

Zachowania małopolskich małych i średnich przedsiębiorstw eksportujących w świetle teorii stopniowego umiędzynarodowienia

Wstęp

Od początku transformacji ustrojowej polskie przedsiębiorstwa poddawane są oddziaływaniu wielu czynników mających wpływ na ich umiędzynarodowienie. Sytuacja ta dotyczy również, a może przede wszystkim, małych i średnich przedsiębiorstw (MSP). Bowiem o ile duże firmy prowadziły wymianę zagraniczną jeszcze w gospodarce centralnie sterowanej, o tyle mniejsze podmioty w ogromnej liczbie rozpoczęły wymianę po zmianie ustrojowej. Pierwszym impulsem mającym wpływ na internacjonalizację MSP był więc sam proces transformacji, który z jednej strony umożliwił rozwijanie prywatnej inicjatywy, a z drugiej – zmuszał do szukania możliwości przetrwania w nowej rzeczywistości, w tym również dzięki poszukiwaniu rynków zbytu za granicą. W połowie lat dziewięćdziesiątych przyspieszył proces integracji gospodarki polskiej z Unią Europejską, co w sferze handlowej znalazło wyraz w znacznej redukcji, a następnie zniesieniu zapór celnych. Kolejnym czynnikiem mającym wpływ na wzrost umiędzynarodowienia polskich MSP były przeobrażenia wewnętrzne gospodarki krajowej. Skutkowały one wzrostem konkurencji na rynku polskim i zmuszały niektóre przedsiębiorstwa do podejmowania eksportu w celu niwelowania albo amortyzowania niekorzystnych tendencji mających miejsce w kraju. Do czynników ogólnoswiatowych można natomiast zaliczyć globalizację i związane z nią przemiany kulturalne i społeczne.

Nie jest jednak do końca jasne, jak na poziomie mikroekonomicznym przebiega zjawisko umiędzynarodowienia firm w warunkach polskich i czy przedsiębiorstwa działające w tej gospodarce podlegają tym samym regułom, które zaobserwowano w krajach o dojrzałszej gospodarce rynkowej. W próbie odpowiedzi na to pytanie sięgnięto do najbardziej ugruntowanego paradygmatu w tej dziedzinie, to znaczy do teorii stopniowej internacjonalizacji firm. Mimo swej prostoty stała się ona bardzo popularna w badaniach prowadzonych w różnych miejscach na świecie i jest dzięki temu dosyć dokładnie przetestowana. Ten artykuł zmierza do zbadania, czy prawidłowości przewidywane przez tę koncepcję są również ważne w warunkach polskich. Koncepcja wypracowana od

* Autor jest pracownikiem Katedry Przedsiębiorczości i Innowacji Akademii Ekonomicznej w Krakowie. Artykuł wpłynął do redakcji w czerwcu 2007 r.

początku lat siedemdziesiątych służy tutaj jako heurystyka opisu prawidłowości umiędzynarodowienia polskich firm.

Teoria stopniowego umiędzynarodowienia i jej implikacje dla pytań badawczych

Badania nad umiędzynarodowieniem przedsiębiorstw były początkowo zdominowane poszukiwaniem prawidłowości internacjonalizacji dużych firm [Hymer, 1960], [Vernon, 1966]. Takie zainteresowania kierowały również twórcami koncepcji stopniowej internacjonalizacji, która powstała w połowie lat siedemdziesiątych. Szybko jednak potwierdziła swoją użyteczność również w badaniach mniejszych podmiotów. Koncepcja wypracowana początkowo przez badaczy skupionych w Uppsali, należy do klasycznych w literaturze dotyczącej internacjonalizacji. Ukształtowała ona na długi czas paradygmat umiędzynarodowienia przedsiębiorstw [Anderson, 1993] i dała silny impuls do rozpatrywania internacjonalizacji w kategoriach procesu. O teorii tej zwykło się mówić czasem jako o modelu – U, a za głównych przedstawicieli uznać można Johansona i Vahlne [1977], Johansona i Wiedersheima-Paula [1975]. Warto równocześnie zauważyć, że proponowany przez nich sposób patrzenia na umiędzynarodowienia przedsiębiorstw ma swoje korzenie w behawioralnym modelu firmy [Cyert i March, 1963]. Teoria stopniowego umiędzynarodowienia nie zastrzegła sobie wyłączności na tłumaczenie zjawiska umiędzynarodowienia przedsiębiorstw a autorzy nie przeczyli innym sposobom tłumaczenia internacjonalizacji [Johanson i Vahlne, 1990]. Warto więc pamiętać, że dziś tłumaczy się to zjawisko również za pomocą eklektycznej teorii inwestycji zagranicznych [Dunning, 1988] albo ostatnio przy użyciu teorii sieciowych [Johanson i Vahlne, 2003]. W tej pracy koncepcja stopniowego umiędzynarodowienia rozpatrywana jest wraz z wynikami poszukiwań przeprowadzonych również przez kolejnych badaczy. Założenia prekursorów zostały bowiem później dosyć dokładnie przetestowane w różnych krajach [Cavusgil, 1980], [Leonidou i Katsikeas, 1996], [Gankem, Snuif i Zwart, 2000].

Mimo swojej prostoty koncepcja stopniowego umiędzynarodowienia zawiera kilka kluczowych punktów, które wyznaczyły paradygmat badań nad internacjonalizacją przedsiębiorstw, w znacznej mierze obowiązujący aż do dzisiaj. Umiędzynarodowienie zgodnie z tradycją tej koncepcji charakteryzuje się następującymi cechami:

- 1) podjęciem umiędzynarodowienia po dłuższym okresie działania tylko na rynku krajowym,
- 2) procesowością, co przejawia się w istnieniu kilku etapów internacjonalizacji,
- 3) rozpoczynaniem umiędzynarodowienia w krajach psychicznie bliskich, a następnie rozwijanie działalności zagranicznej w krajach odleglejszych psychicznie,
- 4) przechodzeniem do wyższych etapów umiędzynarodowienia wraz z akumulowaniem puli niezbędnej wiedzy.

Te cztery założenia zostaną sprawdzone w odniesieniu do przebadanej próby małopolskich eksportujących MSP.

Badania prowadzone przez polskich autorów nie rozstrzygają problemu prawidłowości paradygmatu stopniowego umiędzynarodowienia w warunkach polskich. Gorynia pokazał, że pod koniec lat dziewięćdziesiątych powoli, ale systematycznie zwiększał się wskaźnik udziału eksportu w całości przychodów podobnie jak liczba obsługiwanych rynków zagranicznych. W duchu teorii stopniowego umiędzynarodowienia należy również interpretować to, że badane przedsiębiorstwa sprzedawały głównie do Niemiec i innych bliskich geograficznie i psychicznie rynków [Gorynia, 2002]. Podobnie duże znaczenie krajów Europy Środkowowschodniej w działalności eksporterów w oparciu o badanie w województwie łódzkim stwierdziły Witkowska i Wysokińska [2006]. Wskazały też, że eksport odbywa się głównie z wykorzystaniem jego prostych odmian. Plawgo [2004] koncentruje się na relacyjnym ujęciu problematyki wskazując na możliwość budowania konkurencyjności MSP w oparciu o zasoby własne jak i zewnętrzne. Przepióra [2006] badając małe i średnie przedsiębiorstwa w Wielkopolsce pokazał, że większość z nich korzysta z eksportu bezpośredniego, nieco mniej zaś z eksportu pośredniego a do wyjątków należą firmy korzystające z bardziej zaawansowanych form internacjonalizacji. Większość autorów, podobnie jak i Smallbone [2005], wskazuje duże wykorzystanie taniej w Polsce pracy jako źródła konkurencyjności polskich MSP na rynkach zagranicznych oraz na wynikającą z tego specyfikę rządzącą internacjonalizacją MSP w kraju transformacji ustrojowej [Daszkiewicz, 2004]. Siłą napędową umiędzynarodowienia polskich firm w przeważającej mierze jest proces integracji Polski z Unią Europejską [Rogut, 2002].

