



Nelly Daszkiewicz

Politechnika Gdańska
Wydział Zarządzania i Ekonomii
Katedra Nauk Ekonomicznych
nelly.daszkiewicz@zie.pg.gda.pl

DETERMINANTY TEMPA INTERNACJONALIZACJI PRZEDSIĘBIORSTW ZE SZCZEGÓLNYM UWZGLĘDNIENIEM *BORN GLOBALS*¹

Streszczenie: Artykuł ma charakter teoretyczno-empiryczny. Jego głównym celem jest przedstawienie czynników internacjonalizacji przedsiębiorstw, przede wszystkim *born globals*. Celem empirycznym jest natomiast weryfikacja wybranych determinant tempa internacjonalizacji badanych firm. W części teoretycznej zdefiniowano oraz opisano przedsiębiorstwa *born globals* według różnych klasyfikacji. Ponadto, przedstawiono najważniejsze teorie internacjonalizacji przedsiębiorstw oraz ich ewolucję, skupiając się w szczególności na wczesnej i szybkiej internacjonalizacji. W części empirycznej przedstawiono wyniki badań przeprowadzonych na 355 polskich zinternacjonalizowanych przedsiębiorstwach, które przebadano za pomocą kwestionariusza ankiety z wykorzystaniem tzw. wywiadów CATI (ang. *Computer Assisted Telephone Interviewing*). Obliczenia wykonano z użyciem programu Statistica® PL v. 10. W podsumowaniu artykułu wskazano na dalsze kierunki badań.

Słowa kluczowe: internacjonalizacja przedsiębiorstw, *born globals*, *international new venture (INV)*.

¹ Artykuł powstał w ramach projektu badawczego pt. „Zachowania polskich przedsiębiorstw w procesie internacjonalizacji w świetle szkoły przedsiębiorczości międzynarodowej” (OPUS 4) realizowanego w latach 2013-2016 na Wydziale Ekonomii i Stosunków Międzynarodowych Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie. Projekt został sfinansowany ze środków Narodowego Centrum Nauki przyznanych na podstawie decyzji numer DEC-2012/07/B/HS4/00701. Autorka była głównym wykonawcą w projekcie.

Wprowadzenie

Rozwój teorii umiędzynarodowienia na poziomie mikroekonomicznym, czyli przedsiębiorstw, rozpoczął się na przełomie lat 50. i 60. XX wieku. Wczesne teorie dotyczyły przede wszystkim korporacji transnarodowych (KTN) oraz dużych przedsiębiorstw. Później, tj. w połowie lat 70. XX, zainteresowania naukowców objęły również internacjonalizację małych i średnich przedsiębiorstw (MSP) w związku ze wzrostem ich roli i znaczenia. W piśmiennictwie tamtego okresu pojawiło się kilkadziesiąt tzw. modeli etapowych, opartych na założeniu, że firma rozpoczyna działalność na rynku krajowym, a następnie stopniowo rozszerza ją za granicę, przechodząc przez kilka/kilkanaście etapów. Najbardziej znanym, i zgodnie uważanym za pionierski, jest model Uppsala (U-model) szwedzkich naukowców J. Johansona i J.-E. Vahlnego, który był w późniejszych latach czterokrotnie modyfikowany. Na początku lat 80. XX wieku zauważono grupę firm, które nie podążały tradycyjną, etapową ścieżką internacjonalizacji. Przedsiębiorstwa te rozpoczynały i rozwijały działalność na rynkach zagranicznych wkrótce po ich utworzeniu. Początkowo dominowały w tej grupie firmy funkcjonujące w branżach *high-tech* i powiązanych z *high-tech*, później również te funkcjonujące w bardziej tradycyjnych branżach.

W literaturze przedmiotu znajdziemy wiele klasyfikacji czynników internacjonalizacji przedsiębiorstw, a różnice wynikają z przyjętych kryteriów klasyfikacji. Jednak liczni autorzy zgodnie podkreślają znaczenie wiedzy i innowacji w procesie umiędzynarodowienia przedsiębiorstw *born globals*.

