

Характеристика ресурсних теорій інтернаціоналізації та їхнє використання під час формування конкурентних переваг підприємства на закордонних ринках

У статті систематизовано ресурсні теорії інтернаціоналізації. Виокремлено переваги та недоліки кожної з теорій. Розроблено рекомендації щодо використання основних положень ресурсних теорій інтернаціоналізації задля забезпечення конкурентних переваг підприємства під час діяльності на закордонних ринках.

In the paper the resource theory of internationalization. Author determined the advantages and disadvantages of each of the theories. Recommendations for the use of the main provisions of resource theories of internationalization to ensure competitive advantage in the business in overseas markets.

Ключові слова: *інтернаціоналізація, ресурси, ресурсне забезпечення, ресурсні теорії інтернаціоналізації.*

Вступ. Діяльність кожного підприємства ґрунтується на використанні певних ресурсів, а здатність ефективно використовувати власний ресурсний потенціал безпосередньо відображається на ефективності діяльності підприємства.

Теорії інтернаціоналізації підприємства, які належать до групи ресурсних, базуються на положеннях ресурсного підходу до стратегічного аналізування діяльності підприємств [1; 2, с. 171-180; 3, с. 99-120]. Основним об'єктом дослідження виступає ресурсне забезпечення діяльності підприємств в умовах інтернаціоналізації, а також ресурсний потенціал підприємства, що забезпечує досягнення конкурентної переваги міжнародного характеру.

Аналіз останніх досліджень. Дослідженню ресурсного забезпечення та ресурсного потенціалу діяльності підприємства на закордонних ринках присвячено праці багатьох вітчизняних науковців. Зокрема, організаційно-економічне забезпечення зовнішньоекономічної діяльності підприємства аналізує Т. Б. Топольницька, деталізуючи організаційно-функціональні варіанти забезпечення

зовнішньоекономічної діяльності підприємства за умов прямого та непрямого способу виходу підприємства на зовнішні ринки [4, с. 86], а також фактори, що визначають це забезпечення [4, с. 87]. Окрему увагу К. Ю. Кватернюк зосереджує на формуванні фінансових ресурсів зовнішньоекономічної діяльності підприємства [5, с.105-106]. К. О. Костецька та А. Й. Жемба обґрунтували домінуючу роль ресурсного забезпечення задля регіонального розвитку у контексті транскордонних інтересів [6]. У статті І. О. Кузнецової та О. С. Балабаш ресурсний підхід досліджується у новому напрямку – з позицій виявлення та використання наслідків інноваційних та інтеграційних процесів, доводяться здібності до створення нових ресурсних комбінацій, які стають основою конкурентних переваг підприємства на закордонних ринках [7]. Стратегії розвитку ресурсного потенціалу в умовах зовнішньоекономічної діяльності, а також принципи формування ресурсного потенціалу підприємств на закордонних ринках сформувано Г. В. Климик та С. М. Приліпко [8, с.74-77].

Окрему увагу науковці приділяють інформаційному забезпеченню інтернаціоналізації підприємств. Так, В. М. Орлов, Л. В. Шостак, О. В. Орлова, Т. Я. Продан наводять теоретичні основи інформаційного забезпечення діяльності підприємств, а також стверджують, що інформаційне забезпечення діяльності підприємства має ґрунтуватися на комплексному використанні потенційних і наявних інформаційних ресурсів з урахуванням їх основних особливостей [9]. Сучасний стан інформаційного забезпечення управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства досліджує С. А. Яремко, який також пропонує напрямки оптимізації інформаційного забезпечення зовнішньоекономічної діяльності в Україні на основі впровадження телекомунікаційних систем та програмного забезпечення, що відповідає міжнародним стандартам [10, с. 245].

Проте серед науковців досі немає чітко сформованої позиції, щодо ресурсного забезпечення інтернаціоналізації підприємства, не виокремлено його складових, не розроблено теоретично-методологічних рекомендацій щодо діяльності підприємств на закордонних ринках відповідно до наявного його ресурсного потенціалу тощо. Задля вирішення цих питань виникає необхідність ґрунтовного дослідження ресурсних теорій інтернаціоналізації діяльності підприємств, адже основними положеннями ресурсного підходу до стратегічного аналізу діяльності підприємств, які використовуються у ресурсних теоріях

інтернаціоналізації підприємств, є обґрунтування в умовах інтернаціоналізації достатності поточного ресурсного забезпечення та здатності формування ресурсного забезпечення на закордонних ринках, що б дозволило отримати конкурентну перевагу міжнародного характеру.

