

Anna MICHNA, Anna MĘCZYŃSKA
Politechnika Śląska
Wydział Organizacji i Zarządzania

DETERMINANTY UMIEJZYNARODOWIENIA DZIAŁALNOŚCI MSP – PRZEGLĄD LITERATURY

Streszczenie. Artykuł zawiera przegląd badań empirycznych umiędzynarodowienia działalności małych i średnich przedsiębiorstw (MSP) prowadzonych w różnych krajach (Hiszpania, Irlandia, Wielka Brytania, Malezja, Finlandia, USA, Słowenia, Austria, Węgry, Australia, Turcja, Polska). Przedstawiono główne czynniki determinujące ten proces. Ponadto, zaprezentowano wyniki dotyczące identyfikacji empirycznych wymiarów umiędzynarodowienia MSP Górnego Śląska.

Słowa kluczowe: umiędzynarodowienie działalności, małe i średnie przedsiębiorstwo, kapitał ludzki.

DETERMINANTS OF INTERNATIONALIZATION OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES – LITERATURE REVIEW

Summary. The article contains an overview of empirical research internationalization of small and medium-sized enterprises (SMEs) in different country (Spain, Ireland, Great Britain, Malaysia, Finland, USA, Slovenia, Austria, Hungary, Australia, Turkey, Poland). The main determinants of this process were presented. Moreover, empirical dimensions of internationalization SME in Upper Silesia region were shown.

Keywords: internationalization, small and medium enterprises, human capital.

1. Wprowadzenie

Przedsiębiorstwa sektora MSP w gospodarce naszego kraju, podobnie jak w innych państwach europejskich, mają duże znaczenie, zwłaszcza, że są ważnym źródłem miejsc

pracy i mają znaczny wkład w tworzenie PKB¹. Ponadto, wiadomo, że umiędzynarodowienie działalności jest jedną z dróg rozwoju i wzrostu przedsiębiorstwa. Dlatego też kraje z dłuższą tradycją przedsiębiorczości mają systemowe, rozwinięte programy wspierania umiędzynarodowienia działalności małych i średnich przedsiębiorstw (przykładem może być program Scottish Development International, realizowany w Szkocji).

2. Badania empiryczne umiędzynarodowienia działalności MSP

Małe i średnie przedsiębiorstwa nie zawsze mogą powielać metody i techniki zarządzania międzynarodowego stosowane przez duże firmy, szczególnie, jeśli te duże przedsiębiorstwa nie cechuje wysoki poziom przedsiębiorczości; często brak jest możliwości adaptowania wprost metod postępowania na rynku krajowym do warunków międzynarodowych, chociażby z uwagi na specyficzne uwarunkowania kulturowe (np. sieci społeczne: quanxi na rynku chińskim czy wasta w krajach islamskich). Stąd i ze względu na znaczenie sektora MSP dla gospodarki w różnych krajach prowadzone są badania umiędzynarodowienia działalności małych i średnich przedsiębiorstw (tabela 1).

Tabela 1

Proces umiędzynarodowienia MSP w świetle badań empirycznych

Lp.	Autor	Podmiot badań	Wnioski
1.	Anderson, Bookcock, Graham 2001	brytyjskie MSP (252)	Na proces umiędzynarodowienia działalności istotnie wpływa styl zarządzania; kierownictwo przedsiębiorstwa powinno ciągle się uczyć i śledzić zmiany w bliższym i dalszym otoczeniu
2.	Manolova, Brush, Edelman, Greene 2002	amerykańskie MSP	Wpływ: stylu zarządzania, umiejętności i postaw kadry zarządzającej na umiędzynarodowienie działalności przedsiębiorstwa
3.	Fillis 2004	szkockie MSP (30)	Unikatowa oferta przedsiębiorstw trudniących się rękodziełem stwarza możliwość osiągnięcia międzynarodowej przewagi konkurencyjnej; przedsiębiorstwa te najczęściej promują się na krajowych i zagranicznych wystawach, targach lub w sieciach informatycznych
4.	Westhead, Ucasaran, Binks 2004	brytyjskie MSP (744)	Przedsiębiorstwa miejskie częściej prowadzą międzynarodową działalność aniżeli przedsiębiorstwa wiejskie, które zwykle pełnią rolę poddostawcy. W obu przypadkach umiędzynarodowienie działalności prowadzi do wzrostu zatrudnienia

