

УДК:336.221(575.2)(04)

Даминова Нургуль Нейматовна,
Кыргызский Национальный Университет,
Бишкек, Кыргызстан
Университет Любляны,
Любляна, Словения
Студент PhD

АНАЛИЗ ГОТОВНОСТЬ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА К ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИИ

ЧАКАН ЖАНА ОРТО БИЗНЕСТИН ЭЛ АРАЛЫК ДАЯРЫН ИЗИЛДӨӨ

ANALYSE OF INTERNATIONAL READINESS OF SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES

Аннотациясы: *Бизнестин интернационалдандыруу процесси дүйнөлүк адабиятта изилденген, ал эми чакан жана орто бизнестин эл аралык даяры аз изилденген. Жана эл аралык бизнес боюнча эл аралык башкаруу боюнча жаңы багыт пайда болгондон кийин эл аралык даярдоонун ролу бекемдеди. Бул макалада эл аралык базарга чыгууга, чакан жана орто ишканалардын даяр экендиги жөнүндө жүргүзгөн изилдөөнүн жыйынтыгы каралган. Темага тиешелүү адабияттардын талдоонун негизинде модель, чакан жана орто ишканалардын эл аралык даярын баалоо жыйынтыгы берилген.*

Негизги сөздөр: *Интернационалдандаруу; чакан жана орто бизнес; эл аралык даяр; мотивация.*

Аннотация: *Процесс интернационализации бизнеса достаточно изучен в мировой литературе по управлению бизнесом, который фокусируется на объяснении последовательности выхода на рынок и выбора рынка, но концепция готовности малого и среднего бизнеса к интернационализации мало изучена. В этой статье приводятся результаты исследования о готовности малого и среднего бизнеса к выходу в международный рынок. модель оценки готовности к интернационализации малого и среднего бизнеса, основанные на анализе соответствующей этой теме литературы.*

Ключевые слова: *интернационализация; малый и средний бизнес; международная готовность; мотивация.*

Abstract: *The internationalization process of business well understood in the world literature, which focuses on explaining the sequence of entering the market and the market of choice, but the concept of international readiness of small and medium-sized enterprises are not enough studied. This article provides the results of a study on the readiness of small and medium-sized enterprises to enter the international market. assessment model of internationalization readiness of small and medium enterprises, based on the analysis of the relevant literature.*

Keywords: *Internationalization; small and medium-sized enterprises; international readiness; motivation.*

Введение

Интернационализация позволяет уменьшить барьеры выхода на международный

рынок. Малый и средний бизнес(МСБ) вдохновлённый этим стремятся на внешний рынок, так как интернационализация — это основной

показатель роста компании. Либерализация рынка и новые технологии позволяют МСБ работать за пределами национальных границ и конкурировать с друг другом на новом уровне. Есть свои плюсы и минусы выхода на международный рынок, что вызывает появление вопросов связанных о «готовности» этих фирм и насколько успешно пройдет процесс интернационализации [1]. Существуют различные теории и методы оценки подготовленности компаний к интернационализации, в частности, Диагностика Международной Готовности (IRD) [1], Индекс Готовности к Интернационализации (IRI) [7], Модель Оценки Международного Бизнеса (IBAM) [2]. Основываясь на них были разработаны модель анализа готовности к интернационализации и показатели к ней, также выдвинуты гипотезы, объясняющие важность подготовленности компаний к выходу на мировой рынок.

Обзор литературы

Последние десятилетия термин «готовность к интернационализации» или «подготовленности к интернационализации» стал часто использоваться в экономических кругах [3]. Так в ранних работах Cavusgil (1990) были проведены исследования об экспортной готовности компаний с использованием программного обеспечения (CORE: Company Readiness to Export). Cavusgil (1990) выделил два ключевых показателя экспортной готовности: организационный (которая включает желание топ менеджмент, наличие финансовых и человеческих ресурсов, также целостность организационной структуры) и сама продукция (возможность адаптации продукции к новому рынку, дизайн, цена и т.д.).

