

Strategie wejścia polskich przedsiębiorstw w warunkach Umowy o Wolnym Handlu pomiędzy Unią Europejską a Wietnamem (EVFTA)

Cao Sơn Nguyễn

Słowa kluczowe: *Internacjonalizacja, międzynarodowy inkubator przedsiębiorczości, polskie przedsiębiorstwa, Wietnam, Umowa o Wolnym Handlu, EVFTA.*

STRESZCZENIE

Szybko postępująca internacjonalizacja przedsiębiorstw jest od wielu dziesięcioleci wyróżniającą cechą światowej gospodarki. Chociaż ostatnio wiele mówi się o deinternacjonalizacji i deglobalizacji w kontekście wojny handlowej USA-Chiny, pandemii COVID-19, oraz wojny Rosji z Ukrainą, internacjonalizacja przedsiębiorstw pozostaje bardzo intensywna. Proces ten znajduje odzwierciedlenie w ogromnej liczbie prac naukowych, w których badacze starają się (1) zidentyfikować, opisać i wyjaśnić zachodzące zmiany (nurt badań opisowo-wyjaśniających) oraz (2) sformułować zalecenia normatywne dla menedżerów i ekonomistów politycy (nurt normatywny).

Umiędzynarodowienie zostało odzwierciedlone w literaturze poprzez różne ramy i teorie, które zmieniały się w czasie. Wczesne teorie internacjonalizacji zostały wprowadzone w latach 60. i 70. XX wieku, począwszy od pionierskich prac C. P. Kindlebergera i S. Hymera (teoria przewagi monopolistycznej – ang. *monopolistic advantage theory*). Innym podejściem, które również odegrało ważną rolę w rozwoju literatury poświęconej internacjonalizacji, jest teoria cyklu produktowego handlu i inwestycji międzynarodowych (ang. *product cycle theory of international trade and investment*), przedstawiona przez R. Vernona w 1966 r., nawiązująca do teorii luki technologicznej M. Posnera (*technology gap theory*). W ciągu następnych lat pojawiło się wiele teorii wyjaśniających internacjonalizację przedsiębiorstw, z których najbardziej znane to: F. T. Knickerbocker (teoria reakcji oligopolistycznej - *oligopolistic reaction theory*), P. J. Buckley i M. Casson (teoria internalizacji - *internalization theory*), O. E. Williamson (teoria kosztów transakcyjnych - *transaction cost theory*) i J. H. Dunning (eklektyczna teoria produkcji międzynarodowej z licznymi modyfikacjami - *eclectic theory of international production*). Ważną rolę w rozwoju badań nad internacjonalizacją odegrały również teorie internacjonalizacji etapowej (*theories of stage internationalization*), w tym

uppsalski model internacjonalizacji (*Uppsala model of internationalization*), modele internacjonalizacji związane z innowacjami (*innovation-related internationalization models*) oraz model fiński (*Finnish model*). Od końca lat 80. XX wieku na badania nad internacjonalizacją przedsiębiorstw znaczący wpływ wywarły również teoria sieciowa (*network-based theory*) oraz koncepcje przedsiębiorczości międzynarodowej (*concepts of international entrepreneurship*), w tym (1) koncepcja międzynarodowego nowego przedsięwzięcia (*concept of international new venture - INV*), born global, czy przyspieszona/szybka internacjonalizacja (*accelerated/rapid internationalization*) oraz (2) alternatywne modele przedsiębiorczości międzynarodowej (*alternative models of international entrepreneurship*). Wraz z intensywną ekspansją przedsiębiorstw na rynki wschodzące w ciągu ostatnich dwóch dekad, pojawiły się nowe ramy teoretyczne wyjaśniające zachowania przedsiębiorstw na rynkach międzynarodowych, z których dwa najczęściej stosowane teorie to podejście oparte na zasobach (*resource-based view - RBV*) i teoria instytucjonalna (*institutional theory*).

Wymienione teorie podejmują m.in. następujące ważne zagadnienia teoretyczne odnoszące się do umiędzynarodowienia przedsiębiorstw: motywy internacjonalizacji, wybór lokalizacji dla zagranicznej działalności przedsiębiorstwa, proces podejmowania decyzji o umiędzynarodowieniu oraz wybór form internacjonalizacji. Wśród tych zagadnień wybór form internacjonalizacji (strategii wejścia na rynek zagraniczny) jest tematem zainteresowania badaczy już od wielu lat. Szczególnie dwa współczesne podejścia (tj. podejście zasobowe i teoria instytucjonalna) były w ostatnich latach najczęściej stosowane do wyjaśnienia wyborów strategii wejścia przedsiębiorstw na rynki międzynarodowe w kontekście rynków wschodzących.

