

Nelly Daszkiewicz

Internacjonalizacja przedsiębiorstw z branż high-tech

Problemy Zarządzania 13/4, 68-81

2015

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Internacjonalizacja przedsiębiorstw z branż high-tech

Nadestany: 08.07.15 | Zaakceptowany do druku: 14.09.15

Nelly Daszkiewicz*

Już w latach 80. XX wieku dostrzeżono rosnącą grupę przedsiębiorstw działających przede wszystkim w branżach wysokich technologii, które wchodziły na rynki międzynarodowe szybciej niż firmy funkcjonujące w bardziej tradycyjnych branżach, a głównym źródłem ich przewagi konkurencyjnej była posiadana wiedza. Zaobserwowano też różnice w motywacji, celach, sposobach i intensywności internacjonalizacji firm z branż high-tech w porównaniu z przedsiębiorstwami działającymi w branżach tradycyjnych. Zapoczątkowane wówczas badania wczesnej i szybkiej internacjonalizacji przedsiębiorstw trwają do dzisiaj. W ostatnich latach, głównie pod wpływem zmian w otoczeniu biznesu, obserwujemy ich bardzo dynamiczny rozwój. Celem artykułu jest przedstawienie procesu internacjonalizacji firm funkcjonujących w branżach wysokich technologii¹. Artykuł ma charakter teoretyczny. Definiuje oraz przedstawia branże high-tech według różnych klasyfikacji oraz specyfikę przedsiębiorstw funkcjonujących w branżach wysokich technologii. W artykule opisano kluczowe teorie internacjonalizacji przedsiębiorstw, specyfikę internacjonalizacji firm z branż high-tech, przede wszystkim ich wczesną i szybką internacjonalizację, motywy i uwarunkowania oraz wybrane modele internacjonalizacji. W podsumowaniu artykułu wskazano dalsze kierunki badań.

Słowa kluczowe: internacjonalizacja przedsiębiorstw, high-techs.

Internationalization of High-Tech Enterprises

Submitted: 08.07.15 | Accepted: 14.09.15

In the 1980s a growing group of enterprises operating primarily in the high technology branches was recognized. These firms entered the international markets faster than enterprises operating in more traditional sectors. In addition, these firms gained a competitive advantage resulting from knowledge (knowledge-based competitive advantage). Moreover, significant differences in motivation, goals, methods, and intensity of internationalization of high-tech firms as compared to those operating in traditional sectors were observed. The study of early and rapid internationalization continues to this day. In recent years, mainly due to changes in the business environment, we observe their dynamic development. The aim of this article is to present the process of internationalization of firms operating in high-tech industries. The article is theoretical. It defines high-tech industries according to different classifications and describes their specifics. Then, after a brief presentation of the key internationalization theories, it describes the specifics of the internationalization of high-tech enterprises, especially their early and rapid internationalization as well as the factors and selected models of internationalization of high-techs. In the summary of the article, the future directions of research are pointed out.

Keywords: internationalization of enterprises, high-techs.

JEL: F23, D21

* **Nelly Daszkiewicz** – dr hab. prof. nadzw. PG, Politechnika Gdańska, Wydział Zarządzania i Ekonomii, Katedra Nauk Ekonomicznych.

1. Wprowadzenie

W niniejszym artykule internacjonalizacja jest definiowana szeroko jako proces rosnącego zaangażowania przedsiębiorstwa w międzynarodowe działanie (Welch i Loustarinan, 1988). Teorie umiędzynarodowienia przedsiębiorstw pojawiły się na przełomie lat 50. i 60. XX wieku i rozwijały się początkowo w nurcie teorii bezpośrednich inwestycji zagranicznych, co wynikało ze znaczenia korporacji transnarodowych (KTN) na rynkach międzynarodowych w tamtym czasie. W połowie lat 70. XX wieku rozpoczął się rozwój teorii internacjonalizacji małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP). Najstarszym, dominującym aż do początku lat 90. XX wieku paradygmatem w teorii internacjonalizacji przedsiębiorstw były modele etapowe, oparte na założeniu, że firma rozpoczyna działalność na rynku krajowym, a następnie stopniowo rozszerza ją za granicą, przechodząc przez kilka/kilkanaście etapów.

W kolejnych latach zauważono, iż nie wszystkie przedsiębiorstwa podążają etapową ścieżką internacjonalizacji. Część z nich rozpoczyna, a następnie rozwija działalność na rynkach międzynarodowych wkrótce po utworzeniu. Przedsiębiorstwa te początkowo odnajdywano przede wszystkim w sektorach high-tech i powiązanych z high-tech, wśród których wiele można zaliczyć do tzw. *international new venture* (INV) i *born global*. Przedsiębiorstwa z branż wysokich technologii cechuje na ogół wysoki poziom innowacyjności i nakładów na badania i rozwój (B+R), krótki cykl życia produktu oraz szybki proces dyfuzji innowacji. Ponadto oferują one miejsca pracy dla pracowników o wysokich kwalifikacjach i wykazują dużą skłonność do internacjonalizacji działalności w porównaniu z przedsiębiorstwami z branż tradycyjnych.

2. Definiowanie i specyfika high-tech

W literaturze anglojęzycznej przedsiębiorstwa funkcjonujące w branżach zaawansowanych technologii określa się jako *high-tech* lub *high-technology*. Z kolei w polskich publikacjach znajdziemy takie określenia, jak np. przedsiębiorstwa zaawansowanych technologii, wysokich technologii, wysokiej techniki, oparte na nowych technologiach. Często używa się też bezpośrednio angielskiego terminu high-tech (Ratajczak-Mrozek, 2011). Również w niniejszym artykule terminy przedsiębiorstwa wysokich/zaawansowanych technologii oraz high-technology, high-tech są stosowane zamiennie.

