

PRACE NAUKOWE

Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

RESEARCH PAPERS

of Wrocław University of Economics

Nr 419

Imperatyw przedsiębiorczości a odpowiedzialność przedsiębiorcy



Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu
Wrocław 2016

Redakcja wydawnicza: Agnieszka Flasińska, Aleksandra Śliwka

Redakcja techniczna: Barbara Łopusiewicz

Korekta: Barbara Cibis

Lamanie: Agata Wiszniowska

Projekt okładki: Beata Dębska

Informacje o naborze artykułów i zasadach recenzowania

znajdują się na stronie internetowej Wydawnictwa

www.pracnaukowe.ue.wroc.pl

www.wydawnictwo.ue.wroc.pl

Publikacja udostępniona na licencji Creative Commons

Uznanie autorstwa-Użycie niekomercyjne-Bez utworów zależnych 3.0 Polska

(CC BY-NC-ND 3.0 PL)



© Copyright by Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
Wrocław 2016

ISSN 1899-3192

e-ISSN 2392-0041

ISBN 978-83-7695-564-3

Wersja pierwotna: publikacja drukowana

Zamówienia na opublikowane prace należy składać na adres:

Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

tel./fax 71 36 80 602; e-mail: econbook@ue.wroc.pl

www.ksiegarnia.ue.wroc.pl

Druk i oprawa: TOTEM

Spis treści

Wstęp	7
Agnieszka Barcik: Mechanizm compliance – pytanie o miejsce i zasadność w strategiach CSR współczesnych organizacji (Compliance mechanism – The question about the place and legitimacy in the CSR strategies of modern organizations)	9
Ryszard Barcik, Piotr Dziwiński: Społecznie odpowiedzialna restrukturyzacja zatrudnienia (Socially responsible restructuring of employment)	21
Katarzyna Brendzel-Skowera: Paradoksy w rozwoju przedsiębiorczości akademickiej (Paradoxes in the development of academic entrepreneurship) ...	33
Karolina Gonera, Ewa Olszak-Dyk: Świadome zarządzanie marką pracodawcy – studium przypadku (Employer branding management as an example of selected organization)	43
Andrzej Kaleta, Letycja Soloduch-Pelc: Integracja przedsiębiorczości i zarządzania strategicznego w koncepcji strategicznej przedsiębiorczości – ocena przeszłości i sugestie na przyszłość (Integration of the entrepreneurship and strategic management in the concept of strategic entrepreneurship – assessment of the past and suggestions for the future)	56
Rafał Kusa: Wybrane problemy pomiaru poziomu przedsiębiorczości organizacji niekomercyjnych (Selected problems of measuring the level of entrepreneurship in non-profit organisations).....	68
Renata Lisowska: Uwarunkowania rozwoju współpracy zewnętrznej małych i średnich przedsiębiorstw w regionie (Determinants of the development of cooperation between small and medium-sized enterprises in the region)	77
Izabela Marzec: Konsekwencje rozwoju zatrudnialności pracowników w organizacjach publicznych: szansa czy zagrożenie? (Consequences of employees' employability enhancement in public organizations: a chance or a threat?)	87
Marek Matejun: Statyka i dynamika w cyklu życia mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw (Statics and dynamics in the life cycle of the micro, small and medium-sized enterprises).....	95
Anna Michna, Roman Kmiecik: Przedsiębiorczość międzynarodowa mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw – wybrane zagadnienia (International entrepreneurship of micro, small and medium-sized enterprises – selected aspects).....	107

