

VERSLO INTERNACIONALIZAVIMO MODELIAI

Jurgita Vabinskaitė

Vilniaus Gedimino technikos universitetas
El. paštas jurgita.vabinskaite@st.vgtu.lt

Anotacija. Nagrinėjami verslo internacionalizavimo modeliai: „Uppsala“ modelis, modifikuotas „Uppsala“ modelis, ek-lektinė paradigma ir transakcijos sąnaudų analizės modelis, industrinio tinklo koncepcija, privalumų komplekto ir priva-lumų ciklo koncepcija ir holistinis požiūris.

Reikšminiai žodžiai: verslo internacionalizavimas, internacionalizacija, internacionalizavimo modeliai.

Ivadas

Per pastaruosius trisdešimt metų vienu iš popula-riaušų tarptautinių rinkodaros tyrimų objektu buvo verslo internacionalizacija. Internacionalizacija yra sudėtingas ir daugiadimensis procesas (Fletcher 2001), apibūdinantis vis didėjančią firmos geografinį mastą, įsitraukimą į užsie-nio šalių veiklą (Rao, Naidu 1992). Straipsnyje nagrinė-jami teoriniai verslo internacionalizavimo modeliai.

Internacionalizavimo problemų sprendimui skirti teoriniai modeliai

Išskiriami keli teoriniai požiūriai į internacio-nalizaciją. Vienas iš jų – „stadijų“ (*The ‘stages’ approach*), pokyčius firmoje aiškinantis nuosekliu veik-los apimtį užsienio rinkose didėjimu. Firma įžengia į užsienio rinką, paskiria jai minimalius išteklių įsiparei-gojimus, tačiau laikui bėgant šie įsipareigojimai didėja (Bilkey, Tesar 1977).

Mokymosi teorijos atstovai (*The ‘learning’ approach*) stengiasi paaiškinti internacionalizacijos elgsenos modelius. Šis požiūris į internacionalizacijos procesą vertinamas kaip evoliucinis, besiformuojantis iš nuolat laikui bėgant didėjančių įsipareigojimų užsieniui. Šių įsipareigojimų kaitą lemia geresnis užsienio rinkos pažinimas, didėjančios išteklių plėtos investicijos (Fletcher 2001).

Atsitiktinumo teorija remiasi nuostata, kad tarptau-tinė firmos plėtra priklauso nuo daugybės specifinių rinkos ir firmos bruožų. Išoriniai veiksniai gali priversti firmą peršokti plėtos stadijas arba įžengti į rinkas, kurios yra psichologiškai nutolusios nuo gimtųjų (O’Farrell, Wood 1994).

Tinklo požiūris į internacionalizaciją aiškinamas kaip ryšių tinklų plėtra, kai bėgant laikui tarptautiniai pirkėjai ir pardavėjai vis geriau vienas kitą pažįsta, nusistovi jų tarpusavio santykiai. Tarptautiniai tinklai apibūdina firmos santykius su kitomis firmomis. Tinklo koncepcija susijusi su rinka ir firma (Axelsson, Easton 1992).

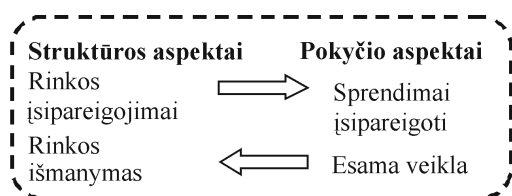
Internacionalizacijos modelis „Uppsala“

Bene populiariausia internacionalizacijos proceso konceptualizacija – „Stadijų“ teorija (Cattani, Tschoegl 2002) pirmiausia apibrėžta Stopford ir Wells (1972) tyri-mais, kuriuose buvo nagrinėjamos organizacinės fazės ir projektuojamas „Uppsala“ modelis (Johanson, Vahlne 2001).

Uppsala modelis remiasi firmos elgsenos (bihevio-ristine) teorija, Penrose (1959) firmos augimo teorija ir susijusi tam tikromis charakteristikomis su Produkto gyvavimo ciklo teorija (Cattani, Tschoegl 2002).