W literaturze przedmiotu na ogół istnieje zgodność co do roli i znaczenia przedsiębiorstw działających w branżach wysokich technologii w rozwoju gospodarek. Powszechnie przypisuje im się pewien zestaw cech, jak: wysoki poziom innowacyjności, wysoki poziom nakładów na badania i rozwój (B+R), krótki cykl życia produktu oraz szybki proces dyfuzji innowacji, wysoką dynamikę wzrostu, wysokie nakłady kapitałowe, wysoki poziom ryzyka inwestycyjnego, szybkie starzenie się inwestycji, tworzenie miejsc

pracy dla pracowników o wysokich kwalifikacjach, dużą skłonność do internacjonalizacji działalności w porównaniu z przedsiębiorstwami z branż tradycyjnych, a także podnoszenie poziomu konkurencyjności kraju/regionu (Raczyk i Dobrowolska-Kaniewska, 2009; Ratajczak-Mrozek, 2011).

Pomimo iż już pod koniec lat 70. XX wieku podjęto próbę usystematyzowania dziedzin zaawansowanych technologii (Skala 2014), do dzisiaj nie wprowadzono jednolitej metodologii ich klasyfikacji (Wojnicka, Klimczak, Wojnicka i Dąbkowski, 2006; Ratajczak-Mrozek, 2011). Pojęcie *high-tech* definiuje się zazwyczaj poprzez nakłady na działalność badawczo-rozwojową (B+R) w stosunku do wartości produkcji lub wartości dodanej, a mianem wysokich technologii określa się te branże i produkty, które w porównaniu z pozostałymi produktami i branżami mają wyższy udział wydatków na B+R w wartości finalnej (Wojnicka i in., 2006)².

Pierwsza klasyfikacja została zaproponowana przez OECD w 1980 r. w odniesieniu do handlu zagranicznego produktami high-tech. Ponieważ była ona dostosowana przede wszystkim do gospodarki USA, to kolejna klasyfikacja została zmodyfikowana i uwzględniała już dane z kilkunastu wysoko rozwiniętych krajów OECD. Klasyfikacja ta została oparta na kryterium nakładów na B+R (poziom wydatków na B+R w wartości sprzedaży firmy, *R&D intensity*). W rezultacie wyodrębniono trzy klasy przemysłu w zależności od zaawansowania poziomu technicznego, tj. wysokiego (*high-technology*), średniego (*medium technology*) i niskiego (*low technology*) (OECD, 1984). W kolejnych latach rozszerzono liczbę klas do czterech, tj. wysoka technika, średnio wysoka technika, średnio niska technika oraz niska technika. Równocześnie opracowano tzw. podejście produktowe, które polega ona na kwalifikowaniu firm jako high-tech na podstawie produkowanych przez nie produktów, a nie tylko przynależności do sektora (Skala, 2014).

I tak, obecnie według kryterium sektorowego do grupy high-tech należą te przedsiębiorstwa, które prowadzą główną działalność w ramach dwóch działów i jednej podklasy europejskiej klasyfikacji NACE, co odpowiada Polskiej Klasyfikacji Działalności (PKD). Są to: PKD 21: produkcja podstawowych substancji farmaceutycznych oraz leków i pozostałych wyrobów farmaceutycznych, PKD 26: produkcja komputerów, wyrobów elektronicznych i optycznych oraz PKD 30.3: produkcja statków powietrznych, statków kosmicznych i podobnych maszyn.

Z kolei według kryterium produktowego wyróżnia się następujące grupy produktów high-tech: 1) sprzęt kosmiczny, 2) sprzęt komputerowy, 3) elektronika-telekomunikacja, 4) farmaceutyki, 5) przyrządy naukowe, 6) pojazdy spalinowe, 7) maszyny elektryczne, 8) chemikalia, 9) maszyny nieelektryczne, 10) broń i amunicja.

Skala (2014) zwraca uwagę, iż zarówno kryterium sektorowe, jak i produktowe ma wady. I tak, zgodnie z kryterium sektorowym niektóre firmy deklarujące przynależność do sektora high-tech nie produkują jednak wyrobów spełniających kryteria wysokiej technologii. Z kolei kryterium produk-

towe spotyka się z problemem dostępu do szczegółowych danych o wszystkich produkowanych przez firmy produktach. Stąd też przy wyodrębnianiu firm high-tech stosuje się zazwyczaj dodatkowe kryteria, np. liczbę patentów pozyskanych przez firmę lub podpisanych umów licencyjnych w obszarach high-tech, poziom zatrudnienia pracowników wysoko kwalifikowanych pod względem naukowo-technicznym.

3. Teorie internacjonalizacji przedsiębiorstw

W literaturze internacjonalizacji przedsiębiorstw wielokrotnie dokonywano już systematyki nurtów badawczych. Na ogół autorzy są zgodni co do głównych założeń klasyfikacji, natomiast istniejące różnice dotyczą przede wszystkim niektórych podejść holistycznych czy zintegrowanych, które są oparte na wcześniejszych teoriach. Modele holistyczne mogą być zatem różnie klasyfikowane (Wach, 2012).

