procesem etapowego zaangażowania się przedsiębiorstwa na zagranicznych rynkach¹².

Natomiast J. Welsch i R. Loustarinen określają internacjonalizację jako proces rosnącego zaangażowania przedsiębiorstwa w międzynarodową działalność gospodarczą, który obejmuje zarówno aktywne, jak i pasywne formy umiędzynarodowienia tego podmiotu¹³.

Z kolei N.F. Piercy¹⁴ i P.W. Turnbull¹⁵ utożsamiają omawiany proces z fizycznym powstaniem przedsiębiorstwa poza granicami kraju macierzystego. W świetle takiego stanowiska pozostałe formy zagranicznego zaangażowania przedsiębiorstw nie mogą oznaczać jego umiędzynarodowienia.

¹¹ N. Daszkiewicz, *Internacjonalizacja małych i średnich przedsiębiorstw we współczesnej gospodarce*, Wydawnictwo Scientific Publishing Group, Gdańsk 2004, s. 14.

¹² J. Johanson, J.E. Vahlne, *The Internationalization Process of the Firm – A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments*, „Journal of International Business Studies” 1977, Vol. 8, s. 1.

¹³ J. Welch, R. Loustarinen, *Internationalization: Evolution of a Concept*, „Journal of General Management” 1988, Vol. 14, Iss. 2, s. 36.

¹⁴ N.F. Piercy, *Company Internationalization: Active and Reactive Exporting*, „European Journal of Marketing” 1981, Vol. 15, Iss. 3, s. 26–39.

¹⁵ P.W. Turnbull, *Internationalization of the Firm: A Stage Process or Not?*, Conference on Export Expansion and Market Entry Modes, Dalhousie University, Halifax 1985.

Inni autorzy, podejmując badania nad ekspansją przedsiębiorstw na zagraniczne rynki, zwracają uwagę na pewną sekwencyjność tego procesu. Prekursorem, który wskazał na uporządkowany hierarchicznie układ form internacjonalizacji przedsiębiorstwa, w którym każda kolejna forma zależy od wcześniejszej, jest H.V. Perlmutter¹⁶. Czerpiąc inspiracje z tej idei, J. Johanson i J.E. Vahle wzbogacili omawianą koncepcję o nowe, istotne elementy, mianowicie stwierdzili, że przejście firmy na wyższy etap internacjonalizacji zależy od wiedzy o rynkach zagranicznych, zgromadzonej przez przedsiębiorstwo na wcześniejszych etapach tego procesu¹⁷. Podobne ujęcie można odnaleźć u H.G. Meissnera, który potwierdza etapowość i sekwencjonalność zaangażowania przedsiębiorstw na zagranicznych rynkach¹⁸.

Pojawiła się krytyka takiego postrzegania umiędzynarodowienia przedsiębiorstwa. Na przykład E. Dülfer stwierdził, że nie istnieje konieczność stopniowego i sekwencjonalnego zaangażowania przedsiębiorstwa na zagranicznym rynku. Według niego, proces ten może przebiegać ewolucyjnie albo skokowo – wybór formy zależy od strategii rozwoju firmy, pozycji, jaką osiągnęła na rynku, i jej zasobów¹⁹. Ponadto w teorii i praktyce wskazuje się na liczne doświadczenia firm, tzw. *born global*, które od początku swego istnienia podejmują działalność

¹⁶ W swych analizach wyróżnił on: eksport, sprzedaż licencji, *franchising*, *joint venture*, a ostatecznie uruchomienie produkcji za granicą; za: H.V. Perlmutter, *Toward Research and Development of Nations, Unions and Firms as Worldwide Institutions*, „International Studies of Management and Organisation” 1969, Vol. 4. Inni autorzy, J. Johanson i F. Wiedersheim, wymieniają następujące etapy umiędzynarodowienia przedsiębiorstwa: brak aktywności eksportowej (okres przygotowań), okazjonalna, nieregularna sprzedaż za granicą, systematyczny eksport przez pośrednika, własna filia sprzedaży za granicą, a ostatecznie podjęcie zagranicznych inwestycji bezpośrednich; za: K. Przybylska, Cz. Pilarska, T. Tylec, P. Bednarski, *Proces internacjonalizacji polskich przedsiębiorstw*, Badania Katedry Mikroekonomii, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 2003, s. 16.

¹⁷ Autorzy koncepcji wymieniają cztery kolejne etapy umiędzynarodowienia firmy: nieregularny i pośredni eksport, eksport przez niezależnego pośrednika, eksport bezpośredni, utworzenie filii produkcyjnej; za: J. Johnson, J.E. Vahlne, *The Internationalization Proces...*, s. 23–32.

¹⁸ H.G. Meissner, *Aussenhandelsmarketing*, Poeschel, Stuttgart 1981, s. 17–19.

¹⁹ K. Przybylska, Cz. Pilarska, T. Tylec, P. Bednarski, *Proces internacjonalizacji polskich przedsiębiorstw...*, s. 16.

równocześnie na wielu zagranicznych rynkach i rozpoczynają umiędzynarodowienie od bardziej zaawansowanej formy niż eksport bądź internacjonalizują działalność równocześnie w wielu różnych formach²⁰.

Dokonując przeglądu pojęciowego znaczenia internacjonalizacji przedsiębiorstwa, należy również podkreślić dorobek polskiej literatury przedmiotu. Otóż, według J. Rymarczyka, który najszerszej postrzega ten proces, każdy rodzaj działalności przedsiębiorstwa na zagranicznych rynkach jest symptomem jego umiędzynarodowienia²¹. Podobnego zdania jest M. Gorynia, uznając, że na poziomie całej firmy można mówić o internacjonalizacji wtedy, gdy choć jeden produkt (usługa) w portfelu produktów-rynków związany jest z rynkiem zagranicznym²².

Natomiast analiza modelu pięciu faz rozwoju przedsiębiorstwa, przedstawionego przez J. Forowicz, stawia większe wymagania internacjonalizacji przedsiębiorstwa. W modelu tym podjęcie działalności eksportowej i produkcji za granicą nie stanowią o umiędzynarodowieniu firmy²³. Proces ten następuje w kolejnej fazie ewolucji przedsiębiorstwa, w ramach której dokonuje się konsolidacja wszystkich jego operacji międzynarodowych, szczególnie zaś produktów finalnych i komponentów między filiami zagranicznymi a firmą macierzystą²⁴.

Umiędzynarodowienie jest również rozumiane jako rozwój od przedsiębiorstwa narodowego, przez międzynarodowe, do światowego (globalnego)²⁵. Wybór przymiotnika określającego charakter badanych podmiotów związany jest ze stopniem internacjonalizacji przedsiębiorstw i realizowanych przez nie strategii²⁶. Podobnie i tutaj przegląd literatury przedmiotu wskazuje jednak na dość dużą różnorodność w definiowaniu poszczególnych rodzajów przedsiębiorstw

²⁰ J. Rymarczyk, *Internacjonalizacja...*, s. 21.

²¹ Tamże, s. 19.

²² K. Fonfara, M. Gorynia, E. Najlepszy, J. Schroeder, *Strategie przedsiębiorstw w biznesie międzynarodowym*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Poznań 2000, s. 15.

²³ J. Forowicz, *Ewolucja przedsiębiorstw – od strategii międzynarodowej do strategii globalnej*, [w:] M.K. Nowakowski (red.), *Bariery internacjonalizacji przedsiębiorstwa*, Wydawnictwo Key Text, Warszawa 1997, s. 57.

²⁴ Tamże, s. 57–58.

²⁵ Tamże.

²⁶ Poszczególne nazwy wiążą się z kolejnymi stadiami umiędzynarodowienia przedsiębiorstw.

działających na zagranicznych rynkach, jak również dowolność w stosowanej terminologii.

Złożoność procesu internacjonalizacji przedsiębiorstw powoduje, że trudno odnaleźć w literaturze naukowej definicję, która w pełni charakteryzowałaby ten proces. Przedstawione powyżej różne ujęcia umiędzynarodowienia przedsiębiorstw wskazują na pewien pluralizm poznawczy podjętego zagadnienia. Uporządkowanie tych analiz jest trudne, dlatego że w każdym z nurtów występuje zjawisko tzw. woltaryzmu pojęciowego. Zastosowanie różnych kryteriów definicyjnych oznacza w praktyce brak jednolitej terminologii oddającej istotę i uwzględniającej specyfikę badanych przedmiotów. Niemniej jednak prezentacja omawianego zjawiska z różnych perspektyw wydaje się cenna i właściwa z perspektywy wielowymiarowej natury internacjonalizacji przedsiębiorstwa.

Wymienione definicje internacjonalizacji przedsiębiorstwa nie precyzują dokładnie, jaki rodzaj działalności ono prowadzi. Jednak analiza większości teorii procesu umiędzynarodowienia firm, z których pochodzą te definicje, sugeruje, że dotyczą one przedsiębiorstwa produkcyjnego. Nie ma w tym nic zaskakującego, ponieważ pierwsze badania koncentrowały się na analizie wejścia i zachowania się przedsiębiorstw produkcyjnych na zagranicznych rynkach. Nie wszystkie jednak wymienione cechy internacjonalizacji można przypisać przedsiębiorstwom usługowym, które weszły na drogę umiędzynarodowienia działalności. W odniesieniu do tych drugich należy zauważyć, że aby zrealizować taki cel, muszą być fizycznie obecne na tych rynkach, z wyjątkiem sprzedaży internetowej.

Przez intensywność internacjonalizacji należy rozumieć stopień zaangażowania się firmy na zagranicznych rynkach, który mierzy się wskaźnikami internacjonalizacji. Do najważniejszych wskaźników, szczegółowo przedstawionych przez K. Przybylską²⁷, zaliczyć można:

- analityczne (strukturalne, rynkowe i wskaźniki przedstawiające zagraniczne doświadczenie głównych menedżerów korporacji),
- syntetyczne (wskaźnik transnacjonalizacji korporacji – TNI, wskaźnik zasięgu aktywności transnacionarodowej korporacji – TASI, wskaźnik stopnia internacjonalizacji korporacji – DOI).

²⁷ K. Przybylska, *Pomiar internacjonalizacji przedsiębiorstwa*, „Gospodarka Narodowa” 2006, nr 3, s. 41–56; za: K. Kowalska, *Rozwój polskich sieci detalicznych...*, s. 23.

