

PROF. DR HAB.

MARIAN GORYNIA

DOKTOR HONORIS CAUSA
UNIwersYTETU EKONOMICZNEGO
WE WROCLAWIU

PROFESSOR DR HAB.

MARIAN GORYNIA

DOCTOR HONORIS CAUSA
OF WROCLAW UNIVERSITY
OF ECONOMICS AND BUSINESS



The ceremony of conferring
the honorary title of doctor
of Wroclaw University of Economics
to Professor Dr hab.

MARIAN GORYNIA

Wroclaw, November 23, 2023



Publishing House of Wroclaw University of Economics and Business
Wroclaw 2023

Uroczystość nadania
tytułu doktora honoris causa
Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu
profesorowi doktorowi habilitowanemu

MARIANOWI GORYNI

Wrocław, 23 listopada 2023



Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu
Wrocław 2023



Mr. Spina

Marian Gorynia

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

Przedsiębiorstwa międzynarodowe jako siły napędowe efektywności i globalizacji – przyjaciele czy wrogowie?

Przedmiotem tego wystąpienia jest refleksja nad rolą przedsiębiorstw międzynarodowych (PM) w procesach gospodarowania. PM to szczególny rodzaj firm, które wyróżniają się tym, że prowadzona przez nie działalność gospodarcza przekracza granice państw i kontynentów. Wstępnie przyjmuje się więc, że firmy zaangażowane w prowadzenie operacji zagranicznych w postaci zagranicznych inwestycji bezpośrednich (ZIB) określane są jako przedsiębiorstwa międzynarodowe. Przedsiębiorstwo jest podstawowym rozwiązaniem instytucjonalnym służącym prowadzeniu biznesu w gospodarce rynkowej. W gospodarce tej kluczowe znaczenie ma budowanie dobrobytu i dobrostanu społeczeństwa, czego odzwierciedleniem jest zaspokojenie potrzeb ludzi zgodnie z układem/hierarchią ich preferencji. Jednym z najprostszych przejawów dobrobytu jest konsumpcja. Ale aby konsumpcja mogła się odbywać i rozwijać, konieczne jest prowadzenie działalności produkcyjno-dystrybucyjnej – innymi słowy, aby ludzie mogli konsumować, najpierw towary/usługi muszą zostać wyprodukowane i dostarczone/wykonane, a tym zajmują się przedsiębiorstwa.

Zarówno w realnym życiu gospodarczym, jak i w badających je w sposób celowy i metodyczny naukach ekonomicznych chodzi o to, by zaspokajanie potrzeb ludzkich odbywało się w sposób możliwie efektywny. Efektywność procesów produkcyjno-dystrybucyjnych i konsumpcyjnych zależy w istotnym stopniu od tego, jak działają przedsiębiorstwa. Jeśli weźmiemy pod uwagę

całą gospodarkę światową/globalną, to rola firm działających w przestrzeni międzynarodowej jest trudna do przecenienia. Należy jednak mieć świadomość, że ich działalność, oprócz pełnienia funkcji instrumentu zapewnienia efektywności, często podlega różnym ułomnościom, niedoskonałościom, wypaczeniom, które łącznie sprawiają, że efektywność może zejść na dalszy plan w hierarchii priorytetów działania. Stąd w tytule wystąpienia pojawiają się słowa „przyjaciele czy wrogowie?” Chodzi zatem o odpowiedź na pytanie, w jakich warunkach przedsiębiorstwa są nośnikami, obrońcami i propagatorami efektywności. Jednocześnie zwraca się uwagę na sytuacje, gdy firmy odstępują od zasad zdrowo rozumianej efektywności i stają się w ten sposób wrogami dobrobytu. Poszczególne części wystąpienia stanowią rozwinięcie zasygnalizowanych zagadnień.

1. Efektywność jako istota nauk ekonomicznych. Czy efektywność jest dobra, czy zła?

Jak już zauważono, istotą działalności gospodarczej jest tworzenie dóbr i usług służących zaspokojeniu potrzeb ludzkich. Nie wszystkie potrzeby daje się w ten sposób zaspokoić, ale z pewnością potrzeby o charakterze ekonomicznym stanowią ważną część funkcjonowania każdego człowieka. Jeśli spojrzymy na to zagadnienie z perspektywy historycznej, to łatwo zauważyć, że na przestrzeni dziejów występowały kolejno różne formacje społeczno-ekonomiczne, których efektywność i skuteczność w zaspokojeniu potrzeb ludzkich bardzo się różniły. Wspólnota pierwotna, niewolnictwo, feudalizm, kapitalizm, socjalizm i komunizm to systemy społeczno-gospodarcze cechujące się zróżnicowanymi zdolnościami do zaspokajania potrzeb ludzkich. Kapitalizm, albo raczej kapitalistyczna gospodarka rynkowa, to system, który pozytywnie przeszedł historyczny test zdolności do efektywnego i skutecznego budowania dobrobytu. Nie jest to jednak system idealny, cechuje się on licznymi ułomnościami, jak choćby zawod-

nością rynku (*market failure*), negatywnym wpływem na środowisko i klimat, bezrobociem, nierównością, wykluczeniem itp.