¹ Kmiecik R., Michna A., Męczyńska A.: Innovativeness, empowerment and IT capability: Evidence from SMEs. „Industrial Management & Data System”, Vol. 112(5), 2012, p. 707-728.

cd. tabeli 1

5.	Fernandez, Nieto 2005	hiszpańskie MSP	Właściciele firm rodzinnych nie wykazują większego zainteresowania umiędzynarodowieniem działalności, z wyjątkiem firm o ponad 30-letnim okresie istnienia
6.	Acedo, Florin 2006	hiszpańskie MSP (222)	Stopień umiędzynarodowienia przedsiębiorstwa najsilniej powiązany jest z indywidualną przedsiębiorczością kadry zarządczej i postrzeganiem ryzyka działalności międzynarodowej przez menedżera
7.	Crick, Bradshaw, Chaudhy 2006	brytyjskie MSP (22)	Identyfikacja czynników wpływających na proces umiędzynarodowienia działalności przedsiębiorstwa
8.	Hutchinson, Quinn, Alexander 2006	brytyjskie MSP	Na podjęcie międzynarodowej działalności przede wszystkim wpływają nieformalne kontakty zagraniczne właścicieli i kadry zarządzającej, następane w kolejności są: skłonność właścicieli do podejmowania ryzyka i styl zarządzania
9.	Knowles, Mughan, Lloyd-Reason 2006	brytyjskie MSP (74)	Stopień znajomości języków obcych jest istotnym czynnikiem umiędzynarodowienia działalności przedsiębiorstwa
10.	Che-Senik, Scott-Ladd, Entrekin, Md Sham 2007	malezyjskie MSP (16)	Poziom umiędzynarodowienia MSP przede wszystkim zależy od rozbudowanej sieci powiązań, na którą wpływają działania wspierające ten sektor czy polityka rynkowa; istotne są też relacje między MSP, instytucjami badawczymi, naukowymi bądź partnerami z tego samego otoczenia biznesowego
11.	Fletcher, Casulli, Jones 2007	brytyjskie MSP (12)	Wpływ rodzajów i źródeł wiedzy na proces umiędzynarodowienia działalności przedsiębiorstwa
12.	Holmlund, Kock, Vanyushyn 2007	fińskie MSP (576)	Decyzja o umiędzynarodowieniu działalności podejmowana jest z pobudek menedżerskich, unikatowej oferty produktowej i możliwości wykorzystania ekonomii skali, istotne jest także wsparcie rządowe
13.	Ruzzier, Antončič, Hisrich, Konečnik 2007	słoweńskie MSP (165)	Orientacja przedsiębiorcza i postrzeganie ryzyka to czynniki najsilniej sprzyjające umiędzynarodowieniu MSP
14.	Reiner, Demeter, Poiger, Jenei 2008	austriackie MSP, węgierskie MSP (6+5)	Sąsiedztwo krajów wysoko rozwiniętych sprzyja podejmowaniu decyzji o międzynarodowej współpracy

cd. tabeli 1

15.	Wheeler, Ibech, Dimitratos 2008	brytyjskie MSP (33)	Na decyzje o internacjonalizacji przedsiębiorstwa wpływają: jego specyfika i poziom technologiczny, styl zarządzania, koniunktura gospodarcza, bariery wejścia na rynek zagraniczny
16.	Daszkiewicz 2008	pomorskie MSP (761)	Eksport jest tym większy, im przedsiębiorstwo jest większe, podejmuje kooperację, a aprecjacja złotego jest słabsza
17.	Arranz, Fdez de Arroyabe 2009	hiszpańskie MSP (250)	Wewnętrzne (zasobowe) możliwości przedsiębiorstwa są najbardziej znaczące przy podejmowaniu działań w ramach strategii reaktywnej, natomiast w ramach strategii proaktywnej o podjęciu działalności w innym kraju decydują głównie odległość oraz różnice kulturowe
18.	Thomas-Morgan, Jones 2009	brytyjskie MSP (705)	Zintegrowany kanał dystrybucji korzystnie wpływa na międzynarodowy rozwój przedsiębiorstwa, a znajomość potrzeb rynkowych przyspiesza proces umiędzynarodowienia działalności
19.	Ulubasoglu, Akdis, Kok 2009	tureckie MSP (257)	Poziom umiędzynarodowienia nie zależy od typu zarządzania (profesjonalny, rodzinny) oraz sektora; natomiast wyższy poziom wykształcenia kierownictwa sprzyja umiędzynarodowieniu działalności przedsiębiorstwa
20.	O'Cass, Weerawardena 2009	australijskie MSP (302)	Umiędzynarodowienie, jako aktywność przedsiębiorcza, sprzyja wprowadzaniu innowacji, co przekłada się na wzrost wartości przedsiębiorstwa
21.	Vanyushyn, Holmlund, Kock 2009	fińskie MSP (576)	Kooperacja najsilniej koresponduje z wielkością eksportu przedsiębiorstwa i liczbą zagranicznych rynków zbytu; przedsiębiorstwa kooperujące w porównaniu do niekooperujących częściej osiągają przewagę technologiczną
22.	Harrigan, Ramsey, Ibbotson 2009	irlandzkie MSP (286)	Umiędzynarodowieniu działalności przedsiębiorstwa sprzyja wykorzystanie elektronicznych kanałów komunikacji, zwłaszcza do budowy relacji z klientami i partnerami