Celem artykułu jest przedstawienie czynników (motywów i uwarunkowań) internacjonalizacji przedsiębiorstw, przede wszystkim *born globals*. Natomiast celem empirycznym jest weryfikacja wybranych determinant tempa internacjonalizacji badanych firm.

1. Wczesna i szybka internacjonalizacja

Przedsiębiorstwa przeskakujące niektóre etapy internacjonalizacji zauważono i opisano już na początku lat 80. XX wieku [Cannon i Willis, 1981]. Firmy te internacjonalizowały swoją działalność od początku swojego istnienia lub wkrótce po powstaniu. W literaturze przedmiotu znajdziemy wiele określeń takich przedsiębiorstw. W polskim piśmiennictwie wszechstronnego przeglądu literatury dotyczącej zagadnień terminologicznych z obszaru przedsiębiorstw wczesnie i szybko umiędzynarodowionych dokonali Duliniec [2011] i Jarosiński [2013]. Najczęściej spotkamy takie terminy jak *born globals (BGs)*, *international new ventures (INVs)*, *born international*, *global start-ups* czy *high-technology*



start ups, w odniesieniu do firm rozpoczynających działalność w sektorze wysokich technologii. Początkowo, tj. wkrótce po zauważeniu i opisaniu *born globals*, wczesna i szybka internacjonalizacja dotyczyła przede wszystkim przedsiębiorstw z branż *high-tech* i powiązanych z *high-tech* [za: Duliniec, 2011, s. 67-68; Jarosiński, 2013, s. 186-193]. Mimo iż z upływem lat również część przedsiębiorstw działających w bardziej tradycyjnych branżach zaczęła podążać przyspieszoną ścieżką internacjonalizacji [Daszkiewicz, 2014, 2015], to wyniki wielu badań pokazują, że nadal to przedsiębiorstwa bardziej innowacyjne i te funkcjonujące w sektorach *high-tech* umiędzynarodawiają się wcześniej i szybciej [Gabrielsson i in., 2008]. Ponadto, firmom z grupy *born globals* przypisane są też inne cechy, jak oferowanie produktów posiadających unikatową technologię i/lub doskonały projekt lub unikatowy produkt/usługę lub know-how, systemy lub inne wysoko wyspecjalizowane kompetencje, w tym nowe metody produkcji [Gabrielsson i Kirpalani, 2004; Gabrielsson i in., 2008].

W 1994 roku powstała przełomowa teoria międzynarodowych nowych przedsięwzięć (*INV – International New Ventures*) [McDougal i Oviatt, 1994] opisująca przedsiębiorstwa, które są międzynarodowe od powstania (*international from inception*). Słynny artykuł *Explaining the Formation of International New Ventures: The Limits to Theories from International Business Research* stał się podstawą do późniejszego wyodrębnienia się szkoły przedsiębiorczości międzynarodowej². Nowa wówczas koncepcja INV dotyczyła przede wszystkim przedsiębiorstw *high-tech* i powiązanych z *high-tech*, a autorzy podkreślili znaczenie wiedzy i innowacji w procesie umiędzynarodowienia przedsiębiorstw *international new ventures*. Obecnie nie ma już wątpliwości, że procesy innowacyjne są jedną z kluczowych determinant procesu internacjonalizacji przedsiębiorstwa [Kosała, 2015].

Z kolei K. Wach [2015] dostrzega obecnie bardzo szybki rozwój koncepcji orientacji przedsiębiorczej adoptowanej do teorii internacjonalizacji jako koncepcja międzynarodowej orientacji przedsiębiorczej (MOP – *International Entrepreneurial Orientation*). MOP coraz częściej jest postrzegana jako kwintesencja przedsiębiorczości międzynarodowej. Warto podkreślić jej szczególną przydatność w wyjaśnianiu internacjonalizacji INV i BGs.

