

MARIA SPRINGER

75199

Studia Licencjackie

Biznes Globalny, Finanse i Zarządzanie

Konspekt pracy licencjackiej

Temat:

Internacjonalizacja zagranicznych przedsiębiorstw w na rynku polskim na przykładzie marki Volkswagen

Wstęp

1. Internacjonalizacja przedsiębiorstw w ujęciu teoretycznym
2. Przebieg ekspansji zagranicznej
3. Polska branża motoryzacyjna jako miejsce do inwestycji zagranicznych
4. Obecność grupy Volkswagen w Polsce

Zakończenie

SPIS TREŚCI

Rozdział 1. Internacjonalizacja przedsiębiorstw w ujęciu teoretycznym

1.1 Kwestie definicyjne

1.2 Przedsiębiorstwa międzynarodowe

1.3 Wybrane modele internacjonalizacji

1.3.1 Model Uppsalski

1.3.2 OLI Model

Rozdział 2. Przebieg ekspansji zagranicznej

2.1 Strategie internacjonalizacji

2.1.1 Formy niekapitałowe

2.1.2 Formy kapitałowe

2.2 Uwarunkowania ekspansji zagranicznej

2.2.1 Motywy internacjonalizacji

2.2.2 Bariery internacjonalizacji

Rozdział 3. Polska branża motoryzacyjna jako miejsce do inwestycji zagranicznych

3.1 Charakterystyka rynku polskiego

3.2 Bezpośrednie inwestycje zagraniczne w Polsce

3.3 Rynek motoryzacyjny w Polsce

Rozdział 4. Obecność grupy Volkswagen w Polsce

4.1 Debiut marki na rynku polskim

4.2 Dynamiczny rozwój działalności koncernu

4.3 Przyszłość Volkswagena

4.3.1 Dalsza rozbudowa zakładu w Polsce

4.3.2 Era elektromobilności w Polsce

Cel główny

przedstawienie i ocena procesu internacjonalizacji zagranicznych przedsiębiorstw na rynku polskim na przykładzie marki Volkswagen

Cele poboczne

charakteryzacja rynku polskiego jako miejsca do inwestycji zagranicznych, ze szczególnym wyróżnieniem branży motoryzacyjnej

Wykorzystane materiały

Literatura przedmiotu, artykuły naukowe, publikacje, źródła internetowe

Uzasadnienie wybranego tematu

Aktualność tematu elektromobilności, zainteresowanie branżą motoryzacyjną

Czynniki przyciągające inwestorów zagranicznych do Polski na podstawie badania „Klimat inwestycyjny w Polsce”

Tabela 2. Ocena 26 czynników wpływających na klimat inwestycyjny w Polsce.

	Czynnik	Wynik od 1 do 5
1.	Stabilność gospodarcza	4,01
2.	Wielkość rynku wewnętrznego	3,94
3.	Dostępność materiałów i komponentów	3,89
4.	Współpraca z administracją lokalną	3,79
5.	Wydajność pracy	3,77
6.	Kultura organizacyjna firm działających na rynku	3,77
7.	Lojalność pracowników	3,77
8.	Stan infrastruktury	3,74

Czynniki najslabiej oceniane przez inwestorów zagranicznych na podstawie badania „Klimat inwestycyjny w Polsce”

17.	Proces nabywania nieruchomości	3,38
18.	Współpraca z administracją centralną	3,38
19.	Stabilność polityczna	3,33
20.	Proces uzyskiwania licencji i/lub koncesji	3,30
21.	Uciążliwość inspekcji i kontroli	3,24
22.	Jasność i spójność przepisów prawnych	3,20
23.	Wysokość obciążeń fiskalnych	3,02
24.	Formalności związane z podatkami	2,91
25.	Efektywność sądownictwa gospodarczego	2,84
26.	Stołość i przewidywalność prawa	2,75
	Wynik średni	3,47

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników 11. edycji badania „Klimat inwestycyjny w Polsce”.

WNIOSKI

Ogólne:

- Napływ bezpośrednich inwestycji zagranicznych stale rośnie od momentu przystąpienia Polski do Unii Europejskiej – najczęściej BIZ trafia do branży motoryzacyjnej
- Polska jako atrakcyjne miejsce dla zagranicznych inwestorów – główne powody: stabilność makroekonomiczna, duży rynek zbyty, dostęp do materiałów i komponentów

Dotyczące marki Volkswagen:

- Dynamiczna rozbudowa przedsiębiorstwa Volkswagen na przestrzeni 30 lat ugruntowała silną pozycję marki na rynku polskim.
- Obecnie wyzwaniem dla koncernu jest dostosowanie produktów do dynamiki zmieniającego się świata, wykorzystując przy tym potencjał Polski, jako miejsca do inwestycji.
- Duże szanse dla rozwoju elektromobilności w Polsce
- Otwartość Polski na innowacyjne rozwiązania wprowadzane przez markę