

GOSPODARKA NARODOWA

4
(278)
Rok LXXXV/XXVI
lipiec–sierpień
2015
s. 49–67

Milena RATAJCZAK-MROZEK*

Czas w badaniach nad internacjonalizacją przedsiębiorstw¹

Streszczenie: Celem artykułu jest weryfikacja na podstawie literatury przedmiotu zależności pomiędzy czasem a doświadczeniem zagranicznym i poziomem umiędzynarodowienia przedsiębiorstwa oraz wskazanie znaczenia konceptualizacji pojęcia czasu i związanego z nim tempa w badaniach nad internacjonalizacją przedsiębiorstw.

Rozważania przeprowadzono wykorzystując krytyczną analizę literatury z zakresu internacjonalizacji przedsiębiorstw koncentrując się na modelach procesowych, podejściu sieciowym do umiędzynarodowienia oraz literaturze z zakresu przyspieszonej internacjonalizacji. W szczególności uwzględniono badania dotyczące czasu i tempa internacjonalizacji przedsiębiorstw.

W artykule przedstawiono wiele wniosków dotyczących czasu w badaniach nad internacjonalizacją przedsiębiorstw związanych kolejno z przyrostem doświadczenia w działalności na rynkach zagranicznych, tempem internacjonalizacji oraz związkiem między czasem a poziomem internacjonalizacji przedsiębiorstw. Wskazano, że, aby uzyskać większe zrozumienie procesu internacjonalizacji przedsiębiorstw, niezbędne jest włączenie czasu *explicit* do teorii umiędzynarodowienia. Wykazano, że zarówno zależność pomiędzy czasem a przyrostem doświadczenia zagranicznego przedsiębiorstw, jak i czasem a poziomem ich umiędzynarodowienia jest kompleksowa i nieliniarna. Ponadto w zakresie samego pomiaru istotne jest, aby poziom internacjonalizacji wyznaczać na podstawie miar kompleksowych uwzględniających zasoby zaangażowane na różnych płaszczyznach funkcjonowania firmy. Z kolei badania nad tempem internacjonalizacji powinny uwzględniać zarówno pomiar tempa podjęcia działalności zagranicznej, jak i tempa całego późniejszego procesu umiędzynarodowienia, co ma szczególne znaczenie dla badań nad przedsiębiorstwami *born global*.

* Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Wydział Gospodarki Międzynarodowej, Katedra Marketingu Międzynarodowego, milena.ratajczak@ue.poznan.pl

¹ Artykuł został sfinansowany ze środków Narodowego Centrum Nauki przyznanych na podstawie decyzji numer DEC-2012/05/D/HS4/01138. Projekt „Globalny i lokalny wymiar sieci biznesowych”, 2013–2016 (kierownik dr Milena Ratajczak-Mrozek).

Słowa kluczowe: umiędzynarodowienie, poziom internacjonalizacji, czas, tempo internacjonalizacji

Kody klasyfikacji JEL: D21, F53, F59, L25

Artykuł nadesłany 19 stycznia 2015r., zaakceptowany 8 lipca 2015r.

Wstęp

Internacjonalizacja przedsiębiorstw jest najczęściej analizowana z perspektywy procesu umiędzynarodowienia ich działalności, co z kolei naturalnie wiąże rozważania o internacjonalizacji z kategorią czasu. Mimo, a może raczej z powodu, podstawowej roli, jaką czas odgrywa w procesie internacjonalizacji, nieliczne analizy są poświęcone wyłącznie temu czynnikowi [Sharma, Blomstermo, 2003; Hurmerinta-Peltomäki, 2003; Eden, 2009; Casillas, Acedo, 2013; Chetty i in., 2014]. Choć istnieje ogólna zgoda co do faktu, że czas wywiera wpływ zarówno na zjawisko internacjonalizacji przedsiębiorstw, jak i na wiążący się z nim proces uczenia się, zdobywania wiedzy i doświadczenia, duża część literatury i teorii z zakresu umiędzynarodowienia nie bierze explicite pod uwagę czynnika czasu [Sharma, Blomstermo, 2003]. Uważa się wręcz, że czas jako taki nie jest dostatecznie rozpoznany na poziomie teoretycznych analiz z zakresu internacjonalizacji [Hurmerinta-Peltomäki, 2003; Chetty i in., 2014]. Ten sam problem, niewystarczająco kompleksowego teoretycznego rozpoznania zjawiska podstawowego dla umiędzynarodowienia przedsiębiorstw, dotyczy pojęcia tempa internacjonalizacji (ang. *internationalisation speed*). Jest ono w różny sposób definiowane i mierzone, a często wręcz traktowane jako pojęcie pierwotne, niewymagające wyraźnego wyjaśnienia, co wprowadza brak spójności metodycznej [Casillas, Acedo, 2013; Chetty i in., 2014]. Nakreślone problemy są potęgowane przez fakt, że czas jest zjawiskiem kompleksowym, nieuchwytnym i trudnym do zdefiniowania (jest to „nieprzerwany ciąg chwil”, „okres, pora, gdy coś jest wykonywane lub coś się dzieje” [Słownik języka polskiego PWN]). Co więcej, rozumienie i postrzeganie czasu różni się w zależności od kontekstu kulturowego kraju [Hofstede, 1980; Sharma, Blomstermo, 2003].

Z procesem umiędzynarodowienia związana jest również analiza jego poziomu. Ten nurt badań ma szczególne znaczenie ze względu na przekonanie o wpływie wyższego poziomu internacjonalizacji na wyniki i przewagę konkurencyjną przedsiębiorstw [Szymura-Tyc, 2013]. Trzeba zwrócić uwagę, że we wskaźnikach poziomu umiędzynarodowienia z jednej strony czas explicite jest zazwyczaj pomijany, a z drugiej, ze względu na procesowy charakter samej internacjonalizacji, często zakłada się, że im dłuższy czas działalności na rynkach zagranicznych, tym większe doświadczenie i poziom umiędzynarodowienia przedsiębiorstwa (porównaj: Eramilli [1991], Morawczyński [2007], Brouters i in. [2009], Fonfara [2012]). Przytoczone założenie wynika z przesłanek leżących u podstaw internacjonalizacji dotyczących niezbędnego

dla jej realizacji doświadczenia oraz wiedzy w zakresie prowadzenia działalności na rynkach zagranicznych, które to z kolei są zdobywane stopniowo i wymagają raczej dłuższego czasu. Terminy takie jak postęp, uczenie i rozwój zakładają przyrost w czasie. Wskazane założenie związane jest przede wszystkim z etapowymi modelami internacjonalizacji.

Pojawia się jednak pewna wątpliwość, na ile założenia, zgodnie z którymi im dłuższy czas aktywności przedsiębiorstwa na rynkach zagranicznych, tym większe jego doświadczenie międzynarodowe i poziom internacjonalizacji, są zgodne z praktyką gospodarczą. Dlatego celem artykułu jest weryfikacja na podstawie literatury przedmiotu zależności pomiędzy czasem a doświadczeniem zagranicznym i poziomem umiędzynarodowienia przedsiębiorstwa oraz wskazanie znaczenia konceptualizacji pojęcia czasu i związanego z nim tempa w badaniach nad internacjonalizacją przedsiębiorstw.

Rozważania przeprowadzono wykorzystując krytyczną analizę literatury z zakresu internacjonalizacji przedsiębiorstw, koncentrując się na modelach etapowych, podejściu sieciowym do internacjonalizacji oraz literaturze z zakresu przyspieszonej internacjonalizacji. W szczególności uwzględniono badania dotyczące czasu i tempa internacjonalizacji przedsiębiorstw. Poza obszarem rozważań artykułu jest kolejność działań podejmowanych przez przedsiębiorstwa w czasie internacjonalizacji, czy też wybór momentu wejścia na rynki zagraniczne.