2. Motywy i uwarunkowania internacjonalizacji przedsiębiorstw

Determinanty/czynniki obejmują motywy oraz uwarunkowania internacjonalizacji. Motywy określają, co skłania firmę do internacjonalizacji, natomiast uwarunkowania internacjonalizacji dotyczą analizy otoczenia (uwarunkowania

² Został on ponownie opublikowany w 2005 roku jako artykuł dekady 1994-2004 otrzymując tytuł *2004 Decade Award Winning Article* [Oviatt i McDougall, 2005].



zewewnętrzne) i potencjału przedsiębiorstwa (uwarunkowania wewnętrzne) [Wach, 2012]. W literaturze przedmiotu znajdziemy wiele klasyfikacji uwarunkowań i motywów internacjonalizacji przedsiębiorstw, a różnice te wynikają z przyjętych kryteriów klasyfikacji [Belniak, 2015].

Do najbardziej znanych klasyfikacji należy podział motywów internacjonalizacji, a dokładniej lokowania bezpośrednich inwestycji zagranicznych (BIZ) przez korporacje transnarodowe, na: 1) poszukiwanie zasobów (*natural resource seeking*), 2) poszukiwanie rynków (*market seeking*), 3) podnoszenie efektywności (*efficiency seeking*), oraz 4) pozyskiwanie strategicznych aktywów lub kompetencji (*strategic assets or capabilities seeking*) [Dunning, 1993].

Kolejna bardzo popularna klasyfikacja została opracowana przez OECD [1997a, 1997b]. Motywy internacjonalizacji przedsiębiorstw (również MSP) zostały podzielone na: 1) „wypychające” (*push factors*), tj. niekorzystne warunki funkcjonowania na rynku krajowym, 2) motywy „przyciągające” (*pull factors*), np. pojawienie się okazji na rynkach zagranicznych, 3) czynnik szans (*chance factor*), np. przedsiębiorca dostrzega właściwe warunki na rynkach zagranicznych, czyli wykorzystuje przypadkowe okazje, oraz 4) czynnik przedsiębiorczy (*entrepreneurial factor*), kiedy przedsiębiorca dąży do wzrostu [Daszkiewicz, 2014].

Z kolei Hollensen [2011], który dzieli motywy umiędzynarodowienia przedsiębiorstw na proaktywne (np. możliwości osiągnięcia zysku oraz wzrostu przedsiębiorstwa, posiadanie przewag technologicznych i wiedzy o rynku) i reaktywne (presję konkurencji, nadprodukcję, zbyt małe rozmiary rynku krajowego, geograficzną bliskość rynku zagranicznego lub mały dystans psychiczny).

W literaturze przedmiotu można też znaleźć różne klasyfikacje czynników internacjonalizacji przedsiębiorstw *born globals*, które również różnią się między sobą w zależności od przyjętych kryteriów. Gabrielsson i in. [2008] skupili się na czynnikach, które bezpośrednio wpływają na tworzenie przedsiębiorstw *born globals*, jak innowacje, zasoby finansowe, strategia produktu, istnienie sieci powiązań międzynarodowych, odpowiednia strategia rynkowa, umiejętność „uczenia się” organizacji oraz wykorzystywanie odpowiednich okazji rynkowych. Za kluczowe czynniki uznano osobowość i kompetencje założyciela oraz jego zaangażowanie i wizję globalnego rozwoju.

Z kolei Autio i in. [2000, 2015] zaobserwowali, że wcześniejsza internacjonalizacja i większa intensywność wiedzy (*greater knowledge intensity*) są związane z szybszym wzrostem międzynarodowym. Dotyczy to również tych firm, które imitują technologie.

Analizując czynniki internacjonalizacji *born global*, warto zwrócić uwagę oparty na zasobach model Rialpa, Rialpa i Knighta [2005]. Do najważniejszych



czynników umiędzynarodowienia *born globals* jego autorzy zaliczają zasoby materialne i kapitałowe, zdolności międzynarodowe, strategie i czynniki środowiskowe. W modelu niematerialne zasoby firmy, czyli kapitał strukturalny (kapitał technologiczny + kapitał organizacyjny + kapitał relacyjny) i kapitał ludzki, determinują strategie wczesnej i szybkiej internacjonalizacji. Ponadto, zwrócono uwagę na czynniki zewnętrzne umiędzynarodowienia jak branża (*high/low-tech*, produkcja/usługi), kontekst geograficzny oraz funkcjonowanie przedsiębiorstwa w sieci [Duliniec, 2013; Kowalik i Baranowska-Prokop, 2013].

