



Magdalena Hofman-Kohlmeyer

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
Wydział Informatyki i Komunikacji
Katedra Zarządzania Relacjami Organizacji
magdalena.hofman-kohlmeyer@edu.uekat.pl

**PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ MIĘDZYNARODOWA
W ŚWIETLE BADAŃ NAUKOWYCH
– PRZEGLĄD LITERATURY**

Streszczenie: Począwszy od roku 2006, wschodzącym kierunkiem badań stało się pojęcie przedsiębiorczości międzynarodowej oraz tkwiących w niej możliwościach dla współczesnych przedsiębiorstw. Niniejszy artykuł ma na celu przedstawienie istoty przedsiębiorczości międzynarodowej oraz kierunków badań prowadzonych od czasu pojawienia się tego zagadnienia do czasów obecnych. Aby osiągnąć założony cel, autor posłużył się metodą przeglądu literatury. Analiza wykazała liczne nieścisłości dotyczące definicji przedsiębiorczości międzynarodowej. Zidentyfikowano również główne nurty badań prowadzonych na przestrzeni kilkunastu lat oraz najczęstsze formy przedsiębiorczości międzynarodowej.

Słowa kluczowe: przedsiębiorczość międzynarodowa, internacjonalizacja, biznes międzynarodowy, born globals, przedsiębiorstwo sieciowe.

JEL Classification: F23.

Wprowadzenie

Szybki postęp technologiczny i rozwój Internetu otworzył nowe możliwości dla przedsiębiorstw na rynku międzynarodowym. Począwszy od roku 2006, wschodzącym kierunkiem rozważań naukowych stała się rola perspektyw tkwiących w przedsiębiorczości międzynarodowej [Angelsberger i in., 2017, s. 20]. Zwrócono również uwagę na zachowania małych przedsiębiorstw, które wcześniej były uznawane za niezdolne do konkurencyjności na rynku globalnym ze względu na ograniczone środki. Małe firmy stanowią od 75% do 99% wszyst-

kich przedsiębiorstw w krajach rozwiniętych, co oznacza, że odgrywają większą rolę w biznesie międzynarodowym niż wcześniej oceniano [Mtigwe, 2006, s. 5-6]. Ze względu na rosnącą konkurencję oraz szybki postęp technologiczny, coraz więcej małych i średnich firm podejmuje działania w kierunku internacjonalizacji w krótkim czasie po założeniu lub nawet w pierwszym roku działania. Pojawiło się wiele typów przedsiębiorstw znanych jako np. urodzeni globaliści czy przedsiębiorstwa wcześniej umiędzynarodowione [Andersson, 2011, s. 627].

Celem niniejszego artykułu jest przybliżenie rozwoju tematyki przedsiębiorczości międzynarodowej oraz kierunków podjętych badań naukowych w tej dziedzinie. Aby zrealizować zamierzony cel dokonano przeglądu dostępnej literatury przedmiotu. W pierwszej kolejności podjęto próbę zdefiniowania przedsiębiorczości międzynarodowej, następnie przedstawiono zagadnienia podejmowane w badaniach naukowych na przestrzeni ostatnich lat oraz kierunki przyszłych badań rekomendowane przez ich autorów. Opracowanie zakończono podsumowaniem.

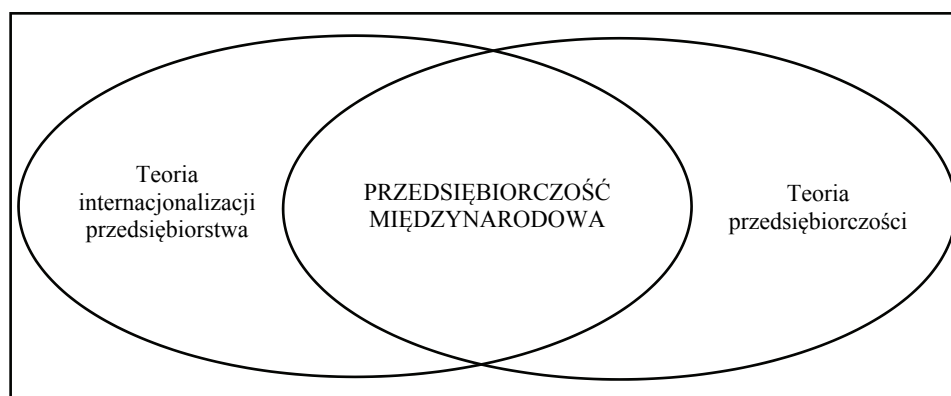
1. Pojęcie przedsiębiorczości międzynarodowej

