



**მცირე და საშუალო საწარმოების
ინტერნაციონალიზაციის თეორიული
პრობლემები და ინსტიტუციური პროგრამები**

ბექა კობერიძე

საქართველოს საპატრიარქოს წმიდა ანდრია
პირველწოდებულის სახელობის
ქართული უნივერსიტეტის დოქტორანტი

რეზიუმე

ნაშრომში განხილულია მცირე და საშუალო საწარმოების ინტერნაციონალიზაციის ძირითადი ბარიერები და განვითარების მიმართულებები. ავტორის აზრით, ინტერნაციონალიზაციის თეორიული მიმართულებები არის კომპლექსური და იგი სხვადასხვა კონცეფციების სისტემას წაროადგენს, სადაც აქცენტი გაკეთებულია, როგორც საწარმოების ურთიერთობების ფუნქციონალურ სტრუქტურებზე, ასევე მათ ქცევებზე და რესურსებზე. დახასიათებულია ევროპის ქვეყნებში ინტერნაციონალიზაციის მხარდამჭერი სახელმწიფო პროგრამების თავისებურებები და დამტკიცებულია, რომ ისინი ორიენტირებულია მცირე და საშუალო ბიზნესისთვის დამახასიათებელი სუსტი მხარეების შერბილებაზე და საერთაშორისო ბაზარზე ინტეგრაციის განვითარებაზე.

ძირითადი ნაწილი

ინტერნაციონალიზაცია არის ეკონომიკური და ქცევითი კომპონენტების ერთობლიობა და გულისხმობს საერთაშორისო საქმიანობაში ჩართვას, ადაპტაციას და გაფართოებას. შეზღუდული ფინანსური რესურსების ქვეყანაში საწარმოები მცირე გეოგრაფიულ არაეულში საქმიანობენ და მათი ინტერნაციონალ-

იზაცია არის მნიშვნელოვანი პირობა საქმიანობის გაფართოების საკენ, რომელიც განხორციელდება როგორც ორგანიზაციული სტრუქტურის, ტექნოლოგიების და ინფორმაციული შესაძლებლობების გაზრდით, ასევე საექსპორტო/საიმპორტო საქმიანობით, ალიანსებში გაწევრიანებით და სხვა საწარმოებთან შერწყმით ან გაერთიანების გზით.

ინტერნაციონალიზაცია ხორციელდება რამდენიმე ფორმით: 1. პირდაპირი ექსპორტ/იმპორტი; 2. ექსპორტ/იმპორტი საექსპორტო აგენტების მეშვეობით; 3. საზღვარგარეთ ცოდნის გაყიდვები (ლიცენზირება, ფრანჩაიზინგი და სხვ.); 4. პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები. ამ ფორმების განხორციელებით ინტერნაციონალიზაციას შედეგად მოყვება საწარმოს მენეჯმენტის ცვლილებები, დანახარჯების ეკონომია და შრომის მწარმოებლურობის ზრდა, ისეთ სტრატეგიულ ფაქტორების ეფექტიანად ამოქმედება, როგორიცაა ადგილობრივ ბაზარზე კონკურენციის თავიდან აცილება, ადგილობრივი ბაზრის გაფართოება და სხვ. იგი მნიშვნელოვნად უწყობს ხელს ინოვაციების დაერგვას, ზრდის ბაზრების მიმზდველობას (მაგალითად, კონკურენციის შედეგად ახალი ფასების ფორმირებით, საქონლის დიფერენციაციით და სხვ.). მისი განხორციელებით რესურსები მნიშვნელოვნად იზოგება და წარმოება კი ფართოვდება.

ორი მნიშვნელოვანი ფაქტორი განსაზღვრავს ინტერნაციონალიზაციას: 1. სავაჭრო გარემო და 2. მცირე და საშუალო ბიზნესის მახასიათებლები. სავაჭრო გარემო გავლენას ახდენს მცირე და საშუალო ბიზნესის საერთაშორისო ურთიერთობებზე რამდენიმე თვალსაზრისით: მაკროგარემოთი, ვალუტის გაცვლითი კურსით, ეკონომიკურ კონტექსტით (როგორიცაა განვითარების, აღმავლობის, რეცესიის, კრისიზის და გამოცოცხლების სტადიები) და სხვ. ისინი ბაზრის მგრძნობიარე ფაქტორებია და განსაზღვრავენ კონკურენციის უნარს. მათ შეუძლიათ შეამცირონ ან გაზარდონ მცირე და საშუალო ბიზნესის წილი საგარეო ბაზრებზე.

