

## Spis treści

Wstęp . . . . .	9
-----------------	---

### I. Specyfika powiązań regionalnych w Azji i Pacyfiku

<b>Paweł Szwiec:</b> Integracja w Azji Wschodniej – geneza, przejawy, skutki, perspektywy . . . . .	13
<b>Zbigniew Olesiński:</b> Mechanizm organizacyjny procesów integracyjnych w Azji Południowo-Wschodniej . . . . .	21
<b>Malgorzata Pietrasiak:</b> ASEAN-6 i ASEAN-4: problemy na drodze do integracji regionu Azji Południowo-Wschodniej . . . . .	31
<b>Katarzyna A. Nawrot:</b> Proces integracji regionalnej państw ASEAN . . . . .	46
<b>Ewa Oziewicz:</b> Nowy regionalizm azjatycki z perspektywy ASEAN . . . . .	55
<b>Krystyna Żołądkiewicz:</b> Integracja ekonomiczna w regionie Pacyfiku na przykładzie Strefy Wolnego Handlu Australii i Nowej Zelandii . . . . .	64
<b>Anna Calek:</b> Perspektywy rozwoju gospodarczego mikropaństw Południowego Pacyfiku w ramach ugrupowania integracyjnego SPARTECA . . . . .	76
<b>Karolina Klecha-Tylec:</b> Wschodni Obszar Wzrostu ASEAN jako przykład współpracy subregionalnej . . . . .	84
<b>Malgorzata Dziembała:</b> Stosunki gospodarcze i polityczne Unii Europejskiej z krajami ASEAN na początku XXI wieku . . . . .	94
<b>Katarzyna Żukrowska:</b> Stan zaawansowania integracji w ramach ASEAN a stosunki z Unią Europejską . . . . .	106

### II. Płaszczyzny i obszary współpracy regionalnej w Azji i Pacyfiku

<b>Mariusz Szuster:</b> Przesłanki lokalizacji produkcji w krajach azjatyckich . . . . .	123
<b>Jarosław Brach:</b> Zagrożenie ze strony chińskich i indyjskich producentów ciężarówek dla liderów europejskich . . . . .	130
<b>Edyta Pawlak:</b> Liberalizacja handlu jako czynnik rozwoju ugrupowań integracyjnych rejonu Azji i Pacyfiku . . . . .	146
<b>Monika Wyrzykowska:</b> Bezpośrednie inwestycje zagraniczne w Chinach a bezpośrednie inwestycje Chińskiej Republiki Ludowej – najnowsze trendy i perspektywy . . . . .	155
<b>Sebastian Domżałski:</b> Zagraniczne inwestycje bezpośrednie w gospodarce Malezji na tle państw Azji Południowo-Wschodniej . . . . .	165

<b>Iwona Pawlas:</b> Azja jako obszar funkcjonowania korporacji transnarodowych w zakresie działalności badawczo-rozwojowej . . . . .	175
<b>Bogusława Drelich-Skulska:</b> Powiązania sieciowe przedsiębiorstw w regionie Azji i Pacyfiku . . . . .	182
<b>Elżbieta Pleśniak:</b> Usługi outsourcingowe w Indiach . . . . .	195
<b>Szymon Mazurek:</b> Giełdy papierów wartościowych w regionie Azji i Pacyfiku . . . . .	206
<b>Łukasz Fijałkowski:</b> Regionalny wymiar bezpieczeństwa w Azji Południowo-Wschodniej. Idea Wspólnoty ASEAN w świetle koncepcji wspólnot bezpieczeństwa . . . . .	216
<b>Paweł Łyszczak:</b> Rywalizacja o zasoby surowców energetycznych w basenie Morza Południowochińskiego . . . . .	226