Pojęcie przedsiębiorczości nie posiada jednej definicji, niemniej jednak przy różnych próbach jej stworzenia, najczęściej uwidaczniany jest wymiar ekonomiczny. J.M. Dollinger definiuje przedsiębiorczość jako tworzenie innowacyjnych jednostek gospodarczych lub sieci organizacji aby osiągnąć korzyści lub wzrost w warunkach ryzyka i niepewności. Z kolei F. Bławat pisze, że przedsiębiorczość jest jednym z czynników pozwalających bardziej efektywnie działać jednej jednostce ludzkiej lub przedsiębiorstwu [Gołębiowski, 2014, s. 10-11].

Pojęcie przedsiębiorczości międzynarodowej ma swoje początki w 1988 r., kiedy J. Morrow zasugerował, że technologiczny postęp i świadomość kulturowa pozwala na podjęcie nowych przedsięwzięć w zakresie niewykorzystanych dotąd rynków zagranicznych. Według P.P. McDougall i B.M. Oviatta, przedsiębiorczość międzynarodowa obejmuje nowe i innowacyjne działania przekraczające granice państwa w celu wykreowania wartości i wzrostu organizacji [Allen, 2016, s. 95]. E. Duliniec [2013, s. 33] przytacza definicję, która określa przedsiębiorczość międzynarodową jako proces kreatywnego odkrywania i wykorzystywania możliwości znajdujących się poza macierzystym rynkiem przedsiębiorstwa w poszukiwaniu przewagi konkurencyjnej. Pojęcie przedsiębiorczości międzynarodowej jest mało spotykane w polskiej literaturze. Zazwyczaj jest definiowane poprzez dodawanie samej przedsiębiorczości cech międzyna-

wych lub ogranicza się do prowadzenia działalności międzynarodowej [Nowacki, 2014, s. 15]. W literaturze zagranicznej z zakresu zarządzania międzynarodowego znalazło zastosowanie do opisu firm prowadzących innowacyjne działania poza granicami państwa, bez względu na wiek firmy i rozmiar [Al-Aali i Teece, 2014, s. 96].

Pomimo iż przedsiębiorczość międzynarodowa ma swoje początki w późnych latach 80. XX w., jako odrębny obszar badań zaistniała dopiero w połowie lat 90. [Daszkiewicz, 2014, s. 208]. T. Krasicka [2012, s. 12] twierdzi, że przedsiębiorczość międzynarodową można traktować jako jedno z podejść badawczych do internacjonalizacji z perspektywy przedsiębiorczej lub jako nowy obszar badawczy w zakresie teorii przedsiębiorczości, działający na styku teorii przedsiębiorczości i teorii internacjonalizacji przedsiębiorstwa. W drugim wariancie analizie podlegają mechanizmy przedsiębiorcze, przy czym zakres tej analizy zmienia się z krajowego na międzynarodowy [Daszkiewicz, 2014, s. 215]. Podejście to ilustruje poniższy schemat.