Wczesne teorie internacjonalizacji były rozwijane w ramach teorii handlu zagranicznego i koncentrowały się na wyjaśnieniu międzynarodowych przepływów dóbr i usług. Koncepcje umiędzynarodowienia działalności gospodarczej rozpatrywano na ogół na poziomie makroekonomicznym i często mezoekonomicznym, czyli branż i sektorów (Gorynia i Jankowska, 2007). Do najstarszych teorii internacjonalizacji należą teoria kosztów absolutnych A. Smitha, teoria kosztów komparatywnych D. Ricarda oraz teoria obfitości zasobów Heckschera–Ohlina, która została później rozbudowana w dwóch odrębnych grupach teorii – neoczynnikowych oraz neotechnologicznych (Daszkiewicz, 2004; Wach, 2012; Daszkiewicz i Wach, 2013). Wczesne teorie umiędzynarodowienia na poziomie mikroekonomicznym, czyli przedsiębiorstw rozwijały się w nurcie teorii bezpośrednich inwestycji zagranicznych i dotyczyły przede wszystkim korporacji transnarodowych (KTN) i ich ekspansji na zagraniczne rynki w latach 70. XX w. Natomiast pierwsze teorie internacjonalizacji małych i średnich przedsiębiorstw (MSP) powstały dopiero w połowie lat 70. XX wieku i początkowo stanowiły adaptację ogólnych teorii internacjonalizacji. Najstarszym, lecz nadal ważnym paradygmatem w teorii internacjonalizacji MSP są modele etapowe, które dominowały w badaniach aż do początku lat 90. XX wieku. Mimo różnic pomiędzy poszczególnymi modelami, a zwłaszcza różnic w liczbie etapów, podejście etapowe do internacjonalizacji przedsiębiorstwa zakłada, że firma rozpoczyna działalność na rynku krajowym, a następnie, po osiągnięciu stabilizacji, stopniowo rozszerza swoją działalność za granicą, przechodząc przy tym przez kilka/kilkanaście etapów. W literaturze przedmiotu można znaleźć kilkadziesiąt modeli etapowych, wśród których za pionierski i najbardziej znany uważany jest powszechnie model Uppsala (U-model) szwedzkich naukowców J. Johansona i J.-E. Vahlnego (Wach, 2012; Daszkiewicz i Wach, 2013).

Kolejnym ważnym nurtem w obrębie teorii internacjonalizacji jest podejście zasobowe, nawiązujące bezpośrednio do koncepcji teorii rozwoju

przedsiębiorstwa E.T. Penrose (1959) oraz koncepcji zasobowej przewagi konkurencyjnej m.in. J.B. Barneya (1991). W ostatnich latach rośnie zainteresowanie podejściem RBV (*resource-based view*), które zakłada, że firma ma zasoby i kompetencje, przede wszystkim niematerialne, które determinują jej umiędzynarodowienie.

Do bardzo istotnych nurtów w badaniach umiędzynarodowienia przedsiębiorstw należy perspektywa sieciowa (*network approach*). Internacjonalizacja firmy rozpoczyna się od jej zaangażowania w sieć, początkowo przeważnie krajową, która często jest pomostem do innych sieci. Firma może bowiem wykorzystać swoje międzynarodowe kontakty do wejścia w sieci w innych krajach (Johanson i Mattsson, 1987). Również wspomniany U-model, został zmodyfikowany po ponad 30 latach. Jego autorzy, J. Johanson i J.-E. Vahlne (2009), zaadaptowali go do podejścia sieciowego.

Jednak U-model został wielokrotnie skrytykowany jako niewyjaśniający internacjonalizacji przede wszystkim przedsiębiorstw high-tech i powiązanych z high-tech. W rezultacie pojawiło się nowe podejście – przedsiębiorczość międzynarodowa (PM) (Wach i Wehrmann, 2014) – oparte na założeniu, że internacjonalizacja jest wynikiem indywidualnych cech przedsiębiorcy (Zahra, 2005; Busenitz i Barney, 1997; Daszkiewicz, 2014a; 2015). PM rozwija się na pograniczu dwóch teorii – teorii przedsiębiorczości i teorii biznesu międzynarodowego – i stopniowo staje się dominującym podejściem w teorii internacjonalizacji (Wach 2015a; 2015b).

Jednak z uwagi na fakt, iż proces internacjonalizacji przedsiębiorstw ma charakter wielopłaszczyznowy, opisujące go modele nie wyjaśniają go w pełni (Daszkiewicz, 2004; Wach, 2012). Dlatego też podjęto próby tworzenia modeli zintegrowanych czy holistycznych. Jednak, jak twierdzi Wach (2012), są to raczej modele protoholistyczne, gdyż pomimo uwzględnienia szerokiego spektrum czynników, nadal nie są w stanie ująć wielopłaszczyznowego procesu internacjonalizacji MŚP.

4. Wczesna i szybka internacjonalizacja przedsiębiorstw z branż high-tech

Zjawisko przeskakiwania (*leapfrogging*) przez część przedsiębiorstw niektórych etapów internacjonalizacji zostało opisane już na początku lat 80. XX wieku (Cannon i Willis, 1981). W kolejnych latach zachowania międzynarodowe rosnącej liczby firm nie pozostawiały wątpliwości, iż nie wszystkie przedsiębiorstwa podążają etapową ścieżką internacjonalizacji. Część z nich rozpoczyna, a następnie rozwija działalność na rynkach międzynarodowych wkrótce po utworzeniu. W literaturze przedmiotu można znaleźć wiele określeń tego typu firm m.in. *born globals* (GBs), *international new ventures* (INVs), *born internationals*, *innate exporters* (urodzeni eksporterzy), *high-technology start ups* (firmy rozpoczynające działalność w sektorze wysokich technologii) czy *global start-ups* (Jarosiński, 2013). Początkowo

przedsiębiorstwa wcześniej i szybko umiędzynarodowione odnajdywano przede wszystkim w sektorach high-tech i powiązanych z high-tech, które na ogół budują swoją przewagę konkurencyjną w oparciu o posiadaną wiedzę. Później wśród born globals zaczęły pojawiać się również przedsiębiorstwa funkcjonujące w branżach tradycyjnych (*low-tech*) (Duliniec, 2013).

Niektórzy autorzy analizują zjawisko przedsiębiorstw wcześniej i szybko umiędzynarodowionych w branżach high-tech (choć nie ogranicza się ono do tych branż) i w tym znaczeniu posługują się terminami: *high technology start-ups* (Jolly, Alahuhta i Jeannet, 1992), *new technology-based/technology-based firms* (Autio, Sapienza i Almeida, 1989; Knight i Cavusgil, 1996), *high-tech new ventures* (Duliniec, 2011; Jarosiński, 2013).