Elena Mieszajkina: Przedsiębiorczość na pograniczu polsko-białorusko-ukraińskim: (Entrepreneurship on the Polish-Belarusian-Ukrainian borderland).....	117
Bogdan Nogalski, Przemysław Niewiadomski: Paradoks doskonalenia produktu na rynku maszyn rolniczych – relacje jakość a zysk (Paradox of the product improvement on the agricultural machinery market – quality and profit relations).....	129
Katarzyna Olejniczak: Między zyskiem a odpowiedzialnością w zarządzaniu. Paradoks Milтона Friedmana (Between profit and responsible management. The paradox of Milton Friedman).....	150
Agnieszka Puto: Przedsiębiorczość pracowników stymulantą rozwoju przedsiębiorstwa (Entrepreneurship of employees as a stimulant for the development of enterprises)	158
Marcin Ratajczak: Ocena wybranych działań na rzecz środowiska naturalnego podejmowanych przez przedsiębiorstwa agrobiznesu w ramach koncepcji CSR (Evaluation of some actions taken in favour of natural environment by agribusiness companies within the concept of CSR)	167
Włodzimierz Sitko, Elena Mieszajkina: Przedsiębiorczość intelektualna w dobie globalizacji (Intellectual entrepreneurship in a globalizing world)	178
Elżbieta Skrzypek: Paradygmaty zarządzania wiedzą w warunkach zmian otoczenia (Paradigms of knowledge management in conditions of changing environment).....	189
Hanna Soroka-Potrzebna: Zysk przedsiębiorstwa ważny, ale nie najważniejszy – społeczna odpowiedzialność biznesu (Profit is important for the company, but not the most important – corporate social responsibility)....	207
Iwona Staniec: Koncepcja szansy w przedsiębiorczości technologicznej (The concept of opportunity in the technological entrepreneurship)	216
Edward Stawasz: Rola doradztwa gospodarczego w zarządzaniu mikroprzedsiębiorstwami – wybrane oddziaływania i determinanty (The role of business consulting in managing micro enterprises – selected effects and determinants)	228
Maciej Urbaniak: Rola społecznej odpowiedzialności biznesu w budowaniu relacji z dostawcami (The role of the concept of corporate social responsibility in building relationships with suppliers)	237
Anna Wójcik-Karpacz, Joanna Rudawska: Instytucjonalne formy wspierania przedsiębiorczości w Polsce (Institutional models of entrepreneurship support in Poland).....	248
Przemysław Zbierowski: Paradoks efektów przedsiębiorczości: satysfakcja i <i>work-life balance</i> (The paradox of entrepreneurship outcomes: satisfaction and work-life balance).....	265

Wstęp

Przedsiębiorczość to jedno z najstarszych pojęć nauk o zarządzaniu. Nierozzerwalnie łączy się ze sprawnym i skutecznym działaniem przedsiębiorców i ich zachowaniami. Współcześnie – w dobie realiów społecznej odpowiedzialności biznesu – przedsiębiorczość nabiera swoistych cech.

Autorzy niniejszego opracowania postanowili powrócić do korzeni przedsiębiorczości, spojrzeć na nią z perspektywy współczesnych paradygmatów, odnaleźć w niej szczególnie paradoks racjonalności menedżera i przedsiębiorczości menedżera-właściciela. Dodatkowo, w wielu artykułach, poruszono wątek zachowań menedżera i przedsiębiorcy we wspomnianych realiach społecznej odpowiedzialności biznesu.

Badania omówione w zamieszczonych w tym zeszycie opracowaniach wskazują na to, że u podstaw współczesnej przedsiębiorczości leży chęć pokonywania konkurencji oraz coraz lepszego zaspokajania potrzeb klientów dzięki:

- rozwojowi aktywności innowacyjnej,
- skłonności do podejmowania ryzyka i wykorzystywania okazji,
- umiejętności szybkiego dostosowywania się do zmiennych warunków otoczenia, ale i kreowaniu w otoczeniu zmian, które będą korzystne dla przedsiębiorstwa.

Nowoczesna przedsiębiorczość to różne aspekty działań przedsiębiorczych. Autorzy zwrócili szczególną uwagę na takie jej wymiary, jak:

- integracja przedsiębiorczości i zarządzania strategicznego,
- przedsiębiorczość w aspekcie krajowym i międzynarodowym,
- przedsiębiorczość organizacji niekomercyjnych,
- przedsiębiorczość technologiczna,
- przedsiębiorczość intelektualna,
- przedsiębiorczość a społeczna odpowiedzialność biznesu,
- strategie przedsiębiorczego CSR.

Artykuły zebrane w niniejszym zbiorze są efektem nie tylko analiz empirycznych, ale też badań o charakterze dedukcji, bazujących na solidnej kwerendzie literatury przedmiotu. Zachęcamy do ich lektury.

Jerzy Niemczyk, Katarzyna Olejczyk-Kita

Anna Michna, Roman Kmiecik

Politechnika Śląska w Gliwicach

e-mails: anna@michna.pl; roman.kmiecik@polsl.pl

**PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ MIĘDZYNARODOWA
MIKRO-, MAŁYCH I ŚREDNICH
PRZEDSIĘBIORSTW – WYBRANE ZAGADNIENIA**

**INTERNATIONAL ENTREPRENEURSHIP
OF MICRO, SMALL AND MEDIUM-SIZED
ENTERPRISES – SELECTED ASPECTS**

DOI: 10.15611/pn.2016.419.10

Streszczenie: Artykuł poświęcono wybranym zagadnieniom przedsiębiorczości międzynarodowej z perspektywy mikro-, małego i średniego przedsiębiorstwa (MMSP). Zaprezentowano oraz omówiono definicje przedsiębiorczości międzynarodowej, która stanowi wielowymiarowy konstrukt obejmujący m.in.: innowacyjność, proaktywność i skłonność do podejmowania ryzyka w kontekście międzynarodowej działalności biznesowej. Omówiono zakres dotychczasowych badań empirycznych nad przedsiębiorczością międzynarodową, prezentując syntetycznie najciekawsze wyniki, oraz zaprezentowano model koncepcyjny przedsiębiorczości międzynarodowej. Przeanalizowano ponadto aktywność eksportową i importową polskich MMSP.