Rys. 1. Przedsiębiorczość międzynarodowa jako obszar badań

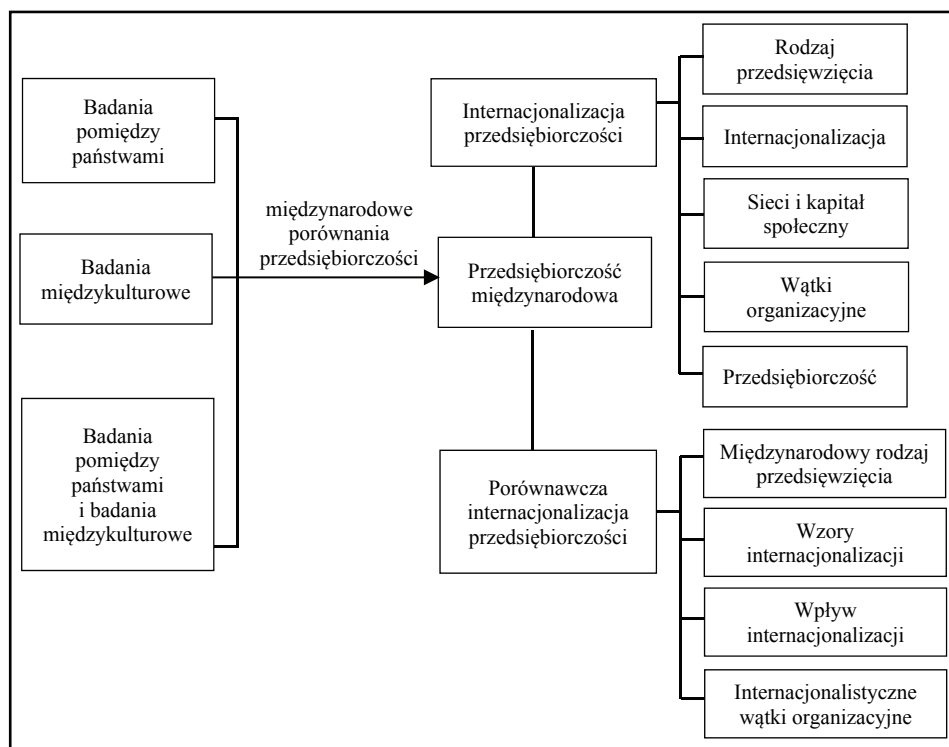
Źródło: Daszkiewicz [2014, s. 215].

Część naukowców, w tym K. Wach i C. Wehrmann (2014, s. 14), pisze że przedsiębiorczość międzynarodowa znajduje się na granicy trzech dyscyplin naukowych, mianowicie przedsiębiorczości, międzynarodowego biznesu i zarządzania strategicznego. Powiązane ze sobą międzynarodowa przedsiębiorczość i międzynarodowy biznes różnią się od siebie teorią internacjonalizacji, teorią kosztów transakcyjnych oraz ekonomicznymi czynnikami prowadzącymi do internacjonalizacji. Zarządzanie strategiczne obejmuje aktywa, możliwości i strategię biznesową stosowaną w biznesie zagranicznym [Allen, 2016, s. 96].

K. Wach [2014b, s. 434] podkreśla, że przedsiębiorczość międzynarodową należy traktować w dwojaki sposób. Po pierwsze, jest ona autonomicznym obszarem badawczym w obrębie przedsiębiorczości. Po drugie, przedsiębiorczość międzynarodowa może być rozumiana jako jedno z podejść badawczych w zakresie internacjonalizacji przedsiębiorstw [Daszkiewicz, 2014, s. 212].

1.1. Przedsiębiorczość międzynarodowa w świetle badań naukowych

W ostatnich dwóch dekadach wystąpił znaczący rozwój badań nad przedsiębiorczością międzynarodową. M.V. Jones w 2011 r. podzielił te badania na trzy kategorie: internacjonalizacja przedsiębiorczości, międzynarodowe porównania przedsiębiorczości i porównawcza internacjonalizacja [Jones i in., 2011, s. 633]. Te nurty prezentują główne kierunki badań a każdy z nich obejmuje różne obszary przedsiębiorczości na tle międzynarodowym (rys. 2).



Rys. 2. Obszary tematyczne badań nad przedsiębiorczością międzynarodową

Źródło: Allen [2016, s. 97].