Internacjonalizacja polskich przedsiębiorstw na rynkach zagranicznych, w tym wybór przez nie strategii wejścia na rynki międzynarodowe, jest również przedmiotem zainteresowania polskich naukowców. Wzrost zainteresowania internacjonalizacją związany był z przemianami ustrojowymi i gospodarczymi w Polsce oraz akcesją Polski do Unii Europejskiej, a w ostatnich latach – z intensywną ekspansją polskich przedsiębiorstw na rynki międzynarodowe. Przeprowadzono szereg badań empirycznych nad internacjonalizacją polskich przedsiębiorstw, w tym znaczeniem ekspansji międzynarodowej, przyczynami internacjonalizacji, strategiami wejścia na rynki zagraniczne i kierunkami ich zmian oraz przewag konkurencyjnych polskich przedsiębiorstw.

W ostatnich latach miało miejsce ważne wydarzenie, jakim było wejście w życie Umowy o Wolnym Handlu między Unią Europejską (ang. the EU-Vietnam Free Trade Agreement -

EVFTA) w dniu 1 sierpnia 2020 r. Celem tej umowy jest liberalizacja i ułatwienie handlu i inwestycji między UE a Wietnamem. Oczekuje się, że umowa doprowadzi do zacieśnienia relacji gospodarczych z drugim co do wielkości partnerem handlowym UE w Stowarzyszeniu Narodów Azji Południowo-Wschodniej (ASEAN), po Singapurze. Polska jako kraj członkowski UE jest również bezpośrednio dotknięta tą umową. Niemniej jednak dotychczas brak jest badań empirycznych dotyczących ekspansji polskich przedsiębiorstw na rynek wietnamski, zwłaszcza w warunkach umowy EVFTA. Zasadne wydaje się zatem empiryczne zweryfikowanie strategii wejścia polskich przedsiębiorstw na rynek wietnamski oraz kierunków ich zmian kilka lat po wejściu w życie umowy EVFTA.

Dodatkowo, w aktualnej literaturze na temat internacjonalizacji strategii wejścia były często skonceptualizowane wzdłuż kontinuum od eksportu/importu, poprzez różne formy kooperacji niekapitałowej i kapitałowej, do samodzielnego prowadzenia biznesu na rynku zagranicznym. Natomiast, wraz ze wzrostem zainteresowania przedsiębiorstw rynkami wschodzącymi, często charakteryzujące się niestabilnością, niepewnością i wysokim ryzykiem, te "tradycyjne" strategii wejścia mogą być mniej skuteczne. W ostatnich latach pojawiło się nowe zjawisko tzw. "międzynarodowego inkubatora przedsiębiorczości" (ang. International Business Incubator – IBI), tj. organizacja zlokalizowana na rynku międzynarodowym, której celem jest ułatwienie przedsiębiorstwom wejścia na rynek poprzez zapewnienie środków do sprowadzenia ryzyka i niepewności do akceptowalnych granic, które zostało opisane jako nowa strategia wejścia. Takie rozwiązanie wydałoby się niezbędne dla firm zainteresowanych rynkami wschodzącymi, zwłaszcza dla małych i średnich przedsiębiorstw, ponieważ mogłoby ono służyć jako katalizator do podejmowania zagranicznych przedsięwzięć, które w innym przypadku mogą być postrzegane jako zbyt ryzykowne i kosztowne. Jednakże IBI jest dotychczas niedostatecznie zbadany. W literaturze światowej jest tylko kilka publikacji poświęconych temu zjawisku. Jako kraj rozwijający się i wschodzący, tam, gdzie są obecne międzynarodowe inkubatory przedsiębiorczości, Wietnam staje się odpowiednim kontekstem do prowadzenia dalszych badań naukowych nad IBI.