Prymat kapitalizmu nad innymi formacjami wynika z jego zdolności do efektywnego działania. Efektywność w warunkach ograniczoności zasobów oznacza osiąganie pożądanych rezultatów przy użyciu możliwie najmniejszych środków albo uzyskiwanie najlepszych rezultatów przy zastosowaniu danej puli środków. Dlatego też przyjmuje się, że nauki ekonomiczne, czy w szczególności sama ekonomia, zajmują się efektywną alokacją zasobów (Robbins, 1932). Tak rozumiana efektywność jest pożądana i pożyteczna, bo zmniejsza koszt życia albo pozwala na lepsze zaspokojenie potrzeb przy ograniczoności środków, jakimi dysponujemy (Skidelsky, 2020). Efektywność oznacza więc wyższy poziom dobrobytu. Przywołany autor wskazuje jednak, że efektywność staje się w pewnym sensie *passé*. Jego zdaniem w czterech ostatnich dziesięcioleciach mamy do czynienia z sytuacją, którą opisuje następująco: „(...) od 1982 roku dramatycznie spadła częstość używania określeń »efektywność« i »wydajność«, gwałtownie wzrosła natomiast częstość występowania terminów »odporność« (*resilience*) i »trwałość« albo »stabilność« (*sustainability*). Więcej mówi się o stabilności życia gospodarczego, czyli jego odporności na wstrząsy. Ekonomiści myślący tylko o efektywności znaleźli się daleko za krzywą kultury”. Nie wydaje się jednak roztropne, by przywołane pojęcia ujmować w kontrze, we wzajemnej opozycji. Tak naprawdę bowiem długookresowa efektywność i wydajność zawsze były skorelowane z odpornością, trwałością i stabilnością. Inną sprawą jest to, że w praktyce życia gospodarczego często nie potrafiono rozpatrywać efektywności w odpowiednim horyzoncie czasowym, co jednak w żadnym stopniu nie może prowadzić do wniosku, że efektywność odchodzi do lamusa. Do lamusa odchodzi efektywność rozumiana *ad hoc*, doraźnie, krótkookresowo, płytko i jednowymiarowo. Natomiast efektywność rozumiana kompleksowo, wielowymiarowo i długookresowo nigdy nie straci na

znaczeniu, gdyż byłoby to wbrew interesom cywilizacji. Można się nawet pokusić o stwierdzenie, że to właśnie całościowo rozumiana efektywność stanowi silny fundament koncepcji rozwijanych we współczesnej ekonomii, takich jak racjonalność globalna, ekonomia umiaru czy dobro wspólne.

Odpowiadając więc na pytanie, czy efektywność jest dobra, czy zła, należy podkreślić, że holistycznie rozumiana efektywność oznacza *de facto* zasadę racjonalnego gospodarowania. Ekonomistom trudno byłoby podważać tę zasadę przyjmowaną w naukach ekonomicznych jako fundament je konstytuujący. Ale trzeba też mieć świadomość, że stosując kategorię efektywności, natrafiamy na liczne pułapki, które można jednak omijać czy pokonywać, dążąc do doskonalenia tego postulatu rozumianego jako drogowskaz nauk ekonomicznych. Efektywność sama w sobie nie jest więc niczym złym, ale uczynienie fetyszu z jej wypaczonej wersji może skutkować wieloma negatywnymi konsekwencjami. Upoważnia to do stwierdzenia, że efektywność jest istotna, bo stanowi niekwestionowaną bazę budowania dobrobytu, jednak pozbawiona pewnych warunków ograniczających może prowadzić do wypaczeń.

2. Globalizacja i przedsiębiorstwa międzynarodowe

Jak już zauważono, kapitalistyczna gospodarka rynkowa jest systemem społeczno-gospodarczym, który relatywnie dobrze zdał egzamin ze zdolności do zaspokajania potrzeb ludzkich. Gospodarka kapitalistyczna rozwija się od ponad dwóch stuleci, przechodzi liczne fazy, a współcześnie nastąpiło wykształcenie się wielu odmian kapitalizmu. Z kolei globalizacja nie jest procesem całkowicie nowym, choć zazwyczaj kojarzymy ją ze współczesną fazą rozwoju gospodarki rynkowej. Co do swej istoty globalizacja jest umiędzynarodowieniem procesu dążenia do osiągnięcia coraz wyższej efektywności. Taka jest też rola PM,

których misja polega na efektywnym produkowaniu i dystrybucji towarów i usług w skali międzynarodowej z myślą o zaspokojeniu potrzeb ludzkich w odniesieniu do całej populacji.

W celu uporządkowania wywodu warto wskazać na kilka fundamentalnych cech globalizacji (Gorynia, 2019). Należy podkreślić, że pierwotny, wyjściowy charakter ma pojęcie internacjonalizacji, które w odniesieniu do gospodarki oznacza współpracę z zagranicą, mogącą przybierać rozmaite formy. Z kolei globalizacja (mondializacja) w znaczeniu ekonomicznym to szczególnie przypadek umiędzynarodowienia, wyróżniający się następującymi cechami:

- co do swej istoty globalizacja jest logiczną konsekwencją dotychczasowego rozwoju gospodarki rynkowej i naturalnym etapem jej ewolucji; innymi słowy ma charakter immanentny, nieunikniony,
- intensywność, powszechność, uniformizacja, unifikacja, standaryzacja działań w skali świata to podstawowe atrybuty działań uczestników globalizacji,
- globalizacja stanowi wyższe (najwyższe?) stadium internacjonalizacji,
- najważniejsze przejawy globalizacji stanowią handel międzynarodowy (eksport, import), ZIB, międzynarodowe rynki finansowe (kapitałowe); szczególną rolę wspomagającą procesy globalizacji odgrywają technologie informacyjne i Internet.

Tak jak przedsiębiorstwo jako takie jest specyficzną instytucją gospodarki rynkowej, tak PM jest szczególnym podmiotem w procesach globalizacji (Wolf, 2014). Rola przedsiębiorstwa w gospodarce rynkowej obejmuje przede wszystkim: wytwarzanie towarów i usług, tworzenie wartości dodanej, tworzenie miejsc pracy, przyczynianie się do wzrostu gospodarczego, udział w procesach konkurencji pobudzających efektywność działania, kreowanie

rozwoju technologicznego i tworzenie innowacji, płacenie podatków, podejmowanie różnych działań w zakresie tzw. społecznej odpowiedzialności biznesu. Katalog funkcji spełnianych przez PM jest identyczny, a różnica polega na tym, że są one wykonywane niejako ponad granicami państw i kontynentów, zazwyczaj w warunkach silnego zróżnicowania uwarunkowań rynkowych, ekonomicznych, kulturowych, prawnych itp.

