



**Bożena Pera**

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie  
Wydział Ekonomii i Stosunków Międzynarodowych  
Katedra Handlu Zagranicznego  
perab@uek.krakow.pl

## MIARY INTERNACJONALIZACJI PRZEDSIĘBIORSTW – PRZEGLĄD WYBRANYCH KONCEPCJI I BADAŃ\*

**Streszczenie:** Celem artykułu jest przegląd miar internacjonalizacji przedsiębiorstwa w świetle studiów i wybranych koncepcji literatury przedmiotu oraz prezentacja ich wykorzystania w biznesie międzynarodowym. W niniejszym opracowaniu podjęto również próbę wskazania kierunków zmian zachodzących w podejściu do wskaźników stosowanych do pomiaru umiędzynarodowienia działalności przedsiębiorstwa. Punkt wyjścia do dalszych rozważań stanowi krótka prezentacja przesłanek pomiaru internacjonalizacji przedsiębiorstwa. W kolejnej części artykułu scharakteryzowano miary umiędzynarodowienia przedsiębiorstwa i dokonano ich klasyfikacji. Wybrane koncepcje i badania w zakresie pomiaru internacjonalizacji przedsiębiorstwa stanowią ostatnią część tego opracowania. Na podstawie analizy literatury podjęto próbę określenia dalszych kierunków rozwoju badań nad wykorzystaniem miar internacjonalizacji przedsiębiorstw.

**Słowa kluczowe:** miary internacjonalizacji przedsiębiorstw, pomiar internacjonalizacji przedsiębiorstwa, wskaźniki, umiędzynarodowienie działalności przedsiębiorstwa.

**JEL Classification:** B41, F23, L25, M16.

---

\* Artykuł powstał w ramach projektu badawczego pt. „Zachowania polskich przedsiębiorstw w procesie internacjonalizacji w świetle szkoły przedsiębiorczości międzynarodowej” (OPUS 4) realizowanego w latach 2013-2017 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.

## **Wprowadzenie**

W literaturze przedmiotu brak jest powszechnie przyjętej i akceptowanej metody pomiaru poziomu internacjonalizacji przedsiębiorstwa odnoszącej się do jej efektów, zasięgu, tempa i formy. Pewne wątpliwości mogłoby także budzić dostosowanie metod pomiaru do właściwego wymiaru prowadzonych badań, jak również wyznaczenie optymalnego poziomu stopnia zaangażowania w operacje zagraniczne czy nieuwzględnienie specyfiki firm w zakresie funkcjonowania na rynkach zagranicznych. Stosowane metody pomiaru są różne. Mogą mieć formę prostych lub złożonych wskaźników, a w tych ostatnich są często wykorzystywane coraz bardziej zaawansowane metody ilościowe, pozwalające pokazać wieloaspektowe ujęcie problemu, jakim jest umiędzynarodowienie działalności przedsiębiorstwa.

Celem artykułu jest przegląd miar internacjonalizacji przedsiębiorstwa w świetle studiów i wybranych koncepcji literatury przedmiotu oraz ocena ich wykorzystania w biznesie międzynarodowym. W niniejszym opracowaniu podjęto również próbę wskazania kierunków zmian zachodzących w podejściu do miar stosowanych do pomiaru umiędzynarodowienia działalności przedsiębiorstwa.

### **1. Przesłanki pomiaru internacjonalizacji przedsiębiorstw**

Internacjonalizacja działalności przedsiębiorstw jest w znacznym stopniu skutkiem postępującego procesu globalizacji i rozwoju regionalizmu. Zmiany zachodzące w gospodarce globalnej, w tym również na poziomie regionalnym, w zasadniczy sposób wpływają nie tylko na rozwój krajów, lecz także przyczyniają się do intensyfikacji powiązań ekonomicznych pomiędzy podmiotami na różnym szczeblu, do których należą też przedsiębiorstwa coraz częściej ściśle ze sobą powiązane i włączające się poprzez różne operacje w międzynarodowy biznes. Przedsiębiorstwa umiędzynarodawiające swoją działalność sprzyjają globalizacji i ponadto stanowią jej przejaw. Są to podmioty, które poprzez swój udział w transakcjach na rynku międzynarodowym są narażone na zaostrzoną konkurencję, funkcjonowanie w otoczeniu konkurencyjnym, charakteryzującym się przyspieszonym postępem technicznym i technologicznym, wzrostem znaczenia korzyści ze skali produkcji oraz jednoczesnym skróceniem cyklu życia produktu. Dodatkowo uczestniczenie w międzynarodowym środowisku wiąże się z powstawaniem nowych form internacjonalizacji działalności, którym często towarzyszą działania na rzecz wzrostu znaczenia badań i innowacji. Liberalizacja wymiany handlowej i likwidacja istniejących barier pomiędzy krajami, w tym również rewolucja komunikacyjna towarzysząca procesowi globalizacji

i regionalizacji, przyczyniają się do coraz większego zaangażowania w proces umiędzynarodowienia nie tylko korporacji międzynarodowych, lecz również małych i średnich przedsiębiorstw, co z kolei przekłada się na rozwój wymiany handlowej, jak również różnych innych form relacji i współpracy pomiędzy tymi podmiotami [Buckley, Ghauri, 2004, s. 82-83; Rymarczyk, 2012, s. 30-41].