Słowa kluczowe: przedsiębiorczość międzynarodowa, umiędzynarodowienie, mikro-, małe i średnie przedsiębiorstwa.

Summary: The paper presents selected aspects of international entrepreneurship of micro, small and medium-sized enterprises (SMEs). Definitions of international entrepreneurship were analyzed. It was found that international entrepreneurship was a multidimensional construct which included innovative, proactive and risk-taking behavior in international business activity. The extent of previous studies on international entrepreneurship was presented and discussed concisely. Moreover, the international entrepreneurship conceptual model was presented. Finally, the export and import of Polish SMEs were investigated.

Keywords: international entrepreneurship, internationalization, micro, small and medium-sized enterprises.

1. Wstęp

Umiejdzynarodowienie działalności mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw (MMSP) jest przedmiotem zarówno zainteresowań decydentów odpowiedzialnych za rozwój gospodarczy, jak i badań naukowych.

Ważnym celem gospodarczym Unii Europejskiej (UE) jest ekspansja MMSP krajów członkowskich poza rynki UE, co ma przynieść wymierne korzyści dla gospodarki europejskiej. W związku z tym podejmowane są inicjatywy mające na celu ułatwienie międzynarodowej ekspansji MMSP, w tym ograniczanie barier umiejdzynarodowienia działalności [Lucian i in. 2014]. Ma to szczególne znaczenie dla polskich MMSP, które cechują się niskim poziomem umiejdzynarodowienia w porównaniu do MMSP z innych krajów UE (zob. [Eurostat 2012; PARP 2013]).

O ile umiejdzynarodowienie MMSP jest obecne w badaniach naukowych od kilku dekad [Ruzzier i in. 2006], o tyle od ponad dwóch dekad uwaga naukowców kieruje się w stronę nowego obszaru badań związanego z umiejdzynarodowieniem – przedsiębiorczości międzynarodowej [Jones i in. 2011]. Celami badań teoretycznych i empirycznych są m.in. opracowanie teorii przedsiębiorczości międzynarodowej, określenie związku z umiejdzynarodowieniem czy wskazanie czynników wpływających na te zjawiska.

Celem artykułu jest omówienie pojęcia przedsiębiorczości międzynarodowej ze szczególnym uwzględnieniem zakresu dotychczasowych badań empirycznych nad przedsiębiorczością międzynarodową. Jako metodę badawczą zastosowano analizę literatury.

2. Wyzwania wobec badań nad przedsiębiorczością międzynarodową MMSP

2.1. Przedsiębiorczość międzynarodowa a umiejdzynarodowienie

Przedsiębiorczość międzynarodowa (PM) jest stosunkowo nowym obszarem badawczym, rozwijającym się od 1989 r. W 1989 r. opublikowano pierwszy artykuł różnicujący, na podstawie badań empirycznych, krajowe i międzynarodowe nowe przedsięwzięcia biznesowe [McDougall 1989]. W tabeli 1 przedstawiono definicje przedsiębiorczości międzynarodowej. Definicje te umiejscawiają cechy przedsiębiorczości, tj. innowacyjność, proaktywność i skłonność do podejmowania ryzyka, w kontekście podejmowania międzynarodowej działalności biznesowej. W celach porównawczych w tab. 2 przedstawiono definicje powiązanego z przedsiębiorczością międzynarodową pojęcia umiejdzynarodowienia. Zgodnie z zaprezentowanymi definicjami, umiejdzynarodowienie utożsamia się z podejmowaniem przez przedsiębiorstwo międzynarodowej działalności biznesowej. W odróżnieniu od definicji przedsiębiorczości międzynarodowej, definicje umiejdzynarodowienia nie wskazują

natomiast, jakimi cechami powinny charakteryzować się te działania – czy powinny być np. innowacyjne i ryzykowne.

