

# Internacjonalizacja, innowacyjność i usieciowienie przedsiębiorstwa – główne nurty badawcze

## Wprowadzenie

W literaturze z zakresu biznesu międzynarodowego związki między internacjonalizacją a innowacyjnością przedsiębiorstw są omawiane od lat 70. ubiegłego wieku. Analiza tych związków jest prowadzona na poziomie makroekonomicznym, odnosząc się do internacjonalizacji i innowacyjności całych gospodarek, mezoekonomicznym – nawiązującym do poszczególnych przemysłów czy sektorów oraz na poziomie mikroekonomicznym – gdzie przedmiotem badania są powiązania między internacjonalizacją i innowacyjnością przedsiębiorstw. Wyniki prowadzonych studiów o charakterze teoretycznym, jak i liczne badania empiryczne potwierdzają istnienie związków między internacjonalizacją i innowacyjnością na wszystkich trzech poziomach analizy ekonomicznej.

Stwierdzenie istnienia powiązań między tymi zjawiskami w wielu przypadkach prowadzi do dalszych pogłębionych studiów dotyczących istnienia zależności między internacjonalizacją i innowacyjnością gospodarek, sektorów i przedsiębiorstw. Rozważania o charakterze teoretycznym prowadzą do wniosków, że zarówno internacjonalizacja wpływa na innowacyjność, jak też odwrotnie – innowacyjność stanowi podstawę internacjonalizacji w skali makro-, mezo- i mikroekonomicznej. W efekcie, w dłuższej perspektywie zjawiska te są traktowane jako współzależne, a badania empiryczne kierunku tej zależności są determinowane przez przejęty cel badania oraz dostępność danych empirycznych, z uwzględnieniem ich porządku czasowego, pozwalającego wskazać przyczynę poprzedzającą skutek.

Internacjonalizacja i innowacyjność są wielowymiarowymi zjawiskami uwarunkowanymi wieloma czynnikami, które na nie wpływają. Ich całokształtu nie da się zatem ująć za pomocą jednej lub kilku zmiennych, w szczególności trudno także za ich pomocą badać zależności wiążące internacjonalizację z innowacyjnością. Mimo to studia nad związkami między internacjonalizacją i innowacyjnością gospodarek i sektorów, oparte na danych ilościowych, często nie wykraczają poza analizę współzależności między prostymi zmiennymi wybranymi do odzwierciedlenia badanych zjawisk. Jest to przede wszystkim spowodowane ograniczoną dostępnością danych empirycznych odnoszących się do poszczególnych zmiennych w odpowiednich okresach i szeregach czasowych dla odpowiednio dużej liczby podmiotów (gospodarek, sektorów). Czasami w takich badaniach uwzględnia się większą liczbę zmiennych, ale i wtedy ich dobór jest subiektywny i dostosowany do dostępności danych. Zazwyczaj w tego typu badaniach nie poszukuje się związków przyczynowo-skutkowych, uważając, że na tym poziomie analizy w większości sytuacji trudno wskazać, co stanowi przyczynę, a co skutek. Niemniej, w przypadku niektórych gospodarek, w szczególności tych mniej rozwiniętych, taki porządek czasowy można określić i próbować badać występujące tu zależności [por. Filippetti, Frenz i Ietto-Gillies 2011].

Jeśli chodzi o analizę związków między internacjonalizacją i innowacyjnością przedsiębiorstw, to tutaj zakres prowadzonych badań empirycznych jest znacznie szerszy – obejmuje on zarówno badanie współzależności, jak i jednokierunkowej zależności między tymi zjawiskami, z wykorzystaniem prostych i złożonych wskaźników reprezentujących wybrane zmienne opisujące te zjawiska. W badaniach empirycznych podejmowanych jest bardzo wiele różnych kwestii dotyczących m.in. takich zagadnień, jak kierunek zależności między internacjonalizacją a innowacyjnością przedsiębiorstw czy powiązania między różnymi typami i formami internacjonalizacji i innowacyjności oraz ich wpływem na funkcjonowanie przedsiębiorstw. Jak wspomniano, badania poświęcone tym zagadnieniom są prowadzone od bardzo dawna, ale ze względu na przyjęty tu zakres badań, obejmujący wpływ powiązań sieciowych na badane zjawiska, uzasadnione wydaje się ograniczenie przeglądu literatury do okresu ostatnich 15 lat.

#### **4.1. Internacjonalizacja i innowacyjność – charakter związków**

W rozważaniach dotyczących związków między internacjonalizacją a innowacyjnością przedsiębiorstw trzeba brać pod uwagę fakt, że zjawiska te są współzależne, gdyż zarówno innowacyjność może wpływać na internacjonalizację

przedsiębiorstwa, jak i odwrotnie. W tym kontekście, badacze stawiają sobie pytanie, czy lepsze funkcjonowanie przedsiębiorstw, które eksportują, jest przyczyną czy skutkiem internacjonalizacji, albo jednym i drugim. To lepsze funkcjonowanie przedsiębiorstw eksportujących jest oceniane w takich wymiarach, jak zdolność przetrwania, wzrost czy efektywność [Bernard i Jensen 1999], a także – innowacyjność przedsiębiorstwa [Damijan i in. 2008; Cassiman i Golovko 2011; Golovko i Valentini 2011; Monreal-Perez i in. 2012]. Efektywność przedsiębiorstwa pojawia się często w analizach zależności między internacjonalizacją a innowacyjnością w charakterze przesłanki, rezultatu lub zmiennej moderującej siłę powiązania między badanymi zmiennymi [Zahra, Ireland i Hitt 2000; Yeoh 2004; Martin i Yang 2009; Monreal-Pérez i in. 2012].

Główny nurt badań dotyczących związku między internacjonalizacją a innowacyjnością koncentruje się na wpływie innowacyjności na internacjonalizację przedsiębiorstwa, przy założeniu, że umiędzynarodowienie przedsiębiorstwa jest wynikiem jego wcześniejszej działalności innowacyjnej lub bardziej ogólnie – zależy od innowacyjności przedsiębiorstwa. Przyjmuje się, że innowacyjność umożliwia przedsiębiorstwu ekspansję na rynki zagraniczne i wpływa pozytywnie na funkcjonowanie przedsiębiorstwa [Basile 2001; Roper i Love 2002; Becker i Egger 2009; Cassiman, Golovko i Martinez-Ros 2010; Cassiman i Golovko 2011].

Drugi nurt badań skupia się na zależności odwrotnej, zakładając, że internacjonalizacja może stymulować innowacyjność przedsiębiorstw. Internacjonalizacja przedsiębiorstwa daje przedsiębiorstwu szerszy dostęp do nowej wiedzy, bardziej wymagających klientów i rodzi konieczność sprostania wyzwaniom międzynarodowej konkurencyjności. Ostatecznie przekłada się to na większą innowacyjność przedsiębiorstwa jako skutku jego wcześniejszego umiędzynarodowienia [Zahra, Ireland i Hitt 2000; Salomon i Shaver 2005; Frenz i Ietto-Gillies 2007; Kafouros i in. 2008; Salomon i Jin 2008; Salomon i Jin 2010; Garcia, Jin i Salomon 2013].

W pierwszym z tych nurtów, zdecydowanie dominującym w literaturze przedmiotu, badania wpływu innowacyjności przedsiębiorstwa na jego umiędzynarodowienie mają bardzo szeroki zakres i dotyczą różnych podmiotów – małych i średnich przedsiębiorstw (MSP), transnarodowych korporacji (KTN) oraz dużych prób przedsiębiorstw zróżnicowanych pod względem wielkości i przynależności branżowej w obrębie poszczególnych gospodarek narodowych. W zależności od typu przedsiębiorstw, badania dotyczące powiązań między innowacyjnością a internacjonalizacją opierają się na różnych zmiennych opisujących te zjawiska. W badaniach dotyczących małych i średnich przedsiębiorstw

(MSP) w większości przypadków wskaźniki innowacyjności oparte są na liczbie wprowadzonych innowacji, udziale nowych produktów w sprzedaży lub nakładach na B+R, a internacjonalizacja jest mierzona wielkością eksportu lub jego udziałem w sprzedaży [Basile 2001; Roper i Love 2002; Becker i Egger 2009]. W przypadku analizy danych pochodzących z narodowych baz statystycznych – jest podobnie, aczkolwiek dość często wskaźniki te polegają tylko na odnotowaniu wystąpienia lub niewystąpienia innowacji i eksportu w odpowiedniej sekwencji czasowej [Cassiman, Golovko i Martinez-Ros 2010; Golovko Valentini 2011; Cassiman i Golovko 2011; Monreal-Pérez i in. 2012]. Jeśli chodzi o korporacje transnarodowe (KTN), w szczególności wtedy, gdy badanie ma charakter międzynarodowy ze względu na transnarodowy charakter tych przedsiębiorstw, innowacyjność jest przedstawiana poprzez czynniki, które warunkują jej rozwój i wyniki działalności innowacyjnej (np. B+R i patenty), a internacjonalizacja przedsiębiorstwa jest opisywana przez eksport i bezpośrednie inwestycje zagraniczne (BIZ), jako komplementarne formy zaangażowania międzynarodowego.

Analizując wpływ wdrożenia innowacji na internacjonalizację przedsiębiorstwa, większość badaczy koncentruje się na innowacjach produktowych lub procesowych. Badania empiryczne prowadzone są w wielu krajach oraz branżach i na ogół potwierdzają pozytywny związek między wdrożeniem innowacji a eksportem [Sterlacchini 1999; Basile 2001; Roper i Love 2002; Pla-Barber i Alegre 2007; Becker i Egger 2009; Cassiman, Golovko i Martinez-Ros 2010; Cassiman i Golovko 2011]. Rzadziej dowodzą, że wprowadzenie innowacji nie ma wpływu na eksport [Damijan i in. 2008], albo że przedsiębiorstwa niewprowadzające innowacji są bardziej skłonne eksportować niż te, które wprowadziły innowacje [Wakelin 1997]. Są też badania, które wskazują na zróżnicowanie międzynarodowe powiązań między innowacyjnością a eksportem [Roper i Love 2002; Lewandowska i Gołębiowski 2014].