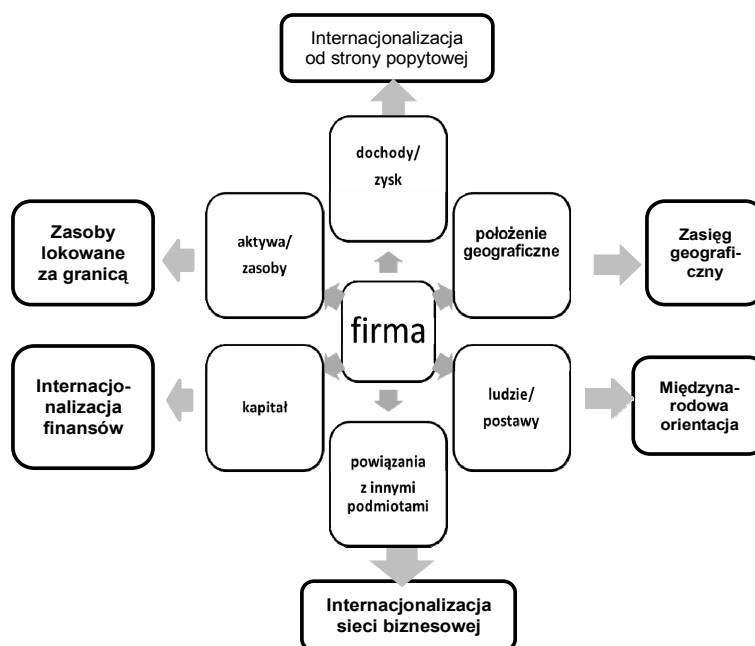
W wyniku postępującej globalizacji proces internacjonalizacji przedsiębiorstw prowadzi do kształtowania się bliskich i silnych relacji z różnymi podmiotami, co może wpływać na poprawę osiąganych przez nie wyników, wzrost efektywności funkcjonowania i zdolności konkurencyjnej na rynku. Jednak w przypadku niektórych przedsiębiorstw podjęte działania nie przynoszą zakładanych skutków, w ich wyniku następuje pogorszenie się sytuacji tych podmiotów i zamiast kontynuowania współpracy, organizacje te wycofują się z rynków zagranicznych. Do oceny pomiaru stopnia umiędzynarodowienia przedsiębiorstw w wymiarze mikro-, mezo- i makro-ekonomicznym mogą być wykorzystywane różne wskaźniki efektów podejmowanych działań związanych z procesem internacjonalizacji.

Złożoność procesu internacjonalizacji i badanie tego zjawiska powodują konieczność uwzględnienia coraz większej liczby zmiennych, pozwalających wyrazić jego specyfikę. W literaturze przedmiotu obok form internacjonalizacji i ściśle powiązanych z nimi działań marketingowych coraz częściej można znaleźć uwzględnienie takich obszarów działalności przedsiębiorstwa, jak: zaopatrzenie, produkcja, badania i rozwój, pozwalających na całościowe ujęcie zjawiska, jakim jest internacjonalizacja [Cerrato, Crosato i Depperu, 2016, s. 287-288].

Przedsiębiorstwo jako podmiot funkcjonujący w gospodarce globalnej jest współcześnie postrzegane w 6 wymiarach, które mogą być powiązane z internacjonalizacją jego działalności (rys. 1).

Jak wskazują autorzy proponowanego powyżej ujęcia wymiarów internacjonalizacji, jest ono zgodne z podejściem zasobowym, stanowiącym w latach 90. XX w. dominujący paradygmat w literaturze zarządzania strategicznego i zapewniającym nowe spojrzenie na przedsiębiorstwa aktywnie działające na rynkach zagranicznych, w tym zaangażowane ich zasoby (rys. 1).

Przedsiębiorstwa wchodzące na rynki zagraniczne muszą się liczyć z występującymi na nich różnicami i ponoszeniem kosztów wynikających z ograniczonej wiedzy w zakresie zarówno prowadzenia działalności poza granicami kraju macierzystego, jak i trudności w zarządzaniu organizacją, której filie i oddziały znajdują się w innej strefie czasowej i są odległe geograficznie.



**Rys. 1.** Wymiary internacjonalizacji przedsiębiorstwa wg Cerrato i Depperu

Źródło: Na podstawie [Cerrato, Crosato i Depperu, 2016, s. 288].

Cechą charakterystyczną zmian zachodzących w gospodarce światowej, jest postępująca jej digitalizacja i rosnące znaczenie technologii informacyjno-komunikacyjnych, często wspierających ekspansję przedsiębiorstw na rynki zagraniczne oraz w późniejszym okresie ułatwiających ich funkcjonowanie na nich [Axinn i Matthyssens, 2002, s. 438-439]. Nie bez znaczenia także dla internacjonalizacji jest tworzenie regionalnych bloków [Buckley i Ghauri, 2004, s. 83], charakteryzujących się podobieństwem pod względem kultury narodowej, potrzeb klientów, uregulowaniami prawnymi i poziomem rozwoju społeczno-gospodarczego. Ponadto proces internacjonalizacji w regionie jest często powiązany z liberalizacją w zakresie wymiany towarów, której towarzyszy również zniesienie barier w przepływie kapitału i częściowo w przepływie usług.

W literaturze przedmiotu można znaleźć szereg prób wskazania kryteriów klasyfikacji przesłanek wywołujących wzrost zaangażowania przedsiębiorstwa w działalność na rynkach zagranicznych, od których w znacznym stopniu są uzależnione późniejsze skutki. Do najczęściej przywoływanych w literaturze przedmiotu zalicza się motywy J.H. Dunninga, takie jak: poszukiwanie zasobów, poszukiwanie rynków, podnoszenie efektywności przedsiębiorstwa i pozyskiwanie strategicznych aktywów/kompetencji [Dunning i Lundan, 2008, s. 67-76].