Zasięg internacjonalizacji określić można liczbą obsługiwanych rynków zagranicznych, a sposoby (formy) wejścia przedsiębiorstw na te rynki mogą oznaczać:

- eksport,
- podejmowanie zagranicznych inwestycji bezpośrednich (ZIB) typu *greenfield* oraz *brownfield*,
- *franchising*,
- koncesje na prowadzenie sklepów,
- kontrakty menedżerskie²⁸,
- wspólne przedsięwzięcia (*joint-venture*),
- alianse strategiczne.

Wprawdzie dominującymi formami zagranicznego zaangażowania firmy na rynku są import i eksport, jednak coraz większego znaczenia nabierają zagraniczne inwestycje bezpośrednie (ZIB). Stanowią one najbardziej rozwiniętą formę internacjonalizacji przedsiębiorstwa i one też będą przedmiotem niniejszych rozważań²⁹.

W ujęciu finansowym ZIB definiowane są jako³⁰:

- forma międzynarodowego przepływu kapitału,
- zewnętrzne źródło finansowania gospodarki,
- źródło finansowania korporacji,
- lokata kapitału.

Z kolei w ujęciu realnym, komplementarnym względem finansowego, ZIB utożsamiane są z pionowym lub poziomym rozszerzeniem przedsiębiorstwa poza granice kraju macierzystego lub omawiane zjawisko odnosi się do procesu kontroli i własności podmiotu międzynarodowego³¹.

²⁸ C. Guy, *Internacionalisation of Large-Format Retailers and Leisure Providers in Western Europe: Planning and Property Impacts*, „International Journal of Retail & Distribution Management” 2001, Vol. 29, Iss. 10, s. 452–462.

²⁹ K. Przybylska, *Determinanty zagranicznych inwestycji bezpośrednich w teorii ekonomicznej. Empiryczna weryfikacja czynników lokalizacji zagranicznych inwestycji bezpośrednich w Czechach, Polsce i na Węgrzech*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 2001, s. 13.

³⁰ Tamże.

³¹ Tamże, s. 14.

OECD omawiane pojęcie wyjaśnia jako inwestycje, które powodują długotrwałe zależności odzwierciedlające udział podmiotu gospodarczego jednego kraju w podmiocie gospodarczym innego kraju niż kraj stałego osiedlenia bezpośredniego inwestora. Celem bezpośredniego inwestora jest osiągnięcie efektywnego wpływu na zarządzanie przedsiębiorstwem funkcjonującym w innym kraju³². Jak podkreśla K. Przybylska, atrakcyjność ZIB wynika właśnie ze wskazanych w powyższej definicji „długotrwałych zależności”, które w praktyce mogą oznaczać bardziej stabilne i pożądane inwestycje dla kraju przyjmującego³³.

Z perspektywy podjętego tematu warto również wyszczególnić dwa pojęcia związane z ZIB, mianowicie: strumień i zasób. Strumień ZIB obejmuje przepływy kapitału własnego z tytułu utworzenia przedsiębiorstwa za granicą, reinwestowane zyski oraz zobowiązania związane z wewnętrznym zadłużeniem pomiędzy filiami (kredyty średnio- i długookresowe) w ciągu określonego czasu, najczęściej roku. Z punktu widzenia analizowanego kraju, strumień przepływu może przybierać charakter napływu lub odpływu ZIB³⁴. Natomiast kategoria zasobu ZIB oznacza globalną wartość aktywów filii zagranicznych będących przedmiotem bezpośredniego inwestowania. Ujęcie zasobowe (zobowiązań z tytułu ZIB) jest szersze od strumieniowego, gdyż obejmuje różne formy kapitału własnego powiększone o rezerwy zawierające niepodzielny zysk, które odprowadzane są do firmy macierzystej, oraz zadłużenie netto filii w stosunku do firmy macierzystej w całym okresie dokonywania tych inwestycji. Zasób, podobnie jak i strumień, może dotyczyć napływu i odpływu tych inwestycji³⁵.

Dla pełniejszego wyjaśnienia internacjonalizacji korporacji międzynarodowych, wśród licznych teorii tego zagadnienia, warto przytoczyć teorię produkcji międzynarodowej (nazywanej również paradygmatem OLI – *organization, location, internalization*) Johna H. Dunninga. Brytyjski ekonomista podjął tutaj ważną próbę stwo-

³² Word Investment Report, Trends and Determinants, UNCTAD, New York–Geneva 1998, s. 351.

³³ K. Przybylska, *Determinanty zagranicznych inwestycji...*, s. 15.

³⁴ Tamże.

³⁵ Tamże, s. 15–16.

zenia uniwersalnej teorii zagranicznych inwestycji bezpośrednich³⁶. Jego teoria ma charakter eklektyczny, co wynika z trzech przyczyn³⁷.

Po pierwsze, omawiana teoria ma charakter kompilacyjny, tzn. stanowi połączenie fragmentów wcześniejszych koncepcji, mianowicie:

- teorii przewag monopolistycznych³⁸, która podejmuje zagadnienie przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa w procesie jego umiędzynarodowienia,
- teorii internalizacji³⁹, która opisuje i wyjaśnia proces częściowego zastępowania rynku zewnętrznego, rynkiem wewnętrznym międzynarodowej korporacji,
- teorii czynników lokalizacyjnych⁴⁰, która zajmuje się określeniem wpływu różnego rodzaju determinant na przestrzenną strukturę działalności przedsiębiorstwa.

Po drugie, eklektyczny charakter paradygmatu OLI wynika z możliwości wykorzystania tej koncepcji do interpretacji wszystkich rodzajów ZIB – poszukujących zasobów, rynków zbytu i efektywności. I wreszcie po trzecie, teoria ta odnosi się do trzech podstawowych form obsługi zagranicznych rynków – eksportu, międzynarodowych kontraktów i ZIB.

J.H. Dunning wymienia trzy czynniki (warunki), które determinują proces internacjonalizacji omawianych przedsiębiorstw, mianowicie posiadanie nowoczesnych aktywów, wykorzystanie tych aktywów

³⁶ J.H. Dunning, *Trade Location of Economic Activity, and the Multinational Firm. A Search for an Eclectic Approach*, [w:] B. Ohlin, P.O. Hesselberger, P.M. Wijkman (eds.), *The International Allocation of Economic Activity*, MacMillan, London 1977.

³⁷ K. Przybylska, *Determinanty zagranicznych inwestycji...*, s. 87.

³⁸ Analiza przewag traktowanych jako źródła korzyści dla przedsiębiorstwa stała się przedmiotem licznych opracowań naukowych, wśród których najważniejsze znaczenie mają następujące: S. Hymer, *The International Operations of National Firms. A Study of Direct Investment*, M.I.T. Press, Cambridge 1976; Ch.P. Kindleberger, *American Business Abroad*, Yale University Press, New Haven 1969.

³⁹ R.H. Coase, *The Nature of the Firm*, „*Economica*” 1937, Vol. 16; P.J. Buckley, M. Casson, *The Economic Theory of the Multinational Enterprise*, MacMillan, London 1985.

⁴⁰ S. Hymer, *The International Operations of National Firms...*

w ramach własnych struktur organizacyjnych, znalezienie korzystnej lokalizacji dla swojej działalności. Spełnienie tych trzech warunków zapewni międzynarodowej korporacji osiągnięcie przewagi konkurencyjnej nad lokalnymi przedsiębiorstwami kraju goszczącego, to znaczy przewagi własnościowej, internalizacji i lokalizacyjnej.

Wymienione typy przewagi w odniesieniu do międzynarodowych korporacji mają różny wpływ na wybór kraju, w którym firma zamierza prowadzić działalność. Ich waga i znaczenie zależy od przyjętej przez nie strategii umiędzynarodowienia⁴¹. Strategie te uwzględniają w praktyce czynniki rynkowe (w tym wielkość rynku i jego siłę nabywczą, strukturę rynku, pozycję i posunięcia konkurentów), czynniki kosztowe (koszty pracy, koszty transportu, ceny nieruchomości i inne), klimat inwestycyjny oraz stan infrastruktury⁴².

Syntetyczna prezentacja przewag przedsiębiorstwa w teorii Dunninga wyjaśnia także zasady wyboru podstawowych form jego internacjonalizacji. Istnieje bowiem zależność między rodzajem i ilością przewag a najbardziej korzystną formą internacjonalizacji przedsiębiorstwa (tabela 4.1). Jeżeli firma posiada tylko przewagę własnościową, to najkorzystniejszą formą wejścia na zagraniczny rynek jest eksport. Jeżeli posiada dwie przewagi – własnościową i internalizacji – to oprócz eksportu, firma powinna realizować różnego rodzaju kontrakty międzynarodowe. Posiadanie przez firmę trzech przewag – własnościowej, internalizacji i lokalizacji – umożliwia jej podejmowanie zagranicznych inwestycji bezpośrednich.

Zatem ekspansja omawianych przedsiębiorstw w formie ZIB, zgodnie z paradygmatem OLI, to jedyny sposób, w jaki firma może korzystać z trzech przewag jednocześnie, tym samym może być bardziej konkurencyjna niż w przypadku innych form umiędzynarodowienia.

⁴¹ Strategia rozwoju korporacji może mieć charakter *horyzontalny* (ukierunkowany na rozszerzenie rynków zbytu), bądź też *wertykalny* (zorientowany przede wszystkim na obniżenie kosztów produkcji); za: K. Przybylska, *Determinanty zagranicznych inwestycji...*, s. 93.

⁴² Tamże, s. 93–94.