Każda firma będąca uczestnikiem międzynarodowej współpracy gospodarczej ma swoje własne cele, artykułujące interesy kompleksu jej interesariuszy. Realizacja tych celów podporządkowana jest określonym priorytetom, które wynikają ze struktury właścicielskiej, z rozmaitych uwarunkowań kulturowych, a także z regulacji obowiązujących w kraju pochodzenia firmy, z uregulowań międzynarodowych i wreszcie z zasad prawnych właściwych dla kraju prowadzenia działalności zagranicznej. Splot tych okoliczności sprawia, że ocena, czy postępowanie danego przedsiębiorstwa jest pozytywne, czy negatywne, ze społecznego punktu widzenia nie jest prosta. Jest to ocena wielokryterialna i warto się w związku z tym zastanowić, jakie kryteria są brane pod uwagę w rozmaitych teoriach przedsiębiorstwa międzynarodowego i jakie wnioski z tego wynikają.

Należy ponadto zwrócić uwagę na znaczenie omawianej kategorii przedsiębiorstw w sferze gospodarki międzynarodowej albo we współpracy gospodarczej z zagranicą zarówno w skali światowej, jak i w wypadku gospodarki polskiej¹. M. Forsgren (2017, s. 5) podaje, że w końcu lat sześćdziesiątych XX wieku było zarejestrowanych na świecie około 7000 przedsiębiorstw międzynarodowych, na początku lat dziewięćdziesiątych tegoż stulecia aż 37 000, ze 170 000 filiami zagranicznymi. W roku 2005 liczba przedsiębiorstw międzynarodowych wynosiła już około 70 000, a liczba filii – blisko 680 000.

¹ Wykorzystano tutaj fragmenty pracy (Gorynia, 2021, rozdz. 1).

3. Przedsiębiorstwa międzynarodowe – podstawowe teorie i sposoby rozumienia istoty PM

W tej części opracowania chciałbym się odwołać do wykorzystania wyników analizy przeprowadzonej w dziele mojego życia – fundamentalnej książce na temat ekspansji zagranicznej przedsiębiorstw zatytułowanej *Przedsiębiorstwo w biznesie międzynarodowym: aspekty ekonomiczne, finansowe i menedżerskie* (Gorynia, 2021). W rozdziale 2. tej pracy *Przegląd koncepcji teoretycznych Przedsiębiorstwa Międzynarodowego (PM) z perspektywy historycznej* zastosowano dość niekonwencjonalne podejście. Nie ograniczono się wyłącznie do zrelacjonowania obecnego stanu badań na koncepcjami PM, ale szeroko odwołano się do podejścia historycznego. Dokonano przeglądu podejść do typologii i klasyfikacji koncepcji PM, jakie można spotkać w wiodących opracowaniach z dziedziny biznesu międzynarodowego (BM), zgodnie uważanych za dzieła bardzo istotne. W tym celu wykorzystano głównie cztery publikacje z uwzględnieniem kilkakrotnych ich wydań: Ch. Pitelis, R. Sugden (red.) (1991 i 2000); G. Ietto-Gillies (2005, 2011 i 2019), M. Forsgren (2008, 2013 i 2017) oraz M. Casson (2018).

W niezwykle rozległej literaturze na temat teoretycznych podstaw rozumienia istoty firmy międzynarodowej na wyróżnienie zasługuje propozycja M. Forsgrena (2008; 2013; 2017), obejmująca sześć koncepcji PM, które określa mianem opowieści albo opowiastek (*tale*):

- 1) *The dominating multinational – a tale of market power* (dominujące PM – opowieść o sile rynkowej),
- 2) *The coordinating multinational – a tale of cost efficiency* (koordynujące PM – opowieść o efektywności kosztowej),
- 3) *The knowing multinational – a tale of value creation* (wiedzące/potrafiące/umiejące PM – opowieść o tworzeniu wartości),
- 4) *The designing multinational – a tale of strategic fit* (projektujące PM – opowieść o dopasowaniu strategicznym),

- 5) *The networking multinational – a tale of business relationships* (PM w sieci – opowieść o relacjach biznesowych),
- 6) *The politicizing multinational – a tale of legitimacy and power* (PM w otoczeniu politycznym – opowieść o legitymizacji i władzy).

Należy zaznaczyć, że przydatność tych koncepcji z rozważanego tutaj punktu widzenia (roli PM w budowaniu efektywności i dobrobytu społecznego) jest istotnie zróżnicowana. W związku z tym nieco szerzej zostaną omówione te koncepcje, które jednoznacznie zajmują stanowisko w tej sprawie.

Koncepcja dominującego PM stworzona przez S.H. Hymera (1976) jest uważana za pierwszą dojrzałą współczesną teorię PM. W tym ujęciu PM traktowane jest jako potężna organizacja z silną hierarchią, która podbija świat przez wdrażanie strategii walki z rzeczywistymi i potencjalnymi rywalami, bazujących na sile rynkowej. W podejściu Hymera dominuje perspektywa niedoskonałości rynku, które mogą mieć różne przyczyny, wynikające zarówno z czynników wewnętrznych w stosunku do przedsiębiorstwa międzynarodowego (np. przewagi związane z posiadaniem specyficznych zasobów), jak i z czynników zewnętrznych. Centralnym pojęciem stała się tutaj przewaga monopolistyczna albo przewaga specyficzna dla firmy dokonującej ekspansji zagranicznej. Hymer nie dokonał jednak analitycznego rozpracowania tych przewag, uczynili to dopiero jego następcy, szeroko czerpiący z jego koncepcji.