Badania empiryczne zależności eksportu od innowacji skupiają się na jednym typie innowacji – innowacji produktowej [Roper i Love 2002, Hessels 2007; Cassiman i Golovko 2011] lub obejmują innowacje produktowe i procesowe [Damijan i in. 2008; Becker i Egger 2009; Cassiman, Golovko i Martinez-Ros 2010; Cassiman i Golovko 2011]. W tym drugim przypadku najczęściej prowadzą do wniosku, że innowacje produktowe są silniej powiązane z eksportem niż innowacje procesowe [Becker i Egger 2009; Cassiman, Golovko i Martinez-Ros 2010; Cassiman i Golovko 2011]. Inne typy innowacji np. innowacje marketingowe i organizacyjne są bardzo rzadko przedmiotem badań w kontekście ich wpływu na eksport, chociaż bada się współzależność między innowacjami technologicznymi i nie-technologicznymi [Mothe i Uyen Nguyen Thi 2010]



lub produktowymi, procesowymi, marketingowymi i organizacyjnymi oraz ich wpływ na funkcjonowanie przedsiębiorstw [Gunday i in. 2011].

Zależność eksportu od innowacji (lub odwrotnie) nie jest jedynym z sposobów badania powiązań między tymi aktywnościami. Przedsiębiorstwa mogą bowiem traktować innowacje i eksport jako aktywności niezależne – substytucyjne lub komplementarne ścieżki prowadzące do efektywności i rozwoju [Roper i Love 2002; Golovko i Valentini 2011]. Badania Golovko i Valentini dowodzą, że łącząc obie aktywności – eksport i innowacje – przedsiębiorstwa osiągają większe korzyści, niż wtedy, gdy angażują się tylko w jedną lub drugą aktywność. Uważają oni, że łączenie działalności eksportowej z innowacyjną może prowadzić do synergii pozytywnie wpływającej na efektywność i wzrost przedsiębiorstwa. Warunkiem, aby ten efekt się pojawił, jest zdolność rozpoznawania i absorbowania wartościowej wiedzy zewnętrznej dostępnej na rynkach eksportowych. Nawiązując do badań zdolności absorpcyjnej przedsiębiorstw [Cohen i Levinthal 1990; Aw, Roberts i Winston 2007], wskazują, że zdolność przedsiębiorstwa do uczenia się przez eksport jest pozytywnie powiązana z ich wewnętrznymi B+R. Za drugi warunek pojawienia się tej synergii uważają zdolność do efektywnego użycia pozyskanej wiedzy i jej osadzenia w innowacjach oraz sprawienia, by nowa wartość związana z innowacją była rozpoznana i doceniona przez nabywców na rynku krajowym i zagranicznym. Nawiązują tu do badań Knighta i Cavusgila [2004], którzy dowiedli krytycznej roli działań marketingowych dla funkcjonowania nowych przedsiębiorstw na rynku międzynarodowym, w szczególności wyraźnie pozytywnego wpływu nakładów na reklamę (*advertising intensity*) na adopcję innowacji przedsiębiorstw eksportujących [Golovko i Valentini 2011].

Drugi nurt badawczy, reprezentowany przez znacznie mniejszą liczbę badaczy, oparty jest na założeniu związanym z uppsalskim modelem internacjonalizacji, opisującym internacjonalizację jako proces uczenia się przedsiębiorstwa (*internationalization by learning*), prowadzący nie tylko do rozwoju wiedzy internacjonalizacyjnej, ale także rynkowej i technologicznej, związanej z rosnącym zaangażowaniem w prowadzenie działań na skalę międzynarodową [Johanson i Wiedersheim-Paul 1975; Johanson i Vahlne 1977; Luostarinen 1980]. Prowadzone w tym nurcie badania wpływu internacjonalizacji na innowacyjność przedsiębiorstwa także dotyczą dwóch grup przedsiębiorstw – przedsiębiorstw niebędących korporacjami transnarodowymi oraz korporacji transnarodowych (KTN). W przypadku przedsiębiorstw niebędących korporacjami transnarodowymi, najczęściej małych i średnich (MSP), badane są powiązania między takimi zmiennymi, jak eksport i wdrożenie innowacji, ale nie zawsze przynoszą one

potwierdzenie wpływu działalności eksportowej na innowacyjność przedsiębiorstw [np. Monreal-Pérez i in. 2012]. Wyniki badań często zależą od tego, jak operacjonalizuje się badane zmienne i jakich typów innowacji badanie dotyczy, w szczególności czy badanie uwzględnia intensywność eksportu (np. udział eksportu w sprzedaży), innowacje produktowe i procesowe, czas obecności na rynkach zagranicznych etc. Badania dotyczące uczenia się przez eksport (*learning by exporting*) nie są zbyt liczne, ale znaczna ich część dowodzi empirycznie wpływu eksportu na innowacyjność przedsiębiorstw [Salomon i Shaver 2005; Damijan i in. 2008; Salomon i Jin 2008; Golovko i Valentini 2009], zarówno dla mniejszych prób obejmujących przedsiębiorstwa małe i średnie, jak i dla prób bardzo dużych, reprezentatywnych, obejmujących większość przedsiębiorstw w danym kraju [Damijan i in. 2008; Golovko i Valentini 2009].

## 4.2. Wpływ internacjonalizacji zewnętrznej na innowacyjność

Model uppsalski wyjaśnia, jak przedsiębiorstwa w miarę nabywania wiedzy internacjonalizacyjnej z doświadczenia w działaniu na rynku międzynarodowym uczą się umiędzynarodawiać swoją działalność (*internationalisation by learning, learning to export*). Koncepcja uczenia się przez eksport (*learning by exporting* – LBE) związana jest natomiast z rozwojem wiedzy rynkowej i technologicznej przedsiębiorstwa jako efektu towarzyszącego internacjonalizacji. Greenaway i Kneller [2007] wskazują, że te dwa typy uczenia się (*learning to export i learning by exporting*) występują łącznie w przedsiębiorstwach rozwijających działalność międzynarodową. Ponadto, na funkcjonowanie eksportujących przedsiębiorstw ma wpływ jeszcze trzecia zmienna – efekt skali działania związany z wejściem na nowe rynki, niezależny od uczenia się przedsiębiorstwa. Podkreślają, że aby dobrze zrozumieć wpływ eksportu, czy szerzej – internacjonalizacji przedsiębiorstw na ich efektywność lub innowacyjność, trzeba mieć na uwadze wpływ wszystkich trzech zmiennych, najczęściej objętych ogólnym sformułowaniem – uczenie się przez eksport.

### 4.2.1. Uczenie się przez eksport a autoselekcja

Kolejną ważną kwestią, którą podejmują badacze powiązań między eksportem a innowacyjnością przedsiębiorstwa, jest zróżnicowanie przedsiębiorstw pod względem wyjściowej efektywności (bądź innowacyjności), mającej wpływ

na tzw. autoselekcję (*self-selection*) przedsiębiorstw podejmujących decyzję o eksporcie. Przyjmuje się tu hipotezę, że o pozytywnych efektach działalności eksportowej przesądza właśnie wyjściowa efektywność przedsiębiorstwa [Clerides i in. 1998; Greenaway i Kneller 2007; Wagner 2007; De Loecker 2007, 2013; Martins i Yang 2009]. Druga hipoteza głosi, że podjęcie działalności eksportowej wpływa na uczenie się przedsiębiorstwa (*learning by exporting*), sprzyjające większej efektywności lub innowacyjności przedsiębiorstwa. Wejście na rynki zagraniczne umożliwia bowiem dostęp do zasobów wiedzy niedostępnych na rynku macierzystym, które przedsiębiorstwo może wykorzystać w procesie innowacji [Salomon i Shaver 2005b]. Uważa się, że w badaniach empirycznych trzeba wyraźnie określić, która z tych hipotez jest testowana lub czy testuje się obie hipotezy jednocześnie. Autoselekcja (*self-selection*) i uczenie się przez eksport (*learning by exporting*) nie są bowiem uważane za hipotezy alternatywne, lecz komplementarne [Wagner 2007; Greenaway i Kneller 2007]. W związku z czym zdarza się, że obie tworzą model badawczy poddawany empirycznym testom, przynosząc silniejsze wsparcie dla jednej lub drugiej hipotezy [np. Blalock i Gertler 2004; Monreal-Pérez i in. 2012; Andersson i Löf 2009].

Jak wspomniano, hipoteza autoselekcji zakłada, że na eksport decydują się przedsiębiorstwa, które są bardziej efektywne lub innowacyjne. Podjęcie eksportu wiąże się bowiem z koniecznością poniesienia znacznych kosztów wejścia na rynek zagraniczny, które mogą nie przynieść oczekiwanych rezultatów (*sunk costs*). Melitz [2003] oraz Bernard, Jensen i Schott, [2003] dowodzą, że przedsiębiorstwa decydują się wejść na rynek zagraniczny dopiero wtedy, gdy zdyskontowana wartość rozpoczęcia eksportu jest wyższa niż produkcja wyłącznie na rynek krajowy. Oznacza to, że przedsiębiorstwa decydują się na eksport po przekroczeniu pewnej progowej produktywności.

Badając wpływ eksportu na efektywność czy innowacyjność przedsiębiorstw, trzeba ją zatem odnieść do poziomu poprzedzającego eksport. Hipoteza autoselekcji ma bardzo silne oparcie w wynikach badań empirycznych, które potwierdzają, że tylko bardziej efektywne lub innowacyjne przedsiębiorstwa decydują się umiędzynarodowić swoją działalność, co potem znajduje wyraz w ich wyższej efektywności i innowacyjności, nie zawsze znacząco większej od wyjściowej [Aw, Roberts i Winston 2007; Love i Mansury 2009; Monreal-Pérez i in. 2012]. Martins i Yang [2009] na podstawie przeglądu badań empirycznych dotyczących tego zagadnienia wskazują, że pozytywny wpływ eksportu na efektywność przedsiębiorstw występuje zazwyczaj w krajach rozwijających się, rzadziej w rozwiniętych. Jest on także silniejszy zaraz po wejściu

przedsiębiorstwa na rynki zagraniczne niż później. Konkludują, że pozytywny wpływ eksportu na efektywność pojawia się wtedy, gdy między rynkiem macierzystym przedsiębiorstwa a rynkiem eksportowym występuje większa luka technologiczna, a przedsiębiorstwo znajduje się we wczesnej fazie internacjonalizacji. Mánuez-Catillejo, Rochina-Barrachina i Sanchis-Llopis [2010] wskazują ponadto, że efekt autoselekcji jest silniejszy w przypadku małych przedsiębiorstw niż dużych i pojawia się szybciej, ale wzrost efektywności dużych przedsiębiorstw po dokonaniu eksportu jest większy.