Umiędzynarodowienie jako etap cyklu życia przedsiębiorstwa

Etapowość umiędzynarodowienia w rozumieniu autorów koncepcji przejawia się w dwóch prawidłowościach. Po pierwsze, działalność zagraniczna jest podejmowana po dłuższym okresie obecności jedynie na rynku krajowym. Po drugie zaś, po rozpoczęciu działalności zagranicznej rozwija się ona dalej w pewnych etapach. W latach siedemdziesiątych, gdy koncepcja stopniowego umiędzynarodowienia powstawała, naturalną rzeczą wydawało się to, że rozpoczęcie internacjonalizacji nie następowało z chwilą powstania przedsiębiorstwa, ale wiele lat później [Leonidou, 1998], [Morgan, 1997]. Twierdzono, że od powstania przedsiębiorstwa do podjęcia przez nie działalności międzynarodowej upływa pewien czas, którego długość zależy od wielu czynników – np. charakteru branży, w którym działa przedsiębiorstwo. W przypadku MSP było to na ogół więcej niż pięć lat. Liczbę lat, jakie upłynęły od założenia przedsiębiorstwa do podjęcia przez nie działalności zagranicznej, można zdefiniować jako tempo umiędzynarodowienia. Dlatego w celu przetestowania prawdziwości przypuszczenia, że przedsiębiorstwa podejmują działalność zagraniczną na wiele lat po swoim założeniu sprawdzono, ile lat upłynęło od założenia do podjęcia eksportu i kiedy to nastąpiło.

W połowie lat dziewięćdziesiątych pojawiła się grupa badań stanowiących wyzwanie dla uniwersalności teorii stopniowej internacjonalizacji, a szczególnie dla twierdzenia o konieczności upłynięcia pewnego czasu między założeniem firmy a podjęciem przez nią działalności zagranicznej. Badania te opisują zjawisko tak zwanych firm globalnych (międzynarodowych) od założenia, nazwanych tak po raz pierwszy przez Rennie [1993] a następnie przez innych autorów [McDougall, Shane, Oviatt, 1994], [Knight i Cavusgil, 1996], [Moen, 2002] (ang. „born global”, „international new ventures”, „global start-ups”). Knight i Cavusgil [1996] definiują firmy globalne od założenia jako te, które od początku swojej działalności, lub od czasu temu wydarzeniu bliskiego, starają się uzyskać znaczny udział swoich dochodów ze sprzedaży własnych produktów na rynku międzynarodowym. Moen [2002] wskazuje że tego typu firmy to bardzo często przedsiębiorstwa działające w sektorze wysokich technologii. Właściciele tych przedsiębiorstw bardzo często zakładają firmy, by eksploatować szanse, o których istnieniu wiedzą, a ich strategia opiera się często na intensywnym zagospodarowaniu nisz rynkowych. Firmy te w porównaniu z przedsiębiorstwami „starego typu” są poza tym bardziej konkurencyjne, bardziej skłonne do stosowania nowoczesnych metod zarządzania i stosują agresywne strategie rynkowe. W dużej mierze więc, istnienie takich przedsiębiorstw to wynik globalizacji gospodarki światowej, która przestaje być konglomeratem pojedynczych, często izolowanych od siebie gospodarek krajowych, a zaczyna przypominać jeden spójny system, w obrębie którego pojawiają się niespotykani w „starej gospodarce” gracze [Moen, 2002]. Czy więc pojawienie się firm globalnych od początku istnienia jest zagrożeniem dla tradycyjnego modelu? Niekoniecznie, bowiem tylko niektóre, najbardziej dynamiczne przedsiębiorstwa są w stanie tak szybko się internacjonalizować.

Etapowość internacjonalizacji

Przedsiębiorstwo najpierw rozwija się na rynku krajowym a dopiero później umiędzynarodawia swoją działalność. Według Johansona i Wiedersheima-Paula [1975] stopniowość internacjonalizacji polega na wchodzeniu w coraz wyższe formy organizacyjne: przez eksport pośredni, sprzedaż z udziałem agenta, eksport za pomocą własnej filii aż do podjęcia produkcji za granicą. Różnice między tymi formami z punktu widzenia eksportera sprowadzają się przede wszystkim do różnej intensywności zaangażowania zasobów i posiadanego doświadczenia. Model ma więc charakter bardzo ogólny. Pojawiły się inne koncepcje, które przewidują pojawianie się form pośrednich między przedstawionymi niżej etapami. Na przykład podjęcie samodzielnej produkcji może być poprzedzone prowadzeniem działalności na zasadzie joint-ventures. Wydaje się jednak, że ogólność zaproponowana przez koncepcję stopniowego umiędzynarodowienia jest wystarczająca, szczególnie dla potrzeb jej empirycznej weryfikacji. Wiele badań dowiodło, że proces przechodzenia przedsiębiorstw przez kolejne fazy umiędzynarodowienia daleki jest od modelowego porządku proponowanego