Źródło: opracowanie własne.

Dotychczasowe badania empiryczne z zakresu umiędzynarodowienia MSP² wskazują na istotną dla tego procesu rolę kapitału ludzkiego (z uwagi na specyfikę MSP dominujące są cechy właściciela), wyróżniając następujące jego kategorie³: umiejętności z zakresu przedsiębiorczości międzynarodowej, orientacja międzynarodowa, postrzeganie ryzyka, know-how z zakresu zarządzania (tabela 2). Wskazywany jest przede wszystkim pozytywny

² Michna A., Sękowska R.: Procesy umiędzynarodowienia małych i średnich przedsiębiorstw w świetle badań empirycznych, [w:] Matejun M. (red.): Wyzwania i perspektywy zarządzania w małych i średnich przedsiębiorstwach. C.H. Beck, Warszawa 2010, s. 314-324.

³ Ruzzier M., Antončič B., Hisrich R. D., Konečnik M.: Human capital and SME internationalization: a structural equation modeling study. „Canadian Journal of Administrative Sciences”, Vol. 24(1), 2007, p. 15-29.

wpływ umiejętności z zakresu przedsiębiorczości międzynarodowej na umiędzynarodowienie MSP, w szczególności ważne jest wcześniejsze międzynarodowe doświadczenie w pracy zawodowej^{4, 5, 6, 7, 8, 9, 10} i znajomość języków obcych^{11, 12, 13}. Istotne jest również pozyskiwanie i rozpowszechnianie wiedzy w organizacji, wykorzystanie technologii informacyjnych i budowanie sieci współpracy.

Tabela 2

Kategorie i komponenty kapitału ludzkiego w kontekście przedsiębiorczości międzynarodowej

Kategoria kapitału ludzkiego	Komponenty
Umiejętności z zakresu przedsiębiorczości międzynarodowej	Międzynarodowe doświadczenie w pracy zawodowej Edukacja zagraniczna Znajomość języków obcych
Orientacja międzynarodowa	Podróże zagraniczne Życie za granicą
Postrzeżenie ryzyka	Innowacyjność Potencjalna zyskowność Tolerancja ryzyka
Know-how z zakresu zarządzania	Umiejętności z zakresu zarządzania Wiedza techniczna

Zródło: opracowanie własne na podstawie: Ruzzier M., Antončič B., Hisrich R.D., Konečnik M.: Human capital and SME internationalization: a structural equation modeling study. „Canadian Journal of Administrative Sciences”, Vol. 24(1), 2007, p. 15-29.

Polskie MSP są mało aktywne na arenie międzynarodowej; możliwe, że jedną z przyczyn jest krótka tradycja przedsiębiorczości w Polsce, a w szczególności przedsiębiorczości międzynarodowej.

⁴ Bloodgood J.M., Sapienza H.J., Almeida J.G.: The internationalization of new high-potential U.S. ventures: Antecedents and outcomes. „Entrepreneurship Theory and Practice”, Vol. 20(4), 1996, p. 61-76.

⁵ Athanassiou N., Nigh D.: Internationalization, tacit knowledge, and the top management teams of MNCs. „Journal of International Business Studies”, Vol. 31(3), 2000, p. 471-487.

⁶ Herrmann P., Datta D.: CEO successor characteristics and the choice of foreign entry mode: An empirical study. „Journal of International Business Studies”, Vol. 33(3), 2002, p. 551-569.