Nawiązując do drugiej hipotezy mówiącej, że eksport sprzyja uczeniu się przedsiębiorstwa (*learning by exporting*) Salomon i Shaver [2005b] zauważają, że eksport jest dominującą formą międzynarodowego zaangażowania przedsiębiorstw, występującą samodzielnie lub towarzyszącą innym, bardziej zaawansowanym formom internacjonalizacji zewnętrznej. Mimo to w badaniach dotyczących uczenia się przez eksport rzadko rozróżnia się, czy dane przedsiębiorstwo prowadzi eksport jako alternatywę dla sprzedaży na lokalnym rynku, czy jest międzynarodowym przedsiębiorstwem, dla którego eksport jest tylko jedną z form umiędzynarodowienia, a sprzedaż na rynku lokalnym, na którym prowadzi działalność – nie ma większego wpływu na jego efektywność. Badacze ci wskazują, że te dwa typy przedsiębiorstw kierują się inną logiką, podejmując decyzję o eksporcie, a wpływ eksportu na ich funkcjonowanie jest odmienny, zdecydowanie większy w przypadku firm lokalnych, słabiej umiędzynarodowionych, łączących sprzedaż na rynku macierzystym z eksportem. Przedsiębiorstwa te nie oceniają jednak swojej efektywności wyłącznie przez pryzmat eksportu, lecz traktują ją łącznie – jako rezultat działania na rynku lokalnym i zagranicznym. Dopiero po przekroczeniu pewnego stopnia umiędzynarodowienia (udziału eksportu w sprzedaży ogółem, zakresu przestrzennego ekspansji zagranicznej) przedsiębiorstwa lokalne, zaczynają dostosowywać swoje funkcjonowanie do perspektywy działania na rynku międzynarodowym.

Andersson i Lööf [2009] badają, jaki wpływ na efekt uczenia się przez eksport mają intensywność eksportu oraz czas obecności na rynkach zagranicznych, świadczący o trwałości powiązań przedsiębiorstwa z rynkiem międzynarodowym. Argumentują, że efekty uczenia się przez eksport są związane z utrzymywaniem się aktywności eksportowej w dłuższym czasie ze względu na akumulację doświadczenia ze stałego działania na bardziej konkurencyjnym rynku. Badania przedsiębiorstw szwedzkich pokazują, że uczenie się przez eksport występuje tylko wśród przedsiębiorstw utrzymujących stale wysoką intensywność eksportu (udział eksportu w sprzedaży większy niż 50 procent).

Nie pojawia się natomiast wtedy, gdy intensywność eksportu jest mniejsza, ani wśród przedsiębiorstw, które eksportują okazjonalnie. Tę pierwszą grupę stanowią przedsiębiorstwa, dla których eksport jest ważnym kierunkiem rozwoju, prowadzą działalność na wielu rynkach i są poddane wpływowi zróżnicowanych klientów i konkurentów, będących źródłem wiedzy o najlepszych praktykach oraz procesach technologicznych i biznesowych. Badania te także dowodzą, że intensywność i trwałość eksportu są konieczne w dużych przedsiębiorstwach, ale w małych przedsiębiorstwach wystarczy trwałość lub intensywność działalności eksportowej, by wystąpiły pozytywne efekty uczenia się przez eksport.

Możliwość osiągnięcia szybciej większych korzyści z eksportu przez małe przedsiębiorstwa potwierdzają także badania wskazujące na większą zdolność uczenia się pierwszorazowych eksporterów i młodych, niedawno powstałych przedsiębiorstw, działających od początku na globalną skalę [Delgado, Farinas i Ruano 2002; Fernandes i Isgut 2005]. Uważa się, że jest to zazwyczaj związane z działaniami poprzedzającymi podjęcie eksportu, jako inwestycji w przyszłe umiędzynarodowienie, albo z doświadczeniem międzynarodowym menedżerów oraz zdolnościami technologicznymi i marketingowymi rozwiniętymi wcześniej gdzieś indziej, a nie tylko z efektem uczenia się przez eksport.

#### 4.2.2. Uczenie się przez eksport a innowacyjność

Powyższe rozważania dotyczące uczenia się przez eksport prowadzone w kontekście efektywności mają podobne znaczenie w badaniu wpływu eksportu na innowacyjność przedsiębiorstw. Grossman and Helpman [1991] uważają, że przedsiębiorstwa, które eksportują, poprzez interakcje i konkurencję na zagranicznych rynkach, są wyeksponowane na wiedzę, do której nie mają dostępu przedsiębiorstwa, których operacje są ograniczone do rynku krajowego. Dlatego też ich zdaniem, eksportowanie może sprzyjać akumulacji wiedzy, umożliwiającej innowacje. Poprzez eksport przedsiębiorstwa uzyskują dostęp do dwóch rodzajów wiedzy: wiedzy rynkowej i wiedzy technologicznej [Salomon i Shaver 2005b]. Wiedza rynkowa dotyczy klientów, ich oczekiwań i preferencji oraz lokalnych zwyczajów i jest związana ze zrozumieniem ich zachowań w danym otoczeniu rynkowym. Wiedza technologiczna odnosi się do procesów operacyjnych, metod oraz technik i wymaga naukowego zrozumienia zasad funkcjonowania rzeczy materialnych i zjawisk fizycznych. Badania dotyczące uczenia się przez eksport dowodzą, że różnicowanie międzynarodowe działalności



przedsiębiorstw wpływa pozytywnie na pozyskiwanie wiedzy rynkowej. Może natomiast sprawiać trudności w transferowaniu wiedzy technologicznej, szczególnie wtedy gdy internacjonalizacja przedsiębiorstwa odbywa się poprzez eksport, który nie sprzyja kontroli przepływów wiedzy. Wskazują one także na pozytywny wpływ kapitału społecznego przedsiębiorstw na pozyskiwanie obu typów wiedzy [Yeoh 2004].

Przedsiębiorstwa eksportujące swoje produkty, uzyskują informacje, które mogą wykorzystać w celu ich dostosowania do zróżnicowanych w skali międzynarodowej potrzeb i oczekiwań klientów [Clerides i in. 1998]. W efekcie eksportowane produkty różnią się często od tego, co przedsiębiorstwo oferowało wcześniej na rynku krajowym, a to oznacza konieczność wprowadzenia innowacji w zakresie produktu i marketingu, a czasami także procesów, które za tymi dostosowaniami się kryją. W ten sposób, oprócz akumulacji wiedzy rynkowej, przedsiębiorstwa, które eksportują, poszerzają także swoją wiedzę technologiczną, korzystając z wiedzy i doświadczenia swoich nabywców [Clerides i in. 1998]. Uczenie się przez eksport nie polega wyłącznie na prostej modyfikacji produktów, tak aby odpowiadały one na potrzeby zagranicznych klientów, ale także na poznawaniu możliwości oferowania lepszych i nowych produktów [Salomon i Shaver 2005b; Salomon 2006]. Zagraniczni nabywcy dostarczają często eksporterom zwrotnej informacji, jak poprawić istniejące produkty, a czasami oferują także swoją pomoc techniczną czy operacyjną dotyczącą rozwoju produktu [Evenson i Westphal 1995]. Ponadto eksporterzy konfrontują się na rynkach goszczących z konkurentami, których nie spotykają na rynku macierzystym i mogą ich użyć jako operacyjny *benchmark* pozwalający przeprojektować produkty tak, aby sprostać technologicznym standardom zagranicznej konkurencji. Badania empiryczne pokazują, że pojawieniu się efektu uczenia przez eksport sprzyja bezpośrednie zaangażowanie przedsiębiorstwa w działalność eksportową bez udziału pośredników oraz eksportowanie do bardziej rozwiniętych krajów [Salomon 2006].

Wielu badaczy podejmuje zagadnienie typu innowacji, które wynikają z uczenia się przez eksport. Damijan, Kostevc i Polanec [2008], prowadzący badania przedsiębiorstw słoweńskich, dowodzą, że eksport wpływa pozytywnie na innowacje procesowe wdrażane przez średnie i duże przedsiębiorstwa, lecz nie ma wpływu na innowacje produktowe. Jednocześnie stwierdzają, że średnie i duże przedsiębiorstwa zwiększają swoją efektywność w wyniku podjęcia eksportu po raz pierwszy. Uważają to za pośrednią wskazówkę, że wzrost efektywności może być wynikiem wprowadzonych innowacji procesowych, wzmacniających techniczną sprawność przedsiębiorstwa. Zauważają także, że



w małych przedsiębiorstwach tego typu związek nie występuje, co może być skutkiem zbyt małej skali ich działalności, niepozwalającej im czerpać korzyści z wdrożonych innowacji.

Monreal-Pérez, Aragón-Sánchez i Sánchez-Marín [2012] w badaniach przedsiębiorstw hiszpańskich potwierdzają hipotezę o autoselekcji, stwierdzając, że innowacyjne przedsiębiorstwa są bardziej skłonne do podjęcia eksportu. Jednocześnie nie zauważają żadnych efektów uczenia się przez eksport w postaci wdrożeń innowacji procesowych, ani produktowych, mimo że przedsiębiorstwa eksportujące wprowadzają więcej innowacji niż nie-eksporterzy. Interpretując uzyskane wyniki, stwierdzają, że przedsiębiorstwa nie są w stanie w pełni wykorzystać możliwości uczenia się przez eksport, jeśli eksportują na niewiele rynków, głównie do krajów Unii Europejskiej. Rynki te wydają się bardzo podobne do hiszpańskiego, więc nie dostarczają nowej wiedzy o produktach czy procesach, którą można byłoby wykorzystać w procesie innowacji. W efekcie przedsiębiorstwa te stosują podobne strategie jak na rynku lokalnym, co nie przynosi zadowalających efektów. Wskazują także, że zdolność uczenia się przez eksport wymaga równoległego prowadzenia własnych B+R, gdyż zwiększa to zdolność absorpcji wiedzy [Cohen i Levinthal 1990]. Uważają, że sprzyja temu udział w międzynarodowych *joint ventures*, gdyż ułatwia dostęp do wyróżniającej wiedzy zagranicznych partnerów [Park 2011]. Słaba zdolność hiszpańskich przedsiębiorstw uczenia się przez eksport jest także wynikiem niewielkiej intensywności ich eksportu, która nie osiągnęła jeszcze minimalnego progu wymaganego, by przedsiębiorstwa mogły wzmocnić swoją innowacyjność przez działalność międzynarodową [Kafouros i in. 2008]. Ponadto zauważają, że przeszkodą w zdolności uczenia się przez eksport i inne formy internacjonalizacji jest słaba znajomość języków obcych i brak doświadczenia międzynarodowego hiszpańskich menedżerów. Na koniec wskazują, że uwzględnienie w badaniu innych, bardziej zaawansowanych form internacjonalizacji, wymagających większego zaangażowania na rynku międzynarodowym, mogłoby lepiej pokazać, czy przedsiębiorstwa uczą się wyniku umiędzynarodowienia swojej działalności, a nie samego eksportu.