Od 1989 do 1996 r. badania skupiały się na internacjonalizacji przedsiębiorczości, tzn. na przedsiębiorczości, która przekracza granice państwa, uwzględnia rodzaj przedsięwzięcia, sieci i kapitał społeczny oraz wątki organizacyjne. Kluczowym elementem stało się wyjaśnianie dlaczego, jak i poprzez jakie środki organizacje angażują się w biznesy przekraczające granice. Rodzaj przedsięwzięcia pokazuje cechy charakterystyczne przedsiębiorstwa, które umożliwiają konkurowanie na rynku międzynarodowym. Internacjonalizacja odkrywa wzory i procesy międzynarodowej ekspansji, różnorodność sposobów wejścia firm na międzynarodowe rynki jak również wpływy i wyniki internacjonalizacji. Sieci i kapitał społeczny skupiają się na odpowiedzi na pytanie, jak firmowe powiązania w sieci oddziałują na wejście na rynek zagraniczny oraz na sposoby wejścia. Badania dotyczące wątków organizacyjnych i przedsiębiorczości zbiorowej skupiają się na wynikach organizacji, orientacji, wiedzy i zdolnościach uzyskanych z międzynarodowej przedsiębiorczości. Badania nad internacjonalizacją przedsiębiorczości wykazały pozytywny związek pomiędzy międzynarodową przedsiębiorczą orientacją a kilkoma wskaźnikami międzynarodowej działalności, jak np. rozmiar, w jakim organizacje aktywnie poszukują możliwości i sprzedają produkty bądź usługi na zagranicznych rynkach.

Pomiędzy 1990 a 2002 r. nastąpił nowy etap badań dotyczących międzynarodowych porównań rozwoju przedsiębiorczości, obejmujący porównanie danych zebranych w różnych krajach, którego celem była ocena poziomu przedsiębiorczości każdego kraju oraz różnic kulturowych. Naukowcy oparli swoje badania na trzech obszarach tematycznych: badania pomiędzy państwami, badania międzykulturowe oraz połączenie badań pomiędzy krajami z badaniami międzykulturowymi. Prace skupiały się na behawioralnych różnicach pomiędzy przedsiębiorcami różnych państw oraz na ocenie wartości kulturalnych i miały na celu określenie wpływu kultury na przedsiębiorcze zachowanie. Wyniki pokazywały wpływ narodowych kultur na indywidualne zachowania przedsiębiorcze.

Porównawcza internacjonalizacja przedsiębiorczości jest najnowszym obszarem badawczym w zakresie międzynarodowej przedsiębiorczości. Począwszy od 2001 r., naukowcy zaczęli używać międzynarodowych danych, aby porównać internacjonalizację przedsiębiorczości. Badania zawierały międzynarodowe rodzaje przedsięwzięć, wzory internacjonalizacji, wpływ internacjonalizacji oraz wątki organizacji. Wzory internacjonalizacji na początku powstania firmy mogą być zależne od globalnej wizji założyciela (przedsiębiorcy). Kraj pochodzenia przedsiębiorcy oraz rodzaj kultury ma wpływ na odkrywanie, wprowadzanie w życie, ocenę oraz wykorzystanie możliwości biznesowych za granicą. Podsumowując, badania ustaliły, że wzór internacjonalizacji jest zależny od pocho-

dzenia i kultury narodowej założyciela firmy. Dalsze wnioski uzyskane z analizy porównawczej internacjonalizacji sugerują, że przedsiębiorczy zespół wraz z założycielem firmy sprzyjają międzynarodowej orientacji biznesu. Raporty z badań z tego okresu wskazują, że międzynarodowa przedsiębiorcza orientacja jest charakterystyczna dla tak zwanych urodzonych globalnych firm. Uogólniając, międzynarodowa przedsiębiorcza orientacja jest rozważana jako behawioralna cecha, charakterystyczna dla jednostek biznesowych, które rozpoczynając swoją działalność, poszukują możliwości uzyskania przewagi konkurencyjnej poprzez działania rozmieszczone w różnych krajach [Allen, 2016, s. 97-98].