Pagal „Uppsala“ modelį firmos internacionalizacija aiškinama kaip procesas, kai firma nuosekliai didina savo tarptautinį įsitraukimą. Šis procesas pasireiškia žinių apie užsienio rinkas ir operacijas jose kaita ir didėjančiais išteklių įsipareigojimais užsienio rinkoms. Manoma, kad sprendimui didinti įsipareigojimus užsienio rinkai, taip pat ir veiklos modeliui įtaką daro rinkos išmanymas ir jau turimi įsipareigojimai rinkai. Ir atvirkščiai – žinių apie rinką firma įgyja vykdydama esamą veiklą ir tada nu-sprendžia didinti turimus įsipareigojimus (1 pav.).

Penrose (1959) skiria dvi rinkos išmanymo rūšis: objektyvios žinios, kurios gali būti įgytos mokantis, ir žinios iš patirties, kurios įgyjamos tik asmenine patirtimi (Fletcher 2001).



1 pav. Firmos internacionalizacijos procesas (Johanson, Vahlne 2001)

Fig. 1. The company's internationalization process (Johanson, Vahlne 2001)

„Uppsala“ modelis firmos internacionalizaciją apibūdina priešastiniu ciklu, pagal kurį internacionalizacijos struktūros aspektai neišvengiamai daro įtaką internacionalizacijos pokyčio aspektams. Internacionalizacijos struktūros aspektai yra rinkos išsipareigojimas ir žinios apie rinką, internacionalizacijos pokyčio aspektai – esama firmos veikla ir sprendimas išsipareigoti (1 pav.).

Internationalizacijos proceso modelis gali paaiškinti dvi firmos internacionalizacijos koncepcijas – stadijų ir psichologinio nuotolio (Johanson, Vahlne 2001).

Stadijų koncepcija. Firmos veikla tam tikroje specializuotoje valstybės rinkoje yra plėtojama pagal tam tikrą verslo įsteigimo grandinę, t. y. iš pradžių nebūna jokių nuolatinų eksporto sandorių, vėliau eksportas plėtojamas per nepriklausomus atstovus, dar vėliau – per antrines įmones, tada ateina laikas gamybos padalinii užsienio šalyje. Ši stadijų seka rodo vis didėjantį firmos išteklių išsipareigojimą rinkai. Taip pat ši seka atspindi firmos veiklos pokyčius, kuriuos lemia vis didėjantis rinkos pažinimas. Pirmojoje stadijoje neįgyjama jokios su rinka susijusios patirties. Antroje stadijoje firma jau turi nuolatinę informacijos apie rinkos sąlygas šaltinį, tačiau ši informacija yra gana paviršutiniška. Vėlesnė firmos veikla jau yra diferencijuotos ir gerokai platesnės rinkos patirties. Ji net gali remtis tam tikrais rinkos rodikliais.

Psichologinio (kultūrinio) nuotolio koncepcija. Firma žengia į tas rinkas, kurios psichologiškai nuo gimtosios rinkos kuo mažiau skiriasi. Šį aspektą atspindintys veiksniai, tokie kaip kalba, kultūra, politinė sistema ir t. t., gali trukdyti firmos ir rinkos informacijos srautams. Todėl dažniausiai firmos iš pradžių plėtoja savo veiklą tose šalyse, kuriose geriausiai gali suprasti galimybes ir yra maža rinkos nežinomybės rizika.

Kadangi „Uppsala“ proceso modelis išsiplėtojo iš empirinių Švedijos įmonių tarptautinio konkurencingumo tyrimų, yra nuomonių, kad šis modelis gali būti taikomas tik Švedijos kompanijoms. Vėlesni kitų šalių tyrimai

įrodė modelio universalumą (Johanson, Vahlne 2001). Vis dėlto paslaugas teikiančios firmos dažnai laikomos skirtingu internacionalizacijos proceso pavyzdžiu.

Bankų internacionalizavimas: vidiniai ir išoriniai procesai

Savo tiriamajame darbe Cattani ir Tschoegl (2002) iškelia „Uppsalos“ internacionalizacijos modelio netin-kamumo problemą bankų internacionalizacijai paaiškinti, nes paslaugas teikiančioms firmoms būtinas sąlytis su klientu. Autorių suformuluotas bankų veiklos internacionalizavimo modelis yra pateiktas 2 paveiksle.