#### 4.2.3. Uczenie się przez inwestycje zagraniczne a innowacyjność

Jak piszą Salomon i Jin [2010], w badaniach związków między internacjonalizacją i innowacyjnością przedsiębiorstw początkowo zwracano głównie uwagę na możliwość wykorzystania wyróżniających zasobów i zdolności rozwiniętych

przez przedsiębiorstwo na rynku macierzystym do ekspansji i skutecznego konkurencji na rynkach zagranicznych [Buckley i Casson 1976; Caves 1971; Hymer 1970; Morck i Yeung 1991]. Później badacze zaczęli zauważać, że alternatywną motywacją międzynarodowego zaangażowania przedsiębiorstwa może być uzyskanie dostępu do zasobów i wartościowej wiedzy w kraju goszczącym. Ten sposób podejścia jest szczególnie widoczny w przypadku przedsiębiorstw z gospodarek wschodzących, czyli tzw. przedsiębiorstw późno i nowo wchodzących (*latecomers, newcomers*), które traktują wejście na rynki zagraniczne jako trampolinę dającą im dostęp do strategicznych zasobów na rynkach zagranicznych, pozwalającą wyzwolić się z ograniczeń występujących na rynku macierzystym [Luo i Thung 2007; Mathews 2006]. W szczególności stwierdzono, że przedsiębiorstwa umiędzynarodawiają swoją działalność nie tylko w celu eksploatacji posiadanej już wiedzy (*knowledge exploitation*), ale także w celu jej pozyskiwania (*knowledge exploration*) [Goshal i Bartlett 1990; Martin i Salomon 2003]. Potwierdzają to liczne badania empiryczne pokazujące, że przedsiębiorstwa inwestują w innych krajach w celu pozyskiwania wiedzy [np. Almeida 1996; Cantwell 1995; Kogut i Chang 1991].

Wsparcia dla tezy o wpływie internacjonalizacji na innowacyjność przedsiębiorstw dostarczają dziś badania empiryczne dotyczące zarówno nowo powstałych, początkowo małych przedsiębiorstw (*international new ventures, start-ups*), jak i dużych międzynarodowych przedsiębiorstw inwestujących za granicą. Dowodzi się, że zarówno *international new ventures*, jak i międzynarodowe spółki kapitałowe (*international joint ventures*) oraz filie korporacji transnarodowych pozwalają przekazywać wiedzę nie tylko z kraju macierzystego do zagranicznych spółek czy filii (eksploatować wiedzę), ale także ją transferować z kraju goszczącego do kraju macierzystego (pozyskiwać wiedzę). Ważną kwestią, którą się tu porusza, jest oprócz tego zdolność przekazywania wiedzy (*knowledge transfer*) oraz zdolność integracji wiedzy (*knowledge integration*) w skali międzynarodowej, tak aby wiedza pochodząca z różnych źródeł mogła być efektywnie wykorzystana w celu zwiększenia innowacyjności i konkurencyjności przedsiębiorstwa [Almeida 1996; Penner-Hahn i Shaver 2005; Zahra, Ireland i Hitt 2000; Park 2011].

Jak wspomniano, uczenie się przez internacjonalizację, przyjmującą formy bardziej zaawansowane niż eksport, jest badane w kontekście przedsiębiorstw wcześniej umiędzynarodowionych, tzw. *international new ventures* [Zahra, Ireland i Hitt 2000]. Zahra, Ireland i Hitt podjęli badania dotyczące wpływu międzynarodowego zróżnicowania działalności przedsiębiorstwa oraz strategii wejścia na rynek zagraniczny na zdolność technologicznego uczenia się przez

internacjonalizację. Wyniki ich badań dowodzą, że międzynarodowe zróżnicowanie i strategia wejścia bardzo silnie wpływają na rozległość i głębokość pozyskiwanej wiedzy oraz szybkość technologicznego uczenia się przedsiębiorstw, a co za tym idzie – także na ich funkcjonowanie. Większa różnorodność rynków oznacza ekspozycję na bardziej zróżnicowaną wiedzę, która może zostać pozyskana i wykorzystana w procesie innowacji. Jednak im szybciej przedsiębiorstwo zwiększa zasięg przestrzenny działania, tym trudniej jest mu asymilować wiedzę, chyba że dystans psychiczny między rynkami nie jest znaczący. Formami wejścia na rynki zagraniczne najczęściej tu stosowanymi są bezpośrednie inwestycje zagraniczne w nowo tworzone przedsiębiorstwa (*start-ups*), wykorzystujące już posiadaną wiedzę technologiczną, albo przejęcia lokalnych przedsiębiorstw, stanowiące sposób na pozyskanie nowej wiedzy. Badania wskazują, że formy internacjonalizacji oparte na większej kontroli przepływów wiedzy, tj. inwestycje zagraniczne, są pozytywnie powiązane z technologicznym uczeniem się, podczas gdy formy o niższym stopniu kontroli, np. eksport, mają negatywny wpływ na efekt uczenia się. Bardzo ważnym czynnikiem wpływającym na proces uczenia się badanych przedsiębiorstw jest także zdolność integracji wiedzy (*knowledge integration*) posiadanej i pozyskiwanej przez przedsiębiorstwo w toku internacjonalizacji [Zahra, Ireland i Hitt 2000].

Bardzo silnego wsparcia dla tezy o uczeniu się przedsiębiorstw przez internacjonalizację dostarczają badania dotyczące międzynarodowych spółek kapitałowych (*international joint ventures*) oraz międzynarodowych aliansów strategicznych (*international strategic alliances*), które uważane są za najbardziej efektywny sposób uczenia się lub pozyskiwania technologii i ukrytej wiedzy osadzonej w innych przedsiębiorstwach. Uważa się, że międzynarodowe *joint ventures* i alianse strategiczne pozwalają na transfer krytycznych umiejętności i zdolności mających różne narodowe pochodzenie [Inkpen 1998; Inkpen i Dinur 1998; Park 2011]. W badaniach dotyczących międzynarodowego uczenia się podmiotów uczestniczących w *joint ventures* i aliansach uwaga badaczy nie ogranicza się do transferu wiedzy z kraju goszczącego do kraju macierzystego. Analizuje się tutaj dwustronne i wielostronne przepływy wiedzy, związane z eksploatacją i eksploracją wiedzy dokonującą się w skali międzynarodowej między różnymi podmiotami, które w nich uczestniczą. Przedmiotem badań staje się międzynarodowe, międzyorganizacyjne uczenie się, obejmujące ponadto zdolność transferowania wiedzy, zdolność jej absorpcji oraz zdolność integrowania wiedzy w obrębie powstającej sieci [np. Lane, Salk i Lyles 2001; Tsang 2002].

Wpływ uczenia się przez międzynarodowe *joint ventures* czy alianse strategiczne na innowacyjność przedsiębiorstw dość trudno badać za pomocą

metod analizy ilościowej z tego powodu, że jego efekty są udziałem wielu zaangażowanych podmiotów i mogą być oceniane z różnych perspektyw. Łatwiej badać związek innowacyjności z zaangażowaniem międzynarodowym korporacji transnarodowych (KTN), które prowadzą działalność za granicą w różnych formach, w tym poprzez *joint ventures* i alianse strategiczne. Zaangażowanie międzynarodowe przedsiębiorstw międzynarodowych wyraża się zwykle poprzez eksport i bezpośrednie inwestycje zagraniczne (BIZ) oraz przez zasięg przestrzenny rynków. Zwraca się uwagę, że przedsiębiorstwa różnią się między sobą pod względem form zaangażowania międzynarodowego, łącząc eksport z bezpośrednimi inwestycjami zagranicznymi związanymi z posiadanymi filiami i spółkami zagranicznymi [Greenaway i Kneller 2007]. Badania te wpisują się w szerszy kontekst dotyczący wpływu internacjonalizacji na funkcjonowanie przedsiębiorstw [Kotabe i in. 2002; Greenaway i Kneller 2007; Kafouros i in. 2008].

W badaniu powiązań między internacjonalizacją a innowacyjnością przedsiębiorstw międzynarodowych najczęściej wykorzystuje się złożone mierniki internacjonalizacji (np. indeks DOI), a innowacyjność wyraża w nakładach na B+R, liczbie patentów lub liczbie ich cytowań. Badacze związani z tym nurtem wskazują, że siła powiązania między internacjonalizacją a innowacyjnością przedsiębiorstwa zależy od osiągniętego stopnia internacjonalizacji, czyli stopnia międzynarodowego zaangażowania przedsiębiorstwa określonego przez różne formy internacjonalizacji, obejmujące w szczególności eksport i zagraniczne inwestycje oraz zakres przestrzenny działalności przedsiębiorstwa [Kotabe i in. 2002; Kafouros i in. 2008]. Kafouros i in. dowodzą, że tylko najbardziej umiędzynarodowione przedsiębiorstwa osiągają pozytywne rezultaty swoich nakładów na innowacje, a sama wielkość przedsiębiorstwa nie ma tu znaczenia. Również Frenz i Ietto-Gilles [2007] w badaniach przedsiębiorstw międzynarodowych w UK potwierdzają, że stopień internacjonalizacji wpływa na innowacyjność przedsiębiorstw. Bardziej innowacyjne są przedsiębiorstwa będące częścią wielonarodowych sieci, i to zarówno krajowe, jak i zagraniczne. Wszystkie te przedsiębiorstwa charakteryzuje nie tylko większa innowacyjność, ale także stałe prowadzenie działalności innowacyjnej. Castellani i Zanfei badają także, jaki wpływ na innowacyjność ma umiędzynarodowienie przedsiębiorstwa, wyrażające się w posiadaniu spółek produkcyjnych za granicą. Okazuje się, że międzynarodowe przedsiębiorstwa włoskie, które mają spółki produkcyjne za granicą, są bardziej innowacyjne niż te przedsiębiorstwa, które produkują w kraju macierzystym. Jest to wskazywane jako dowód na to, że dostęp do bardziej zdywersyfikowanej wiedzy,

związany z działalnością produkcyjną, stanowi źródło innowacji [Castellani i Zanfei 2007]. We wszystkich tych przypadkach można więc mówić nie tyle o uczeniu się przez eksport, a o uczeniu się przez internacjonalizację (*learning by internationalisation*).

