

Sambanden mellan tidpunkt för, tid fram till och hastighet vid internationell expansion

Mikael Hilmersson, Martin Johanson, Heléne Lundberg och Stylianos Papaioannou



Sambanden mellan tidpunkt för, tid fram till och hastighet vid internationell expansion

Mikael Hilmersson, Martin Johanson, Heléne Lundberg och Stylianos Papaioannou

Denna studie, som genomförts av Martin Johanson, Heléne Lundberg och Papaioannou Stylianos vid CER i samarbete med Mikael Hilmersson vid Göteborgs universitet, fokuserar vad som påverkar den hastighet varmed företag internationaliserar sin verksamhet. Resultaten indikerar bland annat att företag som startar sin internationalisering i ett tidigt kan skapa konkurrensfördelar som kan bestå över tid. Forskningsresultaten har tidigare publicerats i den internationella tidskriftsartikeln "Time, temporality, and internationalization: The relationships among point in time, time to, and speed of international expansion" (Hilmersson, Johanson, Lundberg och Papaioannou, 2017).

Inledning

Under 1970-talet presenterades flera studier av företags internationalisering som kom att få stort genomslag.¹ De förutsåg att relativt lång tid skulle gå från företagets skapande till den första internationella försäljningen och att den fortsatta internationaliseringshastigheten skulle vara låg. I början av 2000-talet kom emellertid rapporter om att s.k. "born globals" eller "international new ventures" avviker från detta mönster genom att inleda sin internationalisering redan från start, eller åtminstone efter några få år, för att sedan fortsätta denna i hög hastighet.² Tidsaspekter kom därför att spela en stor roll i den fortsatta forskningen om företags internationalisering, men begreppsanvändningen har inte varit entydig och tidsaspekter har sällan fokuserats. De har däremot ofta använts som urvals-instrument.

I den här redovisade studien fokuseras tre tidsaspekter. Det första är *tidpunkten för internationaliseringsstarten* som avser vilket år som internationaliseringen påbörjades. Det andra är *tid till internationalisering* som anger hur lång tid som gått mellan företagsstarten och internationaliseringsstarten. Det tredje är *hastigheten för företagets internationella expansion*. Det fångar hur snabbt ett företag sprider sin försäljning till olika marknader.

¹ T.ex. Bilkey et al. (1977); Johanson och Vahlne (1977).

² T.ex. Moen och Servais (2002); Freeman et al. (2006).

Forskningsfråga och syfte

Studiens forskningsfråga är: hur påverkar tidpunkten för internationaliseringsstarten och tiden till internationalisering hastigheten för företagens internationella expansion? Genom att besvara denna frågeställning och förtydliga samvariationen mellan dessa tidsaspekter bidrar studien till forskningen om hastigheten för internationell expansion.

Tidigare forskning och hypotesgenerering

I samband med studien gjordes en genomgång av tidigare forskningsartiklar i ledande internationella tidskrifter. Den visade att det råder en viss begrepps-förvirring inom området och att få studier berört hur olika tidsaspekter kan samvariera trots att mycket tyder på att så är fallet. Det finns emellertid ett stort intresse för forskning om internationaliseringshastighet. Inledningsvis riktades detta intresse främst mot tiden fram till internationaliseringsstarten (som i många artiklar benämns hastighet), men nu uppmärksammas även hastigheten i vad som händer därefter. Ingen tidigare studie har emellertid beaktat effekten av den tidpunkt när internationaliseringen påbörjas. Med tanke på de stora förändringar som världen upplevt under senare decennier i form av nya teknologier och förbättrad kommunikation, något som även medfört tämligen stora marknadsförändringar, bör emellertid även tidpunktens inflytande vara värd att beakta.

Studier av internationaliseringens tidsaspekter brukar ha två centrala utgångspunkter. För det första, att rutiner och förmågor utvecklas i interaktiva processer mellan företag och ser olika ut i olika företag.³ För det andra, att det finns skillnader mellan olika marknader som påverkar företagens möjligheter att göra affärer där. Internationalisering blir därför beroende av båda dessa utgångspunkter.⁴ Nystartade företag anses vara flexibla eftersom ingen rigid organisationsstruktur har hunnit etableras. Om dessa företag inleder sin internationalisering i ett tidigt skede kommer de rutiner som etableras att vara anpassade till internationell verksamhet och internationell expansion. Detta innebär inte bara en fördel i samband med inträdet på den första nya marknaden utan även när ytterligare marknader bearbetas. Det får därför anses troligt att en kort tid till internationalisering från företagets grundande har en positiv inverkan på den följande internationaliseringshastigheten. Företag som väntar länge med att inleda sin internationalisering förväntas få ett motsatt utfall, dvs. att rutiner och kompetenser är anpassade till deras hemmamarknad och därför måste brytas upp och förändras i samband med internationell expansion.⁵ Detta kommer att medföra kostnader och resultera i en lägre internationaliseringshastighet. Den första hypotesen är därför:

³ Penrose (1959).