przez teorię stopniowej internacjonalizacji. Proces ten może mieć niejednolity przebieg. Może istnieć specyficzna zależność między liczbą rynków, doświadczeniom a formami działalności zagranicznej. Niektóre przedsiębiorstwa wybierają proste formy eksportu, wtedy gdy działają na pierwszym albo pierwszych rynkach. Następnie rozwijają na nich bardziej zaawansowaną działalność, łącznie z budową własnego zakładu. Wiedza zdobyta w ten sposób może być wykorzystana przez nie w celu wejścia na kolejne rynki od razu przy użyciu joint-venture albo samodzielnej produkcji. Proces internacjonalizacji ma przy tym charakter bardziej probabilistyczny niż deterministyczny, a kolejne przyrosty zaangażowania są spowodowane działaniem wypadkowego wpływu różnych specyficznych warunków [Welch i Luostarinen, 1988]. Inną sprawą jest to, że tak przedstawiony proces umiędzynarodowienia słabo pasuje do realiów MSP. Większość z nich poprzestaje bowiem w zdecydowanej większości przypadków na pierwszych stopniach umiędzynarodowienia, rozwijając jedynie eksport. Dlatego pojawiły się modele, które skupiają się na eksporcie i wskazują subfazy związane z tą właśnie formą. Propozycja taka jest atrakcyjna w przypadku badania przedsiębiorstw mniejszych. Np. Reid [1981] sformułował model, który zakłada istnienie pięciu faz prowadzących do ugruntowania eksportu jako integralnej części działań firmy i wskazał na szczególnie znaczenie wczesnych faz eksportu. Z kolei Czinkota i Johnston [1981] dzielą przedsiębiorstwa w kontekście internacjonalizacji przez eksport na sześć grup: (1) nie chcące eksportować, (2) nie zainteresowane eksportowaniem, (3) zainteresowane eksportem, (4) eksperymentujące z działalnością eksportową, (5) częściowo doświadczeni eksporterzy, (6) doświadczeni eksporterzy. Wydaje się jednak, że zasadnicze pojęcie koncepcji stopniowego umiędzynarodowienia z trudem poddaje się operacjonalizacji. Najłatwiej byłoby podążyć za pierwotną propozycją i przyjąć kolejne formy organizacyjne za wyznaczniki kolejnych etapów umiędzynarodowienia. Zabieg taki jest jednak rzadko spotykany we współczesnych badaniach. Po pierwsze bowiem, większość przedsiębiorstw (dotyczy to w sposób szczególny MSP) poprzestaje na eksporcie. Po drugie, jeśli by przyjąć, że wyższy poziom umiędzynarodowienia jest związany z wyższym poziomem uzależnienia od rynków zagranicznych to może się okazać, że przedsiębiorstwo osiągające większość przychodów z eksportu jest bardziej umiędzynarodowione niż firma posiadająca zakład produkcyjny za granicą, ale przynoszący zaledwie kilkanaście procent przychodów. Stopniowość umiędzynarodowienia można więc rozumieć „twardo” – w duchu teorii umiędzynarodowienia i w tym znaczeniu polegałaby ona na przechodzeniu w kolejne formy organizacyjne. Można ją jednak również rozumieć „międko” – i zdefiniować szczególnie na potrzeby badania MSP jako zwiększanie roli eksportu w całości działalności przedsiębiorstwa. W literaturze od dłuższego czasu toczy się dyskusja, w jaki sposób mierzyć umiędzynarodowienie przedsiębiorstw. Najpowszechniej przyjętym wskaźnikiem jest udział eksportu w całości przychodów. Nieco rzadziej stosuje się liczbę obsługiwanych rynków zagranicznych. Jeśli by iść tropem teorii stopniowego umiędzynarodowienia to można by również uznać udział eksportu bezpośredniego jako przejaw większej dojrzałości przedsiębiorstwa w jego działalności na rynkach zagranicznych.

Nabywanie wiedzy jako oś procesu umiędzynarodowienia

Model stopniowego umiędzynarodowienia opisuje internacjonalizację jako proces polegający na nabywaniu, integrowaniu i używaniu wiedzy na temat rynków zagranicznych i operacji związanych z działaniem na nich. Efektem, według autorów, jest coraz głębsze zaangażowanie firm na rynkach zagranicznych [Johanson i Wiedersheim-Paul, 1975], [Gankem, Snuif, Zwart, 2000]. Brak wiedzy i zasobów uznano *explicite* za najważniejszą barierę internacjonalizacji [Johanson i Wiedersheim-Paul, 1975]. Warto podkreślić umieszczenie wiedzy jako głównej osi procesu umiędzynarodowienia. Z jednej strony posiadanie wiedzy jest warunkiem podjęcia działalności na rynkach zagranicznych, a z drugiej jej stopniowe powiększanie umożliwia wzrost zaangażowania. Takie ujęcie powoduje, że w stwierdzeniach autorów tej koncepcji niektórzy dopatrują się tautologii. Model kładzie nacisk na zjawisko uczenia się organizacji. W jej wyniku coraz mniejszy stopień niepewności pozwala na coraz głębsze angażowanie się za granicą [Leonidou i Katsikeas, 1996]. W sposób wyraźny akcentuje się również istnienie wiedzy jawnej i ukrytej. Kładzie się nacisk na krytyczną rolę tego drugiego rodzaju wiedzy. Brak wiedzy uważa się poza tym jako jedną z głównych barier internacjonalizacji [Johanson i Vahlne, 1977].

Mimo dosyć powszechnie panującej wśród badaczy zgody na temat roli wiedzy w procesie umiędzynarodowienia problem ten nie został dogłębnie opisany w literaturze [Leonidou i Adams-Florou, 1999], [Liesch i Knight, 1999]. Wydaje się jednak, że wpływ na proces umiędzynarodowienia ma szczególnie wiedza o charakterze ukrytym. Taki jej charakter sprawia, że operacjonalizacja tego pojęcia na potrzeby badań jest szczególnie trudna. W tej pracy poziom wiedzy operacjonalizuje się poprzez postrzeganie niedostatku wiedzy jako bariery eksportu, zakładając, że większe doświadczenie związane jest z postrzeganiem niedostatku wiedzy, jako mniejszej przeszkody utrudniającej działalność eksportową. Warto też podkreślić, że problem wiedzy związany jest z innym pojęciem akcentowanym w teorii stopniowego umiędzynarodowienia, a mianowicie z dystansem psychicznym, opisywanym dalej.

Odległość psychiczna rynków

Paradygmat stopniowego umiędzynarodowienia przedsiębiorstw używa pojęcia odległości psychicznej rynków¹. Postrzegana odległość psychiczna rynków uznana została w pracach wielu autorów za silną determinantę internacjonalizacji. Na dystans psychiczny składa się wspólne oddziaływanie takich zjawisk, jak: język, kultura, system polityczny, poziom edukacji, poziom rozwoju gospodarczego [Bradley, 1999, s. 287], [Nordstrom i Vahlne, 1994]. Twierdzono, że ze względu na mniejszy dystans psychiczny, jaki charakteryzuje na ogół

¹ Trudno jest dziś ustalić, gdzie po raz pierwszy pojawiło się to pojęcie używane dziś szeroko przez wielu autorów. Johanson i Wiersheim-Paul podają, że określenie to znaleźć można już np. w pracy: [Beckermann, 1956, Vol. 28, s. 31-40], albo [Linnemann, 1966].

kraje sąsiedzkie, to właśnie te kraje wybierane są jako pierwsze rynki eksportowe. Dopiero później podejmowana jest działalność w kolejnych, odleglejszych już krajach. Nie powinno się dystansu psychicznego sprowadzać jedynie do różnic kulturalnych, choć czasami używa się pojęcia „dystans geokulturalny” i definiuje go jako „bariery spowodowane odległością geograficzną, różnicami kulturalnymi między krajami oraz problemami w komunikacji wynikającymi z różnic społecznych, językowych i związanych z postawami” [Bradley, 1999, s. 212]. Dystans psychiczny między dwoma krajami nie jest wartością stałą, ale zmienia się, gdy zmieniają się poszczególne czynniki wchodzące w jego skład [Johanson i Wiedersheim-Paul, 1975]. Stottinger i Schlegelmilch [1998] słusznie dopatrują się w tym pojęciu konotacji psychologicznej i wskazuje się na rolę doświadczenia menedżerów oraz właścicieli w postrzeganiu dystansu psychicznego i sposobów w jaki nań reagowano.

W tym przypadku operacjonalizując hipotetyczną zależność między dystansem psychicznym a procesem umiędzynarodowienia można się było spodziewać, że polskie firmy podejmują częściej działalność w krajach ościennych, szczególnie w Słowacji i Czechach.