#### 4.2.4. Zdolność absorpcji wiedzy a internacjonalizacja i innowacyjność

Przedstawione wyżej wyniki badań, dotyczące efektu uczenia się przez eksport, czy szerzej – przez internacjonalizację, wskazują na zróżnicowanie jego wpływu na innowacyjność przedsiębiorstw w zależności od kraju, którego badanie dotyczy i cech przedsiębiorstw poddanych badaniu. Może to między innymi wskazywać na zróżnicowanie zdolności uczenia się przedsiębiorstw, mającej wpływ na jego efekty, znajdujące ostatecznie wyraz w różnej innowacyjności. Jak wiadomo, przedsiębiorstwa różnią się pod względem posiadanych zasobów i technologicznych zdolności [Wernerfelt 1984; Barney 1991; Peteraf 1993], a także zdolności absorpcji wiedzy [Cohen i Levinthal 1990; Lane, Salk i Lyles 2001]. Nie jest jednak pewne, jakiego typu przedsiębiorstwa uczą się więcej dzięki internacjonalizacji – czy te, które są technologicznie gorsze, opóźnione, czy te, które są technologicznie lepsze, wiodące [Salomon i Jin 2008, 2010].

Jedną z możliwych hipotez, które się tu rozważa stanowi przypuszczenie, że przedsiębiorstwa opóźnione technologicznie uczą się więcej dzięki internacjonalizacji. Oparte jest ono na założeniu, że proces uczenia się jest zbieżny asymptotycznie do pewnej absolutnej granicy, gdzie tempo uczenia się maleje w miarę, jak uczący się zbliża się do granicy. Uczenie się jest zatem proporcjonalne do dystansu między granicą a punktem startu, z malejącymi krańcowymi przyrostami, a początkowe warunki i punkt, w którym przedsiębiorstwo znajduje się na krzywej uczenia się, wpływa na zróżnicowanie jego efektów [Salomon i Jin 2010]. Jeśli granica technologicznej efektywności jest stała i przedsiębiorstwa uczą się w krańcowo malejącym tempie w miarę zbliżania się do granicy, technologicznie opóźnione przedsiębiorstwa powinny uczyć się w szybciej niż technologicznie wiodące. Ten sposób rozumowania jest używany przez wielu autorów do uzasadnienia zróżnicowania uczenia się przedsiębiorstw przez bezpośrednie inwestycje zagraniczne [Blalock i Gertler 2009; Chung i Alcácer 2002; Shaver i Flyer 2000]. Sugerują oni, że technologicznie opóźnione przedsiębiorstwa mogą używać swoich zagranicznych inwestycji, by dogonić przedsiębiorstwa wiodące i zmniejszyć lukę technologiczną. Dostęp do technologii silniej wzmacnia konkurencyjność przedsiębiorstw słabych technologicznie



niż zaawansowanych. W efekcie przedsiębiorstwa ze słabą początkową wiedzą technologiczną są bardziej skłonne wdrożyć nowe procesy, które poprawią ich funkcjonowanie [por. Luo i Thung 2007; Mathews 2006]. Mają bowiem większą przestrzeń do relatywnej poprawy w stosunku do najlepszych międzynarodowych praktyk i osiągają szybciej większe efekty z ekspozycji na nową wiedzę na rynkach zagranicznych [Salomon i Jin 2010].

Drugi nurt badawczy dotyczący organizacyjnego uczenia się sugeruje coś wręcz przeciwnego. Podtrzymując założenie o zróżnicowaniu zdolności przedsiębiorstw, dodaje, że różnią się one także zdolnością absorpcji wiedzy [Cohen i Levinthal 1990]. Przyjmuje się hipotezę, że technologiczni liderzy, którzy potrafią przyspieszyć proces uczenia się, zwiększają zdolności oddzielające je od przedsiębiorstw opóźnionych technologicznie. Technologiczne zdolności przedsiębiorstw, będące efektem ubocznym inwestycji w B+R, odgrywają kluczową rolę w procesie innowacji. Ich posiadanie jest warunkiem zdolności absorpcji innowacji, jako zdolności rozpoznawania wartości nowej, zewnętrznej informacji, jej asymilowania i finalnego zastosowania komercyjnego. W tej sytuacji, jeśli internacjonalizacja zapewnia dostęp do nowej wiedzy technologicznej, więcej na niej skorzystają przedsiębiorstwa wiodące pod względem technologii niż opóźnione. Spójne z tym przypuszczeniem są wyniki badań, które pokazują powiązanie między uczeniem się a inwestycjami w B+R [Sinclair, Klepper i Cohen 2000] oraz wzrost innowacyjności przedsiębiorstw bardziej zaawansowanych technologicznie po dokonaniu przez nie zagranicznych inwestycji [Penner-Hahn i Shaver 2005]. Oznacza to, że można się spodziewać, iż technologiczni liderzy uczą się więcej przez internacjonalizację niż przedsiębiorstwa technologicznie opóźnione oraz, że w wyniku umiędzynarodowienia luka innowacyjności, która je dzieli, jest coraz większa.

Salomon i Jin [2010] przeprowadzili badania przedsiębiorstw hiszpańskich, by sprawdzić, czy uczenie się przez eksport dostarcza większych korzyści z ekspozycji na wiedzę technologiczną dostępną na rynkach zagranicznych przedsiębiorstwom wiodącym, czy opóźnionym technologicznie. Badania te wykazały, że zarówno przedsiębiorstwa wiodące, jak i opóźnione uczą się przez eksport, co przekłada się na wzrost ich innowacyjności mierzonej liczbą uzyskanych patentów. Dowiedli oni jednak, że przedsiębiorstwa, które są technologicznymi liderami, korzystają z eksportu w większym stopniu niż przedsiębiorstwa mniej zaawansowane technologicznie. We efekcie słabsze technologicznie przedsiębiorstwa, mimo że uczą się przez internacjonalizację, nie są w stanie domknąć luki technologicznej oddzielającej je od liderów. Badacze ci sprawdzali także, czy przedsiębiorstwa należące do branż wiodących technologicznie na tle



potencjalnych rynków eksportowych uczą się więcej przez eksport, czy te, które działają w branżach mniej rozwiniętych technologicznie [Salomon i Jin 2018]. Okazało się, że funkcjonowanie w branży, która jest słabsza technologicznie względem rynków eksportowych, pozwala przedsiębiorstwom, które eksportują, zwiększyć swoją innowacyjność bardziej niż przedsiębiorstwom działającym w branżach, które już osiągnęły zaawansowany poziom i mogą się „uczyć w domu”. Badania te także potwierdziły, że w celu osiągnięcia sukcesu na rynku międzynarodowym, przedsiębiorstwa muszą posiadać wyróżniające zasoby niematerialne, gdyż ekspansja zagraniczna pozwala tworzyć ponadprzeciętną wartość tylko tym przedsiębiorstwom, które mają wyróżniające zdolności, w szczególności – technologiczne. Ugruntowały także przekonanie o poszerzającej się luce innowacyjnej między przedsiębiorstwami wiodącymi i opóźnionymi. Przewaga oparta na uczeniu się jest bowiem samowzmacniająca się, w wyniku czego pogłębia się zróżnicowanie między przedsiębiorstwami oparte na zdolnościach technologicznych, będących podstawą innowacyjności przedsiębiorstw [Tece, Pisano i Shuen 1997; Helfat i Peteraf 2003].

### 4.3. Wpływ internacjonalizacji wewnętrznej na innowacyjność

Kolejnym zagadnieniem, które czasami pojawia się w dyskusji dotyczącej związków między internacjonalizacją i innowacyjnością przedsiębiorstwa, jest rola internacjonalizacji zewnętrznej i wewnętrznej w tym powiązaniu, przy czym te dwa typy internacjonalizacji pojawiają się w badaniach empirycznych tylko wtedy, gdy rozważa się wpływ internacjonalizacji na innowacyjność przedsiębiorstw. Zależność odwrotna, tj. wpływ innowacyjności na internacjonalizację jest wyłącznie analizowana w kontekście internacjonalizacji zewnętrznej, gdyż jej wpływ na internacjonalizację wewnętrzną trudno ze sobą koncepcyjnie powiązać.

Z przedstawionego wyżej przeglądu badań empirycznych wynika, że w analizach wpływu internacjonalizacji na innowacyjność przedsiębiorstwa zdecydowana większość badaczy skupia się na formach zewnętrznej internacjonalizacji, badając wpływ eksportu lub wychodzących zagranicznych inwestycji bezpośrednich (*outward FDI*) na wzrost innowacyjności przedsiębiorstw. Znacznie mniejsza grupa badaczy zauważa, że również formy wewnętrznej internacjonalizacji, takie jak import czy przychodzące bezpośrednio inwestycje zagraniczne (*inward FDI*) mogą wspierać innowacyjność przedsiębiorstw [Şeker 2012; Greenaway, Sousa i Wakelin 2004; Salomon 2006; García, Jin i Salomon 2013].