⁴ Zhou et al. (2012).

⁵ Autio et al. (2000).

H1: Ju längre tid till internationalisering, ju lägre hastighet i den fortsatta internationaliseringen.

Över tid tycks emellertid skillnaderna mellan olika marknader ha minskat p.g.a. de förändringar som beskrevs ovan.⁶ Billigare resor och ökat medieutbud har gjort att befolkningen fått större inblick i, och erfarenhet av, andra länders kulturer. Det har bidragit till att kulturella skillnader minskat. Dessutom har det skett en samordning av institutioner och lagar och olika former av handelshinder har reducerats. Dessa minskade skillnader mellan länderna har gjort att den osäkerhet som förknippas med inträdet på en ny marknad har minskat, vilket också har bidragit till att det blivit allt lättare för företag att satsa på internationell expansion. Med andra ord har nackdelarna med att vara ett utländskt företag reducerats. Det har hävdats att detta är den viktigaste anledningen till att internationaliseringsgraden har ökat även bland små och medelstora företag.⁷ Detta gör det också troligt att det har blivit lättare att hålla en högre internationaliseringstakt, jämfört med längre tillbaka i tiden. Den andra hypotesen har därför följande utformning:

H2: Ju längre tillbaka i tiden internationaliseringen påbörjades, ju lägre hastighet iden fortsatta internationaliseringen.

När marknaderna var mer heterogena än vad de numera är tog det längre tid att utveckla och anpassa rutiner och kompetenser. Därför var dessa svårare att utnyttja på andra marknader än den de utvecklats på. Under inflytandet av en ökande homogenisering av marknader har den tid som krävs för inträde på en ny marknad kunnat minskas. En lång tid till internationalisering innebär därför sannolikt en större nackdel idag än tidigare. Därför förväntas tidpunkten för internationaliseringens start modererar sambandet mellan tid till internationalisering och hastighet för internationell expansion. Detta leder till den tredje hypotesen:

H3: Tidpunkten för internationaliseringsstarten modererar det negativa sambandet mellan tiden till internationalisering och hastigheten för den fortsatta internationaliseringen.

Studiens tillvägagångssätt

Till grund för studien ligger enkätdata från 203 små och medelstora företag. Dessa data har samlats in på plats hos företagen, vilket innebar att eventuella frågetecken och missförstånd kunde redas ut direkt. Svarsfrekvensen var mycket hög, 73 procent, och inga signifikanta skillnader framkom vid tester av kännetecknen för företag som besvarade respektive inte besvarade enkätfrågorna.

⁶ Knight och Cavusgil (2004).

⁷ Shrader et al. (2000).

Den beroende variabeln, hastigheten för företagets internationella expansion, mättes, på basis av tidigare forskning inom området,⁸ genom att antalet exportmarknader för respektive företag dividerades med den tid som gått sedan företaget grundades. Detta mått fångar den genomsnittliga hastigheten för företagets internationalisering, eller med andra ord det genomsnittliga antalet marknader som företaget gått in på sedan starten.

Den ena oberoende variabeln, tid till internationalisering, mättes i form av det antal år som gått mellan företagets grundande och den första affären på en utländsk marknad. Den andra oberoende variabeln, tidpunkt för internationaliserings start, mättes genom att årtalet för det år den första internationella affären genomfördes subtraherades från det årtal då studien genomfördes (exempelvis 2016 - 1990 = 26 år).