⁷ Manolova T.S., Brush C.G., Edelman L.F., Greene P.G.: Internationalization of small firms: International factors revisited. „International Small Business Journal”, Vol. 20(1), 2002, p. 9-30.

⁸ Reuber R.A., Fischer E.: Foreign sales and small firm growth: The moderating role of the management team. „Entrepreneurship Theory and Practice”, Vol. 27(1), 2002, p. 29-45.

⁹ Trevino L.J., Grosse R.: An analysis of the firm specific resources and foreign direct investment in the United States. „International Business Review”, Vol. 11(4), 2002, p. 431-452.

¹⁰ Westhead P., Wright M., Ucbasaran D.: The internationalization of new and small firms: A resource based view. „Journal of Business Venturing”, Vol.16(4), 2001, p. 333-358.

¹¹ Dichtl E., Leibold M., Koeglmayr H.G., Muller S.: The export-decision of small and medium-sized firms: A review. „Management International Review”, Vol. 24(2), 1984, p. 49-60.

¹² Reuber R.A., Fischer E.: Foreign sales and small firm growth: The moderating role of the management team. „Entrepreneurship Theory and Practice”, Vol. 27(1), 2002, p. 29-45.

¹³ Manolova T.S., Brush C.G., Edelman L.F., Greene P.G.: Internationalization of small firms: International factors revisited. „International Small Business Journal”, Vol. 20(1), 2002, p. 9-30.

Przeprowadzone z wykorzystaniem oryginalnego kwestionariusza ankiety (składającego się z kilkudziesięciu pytań)¹⁴ badania empiryczne wśród MSP działających na Górnym Śląsku umożliwiły identyfikację następujących empirycznych wymiarów umiędzynarodowienia działalności tych firm¹⁵:

1. pozyskiwanie i rozpowszechnianie wiedzy w organizacji,
2. wykorzystanie Internetu,
3. obsługa klienta,
4. czynniki rynkowo-produktowe,
5. rozwój więzi międzyorganizacyjnych,
6. skala przedsiębiorczości międzynarodowej,
7. kondycja finansowa przedsiębiorstwa.

Na poziom umiędzynarodowienia działalności polskich MSP korzystnie wpływają przedsiębiorstwa zakładane i prowadzone przez osoby powracające do kraju z emigracji oraz przez imigrantów, często wykorzystujące osobiste doświadczenia i kontakty. Ponadto, przedsiębiorcy, którzy wcześniej mieszkali i pracowali za granicą kumulowali wiedzę oraz doświadczenie wykorzystywane później do zarządzania firmą, a przy tym mniej obawiają się prowadzenia działalności w otoczeniu międzynarodowym.

Również nowe technologie informacyjne sprzyjają tym procesom, gdyż ich wykorzystanie umożliwia nawet bardzo młodym firmom umiędzynarodowienie działalności (early internationalization) lub wręcz rozwijanie działalności na skalę globalną od początku istnienia (born to be global).

Dużym wyzwaniem w umiędzynarodowieniu działalności jest intensywność organizacyjnego uczenia się, towarzysząca umiędzynarodowieniu działalności, która nieustannie zmienia *status quo*. Konieczne jest nabywanie wiedzy z różnych źródeł (wewnętrznych i zewnętrznych), w szczególności wiedzy o procesach umiędzynarodowienia (np.: przepisy prawne, specyfika nowych rynków, możliwości partnerstwa). Trudność stanowią złożoność formowania relacji na nowym, międzynarodowym rynku i konieczność równoczesności uwagi przedsiębiorczej w stosunku do rynku krajowego i rynku międzynarodowego.

¹⁴Sękowska R., Michna A., Męczyńska A.: Budowanie przewagi konkurencyjnej małych i średnich przedsiębiorstw przez umiędzynarodowienie działalności – koncepcja kwestionariusza ankiety, [w:] Adamik A. (red.): Kształtowanie konkurencyjności i przewagi konkurencyjnej małych i średnich przedsiębiorstw. C.H. Beck, Warszawa 2011, s. 281-293.

¹⁵Sękowska R., Michna A., Męczyńska A.: Umiędzynarodowienie działalności polskich małych i średnich przedsiębiorstw – raport badawczy. Zeszyty Naukowe Politechniki Łódzkiej, s. Organizacja i Zarządzanie, nr 55, 2013, s. 33-41.