Tabela 4.1. Specyficzne przewagi przedsiębiorstwa w różnych formach jego internacjonalizacji

Formy internacjonalizacji przedsiębiorstwa	Specyficzna przewaga własności	Specyficzna przewaga internalizacji	Specyficzna przewaga lokalizacji
Międzynarodowe kontrakty	Tak	Nie	Nie
Eksport	Tak	Tak	Nie
Bezpośrednie inwestycje zagraniczne	Tak	Tak	Tak

Źródło: J.H. Dunning, *International Production and Multinational Enterprises*, Allenand Urwin, London 1981; za: Inwestycje zagraniczne w Polsce 2009–2011, Instytut Badań Rynku, Konsumpcji i Koniunktur, Warszawa 2011, s. 215

4.3. Rola i znaczenie inwestycji zagranicznych dla kraju przyjmującego

Dzisiaj wiele gospodarek różnego szczebla swoją konkurencyjność określa w perspektywie zdolności do pozyskania inwestorów zagranicznych. Trudno określić, czy tego rodzaju podejście jest słuszne, literatura przedmiotu nie dostarcza bowiem jednoznacznej odpowiedzi na temat wpływu inwestycji zagranicznych na kraj przyjmujący. Nie można również stwierdzić, że pewien typ inwestycji niesie ze sobą jedynie korzyści lub negatywne skutki. Widać to szczególnie na przykładzie zagranicznych inwestycji handlowych – silna ekspansja zachodnioeuropejskich sieci handlowych w Polsce rodzi z jednej strony wiele sprzeciwów, a z drugiej strony ma licznych zwolenników.

Warto również podkreślić, że określone oddziaływanie ZIB na kraj nie musi oznaczać takiego samego oddziaływania na konkretny region czy układ lokalny⁴³. Wspomniane już wcześniej sieci handlowe mogą

⁴³ W. Dziemianowicz, Inwestycje zagraniczne jako czynnik rozwoju polskich regionów, Ekspertyza na zlecenie Departamentu Koordynacji Polityki Strukturalnej w MGPIPS, s. 2, <http://www.msap.pl> [dostęp 20.01.2012].

silnie rozwijać się w danym regionie, a podatek dochodowy płacić poza jego terytorium⁴⁴. Z kolei w przypadku przedsiębiorstw produkcyjnych firmy zlokalizowane na terytorium danego kraju – np. w ramach koncentracji produkcji – mogą zamykać zakłady w jednym regionie, powiększając je w innym, powodując tym samym odmienne skutki na porównywanych terenach.

Podjmując próbę oceny wpływu omawianych inwestycji na gospodarkę kraju przyjmującego, warto wyszczególnić ważniejsze zjawiska świadczące o pozytywnym i negatywnym oddziaływaniu kapitału zagranicznego na gospodarkę Polski. Wydaje się zatem, że do grupy pozytywnych skutków należy zaliczyć przede wszystkim, takie jak:

- *Zmiana rodzaju korzyści, które początkowo przyciągnęły BIZ do danego kraju* – w celu utrzymania dotychczasowych inwestorów i przyciągnięcia kolejnych gospodarka kraju przyjmującego musi przetransformować się w posiadającą wyższy poziom wartości dodanej⁴⁵. Podkreśla się zatem, że przyspieszony postęp technologiczny, nasilająca się konkurencja, redukcja kosztów transportu, zwiększona mobilność czynników produkcji, swobodny wybór lokalizacji to obszary kluczowego zainteresowania decydentów, którzy chcą przyciągać określony rodzaj inwestorów. Okazuje się bowiem, że atrakcyjność inwestycyjna i konkurencyjność gospodarki wpływają razem na rodzaj BIZ napływających do danej gospodarki. Jednym słowem, kraje o różnych poziomach rozwoju społeczno-gospodarczego przyciągają innego rodzaju inwestycje zagraniczne. Na przykład w krajach rozwijających się pojawiają się inwestycje poszukujące tańszych czynników produkcji, a z czasem inwestycje poszukujące nowych źródeł wydajności. W krajach wysoko rozwiniętych dominują inwestycje poszukujące aktywów strategicznych, szczególnie opartych na innowacjach i wiedzy⁴⁶.

⁴⁴ Zgodnie bowiem z art. 17 ustawy Ordynacja podatkowa właściwość miejscową organów podatkowych ustala się według miejsca adresu siedziby podatnika. Jeżeli na przykład korporacje handlowe swoją siedzibę mają poza konkretnym regionem, w którym się rozwijają, omijają go pod względem podatkowym: ustawa Ordynacja podatkowa, Dz.U. z 1997 nr 137, poz. 926.

⁴⁵ Inwestycje zagraniczne w Polsce 2009–2011, Instytut Badań Rynku, Konsumpcji i Koniunktur, Warszawa 2011, s. 227.

⁴⁶ Tamże, 216.

- *Nowe miejsca pracy w firmach z udziałem zagranicznym* – dane statystyczne pokazują, że do 2008 roku następował ciągły wzrost liczby pracujących w spółkach z udziałem kapitału zagranicznego⁴⁷, jednak w tym kontekście eksperci zadają pytanie, na ile wzrost liczby pracujących we wszystkich firmach z kapitałem zagranicznym wywołany jest powstaniem nowych zakładów, na ile zaś przejmowaniem i współpracą z firmami już działającymi⁴⁸. Wybrane badania pokazują, że niezwiększanie (lub redukcja) zatrudnienia przez nowych właścicieli firm zagranicznych wskazane jest jako jeden z dotkliwszych skutków prywatyzacji, czy też postępujących procesów koncentracji. Należy również zauważyć, że w 2009 r. ograniczono liczbę pracujących w omawianych podmiotach. Redukcja wyniosła 71,8 tys. osób. Zdecydował o tym silny spadek zatrudniania w dużych firmach z kapitałem zagranicznym (o 68 tys. osób, tj. o 6,2%)⁴⁹. Warto również podkreślić, że szczególnie kontrowersyjne z punktu widzenia rynku pracy są inwestycje handlowe. Spośród skutków obecności zagranicznych firm handlowych na polskim rynku oddziaływanie na sferę zatrudnienia jest najmniej rozpoznane. Do najważniejszych przyczyn takiego stanu rzeczy zalicza się wielość czynników kształtujących rynek pracy oraz skromne dane statystyczne, niedostosowane do badania wpływu handlu na rynek pracy⁵⁰. W literaturze przedmiotu można jednak odnaleźć pewne informacje na ten temat. Według obliczeń dokonanych w latach 90. XX w. przez francuskich naukowców, jedno miejsce pracy w supermarkecie powoduje likwidację 3–4 miejsc pracy w handlu tradycyjnym. Podobne wnioski można znaleźć w polskiej literaturze przedmiotu. Niestety, autorzy tych ustaleń z reguły nie ujawniają założeń i metod przyjmowanych w swoich szacunkach⁵¹.
- *Efekt „rozlania się” wiedzy i transfer technologii* – w literaturze przedmiotu zakłada się, że dostęp do nowych produktów, procesów zarzą-

⁴⁷ Tamże, s. 72.

⁴⁸ W. Dziemianowicz, *Inwestycje zagraniczne...*, s. 3.

⁴⁹ *Inwestycje zagraniczne w Polsce 2009–2011...*, s. 72.

⁵⁰ U. Kłosiewicz-Górecka (red.), *Zagraniczne inwestycje w handlu na rynkach lokalnych*, PWE, Warszawa 2007, s. 122–133.

⁵¹ Tamże.

- dzania i procesów technologicznych powinien z założenia podnosić konkurencyjność firm krajowych. W wielu przypadkach bez wątpienia ma to miejsce. Należy jednak zauważyć, że w najnowszych badaniach na temat BIZ coraz częściej zamiast motywu eksploatacji technologii (*technology exploiting*) w ramach przewagi własnościowej poza granicami kraju pojawia się motyw uzyskania dostępu do niej (*technology sourcing*)⁵². W rezultacie obserwuje się, że inwestycje zagraniczne lokowane są w pobliżu centrów badań i innowacji w celu korzystania z efektu „rozlania” i „samozasilenia się” nową technologią⁵³. W przypadku takiej zmiany motywów inwestycji zagranicznych skutki BIZ dla kraju goszczącego są odmienne niż w przypadku wykorzystania przez inwestora własnej technologii za granicą.
- *Kształtowanie potencjału eksportowego gospodarki kraju przyjmującego* – z przeprowadzonych badań wynika, że w ostatnich latach (2008–2010) w Polsce 78% ankietowanych przedsiębiorstw z udziałem kapitału zagranicznego wprowadziło innowacje produktowe, procesowe lub organizacyjne. Dla przedsiębiorstw bez udziału tego kapitału wskaźnik ten był zdecydowanie niższy i wyniósł 55%⁵⁴. Według 51% firm z kapitałem zagranicznym, największy wpływ na konkurencyjność eksportu miały innowacje produktowe. W rezultacie dla 38% firm z kapitałem zagranicznym produkty nowe lub zmodyfikowane stanowiły ponad połowę ich sprzedaży eksportowej, gdy tymczasem ponad 50% udział takich wyrobów w eksporcie deklarowało jedynie 19% firm krajowych⁵⁵. W latach 2008–2010 inwestycje proeksportowe wdrożyło 60% przedsiębiorstw z kapitałem zagranicznym, podczas gdy dla firm krajowych wskaźnik ten wyniósł jedynie 39%⁵⁶.
 - *Efekt naśladownictwa i postawy przystosowawcze polskich firm do nowych warunków* – jak wynika z badań i obserwacji, firmy polskie w konfrontacji z inwestorami zagranicznymi nie są na straconej

⁵² Inwestycje zagraniczne w Polsce 2009–2011..., s. 222.

⁵³ R.D.Pearce, *Decentralised R&D and Strategic Competitiveness: Globalised Approaches to Generation and Use of Technology in Multinational Enterprises*, „Research Policy” 1999, 28; za: Inwestycje zagraniczne w Polsce 2009–2011..., s. 222–223.

⁵⁴ Inwestycje zagraniczne w Polsce 2009–2011..., s. 284.

⁵⁵ Tamże.