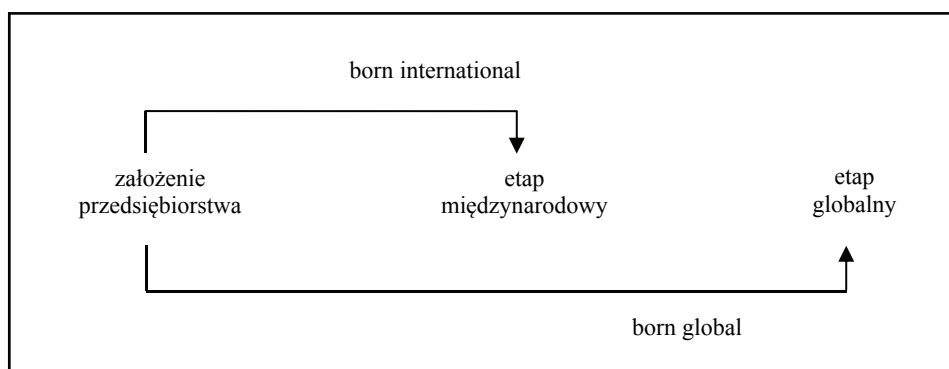
Ważną część obszaru badań w zakresie przedsiębiorczości międzynarodowej stanowią badania dotyczące małych i średnich przedsiębiorstw. Małe i średnie firmy odnoszą sukcesy na rynkach międzynarodowych, pomimo że zazwyczaj nie stosują racjonalnego podejmowania decyzji i nie posiadają zaplanowanej strategii. Internacjonalizacja może być procesem stopniowego uczenia się, gromadzenia wiedzy o rynku i doświadczeń oraz budowania sieci. Proces ten jest łańcuchem prób, improwizacji, błędów i jest uzależniony od inicjatyw kluczowych pracowników firmy. Średnie i małe przedsiębiorstwa poszerzają swoją działalność, wchodząc na rynki sąsiednich państw lub bliskich kulturowo, nie uwzględniając czy te rynki są atrakcyjne z punktu widzenia strategii, czy finansów. Małe i średnie firmy podejmują mniejsze ryzyko na mniejszą skalę niż duże przedsiębiorstwa, wykorzystują mniej agresywne strategie wejścia na rynki, częściowo z przyczyn finansowych. Ponadto, małe i średnie firmy nie stosują popularnych modeli internacjonalizacji, takich jak franchising, alianse strategiczne, joint venture, fuzje i przejęcia czy licencjonowanie. Początkowo skupiają się na eksporcie dostosowanym do popytu za granicą lub kontaktów z dostawcami. Na tej podstawie małe i średnie przedsiębiorstwa zakładają swoje filie za granicą w celu prowadzenia tam sprzedaży [Wach i Wehrman, 2014, s. 16-17].

Tradycyjna teoria internacjonalizacji, m.in. model Uppsala, sugeruje, że firmy w pierwszej kolejności rozwijają się na rynku krajowym, zdobywając stabilną pozycję i dopiero w następnym etapie swojego cyklu życia wchodzą na rynki zagraniczne. Jednak nie wszystkie przedsiębiorstwa przechodzą tradycyjne etapy internacjonalizacji [Pawęta, 2013, s. 42]. Takim wyjątkiem są przedsiębiorstwa wcześniej umiędzynarodowione, czyli te przedsiębiorstwa, które w krótkim czasie od założenia osiągają wysoki udział operacji na rynkach zagranicznych w całości swoich działań, czyli innymi słowy, wysoki udział przychodów z eksportu w całości obrotów [Duliniec, 2013, s. 33]. Przedsiębiorstwa wcześniej umiędzynarodowione są obiektami zainteresowania naukowców z zakresu przedsiębiorczości międzynarodowej i są określane w literaturze zagranicznej

jako born globals, international new ventures, born internationals, early internationalizing firms [Duliniec, 2011, s. 32].