W 1994 r. McDougal i Oviatt w swojej przełomowej teorii międzynarodowych nowych przedsięwzięć (INV – *International New Ventures*) opisali przedsiębiorstwa, które są międzynarodowe od chwili powstania (*international from inception*). Artykuł ten dał podstawy dla późniejszego wyodrębnienia się szkoły przedsiębiorczości międzynarodowej³. Autorzy ci zdefiniowali INV MSP jako „organizacje biznesowe, które od samego powstania starają się uzyskać istotną przewagę konkurencyjną z wykorzystania zasobów i sprzedaży w wielu krajach” (Oviatt i McDougal, 1994, s. 49). Koncepcja INV dotyczy zwłaszcza sektorów high-tech i powiązanych z high-tech, które przeskakują poszczególne etapy internacjonalizacji, jak to wyjaśnia teoria etapowa. Firmy te mogą bowiem kontrolować swoje zasoby, przede wszystkim unikatową wiedzę, która tworzy wartość w więcej niż jednym kraju (Oviatt i McDougal, 1994).

Badacze zwrócili też uwagę, że innowacyjność przedsiębiorstw należących do grupy born globals pozostaje szczególnie ważnym obszarem badawczym, np. różne konfiguracje innowacji oferowanych przez BGs i INVs (Knight i Cavusgil, 2004). Ponadto podkreślili znaczenie wiedzy i innowacji w procesie internacjonalizacji born globals. Procesy innowacyjne są obecnie jedną z kluczowych determinant procesu internacjonalizacji przedsiębiorstwa (Kosała, 2015). Zdolność BGs do internacjonalizacji zależy od ich zdolności do innowacyjności i, w rezultacie, do tworzenia wiedzy, która z kolei ułatwia wejście na rynek zagraniczny i funkcjonowanie na rynku zagranicznym: „silna innowacyjność z natury BGs wspiera je w rozwoju poszczególnych obszarów wiedzy, co przyczynia się do rozwoju zdolności organizacyjnych, które wspierają wczesną internacjonalizację i działania na zróżnicowanych rynkach międzynarodowych” (Knight i Cavusgil, 2004, s. 135).

Wach (2015c) zwraca uwagę na obecny rozwój koncepcji orientacji przedsiębiorczej adaptowanej do teorii internacjonalizacji jako koncepcja międzynarodowej orientacji przedsiębiorczej (MOP, *international entrepreneurial orientation*), która jest coraz częściej postrzegana jako kwintesencja PM. MOP jest szczególnie przydatna w wyjaśnianiu fenomenu INVs i BGs, zwłaszcza w trzech wymiarach: proaktywności, innowacyjności i podejmowania ryzyka.

Należy też zwrócić szczególną uwagę na kolejne cechy przypisane firmom z grupy born global. Na ogół oferują one produkty o unikatowej technologii i/lub doskonałym projekcie lub unikatowy produkt/usługę lub know-how, systemy lub inne wysoko wyspecjalizowane kompetencje, w tym nowe metody produkcji (Gabrielsson i Kirpalani, 2004; Gabrielsson, Kirpalani, Dimitratos, Solberg i Zucchella, 2008).

Ich wyjątkowość jest zakorzeniona w wiedzy i powiązaniem z nią procesie uczenia się. Naukowcy podkreślają, że międzynarodowe zachowania born global różnią się znacznie od zachowań tradycyjnej firmy. Tradycyjna firma zazwyczaj pojmuje rynki zagraniczne jako miejsca, gdzie może wykorzystać wiedzę i przewagę konkurencyjną, które zostały pozyskane najpierw na rynku krajowym. Natomiast firma born global pojmuje rynki zagraniczne jako miejsca, gdzie można odkrywać i tworzyć nową wiedzę (Gabrielsson i in., 2008).

5. Uwarunkowania i motywy internacjonalizacji przedsiębiorstw high-tech

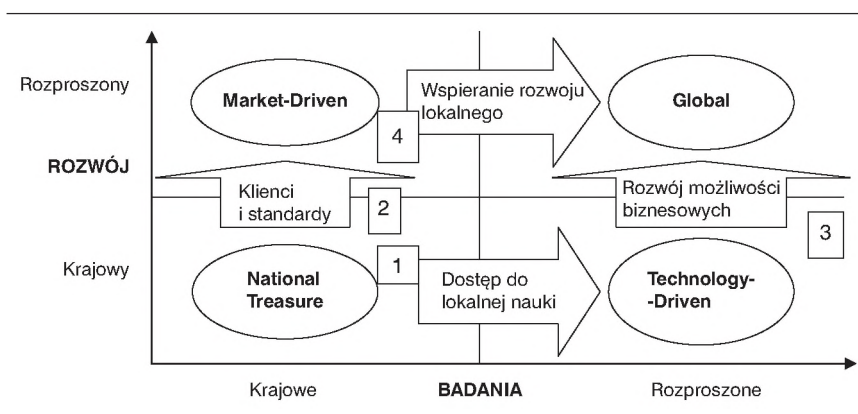
W literaturze przedmiotu znajdziemy wiele klasyfikacji uwarunkowań i motywów internacjonalizacji przedsiębiorstw (łącznie określanych jako czynniki internacjonalizacji, np. Belniak, 2015). Różnice te wynikają z przyjętych kryteriów klasyfikacji. Wach (2012) zwraca uwagę na konieczność rozróżnienia pomiędzy motywami a uwarunkowaniami internacjonalizacji. Czynniki (faktory, warunki, przyczyny) internacjonalizacji są pojęciem najszerszym i obejmują motywy oraz uwarunkowania internacjonalizacji. Motywy internacjonalizacji oznaczają to, co skłania do jakiegoś działania, natomiast uwarunkowania internacjonalizacji dotyczą analizy otoczenia i potencjału przedsiębiorstwa. Uwarunkowania internacjonalizacji można dalej podzielić na uwarunkowania zewnętrzne (tkwiące w otoczeniu) oraz uwarunkowania wewnętrzne (tkwiące w przedsiębiorstwie).