Tabela 1. Definicje przedsiębiorczości międzynarodowej

Autorzy	Definicja
McDougall, Oviatt [2000]	Kombinacja innowacyjnego, proaktywnego i nastawionego na ryzyko działania, które przekracza granice kraju i ma na celu tworzenie wartości w organizacji.
Ibeh, Young, [2001]	Przedsiębiorczość eksportowa – proces, w którym jednostki, na własny rachunek lub działając w organizacji, poszukują możliwości eksportowych, bez względu na obecnie kontrolowane przez nie zasoby i czynniki otoczenie, z którymi mają do czynienia.
Yeung [2002]	Nadzwyczajne cechy wymagane w procesach tworzenia i utrzymywania określonych przedsięwzięć biznesowych poza granicami kraju przez podmioty społeczne (międzynarodowych przedsiębiorców).
Zahra, George [2002]	Proces twórczego odkrywania i wykorzystywania możliwości, które istnieją poza rynkiem krajowym przedsiębiorstwa, w celu uzyskania przewagi konkurencyjnej.
Oviatt, McDougall [2005]	Odkrywanie, zarządzanie, ocena i wykorzystywanie możliwości poza granicami kraju, aby tworzyć przyszłe dobra i usługi.
Mtigwe [2006]	Odważny kierowniczy proces tworzenia wartości, poprzez który jednostka angażuje się w innowacyjne, proaktywne i ryzykowne działanie ukierunkowane na wykorzystanie zagranicznych możliwości biznesowych reprezentowanych przez sukcesy i niepowodzenia rynkowe w wielu krajach w celu osiągnięcia finansowych i niefinansowych korzyści.

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 2. Definicje umiędzynarodowienia

Autorzy	Definicja
Johanson, Vahlne [1977]	Proces, w którym przedsiębiorstwa stopniowo zwiększają swoje międzynarodowe zaangażowanie.
Welch, Luostarinen [1998]	Proces rosnącego zaangażowania w międzynarodowe działania.
Luostarinen [1994]	Stopniowy proces rozwoju międzynarodowego biznesu, podczas którego przedsiębiorstwo staje się coraz bardziej zaangażowane i uwikłane w międzynarodowe działania biznesowe poprzez określone produkty na wybranych rynkach.
Calof, Beamish [1995]	Proces przystosowywania działań przedsiębiorstw (strategii, struktury, zasobów itp.) do międzynarodowego otoczenia.
Paunovic, Prebezac [2010]	Ciąg działań biznesowych poza granicami kraju, które bazują na zastosowaniu koncepcji marketingu międzynarodowego.

Źródło: opracowanie własne.

2.2. Badania z zakresu przedsiębiorczości międzynarodowej

Przedsiębiorczość międzynarodowa jest badana w aspekcie teoretycznym i empirycznym. Jednak badaniom z zakresu przedsiębiorczości międzynarodowej krytycy zarzucają, że są one fragmentaryczne, niespójne i pozbawione wspólnych paradygmatów [Jones i in. 2011]. W odpowiedzi na te zarzuty Jones i in. [2011] przeanalizowały 323 artykuły z lat 1989–2009 dotyczące przedsiębiorczości międzynarodowej i wyróżniły trzy obszary badań:

A – przedsiębiorcze umiędzynarodowienie (222 artykuły); grupa ta obejmuje artykuły dotyczące m.in.: rodzajów przedsięwzięć, umiędzynarodowienia, sieci współpracy i kapitału społecznego, przedsiębiorczości;

B – międzynarodowe porównania przedsiębiorczości (78 artykułów); grupa ta obejmuje artykuły dotyczące m.in.: porównań międzykrajowych i międzykulturowych przedsiębiorczości;

C – porównanie przedsiębiorczego umiędzynarodowienia (23 artykuły); grupa ta obejmuje artykuły dotyczące badań porównujących przedsiębiorcze umiędzynarodowienie między krajami i kulturami.

Przykładowo, najnowszy obszar tematyczny wśród artykułów z grupy A dotyczy zagadnień związanych z przedsiębiorczością i obejmuje np. badania:

- międzynarodowej przedsiębiorczości korporacyjnej,
- przedsiębiorczości korporacyjnej i jej wpływu na związek między osiągnięciami technologicznymi i krajowymi sieciami współpracy a międzynarodowymi przedsięwzięciami,
- związek między orientacją międzynarodową przedsiębiorcy i postrzeganiem ryzyka a stopniem umiędzynarodowienia przedsiębiorstwa,
- możliwości rozpoznania międzynarodowych szans rynkowych poprzez eksploatację i eksplorację rynków.

