

---

# SPIS TREŚCI

---

|                                                                                                                                                                     |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Wstęp .....                                                                                                                                                         | 11 |
| <b>Rozdział 1. DYSTANS PSYCHICZNY JAKO KATEGORIA TEORETYCZNA<br/>ORAZ OBSZAR BADAWCZY</b> .....                                                                     | 27 |
| 1.1. Teoretyczne perspektywy internacjonalizacji<br>przedsiębiorstw .....                                                                                           | 28 |
| 1.2. Dystans psychiczny w etapowym modelu internacjonalizacji .....                                                                                                 | 34 |
| 1.3. Definicje dystansu psychicznego i sposoby pomiaru .....                                                                                                        | 49 |
| 1.4. Główne nurty badań dystansu psychicznego .....                                                                                                                 | 61 |
| Dystans psychiczny a przebieg procesu umiędzynarodowienia<br>(wyбір rynku zagranicznego, wybór sposobu wejścia, sekwencja) .....                                    | 65 |
| Dystans psychiczny a wyniki na rynkach zagranicznych .....                                                                                                          | 70 |
| Dystans psychiczny a adaptacja do rynku zagranicznego .....                                                                                                         | 72 |
| Dystans psychiczny a uwarunkowania postrzeganego dystansu .....                                                                                                     | 74 |
| Dystans psychiczny a relacje z partnerem zagranicznym .....                                                                                                         | 76 |
| Dystans psychiczny a miękkie aspekty zarządzania .....                                                                                                              | 77 |
| Dystans psychiczny a sposoby pokonywania trudności wynikających z odmienności<br>rynków .....                                                                       | 80 |
| 1.5. Efekty na rynkach zagranicznych: filary perspektywy strategicznej<br>i rodzaje barier („kosztów”) .....                                                        | 83 |
| <b>Rozdział 2. MODEL I METODA BADAŃ</b> .....                                                                                                                       | 93 |
| 2.1. Luka badawcza – kompleksowość zależności, kontekst i mechanizmy<br>ograniczające wpływ dystansu psychicznego na ekspansję<br>zagraniczną przedsiębiorstw ..... | 93 |
| 2.2. Cele, pytania i model konceptualny .....                                                                                                                       | 96 |

|                                                                                    |     |
|------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 2.3. Logika modelu konceptualnego .....                                            | 98  |
| Hipotezy replikujące dotychczasowy dorobek teoretyczny<br>w nowym kontekście ..... | 99  |
| Hipotezy poszerzające dotychczasowy dorobek teoretyczny .....                      | 102 |
| 2.4. Metody badawcze .....                                                         | 105 |
| Metody mieszane: łączenie metod ilościowych i jakościowych .....                   | 105 |
| Proces badawczy .....                                                              | 109 |

### **Rozdział 3. DYSTANS PSYCHICZNY I SPOSOBY JEGO POKONYWANIA W ŚWIELE WYNIKÓW BADAŃ ILOŚCIOWYCH .....**

|                                                                                                                                                                           |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 3.1. Próba badawcza .....                                                                                                                                                 | 114 |
| 3.2. Operacjonalizacja zmiennych .....                                                                                                                                    | 119 |
| 3.3. Modele równań strukturalnych (SEM) .....                                                                                                                             | 130 |
| 3.4. Wpływ dystansu psychicznego na wyniki osiągnięte na rynkach<br>zagranicznych: estymowanie modelu konceptualnego z wykorzystaniem<br>modelowania strukturalnego ..... | 132 |
| Model strukturalny dla całej próby .....                                                                                                                                  | 132 |
| Modelowanie strukturalne w podgrupach branżowych .....                                                                                                                    | 138 |
| 3.5. Ocena wyników: weryfikacja hipotez z modelu konceptualnego .....                                                                                                     | 141 |
| 3.6. Znaczenie kontekstu: analiza różnic na poziomie głównych zmiennych<br>w grupach branżowych .....                                                                     | 145 |
| Dystans psychiczny .....                                                                                                                                                  | 147 |
| Reakcja na dystans i zakres instrumentów .....                                                                                                                            | 152 |
| Adaptacja do rynku zagranicznego .....                                                                                                                                    | 159 |
| 3.7. Podsumowanie badań ilościowych .....                                                                                                                                 | 161 |

