

**EKSPANSJA ZAGRANICZNA  
PRZEDSIĘBIORSTW  
W WARUNKACH KONKURENCJI  
MIĘDZYNARODOWEJ**



Joanna Bednarz  
Sylwia Pangsy-Kania  
Hanna Treder

**EKSPANSJA ZAGRANICZNA  
PRZEDSIĘBIORSTW  
W WARUNKACH KONKURENCJI  
MIĘDZYNARODOWEJ**

Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego  
Gdańsk 2020

Recenzenci  
dr hab. Alina Grynia

Redakcja wydawnicza  
Jolanta Stecewicz

Projekt okładki i stron tytułowych  
Filip Sendal

Skład i łamanie  
Urszula Jędryczka

Publikacja sfinansowana ze środków Prorektora ds. Badań Naukowych  
Uniwersytetu Gdańskiego oraz Wydziału Ekonomicznego Uniwersytetu Gdańskiego

© Copyright by Uniwersytet Gdański  
Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego

ISBN 978-83-8206-130-7

Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego  
ul. Armii Krajowej 119/121, 81-824 Sopot  
tel./fax 58 523 11 37, tel. 725 991 206  
e-mail: [wydawnictwo@ug.edu.pl](mailto:wydawnictwo@ug.edu.pl)  
[www.wyd.ug.edu.pl](http://www.wyd.ug.edu.pl)

Księgarnia internetowa: [www.kiw.ug.edu.pl](http://www.kiw.ug.edu.pl)

Druk i oprawa  
Zakład Poligrafii Uniwersytetu Gdańskiego  
ul. Armii Krajowej 119/121, 81-824 Sopot  
tel. 58 523 14 49; fax 58 551 05 32

## SPIS TREŚCI

PRZEDMOWA .....	7
1. ZNACZENIE KONKURENCYJNOŚCI GOSPODARKI NARODOWEJ W BUDOWANIU POTENCJAŁU PODMIOTÓW GOSPODARCZYCH W OTOCZENIU MIĘDZYNARODOWYM .....	11
1.1. Istota międzynarodowej konkurencyjności gospodarki .....	11
1.2. Klasyczne i neoklasyczne przesłanki rozwoju handlu oraz źródła osiągnięcia przewagi konkurencyjnej państwa .....	16
1.3. Współczesne ujęcie konkurencyjności międzynarodowej poprzez uczestnictwo w handlu międzynarodowym .....	20
1.4. Uwarunkowania konkurencyjności gospodarki .....	29
1.5. Miary międzynarodowej pozycji oraz zdolności konkurencyjnej gospodarek narodowych .....	33
1.6. Wpływ stabilności makroekonomicznej na międzynarodową konkurencyjność gospodarki narodowej .....	43
2. DETERMINANTY KONKURENCYJNOŚCI PRZEDSIĘBIORSTW W PROCESIE EKSPANSJI ZAGRANICZNEJ .....	49
2.1. Istota, przesłanki i formy ekspansji zagranicznej przedsiębiorstw ....	49
2.2. Elementy systemu konkurencyjności podmiotów gospodarczych ...	56
2.3. Uwarunkowania konkurencyjności podmiotów gospodarczych ....	60
2.4. Potencjał konkurencyjny przedsiębiorstw na rynkach zagranicznych .....	65
2.5. Strategie konkurencji według M.E. Portera .....	72
2.6. Instrumenty konkurowania przedsiębiorstw w otoczeniu rynku międzynarodowego .....	75

3.	KSZTAŁTOWANIE RELACJI KONKURENCYJNYCH POMIĘDZY UCZESTNIKAMI RYNKU MIĘDZYNARODOWEGO Z ZASTOSOWANIEM ZWYCZAJÓW HANDLOWYCH .....	79
3.1.	Rynek jako otoczenie ekonomiczne wymiany handlowej z zagranicą ...	79
3.2.	Pojęcie i znaczenie zwyczajów handlowych w praktyce wymiany międzynarodowej .....	82
3.3.	Zwyczaje handlowe jako podstawa kształtowania warunków kontraktowych .....	87
3.4.	Zagospodarowanie ryzyka transakcyjnego przy zastosowaniu zwyczajowych metod kształtowania relacji ekonomicznych z partnerami zagranicznymi .....	98
3.5.	Zastosowanie zwyczajowych warunków ubezpieczenia w przebiegu transakcji handlowych .....	108
4.	ASPEKTY MARKETINGOWE ROZWIJANIA DZIAŁALNOŚCI PODMIOTÓW GOSPODARCZYCH NA RYNKACH ZAGRANICZNYCH .....	119
4.1.	Strategie internacjonalizacji podmiotów gospodarczych .....	119
4.2.	Zarządzanie produktami adresowanymi na rynki zagraniczne .....	122
4.3.	Polityka marki w handlu zagranicznym .....	129
4.4.	Kształtowanie cen w handlu międzynarodowym .....	135
4.5.	Uwarunkowania komunikacji marketingowej przedsiębiorstw w ujęciu międzynarodowym .....	139
5.	ZNACZENIE INNOWACYJNOŚCI W PROCESIE KREOWANIA POZYCJI RYNKOWEJ PRZEDSIĘBIORSTWA W OTOCZENIU MIĘDZYNARODOWYM .....	143
5.1.	Innowacyjność wybranych krajów na tle ich pozycji konkurencyjnej .....	143
5.2.	Istota innowacyjności jako podstawy kształtowania przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa .....	148
5.3.	Rodzaje i charakter innowacji .....	154
5.4.	Cechy innowacyjnego przedsiębiorstwa .....	161
5.5.	Determinanty aktywności przedsiębiorstw w zakresie podejmowania przedsięwzięć innowacyjnych .....	165
5.6.	Pomiar i kryteria oceny aktywności innowacyjnej przedsiębiorstw ..	174
5.7.	Wpływ innowacyjności na pozycję rynkową przedsiębiorstwa w otoczeniu międzynarodowym .....	180
	BIBLIOGRAFIA .....	185
	SPIS TABEL .....	201
	SPIS RYSUNKÓW .....	202