

Spis treści

Wstęp	9
Rozdział 1. Globalizacja – kontekst działalności współczesnych przedsiębiorstw	17
1.1. Globalizacja – pojęcie i cechy	18
1.2. Czynniki kształtujące proces globalizacji	22
1.3. Korporacje transnarodowe jako podmioty procesu globalizacji ...	40
1.4. Pomiar stopnia internacjonalizacji i globalizacji przedsiębiorstw	50
1.5. Wpływ korporacji transnarodowych na gospodarki państw	56
1.6. Podsumowanie	61
Rozdział 2. Przesłanki międzynarodowej ekspansji przedsiębiorstw	64
2.1. Proces międzynarodowej ekspansji przedsiębiorstw	64
2.2. Teoretyczne ujęcia międzynarodowej działalności przedsiębiorstw	66
2.2.1. Uwagi wstępne	66
2.2.2. Teorie handlu międzynarodowego	67
2.2.3. Teorie produkcji międzynarodowej	70
2.3. Modele umiędzynarodowienia przedsiębiorstw	81
2.3.1. Model sekwencyjny	81
2.3.2. Model sieciowy	88
2.3.3. Model przedsiębiorstwa „urodzony globalista”	95
2.4. Motywy międzynarodowej ekspansji przedsiębiorstw	98
2.5. Podsumowanie	105

Rozdział 3. Wybór kierunków zagranicznej ekspansji i segmentów nabywców	108
3.1. Kryteria ogólnej oceny rynków zagranicznych	109
3.2. Ocena konkurencyjności gospodarek państw	115
3.3. Analiza sektorowa i zasoby przedsiębiorstwa	130
3.4. Metody selekcji rynków zagranicznych	136
3.5. Segmenty nabywców na rynkach zagranicznych	143
3.6. Wybór rynku docelowego w układzie kraj – segment	147
3.7. Podsumowanie	149

Rozdział 4. Strategie międzynarodowej ekspansji przedsiębiorstw	151
4.1. Pojęcie strategii międzynarodowej ekspansji przedsiębiorstwa	152
4.2. Strategie ekspansji na rynki zagraniczne w świetle koncepcji H. Igora Ansoffa	157
4.3. Strategiczne orientacje przedsiębiorstw na rynkach zagranicznych	161
4.4. Strategia globalna według koncepcji George'a S. Yipa	169
4.5. Strategia konfiguracji i koordynacji działań przedsiębiorstw na rynkach zagranicznych Michaela E. Portera	171
4.6. <i>Offshoring</i> – strategia delokalizacji funkcji przedsiębiorstwa w skali międzynarodowej	177
4.7. Wybrane koncepcje strategii konkurencji	181
4.8. Podsumowanie	186

Rozdział 5. Formy wejścia przedsiębiorstw na rynki zagraniczne	188
5.1. Rodzaje form wejścia przedsiębiorstw na rynki zagraniczne	189
5.2. Ekspansja produktowa – eksport	192
5.3. Ekspansja zasobowa – alianse niekapitałowe	195
5.3.1. Pojęcie i istota aliansu strategicznego	195
5.3.2. Alianse – powiązania kooperacyjne niekapitałowe	202
5.4. Ekspansja kapitałowa	212
5.4.1. <i>Joint venture</i> – międzynarodowy alians kapitałowy	212
5.4.2. Inwestycje bezpośrednie	217
5.5. Przestanki wyboru form wejścia na rynki zagraniczne	221
5.6. Podsumowanie	228

Rozdział 6. Formy i kierunki międzynarodowej ekspansji przedsiębiorstw	230
6.1. Wielkość i struktura światowego eksportu i importu w latach 2006–2011	231
6.2. Międzynarodowe inwestycje bezpośrednie w latach 2006–2011	240
6.2.1. Wielkość i struktura przepływu bezpośrednich inwestycji zagranicznych na świecie	240
6.2.2. Wielkość i struktura inwestycji typu <i>greenfield</i>	251
6.2.3. Wielkość i struktura fuzji i przejęć	256
6.3. Niekapitałowe formy międzynarodowej ekspansji przedsiębiorstw	264
6.3.1. Wielkość i struktura niekapitałowych form ekspansji	264
6.3.2. Produkcja kontraktowa oraz usługi <i>offshoringowe</i>	266
6.3.3. Umowy franchisingowe	281
6.4. Międzynarodowa ekspansja przedsiębiorstw – studia przypadków	286
6.4.1. Capgemini – przesłanki wyboru Polski jako miejsca ekspansji	286
6.4.2. Comarch – kierunki i formy ekspansji polskiego producenta innowacyjnych systemów informacyjnych	290
6.5. Trendy i perspektywy międzynarodowej ekspansji przedsiębiorstw	295
Zakończenie	302
Literatura	309