W 2011 roku powstał model fińskich naukowców Maineli, Pernu i Puhakki. Model został opracowany z przeznaczeniem do badania internacjonalizacji przedsiębiorstw działających w branżach *high-tech*. Na internacjonalizację *International New Ventures (INV)* wpływa zespół trzech współzależnych procesów tworzących przesłanki dla wejścia nowego PWU na rynek. Są to:

1. Proces skoncentrowany na umiędzynarodowieniu (*internationalization-centered process*), który prowadzi do rozwoju doświadczenia i wiedzy międzynarodowej firmy.
2. Proces skoncentrowany na technologii (*technology-centered process*), wykorzystujący technologiczne podstawy tworzenia szans rynkowych, głównie poprzez innowacyjne rozwiązania.
3. Proces skoncentrowany na okazjach biznesowych (*business opportunity-centered process*) obejmujący poszukiwanie informacji na temat luk rynkowych oraz tworzenie strategicznych koncepcji biznesowych.

3. Dobór i charakterystyka próby badawczej

Dobór przedsiębiorstw do próby badawczej miał charakter warstwowo-losowy i został sporządzony na podstawie bazy REGON. Spośród 7100 firm, ostatecznie w badaniu wzięło udział 355 (5%)³. Badaniem objęte zostały tylko firmy zinternacjonalizowane (co najmniej eksporterzy)⁴ oraz wszystkie grupy wielkości przedsiębiorstw. Udział mikroprzedsiębiorstw (jako najmniej zinternacjonalizowanych) i dużych przedsiębiorstw (są najmniejszą grupą w populacji) jest najmniejszy (łącznie 10-15%). Założono natomiast, że udział małych i średnich przedsiębiorstw w końcowej próbie powinien stanowić 25-45% (tabela 1).

³ Szerzej na temat doboru próby badawczej zob.: [Wach, 2015].

⁴ W literaturze przedmiotu oraz licznych badaniach za przedsiębiorstwa umiędzynarodowione uznaje się również importerów. Przy obecnym poziomie rozwoju powiązań międzynarodowych, przyjmując import jako kryterium umiędzynarodowienia, niemal każde przedsiębiorstwo można by uznać za zinternacjonalizowane (różniłyby się stopniem internacjonalizacji), dlatego też w badaniu za kryterium umiędzynarodowienia przyjęto eksport.

Przedsiębiorstwa przebadano za pomocą kwestionariusza ankiety z wykorzystaniem tzw. wywiadów CATI (ang. *Computer Assisted Telephone Interviewing*). Obliczenia zostały wykonane przy użyciu programu Statistica® PL v. 10. W badaniu poziom statystycznej istotności (α) do testowania hipotez statystycznych został ustalony na poziomie $p < 0.05$, a jako poziom dopuszczalny przyjęto $p < 0,1$.

Do weryfikacji postawionych hipotez badawczych wykorzystano następujące mierniki statystyczne: współczynnik χ^2 Pearsona, współczynniki kontyngencji V Cramera i współczynnik korelacji rang Spearmana, co podyktowane zostało rodzajem analizowanych danych.

Analiza zaprezentowanej literatury przedmiotu pozwala na sformułowanie następujących hipotez badawczych:

- H1:** Wielkość przedsiębiorstwa jest skorelowana z tempem jego internacjonalizacji.
- H2:** Przedsiębiorstwa funkcjonujące w branżach wrażliwych na umiędzynarodowienie internacjonalizują się szybciej.
- H3:** Przedsiębiorstwa działające na rynku niszowym internacjonalizują się szybciej niż firmy działające w branżach, w których jest wiele firm podobnych.
- H4:** Przedsiębiorstwa, których zakres (innowacja w skali firmy, innowacja w skali regionu, innowacja w skali kraju, innowacja światowa) innowacji jest szerszy, internacjonalizują się szybciej niż te, których zakres innowacyjności jest bardziej ograniczony.
- H5:** Przedsiębiorstwa kooperujące w sieci internacjonalizują się szybciej niż firmy, które funkcjonują poza siecią (samodzielnie).