### III. Makroekonomiczny wymiar procesów integracyjnych w Azji i Pacyfiku

<b>Sebastian Bobowski, Marcin Haberla:</b> Indie – narodziny drugiego azjatyckiego giganta? . . . . .	237
<b>Małgorzata Domiter:</b> Znaczenie polityki handlowej Japonii dla jej dominującej pozycji w regionie Azji i Pacyfiku . . . . .	246
<b>Anna Jankowiak:</b> Znaczenie ekonomiczne Hongkongu w regionie Azji i Pacyfiku . . . . .	261
<b>Aleksandra Kuźmińska:</b> Brand China – wizerunek Chin w świecie w świetle rankingu Anholt Nation Brands Index . . . . .	273
<b>Patrycja Stermach:</b> Ocena ryzyka państw ASEAN na podstawie metody klasyfikacji ryzyka kraju ( <i>The Country Risk Classification Method – CRCM</i> ) . . . . .	282

### IV. Społeczne i kulturowe wymiary procesów integracyjnych

<b>Małgorzata Bartosik-Purgat:</b> Kultura i konsument w świetle procesów globalnego rynku . . . . .	293
<b>Tadeusz Sporek:</b> Społeczne problemy współczesnego świata – dylematy ochrony środowiska . . . . .	305
<b>Bogusław Bembenek:</b> Japońskie grupy <i>keiretsu</i> w świetle koncepcji kapitału społecznego . . . . .	315

### Summaries

<b>Paweł Szwiec:</b> Integration in East Asia – causes, indications, outcomes, perspectives . . . . .	20
<b>Zbigniew Olesiński:</b> Organizational mechanism of integrative processes in South-East Asia . . . . .	30

<b>Malgorzata Pietrasiak:</b> ASEAN-6 and ASEAN-4: Problems on the way to the integration of South East Asia region . . . . .	45
<b>Katarzyna A. Nawrot:</b> Process of regional integration in ASEAN countries	54
<b>Ewa Oziewicz:</b> New Asian regionalism from the ASEAN perspective . . . . .	63
<b>Krystyna Żołądkiewicz:</b> Economic integration in Pacific Region on the example of Australia New Zealand Closer Economic Relations Trade Agreement . . . . .	75
<b>Anna Calek:</b> The perspectives of economic development of the micro-states of South Pacific integration group SPARTECA . . . . .	83
<b>Karolina Klecha-Tylec:</b> BIMP-EAGA as an example of subregional co-operation . . . . .	93
<b>Malgorzata Dziębala:</b> Economic and political relations between the European Union and ASEAN countries at the beginning of the 21 <sup>st</sup> century	105
<b>Katarzyna Żukrowska:</b> ASEAN integration progress and relations with the European Union . . . . .	120
<b>Mariusz Szuster:</b> The circumstances of manufacturing localization in Asian countries . . . . .	129
<b>Jarosław Brach:</b> Are Chinese and Indian truck makers able to threaten today's, especially European leaders? . . . . .	145
<b>Edyta Pawlak:</b> Liberalization of trade as a factor stimulating development of integrative groups of Asia and Pacific region . . . . .	154
<b>Monika Wyrzykowska:</b> FDI in China and China's FDI – new trends and prospects . . . . .	164
<b>Sebastian Domżański:</b> Foreign direct investment in Malaysia against Southeast Asia . . . . .	174
<b>Iwona Pawlas:</b> Asia and R&D activity of transnational corporations . . . . .	181
<b>Bogusława Drelich-Skulska:</b> Business networks in Asia and Pacific region	194
<b>Elżbieta Pleśniak:</b> Outsourcing services in India . . . . .	205
<b>Szymon Mazurek:</b> Stock exchanges in Asia and Pacific . . . . .	215
<b>Łukasz Fijałkowski:</b> Regional dimension of security in Southeast Asia. The project of ASEAN Community and the notion of security community . . . . .	225
<b>Paweł Łyszczak:</b> Energy rivalry in the South China Sea . . . . .	234
<b>Sebastian Bobowski, Marcin Haberla:</b> India – birth of second Asian giant?	245
<b>Malgorzata Domiter:</b> Significance of Japan's trade policy for its dominant position in the Asia-Pacific region . . . . .	260
<b>Anna Jankowiak:</b> Hong Kong – the economic role in Asia-Pacific region . . . . .	272
<b>Aleksandra Kuźmińska:</b> Brand China – the image of China in the world according to Anholt Nation Brands Index . . . . .	281
<b>Patrycja Stermach:</b> The Association of Southeast Asian Nations in the OECD Country Risk Classification . . . . .	288

