

Секция «Экономика инноваций: экономические и организационные факторы»

Особенности интернационализации малых инновационных предприятий

Научный руководитель – Петреченко Василий Александрович

Шпакова Анастасия Андреевна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Экономический факультет, Кафедра экономики инноваций, Москва, Россия

E-mail: aasidenko@econ.msu.ru

Согласно утверждению Даннинга [2], ни одна из существующих теорий интернационализации не в состоянии полностью объяснить все стороны международной экспансии фирмы и предсказать поведение фирм на глобальном рынке по причине отставания теоретических концепций от быстро изменяющейся реальности. Каждая отдельная теория объясняет только одну из сторон процесса, но даже при этом далеко не все из существующих теорий интернационализации могут быть применимы к малому инновационному предприятию (МИП).

Рассмотрим только несколько основных теорий. Первая - стадийная модель Упсала (Johanson J., Vahlne E., 1977) - одна из первых моделей, которая структурированно и интуитивно понятно объясняет поэтапный процесс выхода фирмы на внешний рынок (рис.1).

Однако модель часто критикуется за ее детерминированность, и ряд исследователей считает ее применение ограниченным для инновационных компаний. Это вызвано тем, что, во-первых, активное развитие коммуникационных каналов и снижение логистических издержек позволяет компаниям «перескакивать» через этапы, во-вторых, для МИП чрезвычайно важна быстрота коммерциализации инновации из-за их ускоренного морального устаревания, что не позволяет им ждать постепенного накопления знаний.

Эклектическая парадигма (Dunning J.N., 1988) несмотря на то, что дает важное представление о том, на основе каких преимуществ фирме следует интернационализироваться, основное внимание в ней сконцентрировано на прямом иностранном инвестировании как наилучшей стратегии выхода на внешние рынки, что для инновационных стартапов труднореализуемо.

Теория транзакционных издержек не свойственна МИП в силу отсутствия у них филиальной сети и большого количества транзакций, издержки по проведению которых можно так снижать.

Сетевая модель и теория *born global* - одни из самых передовых теорий интернационализации, но и они не являются исчерпывающими. Сетевая теория (Johanson J., Mattson L., 1988) открывает для МИП важность связей и личных контактов с зарубежными партнерами, однако опыт показывает, что существенный процент МИП выходит на глобальный рынок и не имея зарубежных связей (хотя наличие таких связей сильно повышает шансы на успех).

Теория *born global* (Rennie M.W., 1993) хоть и создана для объяснения феномена стартапов, становящихся менее чем за 2 года после начала деятельности международными игроками, она еще слишком фрагментирована, чтобы предоставить единую методологическую основу для исследования процессов интернационализации МИП.

Теория международного предпринимательства является очень полезной для МИП, потому что в ней особое внимание уделяется предпринимательским характеристикам руководителя (или команды), который осуществляет стратегический выбор. Наличие предыдущего опыта международной деятельности также, как подтверждено многими исследованиями, положительно влияет на процесс интернационализации.

Следует упомянуть еще один тип моделей, описывающих процесс постепенного вовлечения малых компаний в международную деятельность по мере расширения их информационной осведомленности[1]. Это так называемые инновационные модели (И-модели), которые объясняют истоки процесса интернационализации, роль предпринимателя и факторы, влияющие на его решения.

Несмотря на ограничения в применении данных моделей к интернационализации МИП, каждая из этих теорий раскрывает отдельную важную сторону данного процесса, поэтому на практике руководство инновационных предприятий чаще всего применяет интегрированный подход на основе синтеза нескольких теоретических направлений.

Особенности интернационализации МИП связаны не только с применением теорий к этому процессу, но и с тем, какие факторы оказывают влияние на принятие решения о выходе на глобальный рынок и его успешность.

К этим факторам относятся:

- 1) Уровень инновационности и уникальность продукта или технологии
- 2) Личные характеристики руководителя МИП, его опыт и лично-деловая сеть контактов
- 3) Уровень развития человеческого капитала компании
- 4) Расходы на R&D и усовершенствование продукции
- 5) Прочие внутренние факторы
- 6) Внешние отраслевые и макро-факторы

При анализе данных групп факторов, можно выявить преимущества МИП при интернационализации по сравнению с традиционным бизнесом (ориентация на нишевые рынки, высокий уровень инновационности продукции и др.), а также те дополнительные барьеры, которые могут препятствовать успешной интернационализации МИП (недостаток информации о рынке, его запросах и правилах работы, маркетинговых знаний, незащищенность продукта от копирования и др.)

Таким образом, интернационализация МИП обладает рядом особенностей, начиная от теоретических объяснений самих процессов выхода на глобальный рынок и до конкретных факторов успешности этого выхода, которые можно исследовать подробнее.

Источники и литература

- 1) Григорьева А.С. Модель выхода малых и средних инновационных компаний на внешний рынок // Новые технологии. 2014. №1 С.62-67.
- 2) Dunning, J. H. What's wrong—and right: With trade theory? // The International Trade Journal, 1995, IX, 2, 163–202.

Иллюстрации

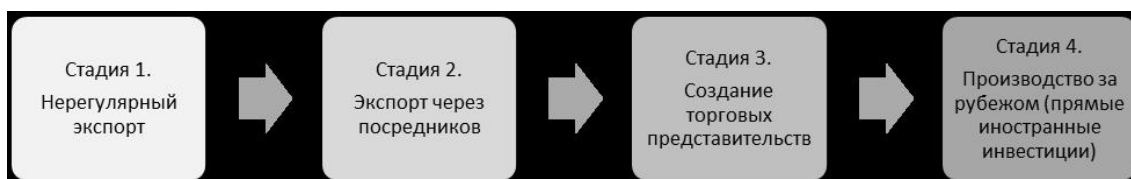


Рис. 1. Стадии интернационализации фирмы в Уппсальской модели