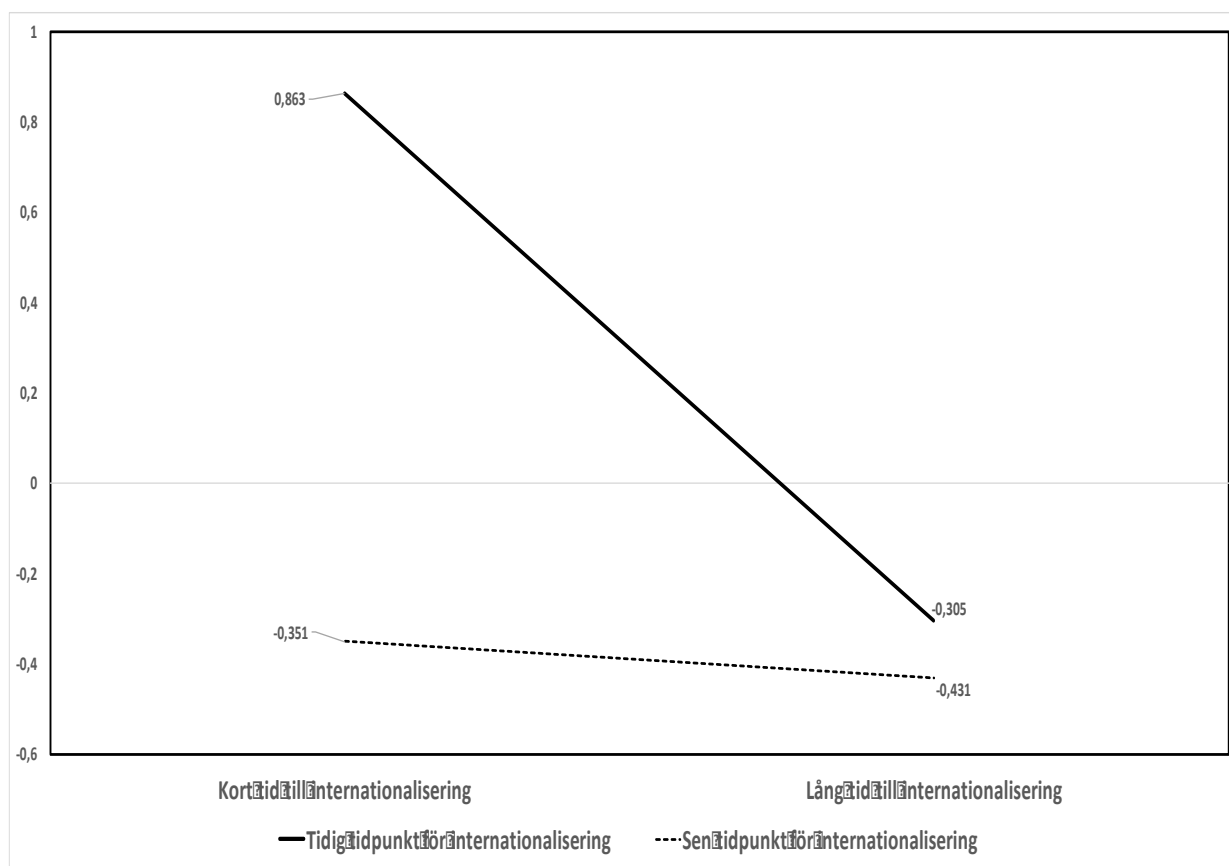
Dessutom användes sju kontrollvariabler. De två första avser företagsstorlek i form av antal anställda och omsättning. Därutöver kontrollerade en dummyvariabel för eventuella branschberoenden genom att skilja på tillverkande företag och företag med flera olika verksamhetstyper. Ytterligare en dummyvariabel separerade familjeföretag från företag med andra ägandeformer. En tredje dummyvariabel beaktade den geografiska spridningen genom en indelning i grupperna företag med försäljning på 15 marknader eller färre och företag med försäljning på fler än 15 marknader. En fjärde dummyvariabel tog hänsyn till andel tillgångar lokaliserade i utlandet eftersom det skulle kunna föreligga skillnader mellan företag som expanderar genom investeringar i utlandet (och därigenom redovisar tillgångar i utlandet i balansräkningen) och företag som använder sig av export. Slutligen avsåg en kontrollvariabel antalet patent på hemmamarknaden för att fånga eventuella skillnader mellan teknologiorienterade företag och marknadsorienterade företag.

Hypotestestning

Hypoteserna testades med hjälp av statistiska analyser. H1, som anger att en längre tid till internationalisering sänker internationaliseringshastigheten, fick stöd. Resultatet visade ett negativt och signifikant samband mellan tiden till internationalisering och internationaliseringshastigheten ($p = 0,002$). H2, som anger att ju längre tillbaka i tiden internationaliseringen påbörjades, ju lägre hastighet i den fortsatta internationaliseringen, fick också stöd genom att testet visade en negativ och signifikant effekt ($p = 0,000$). Även H3, som anger att den negativa relationen mellan tiden till internationalisering och hastigheten för den fortsatta internationaliseringen modereras av tidpunkten för internationaliseringsstarten, fick stöd. Interaktionen har en positiv och signifikant effekt på internationaliseringshastigheten ($p = 0,016$).

⁸ Casillas och Acedo (2013); Hilmersson och Johanson (2016).

Som framgår av figur 1 varierar relationen mellan tiden till internationalisering och hastigheten för den fortsatta internationaliseringen för den modererande variabeln. Resultaten visar att sambandet mellan tiden till internationalisering och internationaliseringshastigheten är signifikant och negativt när internationaliseringen nyligen har påbörjats (sen tidpunkt för internationalisering) ($p = 0,002$). När den startade längre tillbaka i tiden (tidig tidpunkt för internationalisering) är effekten inte längre signifikant ($p = 0,094$). Numera verkar således tiden till internationalisering vara en bättre indikator för att prognostisera internationaliseringshastighet än vad den varit tidigare.