Мета дослідження (завдання). Основною метою написання статті є систематизації теорій інтернаціоналізації підприємств за критерієм основного об'єкту дослідження – ресурсного забезпечення інтернаціоналізації, виокремлення їхніх переваг та недоліків. Окремим завданням є розроблення рекомендацій щодо використання положень ресурсних теорій інтернаціоналізації для формування конкурентних переваг підприємства в умовах інтернаціоналізації.

Виклад основного матеріалу. До основних ресурсних теорій інтернаціоналізації належать: теорія еволюційного підходу, теорія «глобальних від початку» підприємств, теорія потенціалу організації та теорія LLL.

Теорія еволюційного підходу інтернаціоналізації підприємства (Evolutionary Theory) базується на положеннях трьох загальних теорій підприємств: ресурсної [1], біхевіористської [11] та еволюційної [12]. Наукові положення теорії еволюційного підходу були сформульовані внаслідок заперечення ряду основних положень інших теорій інтернаціоналізації підприємства, зокрема, твердження, що підприємство набуває конкурентної переваги вже внаслідок володіння матеріальними або нематеріальними активами, що формує передумови діяльності на закордонних ринках (положення базової теорії інтернаціоналізації – теорії монополістичної переваги), та здійснює розширення діяльності на закордонні ринки, мінімізуючи транзакційні витрати (положення теорії інтернаціоналізації), і, насамперед, пов'язані із запереченням концепції недосконалості ринків.

Згідно з теорією еволюційного підходу підприємство як «соціальна спільнота» спеціалізується на формуванні і внутрішньому трансфері нематеріальних активів. Підприємство розвивається завдяки здатності формувати нові нематеріальні активи та вмінню їх використовувати у розширенні своєї діяльності (зокрема, і на закордонних ринках). Конкурентна перевага підприємства у значній мірі пов'язана з умінням формувати ефективніші способи внутрішнього трансферу нематеріальних активів (в тому числі й інформаційних ресурсів), ніж конкуренти [13, с. 625-639]. Управління нематеріальними активами і їхній транс-

фер на закордонні ринки є важливішим джерелом конкурентної переваги [14, с. 243-256], ніж диверсифікація видів діяльності ланцюга вартості, яка забезпечує досягнення ефекту масштабу. Нематеріальні активи підприємства утворюються у результаті його діяльності на вітчизняному ринку. Трансфер нематеріальних активів відбувається у декілька етапів: на першому етапі – з вітчизняного ринку до закордонного; на наступних етапах – додатково може відбуватись з одного закордонного ринку на інші закордонні ринки.

Вибір стратегії входу на закордонні ринки під час сегментації і виборі цільового ринку згідно з теорією еволюційного підходу визначається видом нематеріальних активів, якими володіє конкретне підприємство. Чим більше такі нематеріальні активи мають «прихований» характер, тим більш обґрунтованим є застосування ієрархічних стратегій входу на закордонні ринки. Рівень «прихованості» нематеріальних активів можна вимірювати за допомогою трьох показників: кодифікації, можливості використання (навчання) та технологічної складності. Чим менше такі нематеріальні активи піддаються кодифікації, повільніше можуть бути запроваджені в обслуговування операційної діяльності або засвоєні працівниками, та чим більш вони є технологічно складними, тим вищий рівень їх «прихованості» [13, с. 632-633]. Таким чином, рівень «прихованості» нематеріальних активів є фактором, який має найбільший вплив на вибір стратегії входу на закордонні ринки. Він повинен бути доповнений двома додатковими факторами – здатністю до трансферу нематеріальних активів завдяки суб'єктові, який їх передає, та здатністю використовувати завдяки суб'єктові, який їх приймає. Ці фактори чинять вплив на залежність між рівнем «прихованості» нематеріальних активів та вибором стратегії входу на закордонні ринки. Якщо підприємство може забезпечити високий рівень трансферу нематеріальних активів, тоді більш обґрунтованим є застосування стратегій ієрархічного входу на закордонні ринки. Проте перевищення рівня здатності використовувати (навчатись) нематеріальні активи завдяки суб'єктові, який їх приймає, над рівнем трансферу, який забезпечується підприємством, стимулює до вибору стратегій кооперативного входу на закордонні ринки [15, с. 356-376].