Nieco inny, aczkolwiek istotny podział został zaproponowany przez OECD [1997a, 1997b]. Wyróżniono w nim: czynnik popychający (*pull*), umożliwiający osiągnięcie wyższego zysku na rynkach zagranicznych; czynnik wypychający (*push*), będący przyczyną internacjonalizacji ze względu na brak możliwości rozwoju na rynku krajowym. Kolejny, czynnik szans, związany jest z wykorzystaniem okazji oraz ostatni – czynnik przedsiębiorczy – wskazujący na konieczność ciągłego rozwoju [Daszkiewicz, Wach, 2013, s. 37-39].

Złożoność problematyki internacjonalizacji przedsiębiorstw, rozwój różnych modeli i jej powiązanie z oddziaływaniem wielu różnych czynników na efektywność podejmowanych działań, jak również próba oceny osiąganych rezultatów przyczyniły się do podjęcia badań w zakresie rozwoju pomiaru tego zjawiska. Zmianie również uległo jego postrzeganie. W tradycyjnych modelach internacjonalizacji przedsiębiorstwo jest traktowane jako autonomiczna i niezależna organizacja. Szczegółowej analizie podlegają więc jego zasoby, wiedza i umiejętności. Z kolei w sieciowym podejściu do badanego zjawiska wraz ze wzrastającą rolą współzależności podmiotów gospodarczych większą wartość poznawczą przypisuje się relacjom i sieciom biznesowym [Małys, 2013, s. 75-76].

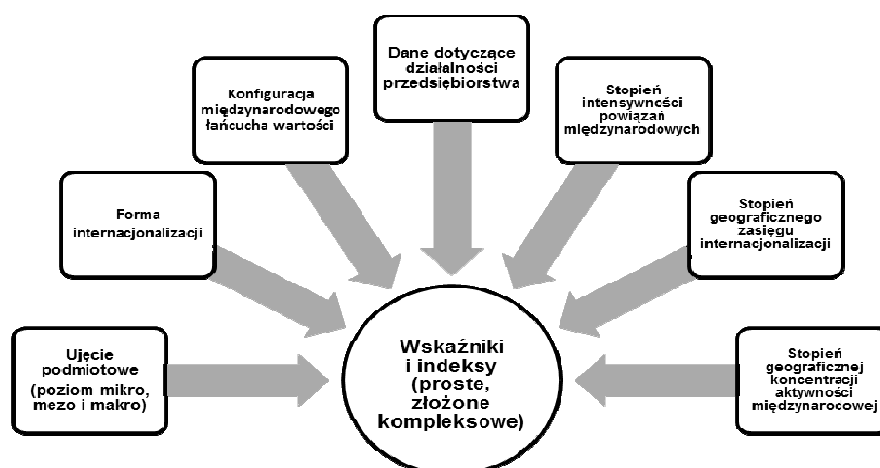
Proces internacjonalizacji w ujęciu sieciowym jest determinowany zarówno przez aktualny stopień umiędzynarodowienia przedsiębiorstwa, jak i jego sieci (postrzeganej jako rynek wewnętrzny oraz wchodząca w jego skład branża/sektor). W ujęciu sieciowym wzrost umiędzynarodowienia może nastąpić w wyniku nawiązania nowych więzi (czyli rozszerzenia), penetracji (większego zaangażowania zasobów w zagranicznych sieciach biznesowych przez podmioty w nich uczestniczące) i międzynarodowej integracji (wiążącej się ze wzrostem koordynacji pomiędzy krajowymi sieciami i funkcjonującymi w nich organizacjami). Istotne w tym zakresie są również powiązania pomiędzy korporacjami międzynarodowymi a małymi i średnimi przedsiębiorstwami, mające różny charakter oraz wpływające na osiągane przez nie wyniki. Zaangażowanie w proces internacjonalizacji (np. zagraniczne inwestycje bezpośrednie, outsourcing) może przynieść korzyści obu kategoriom przedsiębiorstw i prowadzić do wzmocnienia powiązań pomiędzy nimi [OECD, 2005, s. 5-6].

Przedstawione motywy internacjonalizacji w różnym zakresie wpływają na konstruowanie wskaźników internacjonalizacji.

## 2. Charakterystyka i typologia miar internacjonalizacji przedsiębiorstw

W literaturze przedmiotu występują liczne wskaźniki, za których pomocą dokonuje się oceny efektów zjawiska umiędzynarodowienia działalności przedsiębiorstwa [Sullivan, 1994; Ietto-Gillies, 1998; Dunning i Lundan, 2008] i ich

klasyfikacji [Dörrenbächer, 2000]. Mogą być one stosowane w badaniach nad różnymi wymiarami internacjonalizacji, gdyż pozwalają odnieść się nie tylko do kontekstu badawczego, lecz również uwzględniają przestrzenny wymiar badanego zjawiska, jego intensywność, a także dostosowanie do zakresu prowadzonych badań (rys. 2).



**Rys. 2.** Kategorie zmiennych mogących wpływać na konstruowanie wskaźników mierzących efekty internacjonalizacji

Źródło: Na podstawie [Letto-Gillies, 2009, s. 68].

Wielość istniejących wskaźników wykorzystywanych w badaniach prowadzonych nad internacjonalizacją może wpływać na trudność wyboru najwłaściwszego z punktu widzenia zakresu analizy, stąd w literaturze przedmiotu pojawiają się sugestie dotyczące stosowania zarówno prostych, jak i złożonych indeksów spośród tych, które dotychczas zostały opracowane [Letto-Gillies, 2009, s. 67; Wach, 2016, s. 110].

Przegląd wskaźników pozwalających na pomiar i porównanie wymiarów internacjonalizacji przedsiębiorstw opracował Dörrenbächer [2000]. Zebrane i uwzględnione w nim mierniki umiędzynarodowienia przedsiębiorstwa mają w dużym zakresie charakter uniwersalny i mogą być stosowane przez przedsiębiorstwa bez względu na ich wielkość oraz poziom zaangażowania w aktywność międzynarodową.