Figur 1: Samband mellan tid till, tidpunkten för och hastigheten för internationalisering.

Slutdiskussion

Genom att separera tiden till internationalisering och hastigheten för den fortsatta internationaliseringen, något som tidigare studier ofta försummat, har betydelsen av en tidig internationaliseringsstart jämfört med en lång tid till internationalisering sedan företagets start kunnat tydliggöras. Vidare stödjer denna studie tidigare forskningsresultat såtillvida att en lång tid till internationalisering sänker den

följande internationaliseringshastigheten.⁹ I likhet med resultaten i denna studie visar även tidigare forskning¹⁰ att nystartade företag har ett övertag över äldre företag när internationaliseringen inleds. En viktig skillnad är emellertid att medan tidigare studier funnit att denna fördel avtar med tiden, så visar denna studie att fördelen kan behållas även över långa tidsperioder. En ytterligare skillnad är att medan de tidigare studierna indikerat att en kort tid till internationalisering leder till en snabb ökning i andelen internationell försäljning, så visar denna studie att det också tycks öka den hastighet varmed företagen sprider sin försäljning till olika marknader.

Ett ytterligare bidrag utgörs av själva undersökningen av betydelsen av den tidpunkt då internationaliseringen inleds och hur den påverkar den följande internationaliseringshastigheten. Genom analys av sambanden mellan tre tidsbegrepp tydliggjordes hur effekten av den tid som föregått internationaliseringen modererar relationen mellan tiden till internationalisering och internationaliseringshastigheten.

För företagsledare indikerar dessa resultat att tiden till internationalisering är en viktig strategisk fråga. Att starta sin internationalisering i ett tidigt skede tycks kunna skapa konkurrensfördelar som kan bestå över tid. Detta verkar bli allt viktigare för företag som vill satsa på en internationell expansion.

⁹ Casillas och Acedo (2013); Hilmersson och Johanson (2016).

¹⁰ T.ex. Autio et al. (2000).

Referenser

- Autio, E., Sapienza, H. J. och Almeida, J. G. (2000), "Effects of age at entry, knowledge intensity, and imitability on international growth". *Academy of Management Journal*, Vol. 43, Nr. 5, s. 909-924.
- Bilkey, W. J. och Tesar, G. (1977), "The export behavior of smaller-sized Wisconsin manufacturing firms". *Journal of International Business Studies*, Vol. 8, Nr. 1, s. 93-98.
- Casillas, J. C. och Acedo, F. J. (2013), "Speed in the internationalization process of the firm". *International Journal of Management Reviews*, Vol. 15, Nr. 1, s. 15-29.
- Freeman, S., Edwards, R. och Schroder, B. (2006), "How smaller born-global firms use networks and alliances to overcome constraints to rapid internationalization". *Journal of International Marketing*, Vol. 14, Nr. 3, s. 33-63.
- Hilmersson, M. och Johanson, M. (2016), "Speed of SME internationalization and performance". *Management International Review*, Vol. 56, Nr. 1, s. 67-94.
- Hilmersson, M., Johanson, M., Lundberg, H. och Papaioannou, S. (2017), "Time, temporality, and internationalization: The relationships among point in time, time to, and speed of international expansion". *Journal of International Marketing*, Vol. 25, Nr. 1, s. 22-45.
- Johanson, J. och Vahlne, J-E. (1977), "The internationalization process of the firm: A model of knowledge development and increasing foreign market commitments". *Journal of International Business Studies*, Vol.8, Nr. vår/sommar, s. 23-32.
- Knight, G. A. och Cavusgil, S. T. (2004), "Innovation, organizational capabilities, and the born-global firm". *Journal of International Business Studies*, Vol. 35, Nr. 2, s. 124-141.
- Moen, Ø. och Servais, P. (2002), "Born global or gradual global? Examining the export behavior of small and medium-sized enterprises". *Journal of International Marketing*, Vol. 10, Nr. 3, s. 49-72.
- Shrader, R. C., Oviatt, B. M. och McDougall, P. P. (2000), "How new ventures exploit trade-offs among international risk factors: Lessons for the accelerated internationalization of the 21st century". *Academy of Management Journal*, Vol. 43, Nr. 6, s. 1227-1247.
- Penrose, E. T. (1959), *The theory of the growth of the firm*, Oxford: Basil Blackwell och Mott Ltd.
- Zhou, L., Wu, A. och Barnes, B. R. (2012), "The effects of early internationalization on performance outcomes in young international ventures: The mediating role of marketing capabilities". *Journal of International Marketing*, Vol. 20, Nr. 4, s. 25-45.