Kategoria born globals (urodzonych globalistów) obejmuje firmy, które rozpoczynają działania w kierunku internacjonalizacji natychmiast po założeniu. Firma born globals nie posiada powszechnie akceptowanej definicji w literaturze, ponieważ sama koncepcja jest stosunkowo nowa. Naukowcy zajmujący się tym zagadnieniem, skupiają się na kryteriach takich jak udział sprzedaży zagranicznej, okres czasu przed rozpoczęciem działań międzynarodowych czy liczba rynków eksportowych [Pawęta, 2013, s. 42]. Jedną z pierwszych cytowanych definicji [G. Knighta i S.T. Cavusgila], zakłada, że firmy born globals są przedsiębiorstwami zatrudniającymi poniżej 500 pracowników, obrotem rocznym nieprzekraczającym 100 milionów dolarów oraz udziałem eksportu na poziomie przynajmniej 25% całej wielkości produkcji w pierwszych dwóch latach działania [Wach, 2014a, s. 178-179]. Definicje różnią się między sobą m.in. minimalną wielkością udziału sprzedaży zagranicznej [Pawęta, 2013, s. 42]. Firmy z grupy born globals charakteryzują się unikalną technologią, unikalnym produktem lub usługą, unikatowym know-how lub innymi wysoko wyspecjalizowanymi kompetencjami [Daszkiewicz, 2016, s. 9-11].

Przedsiębiorstwa born internationals od powstania eksportują swoje produkty na rynki krajów swojego macierzystego regionu. Natomiast firmy born globals posiadają swoje rynki zbytu również na innych kontynentach [Duliniec, 2011, s. 2; 2013, s. 32]. Różnicę tę prezentuje rys. 3.



Rys. 3. Born globals i born internationals

Źródło: Gabrielsson, Sasi i Darling [2004, s. 592].

International new ventures są organizacjami, które od powstania poszukują przewagi konkurencyjnej poprzez wykorzystanie środków i prowadzenie sprzedaży w wielu krajach. Według naukowców zajmujących się przedsiębiorczością

międzynarodową firmy te nie muszą posiadać na własność swoich zasobów ponieważ są definiowane poprzez swoje działania. Organizacje new ventures charakteryzują się sposobem konkurowania na międzynarodowych rynkach. Jest to sposób nie angażujący środków, a polegający na opracowaniu i ochronie aktywów niematerialnych, takich jak np. kultura organizacyjna, relacje, innowacyjne zdolności. S.A. Zahra [2005, s. 21] wymienia cztery typy przedsiębiorstw new ventures: eksportowe start-upy, wielonarodowi handlowcy, geograficznie skupione start-upy, globalne start-upy. Każdy z tych typów charakteryzuje się innym rodzajem przewagi konkurencyjnej oraz innym postrzeganiem rynku i konkurentów, co prowadzi do poszukiwania innych rodzajów nowych możliwości i sposobów ich wykorzystywania. Przedsiębiorstwa typu start-up są postrzegane jako siła napędowa innowacji w społeczeństwie oraz jako środek wejścia na nowe rynki [Salamzadeh i Kirby, 2017, s. 10]. Liczba pojawiających się globalnych start-upów rośnie. Firmy te osiągają wzrost dzięki wykorzystaniu zagranicznych technologii oraz podążaniu za klientami na obce rynki [Oviatt, McDougall i Loper, s. 31].

M. Ratajczak-Mrozek [2009, s. 7] przytacza definicję sieci biznesowej (*business network*) zaproponowaną przez IMP (Industrial Marketing and Purchasing Group), która mówi, że sieć biznesowa to zbiór długoterminowych powiązań formalnych oraz nieformalnych (bezpośrednich i pośrednich), jakie występują pomiędzy dwoma lub więcej podmiotami. Podejście sieciowe zakłada, że internacjonalizacja firmy to ustanawianie, utrzymywanie i rozwój relacji z uczestnikami sieci na rynkach zagranicznych w celu umocnienia swojej pozycji poza granicami kraju [Ratajczak-Mrozek, 2009, s. 7].

Stając się uczestnikiem sieci, formalnych lub nieformalnych, przedsiębiorstwo w łatwy sposób buduje długookresowe więzi z partnerami, zdobywa dostęp do zagranicznych zasobów swoich partnerów oraz znaczny udział w rynku globalnym w określonej branży [Duliniec, 2011, s. 3]. Może również skrócić czas uczenia się, w szczególności jeżeli chodzi o poznawanie obcych kultur i istniejących możliwości poszczególnych regionów [Zahra, 2005, s. 24].