Dörrenbächer wyróżnił trzy podstawowe grupy wskaźników pomiaru internacjonalizacji. Pierwsza z nich zawiera wskaźniki jednostkowe (nazywane również analitycznymi). Odnoszą się one do posiadanych przez firmę zasobów na rynkach zagranicznych do zasobów ogółem, czyli wskazują na międzynarodowe

zaangażowanie się przedsiębiorstwa<sup>1</sup>. Wskaźniki wynikowe są związane ze skutecznością działań w zakresie odnotowywanych strat i zysków na rynkach zagranicznych. Trzecia grupa wskaźników jest nieco trudniej mierzalna, gdyż odwołuje się do czasem trudno pozyskiwanych danych nt. kadry zarządzającej i menedżerów (tab. 1).

**Tabela 1.** Klasyfikacja mierników pomiaru internacjonalizacji przedsiębiorstwa wg Dörrenbächera

<b>Jednostkowe wskaźniki internacjonalizacji przedsiębiorstwa</b>		
<b>Wskaźniki strukturalne</b>	<b>Wskaźniki wynikowe</b>	<b>Wskaźniki odnoszące się do stylu zarządzania</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• dotyczące zaangażowania przedsiębiorstwa w działalność zagraniczną;</li> <li>• dotyczące struktury nadzoru właścicielskiego (korporacyjnego), bierze się w nich pod uwagę m.in.: notowania na giełdach, liczbę i udziały obcokrajowców.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• dotyczące sprzedaży zagranicznej:               <ul style="list-style-type: none"> <li>– <i>od strony popytu</i> (odnoszące się do sprzedaży zagranicznej),</li> <li>– <i>od strony podaży</i> (dochody i przychody z działalności zagranicznej i między oddziałami/filiami);</li> </ul> </li> <li>• dotyczące zysku operacyjnego osiągniętego z działalności prowadzonej za granicą.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• tzw. miękkie wskaźniki (odnoszące się do stylów zarządzania);</li> <li>• tzw. twarde wskaźniki (dotyczące doświadczenia top menedżerów).</li> </ul>
<b>Miary geograficznej i regionalnej dywersyfikacji</b>		
<b>Wskaźniki koncentracji</b>	<b>Wskaźniki rozszerzenia sieci</b>	<b>Wskaźniki dystansu geograficznego i kulturowego</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• jednorodne lub zróżnicowane rozmieszczenie aktywów zagranicznych;</li> <li>• wskazujące zakres, do którego wskaźnik regionalnego rozmieszczenia danego przedsiębiorstwa odpowiada takiemu wskaźnikowi na świecie.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• indeks rozpiętości sieci (dotyczy liczby państw, w których firma ma własne filie);</li> <li>• wielkość zasobów i aktywów ulokowanych poza granicami kraju.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• dotyczące dystansu geograficznego i kulturowego państw partnerów od kraju, w którym siedzibę ma spółka matka;</li> <li>• dotyczące dystansu psychicznego (liczba stref w ujęciu różnic w zarządzaniu w stosunku do kraju lokalizacji przedsiębiorstwa).</li> </ul>
<b>Złożone wskaźniki pomiaru internacjonalizacji przedsiębiorstwa</b>		
Wskaźnik transnacionalności [Sauvant, 1995].	Wskaźnik zakresu działań transnarodowych [Letto-Gillies, 1998].	Wskaźnik stopnia internacjonalizacji [Sullivan, 1994].

Źródło: Dörrenbächer [2000, s. 120-122].

Druga wyróżniona grupa zawiera mierniki dotyczące przestrzennego zróżnicowania międzynarodowego. Zalicza się do nich: wskaźnik udziałowy, wskaźnik Herfindahla, wskaźnik entropii geograficznej i wskaźnik Pangarkara [Pangarkar, 2008, s. 480], wprowadzony przez Karasiewicza [2013, s. 185, 190]. Do tej grupy ponadto należą również miary usieciowienia korporacji i wskaźniki

<sup>1</sup> W opracowaniu pominięto większość formuł, gdyż zostały one już opublikowane, zob. np. [Dörrenbächer, 2000, s. 120; Doryń 2011, s. 43; Wach, 2016, s. 112].

dystansu psychicznego, geograficznego i kulturowego. Wyznaczając dystans psychiczny, niektórzy autorzy proponują uwzględnić przy jego określaniu różnice w poziomie rozwoju gospodarczego (mierzonego PKB per capita) [Hakanson i Ambos, 2010, s. 12] .

Trzecią grupę stanowią wskaźniki syntetyczne, określane również jako wskaźniki internacjonalizacji indeksowej. Jednym z nich jest wskaźnik internacjonalizacji indeksowej (TNI), opracowany przez ONZ. Wskaźnik ten uwzględnia 3 indeksy: indeks transnarodowości aktywów, indeks transnarodowości sprzedaży i składnik transnarodowości zatrudnienia. [Przybylska, 2006, s. 43-44]. Kolejnym wskaźnikiem jest miara opracowana przez Ietto-Gillies [1998]. Uwzględnia on 2 aspekty zagranicznej aktywności korporacji – wielkość i formy zagranicznej korporacji (NSI) oraz TNI. Ostatnim syntetycznym składnikiem jest wskaźnik stopnia internacjonalizacji, opracowany przez Sullivana [1994, s. 179-192]. W jego skład wchodzi 5 indeksów dostarczających istotnych informacji w tym zakresie [Przybylska 2006, s. 45-48; Doryń, 2011, s. 44-46; Karasiewicz, 2013, s. 188; Wach, 2016, s. 114-116].

Nieco zmieniony układ grup wskaźników pomiaru internacjonalizacji zaproponował Karasiewicz [2013, s. 185].