W kolejnych częściach artykułu przedstawiono krytyczną analizę trzech głównych nurtów badań dotyczących czasu w internacjonalizacji przedsiębiorstw związanych kolejno z przyrostem doświadczenia w działalności na rynkach zagranicznych, tempem internacjonalizacji oraz zawiązaniem między czasem a poziomem umiędzynarodowienia przedsiębiorstw. Na końcu zaprezentowano główne wnioski wynikające z analizy.

Czas a przyrost doświadczenia w działalności na rynkach zagranicznych

Czas trwania działalności przedsiębiorstwa na rynkach zagranicznych postrzegany jest jako miara doświadczenia zagranicznego, które to zazwyczaj jest zoperacjonalizowane jako liczba lat, jaka upłynęła od rozpoczęcia działalności eksportowej. Zakłada się, że im dłużej firma jest aktywna na rynkach zagranicznych, tym większe ma doświadczenie w prowadzeniu takiej działalności

Powiązanie międzynarodowego doświadczenia z czasem trwania zagranicznych operacji wywodzi się z założeń modeli etapowych internacjonalizacji, zakładających sekwencyjne podejście do procesu umiędzynarodowienia, zgodnie z którym w kolejnych etapach internacjonalizacji przedsiębiorstwo staje się coraz bardziej związane z zagranicznymi rynkami zbytu, pozyskując informacje, doświadczenie i know-how.

Najbardziej znanym modelem etapowym, który stanowi podstawę dla zakładanego linearnego związku między czasem prowadzenia aktywności

zagranicznej a poziomem doświadczenia międzynarodowego jest koncepcja J. Johansona i P.F. Wiedersheim-Paula [1975], później rozwinięta przez J. Johansona i J.E. Vahlne [1977], nazywana powszechnie modelem Uppsala lub szwedzkim. J. Johanson i P.F. Wiedersheim-Paul [1975] stwierdzili, że przedsiębiorstwo najpierw rozwija swoją działalność na rynku lokalnym, a następnie podejmuje działalność za granicą, koncentrując się na bliskich rynkach i stopniowo wchodzi na rynki coraz bardziej oddalone pod względem „dystansu psychicznego” (wyznaczanego przez różnice językowe, kulturowe, polityczne, edukacyjne oraz różnice w poziomie rozwoju gospodarczego krajów). Podwaliny dla powiązania czasu z miarą doświadczenia zagranicznego przedsiębiorstw tworzy dynamiczne ujęcie modelu Uppsala sformułowane przez J. Johansona i J.E. Vahlne [1990], w którym proces internacjonalizacji jest postrzegany jako oddziaływanie między rozwojem wiedzy o obcych rynkach i działań bieżących z jednej strony, a rosnącym zaangażowaniem zasobów na rynkach zagranicznych z drugiej. J. Johanson i J.E. Vahlne argumentują, że wiedzę specyficzną można uzyskać przede wszystkim dzięki doświadczeniu, które z kolei może być pozyskane wyłącznie przez proces uczenia się w połączeniu z bieżącą działalnością przedsiębiorstwa. Na to z kolei potrzeba czasu [Johanson, Vahlne, 1977; Johanson, Vahlne, 1990].

Analizując założenie przyrostu doświadczenia zagranicznego wraz z wpływem czasu prowadzenia działalności na rynku międzynarodowym, należy zwrócić uwagę, że jest ono przyjęte również w koncepcjach łączących problem stopniowego angażowania się na rynkach zagranicznych z aspektem innowacji, w którym internacjonalizacja postrzegana jest jako proces innowacyjny [Bilkey, Tesar, 1977; Cavusgil, 1980; Czinkota, 1982; Reid, 1983]. Także te modele koncentrują się na procesie stopniowego zdobywania przez przedsiębiorstwo wiedzy i doświadczenia, w połączeniu z akceptacją (adaptowaniem) innowacji.

Odwołanie explicite do czasu i doświadczenia ma również miejsce w teorii opcji strategicznych [Bowman, Hurry, 1993; Kogut, 1983; Chang, 1995], w której podkreśla się, że wiedza zdobyta podczas wejść na rynki zagraniczne umożliwia rozwój specyficznych dla przedsiębiorstwa umiejętności, wykorzystywanych do wejścia i działania na kolejnych rynkach ekspansji [Sharma, Blomstermo, 2003].

Ponadto można zauważyć, że w zrewidowanej wersji swojego modelu z 2009 roku J. Johanson i J.E. Vahlne [2009] uwzględniają znaczenie sieci relacji dla działalności przedsiębiorstw i wpisują się w nurt rozważań sieciowego modelu internacjonalizacji [Johanson, Mattsson, 1988; Hadley, Wilson, 2003; Fletcher, 2008], modyfikując główne siły sprawcze dynamicznego procesu internacjonalizacji do: rozwoju wiedzy przy wykorzystywaniu okazji i zaangażowaniu w rozwój relacji; zaufania i zaangażowania. Także w tym zrewidowanym modelu J. Johanson i J.E. Vahlne [2009] podkreślają, że tworzenie relacji, zaufania, zaangażowania i proces uczenia się wymagają czasu (niektóre dane wskazują nawet na potrzebę 5 lat do stworzenia dobrze

funkcjonujących relacji). Tym samym nie przekreślają znaczenia czasu przekładającego się na przyrost doświadczenia w działalności przedsiębiorstwa na rynkach zagranicznych.

Powyżej przytoczone założenie dotyczące związku pomiędzy czasem a przyrostem doświadczenia powoduje, że w badaniach międzynarodowych liczba lat prowadzenia aktywności zagranicznej jest często wykorzystywana jako miara doświadczenia zagranicznego, a lata doświadczenia eksportowego stanowią podstawę dla rozróżnienia etapów rozwoju eksportu [Bilkey, Tesar, 1977; Cavusgil, 1980; Czinkota, 1982; Naidu, Prasad, 1994; Fonfara 2012]. M.K. Erramilli [1991] potwierdził, że doświadczenie, czyli czas trwania działalności zagranicznej, ma umiarkowany wpływ na wybór kraju ekspansji i silny wpływ na wybór formy wejścia. L.E. Brouthers i in. [2009] stwierdzili dodatni związek między doświadczeniem zagranicznym a liczbą rynków zagranicznych i intensywnością eksportu. W Polsce R. Morawczyński [2007] badając małe i średnie przedsiębiorstwa z Małopolski potwierdził dodatni związek między doświadczeniem eksportowym a stopniem umiędzynarodowienia przedsiębiorstwa (wyrażonego liczbą rynków i intensywnością eksportu). Z kolei W. Nowiński i W. Nowara [2011] w swoich badaniach potwierdzili związek między doświadczeniem eksportowym firmy a intensywnością eksportu (nie stwierdzono jednak związku między doświadczeniem a liczbą rynków eksportowych).