Procedura badania

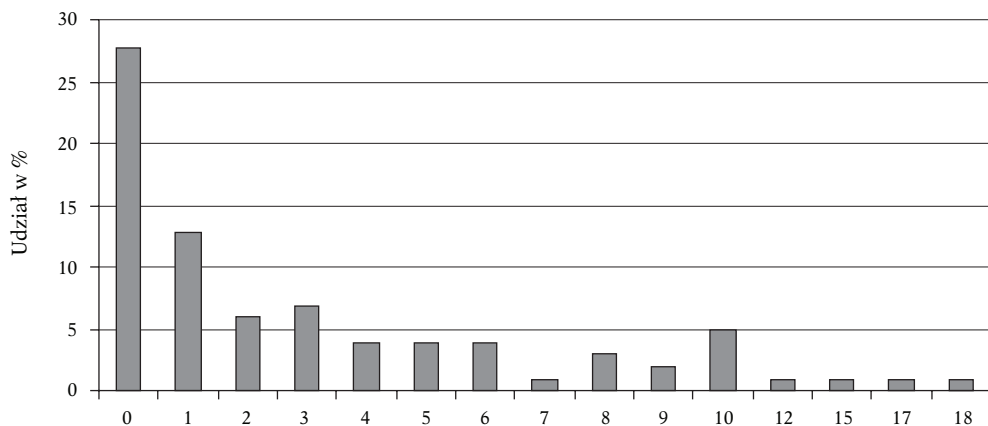
Badanie zostało przeprowadzone na próbie 250 losowo wybranych przedsiębiorstw sektora MSP w Małopolsce. Próba skonstruowana została z 3 warstw składających się z podobnej liczby przedsiębiorstw podzielonych według kryterium wielkości mierzonej liczbą zatrudnionych pracowników (firmy mikro: zatrudnienie do 9 pracowników; małe: między 10 a 49 pracowników; średnie: między 50 a 249 pracowników). Taka metoda doboru próby wynikała z chęci zapewnienia w badaniu udziału przedsiębiorstw o różnej wielkości, bowiem w populacji dominują firmy najmniejsze (mikro). Metoda warstwowego doboru jest uważana za spełniającą warunki losowości i zalecana przez badaczy zajmujących się metodologią badań w naukach społecznych [Brzeziński, 1999], [Steczkowski, 1995]. Kwestionariusze zwrotne zostały odebrane między 25 czerwca a 4 sierpnia 2004. Osobami udzielającymi odpowiedzi byli w większości przypadków właściciele firm lub osoby zajmujące się w nich eksportem. Otrzymało 117 zwrotów na 250 wysłanych listów. Dało to stosunkowo wysoką stopę zwrotu: 46,8%. Wynik ten można uznać za bardzo zadowalający. Obliczenia statystyczne zostały wykonane przy użyciu pakietu statystycznego STATISTICA 6.0 PL.

Tempo umiędzynarodowienia przedsiębiorstw

Jeżeli założenie o konieczności upłynięcia pewnego czasu od chwili założenia przedsiębiorstwa do podjęcia przez nie eksportu miałyby być prawdziwe, należało się spodziewać, że w pierwszych latach istnienia niewiele będzie firm, które weszły na rynki zagraniczne. Tempo umiędzynarodowienia zbadano mie-

rząc liczbę lat jakie upłynęły od powstania firmy do przeprowadzenia pierwszej transakcji eksportowej.

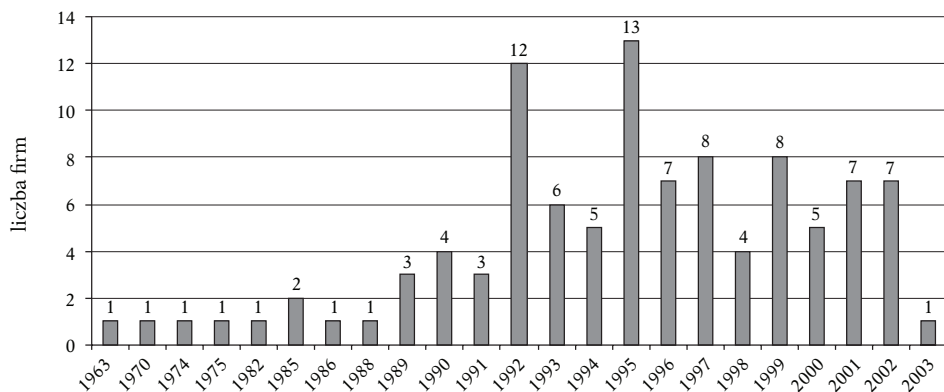
Rysunek 1. Tempo umiędzynarodowienia badanych firm



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań

Tempo umiędzynarodowienia MSP jest szybsze niż przewiduje to teoria stopniowego umiędzynarodowienia. Ponad $\frac{1}{4}$ firm rozpoczęła eksport w roku swojego utworzenia. Połowa z badanych firm weszła na rynek zagraniczny najpóźniej w trzy lata od powstania. Co ciekawe, również w niektórych badaniach zagranicznych stwierdza się, że szybsze umiędzynarodowienie dotyczy właśnie około 50% firm [Moen, 2002]. W przypadku pozostałych polskich firm większa wartość tempa internacjonalizacji wynika najczęściej z tego, że powstały one jeszcze przed transformacją, ale dopiero liberalizacja gospodarki zmotywowała je do wejścia na rynki zagraniczne.

Rysunek 2. Liczba podmiotów rozpoczynających eksport w danym roku



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań

Większość badanych firm podjęła działalność zagraniczną po roku 1989. Charakterystyczne jest występowanie największego nasilenia umiędzynarodowienia w latach 1992 i 1995, w których najsilniej zredukowano stawki celne.

Postanowiono sprawdzić, jak silny wpływ na przyspieszone tempo umiędzynarodowienia miała sama transformacja. W tym celu sprawdzono tempo umiędzynarodowienia przedsiębiorstw założonych najwcześniej w roku 1989. Takich podmiotów w próbie było 67. Uzyskano na słabym poziomie istotności statystycznej różnicę między przedsiębiorstwami założonymi między latami 1989-1993 oraz 1994-2002. W pierwszej grupie znalazły się 33 przypadki a w drugiej 34. Wartość testu *t*-Studenta wyniosła $t = 1,8833$, przy $p < 0,0642$. Okazało się przy tym, że młodsze przedsiębiorstwa umiędzynarodowiły się średnio po 1,5 roku, podczas gdy starsze po 2,7 roku. Wynik jest słaby statystycznie, ale pozwala na stwierdzenie, że tempo umiędzynarodowienia polskich przedsiębiorstw od drugiej połowy lat dziewięćdziesiątych przyspieszyło w porównaniu z wczesnym okresem transformacji. W znacznej mierze odpowiedzialna jest za to liberalizacja stawek celnych od 1992 roku.

Tempo umiędzynarodowienia badanych przedsiębiorstw jest bardziej zależne od historycznego kontekstu transformacji ustrojowej niż reguł przewidywanych przez koncepcję stopniowego umiędzynarodowienia. Wydaje się, że przyczyniła się do tego faktu szczególnie liberalizacja polskiego eksportu – zarówno wewnętrzna, jak i zewnętrzna. Nie jest jednak do końca jasne, jaki wpływ na obserwowane zjawisko ma fenomen szybkiego umiędzynarodowienia firm obserwowany w dojrzałych gospodarkach. Uzyskana słaba różnica na korzyść firm młodszych może świadczyć o tym, że to zjawisko odgrywa coraz większą rolę w internacjonalizacji firm. Zapewne wpływ ten w warunkach polskich dotyczy szczególnie przedsiębiorstw zakładanych od drugiej połowy lat dziewięćdziesiątych. Podsumowując wydaje się, że przedsiębiorstwa polskie podlegają wiele szybszemu umiędzynarodowieniu niż przewidywała to koncepcja stopniowej internacjonalizacji. Okres od założenia firmy do wejścia przez nią na rynki zagraniczne uległ ogromnemu skróceniu od lat siedemdziesiątych (gdy teoria powstawała) i dzisiaj wiele firm produkcyjnych podejmuje eksport już w kilka lat po rejestracji, a czasem nawet niemal w tym samym momencie.