**Tabela 2.** Klasyfikacja grup wskaźników internacjonalizacji wg Karasiewicza

Wskaźniki proste	Wskaźniki oparte na zakresie działalności	Wskaźniki indeksowe	Wskaźniki oparte na stopniu koncentracji	Wskaźniki oparte na stopniu zróżnicowania krajów	Wskaźniki oparte na aktywnościach w łańcuchu wartości
przykładowo uwzględniają kategorie takie jak: sprzedaż, aktywa, zatrudnienie, zysk (dochody), podatki.	biorą pod uwagę: liczbę krajów, regionów, oddziałów zagranicznych, liczbę ZIB.	wskaźniki złożone, do których zalicza się: TNI, DOI, zakresowe.	udziały, wskaźnik Herfindahla, entropii geograficznej, wskaźnik Pangarkara.	wskaźniki są oparte na klasyfikacjach krajów i regionów.	wskaźniki te pozwalają wyznaczyć aktywności, wynikające z łańcucha wartości, realizowane przez przedsiębiorstwa.

Źródło: Karasiewicz [2013, s. 185].

Wskaźniki zaliczone do pierwszej grupy w znacznym stopniu pokrywają się z miarami proponowanymi przez Dörrenbächera. Wśród najczęściej stosowanych wymienia się wskaźnik oparty na sprzedaży – w przypadku powiązania z rynkami zagranicznymi poprzez eksport. W przypadku bardziej zaawansowanych form internacjonalizacji dość często stosowany jest wskaźnik oparty na



aktywach. Druga grupa wskaźników mierzy zakres działalności przedsiębiorstwa na rynkach zagranicznych, biorąc pod uwagę liczbę krajów. Wskaźniki zawarte w tej grupie, podobnie, jak w pierwszej, są w znacznym stopniu oparte o dane wtórne, charakteryzuje je prosta formuła i relatywnie łatwy dostęp do danych empirycznych [Szymura-Tyc, 2013, s. 106]. W przypadku wskaźników zaliczonych do pozostałych grup mogą pojawiać się problemy z dostępem do niektórych danych umożliwiających obliczenia, stąd mogą być one wykorzystywane w ograniczonym zakresie [Karasiewicz, 2013, s. 186-192].

W literaturze przedmiotu można też spotkać bardziej uproszczone sposoby klasyfikacji mierników internacjonalizacji. Przykładem jest podział zaproponowany przez Thomasa i Edena [2004, s. 92]. Proponują oni wyróżnienie komponentów uwzględnianych w miernikach internacjonalizacji w podziale na trzy podstawowe wymiary:

- stopień penetracji rynków zagranicznych (zależność przedsiębiorstwa od sytuacji na rynkach zagranicznych),
- umiędzynarodowienie produkcji,
- zakres geograficznej ekspansji.

W przedstawionym powyżej ujęciu składowych internacjonalizacji przedsiębiorstwa dwie pierwsze grupy wskazują na aktywność i zaangażowanie przedsiębiorstwa w operacje na rynkach zagranicznych, wyznaczając tzw. głębokość (*depth*) działań prowadzonych poza macierzystym krajem. Trzeci składnik odnosi się do zakresu i rozpiętości działań w ujęciu geograficznym/regionalnym.

W powyższej części zostały przedstawione przykładowe sposoby klasyfikacji miar internacjonalizacji, jak również wykorzystywane wskaźniki, a poniżej zostanie podjęta próba zastosowania tych mierników w badaniach.

### **3. Wybrane koncepcje i badania w zakresie pomiaru internacjonalizacji przedsiębiorstw**

Badania dotyczące związku pomiędzy umiędzynarodowieniem oraz wynikami działalności przedsiębiorstwa są prowadzone od ok. 50 lat. W okresie tym również powstały, ewoluujące w czasie, koncepcje uwzględniające zależności pomiędzy badanymi zmiennymi i kategoriami. Początkowo w badaniach koncentrowano się jedynie na korzyściach odnoszonych na skutek internacjonalizacji przedsiębiorstwa, wnioskowano, że wzrost stopnia umiędzynarodowienia organizacji przyczyniał się do poprawy sytuacji ekonomicznej przedsiębiorstwa. W późniejszym okresie również zwrócono uwagę na koszty realizowanych przedsięwzięć [Witek-Hajduk, 2013, s. 83] i w konsekwencji wpływ umiędzyna-

rodowienia na wyniki przedsiębiorstw, co przyczyniło się do wprowadzenia modeli kwadratowych, o kształtach litery U i J (w tym również ich odwróconych obrazów), w dalszej kolejności uwzględniono także powstałe modele sześciennie (S-kształtne) [Bausch, Krist, 2007, s. 320; Ruigrok, Amann, Wagner 2007, s. 351-357].

Zagadnienia związane z pomiarem stopnia internacjonalizacji przedsiębiorstw mają złożony charakter i pomimo możliwości stosowania różnych wskaźników nadal pojawiają się problemy z dostępem do danych pozwalających na jego przeprowadzenie i objęcie nim liczniejszej grupy przedsiębiorstw. Charakter prowadzonych badań często znajduje przełożenie na aspekty praktyczne funkcjonowania przedsiębiorstw, podejmowanych decyzji dotyczących dalszej strategii rozwoju, w tym w obszarze umiędzynarodowienia ich działalności, jak również osiągniętych przez nie wyników.

Mając na względzie aktualne kierunki prowadzonych badań, pozwalające na wykorzystanie miar stosowanych do oceny poziomu i skutków internacjonalizacji przedsiębiorstwa, wybrano 11 artykułów opublikowanych w latach 2011-2016, z których 6 pochodziło z różnych czasopism naukowych, a pozostałe 5 z „International Business Review”.