Перевагами теорії еволюційного підходу є: 1) визначення мотивів інтернаціоналізації як процесу трансферу нематеріальних активів; 2) характеризує ресурси, необхідні для процесів інтернаціоналізації за рівнем «прихованості»;

3) багатовимірне аналізування вибору стратегії входу на закордонні ринки залежно від рівня «прихованості» нематеріальних активів; 4) динамічний характер теорії [15, с. 356-376]; 5) універсальність теорії за критерієм країни походження підприємства; 6) часткова емпірична перевірка результатів. Недоліками теорії еволюційного підходу є: 1) відсутність чіткого визначення напрямків інтернаціоналізації; 2) відсутність методик аналізування взаємозв'язків підприємства, яке входить на закордонний ринок, та інших суб'єктів даного ринку; 3) відсутність визначення впливу інтернаціоналізації на фінансові результати діяльності підприємства; 4) дослідження базуються на обмеженій кількості факторів інтернаціоналізації; 5) для перевірки правильності теорії вибирались дані великих виробничих підприємств.

Теорія «глобальних від початку» підприємств (Born globals/international new ventures) сформувалась на основі змін, які відбулися у світовій економіці у 90-х рр. ХХ ст. Ці зміни призвели до того, що найбільш поширені сучасні теорії інтернаціоналізації (уппсальська, інноваційна та мережевого підходу) не змогли повноцінно розкрити усі аспекти інтернаціоналізації малих та середніх підприємств, які від моменту свого створення активно шукають можливості ведення діяльності на закордонних ринках.

До факторів, які сприяють виникненню категорії «глобальних від початку» підприємств, належать: 1) виникнення ринкових ніш, які мають глобальний характер; 2) розвиток виробничих, транспортних та інформаційних технологій, які обмежують ефект масштабу і створюють ринкові мережі глобального характеру; 3) глобалізація наукових досліджень і технологічного прогресу; 4) розвиток фінансових ринків.

Базовий варіант теорії «глобальних від початку» підприємств був розроблений В.М. Oviatt та Р.Р. McDougall [16, с. 45-64]. Автори охарактеризували таких суб'єктів господарської діяльності так: «Бізнес-єдиниці, які від моменту заснування формують міжнародну конкурентну перевагу, використовуючи для цієї мети ресурси і здійснюючи експорт продукції на багато закордонних ринків» [16, с. 49].

Теорія «глобальних від початку» підприємств визначає чотири обов'язкові елементи інтернаціоналізації [16, с. 53-57].

Перший елемент: інтернаціоналізація транзакцій. Вхідні та вихідні транзакції підприємства, з огляду на обмежену ефективність ринкового механізму, повинні обмежуватись. Підприємства такого типу надають пріоритет інтернаціоналізації транзакцій, пов'язаних з ключовими ресурсами, і транзакцій, які забезпечують досягнення конкурентних переваг.

Другий елемент: альтернативні організаційні структури. Зважаючи на обмеженість ресурсів і слабку ринкову позицію, підприємства, які тільки засновуються і розпочинають діяльність, намагаються, насамперед, більш активно формувати взаємозв'язки з іншими економічними суб'єктами на ринку з метою зниження транзакційних витрат та уникнення необхідності диверсифікації видів діяльності ланцюга вартості, адже досвід співпраці з офіційними державними органами, які б сприяли їхній інтернаціоналізації, у них відсутній.

Третій елемент: переваги диверсифікації видів діяльності ланцюга вартості на закордонних ринках. Підприємства диверсифікують види діяльності ланцюга вартості на різних ринках з метою формування конкурентної переваги. Така диверсифікація, насамперед, пов'язана із високим рівнем трансферу нематеріальних активів, які створює підприємство.

Четвертий елемент: володіння унікальними ресурсами. Такі ресурси створюються через патентування та реєстрацію товарних знаків, формування унікальної організаційної структури, ефективне використання ліцензій та взаємозв'язків на ринку.

Сукупність перших трьох елементів притаманна «глобальним від початку» підприємствам, натомість наявність останнього елемента забезпечує досягнення конкурентної переваги підприємства у міжнародному масштабі.

На основі двох критеріїв: кількості скоординованих видів діяльності ланцюга вартості і кількості ринків, на яких здійснює діяльність підприємство, можна виокремити чотири типи «глобальних від початку» підприємств: експортер/імпортер початківець, транснаціональне торгівельне підприємство, географічно сконцентроване підприємство-початківець і глобальний початківець [16, с. 57-60] (табл. 1).

Класифікація «глобальних від початку» підприємств

Рівень координації видів діяльності ланцюга вартості підприємства	Кількість закордонних ринків	Кілька	Багато
Кілька географічно скоординованих видів діяльності ланцюга вартості		Експортер/імпортер	Торгове підприємство
Багато географічно скоординованих видів діяльності ланцюга вартості		Географічно сконцентроване підприємство	Глобальне підприємство

Джерело: [16, с. 59].