Najwięcej artykułów z grupy A, aż 96 pozycji, dotyczyło umiędzynarodowienia. Artykuły te koncentrowały się na wzorcach i procesach umiędzynarodowienia oraz czynnikach na nie wpływających. W artykułach tych analizowano m.in.:

- szybkość umiędzynarodowienia w powiązaniu z np. podporządkowaniem się klientom (*client followership*), poziomem wykorzystywanej wiedzy, kapitałem społecznym przedsiębiorstwa, postrzeganiem ryzyka i zarządzaniem nim, stosowaną technologią,
- wpływ na umiędzynarodowienie Internetu, wsparcia instytucyjnego i różnych rodzajów wiedzy, np. rynkowej, empirycznej i społecznej.

Podsumowując przeprowadzoną analizę tematyczną i chronologiczną artykułów z zakresu przedsiębiorczości międzynarodowej, M.V. Jones i in. [2011] wskazały, że przedsiębiorczość międzynarodowa jest obszarem zróżnicowanym, ale coraz bardziej spójnym. Ponadto przedsiębiorczość międzynarodowa jest zjawiskiem na tyle złożonym, że jest mało prawdopodobne, by wypracowano jednoznaczną i unikalną teorię wobec tego zjawiska.

Tabela 3. Przedmiot badań artykułów z zakresu przedsiębiorczości międzynarodowej (PM)

Lp.	Przedmiot badań	Liczba artykułów
1	WPLYW DETERMINANT PM NA ELEMENTY PM	4
	Wpływ kultury krajowej na innowacyjność przedsiębiorstwa na rynkach międzynarodowych	1
	Związek między cechami przedsiębiorczymi a strategią przedsiębiorstwa	1
	Wpływ kultury krajowej na międzynarodowe alianse technologiczne	1
	Wpływ właściciela i systemu zarządzania na rozwój zasobów wiedzy	1
2	WPLYW ELEMENTÓW PM NA WYNIKI PM	68
	Wpływ podejścia do organizacyjnego uczenia się na wyniki nowych przedsięwzięć	5
	Wpływ kooperacji (alianсів, sieci współpracy) na umiędzynarodowienie	16
	Wpływ zasobów i kompetencji przedsiębiorstwa na umiędzynarodowienia	25
	Wpływ orientacji przedsiębiorczej na umiędzynarodowienie i/lub efektywność funkcjonowania	3
	Wpływ strategii przedsiębiorstwa na przetrwanie, rentowność, eksport lub efektywność funkcjonowania na rynkach zagranicznych	15
	Wpływ przewagi konkurencyjnej na dalsze umiędzynarodowienie	4
3	WPLYW DETERMINANT PM NA WYNIKI PM	85
	Wpływ właściciela przedsiębiorstwa i struktury zarządzania na umiędzynarodowienie i/lub efektywność funkcjonowania	6
	Wpływ cech strukturalnych przedsiębiorstwa na umiędzynarodowienie i/lub efektywność funkcjonowania	11
	Wpływ społeczno-kognitywnych lub demograficznych cech właścicieli/ menadżerów na skłonność do umiędzynarodowienia	46
	Czynniki na poziomie sektora, które determinują skłonność do umiędzynarodowienia i/lub wyniki działalności eksportowej	11
	Czynniki na poziomie kraju, które determinują skłonność do umiędzynarodowienia i/lub wyniki działalności eksportowej	11
4	WPLYW ELEMENTÓW PM NA SIEBIE	4
	Związek między zasobami przedsiębiorstwa a zawieraniem aliansów	2
	Związek między orientacją przedsiębiorczą a uczeniem się przedsiębiorstwa	1
	Wpływ strategii przedsiębiorstwa na działania przedsiębiorcze	1
5	ARTYKUŁY – PRZEGLĄD LITERATURY	7
6	ARTYKUŁY – ROZWÓJ TEORII	11

Źródło: opracowanie własne na podstawie [Keupp, Gassmann 2009].

Na potrzebę dalszego rozwoju teorii przedsiębiorczości międzynarodowej zwrócili także uwagę M.M. Keupp i O. Gassmann [2009]. Przeanalizowali 179 artykułów dotyczących przedsiębiorczości międzynarodowej opublikowanych w 16 czasopismach w ciągu 14 lat. Na tej podstawie zidentyfikowali w badanym obszarze niespójności teoretyczne, sprzeczne przewidywania i luki w wiedzy.