<b>Malgorzata Bartosik-Purgat:</b> Culture and consumer in the process of global market .....	304
<b>Tadeusz Sporek:</b> Social problems of the contemporary world – the dilemmas of environmental protection .....	314
<b>Bogusław Bembek:</b> Japanese <i>keiretsu</i> groups in the light of social capital conception .....	327

**Mariusz Szuster**

Akademia Ekonomiczna w Poznaniu

## **PRZESŁANKI LOKALIZACJI PRODUKCJI W KRAJACH AZJATYCKICH**

### **1. Wstęp**

Strategia lokalizacji produkcji w krajach rozwijających się ma prowadzić do obniżenia kosztów wytwarzania. Z tej możliwości korzystają głównie firmy konkurujące ceną. Można jednak spotkać wiele sytuacji, gdy strategia niskich kosztów wytwarzania nie przynosi właściwych efektów.

### **2. Czynniki lokalizacji działalności wytwórczej**

Dążenie do optymalizacji działań i redukcji kosztów, które są celem strategii wielu firm, powoduje, że poszukują one rozwiązań zwiększających ich przewagę konkurencyjną. Często łączy się to z przenoszeniem działalności produkcyjnej do innych krajów. W globalizującej się gospodarce firmy poszukują możliwości wytwarzania wyrobów w różnych częściach świata, a przenoszenie działalności wytwórczej w wymiarze międzynarodowym stopniowo staje się standardem. Zjawisko to jest potęgowane przez postępującą koncentrację działań wytwórczych i dystrybucyjnych w integrujących się gospodarkach. Motorem napędowym jest rosnąca liczba bezpośrednich inwestycji zagranicznych (BIZ) kierowanych do Chin i Indii oraz postępująca intensyfikacja wymiany handlowej. Kraje Azji stają się głównym konkurentem dla Europy i Ameryki Południowej, których pozycja jest coraz bardziej zagrożona utratą przewagi rynkowej na rzecz tańszej siły roboczej z Azji. Producenci azjatyccy zaopatrują bowiem te same rynki, co wytwórcy działający w Ameryce Południowej<sup>1</sup>. Wpływ konkurencji z Azji odczuwalny jest także w Europie i Ameryce Północnej.

---

<sup>1</sup> Raport Freight Forecast 2005-2009, <http://www.iata.org/NR/rdonlyes/CC8F53FF-D587-4C7A-8CDA-1E9F5835531E/0/PressPackPassengerandFreightForecast20052009.pdf> (grudzień 2007).

Działania te przekładają się na decyzje dotyczące wyboru dostawców, lokalizacji fabryk czy też wyboru kanałów dystrybucji. Szczególnie w odniesieniu do lokalizacji produkcji możliwość obniżenia kosztów wytwarzania poprzez przeniesienie działalności do krajów o tańszej sile roboczej przyspieszyła masową migrację wytwórców z krajów rozwiniętych do krajów rozwijających się. Krajem, który bez wątplenia kojarzy się z tanią siłą roboczą, są Chiny. Coraz więcej produktów oferowanych na rynkach UE i USA pochodzi z tego kraju. Jest to efekt działań inwestycyjnych, które opierają się na obniżaniu kosztów i orientacji na działalność eksportową.

W Chinach BIZ lokowane są głównie w przemyśle, a dokładnie w pracochłonnym przetwórstwie. Chiny odgrywają dominującą rolę w produkcji wielu wyrobów przemysłowych, dostarczając na światowy rynek 80% produkcji traktorów, 75% zabawek i zegarków, 70% odtwarzaczy DVD, 60% rowerów, 58% ubrań i 33% telefonów komórkowych.<sup>2</sup> W Chinach produkuje się więcej cementu, złota i stali niż w jakimkolwiek kraju na świecie. Inne produkty sprowadzane stamtąd to komputery, obuwie i narzędzia. Coraz więcej jest chińskich kosmetyków i artykułów higienicznych.