Drugie dyskutowane tutaj rozumienie PM z punktu widzenia efektywności kosztowej z wykorzystaniem teorii internalizacji skupia uwagę na procesach zachodzących wewnątrz firmy, przede wszystkim na koordynacji działań w skali międzynarodowej. Teoria internalizacji (Buckley, 2014) bazuje na dwóch założeniach wyjściowych – po pierwsze, firma to agent ekonomiczny eksploatujący zasoby, w szczególności bazujące na wiedzy, z myślą o realizacji zysków; po drugie, prowadzenie biznesu

polega na koordynowaniu współzależnych działań i taką rolę odgrywa firma. Z kolei istota PM sprowadza się do koordynacji działań, z tą różnicą, że w skali międzynarodowej. Przywołana teoria internalizacji jest bliska koncepcyjnie teorii kosztów transakcyjnych (KT), w której wiodącą rolę odgrywają podobne kategorie, takie jak: niepewność, przetarg w sytuacji małych liczb (*small-numbers bargaining*), ograniczona racjonalność, oportuнизм i specyficzność zasobów (Williamson, 1975). Wymienione elementy przyczyniają się do wysokich KT działania na rynku. W związku z tym teoria KT dostarcza predykcji, że wzrost tych kosztów doprowadzi kiedyś do sytuacji, iż rynek zostanie zastąpiony przez hierarchię, czyli przez firmę.

Trzecią grupę koncepcji PM stanowi opowieść o umiejącym/potrafiącym/wiedzącym PM – przy czym wymienione przymiotniki odnoszą się do tworzenia wartości. W tym ujęciu organizacja jest jednostką potrafiącą tworzyć wartość. Z poprzednich dwóch ujęć PM wynikało, że dostrzegają one jakąś rolę specyficznych dla firmy przewag, w szczególności bazujących na wiedzy. Jednak w obu wypadkach nie została podjęta analiza, na czym polegają, jak są tworzone i dlaczego powstają specyficzne dla firm przewagi. Zauważono, że przewagi te związane są z posiadaniem specyficznych zasobów, które ogólnie można podzielić na materialne (*tangible*) i niematerialne (*intangible*) oraz że zasoby te nie zawsze są transferowalne bez istotnego ubytku ich wartości na skutek transferu.

Kolejne, czwarte rozumienie PM (*The designing multinational*) kładzie akcent na związki firmy z otoczeniem, a w szczególności na wpływ otoczenia na organizację. Uwzględnienie aspektu otoczenia jest zresztą także cechą piątej i szóstej koncepcji PM. Wspólną cechą tych koncepcji jest uznanie, że zrozumienie PM jest możliwe tylko wówczas, gdy weźmie się pod uwagę cechy jego otoczenia. Teoria sytuacyjna (*strategic fit*) wyróżnia się od wcześniej omówionych tym, że zajmuje się bardziej stykiem PM

z jego otoczeniem. Można więc stwierdzić, że cechą podejścia sytuacyjnego jest nacisk na konieczność dopasowania między strategią firmy a jej otoczeniem. Sposób zarządzania firmą powinien być wynikiem tego dopasowania. Dobre dopasowanie prowadzi do efektywności, złe – w odwrotną stronę. Na długą metę mogą przetrwać tylko te firmy, w których występuje wzajemne dopasowanie z otoczeniem.

The networking multinational to kolejna koncepcja PM zwracająca uwagę na jego związki z otoczeniem. W przeciwieństwie do poprzedniego podejścia, w którym zakładano, że PM potrafi dostosowywać się do otoczenia z myślą o uzyskiwaniu wyższej efektywności, w tym ujęciu przyjmuje się raczej, że taka organizacja jest miejscem konfliktu i ścierających się interesów, a wpływ środowiska na nie przekłada się na interesy różnych składników firmy i zasoby, które ma do dyspozycji w procesach przetargu wewnątrzorganizacyjnego. W tej perspektywie związki PM z otoczeniem są rozpatrywane z punktu widzenia relacji z poszczególnymi aktorami w otoczeniu.

Ostatnią z tutaj relacjonowanych teorii jest *The politicizing multinational*. W opozycji do koncepcji PM w ujęciu sieciowym w tym podejściu otoczenie firmy nie składa się tylko z sieci biznesowych, ale obejmuje także instytucje, prawo itp. Aspekty te są uwzględnione i eksponowane w teorii instytucjonalizacji (Forsgren, 2017, s. 132). Teoria ta ma trzy cechy wyróżniające. Po pierwsze, nacisk kładzie się na PM jako całość, a nie na poszczególne aspekty jego funkcjonowania. Po drugie, wskazuje się, że przynajmniej część organizacji charakteryzuje się stosunkowo wysokim stopniem niezależności i nie poddaje się kontroli tych, którzy chcieliby mieć na nie wpływ. Po trzecie, w teorii tej podkreślany jest wzajemny związek między firmą a otoczeniem.

Zarysowane ramy teoretyczne sześciu wiodących koncepcji PM prowadzą do różnych wniosków, jeśli chodzi o możliwe implikacje dla dobrobytu społecznego.

4. Przedsiębiorstwo międzynarodowe – przyjaciel czy wróg?

Udzielenie odpowiedzi na pytanie zawarte w tytule, stanowiące istotę wystąpienia, nie jest proste. Pytanie to stawiane było w literaturze przedmiotu dość często, czasami w nieco innej postaci – na przykład: Czy PM są dobre, czy złe? Czy PM to piękna, czy bestia? PM jako *friend* jest tutaj swego rodzaju metaforą, skrótem myślowym sygnalizującym, że jest ono nośnikiem efektywności, postępu technologicznego, wydajności i produktywności. Z kolei w roli *foe* PM jest instrumentem wyzysku, który generuje nierówności, oraz sprawcą negatywnych konsekwencji środowiskowych. *De facto* chodzi o to, czy PM przyczyniają się do wzrostu efektywności i dobrobytu społecznego, czy też mu przeciwdziałają. Przyjrzyjmy się więc poszczególnym koncepcjom PM pod kątem kryterium dobrobytu.