Pasak autorių, tokių tarptautinių bankų, kaip Chase Manhattan Bank, Citi Bank, New York Bank, istorijos rodo, kad pagrindinė bankų veiklos internacionalizavimo priežastis buvo noras išlaikyti į užsienį išvykstančius verslo klientus. Nagrinėdami Chase Manhattan banko internacionalizaciją, autoriai nustatė du vidinius internacionalizacijos variaciją apibūdinančius procesus – adaptaciją ir tyrimus, išskyrė dvi internacionalizacijos sistemas – organišką augimą ir persipynimą, išnagrinėjo tris išorinius kaitos procesus – atranką, išnykimą ir generavimą (2 pav.).

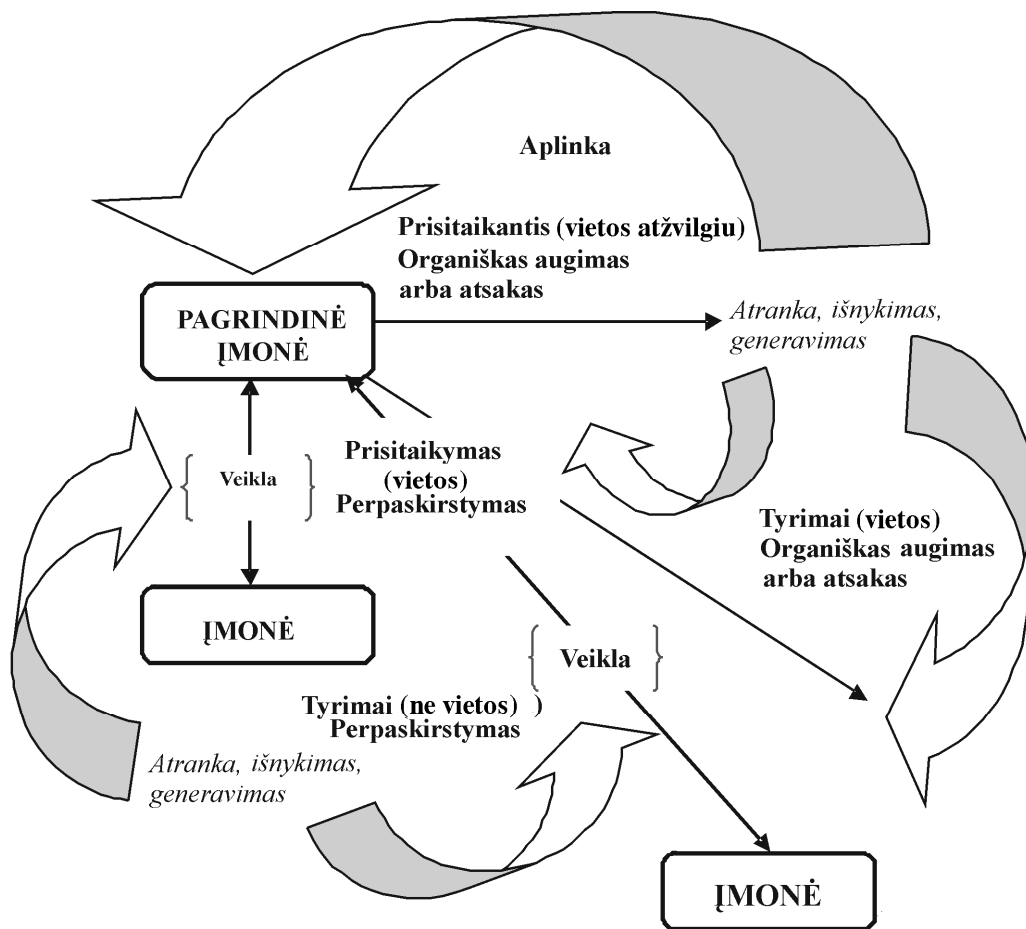
Chase geografinį mastą Cattani ir Tschoegl vertino kaip banko sąveikos su aplinka rezultata. Firma įžengia į užsienio rinkas, kai užsiima išsamiais vietiniais ir žvalgomaisiais tyrimais plačiau nei vietos mastu. Tai yra daroma organiškai augant arba siejant susijusių firmų turta. Tačiau aplinka yra aktyvi, skatinanti firmas rinktis, ar nutraukti veiklą, ir tuo pat metu generuojanti naujas galimybes – naujas veiklos sritis.