Analiza obejmowała artykuły z lat 1994–2007. Spośród 7627 artykułów wyłoniono 179 artykułów, które według badaczy należały do obszaru przedsiębiorczości międzynarodowej, przy czym skorzystali z definicji zaprezentowanej w 2000 r. przez P.P. McDougalla i B.M. Oviatta (zob. tab. 1).

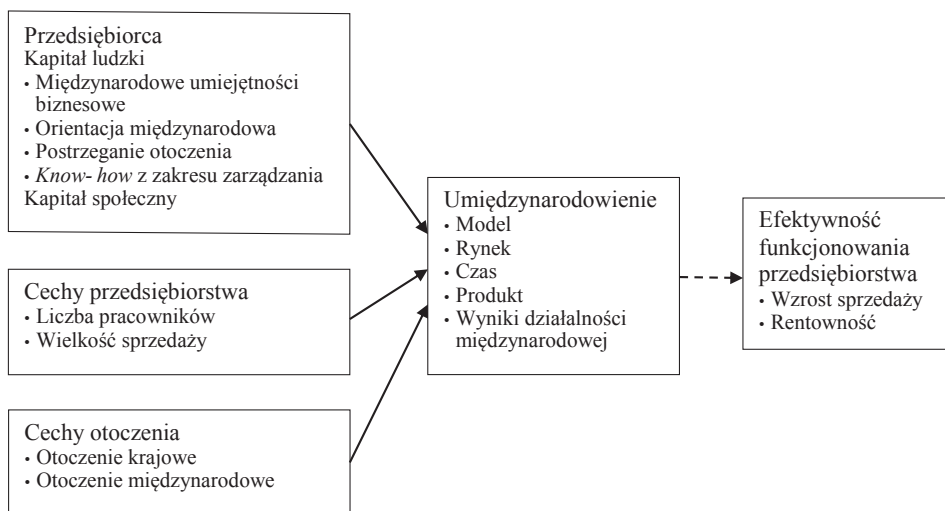
W artykułach zidentyfikowano trzy grupy zmiennych, które określono jako: determinanty PM, elementy PM oraz wyniki PM. Okazało się, że najliczniejsze były artykuły, w których analizowano determinanty PM i ich wpływ na wyniki PM. W szczególności w tej grupie najwięcej artykułów dotyczyło wpływu społeczno-kognitywnych lub demograficznych cech właścicieli/menadżerów na skłonność do umiędzynarodowienia działalności (tab. 3). Zatem w większości badań empirycznych determinanty PM traktowano jako zmienne niezależne, natomiast zmienne zależne dotyczyły procesu umiędzynarodowienia i jego mierników, np. wielkości eksportu. Mniej badań dotyczyło związków między determinantami PM a elementami PM, między elementami PM a wynikami PM oraz wzajemnego wpływu elementów PM. Stosunkowo niewielka liczba badań w tych obszarach jest według autorów jedną z przyczyn niedostatecznego rozwoju teorii PM. Zbyt mało badań próbowało odpowiedzieć na pytanie „dlaczego” w kontekście PM, tj. analizowało wpływ np. zarządzania strategicznego, dostępu do zasobów, wiedzy i informacji na umiędzynarodowienie przedsiębiorstwa.

Ponadto przeprowadzona analiza wskazuje, że badacze często koncentrują się na zidentyfikowaniu czynników sukcesu, które sprawiają, że przedsiębiorstwo umiędzynarodawia działalność wcześniej, z lepszymi rezultatami lub na większym geograficznie obszarze w porównaniu z innymi przedsiębiorstwami. Poza tym, zdecydowana większość badań empirycznych dotyczyła małych i nowych przedsiębiorstw oraz koncentrowała się na następujących zagadnieniach: skłonność małych nowych przedsiębiorstw do umiędzynarodowienia działalności; co małe nowe umiędzynarodowane przedsiębiorstwa robią, by wejść na rynki i/lub przetrwać, oraz jak różnią się ich wyniki działalności; cechy demograficzne i kognitywne przedsiębiorców i ich działania w trakcie umiędzynarodowienia.

Takie ukierunkowanie badań prawie wyłącznie na małych przedsiębiorcach staje się problematyczne w kontekście budowy teorii przedsiębiorczości międzynarodowej oraz nie jest uzasadnione, biorąc pod uwagę definicję przedsiębiorczości, która nie łączy przedsiębiorczości międzynarodowej z wielkością przedsiębiorstwa.

2.3. Model przedsiębiorczości międzynarodowej MMSP

Powyższe analizy wskazują, że nie można utożsamiać przedsiębiorczości międzynarodowej jedynie z umiędzynarodowieniem działalności przedsiębiorstwa.