Liesch и Knight (1999) так же рассматривали вопрос готовности к интернационализации, по их мнению процесс интернационализации начинается с оценки информации и знания о соседних рынках, понимания важности выхода на зарубежный рынок, желания стать международной компанией.

В данной статье готовность к интернационализации определяется как желание компании экспортировать и быть готовым к процессу интернационализации.

Анализ моделей и гипотезы.

Международная готовность изучалась многими исследователями так, например, в ранних работах Cavusgil (1990) или в недавних исследованиях Carroll (2012), мы можем увидеть различные подходы оценки готовности к интернационализации. Мы проанализировали некоторые модели из этой области.

Beliveau and Haskell (2007) предложил варианты Диагностики Международной Готовности (IRD) для малых и средних фирм. IRD оценивает различные аспекты готовности компании к международной деятельности. Есть пять показателя готовности фирмы к интернационализации. Первый показатель фокусируется на управленческих факторах (отношение управленческого персонала, мотивации, восприятие и т.д.). Второй показатель IRD основан на переменных, связанных с компетенцией и характеристикой фирмы. Третий показатель является отраслевые характеристики (например, стабильность, доступное финансирование, государственная поддержка), внутренние характеристики (например, конкурентоспособность, потенциальный рынок для товаров фирм) и характеристики внешнего рынка (например, наличие рыночных барьеров, поиск и совместная деятельность с иностранными партнерами). Четвертый показатель IRD фокусируется на различных аспектах маркетинговой стратегии фирмы (стратегические альянсы, адаптация продукта, информация о размерах рынка, степень конкурентоспособности). Пятый показатель основывается на показателях деятельности компании (финансовые и нефинансовые) после того как фирма начала свою международную деятельность.

Модель Оценки Международного Бизнеса (IBAM) является инструментом для оценки возможности МСБ [2]. IBAM сосредоточена на четырех областях интернационализации: 1. Рынок; 2. Понимание потребителя; 3. Знание о ведении бизнеса; 4. Способах входа. Общая оценка основана на пяти различных процессах: процесс управления; процесс инновации и развития; процесс контроля потребителей; процесс управления продуктом; процесс информационная системы. То есть эта модель рассматривает четыре области интернационализации и пять общих процессов, в итоге 20



Рис. 1 Концептуальная модель готовности МСБ к интернационализации.

показателей оценки плюс показатели внутренней деятельности фирмы, которые связаны с процессом интернационализации [2].

Кроме того, Jean – Paul David and Guillaume Cariou (2014) предложил шесть показателей интернационализации: 1) компетенция менеджеров, ответственных за интернационализацию, 2) положение МСБ в международном рынке, 3) отношения МСБ поддерживаемые за рубежом, 4) предложения МСБ, предназначенные для международных рынков, 5) средства, находящиеся в распоряжении МСБ для проведения своей стратегии интернационализации и 6) привлечения руководства МСБ в проект интернационализации.

Изучив различные подходы оценки и анализа международной готовности МСБ. В данном исследовании мы предлагаем модель с четырьмя показателями для анализа готовности фирм экспортировать: управленческие, финансовые / экономические, организационные факторы готовности и внешние факторы. (Рис.1)

Финансовые/экономические и организационные показатели относятся к явным формам интернационализации, а управленческие показатели к неявным или психологическим формам готовности к интернационализации. Исходя из этого предлагается следующие гипотезы:

Гипотеза 1. Управленческий фактор яв-

ляется важным показателем готовности МСБ к интернационализации.

Управленческие факторы определяются как мотивация владельцев бизнеса экспортировать свою продукцию, отношение управленческого персонала, понимание важности экспорта.