Strategia oparta na wykorzystaniu taniej siły roboczej nie zawsze jest jednak odpowiednia dla specyficznych wyrobów i warunków panujących na rynku. Strategie mające w założeniach niskie koszty mogą okazać się mniej efektywne i na dodatek droższe niż pierwotnie zakładano. W produkcji wielu towarów nacisk na niższe koszty wytwarzania może doprowadzić do niewspółmiernie wysokich kosztów logistycznych i dłuższego czasu dostawy. Na przykład wielu wydawców książek przeniosło ich wydruk do Chin, czasopisma i magazyny są jednak drukowane w USA lub w Europie<sup>3</sup>. Przyczyną jest głównie czas transportu i wysoki koszt przewozu.

Nieco inaczej wygląda sytuacja w branży samochodów i artykułów gospodarstwa domowego, jak pralki, lodówki i kuchenki. Napływ BIZ skierowany do tych sektorów, zwłaszcza ukierunkowanych na rynek wewnętrzny, jest w początkowej fazie wzrostu. Według statystyk rządowych w Chinach w 2007 r. wyprodukowano 8,8 mln samochodów (o 22% więcej niż w 2006 roku)<sup>4</sup>. To wciąż dużo mniej niż w USA. Jednak zdaniem wielu analityków w 2012 r. Chiny osiągną poziom USA pod względem produkcji samochodów. O ile import aut z Chin nie stanowi na razie imponujących wielkości (jedną z przyczyn są koszty logistyczne, drugą niska jakość oferowanych wyrobów), o tyle części zamienne do samochodów sprowadzane są stamtąd coraz powszechniej.

<sup>2</sup> <http://gbk.net.pl/articles.php?lng=pl&pg=537> (marzec 2008).

<sup>3</sup> B. Wingfield, *Not yet made in China*, [www.forbes.com](http://www.forbes.com) (marzec 2008).

<sup>4</sup> <http://finanse.wp.pl/POD,35,wid,9778361,prasa.html?rfbawp=1206091340.318&ticaid=1591b> (marzec 2008).

### 3. Różnice w preferencjach wytwórców

Rodzi się pytanie, dlaczego Chiny nie są światowym centrum produkcji dużego sprzętu AGD (pralki, lodówki). Po pierwsze, ich jakość w porównaniu z wyrobami wykonywanymi w UE czy w USA jest wciąż niska. Po drugie, bliskość klientów i możliwość szybkiej reakcji na zmiany popytu powoduje, że producenci AGD nie przenoszą się do Chin, gdzie mieliby szansę na obniżkę kosztów. Obniżka dotyczyłaby jednak tylko kosztów produkcji, równoważonych przez wzrost kosztu zapasu wyrobów gotowych. Kolejny kłopot to brak elastyczności, powodujący niższy poziom obsługi klienta, oraz wysokie koszty transportu połączone z ryzykiem uszkodzeń podczas czynności spedycyjnych. Bardziej skomplikowana organizacja łańcucha dostaw sprawia, że prawie nieuniknione są komplikacje przy organizowaniu i koordynowaniu przewozów od oddalonych dostawców. Słabsze powiązania z dostawcami lub podwykonawcami i ich geograficzne oddalenie powodują wydłużenie czasu reakcji na zgłaszany popyt. Potwierdza to przykład z branży budowlanej. Zakup elementów wykończeniowych sprowadzanych z Chin łączył się z długim oczekiwaniem i odległym terminem dostaw. Standardowy czas od złożenia zamówienia do odbioru wynosił nawet 3 miesiące. O ile w branży budowlanej jest to do zaakceptowania, o tyle w firmach oferujących wyroby stanowiące najnowsze osiągnięcia techniki czas (i szybkość reakcji) jest krytycznym czynnikiem strategii. Elastyczność łańcucha dostaw jest kluczem do zaspokojenia popytu na produkty nowatorskie, które jako pierwsze pojawiają się na rynku. Innowacyjne produkty mają w zasadzie nieprzewidywalny popyt i krótki cykl życia. Oznacza to znacznie większe ryzyko przy wprowadzaniu na rynek, ponieważ nowinki techniczne szybko znajdują naśladowców.