3. Podsumowanie

Decyzja o umiędzynarodowieniu działalności MSP jest strategicznym wyborem przyspieszającym rozwój firmy i poprawiającym jej reputację na rynku krajowym¹⁶. Przeprowadzone badania literaturowe wskazują, że sprzyjające czynniki są następujące: umiejętności właściciela/menedżera z zakresu przedsiębiorczości międzynarodowej, pozyskiwanie i rozpowszechnianie wiedzy w organizacji, wykorzystanie Internetu i budowanie więzi międzyorganizacyjnych.

Bibliografia

1. Acedo F.J., Florin J.: An Entrepreneurial Cognition Perspective on The Internationalization of SMEs. „Journal of International Entrepreneurship”, Vol. 4 (1), 2006, p. 49-67.
2. Anderson V., Bookcock G., Graham S.: An investigation into the learning needs of management in internationalising small, and medium enterpriser. „Journal of Small Business and Enterprise Development”, Vol. 8 (3), 2001, p. 215-232.
3. Arranz N., Fdez. De Arroyabe J.C.: Internationalization process of Spanish small firms: Strategies, Transactions and Barriers. „International Small Business Journal”, Vol. 27 (4), 2009, p. 420-441.
4. Athanassiou N., Nigh D.: Internationalization, tacit knowledge, and the top management teams of MNCs. „Journal of International Business Studies”, Vol. 31(3), 2000, p. 471-487.
5. Bloodgood J.M., Sapienza H.J., Almeida J.G.: The internationalization of new high-potential U.S. ventures: Antecedents and outcomes. „Entrepreneurship Theory and Practice”, Vol. 20(4), 1996, p. 61-76.
6. Che-Senik Z., Scott-Ladd B., Entekin L., Md Sham R.: SMEs' internationalisation: discovering a model of influential factors from an eastern-developing nation. „The International Council of Small Business”, Turku 13-15.06.2007, p. 1-21.
7. Crick D., Bradshaw R., Chaudhy S.: Successful internationalising UK family and non family - owned firms: a comparative study. „Journal of Small Business and Enterprise Development”, Vol. 13 (4), 2006, p. 498-512.
8. Dichtl E., Leibold M., Koeglmayr H.G., Muller S.: The export-decision of small and medium-sized firms: A review. „Management International Review”, Vol. 24(2), 1984, p. 49-60.

¹⁶Skrz B., Antoncic B.: Strategic planning and small firm growth: An empirical examination. „Managing Global Transitions”, Vol. 2(2), 2004, p. 107-122.

9. Fernandez Z., Nieto M.J.: Internationalization strategy of small and medium-sized family businesses: some influence factors. „Family Business Review”, Vol. XVIII (1), 2005, p. 77-89.
10. Fillis I.: The internationalizing smaller craft firm: Insight from the marketing/entrepreneurship interface. „International Small Business Journal”, Vol. 22 (1), 2004, p. 57-82.
11. Fletcher M., Casulli L., Jones M.V.: Exploring external and experiential knowledge in the internationalisation of SMES? A typology of knowledge type & sources. „The International Council of Small Business”, Turku 13-15.06.2007, p. 1-19.
12. Harrigan P., Ramsey E., Ibbotson P.: Investigating the e-CRM Activities of Irish SMEs. „Journal of Small Business and Enterprise Development”, Vol. 16 (3), 2009, p. 443-465.
13. Herrmann P., Datta D.: CEO successor characteristics and the choice of foreign entry mode: An empirical study. „Journal of International Business Studies”, Vol. 33(3), 2002, p. 551-569.
14. Holmlund M., Kock S., Vanyushyn V.: Small and Medium-sized enterprises internationalization and the influence of importing on Exporting. „International Small Business”, Vol. 25 (5), 2007, p. 459-475.
15. Hutchinson K., Quinn B., Alexander N.: The role of management characteristics in the internationalisations of SMEs Evidence from UK retail sector. „Journal of Small Business and Enterprise Development”, Vol. 13 (4), 2006, p. 513-534.
16. Kmiecik R., Michna A., Męczyńska A.: Innovativeness, empowerment and IT capability: Evidence from SMEs. „Industrial Management & Data System”, Vol. 112(5), 2012, p. 707-728.
17. Knowles D., Mughan T., Lloyd-Reason L.: Foreign language use among decision makers of successfully internationalised SME. „Journal of Small Business and Enterprise Development”, Vol. 13 (4), 2006, p. 620-641.
18. Manolova T.S., Brush C.G., Edelman L.F., Greene P.G.: Internationalization of small firms: International factors revisited. „International Small Business Journal”, Vol. 20(1), 2002, p. 9-30.
19. Michna A., Sękowska R.: Procesy umiędzynarodowienia małych i średnich przedsiębiorstw w świetle badań empirycznych, [w:] Matejun M. (red.): Wyzwania i perspektywy zarządzania w małych i średnich przedsiębiorstwach. C.H. Beck, Warszawa 2010, s. 314-324.
20. O’Cass A., Weerawardena J.: Examining the Role of International Entrepreneurship, Innovation and International Market Performance in SME Internationalization. „European Journal of Marketing”, Vol. 43 (11/12), 2009, p. 1325-1348.
21. Reiner G., Demeter K., Poiger M., Jenei I.: The internationalization process in companies located at the borders of emerging and developed countries. „International Journal Operations & Production Management”, Vol. 28 (10), 2008, p. 918-940.