W koncepcji *dominującego PM* podkreśla się, że ograniczona konkurencja i siła rynkowa mogą prowadzić do strat w dobrobycie w społeczeństwach, gdzie działają PM. Przypadki zachowań monopolistycznych czy quasi-monopolistycznych w praktyce działania PM są liczne. Dotyczy to w szczególności zachowań zaawansowanych technologicznie korporacji pochodzących z krajów wysoko rozwiniętych na rynkach krajów mniej rozwiniętych.

W ujęciu *koordynującego PM* zauważa się, że firma to efektywny instrument w rękach społeczeństwa do koordynowania działalności gospodarczej ponad granicami państw. W tym rozumieniu akcent położony jest na to, że PM są instrumentem dbania o efektywność w skali międzynarodowej. PM jest formą organizacji prowadzenia działalności gospodarczej, która daje możliwości obniżania KT, w ten sposób prowadząc do wzrostu efektywności i dobrobytu społecznego.

Dwie zasygnalizowane perspektywy zdają się odgrywać główną rolę pośród teorii PM. Dlatego warto dokonać ich krótkiego zestawienia. Należy wskazać podstawową różnicę w podejściu teorii siły rynkowej i teorii internalizacji. Ta pierwsza srowadza się do unikania/wygaszania potencjalnych konfliktów konkurencyjnych z myślą o uzyskaniu dzięki temu maksymalizacji zysków. Ta druga natomiast nastawiona jest na minimalizację kosztów – w tym wypadku zastąpienie rynku przez hierarchię PM ukierunkowane jest na minimalizację KT dzięki uniknięciu sytuacji przetargowych (*bargaining*) między niezależnymi aktorami. Powstanie i rozwój teorii internalizacji przyczyniły się więc do obniżenia dość wysokiego poziomu krytyki PM, która wykształciła się na podstawie interpretacji Hymera, przedstawiającej PM jako firmy dążące do monopolu w celu poszukiwania renty.

W ujęciu PM jako *The knowing multinational* artykułuje się pogląd, że duża zdolność do tworzenia i transferu nowej wiedzy za granicę cechująca PM jest korzystna dla społeczeństwa jako całości. W tym znaczeniu PM jest narzędziem do kreacji i rozprzestrzeniania w skali międzynarodowej umiejętności związanych z produkcją i dystrybucją towarów i usług na rynkach zagranicznych. Zwolennicy perspektywy *The knowing multinational* podkreślają, że interpretowanie ZIB jako dążenia do oszczędzania KT jest zbyt wąskie. Podstawowym elementem perspektywy jest bowiem kreacja wartości, a nie efektywność kosztowa. Perspektywa ta cechuje się także swoistym rozumieniem roli PM w społeczeństwie. O ile koncepcja siły rynkowej zakładała uzyskiwanie przez PM rent monopolowych, mogących mieć negatywny wpływ na dobrobyt konsumentów, o tyle w rozważanej tutaj koncepcji renty mają charakter rent przedsiębiorczych, wynikających z umiejętności wykorzystania specyficznych dla firmy kompetencji. Ponadto w tej perspektywie istotą organizacji jest zarówno eksploatacja przewag, jak i doprowadzanie do ich

kreowania. Warto też podkreślić, że w tym ujęciu firma ma charakter bardziej organiczny i społeczny. Dużą wagę przywiązuje się do podmiotowości pracowników.

Podejście określone jako *projektujące PM* kładzie nacisk na dużą zdolność do rozpoznawania i stosowania efektywnej organizacji, która jest także korzystna dla społeczeństwa jako całości. Jest w nim eksponowana umiejętność wyboru, tworzenia i wykorzystywania form organizacyjnych działalności gospodarczej, które sprawdzają się w trakcie ekspansji na rynki zagraniczne. Wizja firmy przyjęta w podejściu sytuacyjnym stanowiącym filar omawianej koncepcji jest nieco wyidealizowana, gdyż artykułuje wyłącznie dostosowanie do rynku wynikające z procesów konkurencji, natomiast eliminuje z pola widzenia takie zachowania PM, jak wpływ na rządy krajów goszczących, porozumienia monopolistyczne itp.

W podejściu *The networking multinational* akcent położony jest na możliwość mobilizowania znaczących zasobów i wpływania na rynki z myślą o własnym interesie, choć jednocześnie zauważa się, że kontrola nad zasobami jest niekompletna. Pozytywną cechą PM ujętą w tej koncepcji są zdolności i kompetencje w zakresie mobilizowania i produktywnej eksploatacji zasobów. Podkreśla się, że zachowania strategiczne PM często wysuwają na pierwszy plan interes własny firmy, interes społeczny (dobrobyt) spychając na dalszy plan. W podejściu sieciowym nie zawarto *explicite* stwierdzeń na temat społecznej efektywności tak rozumianego PM. Można się jednak domyślać, że przynależność do sieci może stanowić barierę wejścia dla tych firm, które do sieci nie należą. Dostrzega się też, że niektóre sieci są zdominowane przez ograniczoną liczbę firm, które odnoszą nieproporcjonalne korzyści. Ponadto bycie uczestnikiem sieci może zwiększać siłę polityczną PM, zwłaszcza wtedy, gdy w sieci uczestniczą stosunkowo liczne filie danego PM, które może stosunkowo łatwo przenosić swoje operacje z jednego do drugiego kraju.

PM w otoczeniu politycznym to ujęcie PM, w którym dostrzega się możliwość wpływania na politykę i instytucje z myślą bardziej o własnym interesie aniżeli o interesie społeczeństwa jako całości. Podobnie jak w poprzednim podejściu mamy tutaj do czynienia z dominacją interesu własnego nad interesem społecznym (dobrobytem). Mechanizmy, które kojarzą się z tą wizją PM, to w szczególności zachowania typu *rent-seeking* oraz *mobbing*.