**Tabela 3.** Wykorzystanie miar internacjonalizacji przedsiębiorstw w badaniach w latach 2011-2016

Autorzy badania	Kontekst i problematyka badania	Zmienne internacjonalizacji i zmienne efektów
1	2	3
Lopes Barakat, Cretoiu, Ramsey (2011)	Kraj: Brazylia; próba: 41 brazylijskie KTN, posiadające ZIB; ocena poziomu internacjonalizacji brazylijskich KTN w oparciu o wskaźnik transnarodowości UNCTAD i syntetyczny miernik o zmienionych składowych w stosunku do poprzedniego.	Indeks transnarodowości UNCTAD i alternatywny wskaźnik w stosunku do tego wcześniejszego, uwzględniający dodatkowo liczbę krajów i doświadczenie międzynarodowe.
Chang, Rhee (2011)	Kraj: Korea Płd.; firmy z sektora przemysłu przetwórczego; ZIB; próba: 276 przedsiębiorstw.	ROIC ( <i>return on invested capital</i> ), ROA; przeciętna liczba zagranicznych filii produkcyjnych w nowych krajach w stosunku do liczby lat aktywności inwestycyjnej na tym rynku, liczba zagranicznych inwestycji firmy w ostatnich trzech latach.
Cieślik, Kaciak, Welsh (2012)	Kraj: Polska; MSP; próba: 3609 przedsiębiorstw; wpływ dywersyfikacji geograficznej na wyniki eksportu małych i średnich przedsiębiorstw.	Liczba rynków eksportowych; koncentracja na rynku UE w stosunku do rynków pozaunijnych; koncentracja eksportu na kluczowych rynkach, tempo wzrostu eksportu, taksonomiczne metody agregacyjne.

cd. tabeli 3

1	2	3
Lin, Liu (2012)	Kraj: Tajwan; 160 przedsiębiorstw; wpływ zmiany na stanowisku CEO na poziom internacjonalizacji przedsiębiorstwa.	Zmiana w poziomie skali umiędzynarodowienia mierzona syntetycznym wskaźnikiem: udział sprzedaży zagranicznej w sprzedaży ogółem (FSTS); wskaźnik aktywów zagranicznych w aktywach ogółem (FATA), zmiana w zakresie międzynarodowego zasięgu internacjonalizacji została zmierzona liczbą krajów.
Park i Rhee (2012)	Kraj: Korea Płd.; wcześniej umiędzynarodowione MSP; zdolność do nabywania wiedzy i osiągania wyników.	Wielkość (udział) sprzedaży z działalności międzynarodowej.
Tseng, Chen (2013)	Kraj: Tajwan; KTN z krajów gospodarczo rozwiniętych (Japonia, USA, UE) reprezentujące różne branże i ich filie działające na Tajwanie; wpływ czynników kosztów transakcyjnych (dynamika zmian w otoczeniu i poziom technologii) na rozwój outsourcingu oraz wykorzystanie możliwości filii korporacji międzynarodowych w tym zakresie (doświadczenie międzynarodowe, wielkość filii).	Udział lokalnych dostawców w wartości produkcji ogółem; do pomiaru wykorzystano liczne wskaźniki pozwalające określić dynamikę otoczenia, poziom technologii, doświadczenie międzynarodowe, wielkość/zasięg i wiek filii, korzyści z lokalizacji, majątek trwałe filii i integrację/koncentrację danej gałęzi przemysłu, kraj macierzysty korporacji.
Zhang, Sarker i Sarker (2013)	Chińskie i amerykańskie firmy BG; wpływ czynników i wyników na możliwości rozwoju sektora IT.	Wskaźniki finansowe (zyskowność, wielkość sprzedaży, szybkie tempo wzrostu); wskaźniki strategiczne (konkurencyjność globalna, pozycja strategiczna, udział w rynku globalnym).
Paul, Gupta (2014)	Kraj: Indie; 19 firm z sektora IT; proces i intensywność internacjonalizacji przedsiębiorstw w sektorze IT.	Wskaźniki orientacji międzynarodowej firmy: udział dochodów uzyskanych na rynkach zagranicznych w dochodach ogółem, udział inwestycji w zagranicznych filiach w inwestycjach ogółem i w inwestycjach na rynkach zagranicznych, udział zagranicznych filii w całkowitej liczbie filii badanego przedsiębiorstwa. Druga grupa zmiennych odnosi się do analizowanego przedsiębiorstwa i obejmuje: wiek firmy, wielkość firmy mierzona wartością sprzedaży i liczbą zatrudnionych oraz doświadczenie międzynarodowe – mierzone liczbą lat, odkąd firma działa na rynkach zagranicznych poprzez swoje filie.
Trudgen, Freeman (2014)	Kraj: Australia; firmy BG; rozwój przedsiębiorstw BG i ocena możliwości wykorzystania różnych pomiarów wyników.	Wskaźniki osiągania wyników zależą od etapu rozwoju BG. W fazie wstępnej – rozpoczynania działalności/uruchomienia projektu zaleca się stosowanie jedynie mierników jakościowych.
Cerrato, Crosato, Depperu (2016)	Kraj: Włochy; 63 MSP; identyfikacja modeli internacjonalizacji w oparciu o dane zaliczane do 6 kategorii. W dalszej kolejności przypisanie przedsiębiorstwa do jednego z czterech rodzajów zaproponowanych wzorców.	Sprzedaż zagraniczna do sprzedaży ogółem; aktywa zagraniczne do aktywów ogółem. Liczba krajów/regionów, w których firma działa; liczba menedżerów z doświadczeniem międzynarodowym i relacja zatrudnienia zagranicznego do doświadczenia zawodowego (w latach), wielkość zasobów i aktywów firmy ulokowanych za granicą; zagraniczni udziałowcy i zagraniczne zadłużenie.