Do najbardziej znanych klasyfikacji motywów internacjonalizacji należy propozycja Dunninga (1993), która opisuje motywy lokowania bezpośrednich inwestycji zagranicznych (BIZ) przez korporacje transnarodowe. Główne motywy internacjonalizacji BIZ to poszukiwanie zasobów (*natural resource seeking*), poszukiwanie rynków (*market seeking*), poprawa efektywności (*efficiency seeking*) oraz pozyskiwanie strategicznych aktywów lub kompetencji (*strategic assets or capabilities seeking*).

Z kolei Zedwitz i Gassmann (2002) poszukiwali motywów jak najlepszej alokacji zasobów przez przedsiębiorstwa multinarodowe w hiperkonkurencyjnym, globalnym otoczeniu. Naukowcy przeprowadzili badania 81 technologicznych (*technology-intensive*) przedsiębiorstw multinarodowych, reprezentujących 1024 lokalizacji działań w obszarze B+R. Na podstawie uzyskanych wyników zaproponowali model, który identyfikuje dwie główne siły internacjonalizacji w działalności badawczo-rozwojowej przedsiębiorstw

– dostęp do lokalnych rynków oraz dostęp do lokalnej nauki i technologii. Po przeanalizowaniu głównych strategii internacjonalizacji badań i rozwoju zidentyfikowali cztery archetypiczne formy międzynarodowych organizacji B+R (rysunek 1):

1. Działalność B+R prowadzona jest na rynku krajowym, rozwój firmy bazuje również na rynku krajowym (*national treasure*).
2. Działalność B+R podlega umiędzynarodowieniu, natomiast rozwój firmy bazuje na rynku krajowym (*technology-driven*).
3. Działalność B+R prowadzona jest w kraju, natomiast rozwój firmy bazuje na rynkach międzynarodowych (*market-driven*).
4. Działalność B+R podlega umiędzynarodowieniu, jak i rozwój firmy bazuje na rynkach międzynarodowych (*global research & development*).



Rys. 1: Rynkowe versus technologiczne czynniki internacjonalizacji B+R. Źródło: M. von Zedtwitz i O. Gassmann. (2002). Market versus technology drive in R&D internationalization: Four different patterns of managing research and development. *Research Policy*, 31, s. 38.

Najbardziej ogólnym i bardzo popularnym ujęciem opracowanym przez OECD (1997a; 1997b) jest podział motywów wpływających na decyzję przedsiębiorstwa (również MŚP) o umiędzynarodowieniu na „wypychające” (*push factors*), tj. niekorzystne warunki funkcjonowania na rynku krajowym, oraz motywy „przyciągające” (*pull factors*), np. pojawienie się okazji na rynkach zagranicznych, a także czynnik szans (*chance factor*), kiedy przedsiębiorca dostrzega właściwe warunki na rynkach zagranicznych, czyli wykorzystuje nadarzające się przypadkowe okazje, oraz czynnik przedsiębiorczy (*entrepreneurial factor*), kiedy przedsiębiorca dąży do wzrostu. Czynnik ten uważany jest za pierwotny, bez którego istnienia działanie którejkolwiek z pozostałych nie byłoby możliwe (Daszkiewicz, 2004; 2014b; Daszkiewicz i Wach, 2014). W podobny sposób problem postrzega Hollensen (2011), który wyróżnia motywy proaktywne, np. możliwości osiągnięcia zysku oraz wzrostu przedsiębiorstwa czy posiadanie unikatowych przewag technologicznych

i wiedzy o rynku. Natomiast do motywów tzw. reaktywnych umiędzynarodowienia autor ten zalicza na przykład presję konkurencji, nadprodukcję, zbyt małe rozmiary rynku krajowego, geograficzną bliskość rynku zagranicznego lub mały dystans psychiczny.

W literaturze przedmiotu można też znaleźć różne klasyfikacje motywów i uwarunkowań (czynników) internacjonalizacji oraz modele internacjonalizacji przedsiębiorstw born global, wśród których, jak już wiadomo, znajduje się wiele high-techs.

I tak, Gabrielsson i in. (2008) wymienili czynniki wpływające bezpośrednio na powstanie born global. Są to: innowacje, zasoby finansowe, strategia produktu, istnienie sieci powiązań międzynarodowych, odpowiednia strategia rynkowa, umiejętność uczenia się organizacji oraz wykorzystywanie odpowiednich okazji rynkowych. Przy czym kluczowym czynnikiem są osobowość i kompetencje założyciela, jego zaangażowanie i wizja globalnego rozwoju już od chwili powstania przedsiębiorstwa.

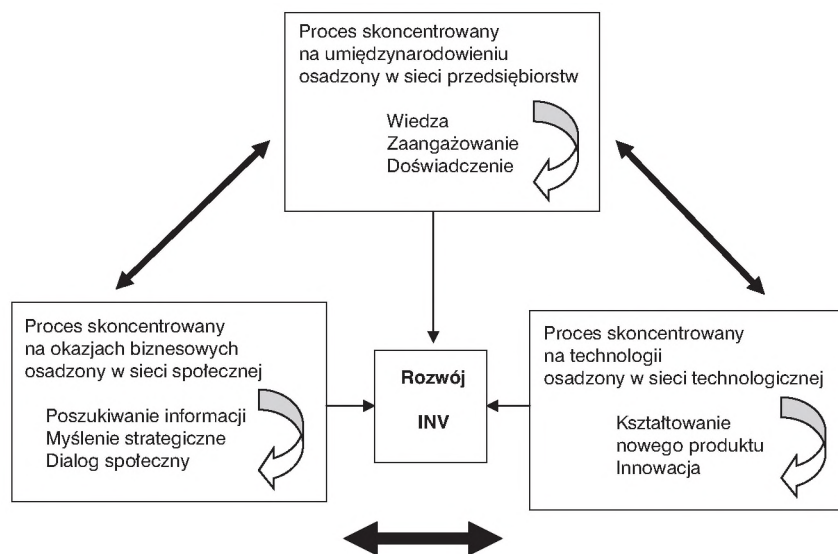
Z kolei Autio, Sapienza i Almeida (2000) zaobserwowali, że wcześniejsza internacjonalizacja i większa intensywność wiedzy (*greater knowledge intensity*) są związane z szybszym wzrostem międzynarodowym. Dotyczy to również tych firm, które imitują technologie.