Pasak autorių, internacionalizacijos procesą sudaro vidiniai firmos procesai, veikimo sistema ir išoriniai procesai.

Eklektinė paradigma ir transakcijos sąnaudų analizė

Pasak Dunning (1988), „Uppsala“ internacionalizacijos modelis aiškina į rinką orientuotų operacijų įsteigimo formas ir būdus, o eklektinė paradigma siekiama paaiškinti tarptautinės produkcijos mastą, formą ir būdą; šios savybės priklauso nuo trijų skirtingų privalumų aibių: procesinių, internacionalizacijos ir vietos privalumų.

Procesiniai privalumai yra susiję su firmos privalumais, pvz., aukštos kokybės technologijomis, taip pat ir su tuo, ar įgyjama tarptautinis firmos veiklos pobūdis. Procesinių privalumų koncepcijoje teigiama, kad tarptautinės kompanijos, palyginti su vietinės rinkos sistema, gali mėgautis mažesnėmis operacinėmis išlaidomis.



2 pav. Internacionalizacijos proceso teorijos grafinis vaizdavimas (Cattani, Tschoegl 2002)
Fig. 2. Graphic representation of the internationalization process theory (Cattani, Tschoegl 2002)

Antroji privalumų aibė, internacionalizacijos privalumai, priklauso nuo tarptautinės kompanijos galimybių perduoti specifinius nuosavybės privalumus už valstybės ribų savo paties kompanijai.

Vietos privalumai yra sirstomi į struktūrinius ir procesinius. Struktūriniai vietos privalumai yra susiję su gamybos sąnaudomis, procesiniai – su tam tikromis gamybos procesų įgyvendinimo galimybėmis.

Eklektinėje paradigmoje teigiama, kad sprendimas eiti į užsienio rinką turi būti priimamas racionaliai, remiantis transakcijų sąnaudų analize: integracijos privalumus privalu lyginti su integracijos sąnaudomis (Johanson, Vahlne 2001).

Johanson ir Vahlne (2001) teigė, kad eklektinė paradigma turi aukštą aiškinamąją galią firmoms, turinčioms patirties daugelyje pasaulio regionų.

Industrinio tinklo koncepcija

Tarpusavyje sąveikaujančios firmos per techninius, socialinius, administracinius, teisinius, ekonominius ir kt. ryšius susisieja su industriniais tinklais (Fletcher 2001). Atsižvelgiant į šalių tinklų tarpusavio jungčių stiprumą, industriniai tinklai gali būti tarptautiniai (Fletcher 2001).

Tam tikroje šalyje veikiantis tinklas gali išsiplėtoti toli už vienos valstybės ribų. Galima skirti šalis pagal jose esančių tinklų tarptautinę plėtrą ir produktus, atsižvelgiant į tam tikrų produktų tinklų išplitimą po kitas šalis (Fletcher, 2001).

Industrinio tinklo koncepcija internacionalizaciją aiškina kaip verslo subjekto tinklinius ryšius kitose valstybėse. Tai gali būti pasiekama ieškant ir sudarant naujus ryšius su vietos tinklais. Tai būtų tarptautinė plėtra, plėtojant ryšius tinkluose, skvarba, siejant įvairių šalių tinklus, tai būtų tarptautinė integracija (Johanson, Vahlne 2001).