Głównym celem rozprawy jest identyfikacja dotychczasowych strategii wejścia stosowanych przez polskie przedsiębiorstwa przy wejściu na rynek wietnamski oraz kierunków zmian tych strategii w warunkach umowy o wolnym handlu pomiędzy UE a Wietnamem (EVFTA), a także identyfikacja i analiza determinantów wyboru przez polskie przedsiębiorstwa strategii wejścia na ten rynek i na tej podstawie wskazanie efektywnej ścieżki wejścia na rynek wietnamski.

Cel główny rozprawy jest osiągnięty poprzez realizację następujących celów szczegółowych:

1. Systematyzacja pojęć związanych z internacjonalizacją przedsiębiorstwa oraz dokonanie przeglądu teorii internacjonalizacji przedsiębiorstwa i ich klasyfikacja.
2. Systematyzacja pojęć związanych ze strategią wejścia na rynek zagraniczny jako częścią strategii internacjonalizacji przedsiębiorstw oraz klasyfikacja i charakterystyka poszczególnych strategii, ze szczególnym uwzględnieniem istoty i innowacyjności międzynarodowego inkubacji przedsiębiorczości jako nowej strategii wejścia.
3. Identyfikacja i analiza motywów ekspansji polskich przedsiębiorstw na rynek wietnamski.
4. Identyfikacja i analiza głównych determinantów strategii wejścia polskich przedsiębiorstw na rynek wietnamski, a mianowicie zasobów przedsiębiorstw oraz głównych cech (zarówno sprzyjających, jak i hamujących) wietnamskiego otoczenia biznesowego, które wpływają na jego atrakcyjność i ryzyko działalności gospodarczej na tym rynku.
5. Określenie wpływu umowy EVFTA na zmianę atrakcyjności rynku wietnamskiego oraz ryzyko funkcjonowania na tym rynku.
6. Identyfikacja kluczowych zasobów, jakimi polscy przedsiębiorcy powinni dysponować, aby skutecznie wejść i konkurować na rynku wietnamskim.
7. Identyfikacja i analiza strategii wejścia polskich firm na rynek wietnamski oraz kierunków zmian tych strategii w warunkach umowy EVFTA.
8. Określenie świadomości polskich przedsiębiorców na temat międzynarodowego inkubacji przedsiębiorczości i ich potrzeb przy wykorzystaniu tego rozwiązania jako nowej strategii wejścia.
9. Zaproponowanie polskim przedsiębiorcom praktycznych rekomendacji co do wyboru strategii wejścia na rynek wietnamski.

Poruszane w rozprawie zagadnienia noszą znamiona dwóch nowych, ważnych problemów badawczych. Po pierwsze, choć w literaturze przedmiotu istnieje wiele opracowań dotyczących internacjonalizacji polskich przedsiębiorstw, brak jest dotychczas badań nad ekspansją polskich przedsiębiorstw na rynek wietnamski, zwłaszcza w warunkach umowy EVFTA. Po drugie, zarówno zagraniczna, jak i polska literatura dotycząca internacjonalizacji koncentruje się głównie na analizie "tradycyjnych" strategii wejścia, podczas gdy niewiele publikacji dotyczy nowego zjawiska międzynarodowej inkubacji przedsiębiorczości. W związku z tym rozprawa jest pierwszą w zagranicznej i polskiej literaturze dotyczącej internacjonalizacji

analizą wpływu umowy EVFTA na ekspansję przedsiębiorstw z Unii Europejskiej (a konkretnie z Polski) na rynek wietnamski. Jest to również jedna z nielicznych pierwszych na świecie publikacji dotyczące zjawiska IBI jako nowej formy ekspansji na rynki zagraniczne.

Cel główny oraz cele szczegółowe rozprawy korespondują z jej strukturą, na którą składa się pięć rozdziałów.

W pierwszym rozdziale na podstawie studiów literaturowych zaprezentowano istotę internacjonalizacji przedsiębiorstw, przedstawiając definicje tego pojęcia z różnych ujęć i ich klasyfikację, a także motywy internacjonalizacji. Klasyfikacji i przeglądowni podlegają następujące teorie i modele internacjonalizacji przedsiębiorstw: (1) teoria luki technologicznej w handlu i teoria cyklu życia produktu, (2) teorie bezpośrednich inwestycji zagranicznych, w tym nurt monopolu, nurt efektywności oraz paradygmat eklektyczny, (3) teorie internacjonalizacji etapowej, w tym model uppsalski, modele internacjonalizacji związanej z innowacjami oraz model fiński, (4) sieciowa teoria internacjonalizacji, (5) koncepcje przedsiębiorczości międzynarodowej, w tym koncepcje wczesnej internacjonalizacji i alternatywne modele przedsiębiorczości międzynarodowej, (6) podejście oparte na zasobach oraz (7) teoria instytucjonalna.