Doskonałym przykładem jest znany producent wyrobów elektronicznych. W firmie Sony stwierdzono, że wcześniejsza decyzja o uruchomieniu produkcji wideo kamer i cyfrowych aparatów fotograficznych w Chinach się nie sprawdza. Okazało się, że chińska baza produkcyjna jest niewystarczająca pod względem elastyczności zdolności produkcyjnych. W efekcie w 2002 r. koncern przeniósł produkcję obu tych produktów z Chin do Japonii, ponieważ niskokosztowi wytwórcy nie byli w stanie zapewnić tej kluczowej zdolności<sup>5</sup>. Zasoby bazujące na fachowej wiedzy i specjalistycznych umiejętnościach technicznych były zlokalizowane i dostępne w Japonii. Zdecydowano, że struktura przepływów ma opierać się na sieci firm (kooperantów), które są zdolne szybko reagować na zamówienie. Ich przewaga konkurencyjna wynika z gotowości do podjęcia działań i współtworzenia wartości dodanej. Wynika też z możliwości połączenia zdolności produkcyjnych przy wykorzystaniu zewnętrznych zasobów firm będących potencjalnymi kooperantami. Wymaga to skoordynowania działań wytwórczych i czynności logi-

---

<sup>5</sup> M. Christopher, H. Peck, D. Towill, *A taxonomy for selecting global supply chain strategies*, „The International Journal of Logistics Management” 2006 nr 2, s. 283.

stycznych oraz bieżącego informowania o dostępnych zdolnościach produkcyjnych i możliwościach dostosowania do oczekiwań klienta. Celem jest sprostanie popytowi w zmiennych i nieprzewidywalnych warunkach, a kluczową cechą jest elastyczność ilościowa i asortymentowa.

Takie podejście jest szczególnie istotne podczas organizowania przepływów, w których główną rolę odgrywają czas i niezawodność. Coraz powszechniejsze stosowanie praktyk zarządzania przepływem materiałów w trybie *just in time* doprowadziło do sytuacji, gdy wiele firm zmienia swoją strategię działania. Wdrażanie elastycznych systemów produkcji w firmach funkcjonujących według zasady *just in time* i strategii *quick response* powoduje, że strategia niskokosztowa nie zawsze jest optymalna. Produkty dostarczane w trybie *just in time*, takie jak komponenty do zestawów elektronicznych lub części zamienne do maszyn i urządzeń, także elementy potrzebne do wykonania wyrobu gotowego, wymagają szybkiego dostarczenia do punktu docelowego. Wielu wytwórców półprzewodników, którzy działają w przemyśle elektronicznym, jest pod silną presją konkurencyjną. W ich sytuacji czas jest kluczowym czynnikiem decydującym o konkurencyjności. Podobnie jest w branży motoryzacyjnej.

Korzyści ze strategii produkcji niskokosztowej zawodzą także w przypadku produktów o dużej sezonowości. Dostawcy musieliby gromadzić duże zapasy na podstawie niepewnych prognoz. Przykłady innych produktów konsumpcyjnych, w odniesieniu do których strategia wytwarzania w krajach o taniej sile roboczej może się nie sprawdzić, obejmują żywność, markową odzież i samochody. Dowodzi tego sytuacja na rynku win. Pomimo iż w Chinach od lat produkuje się te trunki, konsumenci preferują wina włoskie, francuskie i kalifornijskie, ostatnio zaś wina z Ameryki Południowej. Najpopularniejsze chińskie piwo Tsingtao jest słabo znane w Europie czy USA<sup>6</sup>.

Główni producenci odzieży są, co prawda, zlokalizowani w Chinach, Rumunii i Turcji, jednak dotyczy to głównie taniej odzieży kierowanej do supermarketów oraz odzieży sportowej. Chiny są liderem w produkcji taniej odzieży, np. T-shirtów, ale markowa odzież powstaje gdzie indziej. USA są liderem w produkcji dżinsów (szczególnie drogich, markowych), znakomite buty produkowane są we Włoszech, suknie i garnitury „z najwyższej półki” w Paryżu.