Ponieważ współwystępowanie i współzależność zewnętrznej i wewnętrznej internacjonalizacji w przedsiębiorstwach są nie tylko powszechnie dostrzeżone, ale i potwierdzone w badaniach [Welch i Luostarinen 1993; Korhonen 1999; Fletcher 2001], niektórzy, ale bardzo nieliczni badacze podejmują kwestię wpływu obu typów internacjonalizacji, np. eksportu i importu, na funkcjonowanie przedsiębiorstw [Bernard i in. 2007; Şeker 2011]. Wnioskiem płynącym z tych badań jest stwierdzenie istnienia pozytywnego wpływu międzynarodowej otwartości na funkcjonowanie przedsiębiorstw, pochodzących zarówno z rozwiniętych gospodarek, jak i rozwijających się. Przedsiębiorstwa eksportujące i importujące mają większą zdolność przetrwania i rozwoju, szczególnie dużą wtedy, gdy oprócz wymiany rynkowej (*arms-length trade*) prowadzą także wymianę z powiązаныmi podmiotami, tak jak to robią korporacje transnarodowe w ramach wymiany wewnętrznej (*intra-firm trade*) [Bernard i in. 2007]. Również badania dotyczące przedsiębiorstw z mniej rozwiniętych gospodarek, w tym gospodarki polskiej, dowodzą, że przedsiębiorstwa, które jednocześnie eksportują i importują, rozwijają się najszybciej i są najbardziej efektywne, za nimi te, które tylko eksportują, później przedsiębiorstwa wyłącznie importujące, a na końcu przedsiębiorstwa, które nie uczestniczą w wymianie międzynarodowej. Oprócz wymiany międzynarodowej także międzynarodowa współpraca kapitałowa wpływa pozytywnie na rozwój przedsiębiorstw, gdyż przedsiębiorstwa z udziałem kapitału zagranicznego rozwijają się szybciej niż przedsiębiorstwa lokalne [Şeker 2011].

Pomimo stwierdzenia pozytywnego wpływu międzynarodowej otwartości przedsiębiorstw na ich funkcjonowanie, do rzadkości należą badania uwzględniające wpływ obu typów wymiany międzynarodowej na innowacyjność przedsiębiorstw. Aczkolwiek, we wspomnianym wyżej badaniu Şeker dowodzi, że przedsiębiorstwa zarówno eksportujące, jak i importujące, nie tylko szybciej rosną, ale też są bardziej innowacyjne niż jakakolwiek inna grupa. W drugiej kolejności są eksporterzy, a na końcu przedsiębiorstwa niezaangażowane w wymianę międzynarodową. Badania wskazują także, że przedsiębiorstwa z udziałem kapitału zagranicznego nie są bardziej innowacyjne od pozostałych, co można tłumaczyć wykorzystywaniem przez nie sprawdzonych gdzieś indziej technologii i brakiem bodźców do innowacji na mniej rozwiniętych rynkach [Şeker 2011].

Zdecydowana większość badaczy analizująca wpływ eksportu na innowacyjność przedsiębiorstw nie bierze pod uwagę oddziaływania skorelowanego z nim importu [Liang i Parkhe 1997]. Nieliczne badania, w których uwzględnia się wpływ obu typów wymiany międzynarodowej, napotykają bowiem często na barierę dostępu do danych empirycznych dotyczących eksportu i importu

jednocześnie (szczególnie jeśli chodzi o duże bazy danych z reprezentatywnych prób przedsiębiorstw) oraz problemy natury metodologicznej, związane z następstwem czasowym w analizach dynamiki i zależności występujących między badanymi zjawiskami. Pod względem metodycznym analiza współzależności (korelacji) między oboma typami umiędzynarodowienia i ich powiązaniem z innowacyjnością zazwyczaj nie budzi zastrzeżeń [np. Şeker 2011], natomiast gorzej, jeśli dostępne dane są wykorzystywane do badania wpływu jednych zmiennych na drugie [por. Hessels 2007].

Nieco więcej uwagi w badaniach powiązań między internacjonalizacją a innowacyjnością przedsiębiorstw poświęca się przychodzącym bezpośrednio inwestycjom zagranicznym (BIZ), jako formie wewnętrznej internacjonalizacji. Rozważania te są często prowadzone w szerszym kontekście, np. wpływu przychodzących BIZ na efektywność lokalnych przedsiębiorstw [Haskel, Pereira i Slaughter 2007]. I tu, podobnie jak w poprzednich badaniach, wnioski bywają różne – od wskazujących na ich pozytywny wpływ [Haskel, Pereira i Slaughter 2007; Greenaway, Sousa i Wakelin 2004] po stwierdzające negatywne oddziaływanie przychodzących BIZ na innowacyjność przedsiębiorstw lokalnych, ale pozytywny wpływ na efektywność [García, Jin i Salomon 2013]. Uważa się, że pewne znaczenie dla kierunku tego oddziaływania ma charakter gospodarki, którego badanie dotyczy, określony przez stopień jej ekonomicznego rozwoju [Greenaway i Kneller 2007; Şeker 2012] oraz charakter napływających inwestycji zagranicznych i form aktywności zagranicznych przedsiębiorstw w gospodarce goszczącej.

Na przykład Greenaway, Sousa i Wakelin [2004] dowodzą, że w rozwiniętej gospodarce, jaką jest gospodarka UK, przychodzące BIZ pozytywnie wpływają na eksport lokalnych przedsiębiorstw, jeśli przedsiębiorstwa międzynarodowe ponoszą lokalnie nakłady na B+R i same prowadzą działalność eksportową. Z kolei García, Jin i Salomon [2013] wskazują, że BIZ przychodzące do przedsiębiorstw hiszpańskich oraz branż, w których te przedsiębiorstwa działają, wpływają negatywnie na innowacyjność lokalnych przedsiębiorstw. Sugerują, że zagraniczne przedsiębiorstwa nie polegają na innowacjach swoich hiszpańskich spółek, lecz zastępują je innowacjami pochodzącymi z własnego kraju lub przenoszą odpowiedzialność za innowacje do macierzystego przedsiębiorstwa. Podobnie negatywny wpływ na innowacyjność lokalnych przedsiębiorstw wywierają BIZ na poziomie branży, wypychając lokalne innowacje i skazując lokalne przedsiębiorstwa do działania w mniej zyskownych niszach. Badacze ci podkreślają jednak, że inwestycje zagraniczne, zarówno na poziomie przedsiębiorstw, jak i branży, pozytywnie oddziałują na efektywność lokalnych

przedsiębiorstw. W wyniku pewnej kombinacji konkurencji i efektów ubocznych związanych z wiedzą przedsiębiorstwa lokalne wprowadzają bardziej efektywne metody wytwarzania lub – przejęte przez zagranicznych partnerów – wykorzystują na lokalnym rynku ich wyróżniające kompetencje w zakresie wiodących metod produkcji. García, Jin i Salomon uważają, że przychodzące BIZ mogą być korzystne dla lokalnych przedsiębiorstw mniej efektywnych od swych zagranicznych partnerów, podnosząc ich efektywność i pomagając w modernizacji produkcji. Mają jednak szkodliwy wpływ na ich innowacyjny potencjał, bo chociaż zagraniczne przedsiębiorstwa przynoszą ze sobą wyróżniające kompetencje technologiczne, mogą redukować zdolność lokalnych przedsiębiorstw do wdrażania własnych innowacji.

#### 4.4. Internacjonalizacja i innowacyjność a usieciowienie

Przegląd literatury dotyczącej internacjonalizacji i innowacyjności przedsiębiorstw przeprowadzony w pierwszych dwóch rozdziałach tego opracowania pokazuje, że powiązania sieciowe przedsiębiorstwa pozytywnie wpływają na internacjonalizację, jak również na innowacyjność przedsiębiorstwa. Powiązania dwu- i wielostronne, zarówno bezpośrednie, jak i pośrednie, stanowią źródło wiedzy rynkowej i technologicznej ułatwiającej i przyspieszającej uczenie się przedsiębiorstw, niezbędne w procesie internacjonalizacji i w procesach innowacyjnych. Można więc się spodziewać, że usieciowienie przedsiębiorstwa będzie też korzystnie wpływać na powiązanie między internacjonalizacją a innowacyjnością przedsiębiorstw.

Badania dotyczące wpływu dwu- i wielostronnych powiązań przedsiębiorstwa z różnymi podmiotami na związek między innowacyjnością a internacjonalizacją przedsiębiorstwa nie są jednak prowadzone na szerszą skalę. W literaturze zagranicznej zainteresowanie wpływem współpracy i sieci na innowacyjność przedsiębiorstw jest ogromne, ale w ramach tych badań rzadko podejmuje się wprost kwestię, czy innowacyjność przedsiębiorstwa rozwijana we współpracy z innymi podmiotami przekłada się na wzrost eksportu bądź wyższy stopień internacjonalizacji przedsiębiorstwa. Wiele badań pośrednio wskazuje, że wyższy stopień innowacyjności osiągnięty dzięki powiązaniom sieciowym przedsiębiorstwa ułatwia ekspansję międzynarodową, ale wnioski te mieszczą się w rozważaniach poświęconych sieciowemu podejściu do innowacyjności przedsiębiorstw, które zaprezentowano w rozdziale drugim.

Podobnie jest z badaniami poświęconymi zależności odwrotnej – wpływowi usieciowienia na związek internacjonalizacji z innowacyjnością przedsiębiorstw. Większość badań, które można byłoby tu przywołać, dotyczy sieciowych form internacjonalizacji, takich jak wspomniane wyżej nowe międzynarodowe przedsiębiorstwa (*international new ventures*), międzynarodowe spółki kapitałowe (*international joint ventures*), międzynarodowe sieci wewnątrz korporacyjne etc., będących dziś głównym sposobem na przyspieszenie procesu uczenia się, prowadzącego do wzrostu innowacyjności i konkurencyjności przedsiębiorstw, które w nich uczestniczą. Uzupełniają to badania dotyczące umiędzynarodowienia działalności B+R, której przesłanką jest stworzenie dostępu do zróżnicowanej, wyróżniającej wiedzy stanowiącej podstawę innowacji [Penner-Hahn i Shaver 2005; Nieto i Rodríguez 2011].