Експортер/імпортер початківець – це тип «глобального від початку» підприємства, інтернаціоналізація якого відбувається за рахунок торговельної діяльності. У цьому випадку прямі інвестиції на закордонних ринках є мінімальними. Підприємство здійснює торгівельну діяльність на обмеженій кількості закордонних ринків, що характеризуються високим рівнем відповідності характеристик до вітчизняного ринку [16, с. 58].

Географічно сконцентроване підприємство-початківець намагається досягти конкурентних переваг завдяки координації багатьох видів діяльності ланцюга вартості на обмеженій кількості закордонних ринків за рахунок швидкого виявлення та задоволення потреб споживачів на специфічну продукцію. У такий спосіб створюється міжнародна ринкова мережа економічних суб'єктів (які контролюються даним підприємством на правах власності або співпрацюють з таким підприємством на довготерміновій основі), які спеціалізуються на реалізації окремих видів діяльності ланцюга вартості. Географічно сконцентровані підприємства-початківці здійснюють вхід на закордонні ринки через кооперативні та ієрархічні стратегії [16, с. 58-59].

Глобальний початківець найповніше відповідає характеристикам «глобальних від початку» підприємств. Таке підприємство намагається досягти конкурентних переваг не тільки завдяки високому рівню координації видів діяльності ланцюга вартості, але також і завдяки активному пошуку можливостей продажу продукції на багатьох закордонних ринках [16, с. 57-60].

Перевагами теорії «глобальних від початку» підприємств є: 1) визначення ресурсного забезпечення, яке необхідне для досягнення конкурентної переваги на закордонних ринках для новостворених підприємств; 2) визначення способів входу на закордонні ринки та вибору напрямку інтернаціоналізації (методик вибору закордонного ринку); 3) визначення взаємовідносин з іншими економічними суб'єктами під час інтернаціоналізації; 4) динамічний характер теорії; 5) застосування емпіричної перевірки кількісними та якісними методами. Недоліками цієї теорії є: 1) відсутність дослідження мотивів інтернаціоналізації; 2) відсутність аналізування впливу інтернаціоналізації на фінансові результати діяльності підприємства; 3) дослідження базуються виключно на принципі недосконалості ринку; 4) дослідження базуються на даних новостворених підприємств; 5) положення теорії найбільш притаманні підприємствам високотехнологічних видів економічної діяльності, ринки базування яких належать до економічно розвинутих країн.

Теорія потенціалу організації (Organizational Capacity) розроблена А.Мадхок [17, с. 39-61] як альтернатива інноваційній теорії інтернаціоналізації [18, с. 36-38]. Основою теорії потенціалу організації є положення ресурсного підходу стратегічного менеджменту [1], біхевіористської теорії [11] та уппсальської теорії інтернаціоналізації [19, с. 305-322; 20, с. 23-32; 21, с. 11-24].

Згідно з підходом А.Мадхок [17, с. 42] підприємство варто розглядати як сукупність необоротних та оборотних ресурсів, які перетворюються у потенціал підприємства за допомогою динамічних процесів. Ресурси підприємства можна класифікувати на: матеріальні, юридичні, трудові, організаційні та інформаційні [22, с. 5; 23, с. 3]. Ресурси і сформований на їхній основі потенціал підприємства є основою досягнення конкурентної переваги для підприємства за моделлю «VRIO» [3, с. 99-120]. Ця модель визначає умови ресурсного забезпечення підприємства для досягнення конкурентних переваг. Таким чином, ресурси повинні відповідати таким умовам: бути важливими для клієнтів (Valuable), бути унікальними (рідкісними) на конкретному ринку (Rare), бути технологічно складними для наслідування (Inimitable), а також бути добре організованими (Organized) [3, с. 105-112].

Конкурентна перевага підприємства на ринку досягається, насамперед, за рахунок володіння нематеріальними активами, які доцільно класифікувати на

впроваджені (embedded, E) і розроблені (але не впроваджені) (generic, G) [17, с. 46]. Таким чином, структура нематеріальних активів визначає спосіб входу на закордонний ринок: 1) підприємства, співвідношення впроваджених до розроблених (але не впроваджених) know-how яких є високим (результат володіння конкурентною перевагою E/G_f) вибирають ієрархічні стратегії входу на закордонні ринки [17, с. 46]; 2) підприємства, співвідношення використаних до наявних (але не використаних) маркетингових інформаційних ресурсів яких є високим (результат володіння конкурентною перевагою E/G_m) вибирають кооперативні стратегії входу на закордонні ринки [17, с. 48]; 3) підприємства, для яких виконується нерівність $E/G_f > E/G_m$, надають перевагу ієрархічним стратегіям входу на закордонні ринки [17, с. 49]; 4) підприємства, для яких виконується нерівність $E/G_f < E/G_m$, надають перевагу кооперативним стратегіям входу на закордонні ринки [17, с. 49]; 5) підприємства, співвідношення впроваджених до розроблених (але не впроваджених) know-how яких є високим і які належать до високоінноваційних видів економічної діяльності, повинні використовувати кооперативні стратегії входу на закордонні ринки, не зважаючи на можливості зниження трансакційних витрат [17, с. 51]; 6) згідно з положеннями теорії потенціалу організації варто надавати перевагу кооперативним стратегіям входу на закордонні ринки [17, с. 53].