Tabela 1. Charakterystyka próby badawczej

Wielkość firm	Odsetek (w %)
Mikro	14,1
Małe	43,1
Średnie	29,8
Duże	13,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań (n=355).

W badanej próbie przedsiębiorstw aż 58,6% zinternacjonalizowało się szybko, tj. od powstania do pierwszej ekspansji na zagraniczne rynki nie minęło więcej niż 3 lata. Szybkość internacjonalizacji (liczba lat od powstania firmy do jej pierwszej internacjonalizacji, tj. do 3 lat i powyżej 3 lat zgodnie z koncepcją *born globals* przyjętą w literaturze przedmiotu [Daszkiewicz, Wach, 2014].

Firmy te można zatem, zgodnie z przyjętą klasyfikacją, zaliczyć do grupy *born globals*. W przypadku 38,4% badanych przedsiębiorstw pierwsza ekspansja nastąpiła po czasie dłuższym niż 3 lata od założenia firmy. Pozostałe 3% przedsiębiorstw nie umiało odpowiedzieć na zadane pytanie (tabela 2).



Tabela 2. Przedsiębiorstwa *born globals* i nienależące do grupy *born globals*

Szybkość	Liczba	Procent
≤3 lata	208	58,6
< 3 lata	136	38,4
Braki	11	3,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań (n=355).

4. Statystyczna analiza wyników badań empirycznych

H1: Istnieje statystycznie istotna zależność pomiędzy wielkością firmy i tempem jej internacjonalizacji ($\text{Chi}^2 = 10,548$, $\text{df} = 3$, $p = 0,01444$).

H2: Analiza pokazuje, że istnieje statystycznie istotna zależność pomiędzy wrażliwością branży na internacjonalizację a tempem internacjonalizacji ($\text{Chi}^2 = 5,8690$, $\text{df} = 2$, $p = 0,053$, wsp. kontyngencji = 0,1297, V Cramera = 0,1308, R rang Spearmana = -0,76362, $t = 1,414$, $p = 0,158$).

H3: Istnieje istotna statystycznie zależność pomiędzy funkcjonowaniem w niszy a tempem internacjonalizacji ($\text{Chi}^2 = 3,643804$, $\text{df} = 1$, $p = 0,057$, wsp. kontyngencji = 0,1017828, R rang Spearmana = -0,1023142, $t = 1,9021$, $p = 0,058$).

H4: Ponieważ $p = 0,64$, to nie ma podstaw do przyjęcia hipotezy, że przedsiębiorstwa, których zakres innowacji jest szerszy internacjonalizują się szybciej.

H5: Istnieje zależność statystycznie istotna pomiędzy funkcjonowaniem firm w sieci a szybkością ich internacjonalizacji ($\text{Chi}^2 = 9,068812$, $\text{df} = 2$, $p = 0,001073$).

Wnioski płynące z wyników są następujące:

1. Wielkość przedsiębiorstwa jest skorelowana z tempem jego internacjonalizacji (H1 – potwierdzona).
2. Przedsiębiorstwa funkcjonujące w branżach wrażliwych na umiędzynarodowienie internacjonalizują się szybciej (H2 – potwierdzona).
3. Przedsiębiorstwa działające na rynku niszowym internacjonalizują się szybciej niż firmy działające w branżach, w których jest wiele firm podobnych (H3 – potwierdzona).
4. Szerszy zakres innowacji nie jest skorelowany z tempem internacjonalizacji przedsiębiorstwa (H4 – odrzucona).
5. Przedsiębiorstwa kooperujące w sieci internacjonalizują się szybciej niż firmy działające poza siecią (H5 – potwierdzona).