Założenie bezpośredniej linearnej relacji pomiędzy czasem trwania aktywności zagranicznej i przyrostem doświadczenia można jednak zakwestionować. Na różnych etapach umiędzynarodowienia potrzebne są inna wiedza i doświadczenie, gdyż problemy i okazje napotymane przez przedsiębiorstwa w różnych momentach procesu umiędzynarodowienia są odmienne [Sharma, Blomstermo, 2003]. D.D. Sharma i A. Blomstermo [2003] podkreślają, że przedsiębiorstwa więcej uczą się w pierwszych fazach wejścia na rynki zagraniczne, to jest na początku swojego procesu umiędzynarodowienia, stąd relacja pomiędzy czasem i zdobytą wiedzą oraz doświadczeniem zagranicznym nie jest linearna. Trzeba też zaznaczyć, że indywidualne doświadczenie zagraniczne posiadane przez menedżerów (nabyte w trakcie wcześniejszej pracy w innych firmach) powoduje, że może mieć miejsce skokowy, nieliniarny przyrost doświadczenia całego przedsiębiorstwa. Co więcej, miara doświadczenia wyrażona latami aktywności eksportowej nie uwzględnia faktu, że przedsiębiorstwa mogą się uczyć oraz zdobywać wiedzę i doświadczenie zagraniczne już w trakcie działalności importowej, wynikającej z kontaktów ze zlokalizowanymi za granicą dostawcami [Welch, Luostarinen, 1993]. Ponadto nadmienić też trzeba zastrzeżenie dotyczące intensywności obecności przedsiębiorstwa na rynku zagranicznym. W skrajnym przypadku podmiot prowadzący wyłącznie długoletni eksport pośredni do jednego kraju może dysponować mniejszą wiedzą i doświadczeniem niż typowe przedsiębiorstwo *born global* nawet dopiero na początku swej działalności [Ratajczak-Mrozek, 2013].

Czas a tempo internacjonalizacji

Odmienne założenia niż w przypadku pomiaru umiędzynarodowienia związanego z doświadczeniem zagranicznym zyskanym wraz z upływem czasu prezentują badania postrzegające czas jako wyznacznik tempa internacjonalizacji. Wiązą się one z analizami przyspieszenia tempa umiędzynarodowienia przedsiębiorstw (ang. *accelerated internationalisation, rapid internationalisation*) [Bangara i in., 2012; Cesinger i in., 2012; Madsen, 2013].

Badania nad przyspieszoną internacjonalizacją dotyczą w rzeczywistości przede wszystkim analiz przedsiębiorstw *born global* (urodzeni globaliści) [Rennie, 1993; Knight, Cavusgil, 1996; Madsen, Servais, 1997] i przedsiębiorstw wcześniej umiędzynarodowionych (ang. *international new ventures*) [Oviatt, McDougall, 1994; McDougall i in., 2003]. Są to „młode firmy, które umiędzynarodawiają działalność w przyspieszonym tempie we wczesnej fazie swojego rozwoju” [Bangara i in., 2012, s. 624].

Przedsiębiorstwa *born global* w krótkim czasie od założenia osiągają znaczny udział operacji zagranicznych (zwykle dotyczy to eksportu) w całości obrotów. Odwołując się do trzech wymiarów internacjonalizacji [Zahra, George, 2002], czyli tempa (ang. *speed*, czasu jaki minął między założeniem firmy a pierwszą zagraniczną sprzedażą), stopnia (ang. *extent*, np. udziału zagranicznej sprzedaży w sprzedaży ogółem) i zakresu (ang. *scope*, np. liczby rynków zagranicznych, na których jest generowana sprzedaż), należy zwrócić uwagę, że ogólnie rzecz biorąc nie ma zgodności co do dokładnego poziomu miar decydujących o przynależności przedsiębiorstw do grupy *born global*. Pod względem tempa internacjonalizacji w zależności od autora podawane są różne zakresy czasowe. Są to: podjęcie internacjonalizacji od momentu samego powstania firmy [Bell i in., 2003; Moen i in., 2008; Schwens, Kabst, 2009], w ciągu sześciu [Zahra, Ireland, Hitt, 2000; Shrader, 2001; McDougall i in., 2003; Coviello, Jones, 2004] aż do ośmiu [Zahra, 1996; McDougall, Oviatt, 1996] lat od powstania przedsiębiorstwa. W zakresie stopnia internacjonalizacji również brak zgodności co do wartości brzegowej udziału eksportu w sprzedaży ogółem kwalifikującej przedsiębiorstwa do omawianej grupy. Jest to od 1% [McDougall i in., 2003], przez 5% [McDougall, Oviatt, 1996; Zahra i in., 2000], 25% [Knight, Cavusgil, 1996; Harveston i in., 2000] aż do 60% [Mudambi, Zahra, 2007]. Z kolei zakres internacjonalizacji jest brany pod uwagę tylko w nielicznych badaniach nad przedsiębiorstwami wcześniej umiędzynarodowionymi. P.D. Harveston, B.L. Kedia i P.S.A. Davis [2000] włączają do analizy wyłącznie przedsiębiorstwa prowadzące sprzedaż w przynajmniej trzech krajach. Są jednak badania, gdzie uznaje się, że wystarczy już sprzedaż do minimum jednego kraju zagranicznego [Melén, Nordman, 2009]. Warto odnotować, że większość punktów granicznych w zakresie wymienionych trzech wymiarów internacjonalizacji przez samych autorów jest charakteryzowana jako wyznaczona arbitralnie.

Tempo umiędzynarodowienia (ang. *internationalisation speed*) stanowi ważną charakterystykę określającą przyspieszoną internacjonalizację. Mimo

tak dużego znaczenia dla przedsiębiorstw przyspieszających umiędzynarodowienie, to kluczowe pojęcie w badaniach dotyczących internacjonalizacji jest różnie definiowane i mierzone [Chetty i in., 2014]. To z kolei decyduje o braku spójności metodycznej i o wciąż aktualnych lukach badawczych w tym zakresie.

Tempo definiowane jest jako „szybkość z jaką wykonuje się jakąś czynność lub z jaką coś się odbywa” [Słownik języka polskiego PWN]. Pomiar tempa wymaga zdefiniowania punktów odniesienia, gdyż oznacza czas, jaki mija do osiągnięcia określonych celów lub pojawienia się określonych wydarzeń [Musteen i in., 2010; Casillas, Acedo, 2013].

Tempo umiędzynarodowienia w wielu badaniach jest rozpatrywane jako czas, który upływa od powstania przedsiębiorstwa do momentu, kiedy po raz pierwszy rozpocznie ono działalność na rynkach zagranicznych. Badania koncentrują się więc na wieku przedsiębiorstwa w momencie pierwszego wejścia na rynki zagraniczne [Oviatt, McDougall, 1994; Zahra i in., 2000; Chetty, Campbell-Hunt, 2004; Jones, Coviello, 2005; Musteen i in., 2010; Ramos i in., 2011]. Należy zauważyć, że takie definiowanie tempa internacjonalizacji oznacza koncentrację na fazie przygotowującej umiędzynarodowienie (ang. *pre-internationalisation*) a nie już samym procesie obecności i działalności na rynkach zagranicznych [Casillas, Acedo, 2013; Chetty i in., 2014]. Jest to w rzeczywistości tempo (szybkość) rozpoczęcia działalności międzynarodowej a nie przebiegu całego procesu. Tymczasem o różnym tempie można przecież także mówić w następującej późniejszej działalności międzynarodowej. Tempo wkraczania na kolejne rynki, prowadzenia kolejnych działań w skali międzynarodowej także może być przyspieszone (lub spowolnione). Ważna kwestia tempa samego procesu, kiedy firma już jest obecna na rynkach zagranicznych (ang. *post-entry speed*), wciąż podejmowana jest w niewielu badaniach [Morgan-Thomas, Jones, 2009; Prashantham, Young, 2011; Casillas, Acedo, 2013; Chetty i in., 2014]. Tymczasem jest to o tyle ważne, że pozwala włączyć do analizy przyspieszonej internacjonalizacji także te przedsiębiorstwa, które nie należą do grupy *born global*. Co więcej, tempo internacjonalizacji samej działalności międzynarodowej (a nie wyłącznie jej rozpoczęcia, co jest podejmowane przez badania nad firmami *born global*) może stanowić czynnik mający pozytywny wpływ na wyniki przedsiębiorstw [Chetty i in., 2014].