Розвитком теорії потенціалу організації, характер якої є статичним, є теорія «динамічного потенціалу» (dynamic capabilities) [24, с. 509-533]. Ця теорія базується на понятті динамічного потенціалу, під яким розуміється здатність суб'єкта до поєднання (конфігурації), розвитку та реконфігурації внутрішнього і зовнішнього потенціалу, спрямовану на пристосування до впливу зовнішнього середовища [24, с. 516]. Конкурентна перевага (на основі володіння якою формується можливість входу підприємством на закордонні ринки) пов'язана з формуванням динамічного потенціалу завдяки управлінським процесам та ринковій позиції. Управлінські процеси повинні забезпечувати поєднання (конфігурацію) (дії статичного характеру), розвиток (дії динамічного характеру) та реконфігурацію (тобто трансформацію) існуючого потенціалу [24, с. 518-524].

Перевагами теорії потенціалу організації є: 1) визначення ресурсного забезпечення, необхідного для діяльності на закордонних ринках; 2) визначення впливу конфігурації ресурсного забезпечення на вибір стратегії входу на закор-

донні ринки; 3) динамічний характер теорії (в частині теорії «динамічного потенціалу»); 4) універсальний характер теорії за критерієм виду економічної діяльності, величиною суб'єктів економічної діяльності та країнами базування; 5) часткова емпірична перевірка. Недоліками цієї теорії є: 1) відсутність дослідження мотивів інтернаціоналізації; 2) відсутність дослідження напрямків інтернаціоналізації; 3) відсутність дослідження конкурентних взаємозв'язків підприємств в умовах інтернаціоналізації (виключно у теорії «динамічного потенціалу» взаємозв'язок визначається через ринкову позицію); 4) визначення впливу інтернаціоналізації на результати діяльності підприємства має загальний характер: якщо підприємство ефективно застосовує методики вибору стратегій входу на закордонні ринки відповідно до конфігурації власного потенціалу, тоді буде досягнуто позитивних фінансових результатів; 5) дослідження базуються виключно на принципі недосконалої ринку, що є причиною неповного аналізування ринкової поведінки підприємств.

Теорія LLL (Model LLL – Linkage – Leverage – Learning), розроблена J. A. Mathews [25, с. 5-27], досліджує проблеми інтернаціоналізації підприємств, які не володіють конкурентною перевагою, діяльність яких характеризується пізнім входом на закордонні ринки (MNE – latecomers), а їхніми країнами базування є країни, економіка яких розвивається. Вона сформована на основі аналізування інтернаціоналізації підприємств Китаю [25, с. 18-20]. Основою для формування базових положень теорії є три характерні ознаки досліджуваних суб'єктів інтернаціоналізації: 1) швидке прийняття управлінських рішень в умовах інтернаціоналізації; 2) організаційні інновації; 3) стратегічні інновації [25, с. 13-14]. На основі аналізування таких характерних ознак можна зробити висновок, що джерелом конкурентної переваги підприємств є міжнародна орієнтація управлінських працівників (власників), яка є запорукою закордонної експансії з метою отримання ресурсів, а саме «прихованих» нематеріальних активів [25, с. 17]. Таку ринкову поведінку підприємств можна визначити як перспективу «трампліну», яка полягає у тому, що підприємство трактує закордонну експансію як «трамплін» для розвитку, який дає можливість подолати інституційні і ринкові обмеження країни базування, а також власні слабкі сторони з метою отримання ресурсів, які дозволять конкурувати з транснаціональними

підприємствами, країнами базування яких є країни з високорозвинутою економікою [26, с. 481-498].