Pomimo że zagadnienia przedsiębiorczości międzynarodowej przyciągają uwagę coraz szerszego grona naukowców, którzy dokonali już wielu badań w tej dziedzinie, niewątpliwie istnieje konieczność prowadzenia dalszych analiz. Przykładowo, E. Duliniec [2013, s. 32, 49] sugeruje, że przyszłe badania powinny koncentrować się na porównaniu przedsiębiorstw wcześniej umiędzynarodowionych z przedsiębiorstwami umiędzynarodawiającymi się stopniowo, zgodnie z etapami modelu uppsalskiego. Ponadto wyjaśnienia wymagają przesłanki trwałego rozwoju tego rodzaju firm i czynników ich powodzenia na arenie między-

narodowej w dłuższym okresie czasu. Według S.A. Zahra [2005, s. 22-23] brakuje informacji na temat warunków, w jakich powstają poszczególne typy przedsiębiorstw international new ventures, jakie są różnice w działalności finansowej oraz które przeważają na rynku. Nie wiadomo dlaczego pewne przedsiębiorstwa rozwijają się od powstania na rynkach zagranicznych, podczas gdy inne pozostają na rynkach krajowych.

Podsumowanie

Końcem lat 80. naukowcy zwrócili uwagę na przedsiębiorczość międzynarodową oraz małe i średnie przedsiębiorstwa konkurujące na rynku międzynarodowym, a nawet globalnym.

Już na samym początku analizy literatury przedmiotu, można stwierdzić problem z jednoznaczną definicją przedsiębiorczości międzynarodowej. W większości przypadków jest ona wyprowadzana z definicji samej przedsiębiorczości. Następnie można określić następujące kierunki podejmowanych badań naukowych. Dlaczego, jak i poprzez jakie środki firmy przekraczają granice państwa? Jakie są cechy poszczególnych przedsiębiorstw? Jakie są schematy wejścia na „obce” rynki? Jak powiązania i sieci wpływają na wejście na rynek zagraniczny? Ponadto porównywano dane zebrane w różnych krajach i podejmowano próby identyfikacji różnic kulturowych. Analizowano rodzaje przedsięwzięć międzykulturowych. W ostatnich latach popularne stały się badania dotyczące małych i średnich firm na rynku międzynarodowym. Wiele badań i publikacji naukowych zostało poświęconych nowym formom przedsiębiorczości międzynarodowej określanym w literaturze zagranicznej jako: born globals, born internationals czy international new ventures.

Pomimo dokonanego postępu w pracach naukowych w dziedzinie przedsiębiorczości międzynarodowej, wielu autorów stwierdza potrzebę prowadzenia dalszych badań.

Literatura

- Andersson S. (2011), *International Entrepreneurship, Born Globals and the Theory of Effectuation*, „Journal of Small Business and Enterprise Development”, Vol. 18(3), s. 627-643.
- Angelsberger M., Kraus S., Mas-Tur A., Roig-Tierno N. (2017), *International Opportunity Recognition: An Overview*, „Journal of Small Business Strategy”, Vol. 27(1), s. 19.