Internacjonalizację przedsiębiorstw born global opisuje model Rialpa, Rialpa i Knighta oparty na zasobach (2005). Za kluczowe czynniki internacjonalizacji uznane zostały zasoby materialne i kapitałowe, zdolności międzynarodowe, wyróżniające firmę cechy strategiczne i czynniki środowiskowe. Należy podkreślić, iż autorzy skupili się na niematerialnych zasobach firmy, które determinują strategię wczesnej i szybkiej internacjonalizacji. O międzynarodowych możliwościach firmy decydują przede wszystkim jej niematerialne (*tacit*) zasoby, czyli kapitał strukturalny (kapitał technologiczny + kapitał organizacyjny + kapitał relacyjny) i kapitał ludzki. Autorzy opisują również znaczenie czynników zewnętrznych, jak charakterystyka branży (*high/low tech*, produkcja/usługi), kontekst geograficzny czy istniejące sieci (Duliniec, 2013; Kowalik i Baranowska-Prokop, 2013).

Z kolei fińscy autorzy (Mainela, Pernu i Puhakka, 2011) opracowali model do badania przedsiębiorstw z branż wysokiej technologii. Badania były prowadzone z perspektywy przedsiębiorczości międzynarodowej (PM), która łączy obszary internacjonalizacji, możliwości rozwoju przedsiębiorcy i rozwoju innowacji w przedsiębiorstwach high-tech. W przedstawionym modelu na internacjonalizację *International New Ventures* (INV) wpływa zespół trzech współzależnych procesów tworzących przesłanki dla wejścia nowego PWU na rynek. Są to (rysunek 2):

1. Proces skoncentrowany na umiędzynarodowieniu (*internationalization-centered process*), składający się ze zdarzeń i działań związanych z wchodzeniem na rynki międzynarodowe, które rozwijają doświadczenie międzynarodowe oraz wiedzę międzynarodową firmy. Wiedza ta wyraża się w zaangażowaniu firmy w międzynarodowe działania biznesowe.

2. Proces skoncentrowany na technologii (*technology-centered process*), składający się ze zdarzeń związanych z technologicznymi podstawami tworzenia szans rynkowych, przede wszystkim poprzez innowacyjne rozwiązania technologiczne, np. stworzenie prototypu nowego produktu.
3. Proces skoncentrowany na okazjach biznesowych (*business opportunity-centered process*), obejmujący poszukiwanie informacji na temat luk rynkowych oraz tworzenie strategicznych koncepcji biznesowych.



Rys. 2. Trzy procesy w rozwoju International New Venture (INV). Źródło: T. Mainela, E. Pernu i V. Puhakka. (2011). The development of a high-tech international new venture as a process of acting. A study of the lifespan of a venture in software business. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 18 (3), s. 436.

6. Podsumowanie

Cavusgil i Knight (2015) zwrócili uwagę, iż od 2004 r., czyli od czasu, kiedy ukazał się ich nagrodzony artykuł dekady, zaszło wiele zmian w otoczeniu biznesu, przede wszystkim wzrosła liczba młodych, przedsiębiorczych firm działających na obcych rynkach. O ile zatem wczesna internacjonalizacja była nowym tematem dwie dekady temu, obecnie firmy born global występują obficie w wielu krajach.

Ponadto Cavusgil i Knight (2015) zwrócili uwagę na znaczenie przedsiębiorczości międzynarodowej (PM) w badaniach born global, które wykazują wysoki stopień międzynarodowej orientacji przedsiębiorczej, z uwagi na fakt posiadania przede wszystkim niematerialnych zasobów i zdolności. Ponadto badacze podkreślają znaczenie wiedzy i innowacji w procesie internacjonalizacji.

zacji. Zdolność przedsiębiorstw do internacjonalizacji zależy od ich zdolności do innowacyjności i w rezultacie do tworzenia wiedzy, która z kolei ułatwia wejście i funkcjonowanie na rynku zagranicznym.

Coviello (2015) zwróciła uwagę na problem pominięty przez Knighta i Cavusgila (2004), a mianowicie na rolę przedsiębiorcy w przedsiębiorczej internacjonalizacji. To od przedsiębiorcy zależy orientacja firmy, realizowane strategie i możliwości oraz to, czy firma jest nowym międzynarodowym przedsięwzięciem (*new international venture*). Autorka zwraca uwagę na rozwój badań z zakresu przedsiębiorczości międzynarodowej na poziomie przedsiębiorcy, dotyczących wpływu wiedzy technicznej versus wiedzy międzynarodowej oraz znaczenia wiedzy powracającej z zagranicy w procesie internacjonalizacji. Z kolei Wach (2015c) zwraca uwagę na znaczenie podejścia do INV i BG z perspektywy międzynarodowej orientacji przedsiębiorczej, zwłaszcza w aspekcie przedsiębiorczości technologicznej i innowacyjnych przedsięwzięć międzynarodowych.

Dalsze badania, oprócz roli innowacji i przedsiębiorcy w procesie internacjonalizacji, mogą skupiać się na różnicach w procesie internacjonalizacji pomiędzy poszczególnymi grupami firm należących do born global. Różnice w ścieżkach internacjonalizacji pomiędzy firmami z branż tradycyjnych i high-tech stanowią szczególnie interesujący obszar badań.