⁵⁶ Tamże, s. 282.

pozycji mimo różnic w potencjale konkurencyjności. W nastawieniu polskich firm do działalności przedsiębiorstw zagranicznych początkowo dominowały postawy rywalizacyjne, które z czasem częściowo przekształciły się w postawy kooperacyjne oraz strategie poszukiwania niszy. W przyszłości przewiduje się wzrost znaczenia powiązań kooperacyjnych, jednak ze znaczącym zróżnicowaniem w poszczególnych branżach. Jak się okazuje, już dzisiaj branża motoryzacyjna wyróżnia się ponadprzeciętną skłonnością do zacieśniania więzi kooperacyjnych, czego nie obserwuje się na większą skalę w branży spożywczej⁵⁷. Na przykład wśród polskich sieci franchisingowych w branży FMCG (szybko rotującej, również spożywczej), będących zaawansowaną postacią integracji handlu detalicznego, dominuje tzw. miękka franczyza, która oznacza brak rygorystycznych zasad współpracy (kooperacji sklepów i centrali), co skutkuje mniejszą efektywnością działania tych sieci. Jak wykazały badania ankietowe, jest to podstawowa bariera rozwoju polskich sieci franczyzowych. Przekłada się to bowiem na stosunkowo niski poziom odczuwanych przez detalistów korzyści w sferze kosztów, a także ich umiarkowaną motywację do wspólnych działań na rzecz jej rozwoju. Wynika to przede wszystkim z braku standaryzacji działań franczyzobiorców w następujących obszarach: zakupowym, informatycznym i sprzedażowym, a także braku centrów dystrybucyjnych, zapewniających sprawną dystrybucję i niski poziom cen zakupu towarów⁵⁸. Równocześnie omawiane sieci podejmują szereg działań dostosowawczych do bardziej wymagających warunków działania na rynku, mianowicie: rozwijają programy lojalnościowe dla przedsiębiorców w celu „utwardzenia” systemu franczyzy, wprowadzają politykę kontrolowanego wzrostu liczby sklepów⁵⁹ (zorientowaną na jakość), rozwijają sklepy własnych sieci (wzorcowe), które wzmocnią wizerunek sieci i zapewnią zyski centralom sieci, rozwijają marki własne, unifikują dostęp usług dodatkowych w sklepach sieci; poprawiają jakość obsługi klienta, wprowadzają produkty

⁵⁷ M. Gorynia (red.), *Strategie firm polskich wobec ekspansji inwestorów zagranicznych*, PWE, Warszawa 2005, s. 222–235.

⁵⁸ Zob. K. Kowalska, *Rozwój polskich sieci detalicznych...*, s. 171–209.

⁵⁹ Wybór przedsiębiorców (i ich sklepów), którzy są w stanie sprostać wyznaczonym przez sieć standardom.

- delikatesowe do swoich sklepów; organizują szkolenia dla właścicieli sklepów, poprawiają estetykę i unifikują wystrój wewnętrzny i zewnętrzny sklepów, zwiększają liczbę tzw. akcji lojalnościowych w sklepach⁶⁰. Te i inne przedsięwzięcia świadczą o powolnych działaniach przystosowawczych polskich firm do nowych i szybko zmieniających się warunków konkurencji.
- *Rozwijająca się współpraca z zagranicznymi firmami i dostęp do nowych rynków zbytu dla krajowych przedsiębiorstw* – przykładem tego może być strategia największej sieci handlowej Wal-Mart, która w ramach polityki wprowadzania zrównoważonych produktów przy utrzymaniu niskich cen dla klientów zdecydowała się na długookresową współpracę z lokalnymi dostawcami, co pozwala jej m.in. zredukować koszty i osiągać pożądaną jakość towarów⁶¹. Tego rodzaju praktyki wprowadzają również inne przedsiębiorstwa handlowe, które zacieśniają współpracę z krajowymi firmami w ramach m.in. produkcji i kreacji marek własnych, sprzedawanych w poszczególnych obiektach sieci.
 - *Rosnąca rola międzynarodowych korporacji w obszarach społeczno-ekonomicznych* – w literaturze ekonomicznej podkreśla się, że największe korporacje w pewnym zakresie przejmują dziś wiele funkcji, które dotychczas były realizowane przez struktury państwowe. W wielu krajach pokrywają one ponad połowę kosztów badań naukowych, wspierają nowe technologie, współfinansują ubezpieczenia społeczne pracowników, oferują programy emerytalne, zapewniają świadczenia medyczne i edukacyjne⁶². Inwestują zatem w wiele obszarów i zmieniają politykę społeczną poszczególnych rynków, na których działają. Wydaje się to szczególnie istotne dla krajów, które mają stosunkowo niskie wydatki społeczne i które dodatkowo podejmują wysiłki ich ograniczenia kosztem tworzenia lub pogłębiania społecznych nierówności.

⁶⁰ K. Kowalska, *Rozwój polskich sieci detalicznych...*, s. 206–209.

⁶¹ N. Ćwik (red.), *Wspólna odpowiedzialność. Rola dostaw i zakupów*, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, s. 58, <http://odpowiedzialnybiznes.pl> [dostęp: 20.01.2012].

⁶² J. Nakonieczna, *Spółeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw międzynarodowych*, Di-fin, Warszawa 2008, s. 48.

Z kolei do negatywnych skutków oddziaływania inwestycji zagranicznych na gospodarkę kraju przyjmującego można zaliczyć:

- *Omijanie polskiego systemu podatkowego i małą tendencją do reinwestowania zysków* – przykładem mogą być tutaj duże sieci handlowe, które – jak raportuje Najwyższa Izba Kontroli (NIK) – bardzo często wykazują nieprawidłowości w deklarowaniu podstaw opodatkowania podatkiem dochodowym od osób prawnych. Zgodnie z raportem NIK z 2002 r. na temat wielkopowierzchniowych obiektów handlowych działających w Polsce, wszystkie pięć spółek objętych kontrolą wykazywało straty na działalności gospodarczej i z tego powodu nie uiszczało podatku dochodowego od osób prawnych. Straty te powstawały przede wszystkim w wyniku wysokich odpisów amortyzacyjnych dokonywanych od środków trwałych i wysokich kosztów finansowych, tj. odsetek od zaciągniętych kredytów⁶³. Należy również podkreślić, że ważnym instrumentem wyprowadzania środków z kraju, które korporacja uznaje za obszar o wysokich podatkach czy ryzyku politycznym (ograniczenia w transferze dywidend lub innych płatności), są ceny transferowe.
- Z informacji uzyskanych w NBP wynika, że transfer zysków w przypadku korporacji handlowych może się odbywać (poza dywidendami) w ramach pożyczek udzielanych przez spółki matki filiom prowadzącym działalność na rynku zagranicznym. Oprocentowanie takich pożyczek bywa znacznie wyższe niż obowiązujące w danym momencie oprocentowanie na rynku. Podobne informacje dotyczące przedsiębiorstw produkcyjnych można odnaleźć w badaniu przeprowadzonym na zlecenie PAliIZ przez Centrum Badań Marketingowych INDICATOR, z których wynika, że blisko 26% firm z udziałem zagranicznym w Polsce nie przeznaczyło w ogóle swojego zysku na inwestycje⁶⁴.
- *Liczne przykłady nadużyć siły rynkowej międzynarodowych korporacji w stosunku do krajowych przedsiębiorstw i konsumentów* – wyniki ba-

⁶³ Informacja o wynikach kontroli lokalizacji dużych obiektów handlowych (super i hipermarketów), NIK, Białystok 2002.

⁶⁴ J. Błuszkowski, J. Garlicki, Opinia inwestorów zagranicznych o społecznych i ekonomicznych warunkach działalności w Polsce, Raport z badania przeprowadzonego na zlecenie PAIZ przez Centrum Badań Marketingowych INDICATOR, Warszawa 2000.

dań realizowanych przez różne wyspecjalizowane w tym zakresie ośrodki potwierdzają, że opisane powyżej zagraniczne sieci handlowe, wykorzystując przewagę w kontaktach z dostawcami, narzucają swoje, wygórowane warunki współpracy, dopuszczając się czynów nieuczciwej konkurencji. Wyraźnym przykładem takiej sytuacji jest postępowanie prowadzone w 2002 roku przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK), którego przedmiotem były warunki systemu dystrybucji jednego z krajowych dostawców FMCG, mającego prawie monopolistyczną pozycję na rynku⁶⁵. Stwierdzono wówczas liczne nadużycia sieci handlowych względem tak silnego dostawcy⁶⁶.

Według NIK, do podstawowych przejawów siły rynkowej w kontaktach handlowych z dostawcami można zaliczyć: narzucanie wzorców umów handlowych przez operatorów sieci detalicznych, nakłanianie polskich producentów do wysokich upustów 10–12%, dyktowanie przez sieci warunków dostaw, w tym przerzucanie na dostawców kosztów transportu i magazynowania, wymuszanie organizacji akcji promocyjnych, obciążanie kosztami producentów niezamówionych przez nich promocji, przekraczanie terminów płatności, umowne zastrzeżenie i pobieranie od dostawców świadczeń pieniężnych za przyjęcie produktu do sklepu sieci, imitację silnych marek producentów przez marki własne sieci handlowych⁶⁷.

Na podstawie badań przeprowadzonych przez Instytut Badań Rynku Konsumpcji i Koniunktur (IBRKiK) w czerwcu 2011 r. wśród przedsiębiorstw handlowych i przemysłowych działających w kanałach dystrybucji FMCG Polsce można stwierdzić, że do dziś sytuacja w omawianym obszarze nie uległa istotnej poprawie. Przedstawiciele przedsiębiorstw produkcyjnych za najważniejsze bowiem czynniki utrudniające budowanie zaufania wobec sieci handlowych uznali nadmiernie restrykcyjne warunki dostaw oraz mało przejrzyste warunki współpracy. W Raporcie IBRKiK dotyczącym han-

⁶⁵ E. Stawicki, *Konkurencja w handlu*, [w:] C. Banasiński (red.), *Ochrona konkurencji i konsumentów w Polsce i Unii Europejskiej (studia prawno-ekonomiczne)*, UOKiK, Warszawa 2005, s. 96.

⁶⁶ Tamże.

⁶⁷ Informacja o wynikach kontroli lokalizacji..., s. 21.

dlu wewnętrznego w Polsce w latach 2006–2011 stwierdza się jednoznacznie, że zależność producenta od firmy handlowej skutkuje w praktyce narzucaniem warunków umów, pobieraniem tzw. opłat wejściowych, półkowych, marketingowych, transportowych, za „postępowanie” z towarem przeterminowanym⁶⁸.

Nadużycia sieci handlowych dotyczą również nabywców. Przyjmują one często postać niezgodnych z prawdą oznaczeń cenowych, opatrywania napisami promocyjnymi towarów, których ceny nie zostały obniżone, czy też wprowadzania do handlu towarów o zmienionej dacie przydatności do spożycia⁶⁹.