### **Rozdział 4. MECHANIZMY POKONYWANIA DYSTANSU W ŚWIELE WYNIKÓW BADAŃ JAKOŚCIOWYCH .....**

|                                                                                         |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 4.1. Studium przypadku jako metoda badawcza .....                                       | 174 |
| 4.2. Dobór przedsiębiorstw, źródła danych i analiza materiału<br>empirycznego .....     | 177 |
| 4.3. Profile badanych przedsiębiorstw i charakterystyka ekspansji<br>zagranicznej ..... | 185 |
| 4.4. Dystans kulturowy .....                                                            | 189 |
| Postrzegana kulturowa odmienność rynków .....                                           | 189 |
| Pokonywanie dystansu kulturowego .....                                                  | 204 |
| Wpływ dystansu kulturowego na wybory strategiczne .....                                 | 215 |
| 4.5. Dystans administracyjny .....                                                      | 219 |

|                                                                          |     |
|--------------------------------------------------------------------------|-----|
| Postrzegana administracyjna odmienność rynków .....                      | 219 |
| Protekcjonizm, związki zawodowe i podatki .....                          | 225 |
| Pokonywanie dystansu administracyjnego .....                             | 229 |
| Wpływ dystansu administracyjnego na wybory strategiczne .....            | 232 |
| 4.6. Dystans geograficzny .....                                          | 235 |
| Postrzegana geograficzna odmienność rynków .....                         | 235 |
| Pokonywanie dystansu geograficznego .....                                | 239 |
| Wpływ dystansu geograficznego na wybory strategiczne .....               | 244 |
| 4.7. Dystans gospodarczo-technologiczny .....                            | 247 |
| Postrzegana gospodarczo-technologiczna odmienność rynków .....           | 247 |
| Pokonywanie dystansu gospodarczo-technologicznego .....                  | 256 |
| Wpływ dystansu gospodarczo-technologicznego na wybory strategiczne ..... | 263 |
| 4.8. Podsumowanie badań jakościowych .....                               | 267 |
| Wpływ dystansu na kluczowe wybory strategii internacjonalizacji .....    | 268 |
| Typy mechanizmów pokonywania dystansu .....                              | 272 |

## **Rozdział 5. MODEL POKONYWANIA DYSTANSU W EKSPANSJI ZAGRANICZNEJ .....**

|                                                                          |     |
|--------------------------------------------------------------------------|-----|
| 5.1. Sposoby i mechanizmy pokonywania dystansu – model teoretyczny ..... | 285 |
| 5.2. Wkład w teorię internacjonalizacji przedsiębiorstw .....            | 298 |
| 5.3. Wkład w praktykę zarządzania .....                                  | 301 |
| 5.4. Ograniczenia modelu i kierunki dalszych badań .....                 | 302 |

## **Załączniki .....**

|                                                                                                       |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Załącznik 1. Przegląd badań uwzględniających dystans psychiczny,<br>opublikowanych do 2017 roku ..... | 305 |
| Załącznik 2. Kwestionariusz badawczy do badań ilościowych .....                                       | 324 |
| Załącznik 3. Klasyfikacja technologiczna branż produkcyjnych .....                                    | 333 |
| Załącznik 4. Kategorie instrumentów – wyniki modelowania<br>strukturalnego w grupach branżowych ..... | 337 |
| Załącznik 5. Przypadek A (Grupa Nowy Styl) .....                                                      | 342 |
| Załącznik 6. Przypadek B (Granna) .....                                                               | 349 |
| Załącznik 7. Przypadek C (Aplisens SA) .....                                                          | 353 |
| Załącznik 8. Przypadek D (Lechpol) .....                                                              | 360 |

## **Bibliografia .....**

## **Spis rysunków .....**

## **Spis tabel .....**