Перший елемент теорії LLL – взаємозв'язки (linkage) – пов'язаний з встановленням взаємозв'язків, які базуються на довготерміновій співпраці із закордонними економічними суб'єктами з метою отримання ресурсів (нематеріальних активів), до яких підприємство не має доступу на ринку країни базування. Такі підприємства надають перевагу кооперативним стратегіям входу на закордонні ринки. Другий елемент теорії – важіль (leverage) – пов'язаний з пошуком закордонних партнерів для співпраці з метою створення ринкової мережі, яка дозволить підприємству отримати доступ до більшої кількості ресурсів (нематеріальних активів), ніж його конкуренти. Окрім цього, підприємство здійснює пошук доступу до нематеріальних активів, використання яких би забезпечило зменшення його слабких сторін і в майбутньому будуть основою для досягнення конкурентної переваги. Третій елемент моделі LLL – навчання (learning) – пов'язаний з формуванням технологій швидкого навчання (управління інформаційними ресурсами та засвоєнням інформації) і трансформацією інформації у нематеріальні активи, що дозволяє отримати конкурентну перевагу.

Класична теорія LLL була доповнена Р.Р.Лі [27, с. 43-59]. Основою для доповнення положень теорії LLL було врахування концепції вартості трансакції [28, с. 131-145], на основі чого було сформульовано три положення: 1) трансакція не тільки передбачає використання ресурсів, але й має внутрішню вартість; 2) трансакція не тільки передбачає конфігурацію ресурсів, але також зумовлює необхідність їхньої координації; 3) аналізування ефективності трансакцій повинно здійснюватись на основі масиву даних багатьох економічних суб'єктів, а не на основі даних окремого підприємства [27, с. 47].

На основі дослідження та врахування вартості трансакції і навчання в умовах інтернаціоналізації можна таким чином класифікувати управління інформаційними ресурсами та засвоєнням інформації: використання і створення інформаційних ресурсів та самостійне управління і управління на кооперативних засадах інформаційними ресурсами. Така класифікація дозволяє виокремити чотири напрямки управління інформаційними ресурсами та засвоєнням інформації: 1) вдосконалення і підвищення ефективності використання інформаційних ресурсів, якими підприємство вже володіє; 2) самостійне дослідження та

створення нових інформаційних ресурсів і методик засвоєння інформації; 3) отримання інформаційних ресурсів і методик засвоєння інформації від партнерів; 4) спільне дослідження та створення нових інформаційних ресурсів на кооперативних засадах [27, с. 49] (табл. 2).

Таблиця 2

Класифікація напрямків управління інформаційними ресурсами і засвоєнням інформації

Використання або створення Самостійне або кооперативне управління	Використання наявних інформаційних ресурсів і методик засвоєння інформації	Створення нових інформаційних ресурсів і методик засвоєння інформації
Самостійне дослідження та створення нових інформаційних ресурсів і методик засвоєння інформації	<p>Вдосконалення і підвищення ефективності використання інформаційних ресурсів, якими підприємство вже володіє</p> <p>Характеристики підприємств даного напрямку:</p> <ul style="list-style-type: none"> • середній рівень впливу на прийняття управлінських рішень власників; • обсяг інформації про закордонні ринки не є істотним; • даний напрямок не є вигідним для підприємств, які вибирають стратегію пізнього входу на закордонний ринок; • даний напрямок не є вигідним для стимулювання прямих іноземних інвестицій; • даний напрямок є вигідним для підприємств, які входять на менш розвинуті ринки, ніж ринок країни базування; • даний напрямок є характерним для підприємств, які знаходяться в середніх фазах розвитку; • даний напрямок є вигід- 	<p>Самостійне дослідження та створення нових інформаційних ресурсів і методик засвоєння інформації</p> <p>Характеристики підприємств даного напрямку:</p> <ul style="list-style-type: none"> • середній рівень впливу на прийняття управлінських рішень власників; • обсяг інформації про закордонні ринки є істотним; • даний напрямок є вигідним для підприємств, які вибирають стратегію пізнього входу на закордонний ринок; • даний напрямок є вигідним для стимулювання прямих іноземних інвестицій; • даний напрямок є вигідним для підприємств, які входять на більш розвинуті ринки, ніж ринок країни базування, або ринки з аналогічними характеристиками; • даний напрямок є характерним для підприємств, які знаходяться в середніх фазах розвит-