Privalumų komplekto ir privalumų ciklo koncepcija

Privalumų komplekto ir privalumų ciklo koncepcijos buvo naudojamos Sandėn ir Vahlne (1976) tiriamajame darbe apie Švedijos tarptautines kompanijas (Johanson, Vahlne 2001). Privalumų kompleksas yra formuluojamas kaip visuma kompanijos stiprybių ir silpnybių, susijusių su esama aplinka, konkurentų struktūra ir tikslais. Privalumų cikle nurodoma, kad privalumų komplekto dydis ir struktūra nuolat keičiasi, todėl internacionalizuojant veiklą turėtų būti svarstomi visi susiję kompanijos ir aplinkos požymiai. Santykinis privalumų komplekto dydis ir jo struktūra gali daryti įtaką pagrindinėms internacionalizacijos proceso charakteristikoms.

Kompanija, veikianti užsienio rinkose, sąveikauja ne tik su esamais ir potencialiais klientais, bet ir su valdžia, tiekėjais ir kitomis susijusiomis šalimis. Taip įgyjama žinių ir kuriami tarpusavio ryšiai, kompanija tobulina tam tikrus savo požymius. Šie procesai neįvyksta be tam tikrų sąnaudų (tiksliau – investicijų). Išlaidos naujų privalumų paieškai yra padengiamos naudojant esamus privalumus (prieiga prie technologijų ar pan.). Jei ankstesnio privalumo vertė tik didėja, vadinasi, veikia ir privalumų ciklas. Jei ne – komplekto vertė didėja, tačiau yra komplekto struktūros trūkumų (Johanson, Vahlne 2001).

Holistinis požiūris į internacionalizaciją

Fletcher (2001) savo darbe iškėlė anksčiau pateikto požiūrio į internacionalizaciją aktualumo problemą naujojo tūkstantmečio verslo globalizacijos procesams paaiškinti ir apibrėžė holistinę verslo internacionalizacijos proceso koncepciją (3 pav.).

Holistinio požiūrio koncepcija rodo, kaip susietos internacionalizacijos formos gali daryti įtaką išorinėms (pvz., norui eksportuoti) ir vidinėms formoms (norui patvirtinti ilgalaikį deficitinių produktų tiekimą iš užsienio šalių) (Fletcher 2001).

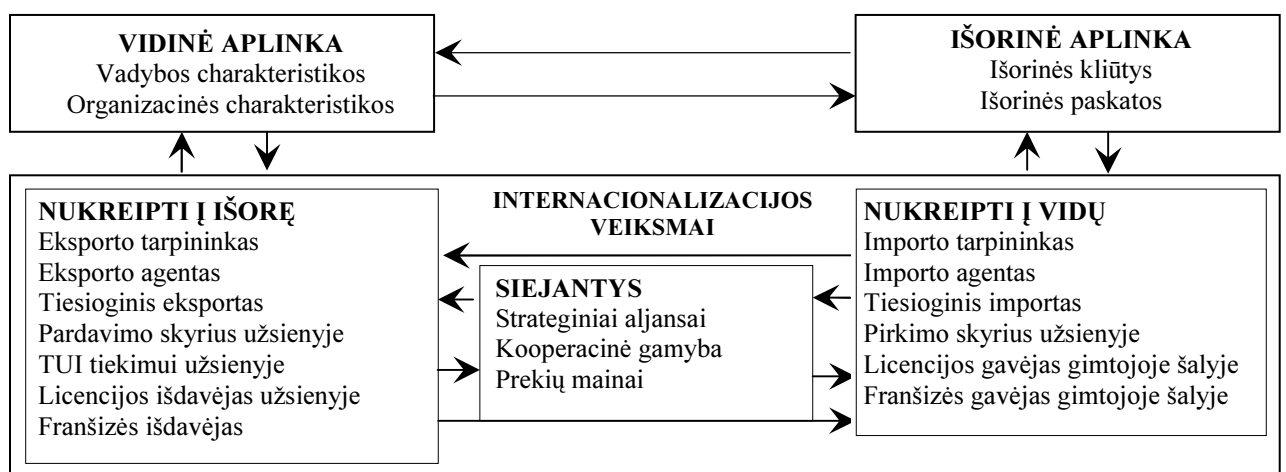
3 pav. grafiškai pavaizduoja, kaip veiksniai, anksčiau laikyti lemiančiais į išorę nukreiptą internacionalizaciją, taip pat veikia ir į vidų nukreiptą internacionalizaciją ir susijusias internacionalizacijos formas. Paveiksle taip pat vaizdžiai parodoma, kad išorinės internacionalizacijos formos gali būti siejamos su vidinėmis formomis, ir atvirkščiai (Fletcher 2001).