cd. tabeli 3

1	2	3
Miller, Lavie, Delios (2016)	Kraj: Japonia; próba: 2692 przedsiębiorstwa.	ROA, udział dochodów w filiach zagranicznych w dochodach ogółem; wskaźnik Herfindahla; zróżnicowanie w ujęciu kulturowym (wskaźnik uwzględniający 4 podstawowe wymiary kultury wg Hofstede, i formułę zaproponowaną przez Koguta i Singha instytucjonalnym (GI), geograficznym (odległość mierzona w tys. mil) i gospodarczym ( <i>GDP per capita</i> , z uwzględnieniem liczby filii w danym roku)

Na podstawie analizy można stwierdzić, że w prowadzonych badaniach nadal są wykorzystywane mierniki internacjonalizacji przedsiębiorstwa, które zostały opracowane przede wszystkim w latach 90. XX w. W artykułach tych coraz więcej uwagi poświęca się efektom internacjonalizacji w krajach rozwijających się (7 spośród 11 artykułów). Stosowane są różne ujęcia i dobór wskaźników, pozwalające na badanie wybranych zagadnień internacjonalizacji (np. zmiana CEO i jej skutki dla internacjonalizacji przedsiębiorstw). Obok wskaźników internacjonalizacji, szczególnie w przypadku prób badawczych o dużej liczebności, są wykorzystywane taksonomiczne metody ilościowe, pozwalające na grupowanie podobnych obiektów, jak również funkcje regresji i analizy porównawcze. Publikacje poświęcone ocenie i skutkom ekspansji korporacji międzynarodowych dysponujących wielką siłą ekonomiczną występowały relatywnie rzadziej niż badania internacjonalizacji małych i średnich przedsiębiorstw. Podobnie w badanym okresie miary i efekty powiązania obu kategorii przedsiębiorstw nie należały do często podejmowanych tematów badawczych. Pod względem formy internacjonalizacji zagraniczne inwestycje bezpośrednie konkurowały natomiast z firmami *born global*. Odnotować też można prowadzenie badań w wybranych branżach, np. IT (tabela 3).

Przeprowadzona powyżej analiza stanowi jedynie wstęp do dalszych badań, które pozwalają na sformułowanie bardziej ogólnych wniosków w zakresie relacji metod mierzenia internacjonalizacji przedsiębiorstwa i jej efektów.

## Podsumowanie

Pogłębiający się proces globalizacji, postępująca regionalizacja przyczyniają się do zmian zachodzących w relacjach pomiędzy przedsiębiorstwami podejmującymi w coraz większym zakresie współpracę z rynkami zagranicznymi z wykorzystaniem różnych form internacjonalizacji. Badania w zakresie pomiaru internacjonalizacji są prowadzone od blisko 50 lat i dotychczas powstało wiele

różnych wskaźników i miar pozwalających na zbadanie efektów umiędzynarodowienia działalności przedsiębiorstwa. Przy tworzeniu mierników stosowane są różne kategorie zmiennych, pozwalające na coraz lepsze dostosowanie się do zmieniających się warunków aktywności zagranicznej przedsiębiorstw. Problemem pojawiającym się w przypadku mierzenia poziomu internacjonalizacji jest ograniczony dostęp do niektórych danych pozwalających na wykorzystanie mierników.

Z przeprowadzonej analizy 10 wybranych artykułów z lat 2011-2016 wynika, że badania w zakresie efektów internacjonalizacji są obecnie prowadzone w większym stopniu dla małych i średnich przedsiębiorstw, w tym przedsiębiorstw wcześniej umiędzynarodowionych – tzw. *born globals*. Ponadto coraz częściej analizy odnoszą się do krajów rozwijających się. W badaniach są wykorzystywane różne wskaźniki pomiaru internacjonalizacji znane już od lat 90. XX w. Przeprowadzona analiza ma charakter wstępny i sformułowanie bardziej ogólnych wniosków oraz tendencji wymaga uwzględnienia większej liczby publikacji z zakresu pomiaru efektów internacjonalizacji.

## Literatura

- Axinn C.N., Matthyssens P. (2002), *Limits of Internationalization Theories in an Unlimited World*, „International Marketing Review”, Vol. 19, Issue 5.
- Bausch A., Krist M. (2007), *The Effect of Context-Related Moderators on the Internationalization-Performance Relationship: Evidence from Meta-Analysis*, „Management International Review”, Vol. 47, No. 3.
- Buckley P.J., Ghauri P.N. (2004), *Globalisation, Economic Geography and the Strategy of Multinational Enterprises*, „Journal of International Business Studies”, No. 35.
- Cerrato D., Crosato L., Depperu (2016), *Archetypes of SME Internationalization: A Configurational Approach*, „International Business Review”, No. 25.
- Chang S.-J., Rhee J.H. (2011), *Rapid FDI Expansion and Firm Performance*, „Journal of International Business Studies”, Vol. 42, No. 8 (October/November).
- Cieślik J., Kaciak E., Welsh D.H.B. (2012), *The Impact of Geographic Diversification on Export Performance of Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs)*, „Journal of International Entrepreneurship”, Vol. 10, Issue 1.
- Daszkiewicz N., Wach K. (2013), *Małe i średnie przedsiębiorstwa na rynkach międzynarodowych*, PWE, Kraków.
- Doryń W. (2011), *Wpływ internacjonalizacji na wyniki ekonomiczne polskich przedsiębiorstw przemysłowych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Dörrenbächer Ch. (2000), *Measuring Corporate Internationalization. A Review of Measurement Concepts and Their Use*, „Intereconomics”, Vol. 35, No. 3.