Гипотеза 2. Финансовые/экономические факторы являются важным показателем готовности МСБ к интернационализации

Финансовые и экономические факторы связаны с компетенциями фирмы (наличие уникального и дифференцированного продукта, наличие персонала с опытом работы в международных компаниях и т.д.) или ресурсов (финансовых, технологии, человеческие ресурсы и т.д.)

Гипотеза 3. Организационный фактор является важным показателем готовности МСБ к интернационализации.

Организационные факторы определяются как знание процедуры экспорта и документации; возможность адаптации продукта / упаковки в случае необходимости; транспортировка; соответствующая стратегия экспорта.

Внешние факторы определяются как стабильность страны, участие правительства, возможности и барьеры, установленные государством (тарифных и нетарифных барьеры, отмена экспортных пошлин и т.д.), поддержка экспорта, культурные факторы и т.д.

Бизнес-среда влияет не только на маркетинговую стратегию фирмы, но и на решение об интернационализации бизнеса, на жизнь и развитие фирмы. Фирмы, которые хотят укрепить свою деятельность на мировых рынках должны исследовать бизнес-среду, которая играет важную роль для принятия решения выйти на внешний рынок.

Внешние факторы играют важную роль в интернационализации бизнеса, но они являются неконтролируемыми силами. Но руководство не может влиять на прямую на них, хотя это может стать причиной изменений в бизнес среде. Внутренние факторы являются контролируемыми силами, и управление может влиять, изменять, улучшать их, и помогает адаптироваться к изменениям в окружающей среде. В связи с этим, эта модель учитывает только внутренние факторы, такие как управленческие, финансовые / экономические и организационные факторы оценки готовности к интернационализации малых и средних предприятий.

Чтобы протестировать модель было опрошено 250 фирм с различным видом деятельности, где задавались вопросы касательно их деятельности, мотивации и возможных шагах в будущем связанной с интернационализацией.

Заключение

Мы развили концептуальную модель международной готовности и показали зависимость между готовностью и деятельностью компании. Ключевым выводом является что готовность к интернационализации — это многогранная концепция. Как показал контентный анализ: различные виды переменных служит как эффективный предсказатель для каждого из трех определённых видов международной готовности. Например, формализация международной деятельности позитивно влияет на финансовые/экономические и управленческую готовности и существенно связано с операционной готовностью. Такой же результат наблюдался по отношению к международной мотивации, которая согласуется с предыдущи-

ми исследованиями (Leonidou, 1995) и акцентирует важности мотивации для начала процесса интернационализации.

Оценка готовности к интернационализации дает возможность поделиться с предпринимателями, что исследователи выявили для успешной интернационализации за последние годы. Это позволяет подойти к интернационализации более осознанно, понять, как лучше применить и как увеличить шансы успеха интернационализации. Результаты могут потенциально помочь предпринимателям оценить настоящую ситуацию в компании или уровень интернационализации для того, чтобы ускорить процесс интернационализации

Список литературы

1. Beliveau, D., CA, Haskell, N. The international Readiness Diagnosis: A Modular Framework to Diagnose and Track. (2007)
2. Carrol, U. Internal readiness at SMEs for Internationalization: A Case Study: IBAM Internationalization Analyse in YKO Project. (2012)
3. Casillas, J.C., Acedo, F.J. Speed in the Internationalization Process of the Firm. International Journal of Management Reviews, (2013), 15(1):15-29
4. Cavusgil, S.T. Assessment of company readiness to export. International Marketing Strategy. (1990) Oxford: Pergamon Press.
5. Leonidu, L.C. Export barriers: non-exporters' perceptions. International Marketing Review, (1995), 12(1): 4-25.
6. Liesch, P., Knight, G.A. Information internalization and hurdle rates in small and medium enterprises internationalization. Journal of International Business Studies. (1999) 30(1): 383-394.
7. Tan, A., Brewer, P., Liesch, P. Constructing an Internationalization Readiness Index. Proceeding of AIB 2008 Annual Meeting: Knowledge Development and Exchange in International Business Networks. Academy of International Business.