Istnienie kilku etapów umiędzynarodowienia

Znacznie trudniej sprawdzić założenie teorii internacjonalizacji przewidujące kilka etapów umiędzynarodowienia. Jak wskazano wcześniej nie ma wśród badaczy na całym świecie zgody ani co do charakteru poszczególnych etapów, ich liczby, ani nawet sposobu ich definiowania.

W przypadku przebadanych MSP do rzadkości należą przypadki internacjonalizacji w inny sposób niż drogą eksportu. Tylko sporadycznie deklarowane było podjęcie ściślejszej współpracy z partnerem zagranicznym, jak na przykład w formie joint-venture albo poprzez budowę własnego zakładu. Nie jest to wynik zaskakujący, bowiem jak pokazują to statystyki makroekonomiczne

– wartość zagranicznych bezpośrednich inwestycji polskich firm nie przekracza kilku miliardów złotych, a i te na ogół podejmowane są najczęściej przez duże przedsiębiorstwa.

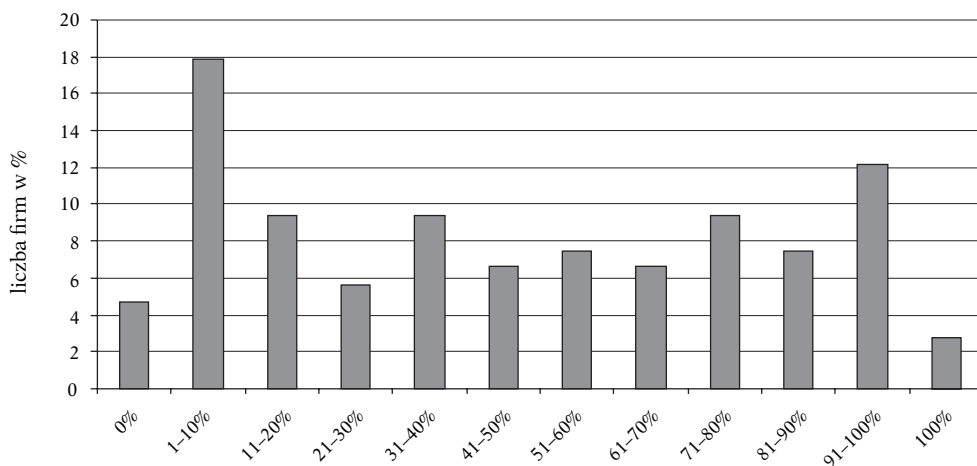
W celu zweryfikowaniu problemu istnienia stopni umiędzynarodowienia istnieje konieczność zbadania sposobu działania przez przedsiębiorstwa w aspekcie temporalnym. Udział eksportu w całości przychodów jest zmienną używaną najczęściej w badaniach na świecie w celu wskazania stopnia umiędzynarodowienia. Teoria stopniowego umiędzynarodowienia przewidywała, że użycie eksportu pośredniego chronologicznie wyprzedza stosowanie eksportu bezpośredniego, ponieważ jest formą prostszą i wymagającą mniejszego doświadczenia. Teoria zakładała, że w miarę zdobywania doświadczenia na rynkach zagranicznych (a więc pogłębiania internacjonalizacji) przedsiębiorstwa wstępują na kolejne rynki. Dlatego postanowiono sprawdzić, jak różni się zaangażowanie firm w zależności od długości ich obecności na rynkach zagranicznych. Zaangażowanie ujęto w następujących kontekstach:

- 1) poziom umiędzynarodowienia (udział eksportu w całości przychodów),
- 2) udział eksportu pośredniego w stosunku do eksportu bezpośredniego,
- 3) liczba obsługiwanych rynków.

Długość doświadczenia a intensywność eksportu

Udział eksportu w całości przychodów przedsiębiorstw jest wskaźnikiem najczęściej używanym w literaturze w celu określenia poziomu [Sullivan, 1994]; [Hassel i in., 2003]. W badaniu ankietowani proszeni byli o wskazanie przedziału, w którym mieści się ich przedsiębiorstwo. Przedziały przedstawiały się następująco: (1): 0%; (2): 1-10%; (3) 11-20%;...; (11) 91-99%; (12): 100%.

Rysunek 3. Rozkład firm o różnym poziomie umiędzynarodowienia w próbie badawczej



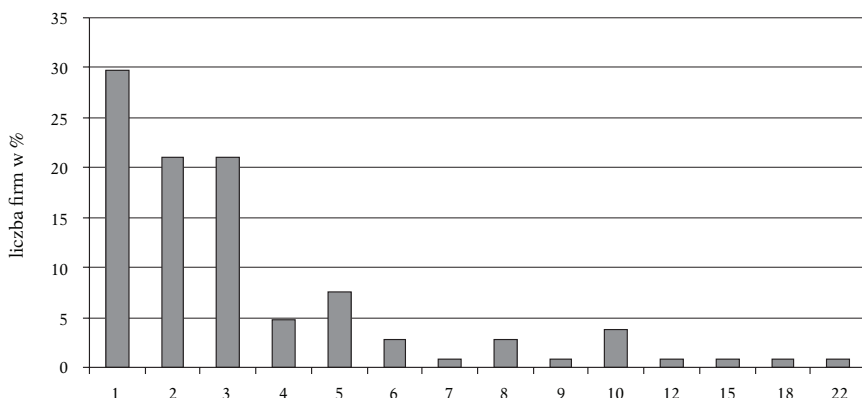
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań

Jeśliby polskie MSP w procesie umiędzynarodowienia zachowywały się tak jak przewiduje to teoria internacjonalizacji, należałoby się spodziewać, że wyższy poziom wskaźnika umiędzynarodowienia koreluje z wiekiem przedsiębiorstwa, a szczególnie z długością doświadczenia w działalności zagranicznej. W tym celu skorelowano długość doświadczenia eksportowego ze środkiem przedziału wskazującego udział eksportu przedsiębiorstwa w całości przychodów. Wartość statystyki R Pearsona wyniosła $-0,17$ ($p < 0,09$), a w teście nieparametrycznym: korelacja R Spearmana $-0,23$ ($p < 0,02$). Wielkość korelacji nie jest więc wysoka, choć zgodnie z przewidywaniami ujemna. Wydaje się, że jest to wystarczająco mocny dowód bowiem silniejszy związek trudno byłoby wykryć, tym bardziej że jak się wydaje poziom umiędzynarodowienia badanych przedsiębiorstw i tak był wyższy niż przeciętna osiągnięta przez polskich eksporterów. Ponadto po osiągnięciu pewnego udziału eksportu w przychodach trudno jest go dalej zwiększać (jest to przecież wskaźnik względny). Ta ostatnia prawidłowość pozwala za to oczekiwać, że wartość tego wskaźnika dla eksporterów o dłuższym doświadczeniu jest większa niż dla firm, które niedawno rozpoczęły działalność na rynkach zagranicznych. W tym celu zbadano, czy istnieje różnica w udziale eksportu w całości przychodów między firmami eksportującymi od nie więcej niż pięciu lat w porównaniu z podmiotami o stażu ponad trzynastoletnim. W tak przeprowadzonej symulacji okazało się, że rzeczywiście takiej prawidłowości można oczekiwać. Eksporterzy z małym stażem osiągają wartość tego wskaźnika na poziomie około 55%, a doświadczone firmy 75% ($p < 0,0537$). Wydaje się więc, że najpowszechniej na świecie stosowany wskaźnik umiędzynarodowienia, jakim jest udział eksportu w całości przychodów przedsiębiorstw, różnicuje firmy o mniejszym i większym doświadczeniu.