Na podstawie przeprowadzonych rozważań można sformułować kilka wniosków uogólniających, prowadzących do udzielenia odpowiedzi na pytanie zawarte w tytule wystąpienia. Konkluzje te są następujące:

- Ogólny obraz PM z punktu widzenia efektywności i dobrobytu wydaje się przedłużeniem obrazu firmy jako takiej w kapitalistycznej gospodarce rynkowej. Z dużym uproszczeniem można zauważyć, że tak jak „zwykłe przedsiębiorstwa” PM są potężnym instrumentem, rozwiązaniem instytucjonalnym pozwalającym na niebywale sprawne i efektywne organizowanie zasobów w celu zaspokojenia potrzeb ludzkich w drodze prowadzenia działalności produkcyjno-dystrybucyjnej. W całej historii gospodarczej rozwiązanie to nie miało wcześniej precedensów. Z drugiej strony należy uwzględnić fakt, że aktywność gospodarcza ludzi prowadzona jest przez przedstawicieli gatunku *homo oeconomicus* z wszystkimi tego konsekwencjami w zakresie dominacji interesu własnego, egoizmu, nadmiernej dbałości o własne preferencje. Dodatkowo trzeba pamiętać, że wprowadzenie systemu gospodarki rynkowej jest najbardziej wydajnym systemem znanym ludzkości, jednak nie jest systemem idealnym. Zostało to dobrze opisane w koncepcji *market failure*. W systemie tym niesprawnościom i niedoskonałościom rynku ma zapobiegać i przeciwdziałać państwo, które z kolei także cechuje się licznymi ułomnościami (*government failure*).

- Z przytoczonych sześciu rozumień PM wynika, że odpowiedź na pytanie: dobry czy zły, piękna czy bestia albo przyjaciel czy wróg, nie może być zero-jedynkowa. Najprostsza odpowiedź powinna uwzględniać, że w realiach gospodarki rynkowej jest przestrzeń zarówno dla *friend*, jak i dla *foe*. W praktyce gospodarczej *de facto* występują zarówno przedsiębiorstwa z cechami zachowań *friend*, jak i *foe*. Co więcej, w przypadku większości PM mamy do czynienia z taką specyficzną mieszanką. W jednych aspektach działania odgrywają one rolę *friend*, a w innych *foe*.
- Gdyby jednak sformułować krótką, zwięzłą odpowiedź na zadane pytanie, to być może najtrafniejsze byłoby sparafrazowanie opinii J. Bhagwatiiego (2004) o globalizacji: *Globalisation is good, but not good enough*. Tutaj powiedzielibyśmy, że PM jest dobre, ale nie dość dobre. Albo nieco inaczej: PM jest dobre, ale nie tak, by nie mogło być lepsze. Lepsze z punktu widzenia zapewnienia dobrobytu ludzkości w skali międzynarodowej, oczywiście z uwzględnieniem interesów właścicieli i interesariuszy, ale także z konkretnym wkładem w dobrobyt rozpatrywany w skali społecznej. Tego rodzaju kompromis wydaje się możliwy, co zostanie rozwinięte w kolejnej części wystąpienia.
- Wyartykułowania wymaga ponadto potrzeba szerokiego rozumienia efektywności, wychodzącego od racjonalności globalnej, a nawet – jak chce R. Skidelsky (2020) – wychodzenia poza efektywność, czyli uwzględnianie także niepewności, odporności, stabilności. Bez zmiany sposobu myślenia o efektywności rozważania o wpływie PM na dobrobyt społeczny w skali światowej stają się bezproduktywne.

5. Kierunki naprawy – co zrobić, by PM były bardziej przyjaciółmi niż wrogami?

Co można lub należy zrobić, by PM były lepsze, niż są? Co zrobić, by były bardziej pięknymi, a mniej bestiami? W istocie pytanie powinno być rozszerzone i brzmieć – co zrobić, by kapitalizm był lepszy, niż jest? W pierwszej kolejności należy zgłosić postulaty, których spełnienie umożliwi i zapewni trwanie naszej cywilizacji. Bez tego wszelkie dyskusje o zwiększaniu wkładu PM w dobrobyt społeczny w skali świata pozbawione są sensu. Te postulaty dają się sprowadzić do założeń trzech powiązanych koncepcji: gospodarki umiaru, racjonalności globalnej i dobra wspólnego. O tych postulatach napisano szerzej w innych publikacjach (Gorynia, 2022a, 2022b; Gorynia, Słodowa-Helpa, 2022); tutaj wystarczy więc zwrócić uwagę na sprawy najważniejsze. W wymiarze cywilizacji racjonalność globalna i będący *de facto* jej synonimem umiar oznaczają takie funkcjonowanie ludzkości, które w kontekście ograniczeń eksploatacji środowiska umożliwi jej przetrwanie w długim okresie. Bez kontynuacji trwania tracą sens wszelkie rozważania o dobrobycie, dobrostanie i przyczyniającym się do ich poprawy rozwoju gospodarczym czy nawet społeczno-gospodarczym. Uświadomienie sobie tych ograniczeń i ich implikacji stanowi rdzeń koncepcji racjonalności globalnej i ekonomii umiaru. Tak rozumiane racjonalność i umiar przekładają się na zapewnienie trwania cywilizacji w długim okresie, a samą możliwość kontynuacji ciągłości cywilizacji można traktować jako szczególny przypadek dobra wspólnego. PM we wcieleniu *friend* powinno bezwzględnie podporządkować się tym wskazaniom. Dopiero po uzyskaniu konsensusu w skali światowej odnośnie do postulatów zawartych w trzech zasygnalizowanych koncepcjach można formułować oczekiwania dotyczące zmian w funkcjonowaniu PM prowadzące do zwiększenia dobrobytu w skali świata.