- Al-Aali A., Teece D.J. (2014), *International Entrepreneurship and the Theory of the (Long-Lived) International Firm: A Capabilities Perspective*, "Entrepreneurship Theory and Practice", Vol. 38(1), s. 95-116.
- Allen I. (2016), *International Entrepreneurship Theory: Past, Present and Way Forward*, "Entrepreneurial Business and Economics Review", Vol. 4(4), s. 93.
- Daszkiewicz N. (2014), *Internationalisation of Firms through Networks-Empirical Evidence from Poland*, "International Entrepreneurship and Corporate Growth in Visegrad Countries", Vol. 57, s. 70-81.
- Daszkiewicz N. (2016), *Determinanty tempa internacjonalizacji przedsiębiorstw ze szczególnym uwzględnieniem born globals*, „Studia Ekonomiczne”, nr 271, s. 7-16.
- Duliniec E. (2011), *Przedsiębiorstwa wczesnie umiędzynarodowione-uwarunkowania i rozwój*, „Gospodarka Narodowa”, nr 5-6, s. 1-20.
- Duliniec E. (2013), *Ujęcia teoretyczne wczesnej i szybkiej internacjonalizacji przedsiębiorstw*, „Gospodarka Narodowa”, nr 21(1-2), s. 31-52.
- Gabrielsson M., Sasi V., Darling J. (2004), *Finance Strategies of Rapidly-Growing Finnish Smes: Born Internationals and Born Globals*, "European Business Review", Vol. 16(6), s. 590-604.
- Gołębiowski G. (2014), *Przedsiębiorczość w Polsce w świetle badań Global Entrepreneurship Monitor*, „Studia BAS”, nr (1), s. 9-25.
- Jones M.V., Coviello N., Tang Y.K. (2011), *International Entrepreneurship Research (1989–2009): A Domain Ontology and Thematic Analysis*, "Journal of Business Venturing", Vol. 26(6), s. 632-659.
- Mtigwe B. (2006), *Theoretical Milestones in International Business: The Journey to International Entrepreneurship Theory*, "Journal of International Entrepreneurship", Vol. 4(1), s. 5-25.
- Nowacki F. (2014), *Przedsiębiorczość międzynarodowa a relacje sieciowe – wpływ na kształtowanie współpracy na rynku usług*, „Marketing i Rynek”, nr 21(11), s. 14-21.
- Oviatt B.M., McDougall P.P., Loper M. (1995), *Global Start-Ups: Entrepreneurs on a Worldwide Stage [and Executive Commentary]*, "The Academy of Management Executive (1993-2005)", Vol. 9(2), s. 30-44.
- Pawęta E. (2013), *The Determinants of Born Global Companies Emergence in Central European Countries*, "Entrepreneurial Business and Economics Review", Vol. 1(2), s. 41-50.
- Ratajczak-Mrozek M. (2009), *Podejście sieciowe do internacjonalizacji przedsiębiorstw*, „Marketing i Rynek”, nr 3, s. 7-11.
- Salamzadeh A., Kirby D.A. (2017), *New Venture Creation: How Start-ups Grow?* "AD-minister" January-June, No. 30, s. 9-29.
- Wach K. (2014a), *Familiness and Born Globals: Rapid Internationalisation among Polish Family Firms*, "Journal of Intercultural Management", Vol. 6(3), s. 177-186.

Wach K. (2014b), *Przedsiębiorczość międzynarodowa jako nowy kierunek badań w obrębie teorii internacjonalizacji przedsiębiorstwa* (rozdział 28) [w:] S. Wydy-mus, R. Maciejewski, *Tradycyjne i nowe kierunki rozwoju handlu międzynarodowego*, CeDeWu, Warszawa, s. 433-446.

Wach K., Wehrman C. (2014), *Entrepreneurship in International Business: International Entrepreneurship as the Intersection of Two Fields* [w:] A.S. Gubik, K. Wach (eds.), *International Entrepreneurship and Corporate Growth in Visegrad Countries*, University of Miskolc, Miskolc, s. 9-22.

Zahra S.A. (2005), *A Theory of International New Ventures: A Decade of Research*, "Journal of International Business Studies", Vol. 36(1), s. 20-28.

INTERNATIONAL ENTREPRENEURSHIP IN THE LIGHT OF SCIENTIFIC RESEARCH – LITERATURE REVIEW

Summary: From 2006 emerging direction of research became international entrepreneurship and its opportunities for contemporary enterprises. The article is aimed to represent the issue of international entrepreneurship and directions of research undertaken from the beginning of this phenomenon until now. In order to achieve the assumed goal the author used a literature review. The results showed that there is a problem with definition of international entrepreneurship. There were also identified mainstreams of research conducting over the years and main forms of international entrepreneurship.

Keywords: international entrepreneurship, internationalization, international business, born globals, network enterprises.