Od końca lat 90. ubiegłego wieku umiędzynarodowienie działalności B+R rozwija się bardzo dynamicznie w ramach różnych form organizacyjnych [Szymura-Tyc 2011, 2012], szczególnie szybko w ramach korporacji transnarodowych, tworzących międzynarodowe sieci innowacyjne. Badania dowodzą, że innowacyjność takich sieci zależy w dużej mierze od strategii i struktury korporacji transnarodowych mających wpływ na integrację i rekombinację wiedzy związanej ze zdolnościami technologicznymi rozproszonymi w skali międzynarodowej [Zander 1999, 2002]. Nieto i Rodríguez dowodzą z kolei, że również forma koordynacji działań B+R prowadzonych w skali międzynarodowej może mieć znaczenie dla wprowadzanych innowacji. *Outsourcing* działalności B+R do filii korporacji (*captive offshoring*) przynosi szczególnie pozytywne efekty w przypadku innowacji produktowych, nieco mniejsze w przypadku procesowych. Także *outsourcing* działań B+R do zagranicznych partnerów (*offshore outsourcing*) może dać dobre rezultaty, ale wymaga większego zaangażowania przedsiębiorstwa w nieformalne kontakty, które zapewnią realizację umowy [Nieto i Rodríguez 2011].

#### 4.5. Internacjonalizacja, innowacyjność i usieciowienie polskich przedsiębiorstw

Dokonany tu przegląd literatury zagranicznej dotyczącej powiązań między internacjonalizacją, innowacyjnością i usieciowieniem przedsiębiorstw powinien zostać uzupełniony o przegląd literatury polskiej, prezentującej wynik badań prowadzonych w Polsce.



W literaturze polskiej rozważania na temat związków między internacjonalizacją, innowacyjnością i usieciowieniem czy współpracą polskich przedsiębiorstw oraz ich badania empiryczne są zazwyczaj prowadzone w parach: internacjonalizacja i innowacyjność [np. Mińska-Struzik 2014; Lewandowska i Gołębiowski 2012a, 2012b], internacjonalizacja i sieci [np. Fonfara 2009; Gorynia i Jankowska 2008; Ratajczak-Mrozek 2010; Małys 2013; Rosińska-Bukowska 2012] oraz innowacyjność i współpraca lub usieciowienie przedsiębiorstw [np. Sudolska 2011; Klimas 2014; Lewandowska 2014a, 2014b; Bojewska 2015]. Nieliczne odnoszą się do internacjonalizacji, innowacyjności i powiązań sieciowych łącznie [np. Kozioł-Nadolna 2013; Lewandowska i Danik 2013; Szymura-Tyc i Lewandowska 2014; Matysiewicz, Babińska i Smyczek 2014]. Większość tych studiów jest opartych na badaniach empirycznych, dając szeroki obraz powiązań, które występują między tymi trzema obszarami aktywności polskich przedsiębiorstw. Badania te dotyczą różnych typów przedsiębiorstw – małych i średnich (MSP), jak i zróżnicowanych pod względem wielkości. Badania są prowadzone głównie w sektorze przemysłowym, ale także usługowym [Matysiewicz, Babińska i Smyczek 2014], w różnych branżach – zarówno zaawansowanych technologicznie [Ratajczak-Mrozek 2010; Mińska-Struzik 2014], jak i mniej zaawansowanych oraz zróżnicowanych pod tym względem. Zdecydowanie najczęściej badania dotyczą przedsiębiorstw, ale są też prowadzone na poziomie klastrów i sieci biznesowych [Gorynia i Jankowska 2008; Rosińska-Bukowska 2012; Klimas 2014]. Coraz częściej w prowadzonych analizach sięga się do zaawansowanych metod analizy statystycznej i ekonometrycznej pozwalających wnioskować o współzależności tych zjawisk lub o istniejących związkach przyczynowo-skutkowych.

Najwięcej wiadomo na temat wpływu innowacji na eksport polskich przedsiębiorstw. W szczególności badania prowadzone na podstawie danych statystycznych gromadzonych w skali międzynarodowej w ramach CIS (*Community Innovation Survey*) dostarczają wiedzy na temat związku innowacji z działalnością eksportową przedsiębiorstw. Badania empiryczne, prowadzone na reprezentatywnej próbie polskich przedsiębiorstw przemysłowych, dowodzą, że wdrażanie innowacji produktowych wpływa pozytywnie na intensywność eksportu nowych produktów (udział eksportu nowych produktów w ich sprzedaży ogółem). Pozytywny, ale słabszy wpływ na intensywność eksportu wywiera także wprowadzenie innowacji marketingowej i organizacyjnej [Lewandowska i Gołębiowski 2014]. Poszukując komplementarności między różnymi typami innowacji, Lewandowska i Gołębiowski badają także relacje między innowacjami produktowymi i marketingowymi oraz procesowymi i organizacyjnymi



polskich eksporterów [Lewandowska i Gołębiowski 2012b, 2012a]. Dowodzą, że komplementarność występuje między innowacjami produktowymi i marketingowymi; produktowymi i organizacyjnymi; produktowymi, procesowymi i marketingowymi; produktowymi, marketingowymi i organizacyjnymi oraz, że wszystkie te kombinacje innowacji mają pozytywny wpływ na eksport, z wyjątkiem wszystkich czterech typów innowacji łącznie. Prowadzi to do wniosku, że wdrażanie wielu typów innowacji, obejmujących zarówno innowacje technologiczne (produktowe i procesowe), wymagające nakładów na B+R, jak i nietechnologiczne (marketingowe i organizacyjne), pozwala osiągać efekty synergiczne, które prowadzą do lepszych wyników w eksporcie nowych lub ulepszonych produktów polskich przedsiębiorstw [Lewandowska i Gołębiowski 2014].

Mniej badań dotyczy zależności odwrotnej, czyli wpływu eksportu, czy szerzej – internacjonalizacji polskich przedsiębiorstw na ich funkcjonowanie, wpisujących się w ogólną koncepcję uczenia się przez eksport (*learning by exporting* – LBE). Interesujący przegląd wyników badań nad efektem uczenia się przez eksport stanowi opracowanie Gabrielczaka i Serwacha [2012]. Podsumowują oni wyniki badań empirycznych prowadzonych w Polsce, mogące stanowić podstawę testowania hipotezy LBE. Cytują tutaj wyniki badań Hagemejera [2006], prowadzone na reprezentatywnej próbie polskich przedsiębiorstw, które pokazują, że przed akcesją Polski do Unii Europejskiej wzrastał odsetek przedsiębiorstw eksportujących oraz takich, których sprzedaż na rynkach zagranicznych stanowiła więcej niż 2,5 procent. Z kolei badania Puchalskiej [2010] dotyczące przedsiębiorstw przemysłu przetwórczego wskazały, że w 2008 roku 25 procent eksporterów osiągało z eksportu przychody większe niż 50 procent i może być uznane za przedsiębiorstwa wyspecjalizowane w eksporcie. Co więcej, udział tego typu przedsiębiorstw w przemyśle przetwórczym stale wzrastał, szybciej niż udział eksporterów ogółem. Cytowane badania wskazują na wzrost intensywności eksportu polskich przedsiębiorstw i coraz większy udział takich przedsiębiorstw, dla których eksport jest nie mniej ważny od sprzedaży na rynku krajowym.

Hagemeyer [2006] bada czynniki wpływające na decyzję przedsiębiorstw o eksporcie i potwierdza hipotezę autoselekcji, dowodząc, że bardziej produktywnie przedsiębiorstwa podejmują działalność eksportową. Największy wzrost produktywności odnotowują przedsiębiorstwa w momencie podjęcia eksportu, po czym w kolejnych okresach produktywność spada. Hipoteza o wpływie uczenia się przez eksport (LBE), nie znalazła potwierdzenia, aczkolwiek odnotowano, że wzrost produktywności przedsiębiorstw wchodzących na rynek zagraniczny zaczyna rosnąć po 4 latach. Przeprowadzone badanie kończy przypuszczenie,

że zależność produktywność-eksport ma charakter krótkookresowy, a zależność eksport–produktywność – długookresowy.

Nieco późniejsze badania Hagemejera i Kolasy [2011] dotyczące przedsiębiorstw przemysłowych i usługowych w Polsce pokazują wpływ typów i form internacjonalizacji, stopnia jej intensywności oraz trwałości na produktywność przedsiębiorstw. Uwzględnili oni w swoich badaniach średnie i duże przedsiębiorstwa oraz trzy formy internacjonalizacji: zagraniczne inwestycje bezpośrednie (BIZ), eksport oraz import dóbr kapitałowych. Badania pokazały, że przedsiębiorstwa te często biorą udział w więcej niż jednej formie internacjonalizacji. Bardziej umiędzynarodowione przedsiębiorstwa są nie tylko bardziej produktywne, ale także wzrost ich produktywności jest szybszy niż przedsiębiorstw nieumiędzynarodowionych. Badania Hagemejera i Kolasy potwierdziły ponadto występowanie tzw. horyzontalnych efektów ubocznych (*horizontal spillovers*) związanych z wpływem dyfuzji wiedzy eksporterów na produktywność przedsiębiorstw z danej branży, zakończone wnioskiem, że umiędzynarodowienie przedsiębiorstw ma korzystny makroekonomiczny wpływ na funkcjonowanie gospodarki polskiej.

Wnioski z powyższych analiz uzupełniają rezultaty badań dotyczących wpływu międzynarodowych przedsiębiorstw na eksport rodzimych przedsiębiorstw przeprowadzone przez Cieślaka i Hagemejera [2014]. Dowiodły one występowania pozytywnych skutków ubocznych działalności przedsiębiorstw międzynarodowych na eksport przedsiębiorstw lokalnych na poziomie branży oraz potwierdziły przypuszczenie o wpływie indywidualnej zdolności absorpcyjnej na wystąpienie efektu uczenia się przedsiębiorstw przez internacjonalizację wewnętrzną.

Analizy związków między internacjonalizacją a funkcjonowaniem przedsiębiorstw prowadzono także na mniejszych próbach badawczych. W 2008 przeprowadzono badania empiryczne wpływu stopnia internacjonalizacji grup kapitałowych w Polsce na efektywność ich funkcjonowania [Romanowska 2011]. W badaniach tych posłużono się syntetycznymi wskaźnikami internacjonalizacji, które pozwoliły dokonać pomiaru stopnia międzynarodowego zaangażowania badanych grup i potwierdziły przypuszczenie o niskim stopniu ich internacjonalizacji. Wskazały także, że polskie grupy kapitałowe koncentrują się na rynku krajowym i rynkach sąsiednich, wybierając najczęściej dywersyfikację geograficzną działalności. Przeprowadzone badania nie potwierdziły jednak pozytywnego wpływu stopnia internacjonalizacji na wyniki ekonomiczne badanych grup kapitałowych.

