

УДК 334.716.4

Романова Анастасия Андреевна,

студент,

кафедра международной экономики и менеджмента,

Институт экономики и управления

ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет им. первого президента РФ Б.Н.Ельцина»

Г. Екатеринбург, Российская Федерация

ФАКТОРЫ ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИИ МАЛЫХ ИННОВАЦИОННЫХ ФИРМ*Аннотация:*

В данной работе анализируются факторы интернационализации классических и современных теорий интернационализации. Рассматриваются преимущества и недостатки факторов для интернационализации малых и инновационных предприятий, а также особенности малых и инновационных предприятий.

Ключевые слова:

интернационализация, факторы интернационализации, МСП, инновационные предприятия.

Вопросы интернационализации в наше время интересуют множество компаний. Глобализация открывает большое количество возможностей для бизнеса, новые рынки, технологии, логистические пути. Однако наряду с технологическим и экономическим прогрессом идут политические конфликты, нарушение старых логистических путей, санкции, а также культурные ограничения. Поэтому наряду с новыми возможностями возникают и строгие ограничения для выхода на новый рынок. Особенно это касается малых и средних предприятий (МСП), поскольку они обладают меньшими ресурсами. И вопрос стоит тем актуальнее, что МСП составляют подавляющую часть (90%) от общего числа предприятий в мире [1].

Цель данной работы - выявить факторы интернационализации малых инновационных фирм.

Чтобы оценить, насколько стратегии интернационализации подходят для инновационных МСП, нужно разобраться с проблемами, с которыми они сталкиваются. Считается, что основной проблемой таких компаний является отсутствие качественной и актуальной информации [2]. Они обладают тем же количеством ресурсов как крупные предприятия, и как следствие не проводят маркетинговых исследований, а также анализа рисков и возможностей как внешней, так и внутренней среды. Даже доступ к уже существующим исследованиям не всегда доступен для стартапов или малых фирм [3].

Однако, особенностью именно виртуальных МСП является их гибкость и мобильность. Они несут гораздо меньше затрат при перемещении, так как в основном их продукция нематериального характера. Также, малому предприятию будет гораздо легче приспособиться к резким изменениям, что делает их более адаптированными к новым условиям.

Таблица 1 – Факторы интернационализации, их преимущества и недостатки для инновационных МСП

Фактор интернационализации	Название теории/Автор	Преимущества для инновационных МСП	Недостатки для инновационных МСП
Наличие опыта взаимодействия с иностранным рынком (пример экспорт)	Упсальская модель	Более точный способ исследовать рынок, поскольку можно определить спрос на товар, определить сегмент покупателей и платежеспособность населения.	Требует определенных затрат (время, деньги, человеческие ресурсы), которые МСП не всегда могут выделить на анализ рынка. Так как инновационные фирмы зачастую продают услуги или нематериальные продукты, то и экспорт по сути является интернационализацией
Наличие опыта интернационализации у других фирм, той же отрасли	Выжидательная стратегия	Минимум риска, поскольку компания не использует свои ресурсы.	Можно упустить момент входа на рынок, когда ниша уже будет занята. Тем более, что у МСП в сравнении с крупными предприятиями не так много ресурсов, и если рынок займет крупная фирма, это может в целом помешать интернационализации.
Структура	Теория	Оценка существующий	Не всегда можно определить структуру

отрасли и место, занимаемое фирмой в этой отрасли. А также понятие “случай”	конкурентных преимуществ стран	конкуренции в отрасли на зарубежном рынке помогает лучше оценить риски, а значит лучше оценить возможности входа на рынок.	конкуренции (особенно если фирма новатор), а значит и нельзя прогнозировать риски
Личные мотивы лиц, принимающих решение	Модель динамической экспериментальной интернационализации	Меньше барьеров для интернационализации: даже без анализа рынка компания может начать процесс выхода на новый рынок.	Из-за того, что ЛПР смотрят на собственные интересы, а не интересы фирмы, интернационализация может оказаться убыточным и бессмысленным проектом. К тому же, ЛПР не всегда опирается на проведенные исследования в принятии решения, или вообще их не проводит. Тем самым, данная стратегия является одной из самых рискованных для МСП.
Готовность к риску у инвестора		Если инвестор готов к риску, то бизнес может выбирать более рискованные и выгодные стратегии действий в кризисе.	Если инвестор имеет значительную долю бизнеса, то его вывод средств может поставить под угрозу существование бизнеса. В связи с этим придется учитывать его отношение к такого рода рискам