22. Reuber R.A., Fischer E.: Foreign sales and small firm growth: The moderating role of the management team. „Entrepreneurship Theory and Practice”, Vol. 27(1), 2002, p. 29-45.
23. Ruzzier M., Antončič B., Hisrich R.D., Konečnik M.: Human capital and SME internationalization: a structural equation modeling study. „Canadian Journal of Administrative Sciences”, Vol. 24(1), 2007, p. 15-29.
24. Sękowska R., Michna A., Męczyńska A.: Budowanie przewagi konkurencyjnej małych i średnich przedsiębiorstw przez umiędzynarodowienie działalności – koncepcja kwestionariusza ankiety, [w:] Adamik A. (red.): Kształtowanie konkurencyjności i przewagi konkurencyjnej małych i średnich przedsiębiorstw. C.H. Beck, Warszawa 2011, s. 281-293.
25. Sękowska R., Michna A., Męczyńska A.: Umiędzynarodowienie działalności polskich małych i średnich przedsiębiorstw – raport badawczy. Zeszyty Naukowe Politechniki Łódzkiej, s. Organizacja i Zarządzanie, nr 55, 2013, s. 33-41.
26. Skrt B., Antoncic B.: Strategic planning and small firm growth: An empirical examination. „Managing Global Transitions”, Vol. 2(2), 2004, p. 107-122.
27. Thomas-Morgan A., Jones M.V.: Post-entry internationalization dynamics: differences between SMEs in the development speed of their international sales. „International Small Business Journal”, Vol. 27 (1), 2009, p. 71-97.
28. Trevino L.J., Grosse R.: An analysis of the firm specific resources and foreign direct investment in the United States. „International Business Review”, Vol. 11(4), 2002, p. 431- 452.
29. Ulubasoglu M.A., Akdis M., Kok S.B.: Internationalization and Alliance Formation. Evidence form Turkish SMEs. „International Small Business Journal”, Vol. 20 (1), 2002, p. 337-361.
30. Vanyushyn V., Holmlund M., Kock S.: Cooperation with Competitors and Internationalization: Evidence from the West Coast of Finland. „Journal of Euromarketing”, No. 18, 2009, p. 89 -100.
31. Westhead P., Ucasaran D., Binks M.: The internationalization strategies selected by establishes rural and urban SMEs. „Journal of Small Business and Enterprise Development”, Vol. 11 (1), 2004, p. 207-239.
32. Westhead P., Wright M., Ucbasaran D.: The internationalization of new and small firms: A resource based view. „Journal of Business Venturing”, Vol.16(4), 2001, p. 333-358.
33. Wheeler C., Ibech K., Dimitratos P.: UK export performance research: review and implication. „International Small Business Journal”, Vol. 26 (2), 2008, p. 8-22.
34. Wiklund J., Shepherd D.: Entrepreneurial Orientation and Small Business Performance: A Configurational Approach. „Journal of Business Venturing”, Vol. 20 (1), 2005, p. 71-91.

Abstract

SMEs play increasingly important role both in the economy of the European Union and in the Polish economy. The paper deals with the operation of small and medium enterprises (SMEs), particularly with the issue of internationalization of firms. Empirical research dedicated to internationalization of SME were presented. Literature research shows that SME internationalization was studied through analysis of internal factors (e.g. specific character of the firm, its relationship with closer and further environment) and external ones (e.g. condition of the national and foreign markets), affecting the market position of the enterprises outside their country.