Podsumowanie

Od początku badań nad fenomenem *born globals* zaszło wiele zmian w gospodarce światowej, na skutek których wzrosła liczba wcześniej i szybko umiędzynarodowionych przedsiębiorstw. Obecnie przedsiębiorstwa *born globals* występują licznie w wielu krajach, a badań nad nimi nie można już uznać za nowe. Również czynniki ich umiędzynarodowienia zostały wielokrotnie opisane w literaturze przedmiotu. Stąd też fragment badań przedstawiony w niniejszym artykule stanowi jedynie mały przyczynek do ogromnego już dorobku. Jednak należy podkreślić, że warunki funkcjonowania przedsiębiorstw w Polsce są nadal inne niż firm, które powstały i rozwijały się w bardziej dojrzałych gospodarkach rynkowych. Głównym ograniczeniem zrealizowanych badań był brak reprezentatywności próby badawczej. Dlatego też wyniki badań nie mogą być uogólnione na inne przedsiębiorstwa w Polsce. Należy jednak podkreślić, że mimo iż wnioski z badań dotyczą tylko analizowanych przedsiębiorstw, to próbę, jak na warunki polskie, można uznać za dużą (N = 355). Ponadto, badania zostały przeprowadzone na terytorium całego kraju i obejmują wszystkie branże, tzn. firmy z każdej branży są obecne w próbie badawczej.

Odnośnie do kierunku dalszych badań, Cavusgil i Knight [2015] zwracają uwagę na rosnące znaczenie przedsiębiorczości międzynarodowej (PM) w badaniach *born global*. Firmy te wykazują wysoki stopień międzynarodowej orientacji przedsiębiorczej z uwagi na fakt posiadania przede wszystkim niematerialnych zasobów i zdolności. Nie ma już wątpliwości, że zdolność przedsiębiorstw do internacjonalizacji zależy od ich zdolności do innowacyjności i do tworzenia wiedzy, która z kolei ułatwia wejście i funkcjonowanie na rynku zagranicznym.

Literatura

- Autio E., Sapienza H.J. i Almeida J.G. (2000), *Effects of Age at Entry, Knowledge Intensity, and Imitability on International Growth*, „Academy of Management Journal”, No. 43(5), s. 909-924.
- Belniak M. (2015), *Factors Stimulating Internationalisation of Firms: An Attempted Holistic Synthesis*, „Entrepreneurial Business and Economics Review”, No. 3(2), s. 125-140.
- Cannon T., Willis M. (1981), *The Smaller Firm in International Trade*, „European Small Business Journal”, No. 1(3).
- Daszkiewicz N. (2014), *Przedsiębiorczość międzynarodowa jako nowy obszar badań w teorii internacjonalizacji* [w]: A. Budnikowski, A. Kuźnar (red.), *Nowe procesy*

- w gospodarce światowej: wnioski dla Polski (s. 207-219), Oficyna Wydawnicza Szkoły Głównej Handlowej, Warszawa.
- Daszkiewicz N. (2015), *Internationalisation of Born Globals from The Theoretical Perspective*, „Problemy Zarządzania”, t. 13, nr 1(51), s. 70-81.
- Daszkiewicz N., Wach K. (2013), *Małe i średnie przedsiębiorstwa na rynkach międzynarodowych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków.
- Daszkiewicz N., Wach K. (2014), *Motives for Going International and Entry Modes of Family Firms in Poland*, „Journal of Intercultural Management”, No. 6(2), s. 5-18.
- Duliniec E. (2011), *Koncepcje przedsiębiorstw wczesnie umiędzynarodowionych. Rozważania terminologiczne*, „Gospodarka Narodowa”, nr 1-2.
- Duliniec E. (2013), *Ujęcie teoretyczne wczesnej i szybkiej internacjonalizacji*, „Gospodarka Narodowa”, nr 1-2, s. 31-51.
- Dunning J.H. (1993), *Trade, Location of Economic Activity and the Multinational Enterprise: A Search for an Eclectic Approach*, The theory of transnational corporations, Vol. 1, Routledge, s. 183-218.
- Gabrielsson M., Kirpalani V.H.M. (2004), *Born Globals: How to Reach New Business Space Rapidly*, „International Business Review”, No. 13(5).
- Gabrielsson M., Kirpalani V.H.M., Dimitratos P., Solberg C.A. i Zucchella A. (2008), *Born Globals: Propositions to Help Advance the Theory*, „International Business Review”, No. 17/4, s. 385-401.
- Hollensen S. (2011), *Global Marketing*, 5th Ed, Pearson Prentice Hall, New York. Internationalization of European SME's Final Report, Directorate-General for Enterprise and Industry, European Commission, European Union, Brussels.
- Jarosiński M. (2013), *Procesy i modele internacjonalizacji polskich przedsiębiorstw*, Oficyna Wydawnicza Szkoły Głównej Handlowej, Warszawa.
- Johanson J. i Vahlne J. (2009), *The Uppsala Internationalization Process Model Revised: From Liability of Foreignness to Liability of Outsidership*, „Journal of International Business Studies”, No. 40(9), s. 1411-1431.
- Jolly V.K., Alahuhta M., Jeannot J.P. (1992), *Challenging the Incubements: How High Technology Start-ups Compete Globally*, „Journal of Strategic Change”, No. 1(2).
- Kazlauskaitė R., Autio E., Šarapovas T., Abramavičius S., Gelbūda M. (2015), *The Speed and Extent of New Venture Internationalisation in the Emerging Economy Context*, „Entrepreneurial Business and Economic Review”, t. 3, No. 2, s. 41-52.
- Kowalik I., Baranowska-Prokop E. (2013), *Determinanty powstawania i motywy ekspansji polskich przedsiębiorstw wczesnie umiędzynarodowionych*, „Gospodarka Narodowa”, nr 4.
- Knight G.A., Cavusgil S.T. (1996), *The Born Global Firm: A Challenge to Traditional Internationalization Theory* [w:] S.T. Cavusgil (red.) *Advances in International Marketing*, t. 8, s. 11-26, CT: JAI Press, Greenwich.
- Knight G.A., Cavusgil S.T. (2004), *Innovation, Organizational Capabilities, and the Born-global Firm*, „Journal of International Business Studies”, No. 35(2), s. 124-141.