Liczba obsługiwanych rynków a doświadczenie

Podobnie można się było spodziewać, że wraz ze wzrostem długości doświadczenia eksportowego zwiększa się liczba obsługiwanych rynków zagranicznych.

Rysunek 4. Rozkład firm o różnym poziomie umiędzynarodowienia w próbie badawczej



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań

Związek tak mierzonygo poziomu umiędzynarodowienia z długością doświadczenia okazał się jeszcze mocniejszy niż w przypadku poprzedniego wskaźnika. Średnia długość doświadczenia eksportowego dla firm obecnych na tylko jednym rynku zagranicznym wyniosła 8 lat. Dla podmiotów obecnych na dwóch rynkach było to już 9 lat, na trzech zaś 10. Firmy obecne na co najmniej 4 rynkach zagranicznych rozpoczęły eksport średnio 14 lat przed badaniem. Jak widać więc, średnio kilka lat jest potrzebnych, aby rozpocząć penetrację nowego rynku zagranicznego. Potwierdza to nieparametryczny test Kruskala-Wallisa dla różnic między średnimi w czterech wymienionych grupach: wartość statystyki chi-kwadrat wyniosła 12,8602, przy $p < 0,0049$. Taka prawidłowość współgra z założeniami teorii stopniowego umiędzynarodowienia przedsiębiorstw.

Stosowanie eksportu pośredniego i bezpośredniego

Jak zostało to już podkreślone, teoria internacjonalizacji przewiduje, że stosowanie eksportu pośredniego poprzedza umiędzynarodowienie poprzez eksport bezpośredni. W celu zweryfikowania związku między korzystaniem z pośrednictwa w eksporcie a postrzeganiem barier eksportu badani byli proszeni o wskazanie jaką część eksportu (procentowo) realizują w drodze eksportu bezpośredniego. Do wyboru było 12 odpowiedzi ujętych jako przedziały: 0%, 1-10%;...; 91-99%; 100%. 61% przedsiębiorstw korzysta wyłącznie z eksportu bezpośredniego (66 firm), 10% korzysta w 90% z eksportu bezpośredniego i w 10% z pośredniego. Dalsze 6% firm korzysta w 80% z eksportu bezpośredniego i 20% z pośredniego. 7% firm korzysta wyłącznie z eksportu pośredniego. Generalnie widać jednak, że próbka jest spolaryzowana i zdominowana liczebnie przez eksporterów, którzy eksportują bezpośrednio. Dlatego w analizie zdecydowano się na podzielenie próbki na dwie grupy: (1) firmy stosujące wyłącznie eksport bezpośredni, oraz (2) firmy korzystające z usług pośredników choćby w minimalnym zakresie. Postanowiono przetestować hipotezę, czy stosowanie w większym stopniu eksportu bezpośredniego jest związane z wyższym wskaźnikiem umiędzynarodowienia lub dłuższym doświadczeniem w eksporcie. Dowiedzenie takiej hipotezy byłoby dowodem na zgodność zachowań polskich przedsiębiorstw z przewidywaniami teorii internacjonalizacji przedsiębiorstw.

Wyniki okazały się odwrotne do oczekiwanych. Otóż wśród przedsiębiorstw stosujących wyłącznie eksport bezpośredni średnie doświadczenie eksportowe wyniosło 9 lat, podczas gdy dla firm stosujących mieszkankę eksportu pośredniego i bezpośredniego doświadczenie okazało się średnio o 2 lata dłuższe (zastosowano test t -Studenta, $p = 0,1964$) przy czym zauważono znaczną różnicę w wariancji długości doświadczenia w dwóch badanych grupach: odchylenie standardowe wśród przedsiębiorstw stosujących wyłącznie eksport pośredni wyniosło 5,2 a w drugiej grupie 8,1. Dało to podstawy do przypuszczenia, że być może stosowanie eksportu pośredniego jest pochodną większej liczby starszych firm (zakładanych w systemie centralnie sterowanym). Dlatego postanowiono przeprowadzić analizę jeszcze raz – tym razem wyłącznie w obrębie przedsię-

biorstw założonych po roku 1989. W tym przypadku w obrębie 66 przedsiębiorstw zanotowano oczekiwany kierunek zależności, to znaczy firmy stosujące eksport pośredni faktycznie rozpoczęły działalność zagraniczną średnio o jeden rok później. Wynik ten jest jednak dalece niewystarczający statystycznie, aby można było na jego podstawie wysnuwać daleko idące wnioski ($p = 0,4435$).

Kraj pierwszej transakcji eksportowej

Teoria umiędzynarodowienia przedsiębiorstw przewiduje, że firmy rozpoczynające działalność zagraniczną rozpoczynają ją od rynków bliskich psychicznie.

Tablica 1

Liczba firm, dla których dany kraj stanowił pierwszy rynek, na który zrealizowały transakcję eksportową w próbie badawczej

Kraj pierwszej transakcji eksportowej	Liczba firm	Kraj pierwszej transakcji eksportowej	Liczba firm	Kraj pierwszej transakcji eksportowej	Liczba firm
Niemcy	37	Rosja	3	ZSRR	1
Czechy	12	USA	3	Białoruś	1
Słowacja	11	Dania	2	Holandia	1
Ukraina	7	Norwegia	2	Belgia	1
Italia	5	Francja	2	Finlandia	1
Austria	4	Litwa	1	Hiszpania	1
Szwecja	4	Łotwa	1	Iran	1

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań

W przypadku przebadanych przedsiębiorstw aż 1/3 z nich po raz pierwszy dokonała eksportu do Niemiec, co nie dziwi biorąc pod uwagę rolę tego kraju w polskim eksporcie. Jednak okazało się równocześnie, że aż 12 przedsiębiorstw rozpoczęło eksport od Czech, 11 zaś od Słowacji. Na czwartym miejscu znalazła się Ukraina, którą jako pierwszy rynek zbytu wybrało 7 firm. Na pozostałych sąsiadów Polski zdecydowało się już tylko kilka przedsiębiorstw – 3 na Rosję i po 1 na Litwę i Białoruś. Szczególnie uderza fakt, że w krajach sąsiadujących od południa z Polską działalność zagraniczną rozpoczynała aż 1/5 firm. Nie do końca jest jednak jasne, czy jest to rezultat szczególnej bliskości psychicznej tych krajów (wyjątkowo nakładają się w ich przypadku na siebie dystanse fizyczny, kulturowy i gospodarczy) czy też może usytuowania Małopolski, z której pochodziły wszystkie przebadane przedsiębiorstwa tak wpłynęło na rezultaty. Nie jest zaskoczeniem fakt, że wybór pierwszego kraju jako rynku zagranicznego spowodował, że badane przedsiębiorstwa koncentrowały się później na podobnej grupie rynków – albo Europy Środkowo-wschodniej, albo Europy Wschodniej albo Europy Zachodniej. Świadczyć to może raczej nie o wpływie hipotetycznego oddziaływania bliskości psychicznej, ale czysto ekonomicznych motywach wyboru pierwszego rynku zagranicznego. Na przykład wybór Niemiec albo któregoś z bardziej odległych krajów (5 razy wybierano Italię, 4 razy Austrię

i 4 razy Szwecję) spowodowany być mógł motywami przewag komparatywnych, na których niezaprzeczalnie zbudowano w znacznej mierze konkurencyjność polskich MSP eksportujących do Europy Zachodniej. W tym przypadku fakt założenia przedsiębiorstwa w gospodarce rynkowej nie skutkowało odmiennym zachowaniem polegającym na wyborze określonego kraju jako pierwszego rynku eksportowego (statystyka chi-kwadrat Pearsona; $p = 0,8232$). Za oddziaływaniem czynników o charakterze ekonomicznym przemawia fakt, że przedsiębiorstwa rozpoczynające eksport od Niemiec albo innego kraju Europy Zachodniej w znacznie większej mierze są dziś zależne od stosowania przerobu uszlachetniającego jako głównego źródła przychodów w eksporcie, który jest przecież najprostszą metody wykorzystania znacznej przewagi Polski w cenie pracy.