Rys. 1. Model koncepcyjny przedsiębiorczości międzynarodowej

Źródło: [Ruzzier i in. 2006].

Przedsiębiorczość międzynarodowa jest pojęciem szerszym obejmującym m.in. umiędzynarodowienie. W kontekście mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw, przedsiębiorczość międzynarodową można także określić jako podejście badawcze do umiędzynarodowienia MMSP z perspektywy przedsiębiorczej, które integruje wszystkie stosowne podejścia do umiędzynarodowienia z przedsiębiorczością [Ruzzier i in. 2006]. Ruzzier i in. [2006] zaproponowali ogólny model koncepcyjny przedsiębiorczości międzynarodowej, który łączy teorię umiędzynarodowienia MMSP z przedsiębiorczością międzynarodową (rys. 1). W modelu tym m.in. wyróżniono cechy właściciela/menedżera, które podzielono na dwie grupy: kapitał ludzki i społeczny. Podkreślono tym samym znaczenie tych cech w procesie umiędzynarodowienia MMSP. Autorzy modelu jednak zauważają, że model ten nie jest wyczerpujący (kompletny).

3. Umiędzynarodowienia polskich MMSP – wybrane dane

Biorąc pod uwagę odsetek przedsiębiorstw prowadzących działalność importową lub eksportową, można stwierdzić, że polskie przedsiębiorstwa charakteryzują się niskim poziomem umiędzynarodowienia. W 2011 r. działalność eksportową prowadziło: 3,9% przedsiębiorstw ogółem, 2,6% mikroprzedsiębiorstw, 28,6% małych przedsiębiorstw i 45% średnich przedsiębiorstw (tab. 3). Więcej przedsiębiorstw prowadziło natomiast działalność importową: 7,1% przedsiębiorstw ogółem, 5,4% mikroprzedsiębiorstw, 39,2% małych przedsiębiorstw i 57,3% średnich przedsię-

biorstw. Zauważyć można, że im większe przedsiębiorstwo, tym większe zaangażowanie przedsiębiorstwa w działalność eksportową lub importową. Procentowo najmniej eksporterów i importerów jest wśród mikroprzedsiębiorstw, a najwięcej wśród dużych przedsiębiorstw.

Tabela 4. Odsetek polskich eksporterów i importerów w latach 2007–2011 z podziałem ze względu na wielkość przedsiębiorstwa (liczbę zatrudnionych)

	Wielkość przedsiębiorstwa	2007	2008	2009	2010	2011
Odsetek importerów	Ogółem	6,0	5,4	5,3	5,2	7,1
	0–9	4,5	3,6	3,5	3,4	5,4
	10–49	37,7	41,8	38,2	39,6	39,2
	50–249	55,8	59,8	58,5	57,4	57,3
	>.249	86,9	90,2	87,2	88,2	89,1
Odsetek eksporterów	Ogółem	3,4	3,3	3,6	3,5	3,9
	0–9	2,2	1,8	2,1	2,0	2,6
	10–49	28,4	32,0	32,1	32,4	28,6
	50–249	43,9	47,7	48,6	47,5	45,0
	>.249	64,3	69,1	66,1	66,3	66,9

Źródło: [PARP 2013].

Więcej polskich przedsiębiorstw podejmuje działalność eksportową do krajów UE niż do krajów poza UE. W 2011 r. 3% ogółu przedsiębiorstw oraz 2,8% MMSP eksportowało do krajów UE, a do krajów poza UE eksportowało 1,7% ogółu przedsiębiorstw oraz 1,6% MMSP. Na przestrzeni lat liczba eksporterów ulega znacznym wahaniom, co dotyczy w szczególności mikro- i małych przedsiębiorstw. Może to świadczyć o mało ustabilizowanej pozycji polskich mikro i małych przedsiębiorstwa na rynkach zagranicznych w porównaniu do większych przedsiębiorstw [PARP 2013, s. 63]. Polski eksporter w 2012 r. sprzedał towary o przeciętnej wartości 7,8 mln zł, a MSP – 2,5 mln zł, przy czym mikroeksporter – 0,6 mln zł, mały eksporter – 2,8 mln zł, średni eksporter – 14,1 mln zł, a duży eksporter – 156,8 mln zł [PARP 2013, s. 64].