Należy zwrócić uwagę na jeszcze jeden problem związany ze zoperacjonalizowaniem tempa internacjonalizacji przedsiębiorstwa (niezależnie od tego czy dotyczy początkowej czy późniejszych faz procesu). Dotyczy on definiowania tempa jako średniej z czasu upływającego pomiędzy dwoma wydarzeniami i powoduje powstanie założenia „stałej prędkości” umiędzynarodawiania działalności, która przecież jednak najczęściej jest zmienna. Jest to ważne spostrzeżenie z perspektywy pomiaru przyspieszania i zwalniania internacjonalizacji w wybranych okresach działalności przedsiębiorstwa [Chetty i in., 2014].

Kolejnym problemem dotyczącym badań tempa internacjonalizacji jest jego jednoelementowy pomiar, który dotyczy uwzględniania wyłącznie czasu, jaki upływa do momentu podjęcia pierwszych działań na arenie międzynarodowej

[Chetty i in., 2014]. Ze względu na kompleksowość zagadnienia związanego z przyspieszeniem internacjonalizacji bardziej odpowiednie wydaje się stosowanie miar złożonych. W tym zakresie [Casillas, Acedo, 2013] sugerują jednocześnie stosowanie następujących miar tempa umiędzynarodowienia:

- tempo międzynarodowego rozwoju, definiowane jako tempo wzrostu udziału sprzedaży przedsiębiorstwa za granicą,
- tempo zwiększonego udziału zasobów w działalności zagranicznej, mierzone np. przez wzrost udziału zasobów firmy za granicą, wzrost udziału zagranicznego zatrudnienia pracowników,
- tempo rozproszenia, oznaczające wzrost liczby i zróżnicowania krajów, gdzie przedsiębiorstwo jest aktywne, mierzone np. przez liczbę nowych krajów, w których firma sprzedaje produkty, wzrost geograficznego zróżnicowania sprzedaży.

Powyższa typologia bazuje na analizie trzech wymiarów internacjonalizacji zaproponowanych przez S.A. Zahra i G. George [2002] (tempo, stopień i zakres). Należy jednak zauważyć, że wymienione elementy tempa internacjonalizacji wyraźnie nawiązują do miar samego poziomu umiędzynarodowienia przedsiębiorstwa, uwzględniając czynnik jego zmiany w czasie. Stąd można zasygnalizować pewną wątpliwość, na ile powyższe miary w rzeczywistości nie stanowią miar przyrostu (zwiększenia bądź spadku) poziomu umiędzynarodowienia przedsiębiorstw (zakresu, stopnia zaangażowania), a nie realnego tempa internacjonalizacji.

S. Chetty, M. Johanson i O.M. Martín [2014] również przyjmują złożoną analizę tempa internacjonalizacji, które interpretują jako średnią prędkość międzynarodowej ekspansji przedsiębiorstwa, czyli stan internacjonalizacji firmy dla każdego roku jej istnienia. Tym samym koncentrują się na tempie całego procesu internacjonalizacji, a nie czasie upływającym od założenia przedsiębiorstwa do podjęcia przez nie pierwszych działań na rynkach zagranicznych. Według autorów tempo umiędzynarodowienia składa się z (1) tempa międzynarodowego uczenia się i (2) tempa międzynarodowego zaangażowania. Z kolei samo tempo międzynarodowego uczenia się obejmuje:

- (1a) tempo uczenia się wynikające z powtarzania międzynarodowych aktywności (mierzone jako po pierwsze, iloraz liczby lat upływających od pierwszej zagranicznej sprzedaży do liczby lat działalności przedsiębiorstwa ogółem oraz po drugie, iloraz liczby lat regularnego eksportu prowadzonego przez przedsiębiorstwo do liczby lat jego działalności),
- (1b) tempo uczenia się wynikające z różnorodności międzynarodowych aktywności (mierzone jako po pierwsze, iloraz liczby krajów, w których przedsiębiorstwo jest obecne do liczby lat prowadzonej działalności oraz po drugie, iloraz liczby stosowanych różnych form umiędzynarodowienia do liczby lat prowadzonej działalności ogółem).

Natomiast tempo międzynarodowego zaangażowania składa się z:

- (2a) tempa zaangażowania pracowników w działalność międzynarodową (iloraz liczby pracowników zaangażowanych w działalność międzynarodową do liczby lat prowadzonej działalności),

- (2b) tempa wykorzystywania zagranicznych umiejętności językowych (iloraz liczby wykorzystywanych języków w przedsiębiorstwie do liczby lat prowadzonej działalności),
- (2c) tempa zaangażowania form umiędzynarodowienia (iloraz obecności zagranicznych inwestycji bezpośrednich w ramach form ekspansji (odpowiedź tak/nie) do liczby lat prowadzonej działalności).

Wieloaspektowy podział zaproponowany przez S. Chetty, M. Johansona i O.M. Martína [2014] odwołuje się do czynników powodujących przyspieszenie internacjonalizacji i zapewnia kompleksowe spojrzenie na to zagadnienie, będąc niewątpliwie próbą precyzyjnej konceptualizacji pojęcia czasu i związanego z nim tempa w badaniach nad internacjonalizacją przedsiębiorstw. Może również stanowić przyczynek do bardziej dokładnego zdefiniowania przedsiębiorstw przyspieszających umiędzynarodowienie, włączając do analizy nie tylko przedsiębiorstwa *born global*, wcześniej umiędzynarodowione, ale także przedsiębiorstwa, które mimo późniejszego wkroczenia na rynki zagraniczne (w dłuższym czasie po rozpoczęciu działalności), następnie znacząco przyspieszyły swoją ekspansję zagraniczną. Dokładne zoperacjonalizowanie pojęcia tempa całego procesu internacjonalizacji, a nie wyłącznie czasu upływającego od założenia przedsiębiorstwa do podjęcia przez nie działań na rynkach zagranicznych, może być także istotne w badaniach próbujących udzielić odpowiedzi na pytanie, w jakim momencie firmy *born global* przestają być zaliczane do tej grupy przedsiębiorstw.

Czas a poziom internacjonalizacji przedsiębiorstw

Poziom internacjonalizacji przedsiębiorstwa świadczy o intensywności i zasięgu jego międzynarodowej działalności gospodarczej [Przybylska, 2006]. Mimo że poziom umiędzynarodowienia jest częstym tematem analiz w literaturze przedmiotu, to nadal brakuje ogólnie przyjętej jednej koncepcji jego pomiaru. W praktyce pomiar poziomu internacjonalizacji utrudniany jest przede wszystkim przez brak dostępu do wystarczających danych od przedsiębiorstw – możliwe jest zaproponowanie na poziomie teoretycznym i skonstruowanie kompleksowych miar, jednak trudne jest ich empiryczne zweryfikowanie i następnie praktyczne zastosowanie na szeroką skalę.

W literaturze przedmiotu występują dwa główne podejścia do pomiaru poziomu internacjonalizacji bazujące na wskaźnikach analitycznych i syntetycznych. Wskaźniki analityczne obejmują indywidualne miary umiędzynarodowienia. Wśród nich można wyróżnić wskaźniki strukturalne (takie jak liczba zagranicznych rynków obsługiwanych przez przedsiębiorstwo, wartość dodana za granicą, liczba zatrudnionych za granicą i/lub ich udział w ogólnej liczbie zatrudnionych w korporacji), wskaźniki rynkowe (operacyjne, związane z wynikami) mierzące związek sukcesu lub niepowodzenia przedsiębiorstwa z jego działalnością zagraniczną (np. wartość sprzedaży za granicą, suma dochodów z filii zagranicznej, udział wartości produkcji zagranicznych

fili w ogólnej wartości produkcji korporacji) oraz wskaźniki behawioralne, przedstawiające zagraniczne doświadczenie menedżerów [Sullivan, 1994; Dorrenbacher, 2000; Rymarczyk, 2004, s. 24; Przybylska, 2006; Romanowska 2011]. Z kolei wskaźniki syntetyczne są wskaźnikami zagregowanymi. Najbardziej znane z nich to [Przybylska, 2006] wskaźnik transnacionalizacji korporacji TNI [UNICAD-UN, 1995], wskaźnik transnarodowej rozproszenia działalności TASI [Ietto-Gillies, 1998] oraz wskaźnik stopnia internacjonalizacji DOI [Sullivan, 1994].