მცირე და საშუალო საწარმოების ინტერნაციონალიზაცია და საერთაშორისო მენარმეობა ძირითადი პრობლემაა როგორც რეგიონალური, ისე გლობალური მასშტაბით. ამ პრობლემის კვლ-

ევას მიეძღვნა მრავალი ნაშრომი. განსაკუთრებით აღსანიშნავია ეკონომიკური განვითარებისა და თანამშრომლობის ორგანიზაციის (OECD) კვლევები[1]. ეს კვლევები აჩვენებენ, რომ ექსპორტისკენ მისწრაფება ზრდადი ტენდენციაა იმ რეგიონებში, სადაც ადგილობრივი გარემო, სტიმული და საექსპორტო ინფრასტრუქტურა ნაკლებად მიმზიდველია. შესაბამისად უნდა ვივარაუდოთ, რომ სწორედ დაბალგანვითარებულ ქვეყნებს სჭირდებათ ინტერნაციონალიზაცია და მოტივაცია უფრო მეტი აქვთ, ვიდრე იმ ქვეყნებს, სადაც განვითარებულია ბაზარი და ინფრასტრუქტურა.

მსოფლიოს განვითარებულ ქვეყნებში მცირე და საშუალო ბიზნესი სულ უფრო ზრდის თავის წილს ექსპორტში, მაგრამ საკითხი იმის შესახებ, თუ რა საერთაშორისო სამეწარმეო ორიენტაცია აქვთ მათ, რა სპეციფიკურ სტრატეგიას ანხორციელებენ და რა ბარიერებს აწყდებიან ისინი, კვლევის აქტუალური საგანია.

საქართველოში საერთაშორისო განვითარების სტრატეგია მხოლოდ მსხვილ ფორმებს გააჩნიათ. ამის შედეგია ის, რომ საქართველოში, ისევე როგორც სხვა ქვეყნებში, მცირე და საშუალო ბიზნესის წვლილი ექსპორტში დაბალია. მცირე და საშუალო ბიზნესის ინტერნაციონალიზაციის სტრატეგიები ორიენტირებულია ძირითადად იმპორტზე და უგულებელყოფს ინტერნაციონალიზაციის სხვა მოდელებს. ეს შეიძლება აიხსნას იმიტაც, რომ, როგორც მრავალრიცხოვანი კვლევები აჩვენებს, მსხვილ კორპორაციებთან შედარებით, მცირე და საშუალო ბიზნესის წინაშე უფრო მეტი ბარიერებია, რომლებიც ხელს უშლის ან ანელებს მათი ინტერნაციონალიზაციის პროცესს[2]. მცირე და საშუალო ბიზნესი მრავალრიცხოვან დაბრკოლებას ხვდება.

ამასთან, მკვლევარები თვლიან, რომ არსებობს უშუალო კავშირი ინოვაციასა და ექსპორტს შორის და დიდი კომპანიები მეტად არიან ნოვატორები და ექსპორტიორები, ვიდრე პატარა ფორმები [3].

ინტერნაციონალიზაციის თეორიებისადმი არსებობს განსხვავებული მიდგომები: ავტორთა ერთი ნაწილი აერთიანებს თეორიებს ოთხ ჯგუფად: 1. ინტერნაციონალიზაციის კლასიკური

თეორიები (აბსოლუტური და შედარებითი უპირატესობების თეორიები, და ჰეკშერ-ოლინის თეორია); 2. ბაზრებზე არასრულყოფილი შეღწევის თეორიები (პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების თეორია და საერთაშორისო პროდუქტის სასიცოცხლო ციკლის თეორია); 3. ბაზარზე არასრულყოფილი განმტკიცების თეორიები (პორტფელის თეორია; ინტერნალიზაციის (internalisation) თეორია; ეკლექტიკური თეორია და რესურსების უპირატესობა თეორია); 4. ინტერნაციონალიზაციის თეორიები; (ქსელური თეორია და საერთაშორისო მენარმეობის თეორია) [4].

მკლევართა მეორე ნაწილი საერთაშორისო ბიზნეს თეორიების ორი მიმართულებით კლასიფიცირებას ახდენს. კერძოდ: 1. დიდი მრავალეროვნული საწარმოების თეორიები (მონოპოლიური უპირატესობა თეორია) და 2. მცირე და საშუალო ბიზნესის ინტერნაციონალიზაციის თეორიები (სტადიების თეორია; ქსელის თეორია; რესურსზე დაფუძნებული ხედვა და საერთაშორისო მენარმეობის თეორია) [5].