Przypisy

- 1 Artykuł powstał w ramach projektu badawczego OPUS 6 pt. „Wzorce internacjonalizacji małych i średnich przedsiębiorstw działających w branżach high-tech” finansowanego przez Narodowe Centrum Nauki (nr umowy 2013/11/B/HS4/02135) w latach 2014–2017.
- 2 Obecnie do wysokich technologii należą dziedziny o intensywności działalności B+R powyżej 7%, do sektora średniowysokich technologii dziedziny o intensywności B+R pomiędzy 2,5 a 7%, do sektora średnio niskich technologii dziedziny o intensywności B+R 1–2,5%, natomiast do sektora niskich technologii (*low technology*) dziedziny o intensywności B+R poniżej 1% (OECD, 2010).
- 3 Został on ponownie opublikowany w 2005 r. jako artykuł dekady 1994–2004, otrzymując tytuł 2004 Decade Award Winning Article – zob. Oviatt i McDougall, 2005.

Bibliografia

- Autio, E., Sapienza, H.J. i Almeida, J.G. (2000). Effects of age at entry, knowledge intensity, and imitability on international growth. *Academy of Management Journal*, 43 (5), 909–924, <http://dx.doi.org/10.2307/1556419>.
- Barney, J.B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17 (1), 99–120, <http://dx.doi.org/10.1177/014920639101700108>.
- Belniak, M. (2015). Factors Stimulating Internationalisation Of Firms: An attempted holistic synthesis. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 3 (2), 125–140.
- Busenitz, L.W. i Barney, J.B. (1997). Differences between entrepreneurs and managers in large organizations: Biases and heuristics in strategic decision-making. *Journal of Business Venturing*, 12 (1), 9–30, [http://dx.doi.org/10.1016/S0883-9026\(96\)00003-1](http://dx.doi.org/10.1016/S0883-9026(96)00003-1).

- Cannon, T. i Willis, M. (1981). The smaller firm in international trade. *European Small Business Journal*, 1 (3).
- Cavusgil, S.T. i Knight, G. (2003). The born global firm: An entrepreneurial and capabilities perspective on early and rapid internationalization. *Journal of International Business Studies*, 34, 586–599, <http://dx.doi.org/10.1057/jibs.2014.62>.
- Coviello, N. (2015). Re-thinking research on born globals. *Journal of International Business Studies*, 46 (1), 17–26, <http://dx.doi.org/10.1057/jibs.2014.59>.
- Daszkiewicz, N. (2004). *Internacjonalizacja małych i średnich przedsiębiorstw we współczesnej gospodarce*. Gdańsk: Scientific Publishing Group.
- Daszkiewicz, N. (2014a). Przedsiębiorczość międzynarodowa jako nowy obszar badań w teorii internacjonalizacji. W: A. Budnikowski i A. Kuźnar (red.), *Nowe procesy w gospodarce światowej: wnioski dla Polski* (s. 207–219). Warszawa: Oficyna Wydawnicza Szkoły Głównej Handlowej.
- Daszkiewicz, N. (2014b). Internacjonalizacja polskich przedsiębiorstw rodzinnych z perspektywy przedsiębiorczości międzynarodowej. *Przedsiębiorczość i Zarządzanie*, XV (7), 243–251.
- Daszkiewicz, N. (2015). Internationalisation of born globals from the theoretical perspective. *Problemy Zarządzania*, 13 (1), 70–81, <http://dx.doi.org/10.7172/1644-9584.51.6>.
- Daszkiewicz, N. i Wach, K. (2013). *Małe i średnie przedsiębiorstwa na rynkach międzynarodowych*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie.
- Daszkiewicz, N. i Wach, K. (2015). Motives for going international and entry modes of family firms in Poland. *Journal of Intercultural Management*, 6 (2), 5–18.
- Duliniec, E. (2011). Koncepcje przedsiębiorstw wcześniej umiędzynarodowionych. Rozważania terminologiczne. *Gospodarka Narodowa*, (1–2).
- Duliniec, E. (2013). Ujęcie teoretyczne wczesnej i szybkiej internacjonalizacji. *Gospodarka Narodowa*, (1–2), 31–51.
- Dunning, J.H. (1993). Trade, location of economic activity and the multinational enterprise: a search for an eclectic approach. *The Theory of Transnational Corporations*, 1, 183–218.
- Gabrielsson, M. i Kirpalani, V.H.M. (2004). Born globals: How to reach new business space rapidly. *International Business Review*, 13 (5), 555–571, <http://dx.doi.org/10.1016/j.ibusrev.2004.03.005>.
- Gabrielsson, M., Kirpalani, V.H.M., Dimitratos, P., Solberg, C.A. i Zucchella, A. (2008). Born globals: Propositions to help advance the theory. *International Business Review*, 17 (4), 385–401, <http://dx.doi.org/10.1016/j.ibusrev.2008.02.015>.
- Gorynia, M. i Jankowska, B. (2007). Teorie internacjonalizacji. *Gospodarka Narodowa*, (10), 21–44.
- Hollensen, S. (2011). *Global Marketing*. New York: Pearson Prentice Hall.
- Jarosiński, M. (2013). *Procesy i modele internacjonalizacji polskich przedsiębiorstw*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza Szkoły Głównej Handlowej.
- Johanson, J. i Mattsson, L.-G. (1987). Interorganizational relations in industrial systems: A network approach compared with the transaction cost approach. *International Studies of Management & Organization*, 17 (1).
- Johanson, J. i Vahlne, J. (2009). The Uppsala internationalization process model revised: From liability of foreignness to liability of outsidership. *Journal of International Business Studies*, 40 (9), 1411–1431, <http://dx.doi.org/10.1057/jibs.2009.24>.
- Jolly, V.K., Alahuhta, M. i Jeannot, J.P. (1992). Challenging the incumbents: How high technology start-ups compete globally. *Journal of Strategic Change*, 1 (2).
- Kazlauskaitė, R., Autio, E., Šarapovas, T., Abramavičius, S. i Gelbūda, M. (2015). The speed and extent of new venture internationalisation in the emerging economy context. *Entrepreneurial Business and Economic Review*, 3 (2), 41–52, <http://dx.doi.org/10.15678/EBER.2015.030204>.