- Dunning J.H., Lundan S.M. (2008), *Multinational Enterprises and the Global Economy*, Edward Elgar, Cheltenham-Northampton.
- Hakanson L., Ambos B. (2010), *The Antecedents of Psychic Distance*, „Journal of International Management”, Vol. 16, No. 3.
- Ietto-Gillies G. (2009), *Conceptual Issues Behind the Assessment of the Degree of Internationalization*, „Transnational Corporations”, Vol. 18, No. 3 (December).
- Ietto-Gillies G. (1998), *Different Conceptual Frameworks for the Assessment of the Degree of Internationalization: An Empirical Analysis of Various Indices for the Top 100 Transnational Corporations*, „Transnational Corporations”, Vol. 7, No. 1 (April).
- Karasiewicz G. (2013), *Marketingowe strategie internacjonalizacji polskich przedsiębiorstw. Podejście holistyczne*, Oficyna a Wolters Kluwer business, Warszawa.
- Lin W., Liu Y. (2012), *Successor Characteristics, Organizational Slack, and Change in the Degree of Firm Internationalization*, „International Business Review”, No. 21.
- Lopes Barakat L., Cretoiu L., Ramsey J.R. (2011), *UNCTAD'S Degree of Internationalization and Its Possible Impact on Subjective and Objective Performance: Evidence from Brazilian TNCs*, XXXV Encontro do ANPAD, Rio de Janeiro 4-7 Sept.
- Małysz Ł. (2013), *Siła powiązań sieciowych w procesie internacjonalizacji a wyniki przedsiębiorstwa*, Difin, Warszawa.
- Miller S.R., Lavie D., Delios A. (2016), *International Intensity, Diversity and Distance. Unpacking the Internationalization – Performance Relationship*, „International Business Review”, Vol. 25, Issue 4.
- OECD (2005), *Encouraging Linkages Between Small and Medium-Sized Companies and Multinational Enterprises. An Overview of Good Policy Practice by the OECD Investment Committee*, OECD, Paris.
- OECD (1997a), *Globalisation and Small and Medium Enterprises, Vol. 1: Synthesis Report*, OECD, Paris.
- OECD (1997b), *Globalisation and Small and Medium Enterprises, Vol. 2: Country Report*, OECD, Paris.
- Pangarkar N. (2008), *Internationalization and Performance of Small- and Medium-Sized Enterprises*, „Journal of World Business”, No. 43.
- Park T., Rhee J. (2012), *Antecedents of Knowledge Competency and Performance in Born Globals*, „Management Decision”, Vol. 50, Issue 8.
- Paul J., Gupta P. (2014), *Process and Intensity of Internationalization of IT Firms – Evidence from India*, „International Business Review”, No. 23.
- Przybylska K. (2006), *Pomiar internacjonalizacji przedsiębiorstwa*, „Gospodarka Narodowa”, nr 3.
- Ruigrok W., Amann W., Wagner H. (2007), *The Internationalization Performance Relationship at Swiss Firms: A Test of the S-shape and Extreme Degrees of Internationalization*, „Management International Review”, Vol. 47, No. 3.

- Rymarczyk J. (2012), *Biznes międzynarodowy*, PWE, Warszawa.
- Sauvant C.P., red. (1995), *World Investment Report 1995, Transnational Corporations and Competitiveness*, UNCTAD, United Nations, New York and Geneva.
- Sullivan D. (1994), *Measuring the Degree of Internationalization of a Firm*, „Journal of International Business Studies”, Vol. 25, Issue 2.
- Szymura-Tyc M. (2013), *Measuring the Degree of Firms' Internationalization at the Early Stages of International Commitment*, „Journal of Economics and Management”, No. 13, University of Economics in Katowice.
- Thomas D.E., Eden L. (2004), *What Is the Shape of the Multinationality-Performance Relationship?* „The Multinational Business Review”, Vol. 12, No. 1.
- Trudgen R., Freeman S. (2014), *Measuring the Performance of Born-Global Firms Throughout Their Development Process: The Roles of Initial Market Selection and Internationalization Speed*, „Management International Review”, No. 54.
- Tseng Ch.-H., Chen L.-T. (2013), *Firm Capabilities as Moderators of Transaction Cost Factors and Subsidiary Domestic Outsourcing*, „Management Decision”, Vol. 51, Issue 1, doi: 10.1108/00251741311291283.
- Wach K. (2016), *Pomiar internacjonalizacji przedsiębiorstwa z perspektywy przedsiębiorczości międzynarodowej*, „Przedsiębiorczość i Zarządzanie”, t. XVIII, z. 10, cz. I.
- Witek-Hajduk M.K. (2013), *Wczesne umiędzynarodowienie a wyniki ekonomiczne przedsiębiorstwa*, „Gospodarka Narodowa”, nr 11-12.
- Zhang M., Sarker S., Sarker S. (2013), *Drivers and Export Performance Impacts of IT Capability in “Born-Globals” Firms: A Cross-National Study*, „Information Systems Journal”, Vol. 23, Issue 5.

#### MEASURES OF THE INTERNATIONALISATION OF ENTERPRISES – REVIEW OF CHOSEN CONCEPTS AND RESEARCH

**Summary:** A review of measures for internationalisation of the enterprise, based on studies and chosen concepts of the literature and the evaluation of the exploiting them in the international business, is a purpose of the article. In the paper an attempt to show the directions of the changes in the approach towards applied measuring internationalisation was also made. At the beginning shortly conditions of measuring internationalisation were presented. In the next part of the article measures of internationalising the enterprise were characterised. Chosen concepts and papers regarding the internationalisation in the context of measuring the enterprise, constitute the last part of this study. On the basis of an analysis of literature an attempt to show the directions of research development on exploiting measures of the internationalisation of enterprises was made.

**Keywords:** measures of internationalisation, measuring internationalisation, indicators, internationalisation.