#### 4. Konsekwencje i prognozy

Chiny są traktowane jako miejsce idealne do wytwarzania produktów charakteryzujących się stabilnym i przewidywalnym popytem oraz długim cyklem życia. Jest to korzystne dla wielu mniej innowacyjnych firm, które skupiają się na zamówieniach bazujących na prognozach, wytwarzających wyroby oparte na powszechnie wykorzystywanych technologiach. Dla innych, szczególnie tych określanych

---

<sup>6</sup> B. Wingfield, Not yet made in China, [www.forbes.com](http://www.forbes.com) (marzec 2008).



jako innowacyjne, może to nie być właściwe rozwiązanie. Minusy lokowania w Chinach to także słaba jakość usług logistycznych oraz ryzyko i koszty związane z przemieszczaniem pomiędzy regionami.

Powoduje to, że pomimo przewagi kosztowej, Chiny nie są liderem w przyciąganiu nowych inwestycji. W roku 2006 napływ BIZ do krajów rozwiniętych wzrósł o 45% w stosunku do 2005 r. i osiągnął wartość 857 mld USD, napływ do krajów rozwijających się wzrósł o 21% i wyniósł 379 mld USD<sup>7</sup>. W roku 2006 największy napływ BIZ odnotowały USA: 175 mld USD, następnie Wielka Brytania: 160 mld, Chiny 112 mld i Francja 81 mld USD. Należy zwrócić uwagę, że licząc osobno Chiny i Hongkong, dla samych Chin odnotowano spadek z 72 mld USD w 2005 r. do 69 mld USD w 2006 r., natomiast dla Hongkongu zanotowano wzrost z 34 mld do 43 mld USD<sup>8</sup>. Istotne jest, że większość inwestycji w Chinach (ok. 70% wartości) pochodzi z krajów Azji Wschodniej, np. z Tajwanu i Japonii.

Spośród krajów rozwiniętych zaskakujący jest niewielki napływ inwestycji do Japonii. Niski poziom BIZ w tym kraju jest spowodowany przez bardzo wysokie koszty ukryte. Do nich można zaliczyć barierę językową, sztywne i rygorystyczne procedury celne, standardy i normy oraz skomplikowane wewnętrzne regulacje i przepisy dotyczące sposobu prowadzenia działalności (bariery biurokratyczne). Specyficzna jest także aktywność japońskich inwestorów. Na przykład w 29 regionach Chin przeanalizowano lokalizację 229 nowych japońskich inwestycji, realizowanych przez podmioty gospodarcze z branży elektronicznej<sup>9</sup>. Odkryto, że największym zainteresowaniem cieszą się te regiony, w których działały już wytwórnie sprzętu elektronicznego. Jest to szczególnie widoczne, gdy działające fabryki są japońskie. Obecność producentów z innych krajów nie miała takiej siły przyciągania.

Prognozy dalszego rozwoju kluczowych rynków opracowane przez ekspertów (IATA) są następujące<sup>10</sup>. W regionie azjatyckim silny wzrost gospodarczy w Chinach będzie kontynuowany. Widoczna będzie także rosnąca aktywność w handlu międzynarodowym ze strony Indii. Główne kierunki oczekiwanego wzrostu handlu to wymiana między krajami Azji i Pacyfiku, szczególnie USA, z rosnącymi gospodarkami Chin i Indii. Motorem napędowym będzie wzrost liczby bezpośrednich inwestycji zagranicznych kierowanych do obu wymienionych krajów oraz dalsza intensyfikacja wymiany handlowej. Podczas gdy handel między UE i USA pozostanie najistotniejszy, największa część spodziewanego wzrostu przypadnie na wymianę z Azją.

---

<sup>7</sup> World Investment Report 2006, *FDI from developing countries and transition economies: implications for development*, United Nations, Nowy Jork-Genewa.

<sup>8</sup> [www.paiz.gov.pl/files/?id\\_plik=8949](http://www.paiz.gov.pl/files/?id_plik=8949) (grudzień 2007).

<sup>9</sup> T.H. Oum, J.H. Park, *Multinational firms location preference for regional distribution centers, focus on the Northeast Asian region*, „Transportation Research”, March 2004 nr 2, s. 105.

<sup>10</sup> Raport Freight Forecast 2005-2009, <http://www.iata.org/NR/rdonlyes/CC8F53FF-D587-4C7A-8CDA-1E9F5835531E/0/PressPackPassengerandFreightForecast20052009.pdf> (grudzień 2007).