Wydaje się jednak, że badane przedsiębiorstwa w dużej liczbie rozpoczynały działalność zagraniczną od krajów bliskich psychicznie, co potwierdza założenia teorii stopniowego umiędzynarodowienia.

Wiedza o doświadczenie eksportowe

W celu znalezienia odpowiedzi na pytanie, czy w miarę zwiększania się doświadczenia eksportowego zmniejsza się deficyt wiedzy związanej ze specyfiką prowadzonej działalności, sprawdzono jak postrzegana jest przez firmy o różnym doświadczeniu bariera eksportu w postaci niedostatku wiedzy.

Tablica 2

Korelacja R Spearmana między długością doświadczenia eksportowego a oceną barier wiedzy

	R Spearmana	p
Brak wiedzy o rynkach	-0,1842	<0,07
Brak informacji o odbiorcach	-0,0570	<0,57
Brak wiedzy o procedurach eksportowych	-0,0134	<0,90
Problemy z językiem i kulturą	0,0035	<0,97
Problemy z dokumentacją	-0,0728	<0,47
Brak dostępu do kanałów dystrybucji	-0,1367	<0,18
Niskie kwalifikacje personelu	-0,0195	<0,85
Brak doświadczenia w eksporcie	-0,1225	<0,23

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań

Uzyskane wyniki nie potwierdzają przypuszczenia, że w miarę wzrostu doświadczenia maleje postrzeganie barier związanych z wiedzą na temat działania za granicą. Na słabym poziomie istotności statystycznej znaleziono związek jedynie między „brakiem wiedzy o rynkach zagranicznych” a długością doświadczenia. W przypadku pozostałych barier związek ten miał co prawda oczekiwany kierunek (korelacja ujemna), ale w żadnym przypadku nie osiągnął jednak minimalnego poziomu istotności. W oparciu o tę listę dla podniesienia precyzji pomiaru skonstruowano wspólną miarę „wiedza o rynkach zagranicznych”.

Skala ta cechuje się dużą spójnością: alfa Cronbacha = 0,8441 a usunięcie żadnej z pozycji nie podniosłoby tej rzetelności. Próba skorelowania tej skali z długością doświadczenia, również nie przyniosła jednak pożądanego wyniku. Wartość korelacji R Spearmana wyniosła = -0,0702, ($p < 0,49$).

Być może więc oddziaływanie czynnika wiedzy jest szczególnie istotne na pierwszych etapach procesu umiędzynarodowienia. Jednak statystyczna weryfikacja takiej hipotezy także wypadła niepomyślnie. Porównanie firm o najwyższym trzyletnim stażu eksportowym z producentami obecnymi na rynkach zagranicznych między 5 a 7 lat nie przyniosło pozytywnych wyników. Niepowodzenie w wykazaniu związku długości doświadczenia eksportowego z czynnikiem wiedzy może również wynikać z zastosowanej strategii badawczej, choć jak już wspomniano operacjonalizacja pojęcia wiedzy w badaniach jest bardzo trudnym zadaniem. Możliwe jest jednak również to (jak to już przedstawiono prezentując fenomen firm umiędzynarodowionych od założenia), że globalizacja gospodarki światowej i homogenizacja rynków spowodowała ujednoczenie warunków działania na rynkach i w związku z tym spadek problemów z wiedzą na temat tych rynków.

Podsumowanie

Teoria stopniowego umiędzynarodowienia przewiduje, że proces rosnącej internacjonalizacji firm przejawia się w kilku prawidłowościach. Przebadane polskie małe i średnie przedsiębiorstwa wkraczają na rynki zagraniczne szybciej niż głosili to twórcy koncepcji. Zjawisko to obserwowane jest jednak również w innych krajach świata, a w Polsce zostało dodatkowo wzmocnione szybką transformacją i liberalizacją gospodarki. Firmy szybko rozpoczynają eksport i poprzestają na ogół na tej formie obecności za granicą, sporadycznie tylko podejmując bardziej zaawansowane sposoby penetracji rynków. Inaczej niż przewiduje to koncepcja stopniowego umiędzynarodowienia, sprzedaż bezpośrednia niekoniecznie jest poprzedzana eksportem pośrednim. W polskich warunkach eksport pośredni jest raczej wykorzystywany jeżeli dyktuje tak specyfika rynku. Zgodnie z przewidywaniami koncepcji stopniowego umiędzynarodowienia krajem pierwszej operacji jest dość często kraj bliski psychicznie, co w warunkach Małopolski oznacza – Czechy, Słowację albo Ukrainę. Jednak homogenizacja rynków powoduje, że małe i średnie podmioty wybierają też często największego partnera handlowego Polski a mianowicie – Niemcy. Duża grupa firm poprzestaje na sprzedaży na jeden rynek, wchodząc na inne rynki dopiero po upływie kilku lat. Nie udało się dowieść, że postęp procesu umiędzynarodowienia warunkowany jest zmianami w systemie posiadanej wiedzy.

Bibliografia

- Anderson O., [1993], *On the internationalization process of firms: a critical analysis*, „Journal of International Business Studies”, 24(2), 209-231.
- Beckermann W., [1956], *Distance and the pattern of Intraeuropean Trade*, „Review of Economics and Statistics”, Vol. 28, s. 31-40.

