

УДК 339.97

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ

Малюкіна Анастасія Олександрівна, к.е.н., доцент кафедри

міжнародної економіки і менеджменту

anastasiyamaliukina@gmail.com

Питання інтернаціоналізації підприємств стає все більш актуальним у сучасному світі. Історія економічних організацій інтернаціоналізованих підприємств, дуже давня. Метою є надання визначення інтернаціоналізації підприємств і пов'язаних з нею концепцій на основі аналізу літератури з цього питання.

Генезис інтернаціоналізації торгівлі сягає часів рубежу 19-20 століть, коли американські роздрібні торговці почали відкривати філії за кордоном. Це було пов'язано з двома процесами, що відбувалися одночасно: технічним прогресом в результаті промислової революції та економічною кризою 1920-х років. Водночас вважається, що фактичний процес інтернаціоналізації в його нинішньому вигляді розпочався наприкінці 1960-х років. Спочатку зацікавленість у зовнішній експансії виникала в основному через розвиток бар'єрів для комерційної діяльності на внутрішньому ринку та найчастіше зосереджувалася на ринках, що розвиваються. Інтернаціоналізація на таких ринках створювала шанс для даної організації на швидке зростання. Цьому явищу сприяла лібералізація торгівлі та зменшення бар'єрів щодо руху товарів і фінансових потоків.

Починаючи з 1990-х років, пошук можливостей інтернаціоналізації організації вважається необхідним і характерним для менеджменту в разі проактивної орієнтації підприємства. Цей тип підприємства орієнтований на пошук нових можливостей на світовому ринку. Наразі високий ступінь взаємозв'язку та мережевої взаємодії економіки ускладнює роботу організацій без виходу на міжнародний ринок.

Поняття інтернаціоналізації визначається багатьма способами, оскільки воно має багато значень.

Починаючи з класичного визначення Велча та Луостарієна, автори, які визначають поняття інтернаціоналізації, приділяють увагу питанням, пов'язаним із залученням організації до міжнародних операцій [6]. Цей тип визначення визнається великою кількістю фахівців, що займаються питаннями інтернаціоналізації. Андерсон вважає, що ступінь такого залучення не має значення, і навіть коли воно відбувається лише один раз, ми все одно можемо сказати, що це інтернаціоналізація організації [1]. Лі, з іншого боку, вважає, що ми маємо справу з інтернаціоналізацією лише тоді, коли організація зазвичай веде бізнес у багатьох країнах [4].

Андерсон і Брага підходять до інтернаціоналізації з точки зору міри ступеня залученості організації в міжнародну діяльність. Андерсон вважає, що інтернаціоналізація є показником процесу експорту [1-3].

Чої, однак, звертає увагу на елемент потенціалу в процесі інтернаціоналізації [4].

Визначення, які виникли ще до того, як компанії почали народжуватися глобальними, вказують на те, що це процес переходу від внутрішнього ринку до міжнародних. Проте «народжені глобальні» компанії — це ті, хто виходить на міжнародний ринок із самого початку, тому переходу немає. Інтернаціоналізацію також можна визначити ширше, як це робить Беднарова, яка звертає увагу на взаємозалежності між країнами, такі як ринки, капітал, праця та регулювання [6]. Деякі автори також звертають увагу на інші аспекти інтернаціоналізації, такі як інновації, конкурентоспроможність, ринкова позиція, компетенції або стратегія.

Інтернаціоналізацію можна інтерпретувати як процес (динамічний), інститут (статичний) або поведінку. Інтернаціоналізація процесу пов'язана з такими його формами, як експорт, ліцензування, франчайзинг, спільні підприємства або прямі іноземні інвестиції. Інституційний підхід є статичним і пов'язаний із відносинами компанії з іноземними підприємствами, без

здійснення прямих операцій за межами країни базування. Навпаки, поведінкова інтернаціоналізація стосується ставлення та поведінки керівників підприємств, які інтернаціоналізують свою діяльність.

Поняття глобалізації близьке за змістом до поняття інтернаціоналізації. Зазвичай його розуміють як вищий етап процесу інтернаціоналізації. Можна зробити висновок, що після перевищення певного рівня інтернаціоналізації дана економіка стає глобалізованою.

Вважається, що термін глобалізація в сучасному розумінні почали використовувати в 1990-х роках після публікації книги Робертсона про глобалізацію. Розглядаючи проблему глобалізації з історичної точки зору, можна виділити три фази. Перший етап стосувався колоніальної економіки, тоді як другий включає прогресивну індустріалізацію на рубежі століть. Зараз ми маємо справу з третьою фазою процесу глобалізації. Це пов'язано з появою наднаціональних організацій і нових засобів зв'язку, які сприяють одночасному функціонуванню підприємств, що працюють одночасно в багатьох країнах.

Найбільш класичні поділ інтернаціоналізації включають її поділ на: зовнішню інтернаціоналізацію – щодо зарубіжної експансії підприємств, що відбувається в різних формах; внутрішня інтернаціоналізація, заснована на контактах компанії з іноземними партнерами щодо діяльності, яка здійснюється на внутрішньому ринку.

Лемос стверджує, що для виробничих процесів інтернаціоналізація виробництва є одним із ключових факторів успіху виробничих компаній [3]. Виробнича система сьогодні не обмежується лише однією фабрикою, але має враховувати взаємопов'язану багатонаціональну систему фабрик. Тому виробники приймають рішення щодо свого географічного розширення в стратегії організації та включають процеси міжкультурної інтеграції. Слід зазначити, що дослідження умов ведення міжнародного бізнесу зазвичай фокусуються на питаннях, пов'язаних із зовнішньою інтернаціоналізацією організації.

Проблеми, описані в публікації, свідчать про те, що в літературі щодо визначення поняття інтернаціоналізації існує значна різноманітність. Звичайно, інтернаціоналізація означає участь у міжнародних підприємствах. Більшість авторів вважають, що масштаб цієї участі не має значення, і навіть якщо він відносно невеликий, все одно можна говорити про виникнення феномену інтернаціоналізації. На нашу думку, інтернаціоналізацію можна назвати процесом участі організації в міжнародній діяльності, який вимірюється різними показниками.

Перелік використаних джерел

1. Anderson, O. (1993). On the internationalization process of firms: a critical analysis. *Journal of International Business Studies*, 24, 2, 209.
2. Bednarova, L., Chovancova, J, Pacana, A., Ulewicz, A. (2017). The analysis of success factors in terms of adaptation of expatriates to work in international organizations. *Polish Journal of Management Studies*, 171, 59-66.
3. Braga, V., Correia, A., Braga, A., Lemos, S. (2017). The innovation and internationalisation processes of family businesses. *Review of International Business and Strategy*, 2, 231-247
4. Lee, K.B., Choi, S.B. (2017). Internationalization, dynamic environments and new product development: An empirical investigation of Korean companies. *Journal of Korea Trade*, 3, 224-255
5. Li, P.Y. (2018). Top management team characteristics and firm internationalization: The moderating role of the size of middle managers. *International Business Review*, 1, 125-138.
6. Welch, L.S., Luostarinen, R.K. (1999). Internationalization: evolution of a concept. *The Internationalization of the Firm*, 14, 83-98.