Wpływowi stopnia internacjonalizacji na wyniki finansowe przedsiębiorstw były też poświęcone badania Karasiewicza [2013], którymi zostało objętych

ok. 300 przedsiębiorstw notowanych na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie. Autor deklaruje holistyczne podejście badawcze wyrażające się w analizowaniu marketingowych strategii internacjonalizacji polskich przedsiębiorstw w kontekście ich decyzji strategicznych, organizacyjnych i finansowych. W badaniu stopnia internacjonalizacji uwzględniono obecność na rynkach zagranicznych oraz udział sprzedaży zagranicznej w całkowitych przychodach przedsiębiorstwa, czas obecności na rynkach zagranicznych, zasięg i zakres ekspansji sprzedażowej i kapitałowej, zróżnicowanie strategii wejścia na rynki zagraniczne oraz konfigurację działań łańcucha wartości realizowanych w kraju i za granicą. Przeprowadzone badania potwierdziły niski stopień internacjonalizacji badanej grupy przedsiębiorstw. Wykazały także, że przedsiębiorstwa prowadzące działalność na rynkach zagranicznych osiągają słabsze wyniki finansowe niż przedsiębiorstwa funkcjonujące na rynku krajowym.

Ten krótki przegląd wybranych wyników badań empirycznych dotyczących wpływu internacjonalizacji na efektywność przedsiębiorstw wskazuje, że problematyka ta jest przedmiotem zainteresowania wielu badaczy w Polsce. Niestety badania dotyczące wpływu eksportu na innowacje nie są tak liczne. Jednym z tych niewielu przykładów są badania Lewandowskiej i Gołębiowskiego prowadzone na danych CIS, które wskazują na brak wpływu eksportu na innowacje produktowe, procesowe, marketingowe i organizacyjne wprowadzane przez polskie przedsiębiorstwa obserwowanego w krótkim okresie [Lewandowska i Gołębiowski 2014].

Najszerszym studium poświęconym wpływowi eksportu na innowacje polskich przedsiębiorstw jest praca Mińskiej-Struzik [2014]. Przedstawia ona wyniki badań empirycznych prowadzone na reprezentatywnej próbie przedsiębiorstw przemysłu przetwórczego (CIS) i na próbie przedsiębiorstw zaawansowanych technologii metodą ankietową (analiza ilościowa) oraz wyniki badań jakościowych z wykorzystaniem metody wielokrotnego studium przypadków. Badania wykazały, że efekt uczenia się przez eksport jest największy w przedsiębiorstwach zaawansowanych technologicznie i sprzyja wprowadzaniu innowacji produktowych. Wprowadzenie innowacji jest silniej powiązane z eksportem, jeśli jest on bardziej intensywny i regularny. Okazało się także, że bardziej skłonne do wprowadzania innowacji są przedsiębiorstwa eksportujące na bardziej zdyswersyfikowane rynki pod względem poziomu rozwoju gospodarczego.

Jeśli chodzi o badania empiryczne dotyczące wpływu współpracy czy usieciowienia na powiązanie między internacjonalizacją a innowacyjnością polskich przedsiębiorstw, to nie są one często prowadzone. Jednym z nich jest badanie na danych CIS reprezentatywnej próby przedsiębiorstw przemysłowych, które

nie tylko potwierdziło wpływ innowacji produktowych, procesowych i organizacyjnych na eksport, ale wskazało także, że współpraca innowacyjna z zagranicznymi partnerami pozytywnie wpływa na powiązanie między innowacją produktową a eksportem [Szymura-Tyc i Lewandowska 2014]. Badania empiryczne dotyczące związków między innowacjami a eksportem oraz współpracą polskich przedsiębiorstw są też prowadzone na mniejszych, niereprezentatywnych próbach, za pomocą badań bezpośrednich, co pozwala pogłębić analizę o aspekty nieuwzględniane w badaniu CIS. I tak np. badano wpływ różnego rodzaju barier związanych ze współpracą innowacyjną polskich eksporterów, wskazując na zróżnicowanie partnerów współpracy w zależności od typu innowacji, pozytywny wpływ zagranicznych klientów na intensywność eksportu oraz zróżnicowanie barier współpracy dla poszczególnych typów innowacji [Lewandowska 2012; Lewandowska i Danik 2013]. Badania wpływu usieciwienia na zależność odwrotną między internacjonalizacją i innowacyjnością przedsiębiorstw w Polsce nie są autorce znane.

Uczestnictwo w sieci ma także wpływ na umiędzynarodowienie przedsiębiorstw, wpływając na szybkość procesu internacjonalizacji i osiągnięte rezultaty. Badania Fonfary [2009] wskazują, że zachowania polskich przedsiębiorstw różnią się, jeśli chodzi o nastawienie do współpracy z podmiotami zagranicznymi oraz stopień jej formalizacji. Wyróżniono tu cztery typy zachowań przedsiębiorstw – aktywny, uległy, niezależny i nieufny realista. Badania pokazały, że poszczególne typy zachowań skutkują nie tylko różnym przebiegiem procesu internacjonalizacji, ale przekładają się także na osiąganą efektywność, największą w przypadku przedsiębiorstw „aktywnych” i „niezależnych”. Te pierwsze to przedsiębiorstwa, które są zaangażowane w kształtowanie szerokich, formalnych kontaktów oraz współpracują z podmiotami otoczenia zagranicznego i krajowego. Te drugie – unikają powiązań w sieci i świadomie ograniczają formalne kontakty oraz współpracę z podmiotami krajowymi i zagranicznymi w procesie internacjonalizacji.

Badania Małysa [2013] dowodzą ponadto, że najkorzystniej na wyniki funkcjonowania przedsiębiorstw wpływa rozwijanie silnych powiązań sieciowych z nabywcami, dostawcami i pośrednikami na rynkach zagranicznych. Pokazują także, że powiązania społeczne, relacyjne mają bardzo duży wpływ na efektywność współpracy z tymi podmiotami, niezależnie od powiązań ekonomicznych, które je wiążą z przedsiębiorstwem. Blisko połowa badanych przedsiębiorstw deklaruje także współpracę z konkurentami na rynkach zagranicznych, ale tworzone relacje cechuje brak zaufania i zaangażowania.

Dodatkowy wgląd w rolę współpracy, będącej podstawą usieciwienia przedsiębiorstw, na zależność między internacjonalizacją a efektywnością

funkcjonowania przedsiębiorstw w Polsce dostarczają badania Rószkiewicz i Strzyżewskiej [2011]. Wskazują one, że przy niskim stopniu internacjonalizacji przedsiębiorstw ich zaangażowanie we współpracę nie prowadzi do wzrostu efektywności (rentowności). Dopiero przy wyższym stopniu umiędzynarodowienia zaangażowanie przedsiębiorstwa we współpracę wpływa pozytywnie na osiągnięte efekty.

## Podsumowanie

Jak widać z dokonanego tu przeglądu literatury zagranicznej i polskiej, prezentującej wyniki badań empirycznych powiązań między internacjonalizacją i innowacyjnością przedsiębiorstw, wiele z nich dowodzi istnienia bezpośredniego, pozytywnego związku między internacjonalizacją a innowacyjnością. Zdecydowanie większe wsparcie w badaniach empirycznych ma hipoteza o wpływie innowacyjności przedsiębiorstw na ich internacjonalizację. Istnieje jednak sporo badań empirycznych mówiących o występowaniu zależności odwrotnej – wpływie internacjonalizacji na innowacyjność przedsiębiorstw. Wpływ ten wywiera zarówno internacjonalizacja zewnętrzna, jak i wewnętrzna. Badania koncentrują się na formach wymiany międzynarodowej – głównie eksporcie, rzadko imporcie oraz bezpośrednich inwestycjach zagranicznych BIZ – częściej wychodzących niż przychodzących. Bardzo rzadko analizowany jest wpływ obu typów internacjonalizacji na innowacyjność przedsiębiorstw.

W wielu badaniach stwierdza się, że wpływ internacjonalizacji na innowacyjność przedsiębiorstw zależy od osiągniętego stopnia internacjonalizacji – intensywności eksportu, zagranicznego zaangażowania kapitałowego, zakresu przestrzennego prowadzonej działalności międzynarodowej. Pozytywny wpływ internacjonalizacji na innowacyjność przedsiębiorstw obserwuje się częściej w krajach mniej rozwiniętych, względem tych, które są z nimi powiązane przez wymianę międzynarodową lub BIZ. Badania wskazują, że internacjonalizacja może wspierać zarówno małe, jak i duże przedsiębiorstwa – częściej i szybciej małe, duże rzadziej i później, ale w większym stopniu, pod warunkiem przekroczenia przez nie pewnego progu internacjonalizacji i posiadania odpowiedniej zdolności absorpcji wiedzy, pozwalającej im uczyć się przez internacjonalizację.

Stosunkowo mało badań empirycznych, w szczególności o charakterze ilościowym, dotyczy wpływu niekapitałowych form międzynarodowego zaangażowania (*non-equity modes* – NEMs) na innowacyjność przedsiębiorstw, mimo że

są one dziś najbardziej dynamicznie rozwijającymi się formami internacjonalizacji, uzupełniającymi formy konwencjonalne, takie jak eksport/import czy BIZ. Dzieje się tak, mimo że sieciowe formy internacjonalizacji są uważane za skuteczny sposób przyspieszenia procesu uczenia się przedsiębiorstw, uznawanego za czynnik stymulujący innowacyjność i kreatywność przedsiębiorstw.

Dość słabo jest również rozpoznany wpływ powiązań sieciowych na związek między internacjonalizacją a innowacyjnością przedsiębiorstw. Mimo rozległych studiów i badań poświęconych wpływowi współpracy i sieci na innowacyjność, relatywnie mało badań empirycznych dotyczy wpływu usieciwienia przedsiębiorstw na powiązanie między internacjonalizacją a innowacyjnością przedsiębiorstw. Można jedynie przypuszczać, że przedsiębiorstwa, które przez powiązania sieciowe zyskują szerszy dostęp do wiedzy i zasobów wielu partnerów, wykorzystują lepiej osiągnięty stopień internacjonalizacji do wzmocnienia swojej innowacyjności niż przedsiębiorstwa niemające dostępu do sieci.