

Spis treści

Wstęp	11
-----------------	----

Pojęcie internacjonalizacji i globalizacji 19

1.1. Uwagi wstępne	19
1.2. Internacjonalizacja i globalizacja jako proces	20
1.3. Statyczne ujęcie internacjonalizacji i globalizacji	24
1.3.1. Wskaźniki i profile umiędzynarodowienia przedsiębiorstwa	24
1.3.2. Charakterystyka internacjonalizacji i globalizacji ze względu na stopień samodzielności przedsiębiorstwa w ich realizacji	28
1.3.3. Internacjonalizacja i globalizacja jako zjawiska instytucjonalne	29
1.3.4. Behawiorystyczny sposób interpretacji internacjonalizacji i globalizacji	31

Teoretyczne podstawy internacjonalizacji i globalizacji 33

2.1. Uwagi wstępne	33
2.2. Próby objaśnienia internacjonalizacji i globalizacji na gruncie teorii makroekonomicznych	33

2.3.	Mikroekonomiczne próby objaśnienia zagranicznych inwestycji bezpośrednich	36
2.3.1.	Teoria monopolistycznej przewagi	36
2.3.2.	Zagraniczne inwestycje bezpośrednie jako efekt oligopolistycznej reakcji	37
2.3.3.	Teoria obszarów walutowych Alibera	39
2.3.4.	Teoria lokalizacji	41
2.3.5.	Teoria cyklu życia produktu Vernona	43
2.3.6.	Teoria internalizacji	45
2.3.7.	Ekлекtyczna teoria bezpośrednich inwestycji zagranicznych	47
2.3.8.	Teoria portfela w odniesieniu do internacjonalizacji i globalizacji	50
2.3.9.	Teoria systemów wzajemnych powiązań	51
2.3.10.	Teoria opcji rzeczywistych	54
2.4.	Uwagi ogólne dotyczące teorii internacjonalizacji i globalizacji	55

Motywy internacjonalizacji i globalizacji 57

3.1.	Uwagi wstępne	57
3.2.	Rodzaje motywów	58
3.2.1.	Motywy rynkowe	60
3.2.2.	Motywy kosztowe	62
3.2.3.	Motywy zaopatrzeniowe	65
3.2.4.	Motywy polityczne	68
3.3.	Uwagi ogólne	73

Strategie internacjonalizacji i globalizacji przedsiębiorstwa74

4.1.	Pojęcie i elementy strategii	74
4.2.	Czynniki wpływające na tworzenie strategii	75
4.3.	Strategiczne orientacje internacjonalizacji i globalizacji	77

4.3.1.	Zewnętrzne uwarunkowania strategicznych orientacji	77
4.3.2.	Rodzaje strategicznych orientacji	81
4.4.	Strategia rozwoju międzynarodowej pozycji przedsiębiorstwa	84
4.5.	Strategia konkurencji	86
4.5.1.	Przywództwo kosztowe	86
4.5.2.	Różnicowanie	88
4.5.3.	Analiza łańcucha tworzenia wartości	90
4.5.4.	Konfiguracja czynności przedsiębiorstwa	93
4.5.5.	Koordinacja czynności przedsiębiorstwa	95
4.6.	Strategie funkcjonalne	97
4.6.1.	Strategie marketingowe	98
4.6.2.	Strategie w sferze produkcji	105
4.6.3.	Strategia badań i rozwoju	107
4.6.4.	Strategie zaopatrzenia	112
4.6.5.	Strategie finansowe	115
4.6.6.	Strategia w zakresie zarządzania kadrami	125
4.7.	Strategie zarządzania otoczeniem politycznym	135

Formy internacjonalizacji i globalizacji przedsiębiorstwa152

5.1.	Uwagi wstępne	152
5.2.	Kryteria podziału form internacjonalizacji i globalizacji	154
5.3.	Charakterystyka poszczególnych form internacjonalizacji i globalizacji	160
5.3.1.	Eksport pośredni i bezpośredni	160
5.3.2.	Handel tranzytowy	166
5.3.3.	Obrót uszlachetniający	167
5.3.4.	Handel wymienny	168
5.3.5.	Import bezpośredni	175
5.3.6.	Sprzedaż licencji	176
5.3.7.	Franchising	179
5.3.8.	Leasing	183
5.3.9.	Kontrakt menedżerski	185