Drugi zgłaszany tutaj postulat, związany zresztą z pierwszym, dotyczy wcześniej już wspomnianego rozszerzenia rozumienia

efektywności zgodnie z propozycją Skidelskiego (Skidelsky, 2020). Ponadto wskazane jest odejście od efektywności pojmowanej indywidualistycznie, sprowadzającej się do maksymalizacji zysków przedsiębiorcy/producenta za wszelką cenę oraz do maksymalizacji preferencji atomistycznie ujmowanych konsumentów. Ta bowiem prowadzi do wielu negatywnych konsekwencji, takich jak przede wszystkim nadmierny poziom nierówności społecznych, rozwarstwienie społeczeństwa i ekskluzja całych grup społecznych z procesów gospodarowania z jednej strony, oraz szeroko pojmowana degradacja środowiska naturalnego z drugiej. Oba te następstwa są w oczywisty sposób kontrproduktywne z punktu widzenia dobrobytu społecznego, a ten w prezentowanym tutaj rozumowaniu został przecież uznany za swego rodzaju cel ostateczny procesów gospodarowania. Stąd zasadne jest stwierdzenie, że każde działanie jakiegokolwiek PM prowadzące do zasygnalizowanych negatywnych konsekwencji jest zachowaniem typu *foe*.

Bardziej szczegółowe zdefiniowanie kierunków naprawy realnego wkładu PM do dobrobytu społecznego w skali międzynarodowej powinno więc iść w stronę uwzględnienia środków zaradczych nakierowujących działania tych firm na przestrzeganie zasady jak najszerszej inkluzji społecznej w procesy gospodarowania w krajach goszczących, a jednocześnie zasady prowadzenia działalności przyjaznej dla środowiska, podporządkowanej idei racjonalności globalnej. Obie zasady wydają się mieć olbrzymie i trudne do przecenienia znaczenie. W tym kontekście dwie grupy działań mogą mieć znaczenie priorytetowe. Pierwsza to szeroko pojmowana edukacja odnosząca się w zasadzie do wszystkich grup społecznych w gospodarce rynkowej – przedsiębiorców/producentów/pracodawców (zarówno właścicieli, jak i menedżerów) oraz konsumentów/pracobiorców. Chodzi tutaj o ograniczenie i okiełznanie dominacji zachowań ludzkich zgodnych z agresywną i drapieżną wersją *homo oeconomicus*.

Miałoby to doprowadzić do wzrostu dobrobytu społecznego poprzez likwidację/zmniejszenie nierówności społecznych oraz inkluzję w procesy gospodarowania możliwie szerokich warstw społeczeństwa. Druga grupa obejmuje działania regulacyjne w skali poszczególnych krajów oraz w skali międzynarodowej i globalnej (np. regulacje podatkowe, prawo pracy, prawo anty-monopolowe, prawo ochrony środowiska itp.). Postulaty dotyczące tych zagadnień, ale ujmowanych w nieco innym kontekście, zostały rozwinięte w kilku publikacjach z moim udziałem (Banaszyk, Borusiak, Fiedor, Gorynia, Słodowa-Hępa, 2023; Banaszyk, Deszczyński, Gorynia, Małaga, 2023).

Jako wskazanie kierunku potencjalnej ewolucji działania przedsiębiorstw, w tym w szczególności PM, może posłużyć koncepcja *net positive* (Polman, Winston, 2021). W koncepcji tej podkreśla się, że stanowi ona odpowiedź na dwa podstawowe wyzwania cywilizacji, czyli zmiany środowiskowo-klimatyczne oraz nierówności. Autorzy stwierdzają, że biznes powinien się angażować w rozwiązywanie tych i podobnych wyzwań oraz przyczyniać się do poprawy tego świata w celu zwiększenia jego przyjazności dla człowieka. „Netto dodatnie” przedsiębiorstwo powinno dawać światu/otoczeniu więcej, niż z niego bierze. Taka firma powinna przestrzegać pięciu następujących zasad: 1) wzięcie odpowiedzialności za wpływ firmy na świat/otoczenie; 2) skupienie się bardziej na perspektywie długoterminowej (przy jednoczesnym poszukiwaniu dobrych wyników we wszystkich możliwych okresach oceny); 3) służenie wielu interesariuszom i stawianie ich potrzeb na pierwszym miejscu; 4) prowadzenie współpracy i zmian transformacyjnych w otoczeniu firmy; oraz w wyniku całej tej aktywności 5) zapewnienie akcjonariuszom solidnych zwrotów z inwestycji (Polman, Winston, 2021, s. 7). Przywołani autorzy podają także własną definicję „netto pozytywnego” przedsiębiorstwa: *net positive* to biznes, który poprawia samopoczucie, los, dobrobyt, dobrostan (*well-*

-being) wszystkich, na których ma wpływ, i we wszystkich wymiarach/płaszczyznach – każdego produktu, każdej operacji, każdego regionu i kraju oraz każdego interesariusza, w tym pracowników, dostawców, społeczności, klientów, a nawet przyszłych pokoleń i samej planety Ziemia. Należy podkreślić, że realne podstawy omawianej koncepcji wywodzą się z praktyki działania firmy Unilever i innych przedsiębiorstw (Paul Polman był w latach 2009-2019 prezesem zarządu firmy Unilever). *Net positive* nie jest więc stworzoną za biurkiem utopią i może stanowić swego rodzaju *benchmark* dla innych firm, które poprzez swoje działania chcą rozwiązywać problemy ludzkości, a nie tworzyć nowe. Są to firmy, które zamiast być mniej złymi (*less bad*), dążą do tego, by stać się bardziej dobrymi (*more good*).

6. Zakończenie

Czego zabrakło w tym wystąpieniu i dlaczego? Przygotowany materiał koncentruje się na ramach teoretycznych – mało jest w nim odniesień empirycznych, przykładów, nazw konkretnych firm. Z jednej strony jest to świadomy zamysł, z drugiej strony zostało to wymuszone przez okoliczności, takie jak: szerokie, interesujące zagadnienie badawcze, z olbrzymią biblioteką literatury przedmiotu, ograniczone ramy objętościowe i czasowe wystąpienia. Takie podejście świadomie wyraża jednocześnie moje stanowisko w kwestii jałowego sporu o to, czy ważniejsza jest teoria, czy praktyka. Tutaj wyznaję pogląd, że nie ma bardziej praktycznego i przydatnego narzędzia niż dobra teoria. Proponuję jednocześnie, aby praktyczna wersja tego wystąpienia miała bardziej zindywidualizowany charakter i by polegała na dojściu do własnych przemyśleń na ten temat, co mogłoby stanowić swego rodzaju zadanie domowe dla słuchaczy niniejszych przemyśleń.