Išvados

1. Išskiriami keli pagrindiniai teoriniai požiūriai į internacionalizaciją – tai „stadijų“ požiūris, mokymosi teorija, atsitiktinumo teorija ir tinklo požiūris.

2. Bene populiariausia internacionalizacijos proceso koncepcija – „Stadijų“ teorija ir „Uppsala“ modelis, aiškinantis į rinką orientuotų operacijų įsteigimo formas ir būdus. Įvairiose šalyse atlikti tyrimai įrodė šio modelio universalumą ir pritaikomumą, tačiau paslaugas teikiančios firmos dažnai laikomos skirtingu internacionalizacijos proceso raidos pavyzdžiu.

3. Cattani ir Tschoegl (2002) iškelia „Uppsalos“ internacionalizacijos modelio netinkamumo problemą bankų internacionalizacijai aiškinti. Pasak autorių, internacionalizacijos procesą sudaro vidiniai firmos procesai, veikimo sistema ir išoriniai procesai.



3 pav. Holistinis požiūris į internacionalizaciją (Fletcher, 2001)

Fig. 3. A holistic approach to internationalization (Fletcher, 2001)

4. Eklektinė paradigma pagrįsta trimis internacionalizacijos privalumų aibėmis ir ja siekiama paaiškinti tarptautinės produkcijos mastą, formą ir būdą. Eklektinėje paradigmoje teigiama, kad sprendimas įžengti į užsienio rinką turi būti suvokiamas racionaliai, remiantis transakcijų sąnaudų analize.

5. Industrinio tinklo koncepcija internacionalizaciją aiškina kaip verslo subjekto tinklinius valstybių ryšius.

6. Teorija apie privalumų kompleksą ir ciklą formuojama kaip visuma nuolat besikeičiančių kompanijos stiprybių ir silpnųjų, susijusių su esama aplinka, konkurentų struktūra ir tikslais.

7. Fletcher (2001) apibrėžė holistinę verslo internacionalizacijos proceso koncepciją, aiškinančią tiek į išorę, tiek į vidų nukreiptą firmos vidinės aplinkos skatinamą internacionalizaciją.

Padėka

Dėkoju lekt. Liudmilai Lobanovai ir doc. dr. Rasai Smaliukienei už paramą rengiant straipsnį.

Literatūra

- Axelsson, B.; Easton, G. 1992. Industrial networks: a new view of reality. London: Routledge, p. 28–34.
- Bilkey, W. J.; Tesar, G. 1977. The export behavior of smaller-sized Wisconsin manufacturing firms. *Journal of International Business Studies*, Spring/Summer, 93–98.

- Cattani, G.; Tschögel, A. E. 2002. An Evolutionary View of Internationalization: Chase Manhattan Bank, 1917 to 1996. The Wharton Financial Institutions Center, August.
- Dunning, J. H. 1988. The Eclectic Paradigm of International Production: A Restatement and Some Possible Extensions. *Journal of International Business Studies* 19(1) Spring.
- Fletcher, R. 2001. A holistic approach to internationalization. *International Business Review* 10: 25–49.
- Johanson, J.; Vahlne, J. 1977. The Internationalization Process of the Firm: A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitment. *Journal of International Business Studies* 8: 23–32.
- O'Farrell, P. N.; Wood, P. A. 1994. International market selection by service firms: key conceptual issues and methodological issues. *International Business Review* 3(3): 243–261.
- Rao, T. R.; Naidu, G. M. 1992. Are the stages of internationalization empirically supportable? *Journal of Global Marketing* 6(½): 147–170.

MODELS OF BUSINESS INTERNATIONALISATION

J. Vabinskaite

Summary

The study deals with the theoretical models of business internationalisation: the “Uppsala” Internationalisation Model, modified “Uppsala” model, the Eclectic Paradigm and analysis of transactional costs, Industrial Network approach, the Advantage Package and the Advantage Cycle.

Keywords: internationalisation, business internationalisation, internationalisation models.