- Kosała M. (2015), *Innovation Processes as a Stimulant of Internationalisation Process of Firms*, „Entrepreneurial Business And Economics Review”, No. 3(2), s. 65-84.
- Mainela T., Pernu E., Puhakka V. (2011), *The Development of a High-tech International New Venture as a Process of Acting. A Study of the Lifespan of a Venture in Software Business*, „Journal of Small Business and Enterprise Development”, Vol. 18(3).
- McDougall P.P., Oviatt B.M. (1994), *Explaining the Formation of International New Ventures: The Limits to Theories from International Business Research*, „Journal of New Business Venturing”, Vol. 9.
- OECD (1997a), *Globalisation and Small and Medium Enterprises*, Vol. 1: *Synthesis Report*, Organisation for Economic Cooperation and Development, Paris.
- OECD (1997b), *Globalisation and Small and Medium Enterprises*, Vol. 2: *Country Studies*, Organisation for Economic Cooperation and Development, Paris.
- Rialp A., Rialp J., Knight G.A. (2005), *The Phenomenon of Early Internationalizing Firms: What Do We Know After a Decade (1993-2003) of Scientific Inquiry?* „International Business Review”, No. 14(2).
- Wach K. (2012), *Europeizacja małych i średnich przedsiębiorstw: rozwój przez umiędzynarodowienie*, PWN, Warszawa.
- Wach K. (2014), *Familiness and Born Globals: Rapid Internationalisation Among Polish Family Firms*, „Journal of Intercultural Management”, No. 6(3), s. 177-186.
- Wach K. (2015a), *Entrepreneurial Orientation and Business Internationalisation Process: The Theoretical Foundations of International Entrepreneurship*. *Entrepreneurial Business And Economics Review*, No. 3(2), s. 9-24.

INTERNATIONALIZATION FACTORS OF BORN GLOBALS (BGS)

Summary: The article presents the factors (motives and circumstances) of born global firms. The article is both theoretical and empirical. In the theoretical part it defines and describes born globals according to different classifications. In addition, it presents the most important theories of the internationalization of enterprises and their evolution, focusing in particular on early and rapid internationalization. In the empirical part it presents the results of research carried out on 355 Polish, internationalized enterprises. The research was done by using a questionnaire and CATI interviews (called. Computer Assisted Telephone Interviewing). Calculations were made by using Statistica® EN v. 10. In the summary of the article, the future directions of research are pointed out.

Keywords: internationalization, born global (BG), international new venture (INV).