- *Podwójna standaryzacja społecznej odpowiedzialności międzynarodowych korporacji i konsekwencje z tym związane dla krajów słabo i średniorozwiniętych* – warto w tym miejscu podkreślić, że na liście 100 największych niefinansowych korporacji prezentowanych co roku w „World Investment Report” praktycznie nie ma takich, które nie rozpoczęły prac nad wprowadzaniem zasad społecznej odpowiedzialności do swoich strategii. Równocześnie omawiane korporacje dość wybiórczo podchodzą do praktyk społecznie odpowiedzialnych. Jako przykład może posłużyć opisywany w ostatnim czasie wyzysk pracowników w Bangladeszu przez sieć Lidl i Kik. „Gazeta Wyborcza”, powołując się na artykuł i badania niemieckiego tygodnika „Spiegel”, informuje, że produkcja tanich wyrobów ubraniowych przeznaczonych do sprzedaży w sklepach Lidl i Kik jest związana z wyzyskiem pracowników i pracowniczek w Bangladeszu (w ramach Kampanii Czystych Ubrań wykazano, że bengalscy pracownicy nadal pracują ponad normę w niehigienicznych warunkach, a wynagrodzenia są tam alarmująco niskie)⁷⁰. Jak donosi niemieckie źródło, Kik i Lidl były już informowane o niehumanitarnych warunkach pracy w fabrykach w Dhaka i podjęto działania zmierzające do polepszenia tej sytuacji. Jednak badania ankietowe potwierdziły, że kontrole i zmiany w tym zakresie były powierzchowne. Wiele zatem pozytywnych praktyk biznesowych wymienionych korporacji po-

⁶⁸ Handel wewnętrzny w Polsce 2006–2011, IBRKiK, Warszawa 2011, s. 253–266.

⁶⁹ Tamże, s. 283–299.

⁷⁰ <http://www.csrinfo.org/pl/wiadomosci/przegląd-prasy/3740-wyzysk-w-bangladeszu-na-rzecz-lidl-i-kik-trwa> [dostęp 20.01.2012].

dyktowanych jest realiami rynkowymi i widocznych jest w krajach, w których kontrola społeczna jest szczególnie aktywna, a konkurencja bardziej intensywna.

W literaturze przedmiotu podkreśla się ponadto, że negatywne znaczenie międzynarodowych korporacji dla kraju przyjmującego dotyczy również świadomego opierania się inwestorów zagranicznych na imporcie od spółek-córek, mimo że wiele towarów można nabyć na określonym rynku lokalnym⁷¹. Inne zarzuty to ograniczenie suwerenności kraju przyjmującego, czy też pogłębienie dysproporcji w rozwoju regionów. Skutki te mają wynikać z nierównomiernego rozmieszczenia inwestycji zagranicznych w poszczególnych częściach kraju przyjmującego (o czym już wspomiano), czy też z napływu kapitału spekulacyjnego, który zniekształca ceny na przykład surowców, jak również przekłada się na brak stabilności gospodarczej danego kraju (krótkoterminowe inwestycje).

4.4. Ocena atrakcyjności inwestycyjnej Polski w świetle badań

Atrakcyjność Polski jako miejsca lokowania inwestycji jest różnie oceniana przez instytucje i ośrodki opiniotwórcze. Mimo różnic można stwierdzić, że oceny te ulegają w ostatnich latach systematycznej poprawie i co istotne – Polska jest jednym z krajów Europy Środkowo-Wschodniej o najwyższych ocenach wiarygodności inwestycyjnej i kredytowej. Istnieją jednak obszary niekorzystnie oceniane i one, według ekspertów i inwestorów, powinny ulec poprawie dla zwiększenia atrakcyjności inwestycyjnej naszego kraju⁷².

Analiza porównawcza atrakcyjności inwestycyjnej danej gospodarki z innymi krajami w ostatnich latach dokonywana jest z uwzględnieniem:

- sytuacji makroekonomicznej i perspektyw rozwoju,
- międzynarodowej pozycji ratingowej,

⁷¹ J. Rymarczyk (red.), *Międzynarodowe stosunki gospodarcze*, PWE, Warszawa 2010, s. 418.

⁷² *Inwestycje zagraniczne w Polsce 2009–2011...*, s. 245.

- ocen wiarygodności dla inwestorów i kredytodawców,
- warunków prowadzenia działalności gospodarczej w danym kraju,
- międzynarodowej konkurencyjności gospodarki.

W literaturze przedmiotu na ogół pozytywnie ocenia się stan gospodarek nowych krajów członkowskich UE. O dodatniej ocenie Polski w tym zakresie świadczy występujący w ostatnich latach wzrost gospodarczy (w 2009 r. Polska była jedynym krajem Unii Europejskiej, w którym wystąpił wzrost gospodarczy), jak również wysoki stopień zaawansowania kraju w procesie transformacji gospodarczej. Równocześnie jednak za mankamenty Polski uznaje się niski poziom zatrudnienia, zwłaszcza wśród ludzi powyżej 50 lat, niską stopę urodzeń, reformy emerytalne, niepokój wzbudza również wysoki deficyt finansów publicznych⁷³.

Według ocen wiarygodności kredytowej i poziomu ryzyka inwestycyjnego renomowanych agencji ratingowych – Standard & Poors, Fitch IBCA i Moody's, Polska wyróżnia się gospodarczo na tle swoich sąsiadów – należy do krajów z najwyższymi ocenami w regionie. Dodatkowo podkreśla się, że nasz kraj utrzymał swój rating w okresie światowego kryzysu, podczas gdy dla wielu państw regionu został on wówczas obniżony (Polska od kilku lat posiada u dwóch pierwszych wymienionych agencji ocenę A – dla długoterminowego długu w walutach zagranicznych, natomiast u Moody's – ocenę A2, która również oznacza wyższą średnią ocenę zobowiązań i niskie ryzyko kredytowe)⁷⁴.

W przeciwieństwie do wymienionych trzech agencji chińska agencja ratingowa Dagong Global Credit Rating w 2011 r. zmieniła perspektywę polskiego długu ze stabilnej na negatywną. Agencja uważa, że pogarszająca się struktura aktywów bankowych i nadmierne uzależnienie od finansowania zewnętrznego mogą zaszkodzić w dalszej perspektywie polskim finansom⁷⁵.

Brytyjski miesięcznik „Euromoney” prezentuje rankingi krajów pod względem wiarygodności dla inwestorów, uwzględniające m.in. ryzyko gospodarcze i polityczne, wskaźnik zadłużenia oraz stopień

⁷³ Tamże, s. 246.

⁷⁴ Najwyższą oceną jest potrójne A, najniższą zależnie od agencji – C lub D; za: Inwestycje zagraniczne w Polsce 2009–2011..., s. 249.

⁷⁵ Tamże, s. 251.

wywiązywania się z obsługi długu⁷⁶. W ostatnim rankingu z 2011 r. Polska zajęła wyższe niż w poprzednich latach 31. miejsce, pozostając jednak w tyle w grupie krajów Europy Środkowej.

Tabela 4.2. Ranking wiarygodności dla inwestorów krajów Europy Środkowej według miesięcznika „Euromoney”

Kraj	Miejsce		
	III 2009	III 2010	III 2011
Czechy	32	30	24
Słowacja	34	27	28
Polska	44	44	31
Węgry	54	46	47

Źródło: „Euromoney” March 2009; 2010; 2011

W czołówce niniejszego rankingu w 2011 r. znalazły się kraje europejskie, przede wszystkim skandynawskie. Najwyżej oceniona została Norwegia, a zaraz za nią Luksemburg, Szwajcaria, Dania i Szwecja⁷⁷.

Z kolei w rankingu Banku Światowego: Doing Business 2012: Doing Business in a More Transparent World⁷⁸, badającym łatwość prowadzenia biznesu w 183 krajach, pierwsze pięć miejsc zajęły kolejno: Singapur, Hongkong, Nowa Zelandia, USA i Dania. Polska spadła z 59. na 62.⁷⁹ Szczególnie negatywnie oceniona została w naszym kraju łatwość otrzymania zezwolenia na budowę (160. miejsce), płacenia podatków (128. miejsce) oraz rozpoczynania działalności gospodarczej (126. miejsce) natomiast pozytywnie oceniono w Polsce łatwość otrzymania kredytu (8. miejsce)⁸⁰.

W ostatnim opracowaniu Światowego Forum Ekonomicznego (WEF): Global Competitiveness Report 2011–2012, Polska pod względem konkurencyjności krajów została zakwalifikowana na 41. miejscu,

⁷⁶ Tamże, s. 253.

⁷⁷ Zob. „Euromoney” March 2009; 2010; 2011.

⁷⁸ Doing Business 2012: Doing Business in a More Transparent World, World Bank, Washington 2011.

⁷⁹ Inwestycje zagraniczne w Polsce 2009–2011..., s. 254.

⁸⁰ Tamże.

uzyskując notę 4,46 pkt (poprzednio 4,51, a przed dwoma laty 4,33), przy maksymalnej ocenie 6 pkt.

Korzystnie w Polsce oceniane są: rozmiar rynku i poziom szkolnictwa wyższego oraz szkoleń, jak również rozwinięty sektor finansowy⁸¹. Jako negatywy wyszczególniono bariery administracyjne, jakość dróg, infrastruktury transportu powietrznego oraz infrastruktury portowej, saldo finansów publicznych oraz praktyki przyjmowania i zwalniania z pracy⁸².

Tabela 4.3. Ranking konkurencyjności globalnej krajów Europy Środkowej

Kraj	Miejsce w rankingu	Ocena w rankingu	Miejsce w rankingu	Ocena w rankingu
	2010–2011		2011–2012	
Czechy	36	4,57	38	4,52
Polska	39	4,51	41	4,46
Węgry	52	4,33	48	4,36
Słowacja	60	4,25	69	4,19

Źródło: The Global Competitiveness Report 2011–2012, World Economic Forum 2011, za: Inwestycje zagraniczne w Polsce 2009–2011, Instytut Badań Rynku, Konsumpcji i Koniunktur, Warszawa 2011, s. 257

Wśród krajów Europy Środkowej dominują Czechy wyróżniające się m.in. dobrze rozwiniętymi rynkami finansowymi, towarowymi i pracy, jak również silnym zaangażowaniem społeczeństwa w wykorzystywanie nowoczesnych technologii⁸³. Natomiast na czele listy najbardziej konkurencyjnych krajów ponownie znalazła się Szwajcaria, następnie Singapur, Szwecja, Finlandia i Stany Zjednoczone⁸⁴.