Для того, чтобы разобраться насколько успешно компания сможет интернационализироваться и вообще решится ли она на этот шаг, необходимо изучить факторы, которые влияют на принятие данного решения. Для выявления данных факторов необходимо будет обратиться к классическим и новейшим теориям интернационализации.

Начиная исследование интернационализации, нельзя не обратиться к Уппсальской модели, согласно которой в процессе интернационализации фирма проходит ряд этапов, таких как: наименее рискованные формы внедрения на иностранный рынок [4] (например, экспорт), затем более рискованные [5] (например, создание торговых представительств и затем производственных единиц). Текущие операции самой фирмы являются основным источником получения знаний, и поэтому необходим постепенный заход на зарубежный рынок [6]. Таким образом, согласно данной модели фактором интернационализации является наличие какого-либо опыта торговли на данном рынке. Выжидательный подход - стратегия, созданная на основе Уппсальской модели, позволяет компании ускорить процесс интернационализации, поскольку компания может опираться на опыт других компаний из смежной отрасли [7]. К тому же, данная стратегия является менее рискованной, поскольку позволяет без потерь проверить спрос на продукт или услугу, а также избежать ошибок, с которыми столкнулись конкуренты. Согласно модели М. Портера, на выбор фирмы влияет ее конкурентная позиция, а именно структура отрасли и ее позиция в данной отрасли [8]. Данная идея отличается от предыдущих тем, что на интернационализацию фирмы не столько влияет зарубежный рынок, сколько отрасль, в которой развивается организация. Также М. Портер ввел понятие случая - «событие, которое имеет мало общего с условиями развития в стране и на которое часто не могут влиять ни фирмы, ни национальные правительства» [9]. Примером такого случая может быть война, пандемия, быстрые политические и правовые изменения, которые глобально влияют на экономику.

Классические теории интернационализации фирмы сформированы на базе изучения крупных компаний из развитых стран, тогда как фирмы из стран с переходной экономикой не всегда могут действовать рационально в связи с нехваткой информации о внешних рынках, ее искажении, нехваткой ресурсов для ее получения, поэтому они вырабатывают свои специфические стратегии [10]. В связи с этим возрастает роль лиц, принимающих решение, поскольку на практике мы можем видеть, что их поведение связано не с интересами фирмы, а их личными интересами. Желание отправить ребенка учиться за рубежом или переехать жить в другую страну может сподвигнуть менеджера принять решения или убедить руководство об открытии филиала фирмы в другой стране. Однако личные мотивы лиц, принимающих решение, могут не только привести к интернационализации фирмы, но и наоборот, тормозить процесс или вовсе привести к отказу от интернационализации. Боясь потерять работу в случае неудачи проекта или невыполнения KPI, менеджеры не берутся принимать такие рискованные решения как предпринять попытку интернационализации. Данные факторы бывает сложнее отследить, однако они могут оказывать одно из важнейших влияний на результат принятия решений в компании.

Также нельзя недооценивать влияние таких стейкхолдеров как инвесторы, от которых во многом зависит жизнеспособность бизнеса. Классические экономические теории строятся на допущении, что все экономические субъекты действуют рационально, однако поведение инвесторов не всегда можно назвать таковым. Толерантность к риску и опыт торговли на бирже или вложения инвестиций в различные проекты влияют на поведение инвесторов во время экономических и политических кризисов, обвалов и роста рынков [11]. В связи с этим, если инвестор не подготовлен к тому уровню риска, с которым сталкивается компания при