To, czego zabrakło w tym wystąpieniu, może stanowić jednocześnie wskazanie odnośnie do kierunków dalszych badań poruszonego tutaj problemu. Po pierwsze, należy sugerować dalszą eksplorację argumentów dotyczących pozytywnych i negatywnych efektów działania PM/ZIB dla gospodarek przyjmujących (gospzczących), ale także dla gospodarek, z których inwestycje wychodzą. Istnieje zapotrzebowanie na w zasadzie permanentną weryfikację poglądów teoretycznych poprzez analizę tego zagadnienia w konkretnych warunkach miejsca i czasu. Drugi postulat dotyczy krzywej tworzenia wartości dodanej w kontekście lokalizacji poszczególnych ogniw łańcucha wartości w różnych krajach. Lokalizacja konkretnych ogniw niesie bowiem za sobą istotne implikacje dla rozkładu dobrobytu w skali międzynarodowej. Po trzecie, przypomnienia i dalszego rozwijania wymaga koncepcja M. Portera i M. Kramera (2011) *Creating Shared Value* (CSV), która ekspozuje sugestię godzenia zysku przedsiębiorstwa ze spełnieniem celów społecznych/ekologicznych. Przedstawiona propozycja Polmana i Winstona idzie nawet dalej niż postulaty Portera i Kramera. Po czwarte wreszcie, na uwagę zasługuje zwłaszcza potrzeba systematycznego odkrywania i dokumentowania oraz proliferacji studiów przypadku pokazujących, że sukces PM jest możliwy przy jednoczesnej dbałości o otoczenie, co często prowadzi do scenariusza *win-win* dla wszystkich interesariuszy. Wydaje się bowiem, że samo „bycie lepszym” w przypadku PM nie wystarczy; przedmiotem zainteresowania nauk ekonomicznych powinno być także dążenie do identyfikacji, opisu, analizy i szerzenia wiedzy o wkładzie tych firm w budowanie lepszej rzeczywistości.

Bibliografia

Banaszyk P., Deszczyński P., Gorynia M., Malaga K., 2023, *Conditioning and Directions of the New Way of Thinking in Economic Sciences*, „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny”, 3.

Banaszyk P., Borusiak B., Fiedor B., Gorynia M., Słodowa-Helpa M., 2023, *Rzecz społeczno-gospodarczy a racjonalność globalna – w kierunku gospodarki umiaru*, „Mazowsze. Studia Regionalne”, 2.

Bhagwati J., 2004, *In Defense of Globalization*, Oxford: Oxford University Press.

Buckley P., 2014, *Forty Years of Internalisation Theory and the Multinational Enterprise*, „Multinational Business Review”, 22(3).

Casson M., 2018, *The Multinational Enterprise. Theory and History*, Cheltenham, Northampton: Edward Elgar Publishing.

Forsgren M., 2008, 2013, 2017, *Theories of the Multinational Firm. A Multidimensional Creature in the Global Economy*, Cheltenham: Edward Elgar Publishing.

Gorynia M., 2019, *Competition and Globalisation in Economic Sciences. Selected Aspects*, „Economics and Business Review”, 5(3), s. 118-133.

Gorynia M., 2021, *Przedsiębiorstwo w biznesie międzynarodowym: Aspekty ekonomiczne, finansowe i menedżerskie*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Gorynia M., 2022a, *Czy możliwa jest ekonomia umiaru?*, „Bank”, 8, s. 102-105.

Gorynia M., 2022b, *O umiarze w ekonomii*, „Rzeczpospolita”, 25 października.

Gorynia M., Słodowa-Helpa M., 2022, *Category of the Common Good from the COVID-19 Pandemic Perspective*, „Studies in Logic, Grammar and Rhetoric”, 67(80), s. 335-354.

Hymers S. H., 1976, *The International Operations of National Firms: A Study of Direct Foreign Investment*, Cambridge, Mass.: MIT Press.

Ietto-Gillies G., 2005, 2011, 2019, *Transnational Corporations and International Production. Concepts, Theories and Effects*, Cheltenham, Northampton: Edward Elgar Publishing.

Pitelis Ch. N., Sugden R., 1991, 2000, *The Nature of the Transnational Firm*, London, New York: Routledge.

Polman P., Winston A., 2021, *Net Positive. How Courageous Companies Thrive by Giving More They Take*, Boston, Mass.: Harvard Business Review Press.

Porter M. E., Kramer M. R., 2011, *Creating Shared Value. How to Reinvent Capitalism – and Unleash a Wave of Innovation and Growth*, "Harvard Business Review", 89(1), s. 62-77.

Robbins L., 1932, *An Essay on the Nature and Significance of Economic Science*, London: Macmillan.

Skidelsky R., 2020, *The End of Efficiency*, „Project Syndicate“, December 17.

Williamson O. E., 1975, *Markets and Hierarchies: Analysis and Antitrust Implications: A Study in the Economics of Internal Organizations*, New York: The Free Press.

Wolf M., 2014, *Opportunist Shareholders Must Embrace Commitment*, "Financial Times", August 26.

Spis treści/Contents

Kalendarium przewodu doktorskiego	5
Życiorys	7
Laudacja	17
Recenzje	24
Wykład	44
Calendarium of the doctor honoris causa procedure	67
Biography	69
Laudation	79
Reviews	86
Lecture	105
Wykaz publikacji/List of publications	126

© Copyright by Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
Wrocław 2023

Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu
ul. Komandorska 118/120
53-345 Wrocław

Publishing House of Wrocław University of Economics and Business
Komandorska 118/120
53-345 Wrocław

ISBN 978-83-67400-97-8