Według raportu: Atrakcyjność Inwestycyjna Europy 2011, firmy konsultingowej Ernst & Young, Polska w 2010 r. awansowała z 8. miejsca na 7. pod względem liczby BIZ w Europie (143 projekty), wyprzedzając tym samym wszystkie kraje Europy Środkowej⁸⁵. Z kolei w bada-

⁸¹ Tamże, s. 256.

⁸² Tamże, s. 258.

⁸³ Tamże.

⁸⁴ Tamże.

⁸⁵ Tamże, s. 260.

niu UNCTAD częściej niż Polskę jako priorytetowe miejsce inwestycji w latach 2011–2013 wymienia się jedynie kraje BRIC (w tym Chiny – 1. miejsce) i USA (2. miejsce). Warto również podkreślić, że mimo wielu pozytywnych ocen w poprzednich kategoriach Czechy znalazły się daleko za Polską – na 16. miejscu, podczas gdy nasza gospodarka uplasowała się na 6. pozycji⁸⁶.

Według wielu instytucji, kraje Europy Środkowej, szczególnie Polska, uznawane są za atrakcyjne dla BIZ, niemniej jednak bariery w inwestowaniu w infrastrukturę w tych krajach mogą – w opinii ekspertów – w przyszłości ograniczać napływ inwestycji zagranicznych⁸⁷.

Atrakcyjność danej gospodarki dla inwestycji można rozpatrywać w ujęciu międzynarodowym, krajowym, regionalnym (w tym lokalnym). Ten ostatni obszar jest w Polsce systematycznie analizowany przez Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową (IBnGR), który dokonuje oceny stopnia zróżnicowania atrakcyjności inwestycyjnej poszczególnych regionów Polski⁸⁸. Można tam odnaleźć grupę najbardziej uniwersalnych czynników lokalizacji inwestycji zagranicznych.

W badaniu uwzględnia się bezpośrednio (twarde) czynniki lokalizacji zapewniające korzyści związane z redukcją kosztów inwestora, jak również istotną grupę czynników miękkich w pozyskiwaniu inwestycji zagranicznych⁸⁹. I tak poszczególne województwa w Polsce oceniane są przede wszystkim pod kątem: zasobów i kosztów pracy, aktywności wobec inwestorów, dostępności transportowej, chłonności rynku (indywidualnego i instytucjonalnego), rozwoju infrastruktury gospodarczej i społecznej⁹⁰.

⁸⁶ Tamże, s. 261.

⁸⁷ Tamże, s. 260.

⁸⁸ M. Nowicki (red.), *Atrakcyjność inwestycyjna województw i podregionów Polski 2011*, IBnGR, Gdańsk 2011.

⁸⁹ Twarde (bezpośrednie) czynniki lokalizacji to przede wszystkim wielkość i jakość zasobów pracy, dostępna infrastruktura transportowa, infrastruktura gospodarcza (głównie korzyści związane z lokalizacją w Specjalnych Strefach Ekonomicznych), rynek zbytu. Natomiast miękkie (pośrednie) czynniki lokalizacji to poziom rozwoju gospodarczego, od którego zależy możliwość kooperacji z lokalnymi partnerami, infrastruktura społeczna, aktywność społeczności lokalnej w zabieganiu o inwestorów zagranicznych i poziom bezpieczeństwa powszechnego.

⁹⁰ M. Nowicki (red.), *Atrakcyjność inwestycyjna województw i podregionów Polski 2011...*

Należy w tym kontekście pamiętać o tym, że różnorodność i specyfika działalności gospodarczej powoduje, że w zależności od jej rodzaju, branży, a nawet sposobu funkcjonowania poszczególnych przedsiębiorstw preferowane są różne czynniki lokalizacji. Firmy przypisują im odmienną rangę i znaczenie. Na przykład dla przedsiębiorstw przemysłowych wielkość i chłonność lokalnego rynku – ze względu na daleko posuniętą globalizację działalności i jej specyfikę – odgrywają zdecydowanie mniejszą rolę niż dla działalności usługowej. Natomiast dla międzynarodowych korporacji handlowych chłonność i wielkość danego rynku ma zasadnicze znaczenie; przesądza o lokalizacji sieci handlowej na danym terenie.

Warto również zaznaczyć, że jednym z mierników zaufania rynków finansowych do danego kraju jest tzw. odchylenie ceny 10-letnich obligacji rządowych emitowanych przez dany kraj do ceny analogicznych obligacji niemieckich uznanych za najmniej ryzykowne. Odchylenie to jest wyrażone w punktach bazowych – pb (wyższy wskaźnik oznacza tutaj gorszą ocenę danego kraju) – i wyniosło w październiku 2011 roku dla Polski 362 pb. W tej samej grupie co nasz kraj znalazły się również Włochy i Hiszpania, natomiast zdecydowanie lepiej wypadły Czechy z wynikiem 113 pb⁹¹. Powyższy wskaźnik awersji do ryzyka wskazuje na ocenę przyszłej kondycji gospodarczej danego kraju i bezpośrednio rzutuje na finansowe decyzje zagranicznych inwestorów⁹².

Informacje na temat BIZ w Polsce corocznie opracowuje Narodowy Bank Polski (NBP), GUS (choć ten nie trzyma się rygorystycznie definicji BIZ – w celu opracowań zbierane są informacje od wszystkich podmiotów, w których wystąpił jakikolwiek kapitał zagraniczny) i do niedawna były opracowywane przez Polską Agencję Informacji i Inwestycji Zagranicznych (PAIiIZ).

Z uwagi na liczne rozbieżności prezentowanych informacji przez wymienione instytucje podmioty te, począwszy od 2005 roku, publikują ściśle określone dane. I tak informacje o wielkości BIZ, jego strukturze i wartościach zobowiązań z tytułu zagranicznych inwestycji udostępnia NBP, natomiast PAIiIZ od 2006 roku jedynie sygnalizuje obecność poszczególnych inwestorów w Polsce.

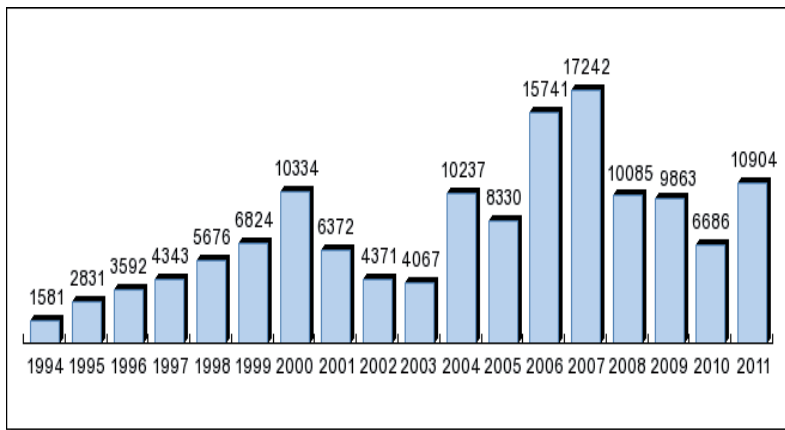
⁹¹ Inwestycje zagraniczne w Polsce 2009–2011..., s. 21.

⁹² Tamże.

Napływ BIZ do Polski w 2011 roku według PAIiIZ (na podstawie deklarowanych danych NBP) wyniósł 10 904 mln EUR. Oznacza to wzrost w stosunku do poprzedniego roku o 63%.

Najwyższy poziom inwestycji w kraju odnotowuje się w latach 2004–2007, w fazie ożywienia koniunkturalnego przy jednoczesnym spadku awersji do ryzyka. Natomiast osłabienie koniunktury przekłada się na spadek omawianych inwestycji w latach 2008–2010.

Wykres 4.1. Napływ BIZ do Polski w latach 1994–2011 według PAIiIZ (w mln EUR)



Źródło: www.paiz.gov.pl/polska_w_liczbach/inwestycje_zagraniczne [dostęp 21.10.2012]

Według najnowszych danych NBP, różniących się od prezentowanych przez PAIiIZ, w 2011 r. do Polski napłynęły inwestycje bezpośrednie o wartości 13 567 mln EUR. Z tego 1 665 mln EUR poprzez wniesienie udziałów kapitałowych, 4 839 mln EUR poprzez reinwestowane zyski i 7 062 mln EUR w postaci pozostałego kapitału (przede wszystkim kredytów).

W porównaniu z rokiem 2010 wartość napływu inwestycji zagranicznych w 2011 roku wzrosła o 3 094 mln EUR, tj. o 30%. Saldo wniesionych udziałów było niższe niż rok wcześniej, niższe były również zyski reinwestowane przez inwestorów bezpośrednich. Natomiast znacząco w porównaniu z poprzednimi latami wzrósł napływ pozostałego kapitału.

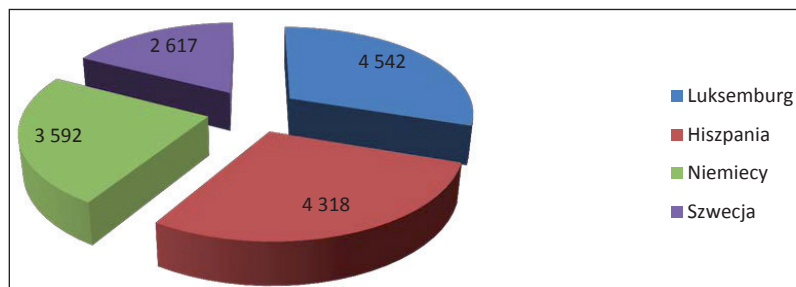
Tabela 4.4. Napływ zagranicznych inwestycji bezpośrednich do Polski w latach 2007–2011 według NBP (w mln EUR)*

Rok	Wniesienie udziałów	Reinwestowane zyski	Pozostały kapitał (głównie kredyty)	Ogółem
2007	5 613	6 782	4 847	17 242
2008	6 698	-713	4 143	10 128
2009	3 799	3 582	1 962	9 343
2010	3 147	5 620	1 706	10 473
2011	1 665	4 839	7 062	13 567

*znak (+) oznacza napływ kapitału z Polski; znak (-) oznacza jego wycofanie

Źródło: Zagraniczne inwestycje bezpośrednie w Polsce w 2011 (cykliczne materiały analityczne NBP)

Najwyższy poziom inwestycji zagranicznych, jak już wcześniej zauważono, przypada na 2007 rok. Rok 2009 to czas ożywienia koniunktury zewnętrznej i pozytywnej oceny polskiej gospodarki⁹³. Te dwa czynniki nie tylko ograniczyły spadek inwestycji, ale również warunkowały stopniową poprawę sytuacji w ostatnim czasie.