4. Podsumowanie

W artykule przedstawiono wybrane zagadnienia przedsiębiorczości międzynarodowej w kontekście mikro-, małego i średniego przedsiębiorstwa. Analiza literatury i badań empirycznych z zakresu przedsiębiorczości międzynarodowej pozwoliła na sformułowanie następujących wniosków:

- badacze wskazują na niedostateczny rozwój teorii przedsiębiorczości międzynarodowej,
- przedsiębiorczość międzynarodowej jest pojęciem szerszym niż umiędzynarodowienie i można powiedzieć, iż stanowi wielowymiarowy konstrukt obejmujący między innymi: innowacyjność, proaktywność i skłonność do podejmowania ryzyka w międzynarodowej działalności biznesowej,
- najwięcej artykułów z zakresu przedsiębiorczości międzynarodowej koncentruje się na umiędzynarodowieniu działalności, w tym na wzorcach i procesach umiędzynarodowienia oraz czynnikach na nie wpływających,
- wśród badaczy szczególnie duże zainteresowanie, mierzone liczbą opracowań z danego zakresu badań, budzi wpływ społeczno-kognitywnych lub demograficznych cech właścicieli/menadżerów na skłonność do umiędzynarodowienia działalności przedsiębiorstwa,
- mniejsze polskie przedsiębiorstwa charakteryzują się mniejszym stopniem umiędzynarodowienia (mierzonym odsetkiem przedsiębiorstw podejmujących działalność eksportową lub importową) niż przedsiębiorstwa większe, tj. im mniejsze przedsiębiorstwo tym mniejsza szansa, że podejmuje ono działalność eksportową/importową.

Literatura

- Calof J.C., Beamish P.W., 1995, *Adapting to foreign markets. Explaining internationalization*, International Business Review, vol. 4, no. 2, s. 115–131.
- Eurostat, 2012, http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/International_trade_by_enterprise_characteristics (23.04.2015).
- Ibeh K.I.N., Young S., 2001, *Exporting as an entrepreneurial act: An empirical study of Nigerian firms*, European Journal of Marketing, vol. 35, no. 5/6, s. 566–586.
- 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, s. 23–32.
- Jones M.V., Coviello N., Tang Y., 2011, *International entrepreneurship research (1989–2009): A domain ontology and thematic analysis*, Journal of Business Venturing, vol. 26, no. 6, s. 632–659.
- Keupp M.M., Gassmann O., 2009, *The past and the future of international entrepreneurship: A review and suggestions for developing the field*, Journal of Management, vol. 35, no. 3, s. 600–633.
- Lucian C., Norman-López A., Duch T-Figueras A., 2014, *SMEs are more important than you think! Challenges and opportunities for EU exporting SMEs*, DG TRADE Chief Economist Notes, no. 2014-3.
- Luostarinen R., 1994, *Internationalization of Finnish firms and their response to global challenges*, UNU/WIDER Publications.
- McDougall P.P., 1989, *International versus domestic entrepreneurship: New venture strategic behavior and industry structure*, Journal of Business Venturing, vol. 4, no. 6, s. 387–400.
- McDougall P.P., Oviatt B.M., 2000, *International entrepreneurship: The intersection of two research paths*, Academy of Management Journal, vol. 43, no. 5, s. 902–906.
- Mtigwe B., 2006, *Theoretical milestones in international business: The journey to international entrepreneurship theory*, Journal of International Entrepreneurship, vol. 4, no. 1, s. 5–25.

- Oviatt B.M., McDougall P.P., 2005, *Defining international entrepreneurship and modeling the speed of internationalization*, *Entrepreneurship Theory & Practice*, vol. 29, no. 5, s. 537–553.
- PARP, 2013, *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2011–2012*, Warszawa.
- Paunovic Z., Prebezac D., 2010, *Internationalization of small and medium-sized enterprises*, *Tržišče*, vol. 22, no. 1, s. 57–76.
- Ruzzier M., Hisrich R.D., Antonic B., 2006, *SME internationalization research: Past, present, and future*, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, vol. 13, no. 4, s. 476–497.
- Welch L.S., Luostarinen R., 1998, *Internationalization. Evolution of a concept*, *Journal of General Management*, vol. 14, no. 2, s. 34–55.
- Yeung H.W., 2002, *Entrepreneurship and the internationalization of Asian firms: An institutional perspective*, Edward Elgar Publishing, Cheltenham.
- Zahra S.A., George G., 2002, *International entrepreneurship: The current status of the field and future research agenda*, [w:] Hitt M.A., Ireland R.D., Camp S.M., Sexton D.L. (red.), *Strategic Entrepreneurship: Creating a New Mindset*, Blackwell, London, s. 255–288, <http://www2.ufersa.edu.br/portal/view/uploads/setores/65/Zahra%20e%20George,%202002.pdf> (30.04.2015).