	<p>ним для підприємств з низьким рівнем здатності засвоєння нової інформації, запровадження нових нематеріальних активів (в тому числі і отриманих на кооперативних засадах)</p>	<p>ку;</p> <ul style="list-style-type: none"> • даний напрямок є вигідним для підприємств з високим рівнем здатності засвоєння нової інформації, запровадження нових нематеріальних активів; • даний напрямок не є вигідним для підприємств з низьким рівнем здатності засвоєння інформації, запровадження нових нематеріальних активів, отриманих на кооперативних засадах
<p>Спільне дослідження та створення нових інформаційних ресурсів на кооперативних засадах</p>	<p>Отримання інформаційних ресурсів і методик засвоєння інформації від партнерів Характеристики підприємств даного напрямку:</p> <ul style="list-style-type: none"> • низький рівень впливу на прийняття управлінських рішень власників; • обсяг інформації про закордонні ринки є істотним; • даний напрямок є вигідним для підприємств, які вибирають стратегію пізнього входу на закордонний ринок; • даний напрямок є вигідним для стимулювання експортних операцій; • даний напрямок є вигідним для підприємств, які входять на більш розвинуті ринки, ніж ринок країни базування, або ринки з аналогічними характеристиками; • даний напрямок є характерним для підприємств, які знаходяться у ранніх фазах розвитку; • даний напрямок є вигідним для підприємств з високим рівнем здатності за- 	<p>Спільне дослідження та створення нових інформаційних ресурсів на кооперативних засадах Характеристики підприємств даного напрямку:</p> <ul style="list-style-type: none"> • високий рівень впливу на прийняття управлінських рішень власників; • обсяг інформації про закордонні ринки є істотним; • даний напрямок є вигідним для усіх підприємств, не залежно від часу входу на закордонний ринок; • даний напрямок є вигідним для усіх підприємств, не залежно від виду стратегії входу на закордонні ринки; • даний напрямок є вигідним для усіх підприємств, не залежно від характеристик ринку у порівнянні з ринком країни базування, закордонні ринки розглядаються як збутова мережа; • даний напрямок є характерним для підпри-

	своєння нової інформації, запровадження нових нематеріальних активів (в тому числі і отриманих на кооперативних засадах)	емств, які знаходяться у пізніх фазах розвитку; <ul style="list-style-type: none"> • даний напрямок є вигідним для підприємств з максимальним рівнем здатності засвоєння нової інформації, запровадження нових нематеріальних активів (в тому числі і отриманих на кооперативних засадах)
--	--	--

Джерело: [27, с. 49].

Для підприємств, які вибирають окремі напрямки управління інформаційними ресурсами і засвоєнням інформації є характерним вибір різних видів стратегії входу на закордонні ринки [27, с. 50]. Характеристика напрямків управління інформаційними ресурсами і засвоєнням інформації, які вибирають пізній вхід на закордонні ринки: 1) основою є отримання інформаційних ресурсів і методик засвоєння інформації від партнерів (перший етап), на основі чого відбувається вдосконалення і підвищення ефективності використання інформаційних ресурсів, якими підприємство вже володіє або самостійне дослідження та створення нових інформаційних ресурсів і методик засвоєння інформації (другий етап), а потім спільне дослідження та створення нових інформаційних ресурсів на кооперативних засадах (завершальний етап). Такий напрямок є характерним для підприємств, що розвиваються та прагнуть досягти значних стратегічних цілей та вибирають пізній вхід на закордонні ринки; 2) напрямки, пов'язані із самостійним дослідженням та створенням нових інформаційних ресурсів і методик засвоєння інформації є пріоритетними для підприємств, що прагнуть досягти значних стратегічних цілей та вибирають пізній вхід на закордонні ринки; 3) напрямки, пов'язані із отриманням інформаційних ресурсів і методик засвоєння інформації від партнерів є пріоритетними для підприємств, що прагнуть досягнути значних стратегічних цілей та вибирають пізній вхід на закордонні ринки; 4) перехід з одного етапу до наступного є достатньо складним для підприємств, що вибирають пізній вхід на закордонні ринки, зокрема, перехід з другого етапу до завершального; 5) підприємства, що вибирають пізній вхід на закордонні ринки, на завершальному етапі управління інформаційними ресурсами і засвоєнням інформації можуть вибирати будь-яку стратегію

входу на закордонний ринок; 6) на першому етапі управління інформаційними ресурсами і засвоєнням інформації підприємство вибирає кооперативну стратегію входу, здійснюючи експорт продуктів переробки, коли закордонний партнер надає технології та інформацію про закордонний ринок; 7) підприємства, що вибирають напрямок вдосконалення і підвищення ефективності використання інформаційних ресурсів, якими підприємство вже володіє, застосовують ієрархічні стратегії входу, здійснюючи пряме іноземне інвестування; 8) підприємства, що вибирають напрямок самостійного дослідження та створення нових інформаційних ресурсів і методик засвоєння інформації, як правило, застосовують ієрархічні стратегії входу, створюючи підприємства з іноземними інвестиціями з власною домінуючою часткою; 9) підприємства, що вибирають напрямок спільного дослідження та створення нових інформаційних ресурсів на кооперативних засадах, застосовують кооперативні стратегії входу без створення спільного підприємства (виключно спільно здійснюючи науково-дослідні роботи та маркетингові дослідження) або на основі створення спільного підприємства з рівними частками участі партнерів [27, с. 50-54].