Nie dla wszystkich krajów wymiana handlowa z Chinami to głównie import tanich komponentów. Szwajcaria jest jednym z kilku zaledwie krajów na świecie mających dodatni bilans handlowy z Chinami. Eksport obejmuje przede wszystkim wyroby chemiczne, farmaceutyki, precyzyjne instrumenty, zegarki i biżuterię, maszyny, aparaturę i elektronikę<sup>11</sup>. Co ciekawe, właśnie produkcja dla konsumentów chińskich może stać się motorem BIZ w tym regionie świata. Coraz więcej wskazuje na to, że kraj ten przekształci się w wielki rynek zbytu<sup>12</sup>. Spodziewana fala wzrostu zarobków w Chinach, rosnąca w tym kraju inflacja i zmiany kursu juana, w średnim i dłuższym okresie mogą doprowadzić do sytuacji, gdy Chiny stracą na znaczeniu jako kraj taniej siły roboczej. W roku 2007 inflacja w Chinach wyniosła 7,1%<sup>13</sup>. Oczekuje się, że w 2011 r. Chiny staną się największym światowym konsumentem – obecnie ten tytuł należy do USA.

## 5. Wnioski

W Chinach panują warunki dogodne do inwestowania dla firm wytwarzających wyroby oparte na powszechnie wykorzystywanych technologiach. Są to wytwórcy produktów charakteryzujących się stabilnym i przewidywalnym popytem oraz długim cyklem życia. Dla innych, bazujących na szybkim wdrażaniu innowacyjnych rozwiązań, może to być niewłaściwa strategia.

## Literatura

- Christopher M., Peck H., Towill D., *A taxonomy for selecting global supply chain strategies*, „The International Journal of Logistics Management” 2006 nr 2.
- Fung M. et. al., *The air cargo industry in China: Implications of globalization and WTO accession*, „Transportation Journal” 2005 nr 4.
- Harrison A., van Hoek R., *Logistics Management and Strategy*, Prentice Hall, Harlow 2005.
- <http://finanse.wp.pl/POD,35,wid,9778361,prasa.html?rfbawp=1206091340.318&ticaid=1591b> (marzec 2008).
- <http://gbk.net.pl/articles.php?lng=pl&pg=537> (marzec 2008).
- Oum T.H., Park J.H., *Multinational firms location preference for regional distribution centers, focus on the Northeast Asian region*, „Transportation Research”, March 2004 nr 2.
- Raport Freight Forecast 2005-2009, <http://www.iata.org/NR/rdonlyes/CC8F53FF-D587-4C7A-8CDA-1E9F5835531E/0/PressPackPassengerandFreightForecast20052009.pdf> (grudzień 2007).
- Wingfield B., *Areas where China is number 1*, [www.forbes.com](http://www.forbes.com) (marzec 2008).
- Wingfield B., *Not yet made in China*, [www.forbes.com](http://www.forbes.com) (marzec 2008).
- World Investment Report 2006, *FDI from developing countries and transition economies: implications for development*, United Nations, Nowy Jork-Genewa.
- [www.paiz.gov.pl/files/?id\\_plik=8949](http://www.paiz.gov.pl/files/?id_plik=8949) (grudzień 2007).

<sup>11</sup> <http://gbk.net.pl/articles.php?lng=pl&pg=537> (marzec 2008).

<sup>12</sup> B. Wingfield, *Areas where China is number 1*, [www.forbes.com](http://www.forbes.com) (marzec 2008).

<sup>13</sup> <http://finanse.wp.pl/POD,35,wid,9778361,prasa.html?rfbawp=1206091340.318&ticaid=1591b> (marzec 2008).

## THE CIRCUMSTANCES OF MANUFACTURING LOCALIZATION IN ASIAN COUNTRIES

### Summary

China is perceived as the low-cost labour country. Many manufacturers of clothes, toys, bikes and mobile phones have located their factories over there. For many sectors of industry China is a perfect place. But there are still many fields of economic activity where other countries offer better conditions. This concerns especially these companies which use rules *just in time* or *quick response*. Some examples will show results of different strategies.