5.3.10.	Budowa zakładu pod klucz	187
5.3.11.	Zagraniczna filia handlowa	188
5.3.12.	Zakład montażowy lub produkcyjny.	189
5.4.	Sposoby objęcia własności inwestycji bezpośrednich	190
5.5.	Struktura własności inwestycji bezpośrednich.	193
5.5.1.	Wybór: oddział, joint venture czy spółka córka.	193
5.5.2.	Specyficzne problemy joint venture.	195
5.6.	Alianse strategiczne.	203
5.6.1.	Pojęcia i cele.	203
5.6.2.	Warunki powstania i funkcjonowania.	205
5.6.3.	Rodzaje aliansów strategicznych.	206
5.6.4.	Potencjalne konflikty.	207
5.7.	Uwagi końcowe.	209

Wpływ internacjonalizacji i globalizacji na strukturę organizacyjną przedsiębiorstwa ... 210

6.1.	Czynniki wpływające na organizację przedsiębiorstwa	210
6.2.	Czynniki wpływające na organizację handlu zagranicznego w przedsiębiorstwie.	214
6.2.1.	Czynniki zewnętrzne.	214
6.2.2.	Czynniki wewnętrzne.	215
6.3.	Formy rozwiązań organizacyjnych.	216
6.3.1.	Handel zagraniczny realizowany przez dział sprzedaży krajowej.	216
6.3.2.	Wyodrębniona sekcja handlu zagranicznego.	217
6.3.3.	Samodzielny dział handlu zagranicznego.	218
6.4.	Zasady organizacji działu handlu zagranicznego w przedsię- biorstwie.	220
6.4.1.	Funkcjonalna organizacja działu handlu zagranicznego	220
6.4.2.	Organizacja działu handlu zagranicznego według produktów	222
6.4.3.	Organizacja działu handlu zagranicznego według kryterium geograficznego.	224
6.4.4.	Organizacja działu handlu zagranicznego według grup klientów.	226

6.4.5.	Organizacja działu handlu zagranicznego według projektów	227
6.4.6.	Wielowymiarowa organizacja działu handlu zagranicznego (macierzowa i tensorowa)	228
6.5.	Zewnętrzna organizacja handlu zagranicznego	231
6.6.	Systemy kompetencji w organizacji handlu zagranicznego	232
6.6.1.	System liniowy	232
6.6.2.	System sztabowy (liniowo-sztabowy)	233
6.6.3.	Kooperatywny system funkcjonalny	233
6.7.	Organizacja międzynarodowego przedsiębiorstwa	234
6.7.1.	Rodzaje struktur	234
6.7.2.	Struktury zróżnicowane	234
6.7.3.	Struktury zintegrowane	241
6.7.4.	Włączenie spółki córki do organizacji międzynarodowego przedsiębiorstwa	247
6.7.5.	Nowe ujęcie rozwoju struktur organizacyjnych międzynaro- dowych przedsiębiorstw	256

Kierowanie międzynarodowymi funkcjami przedsiębiorstwa; controlling 276

7.1.	Pojęcie i zadania controllingu	276
7.2.	Międzynarodowy controlling strategiczny	284
7.2.1.	Zadania i specyfika międzynarodowego controllingu strate- gicznego	284
7.2.2.	Instrumenty międzynarodowego controllingu strategicznego	286
7.3.	Międzynarodowy controlling operacyjny	291
7.3.1.	Zadania controllingu operacyjnego	291
7.3.2.	Instrumenty controllingu operacyjnego	294
7.3.3.	Szczególne cechy międzynarodowego controllingu opera- cyjnego	295
7.4.	Organizacja controllingu w międzynarodowym przedsię- biorstwie	299
7.4.1.	Centralizacja lub decentralizacja controllingu	299
7.4.2.	Usytuowanie controllingu w hierarchii przedsiębiorstwa	300
7.4.3.	Uprawnienia decyzyjne controllera	300

7.4.4.	Miejsce controllingu w organizacji przedsiębiorstwa	301
7.4.5.	Wewnętrzna organizacja controllingu	301

Internacjonalizacja i globalizacja polskich przedsiębiorstw 306

8.1.	Zmiany systemowe w gospodarce polskiej	306
8.2.	Handel zagraniczny przedsiębiorstw międzynarodowych i polskich	308
8.3.	Korporacje międzynarodowe w gospodarce polskiej	313
8.4.	Bezpośrednie inwestycje polskich przedsiębiorstw za granicą	319
8.5.	Perspektywy internacjonalizacji i globalizacji polskich przedsiębiorstw.	322

Bibliografia	325
-------------------------------	------------