Перевагами теорії LLL інтернаціоналізації підприємства є: 1) визначення таких мотивів інтернаціоналізації як закордонна експансія з метою отримання ресурсів («прихованих» нематеріальних активів); 2) визначення ресурсного забезпечення інтернаціоналізації та напрямків управління інформаційними ресурсами і засвоєнням інформації в умовах інтернаціоналізації; 3) встановлення взаємозв'язку напрямків управління інформаційними ресурсами і засвоєнням інформації та вибору стратегії входу на закордонні ринки; 4) дослідження взаємозв'язків з іншими економічними суб'єктами; 5) дослідження базуються на двох принципах: недосконалість ринку і пристосування до його умов; 6) динамічний характер теорії; 7) універсальність теорії за критерієм приналежності до виду економічної діяльності; 8) емпірична перевірка. Недоліками цієї теорії є: 1) відсутність визначення чіткого взаємозв'язку між рівнем інтернаціоналізації та фінансовими результатами; 2) положення теорії найбільш притаманні для великих підприємств, країнами базування яких є країни, що розвиваються.

Висновки. У статті виокремлено чотири теорії інтернаціоналізації підприємств, основним об'єктом дослідження виступає ресурсне забезпечення дія-

льності підприємств в умовах інтернаціоналізації, а також ресурсний потенціал підприємства, що забезпечує досягнення конкурентної переваги міжнародного характеру. Обґрунтування окремих переваг та недоліків кожної з теорій інтернаціоналізації підприємств, які варто зарахувати до групи ресурсних, надає можливості використати положення ресурсних теорій інтернаціоналізації для формування конкурентних переваг підприємства в умовах інтернаціоналізації. Для вітчизняних високотехнологічних підприємств, які спеціалізуються на розробленні програмного забезпечення, особливої актуальності набувають можливості використання положень теорії «глобальних від початку» підприємств, адже більшість з них активно здійснюють зовнішньоекономічну діяльність та, насамперед зорієнтовані на виконання закордонних замовлень. Однак українські підприємства мають найбільше можливостей скористатися положеннями теорії LLL, адже розроблення даної теорії базувалось саме на основі дослідження інтернаціоналізації підприємств саме з аналогічними характеристиками, а сучасні економічні умови в Україні варто охарактеризувати як економіка, що розвивається. Саме тому надання пріоритету розвитку трьох основних елементів інтернаціоналізації – формуванню ринкових взаємозв'язків (з метою отримання ресурсів (нематеріальних активів), до яких підприємство не має доступу на ринку країни базування), використання важіля співпраці з закордонними партнерами (з метою отримання доступу до більшої кількості ресурсів (нематеріальних активів), ніж його конкуренти та оптимізації входу на закордонні ринки), а також навчання (формуванням технологій швидкого навчання (управління інформаційними ресурсами та засвоєнням інформації) і трансформацією інформації у нематеріальні активи, що дозволяє отримати конкурентну перевагу), дозволить скористатись надзвичайно успішним досвідом інтернаціоналізації підприємств Китаю та забезпечить ефективність інтернаціоналізації вітчизняних підприємств. Перспективами подальших досліджень є побудова моделей маркетингових стратегій інтернаціоналізації підприємств, адже це актуальний спосіб удосконалення та підвищення ефективності їхньої діяльності.

Література

1. Penrose E. T. The Theory of the Growth of the Firm. - New York: John Wiley, 1959. – 248 p.
2. Wernerfelt B. A Resource-based view of the firm // Strategic Management Journal. – 1984. – Volume 5, Issue 2. - pp. 171-180.
3. Barney J. Firm resources and sustained competitive advantage // Journal of management. – 1991. – Volume 17, No. 1. – pp. 99-120.
4. Топольницька Т. Б. Теоретичні засади організаційно-економічного забезпечення зовнішньоекономічної діяльності підприємства / Т. Б. Топольницька // Всеукраїнський науково-виробничий журнал «Інноваційна економіка». – 2013. – № 2. – С. 84-88.
5. Кватернюк К. Ю. Особливості формування фінансових ресурсів зовнішньоекономічної діяльності машинобудівного підприємства / К. Ю. Кватернюк // Галицький економічний вісник. – 2012. – №1(34). – с. 102-108.