Tak jak liczne są wskaźniki poziomu internacjonalizacji, tak większość z nich *explicite* nie uwzględnia czasu prowadzenia działalności na rynkach zagranicznych. W tym zakresie do czasu bezpośrednio odwołuje się wskaźnik zagranicznego doświadczenia menedżerów (nabytego w trakcie całej drogi zawodowej, niekoniecznie w ocenianej firmie). Trzeba jednak podkreślić, że to doświadczenie jest raczej traktowane jako czynnik przyspieszonej internacjonalizacji niż wyłącznie miara umiędzynarodowienia całego przedsiębiorstwa. Oznacza bowiem, że nawet nowo założone przedsiębiorstwo może mieć zaawansowaną wiedzę i doświadczenie zagraniczne na poziomie indywidualnych pracowników [Hurmerinta-Peltomäki, 2003].

Z kolei w ramach wskaźników rynkowych czas jest wykorzystywany jako miara przetrwania, długowieczności, co ma zastosowanie zwłaszcza w przypadku pomiaru sukcesu zagranicznych aliansów strategicznych oraz międzynarodowych *joint-ventures* [Contractor, 1986; Harrigan, 1988; Geringer, Herbert, 1991; Parkhe, 1991; Woodcock i in., 1994; Sharma, Blomstermo, 2003].

Trzeba zaznaczyć, że tak jak we wskaźnikach poziomu umiędzynarodowienia czas *explicite* jest zazwyczaj pomijany, tak ze względu na procesowy charakter samej internacjonalizacji, często zakłada się, że im dłuższy czas działalności na rynkach zagranicznych, tym większy poziom umiędzynarodowienia przedsiębiorstwa (porównaj: [Erramilli, 1991; Morawczyński, 2007; Brouthers i in., 2009; Fonfara, 2012]). Przytoczone założenie wynika z przesłanek leżących u podstaw modeli etapowych internacjonalizacji, zgodnie z którym im dłużej firma działa na rynkach zagranicznych, tym bardziej się uczy i ma większe doświadczenie międzynarodowe [Sharma, Blomstermo, 2003]. W związku z tym każdy kolejny etap internacjonalizacji oznacza większe zaangażowanie przedsiębiorstwa w działalność międzynarodową zarówno pod względem skali działania, jak i z uwagi na podejmowane formy aktywności. Przyjęte założenie dotyczące wiedzy (proces uczenia się, wymaga czasu) nie tylko determinuje stopniowy przebieg procesu umiędzynarodowienia i zdobywania doświadczenia, ale także powoduje, że przedsiębiorstwo wraz z upływem czasu staje się coraz bardziej zinternacjonalizowane [Ratajczak-Mrozek, 2013].

Na wykorzystanie czasu (mierzonego liczbą lat prowadzonej działalności zagranicznej), jako miary poziomu internacjonalizacji przedsiębiorstw należy spojrzeć krytycznie. Przede wszystkim trzeba podkreślić, że założenie dotyczące kumulatywnego charakteru czasu przekładające się na wzrost

poziomu internacjonalizacji bazuje na jego zachodnim rozumieniu. Zgodnie z tym czas jest traktowany jako zjawisko linearne, jednowymiarowe i płynące w jednym określonym kierunku (z przeszłością, teraźniejszością i przyszłością) [Sharma, Blomstermo, 2003; Hurmerinta-Peltomäki, 2003]. Tymczasem proces umiędzynarodowienia odbywający się w czasie nie musi mieć charakteru postępującego i kumulatywnego. Trzeba tu wspomnieć o zjawisku dezinternacjonalizacji oznaczającej dobrowolne lub wymuszone działania, które redukuje zaangażowanie przedsiębiorstwa w działalność zagraniczną [Boddewyn, 1983; Benito, Welch, 1997; Ghertman, 1988; Witek-Hajduk, 2010; Doryń, 2014]. Oznacza to, że mimo upływu czasu poziom internacjonalizacji przedsiębiorstwa nie zwiększa się (choć dyskutowana może być nadal kwestia, czy wycofanie się z działalności zagranicznej nie stanowi także wzrostu doświadczenia, które przecież nie musi wiązać się tylko z pozytywnymi wydarzeniami). Tym bardziej, że przedsiębiorstwo może prowadzić działalność o różnym zaawansowaniu na kilku różnych rynkach zagranicznych [Welch, Luostarinen, 1993; Axinn, Matthyssens, 2002]. Ponadto w przypadku firm o bardziej rozbudowanych strukturach proces i poziom internacjonalizacji mogą być zróżnicowane w różnych obszarach funkcjonowania (zarówno rynkowych, jak i funkcjonalnych). Do analizy takich struktur można przyjąć podejście sieciowe, z którym jest związany model sieciowy internacjonalizacji. W podejściu sieciowym poziom internacjonalizacji firmy odzwierciedla zakres, w jakim zajmuje ona określone pozycje w sieciach zagranicznych i wagę oraz stopień zintegrowania tych pozycji. Wysoki poziom umiędzynarodowienia przedsiębiorstwa oznacza, że posiada ono wiele silnych powiązań z podmiotami w różnych krajach [Johanson, Mattsson, 1988; Ratajczak-Mrozek, 2009]. Poziom internacjonalizacji w modelu sieciowym zależy więc nie tylko od czasu, ale i od poziomu zintegrowania podmiotów oraz rodzaju, zróżnicowania i wagi wymienianych zasobów.

Można zauważyć, że także w przypadku przedsiębiorstw przyspieszających internacjonalizację (*born global*, wcześniej umiędzynarodowionych) wpływ czasu (liczba lat) nie może stanowić miary ich poziomu umiędzynarodowienia, gdyż w rzeczywistości wyznacza on tempo osiągnięcia tego poziomu. Czas i szybkość mogą być jednak wyznacznikiem sukcesu przedsiębiorstwa mierzonego szybkim wkroczeniem na rynki zagraniczne i ekspansją. Aczkolwiek i w tym przypadku należy zachować ostrożność, ponieważ badania nad wynikami przedsiębiorstw *born global* nie potwierdzają takiej zależności [Trudgen, Freeman, 2014]. W przypadku tych przedsiębiorstw poziom internacjonalizacji nie stanowi funkcji czasu, zwłaszcza że liczba i zróżnicowanie obsługiwanych rynków oraz formy umiędzynarodowienia stosowane przez te przedsiębiorstwa zdecydowanie nie muszą się zmieniać linearnie, stopniowo przyrastając wraz z upływem czasu.

Wnioski

Biorąc pod uwagę kluczowe znaczenie czasu i tempa internacjonalizacji dla teorii umiędzynarodowienia przedsiębiorstw, należy zauważyć, że w badaniach te pojęcia są zazwyczaj niewystarczająco skonceptualizowane. Ze względu na procesowy charakter umiędzynarodowienia bardzo często zakłada się istnienie czasu, ale traktuje jako pojęcie pierwotne, które nie wymaga definiowania i zoperacjonalizowania. Duża część literatury i teorii internacjonalizacji nie bierze *explicite* pod uwagę czynnika upływu czasu. Przyjmuje się, że proces ma miejsce w czasie, co wiąże się z opisem lub pomiarem jego kolejno następujących momentów. Jednocześnie najczęściej zakłada się przyrostową, jednokierunkową naturę czasu, co ma wpływ na założenia związane z doświadczeniem zagranicznym przedsiębiorstw oraz poziomem internacjonalizacji. Przeprowadzona w artykule analiza wykazała konieczność bardziej precyzyjnego podejścia do definiowania czasu. W związku z tym jako pierwszy wniosek z przeprowadzonej analizy należy powtórzyć postulat J.C. Casillas i F.I. Acedo [2013], zgodnie z którym, aby uzyskać większe zrozumienie procesu internacjonalizacji przedsiębiorstw, jeśli teoria ma zapewniać poprawne wyjaśnienie i opis zjawisk, niezbędne jest włączenie czasu *explicite* do teorii umiędzynarodowienia wraz z dokładną definicją jego istoty (a nie traktowanie go tylko jako niedookreślonego założenia).