Wykres 4.2. Najwięksi inwestorzy bezpośredni w Polsce w 2011 r. według kraju pochodzenia (w mln EUR)

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Zagraniczne inwestycje bezpośrednie w Polsce w 2011 (cykliczne materiały analityczne NBP)

⁹³ Inwestycje zagraniczne w Polsce 2009–2011..., s. 24.

W 2011 roku, podobnie jak w latach poprzednich, największymi inwestorami były firmy z krajów OECD. Napływ ZIB odnotowano przede wszystkim z Luksemburga (4 542 mln EUR), Hiszpanii (4 318 mln EUR), Niemiec (3 592 mln EUR) i Szwecji (2 617 mln EUR). W omawianym okresie miało miejsce również wycofanie się inwestorów z Polski, m.in. kapitału z Irlandii (–2 946 mln EUR) i Szwajcarii (–2 424 mln EUR)⁹⁴.

Zagraniczne inwestycje bezpośrednie w 2011 roku dotyczyły przede wszystkim sektora zajmującego się działalnością finansową i ubezpieczeniową (blisko 3 459 mln EUR), także działalnością profesjonalną, naukową i techniczną (głównie działalność holdingów – blisko 2 529 mln EUR) oraz budownictwa (blisko 2 188 mln EUR)⁹⁵.

Tabela 4.5. BIZ w Polsce w 2011 r. w podziale na rodzaje działalności gospodarczej podmiotów bezpośredniego inwestowania (w mln EUR)*

Wyszczególnienie	Kapitały własne	Reinwestowane zyski	Pozostały kapitał	Ogółem napływ kapitału
Przetwórstwo przemysłowe	–202,7	2 170,8	2170,8	1298,9
Wytwarzanie i zaopatrzenie w energię elektryczną i inne	290,6	16,0	1730,6	2037,2
Budownictwo	949,4	–162,4	1400,5	2187,5
Handel i naprawa	171,9	998,6	300,3	1470,7
Działalność finansowa i ubezpieczeniowa	754,7	1 473,9	1230,1	3458,7
Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna	1654,5	105,7	768,5	2528,7
Pozostałe	–1953,0	236,50	–538,60	585,0

*znak (+) oznacza napływ kapitału z Polski; znak (–) oznacza jego wycofanie

Źródło: opracowanie własne na podstawie Zagraniczne inwestycje bezpośrednie w Polsce w 2011 (cykliczne materiały analityczne NBP)

⁹⁴ Zagraniczne inwestycje bezpośrednie w Polsce w 2011 (cykliczne materiały analityczne NBP); <http://nbp.pl/home.aspx?f=/publikacje/zib/zib.html> [dostęp 21.10.2012].

⁹⁵ Tamże.

Analizując inwestycje zagraniczne według rodzajów działalności w latach 2007–2011, warto zwrócić uwagę na zwiększającą się rolę usług komunalnych, co spowodowane jest przede wszystkim inwestycjami w sektory energetyczne⁹⁶, a także znaczący udział sfery finansowej (głównie bankowej) w napływie inwestycji do Polski w analizowanym okresie.

Na koniec 2011 r. zobowiązania z tytułu ZIB wyniosły 153 350 mln EUR. Zobowiązania z tytułu wniesionych udziałów i reinwestowanych zysków kształtowały się na poziomie 106 232 mln EUR, a zobowiązania z tytułu pozostałego kapitału (przede wszystkim otrzymanych kredytów) wyniosły 47 118 mln EUR.

Tabela 4.6. Stan zobowiązań z tytułu zagranicznych inwestycji bezpośrednich w latach 2007–2011 (w mln EUR)

Rok	Kapitały własne i reinwestowane zyski	Pozostały kapitał (głównie kredyty)	Ogółem
2007	95 489	25 791	121 280
2008	87 760	28 874	116 634
2009	97 442	31 052	128 494
2010	120 329	41 049	161 378
2011	106 232	47 118	153 350

Źródło: Zagraniczne inwestycje bezpośrednie w Polsce w 2011 (cykliczne materiały analityczne NBP)

W 2011 r. Polska posiadała najwyższe zobowiązania z tytułu zagranicznych inwestycji bezpośrednich względem Niderlandów (23 170 mln EUR), Niemiec (20 750 mln EUR), Francji (19 228 mln EUR) i Luksemburga (15 884 mln EUR)⁹⁷.

Zobowiązania Polski z tytułu inwestycji były największe dla przetwórstwa przemysłowego (48 781 mln EUR), działalności finansowej i ubezpieczeniowej (32 346 mln EUR), handlu hurtowego i detalicznego, łącznie z naprawą pojazdów (22 393 mln EUR), jak rów-

⁹⁶ Inwestycje zagraniczne w Polsce 2009–2011..., s. 26.

⁹⁷ Zagraniczne inwestycje bezpośrednie w Polsce w 2011...

niez dla działalności profesjonalnej, naukowej i technicznej (11 962 mln EUR)⁹⁸.

Dochody inwestorów zagranicznych z tytułu zainwestowanego w Polsce kapitału w 2011 r. osiągnęły wartość 13 343 mln EUR i pozostały na poziomie zbliżonym do roku 2010. Dochody wypłacone w postaci dywidend w 2011 roku wyniosły 6 562 mln EUR, reinwestowane zostało 4 839 mln EUR. Dochody z tytułu odsetek od otrzymanych kredytów kształtowały się na poziomie 2 142 mln EUR.

Tabela 4.7. Dochody z tytułu zagranicznych inwestycji bezpośrednich w Polsce w latach 2007–2011 (w mln EUR)

Rok	Dywidendy	Reinwestowane zyski	Odsetki	Ogółem
2007	5 932	6 782	1 053	13 768
2008	8 105	-713	1 401	8 792
2009	5 417	3 582	1 280	10 279
2010	5 965	5 620	1 739	13 323
2011	6 562	4 839	2 142	13 343

Źródło: Zagraniczne inwestycje bezpośrednie w Polsce w 2011 (cykliczne materiały analityczne NBP)

W 2011 roku najwyższe dochody przypadły na inwestorów z Niderlandów (2 755 mln EUR), Niemiec (2 609 mln EUR), Francji (1 689 mln EUR) i Luksemburga (896 mln EUR)⁹⁹.

Największe dochody należne zagranicznym inwestorom bezpośrednim zanotowano w spółkach zajmujących się przetwórstwem przemysłowym (4 945 mln EUR), działalnością finansową i ubezpieczeniową (3 113 mln EUR), handlem hurtowym, detalicznym i naprawami pojazdów (2 279 mln EUR)¹⁰⁰.

Analizując literaturę przedmiotu i prasę fachową, można stwierdzić, że Polska swoje wysiłki w zakresie inwestycji zagranicznych będzie w najbliższych latach koncentrować względem dotychczasowych

⁹⁸ Tamże.

⁹⁹ Tamże.

¹⁰⁰ Tamże.

strategicznych partnerów, ale również podmiotów z Chin (ze względu m.in. na korzyści dla rynku pracy wynikających z tych inwestycji).

Tabela 4.8. Ranking zagranicznych projektów inwestycyjnych prowadzonych przez PAIiZ w 2011 roku i zakończonych pozytywną decyzją inwestycyjną, według planowanych miejsc pracy (w mln EUR)

Nazwa firmy	Kraj	Sektor	Wartość inwestycji	Zatrudnienie	Lokalizacja
BriVictory TPV/AUO	Chiny	elektroniczna	14,00	1978	Gorzów Wielkopolski
State Street	USA	BPO	2,00	600	Kraków
Liu Gong	Chiny	maszynowy	62,50	500	Stalowa Wola
Pilkington	Japonia	motoryzacyjny	96,00	400	Chmielów
Grupa inwestycyjna Theofinance	Szwecja	energetyczna	6,50	320	Ryki
Novostrat Ltd	Irlandia	tworzywa sztuczne	9,00	300	Olszyna
BNP Paribas	Francja	BPO	3,00	300	Warszawa
TRW Automotive	USA	motoryzacyjna	40,00	295	Czechowice-Dziedzice

Źródło: http://inwestor.msp.gov.pl/portal/si/338/20276/Najwieksze_inwestycje_zagraniczne_w_Polsce_w_2011_roku_oraz_plany_i_oczekiwania_.htm [dostęp 15.10.2012]

Zgodnie z powyższym rankingiem, wiodącym projektem była inwestycja chińskiej spółki BriVictory TPV/AUO, natomiast na trzecim miejscu uplasowała się inna firma pochodząca z tego kraju, Liu Gong.

4.5. Podsumowanie

Wzmoczona aktywność zagraniczna międzynarodowych korporacji to dziś jeden z podstawowych przejawów globalizacji i temat wiodący w dyskusjach nad korzyściami i kosztami obu procesów dla gospodarek krajów. Debaty te zazwyczaj – głównie w kontekście inwestycji

zagranicznych – nie są rozstrzygające, jednak na poziomie praktycznym (strategii i działań politycznych) dostrzega się silną orientację decydentów na pozyskanie inwestycji zagranicznych na danym terenie. Bardzo często gminy w swoich strategiach rozwoju, czy też badaniach ankietowych, oceniają relacje z ościennymi układami lokalnymi głównie w kontekście rywalizacji o inwestycje zagraniczne – nie kooperacji (coraz częściej deklarują współpracę raczej z gminami innych państw).

Należy stwierdzić, że wiele determinant inwestycji zagranicznych (w tym BIZ) stanowi jednocześnie czynniki konkurencyjności danej gospodarki (na przykład koszty pracy). Dodatkowo atrakcyjność inwestycyjna i konkurencyjność gospodarki łącznie wpływają na rodzaj (motywy) napływających do niej inwestycji (kraje na różnych poziomach rozwoju przyciągają różne inwestycje)¹⁰¹. Motywy te przekładają się ostatecznie na rodzaj i skalę korzyści dla kraju przyjmującego. Dlatego tak istotne jest wypracowanie takiego potencjału i warunków gospodarczych kraju, które będą przyciągać (i utrzymywać) określony rodzaj inwestycji, np. poszukujących nie tyle taniej, ile bardziej wydajnej siły roboczej.