- Bradley F., [1999], *International Marketing Strategy*, Prentice Hall Europe, Londyn.
- Brzeziński J., [1999], *Metodologia badań psychologicznych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Cavusgil S.T., [1980], *On the Internationalization Process of Firms*, *European Research*, Vol. 8, Iss 6, s. 273-281.
- Cyert R.M., March, J.G., [1963], *A behavioral theory of the firm*, Englewood Cliffs, Prentice – Hall.
- Czinkota M.R., Johnston W.J., [1981], *Segmenting US Firms for Export Development Strategies in Selected US Industries*, „*Journal of Business Research*”, Vol. 9, No. 4, s. 353-365.
- Daszkiewicz N., [2004], *Internacjonalizacja małych i średnich przedsiębiorstw we współczesnej gospodarce*, Scientific Publishing Group, Gdańsk.
- Dunning J., [1988], *The Eclectic Paradigm of International Production: A Restatement and Some Possible Extensions*, „*Journal of International Business Studies*”, No. 19, Spring, s. 1-31.
- Gankem H.G.J., Snuij H.R., Zwart P.S., [2000], *The Internationalization Process of Small and Medium – Sized Enterprises: An Evaluation of Stage Theory*, „*Journal of Small Business Management*”, Vol. 38, Iss. 4, s. 15-27.
- Gorynia M., [2002], *Luka konkurencyjna w przedsiębiorstwach sektora przetwórczego*, [w:] *Luka konkurencyjna na poziomie przedsiębiorstw a przystąpienie Polski do Unii Europejskiej*, (red.) M. Gorynia, Akademia Ekonomiczna, Poznań, s. 105-154.
- Hassel A., Hopner M., Kurdelbusch A., Rehder B., Zugehor R., [2003], *Two Dimensions of Internationalization of Firms*, „*Journal of Management Studies*”, Vol. 40, Iss. 3, s. 705-723.
- Hymers S., [1960], *The International Operations of National Firms: A Study of Direct Foreign Investment*, MIT Press, Cambridge
- Johanson J., Vahlne J.E., [1977], *The Internationalization Process of the Firm: A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitment*, „*Journal of International Business Studies*”, No. 8, s. 23-32.
- Johanson J., Vahlne, J.-E., [1990], *The mechanism of internationalization*, „*International Marketing Review*”, Vol. 7(4), 11-24.
- Johanson J., Vahlne J.E., [2003], *Business Relationship Learning and Commitment in the Internationalization Process*, „*Journal of International Entrepreneurship*”, Vol. 1, s. 83-101.
- Johanson J., Wiedersheim-Paul P.F., [1975], *The Internationalization of the Firm: Four Swedish Cases*, „*The Journal of Management Studies*”, No. 12, s. 305-322.
- Knight G., Cavusgil S.T., [1996], *The Born Global Firm: A Challenge to Traditional Internationalization Theory*, „*Advances in International Marketing*”, 8, s. 11-26.
- Leonidou L., Katsikeas C.S., [1996], *The Export Development Process: An Integrative Review of Empirical Models*, „*Journal of International Business Studies*”, Vol. 27, Iss. 3, 517-551.
- Leonidou L., [1998], *Factors Stimulating Export Business: An Empirical Investigation*, „*Journal of Applied Business Research*”, Vol. 14, Iss. 2, s. 43-68.
- Leonidou L.C., Adams-Florou A.S., [1999], *Types and Sources of Export Information: Insights From Small Business*, „*International Small Business Journal*”, Vol. 17, No. 3, s. 30-48.
- Liesch P.W., Knight G.A., [1999], *Information Internalization And Hurdle Rates In Small And Medium Enterprise Internationalization*, „*Journal of International Business Studies*”, Vol. 30, Iss. 1, s. 383-394.
- Linnemann H., [1966], *An Econometric Study of International Trade Flows*, North-Holland Pub. Co., Amsterdam.
- McDougall P., Shane S., Oviatt B., [1994], *Explaining the formation of international new ventures: the limits of theories from international business research*, „*Journal of Business Venturing*”, Vol. 9, s. 469-487.
- Moen O., [2002], *The Born Globals – A New Generation of Small European Exporters*, „*International Marketing Review*”, 19(2), s. 156-175.

- Morgan R.E., [1997], *Export Stimuli and Export Barriers: Evidence From Empirical Research Studies*, „European Business Review”, Vol. 97, Iss. 2, s. 68-79.
- Nordstrom K.A., Vahlne J.E., [1994], *Is the Globe Shrinking? Psychic Distance and the Establishment of Swedish Sales Subsidiaries During the Last 100 Years*, [w:] *International Trade: Regional and Global Issues*, (red.) M. Landeck, St Martin's Press, Nowy Jork, s. 41-56.
- Plawgo B., [2004], *Zachowania małych i średnich przedsiębiorstw w procesie internacjonalizacji*, Wydawnictwo ORGMASZ, Warszawa.
- Przepióra P., [2006], *Profil polskiego małego i średniego przedsiębiorstwa działającego na rynku międzynarodowym*, [w:] *Szanse rozwoju polskiego sektora MŚP na jednolitym rynku europejskim*, (red.) J. Otto, A. Maciaszczyk, t. 1, Politechnika Łódzka, Łódź 2006, s. 76-89.
- Rennie M., [1993], *Global Competitiveness: Born Global*, „McKinsey Quarterly”, Vol. 4, s. 45-52.
- Reid S.D., [1981], *The Decision-Maker and Export Entry and Expansion*, „Journal of International Business Studies”, Vol. 12, Iss. 1, s. 101-112.
- Rogut A., [2002], *Małe i średnie przedsiębiorstwa w integracji ekonomicznej. Doświadczenia Unii Europejskiej. Lektury dla Polski*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Smallbone D., [2005], *Jednolity rynek europejski i implikacje dla polskich małych i średnich przedsiębiorstw*, [w:] *Małe i średnie przedsiębiorstwa w obliczu internacjonalizacji i integracji gospodarek europejskich. Przykłady Włoch, Francji, Polski i Czech*, (red.) P. Dominiak, J. Wasiluk, N. Daszkiewicz, Scientific Publishing Group, Gdańsk.
- Steczkowski J., [1995], *Metoda reprezentacyjna w badaniach zjawisk ekonomiczno-społecznych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa-Kraków.
- Stottinger B., Schlegelmilch B., [1998], *Explaining Export Development Through Psychic Distance: Enlightening or Elusive?*, „International Marketing Review”, Vol. 15, No. 5, s. 357-372.
- Sullivan D., [1994], *Measuring the Degree of Internationalization of a Firm*, „Journal of International Business Studies”, Vol. 25, No. 2, s. 325-342.
- Vernon R., [1966], *International Investment and International Trade in the Product Cycle*, „Quarterly Journal of Economics”, Vol. 80, s. 190-207.
- Welch L., Luostarinen R., [1988], *Internationalization: Evolution of a Concept*, „Journal of General Management”, Vol. 14, No. 2, s. 34-55.
- Witkowska J., Wysokińska Z., [2006], *Umiędzynarodowienie małych i średnich przedsiębiorstw a procesy integracji europejskiej. Aspekty teoretyczne i empiryczne*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.

THE BEHAVIOR OF SMALL AND MEDIUM-SIZED EXPORTING BUSINESSES IN POLAND'S MAŁOPOLSKA REGION UNDER THE THEORY OF GRADUAL INTERNATIONALIZATION

S u m m a r y

The author endeavors to establish if Poland's small and medium-sized enterprises (SMEs) are undergoing internationalization in line with the rules described in the theory of gradual internationalization. This theory is generally used to explain the behaviors of companies on foreign markets. The author carries out a quantitative analysis on a sample of more than 100 exporting manufacturing enterprises based in Poland's Małopolska province. The study shows that the behavior of most surveyed companies accords with the rules followed in other countries and the guidelines of the gradual internationalization theory. In particular, as their experience grows,

companies are entering new markets and increasing the share of exports in their total revenue. Morawczyński's study shows that companies are entering foreign markets at an increasingly faster rate. This conclusion is compatible with the latest findings in other countries. Beginning exporters usually choose countries that are considered to be close "psychologically," the author says. Unexpectedly, Morawczyński finds a weaker-than-expected link between the level of internationalization and the system of knowledge associated with operations abroad. The surveyed companies break away from the pattern mapped out by the gradual internationalization theory. This is largely due to a global business concept increasingly popular in recent years whereby companies are encouraged to pursue global operations from inception onward.

Keywords: internationalization, exports, small and medium-sized enterprises