Analiza czasu w badaniach nad internacjonalizacją dotyczy trzech głównych nurtów: przyrostu doświadczenia zagranicznego, tempa internacjonalizacji oraz związku z poziomem internacjonalizacji. Co ważne, rozważania dotyczące po pierwsze, doświadczenia i poziomu umiędzynarodowienia oraz po drugie, tempa internacjonalizacji, podejmowane są w badaniach zazwyczaj oddzielnie. Tymczasem kompleksowe analizy mogą precyzyjniej określić rolę, jaką czas odgrywa w umiędzynarodowieniu przedsiębiorstw i przełożeniu tej relacji na przewagę konkurencyjną.

W zakresie analiz tempa umiędzynarodowienia pojawia się problem barku spójności metodycznej. W badaniach nad tempem umiędzynarodowienia ograniczanie pomiaru do czasu, jaki upływa od zapoczątkowania działalności do podjęcia przez przedsiębiorstwo pierwszej sprzedaży zagranicznej wyraźnie ogranicza zakres potencjalnego wnioskowania. W związku z tym tempo internacjonalizacji powinno być także analizowane w następującej później działalności na rynkach zagranicznych, czyli w całym procesie internacjonalizacji. Tempo wkraczania na kolejne rynki, prowadzenia kolejnych działań w skali międzynarodowej także może być przyspieszone (lub spowolnione). Stąd jako drugi wniosek z przeprowadzonej analizy należy zaznaczyć, że badania nad tempem internacjonalizacji powinny uwzględniać zarówno pomiar tempa podjęcia działalności zagranicznej, jak i tempa całego późniejszego procesu umiędzynarodowienia.

Powyższy wniosek jest szczególnie ważny w przypadku badań nad przedsiębiorstwami przyspieszającymi internacjonalizację, pozwalając znaleźć na przykład odpowiedź na pytanie, w którym momencie firmy *born global*

przestają należeć do tej grupy. Trzeba jednak zaznaczyć, że badań nad tempem internacjonalizacji nie należy ograniczać wyłącznie do tej grupy przedsiębiorstw. Takie ograniczenie powoduje bowiem wykluczenie z analizy firm, które mimo późniejszego wkroczenia na rynki zagraniczne (w dłuższym czasie po rozpoczęciu działalności) następnie znacząco przyspieszają swoją ekspansję zagraniczną. Stąd można wnioskować, że badanie tempa całego procesu internacjonalizacji powinno dotyczyć wszystkich przedsiębiorstw, a nie ograniczać się wyłącznie do grupy przedsiębiorstw *born global*, wcześniej umiędzynarodowionych.

Ważne założenie, które w artykule podlegało weryfikacji na podstawie krytycznej analizy literatury przedmiotu, dotyczy zależności pomiędzy czasem a doświadczeniem zagranicznym i poziomem internacjonalizacji przedsiębiorstw, zgodnie z którym im dłuższy czas aktywności przedsiębiorstwa na rynkach zagranicznych, tym większe jego doświadczenie międzynarodowe i poziom internacjonalizacji. Na podstawie przedstawionej w artykule analizy nie można potwierdzić pełnej poprawności tych założeń.

Doświadczenie zagraniczne jest pozyskiwane wraz z upływem czasu, jednak nakreślona zależność ma charakter nieliniarny. Jest to spowodowane występowaniem wielu czynników wpływających na jej kształt oraz możliwe przyspieszenie lub spowolnienie procesu pozyskiwania doświadczenia. Wśród nich należy wymienić: indywidualne wcześniejsze doświadczenie zagraniczne menedżerów, doświadczenie przedsiębiorstwa wynikające z innych niż eksport kontaktów z rynkami zagranicznymi (np. z relacji importerami), intensywność obecności przedsiębiorstwa na rynku zagranicznym, a także ważny fakt, że przedsiębiorstwa często więcej uczą się w pierwszych fazach wejścia na rynki zagraniczne, to jest na początku procesu umiędzynarodowienia. Stąd można postawić kolejny wniosek wynikający z przeprowadzonej analizy, zgodnie z którym zależność pomiędzy przyrostem doświadczenia zagranicznego przedsiębiorstw a czasem stanowi zależność nieliniarną.

Tak samo jak w przypadku przyrostu doświadczenia zagranicznego również zależność pomiędzy czasem a poziomem umiędzynarodowienia jest kompleksowa i nieliniarna. Mimo upływu czasu sam poziom internacjonalizacji przedsiębiorstwa nie musi się zwiększać. Poziom umiędzynarodowienia może wzrastać skokowo, nieproporcjonalnie względem czasu (np. dzięki wcześniejszemu doświadczeniu menedżerów, współpracy i dostępowi do zasobów) lub wręcz się zmniejszyć (np. zjawisko dezinternacjonalizacji). Co więcej, w przypadku przedsiębiorstw przyspieszających umiędzynarodowienie czas w rzeczywistości wyznacza tempo osiągnięcia danego poziomu internacjonalizacji.

Badając poziom internacjonalizacji przedsiębiorstw czas (liczba lat obecności na rynkach zagranicznych) nie jest jego wystarczającym wskaźnikiem. Stąd można wysnuć następny wniosek, zgodnie z którym niezależnie jakie przyjmuje się spojrzenie na internacjonalizację przedsiębiorstw (zgodne z logiką modeli etapowych, modeli sieciowych czy też firm przyspieszających umiędzynarodowienie) istotne jest, aby poziom internacjonalizacji wyznaczać na podstawie miar kompleksowych uwzględniających zasoby zaangażowane

na różnych płaszczyznach funkcjonowania firmy na rynkach zagranicznych. W tym celu konieczne jest nie ograniczanie się do pomiaru eksportu, ale uwzględnianie także innych form zaangażowania międzynarodowego (włączając w to import). Ponadto wskazany jest pomiar poziomu internacjonalizacji w różnym czasie, co pozwoli wysuwać wnioski na temat tempa osiągnięcia danego poziomu umiędzynarodowienia.

Przedstawione w artykule wnioski wyznaczają kierunki dalszych badań. Czas jest na tyle zjawiskiem kompleksowym i jednocześnie podstawowym dla badań nad procesem internacjonalizacji, że mogą stanowić one przedmiot zarówno przyszłych analiz teoretycznych, jak i weryfikacji empirycznych w zakresie umiędzynarodowienia przedsiębiorstw.