W drugim rozdziale przedstawiono koncepcję strategii wejścia na rynek międzynarodowy jako części strategii internacjonalizacji. Następnie przedstawiono klasyfikację i charakterystykę poszczególnych strategii wejścia na rynek międzynarodowy, podkreślając główne cechy międzynarodowej inkubacji przedsiębiorczości jako nowej strategii wejścia. W wyniku studiów literaturowych również przedstawiono przyjętą w rozprawie ramę teoretyczną dla wejścia na rynek międzynarodowy. W dalszej części rozdziału skupiono się na analizie czynników wpływających na strategie wejścia na rynek międzynarodowy oraz procesie ich wyboru. Rozdział ten kończy przegląd istniejących badań empirycznych dotyczących ekspansji polskich przedsiębiorstw na rynki międzynarodowe.

W rozdziale trzecim, po przedstawieniu celów i przedmiotu rozprawy oraz postawionych pytań badawczych, przedstawiono metody badawcze zastosowane w rozprawie: przegląd krytyczny literatury (zastosowany w rozdziałach I i II), desk research (w rozdziale IV i podrozdziale 5.2.), badania ankietowe w formie wywiadu internetowego wspomaganego komputerowo (ang. Computer Assisted Web Interview – CAWI) (w podrozdziale 5.1.) oraz wywiadu pogłębionego z wykorzystaniem semi-ustrukturyzowanego kwestionariusza (w podrozdziale 5.2.). Przedstawiono również charakterystykę przedsiębiorstw uczestniczących w badaniu ankietowym i wywiadach pogłębionych.

Czwarty rozdział to prezentacja charakterystyki rynku wietnamskiego. W pierwszej części rozdziału przedstawiono ogólne informacje o Wietnamie oraz jego gospodarce, podkreślając historię sukcesu Wietnamu po wdrożeniu reform gospodarczych, inwestycje zagraniczne, siłę roboczą, politykę pieniężną, oraz odporność podczas pandemii COVID-19, a także wpływ wojny handlowej między Stanami Zjednoczonymi a Chinami i wojny rosyjsko-ukraińskiej na gospodarkę Wietnamu. W dalszej części rozdziału skupiono się na przedstawieniu sieci umów o wolnym handlu Wietnamu oraz cech umowy o wolnym handlu pomiędzy UE a Wietnamem EVFTA. Ten rozdział kończy się analizą polsko-wietnamskiej współpracy gospodarczej.

Rozdział piąty poświęcono prezentacji wyników badań empirycznych. W niniejszym rozdziale przedstawiono motywy ekspansji polskich przedsiębiorstw na rynek wietnamski, główne cechy wietnamskiego otoczenia biznesowego wpływające na jego atrakcyjność i ryzyko działania na tym rynku oraz zasoby jako wewnętrzne determinanty ekspansji polskich przedsiębiorstw na rynek wietnamski. Następnie zaprezentowano i przeanalizowano strategię wejścia badanych polskich przedsiębiorstw na rynek wietnamski oraz kierunki ich zmian w warunkach umowy EVFTA. Studia przypadków opisane w przedostatniej części tego rozdziału pogłębiały powyższe wyniki. Pięć polskich przedsiębiorstw, z którymi przeprowadzono wywiady, zostało wybranych z różnych sektorów o różnej wielkości i czasie działania na rynku wietnamskim, a mianowicie: Adamed Pharma S.A., BHH Mikromed Sp. z oo, CORPO Sp. ogród zoologiczny. Sp. K., Transfer Multisort Elektronik Sp. z oo oraz Polviet Travel Ltd. Przedstawiono wnioski z badań ilościowych i jakościowych w postaci odpowiedzi na postawione pytania badawcze. Na tej podstawie zaproponowano kilka rekomendacji dla zarządzania i polityki.

Rozprawę kończy podsumowanie szczególnej analizy, przedstawiające główne wnioski, implikacje praktyczne i teoretyczne, w tym kierunki przyszłych badań.