- Knight, G.A. i Cavusgil, S.T. (1996). The born global firm: A challenge to traditional internationalization theory. W: S.T. Cavusgil (red.) *Advances in International Marketing* (s. 11–26). Greenwich: JAI Press.
- Knight, G.A. i Cavusgil, S.T. (2004). Innovation, organizational capabilities, and the born-global firm. *Journal of International Business Studies*, 35 (2), 124–141, <http://dx.doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8400071>.
- Kosała, M. (2015). Innovation processes as a stimulant of internationalisation process of firms. *Entrepreneurial Business And Economics Review*, 3 (2), 65–84, <http://dx.doi.org/10.15678/EBER.2015.030206>.
- Kowalik, I. i Baranowska-Prokop, E. (2013). Determinanty powstawania i motywy ekspansji polskich przedsiębiorstw wcześniej umiędzynarodowionych. *Gospodarka Narodowa*, (4), 41–64.
- Loustarinen, R. i Gabriellson, M. (2002). *Globalization and Global Marketing. Strategies of Born Global in SMOPEC*. Pozyskano z: <http://www.aueb.gr/deos/EIBA/2002.files/PAPERS/C33.pdf>.
- Mainela, T., Pernu, E. i Puhakka, V. (2011). The development of a high-tech international new venture as a process of acting. A study of the lifespan of a venture in software business. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 18 (3), <http://dx.doi.org/10.1108/14626001111155655>.
- McAulay, A. (1999). Entrepreneurial instant exporters in the Scottish art and craft sector. *Journal of International Marketing*, 7 (4).
- McDougall, P.P. i Oviatt, B.M. (1994). Explaining the formation of international new ventures: The limits to theories from international business research. *Journal of New Business Venturing*, 9, [http://dx.doi.org/10.1016/0883-9026\(94\)98017-5](http://dx.doi.org/10.1016/0883-9026(94)98017-5).
- OECD. (1980). *International Trade in High Research and Development-intensive Products*, SITTS/80.48. Paris: OECD.
- OECD. (1984). *Specialization and Competitiveness in High, Medium and Low R&D-intensity Manufacturing Industries: General Trends*, DSTI/SPR/84-49. Paris: OECD.
- OECD. (1997a). *Globalisation and Small and Medium Enterprises, Volume 1: Synthesis Report*. Paris: OECD.
- OECD. (1997b). *Globalisation and Small and Medium Enterprises, Volume 2: Country Studies*. Paris: OECD.
- Oviatt, B.M. i McDougall, P.P. (2005). Defining international entrepreneurship and modeling the speed of internationalization. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29 (5), 537–554.
- Penrose, E.T. (1959). *The Theory of the Growth of the Firm*. Oxford: Oxford University Press.
- Raczyk, A. i Dobrowolska-Kaniewska, H. (2009). *Kształtowanie struktur przestrzennych sektora przemysłu i usług według poziomów techniki na przykładzie województwa dolnośląskiego*. Warszawa, Kraków: Prace Komisji Geografii Przemysłu.
- Rasmussen, E.S. i Madsen, T.K. (2001). The founding of born global company in Denmark and Australia: Sensemaking and networking. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 13 (32).
- Ratajczak-Mrozek, M. (2011). Specyfika przedsiębiorstw zaawansowanych technologii. *Przegląd Organizacji*, (2).
- Rialp, A., Rialp, J. i Knight, G.A. (2005). The phenomenon of early internationalizing firms: What do we know after a decade (1993–2003) of scientific inquiry? *International Business Review*, 14 (2), <http://dx.doi.org/10.1016/j.ibusrev.2004.04.000>.
- Skala, A. (2014). nowa metoda identyfikacji przedsiębiorstw wysokiej technologii na przykładzie Warszawy. *Modern Management Review*, XIX, (2), 109–127, <http://dx.doi.org/10.7862/rz.2014.mmr.2>.
- Wach, K. (2012). *Europeizacja małych i średnich przedsiębiorstw: rozwój przez umiędzynarodowienie*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

- Wach, K. (2014). Familiness and born globals: Rapid internationalization among Polish family firms. *Journal of Intercultural Management*, 6 (3), 177–186.
- Wach, K. (2015a). Entrepreneurship without borders: Do borders matter for international entrepreneurship? *Problemy Zarządzania*, 13, (1), 82–92, <http://dx.doi.org/10.7172/1644-9584.51.6>.
- Wach, K. (2015b). Impact of cultural and social norms on entrepreneurship in the EU: Cross-country evidence based on GEM Survey results. *Zarządzanie w Kulturze*, 16 (1), 15–29, <http://dx.doi.org/10.4467/20843976ZK.15.002.3037>.
- Wach, K. (2015c). Entrepreneurial orientation and business internationalisation process: The theoretical foundations of international entrepreneurship. *Entrepreneurial Business and Economic Review*, 3 (2), 10–24, <http://dx.doi.org/10.15678/EBER.2015.030202>.
- Wach, K. i Whermann, C. (2014). Entrepreneurship in international business: International entrepreneurship as the intersection of two fields (chapter 1). W: A.S. Gubik i K. Wach (red.), *International Entrepreneurship and Corporate Growth in Visegrad Countries*. Miskolc: University of Miskolc.
- Welch, J. i Loustarinan, R. (1988). Internationalization: Evolution of a concept. *Journal of General Management*, 14 (2).
- Wojnicka, E., Klimczak, P., Wojnicka, M. i Dąbkowski, J. (2006). *Perspektywy rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw wysokich technologii w Polsce do 2020 roku*. Warszawa: PARP.
- Zahra, S.A. (2005). A theory of international new ventures: A decade of research. *Journal of International Business Studies*, 36 (1), 20–28, <http://dx.doi.org/1057/palgrave.jibs.8400118>.
- Zedtwitz, M. von i Gassmann, O. (2002). Market versus technology drive in R&D internationalization: Four different patterns of managing research and development. *Research Policy*, 31, 569–588.