Bibliografia

- Axinn C.N., Matthyssens I.P. [2002], *Limits of Internationalization Theories in an Unlimited World*, "International Marketing Review", vol. 19, no. 5, s. 436–449.
- Bangara A., Freeman S., Schroder W. [2012], *Legitimacy and Accelerated Internationalisation: An Indian Perspective*, "Journal of World Business", vol. 47, no. 4, s. 623–634.
- Bell J., McNaughton R., Young S., Crick D. [2003], *Towards an Integrative Model of Small Firm Internationalisation*, "Journal of International Entrepreneurship", vol. 1, no. 4, s. 339–62.
- Benito G.R.B., Welch L.S. [1997], *De-internationalisation*, "Management International Review", vol. 37, no. 2, s. 7–22.
- Bilkey W.J., Tesar G. [1977], *The Export Behavior of Smaller-sized Wisconsin Manufacturing Firms*, "Journal of International Business Studies", vol. 8, no 1, s. 93–98.
- Boddewyn J.J. [1983], *Foreign and Domestic Divestment and Investment Decisions: Like or Unlike?*, "Journal of International Business Studies", vol. 14, no. 3, s. 23–35.
- Bowman E.H., Hurry D. [1993], *Strategy Through the Option Lens: An Integrated View of Resource Investments and the Incremental-choice Process*, "Academy of Management Review", vol. 18, s. 760–782.
- Brouthers L.E., Nakos G., Hadjimarcou J., Brouthers K.D. [2009], *Key Factors for Successful Export Performance for Small Firms*, "Journal of International Marketing", vol. 17, no. 3, s. 21–38.
- Casillas J.C., Acedo F.J. [2013], *Speed in the Internationalization process of the Firm*, "International Journal of Management Reviews", vol. 15, s. 15–29.
- Casillas J.C., Moreno-Menéndez A. [2014], *Speed of the Internationalization Process: The Role of Diversity and Depth in Experiential Learning*, "Journal of International Business Studies", vol. 45, s. 85–101.
- Cavusgil S.T. [1980], *On the Internationalization Process of Firms*, "European Research", vol. 8, no. 6, s. 273–281.
- Cesinger B., Fink M., Madsen T.K., Kraus S. [2012], *Rapidly Internationalizing Ventures: How Definitions Can Bridge the Gap Across Contexts*, "Management Decision", vol. 50, no. 10, s. 1816–1842.

- Chang S.J. [1995], *International Expansion Strategy of Japanese Firms: Capability Building Through Sequential Entry*, "Academy of Management Journal", vol. 38, no. 2, s. 383–407.
- Chetty S., Campbell-Hunt C. [2004], *A Strategic Approach to Internationalization: A Traditional Versus a "Born-global" Approach*, "Journal of International Marketing", vol. 12, no. 1, s. 57–81.
- Chetty S., Johanson M., Martín O.M. [2014], *Speed of Internationalization: Conceptualization, Measurement and Validation*, "Journal of World Business", vol. 49, no. 4, s. 633–650.
- Contractor F.J. [1986], *International Business: An Alternative View*, "International Marketing Review", vol. 3, no. 1, s. 74–85.
- Coviello N.E., Jones M.V. [2004], *Methodological Issues in International Entrepreneurship Research*, "Journal of Business Venturing", vol. 19, no. 4, s. 485–508.
- Czinkota M.R. [1982], *Export Development Strategies: US Promotion Policies*, Praeger Publishers, New York.
- Dorrenbacher Ch. [2000], *Measuring Corporate Internationalization*, Discussion Paper, Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung, Berlin.
- Doryń W. [2014], *Finansowe determinanty dezinternacjonalizacji polskich spółek akcyjnych w latach 2008–2011*, "Ekonomia Międzynarodowa", nr 7, s. 111–125.
- Eden L. [2009], *Letter from the Editor-in-Chief: Time in International Business*, "Journal of International Business Studies", vol. 40, s. 535–538.
- Erramilli M.K. [1991], *The Experience Factor in Foreign Market Entry Behavior of Service Firms*, "Journal of International Business Studies", vol. 22, no. 3, s. 479–501.
- Fletcher R. [2008], *The Internationalisation from a Network Perspective: A Longitudinal Study*, "Industrial Marketing Management", vol. 37, no. 8, s. 953–964.
- Fonfara K. red. [2012], *The Development of Business Networks in the Company Internationalisation Process*, Poznań University of Economics Press, Poznań.
- Geringer J., Hebert M. L [1991], *Measuring Performance of International Joint Ventures*, "Journal of International Business Studies", vol. 22, no. 2, s. 249–263.
- Ghertman M. [1988], *Foreign Subsidiary and Parent's Roles during Strategic Investment and Divestment Decisions*, "Journal of International Business Studies", vol. 19, no. 1, s. 47–67.
- Hadley R.D., Wilson H.I.M. [2003], *The Network Model of Internationalisation and Experiential Knowledge*, "International Business Review", vol. 12, no. 6, s. 697–717.
- Harrigan K.R. [1988], *Joint Ventures and Competitive Strategy*, "Strategic Management Journal", vol. 9, no. 2, s. 141–158.
- Harveston P.D., Kedia B.L., Davis P.S.A. [2000], *Internationalization of Born Global and Gradual Globalizing Firms: the Impact of the Manager*, "Advances in Competitiveness Research", vol. 8, s. 92–99.
- Hofstede G. [1980], *Culture's Consequences: International Differences in Work Related Values*, Sage Publications, Beverly Hills.
- Hurmerinta-Peltomäki L. [2003], *Time and Internationalisation Theoretical Challenges Set by Rapid Internationalisation*, "Journal of International Entrepreneurship", vol. 1, no. 2, s. 217–236.
- Letto-Gillies G. [1998], *Different Conceptual Frameworks for the Assessment of the Degree of Internationalization: an Empirical Analysis of Various Indices for the Top 1000 Transnational Corporations*, "Transnational Corporation", vol. 7, no. 1, s. 17–40.

- Johanson J., Mattsson L.G. [1988], *Internationalisation in Industrial Systems – A Network Approach*, w: *Strategies in Global Competition*, red. N. Hood, J.E. Vahlne, Croom Helm, New York.
- Johanson J., Vahlne J.E. [1977], *The Internationalization Process of the Firm – A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments*, "Journal of International Business Studies", vol. 8, no. 1, s. 23–32.
- Johanson J., Vahlne J.E. [1990], *The Mechanism of Internationalization*, "International Marketing Review", vol. 7, no. 4.
- Johanson J., Vahlne J.E. [2009], *The Uppsala Internationalization Process Model Revisited: From Liability of Foreignness to Liability of Outsidership*, "Journal of International Business Studies", vol. 40, s. 1411–1431.
- Johanson J., Wiedersheim-Paul F. [1975], *The Internationalization of the Firm: Four Swedish Cases*, "Journal of Management Studies", vol. 12, no. 3, s. 305–323.
- Jones M., Coviello N.E. [2005], *Internationalisation: Conceptualising an Entrepreneurial Process of Behaviour in Time*, "Journal of International Business Studies", vol. 36, s. 284–303.
- Knight G.A., Cavusgil S.T. [1996], *The Born Global Firm: A Challenge to Traditional Internationalization Theory*, "Advances in International Marketing", vol. 8, s. 11–26.
- Kogut B. [1983], *Foreign Direct Investment As a Sequential Process*, w: *The Multinational Corporation in the 1980s*, red. C.P. Kindleberger, D. Audretsch, MIT Press, Cambridge.
- Madsen T.K. [2013], *Early and Rapidly Internationalizing Ventures: Similarities and Differences Between Classifications Based on the Original International New Venture and Born Global Literatures*, "Journal of International Entrepreneurship", vol. 11, no. 1, s. 65–79.
- Madsen T.K., Servais P. [1997], *The Internationalization of Born Globals: An Evolutionary Process*, "International Business Review", vol. 6, no. 2, s. 561–583.
- McDougall P.P., Oviatt B.M. [1996], *New Venture Internationalization, Strategic Change, and Performance: A Follow-up Study*, "Journal of Business Venturing", vol. 11, no. 1, s. 23–40.
- McDougall P.P., Oviatt B.M., Shrader R.C. [2003], *A Comparison of International and Domestic New Ventures*, "Journal of International Entrepreneurship", vol. 1, no. 1, s. 59–82.
- Melén S., Nordman E.R. [2009], *The Internationalization Modes of Born Globals: A Longitudinal Study*, "European Management Journal", vol. 27, s. 243–254.
- Moen O., Sørheim R., Erikson T. [2008], *Born Global Firms and Informal Investors: Examining Investor Characteristics*, "Journal of Small Business Management", vol. 46, no. 4, s. 536–49.
- Morawczyński R. [2007], *Zachowania małopolskich małych i średnich przedsiębiorstw eksportujących w świetle teorii stopniowego umiędzynarodowienia*, „Gospodarka Narodowa”, no. 7–8, s. 65–81.
- Morgan-Thomas A., Jones M.V. [2009], *Post-entry Internationalisation Dynamics: Differences Between SMEs in the Development Speed of Their International Sales*, "International Small Business Journal", vol. 27, s. 71–97.
- Mudambi R., Zahra S. [2007], *The Survival of International New Ventures*, "Journal of International Business Studies", vol. 38, no. 2, s. 333–52.
- Musteen M., Francis J., Datta D.K. [2010], *The Influence of International Networks on Internationalization Speed and Performance: A study of Czech SMEs*, "Journal of World Business", vol. 45, no. 3, s. 197–205.