Polska na ogół oceniana jest jako priorytetowe miejsce inwestycji zagranicznych w Europie Środkowo-Wschodniej; jej perspektywy rozwojowe w opinii ekspertów i inwestorów są raczej korzystne. Negatywnie natomiast ocenia się stosunkowo wysoki deficyt finansów publicznych, szczególnie zaś stan infrastruktury technicznej (zwłaszcza drogowej) oraz bariery administracyjne. Według opinii różnych ośrodków i instytucji badawczych, niepowodzenia w inwestowaniu w infrastrukturę mogą istotnie hamować napływ zagranicznego kapitału do Polski – jak wynika bowiem z badań – korporacje ten obszar uznają za najważniejszy¹⁰².

Eksperti i przedstawiciele firm konsultingowych w oczywisty sposób podejmują również temat atrakcyjności inwestycyjnej Polski w kontekście jej aktualnej i przyszłej kondycji gospodarczej. Należy tutaj podkreślić, że wielu z nich dostrzega pewne pozytywne strony obecnego kryzysu w omawianym zakresie. Mają one wynikać przede wszystkim z ograniczenia kosztów działalności na polskim rynku (np.

¹⁰¹ Inwestycje zagraniczne w Polsce 2009–2011..., s. 216.

¹⁰² Tamże, s. 260.

niższy koszt działek pod inwestycje). Inni z kolei, na przykład Paweł Tynel, szef działu doradztwa w zakresie ulg i dotacji inwestycyjnych w Ernst & Young, nie wykluczają pewnego osłabienia napływu inwestycji zagranicznych do Polski, ale dopiero po 2014 roku¹⁰³.

Jak już wcześniej zaznaczono, trudno jednoznacznie odpowiedzieć na pytanie o wpływ inwestycji zagranicznych na kraj przyjmujący. Przede wszystkim pozytywne oddziaływanie inwestycji na dany kraj nie musi oznaczać podobnych rezultatów w konkretnym regionie, co często wynika z tzw. dekompozycji działalności firmy na określonym rynku.

Nie można również stwierdzić, że pewien rodzaj inwestycji przyniesie jedynie korzyści lub odwrotnie. Skutki oddziaływania są różnorakie i zazwyczaj mają zarówno charakter pozytywny, jak i negatywny. Powstaje jednak pytanie o proporcje i znaczenie tych korzyści dla kraju przyjmującego.

Bibliografia

- Błuszkowski J., Garlicki J., *Opinia inwestorów zagranicznych o społecznych i ekonomicznych warunkach działalności w Polsce*, Raport z badania przeprowadzonego na zlecenie PAIZ przez Centrum Badań Marketingowych INDICATOR, Warszawa 2000.
- Bormann W.A., *Managementprobleme internationaler Unternehmungen*, Betriebswirtschaftlicher Verlag Gabler, Wiesbaden 1970.
- Buckley P.J., Casson M., *The Economic Theory of the Multinational Enterprise*, MacMillan, London 1985.
- Coase R.H., *The Nature of the Firm*, „Economica” 1937, Vol. 16.
- Cyrson E., *Korporacje wielonarodowe*, PWN, Warszawa 1981.
- Ćwik N. (red.), *Wspólna odpowiedzialność. Rola dostaw i zakupów*, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, <http://odpowiedzialnybiznes.pl>
- Daszkiewicz N., *Internacjonalizacja małych i średnich przedsiębiorstw we współczesnej gospodarce*, Wydawnictwo Scientific Publishing Group, Gdańsk 2004.

¹⁰³ http://inwestor.msp.gov.pl/portal/si/338/20276/Najwieksze_inwestycje_zagraniczne_w_Polsce_w_2011_roku_oraz_plany_i_oczekiwania_.htm [dostęp 15.10.2012].

- Doing Business 2012: Doing Business in a More Transparent World, World Bank, Washington 2011.
- Dunning J.H., *International Production and Multinational Enterprises*, Allenand Urwin, London 1981.
- Dunning J.H., *Trade Location of Economic Activity, and the Multinational Firm. A Search for an Eclectic Approach*, [w:] B. Ohlin, P.O. Hesselberger, P.M. Wikman (eds.), *The International Allocation of Economic Activity*, MacMillan, London 1977.
- Dziemianowicz W., Inwestycje zagraniczne jako czynnik rozwoju polskich regionów, Ekspertyza na zlecenie Departamentu Koordynacji Polityki Strukturalnej w MGPIPS, <http://www.msap.pl>
- Fonfara K., Gorynia M., Najlepszy E., Schroeder J., *Strategie przedsiębiorstw w biznesie międzynarodowym*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Poznań 2000.
- Forowicz J., *Ewolucja przedsiębiorstw – od strategii międzynarodowej do strategii globalnej*, [w:] M.K. Nowakowski (red.), *Barierzy internacjonalizacji przedsiębiorstwa*, Wydawnictwo Key Text, Warszawa 1997.
- Gorynia M. (red.), *Strategie firm polskich wobec ekspansji inwestorów zagranicznych*, PWE, Warszawa 2005.
- Griffin R., *Podstawy zarządzania organizacjami*, PWN, Warszawa 1998.
- Guy C., *Internationalisation of Large-Format Retailers and Leisure Providers in Western Europe: Planning and Property Impacts*, „International Journal of Retail & Distribution Management” 2001, Vol. 29, Iss. 10.
- Handel wewnętrzny w Polsce 2006–2011, IBRKiK, Warszawa 2011.
- Hymer S., *The International Operations of National Firms. A Study of Direct Investment*, M.I.T. Press, Cambridge 1976.
- Informacja o wynikach kontroli lokalizacji dużych obiektów handlowych (super i hipermarketów), NIK, Białystok 2002.
- Inwestycje zagraniczne w Polsce 2009–2011, Instytut Badań Rynku, Konsumpcji i Koniunktur, Warszawa 2011.
- Inwestycje zagraniczne w Polsce, Instytut Koniunktur i Cen Handlu Zagranicznego, Warszawa 2004.
- Jarczewska-Romaniuk A., *Przedsiębiorstwa międzynarodowe*, Oficyna Wydawnicza Branta, Bydgoszcz–Warszawa 2004.
- Johanson J., Vahlne J.E., *The Internationalization Process of the Firm – A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments*, „Journal of International Business Studies” 1977, Vol. 8.
- Kindleberger Ch.P., *American Business Abroad*, Yale University Press, New Haven 1969.

- Kłosiewicz-Górecka U. (red.), *Zagraniczne inwestycje w handlu na rynkach lokalnych*, PWE, Warszawa 2007.
- Kowalska K., *Rozwój polskich sieci detalicznych jako sposób ograniczania siły rynkowej międzynarodowych korporacji handlowych*, Difin, Warszawa 2012.
- Luck W., Trommsdorft V., *Internationalisierung der Betriebswirtschaftslehre*, Erich Schmidt Verlag, Berlin 1982.
- Meissner H.G., *Aussenhandelsmarketing*, Poeschel, Stuttgart 1981.
- Nakonieczna J., *Spoleczna odpowiedzialność przedsiębiorstw międzynarodowych*, Difin, Warszawa 2008.
- Nowicki M. (red.), *Atrakcyjność inwestycyjna województw i podregionów Polski 2011*, IBnGR, Gdańsk 2011.
- Pearce R.D., *Decentralised R&D and Strategic Competitiveness: Globalised Approaches to Generation and Use of Technology in Multinational Enterprises, „Research Policy”* 1999, 28.
- Perlmutter H.V., *Toward Research and Development of Nations, Unions and Firms as Worldwide Institutions*, „International Studies of Management and Organisation” 1969, Vol. 4.
- Piercy N.F., *Company Internationalization: Active and Reactive Exporting*, „European Journal of Marketing” 1981, Vol. 15, Iss. 3.
- Porter M. E., *On Competition*, Harvard Business School Publishing, Boston 1998.
- Przybylska K., *Determinanty zagranicznych inwestycji bezpośrednich w teorii ekonomicznej. Empiryczna weryfikacja czynników lokalizacji zagranicznych inwestycji bezpośrednich w Czechach, Polsce i na Węgrzech*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 2001.
- Przybylska K., *Pomiar internacjonalizacji przedsiębiorstwa*, „Gospodarka Narodowa” 2006, nr 3.
- Przybylska K., Pilarska Cz., Tylec T., Bednarski P., *Proces internacjonalizacji polskich przedsiębiorstw*, Badania Katedry Mikroekonomii, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 2003.
- Rubner A., *The Might of the Multinationals: the Rise and Fall of the Corporate Legend*, Praeger, New York 1990.
- Rymarczyk J., *Internacjonalizacja i globalizacja przedsiębiorstwa*, PWE, Warszawa 2004.
- Rymarczyk J. (red.), *Międzynarodowe stosunki gospodarcze*, PWE, Warszawa 2010.
- Stawicki E., *Konkurencja w handlu*, [w:] C. Banasiński (red.), *Ochrona konkurencji i konsumentów w Polsce i Unii Europejskiej (studia prawno-ekonomiczne)*, UOKiK, Warszawa 2005.

- Tietz B., *Handwörterbuch der Absatzwirtschaft*, Schaeffer-Poeschel Verlag, Stuttgart 1974.
- Towarnicka H., *Wybory strategiczne przedsiębiorstwa prowadzącego działalność zagraniczną*, [w:] M. Nowakowski (red.), *Bariery internacjonalizacji przedsiębiorstwa*, Wydawnictwo Key Text, Warszawa 1997.
- Turnbull P.W., *Internationalization of the Firm: A Stage Process or Not?*, Conference on Export Expansion and Market Entry Modes, Dalhousie University, Halifax 1985.
- Ustawa Ordynacja podatkowa, Dz.U. z 1997 nr 137, poz. 926.
- Welch J., Loustarinen R., *Internationalization: Evolution of a Concept*, „Journal of General Management” 1988, Vol. 14, Iss. 2.
- World Investment Report, Trends and Determinants, UNCTAD New York–Geneva 1998.
- Zagraniczne inwestycje bezpośrednie w Polsce w 2011, cykliczne materiały analityczne NBP.

Strony internetowe

www.csrinfo.org/pl/
www.paiz.gov.pl
www.msp.gov.pl