интернационализации, он заберет деньги из проекта, что может стать еще одним сдерживающим фактором для менеджеров в процессе принятия решения. К тому же на поведение инвесторов влияют различные слухи и стереотипы об отрасли или компании, которые позволяют манипулировать мнением инвесторов. Например, современные IT стартапы являются очень привлекательными для многих инвесторов, поскольку создают иллюзию бесконечно масштабируемых прибылей и возможностей [12]. Люди верят в дешевизну интернет технологий, поскольку создается впечатление, нужны пара серверов, компьютеров и заинтересованных молодых людей (ведь так, по их мнению, создавалась компания Apple). Однако на деле затраты обычно превышают вышеперечисленные пункты, и инвесторы вынуждены столкнуться с жестокой реальностью, что процесс создания ценности с помощью информационных технологий более сложный и затратный, чем это кажется на первый взгляд. Тогда инвесторы продолжают раздувать пузырь, даже когда понимают, что их ожидания не соответствуют реальности, поскольку считают, что всегда смогут продать кому-то свои акции [13]. Поэтому принадлежность к той или иной отрасли может быть, как преимуществом, так и недостатком для интернационализации.

Таким образом, компаниям необходимо учитывать все вышеперечисленные факторы при принятии решения об интернационализации, поскольку все они в той или иной степени влияют на успех закрепления фирмы на зарубежном рынке. В связи с экономическими изменениями, происходящими по всему миру начинает возрастать роль лиц, принимающих решение, и инвесторов. Поэтому, начиная анализ возможностей и рисков, необходимо первоначально оценить именно эти факторы, как самые критичные в вопросе интернационализации фирмы.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Pan L., Fu X., Li Y. SME participation in cross-border e-commerce as an entry mode to foreign markets: A driver of innovation or not? //Electronic Commerce Research. – 2022. – С. 25.
2. Best practice network business model for internationalization of small and medium enterprises - Behrouz Zarei, Hoda Nasserri & Mahdi Tajeddin
3. SMEs' barriers towards internationalization and assistance requirements in the UK: differences between exporters and firms employing multiple modes of market entry - Crick D, Barr P (2007)
4. Кратко И., Пантелеева Е. Управление процессом интернационализации фирмы. С. 75.
5. Johanson J., Wiedersheim-Paul F. The Internationalization of the Firm Four Swedish Cases // Stockholm: Almquist & Wiksell International. The Journal of Management Studies. 1975. Vol. 12. № 3. P. 305
6. Forsgren M., Hagström P. Ignorant Internationalization? The Uppsala Model and internationalization patterns for Internet-Related Firms // Communication & Strategies, 42. P. 4.
7. Clarke J. E., Liesch P. W. Wait-and-see strategy: Risk management in the internationalization process model //Journal of International Business Studies. – 2017. – Т. 48. – С. 929.
8. Портер М. Международная конкуренция. — М.: Международные отношения, 1993 - С.149
9. Чередников О. Н. Теоретические аспекты интернационализации высокотехнологичных «старт-ап» компаний в инновационной экономике //Проблемы современной экономики. – 2011. – №. 2. – С. 125.
10. Thai M. T. T., Chong L. C. Dynamic experimental internationalization: Strategy of SMEs from a transition economy //Journal of International Entrepreneurship. – 2013. – Т. 11. – С. 389.
11. Бернштейн У. Манифест инвестора: Готовимся к потрясениям, процветанию и всему остальному. – Альпина Паблицер, 2017.
12. Cassidy J. Dot. con: how America lost its mind and money in the Internet era: Harper Perennial //New York. – 2003.
13. Willoughby J. Burning Up—Warning: Internet companies are running out of cash—fast //Barron's March. – 2000. – Т. 20. – С. 30.

Romanova Anastasia Andreevna,

Student,

Department of International Economics and Management

Institute of Economics and Management

Ural Federal University named after the First President of Russia B.N.Yeltsin,

Yekaterinburg, Russian Federation

FACTORS OF INTERNATIONALIZATION OF SMALL INNOVATIVE FIRMS

Abstract:

This paper analyzes the factors of internationalization of classical and modern theories of internationalization. The advantages and disadvantages of factors for the internationalization of small and innovative enterprises, as well as the features of small and innovative enterprises are considered.

Keywords:

internationalization, factors of internationalization, SMEs, innovative enterprises.