- Naidu G.M., Prasad V.K. [1994], *Predictors of Export Strategy and Performance of Small- and Medium-sized Firms*, "Journal of Business Research", vol. 31, no. 2-3, s. 107-115.
- Nowiński W., Nowara W. [2011], *Stopień i uwarunkowania internacjonalizacji polskich małych i średnich przedsiębiorstw*, „Gospodarka Narodowa”, nr 3, s. 29-45.
- Oviatt B.M., McDougall P.P. [1994], *Toward a Theory of International New Ventures*, "Journal of International Business Studies", vol. 25, s. 45-64.
- Parkhe A. [1991], *Interfirm Diversity, Organizational Learning, and Longevity in Global Strategic Alliances*, "Journal of International Business Studies", vol. 22, no. 4, s. 579-601.
- Prashantham S., Young S. [2011], *Post-entry Speed of International New Ventures*, "Entrepreneurship Theory and Practice", vol. 35, s. 275-292.
- Przybylska K. [2006], *Pomiar internacjonalizacji przedsiębiorstwa*, „Gospodarka Narodowa”, nr 3, s. 41-57.
- Ramos E., Acedo F.J., Gonzalez M.R. [2011], *Internationalisation Speed and Technological Patterns: A Panel Data Study on Spanish SMEs*, "Technovation", vol. 31, no. 10-11, s. 560-572.
- Ratajczak-Mrozek M. [2009], *Podejście sieciowe do internacjonalizacji przedsiębiorstw*, „Marketing i Rynek”, nr 3, s. 7-11.
- Ratajczak-Mrozek M. [2013], *Proces umiędzynarodowienia a współpraca przedsiębiorstw high-tech z podmiotami zagranicznymi*, „Gospodarka Narodowa”, nr 1-2, s. 53-70.
- Reid S.D. [1983], *The Decision-maker and Export Entry and Expansion*, "Journal of International Business Studies", vol. 12, no. 2, s. 44-56.
- Rennie M.W. [1993], *Global Competitiveness: Born Global*, "The McKinsey Quarterly", vol. 4, no. 4, s. 45-52.
- Romanowska M. [2011], *Grupy kapitałowe w Polsce. Strategie i struktury*, red. M. Romanowska, PWE, Warszawa.
- Rymarczyk J. [2004], *Internacjonalizacja i globalizacja przedsiębiorstwa*, PWE, Warszawa.
- Schwens C., Kabst R. [2009], *How Early Opposed to Late Internationalizers Learn: Experience of Others and Paradigms of Interpretation*, "International Business Review", vol. 18, no. 5, s. 509-522.
- Shrader R.C. [2001], *Collaboration and Performance in Foreign Markets: The Case of Young High-technology Manufacturing Firms*, "Academy of Management Journal", vol. 44, no. 1, s. 45-60.
- Sharma D.D., Blomstermo A. [2003], *A Critical Review of Time in the Internationalization Process of Firms*, "Journal of Global Marketing", vol. 16, no. 4, s. 53-71.
- Słownik języka polskiego PWN, <http://sjp.pwn.pl/szukaj/czas.html> (4.12.204).
- Sullivan D. [1994], *Measuring the Degree of Internationalization of a Firm*, "Journal of International Business Studies", vol. 25, no. 2, s. 325-342.
- Szymura-Tyc M. [2013]. *Pomiar stopnia internacjonalizacji przedsiębiorstw – współczesne podejścia teoretyczne i założenia metodologiczne*, „Studia Ekonomiczne, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach”, nr 172, s. 41-54.
- Trudgen R., Freeman S. [2014], *Measuring the Performance of Born-Global Firms Throughout Their Development Process: The Roles of Initial Market Selection and Internationalisation Speed*, "Management International Review", vol. 54, no. 4, s. 551-579.
- UNICAD-UN, [1995], New York-Geneva.

- Welch L.S., Luostarinen R. [1993], *Inward-Outward Connections in Internationalization*, "Journal of International Marketing", vol. 1, no. 1, s. 44–56.
- Witek-Hajduk M.K. [2010], *Strategie internacjonalizacji polskich przedsiębiorstw w warunkach akcesji Polski do Unii Europejskiej*, SGH, Warszawa.
- Woodcock C.P., Beamish P.W., Shige M. [1994], *Ownership-based Entry Mode Strategies and International Performance*, "Journal of International Business Studies", vol. 25, no. 2, s. 253–273.
- Zahra S. [1996], *Technology Strategy and New Venture Performance: A Study of Corporate-sponsored and Independent Biotechnology Ventures*, "Journal of Business Venturing", vol. 11, no. 4, s. 289–321.
- Zahra S.A., George G. [2002], *International Entrepreneurship: The Current Status of the Field and Future Research Agenda*, w: *Strategic entrepreneurship. Creating a new mindset*, red. M.A. Hitt, R.D. Ireland, S.M. Camp, D.L. Sexton, Blackwell, Oxford, s. 255–288.
- Zahra S., Ireland R.D., Hitt M.A. [2000], *International Expansion by New Venture Firms: International Diversity, Mode of Market Entry, Technological Learning and Performance*, "Academy of Management Journal", vol. 43, no. 5, s. 925–950.

THE ASPECT OF TIME IN RESEARCH ON THE INTERNATIONALIZATION OF COMPANIES

Summary

Based on literature in the field, the article examines the impact of the time factor on the international experience and level of internationalization of companies. The author seeks to identify the role of time in research on the internationalization of companies.

The article is based on a critical analysis of research studies on the internationalization of companies, with a special focus on process models, a network approach to internationalization, and reports on accelerated internationalization. In particular, the author deals with research reports on the time and speed of internationalization.

The article presents a number of proposals concerning the role of time in research on the internationalization of companies. These are linked with increased experience in business operations on foreign markets, the speed of internationalization, and the relationship between the time and level of internationalization. The author finds that, in order to better understand the process of internationalization, it is necessary to include the time factor in the theory of internationalization. Ratajczak-Mrozek argues that the relationship between time and an increase in a company's experience abroad is complex and non-linear. The same is true of the relationship between the time and level of internationalization, the author says. She adds that the level of internationalization should be determined on the basis of comprehensive measurements taking into account resources involved at various levels of a company's operations. Measurements of the speed of internationalization should take into account the speed of the whole process, and not be limited to the speed of a company's entry into foreign markets the author argues. This is particularly important for the study of "born global" companies, Ratajczak-Mrozek notes.

Keywords: internationalization, time, speed, born global

JEL classification codes: D21, F53, F59, L25