ზოგიერთი ავტორი ინტერნაციონალიზაციის თეორიებს ორი მიმართულებით გასაზღვრავს: 1. ეკონომიკური თეორიები და 2. ქცევითი თეორიები[6]. სხვები აქცენტს აკეთებენ შემდეგ თეორიებზე: 1. სამრეწველო ორგანიზაციის თეორია; 2. ინტერნალიზაციის თეორია; 3. კონტრაქტების ღირებულება თეორია და 4.) ეკლექტიკური თეორია, როგორც ტრადიციული თეორიები და იმ თეორიების ერთობლიობა, რომლებიც ფოკუსირებულია მრავალეროვნულ საწარმოებზე[7]

ამ კლასიფიკაციებიდან გამომდინარე, ინტერნაციონალიზაციის თეორიები შეიძლება შემდეგი კლასიფიკაციით განასაზღვროს:

1. კლასიკური თეორიები, რომლებიც ეროვნულ დონეზე განსაზღვრავენ ინტერნაციონალურ ურთიერთობებს (ა. სმიტი დ, რიკარდო, ჰეკშერ-ოლინი) აბსოლუტური და შედარებით უპირატესობის თეორიები).

2. თეორიები, რომლებიც ახასიათებენ საწარმოს როგორც ანალიზის ობიექტს. (პროდუქტის სასიცოცხლო ციკლის თეორია, მონოპოლიური უპირატესობა თეორია, ინტერნალიზაციის თეო-

რია, ოლიგოპოლიური თეორია, სტადიების თეორია, ქსელის თეორია, რესურსებზე დაფუძნებული თეორია, ინოვაციებთან დაკავშირებული მოდელები)

3. თეორიები, რომლებიც ძირითადად ფოკუსირდება ინტერნაციონალიზაციაზე (ქცევის თეორია, პროდუქტის სასიცოცხლო ციკლის თეორია, მონოპოლიური უპირატესობა თეორია, ინტერნალიზაციის თეორია, ოლიგოპოლიური რეაქცია თეორია, სტადიების თეორია).

4. თეორიები, რომელიც ძირითადად ეხება მცირე და საშუალო ბიზნესის ინტერნაციონალიზაციასა და ქცევებს (რესურსზე დაფუძნებული ხედვა, საერთაშორისო მენარმეობა, სტადიების თეორია, გრადუალური მიდგომა, ქსელის თეორია)

გრადუალური მიდგომა თავისი შინაარსით ახლოს დგას სტადიების თეორიასთან და გულისხმობს საწარმოების მიერ ინტერნაციონალიზაციის შემდეგი ეტაპების თანმიმდევრულ გავლას: 1. თავდაპირველად საწარმოებს არ გააჩნიათ არანაირი ინტერესი ექსპორტისადმი; 2. შემდგომ შესაძებელია ექსპორტის წარმოება განხორციელდეს დამოუკიდებელი წარმომადგენლის მეშვეობით; 3. უფრო განვითარებულ ეტაპზე ექსპორტის წარმოება ხდება უცხოური შვილობილი კომპანიის მეშვეობით; 4. ბოლოს კი, პირდაპირ უცხოეთში წარმოება.

გრადუალური თეორიის თანახმად, ფირმის საექსპორტო ქცევა თანდათანობით ხორციელდება; ფირმის ინტერნაციონალიზაცია ხდება მხოლოდ ახლომდებარე ქვეყანაში; ინტერნაციონალიზაცია დაკავშირებულია ფირმის რესურსების მობილიზებაზე და იგი მიიღწევა საკუთარი ძალებით; საექსპორტო საქმიანობის გავლენა ფირმაზე დამოკიდებულია მის შიდა გარემოზე, ისე, რომ შეიძლება არ გავითვალისწინოთ საგარეო გავლენა.

რესურსზე დაფუძნებული მიდგომა ძირითადად პროდუქციის წარმოების ხარჯებს განსაზღვრავს და ქმნის შეფარდებით უპირატესობას ვაჭრობაში, რაც ფრიად მნიშვნელოვანია უცხო ბაზრებზე შეღწევისათვის. რესურსებზე დაფუძნებული მიდგომა გულისხმობს ტექნოლოგიური, ფინანსური, ორგანიზაციული საკითხების ანალიზს, ეს მიდგომა ასევე დაკავშირებულია იმას-

თან, თუ რა ბალანსია არსებულ რესურსებსა და ახალი რესურსებს შორის.

რესურსულ მიდგომაზე (RBV- Resource bases view) დაფუძნებული კვლევები მოითხოვენ ფაქტორების კლასიფიკაციას ბიზნეს-გარემოდან გამომდინარე და მის ანალიზს. რესურსული ფაქტორებს მიეკუთვნებათ: სამუშაო ძალა, შენობა-ნაგებობი, აღჭურვილობა და აპარატურა, ფინანსური კაპიტალი, ადამიანური რესურსების სტიმული, მაღალკვალიფიციური კადრი სხვ.

RBV ფაქტორები შეიძლება გამოვყოთ ქსელის და ინტერნაციონალური პროცესების განხორციელების თვალსაზრისით. ქსელის პოზიციებიდან RBV ფაქტორებია: ქსელში გაერთიანებული ბიზნეს-ასოციაციები, ქსელი საქმიან ადამიანებთან, ბიზნეს-პარტნიორებთან ურთიერთქმედების სიხშირე და სხვ. ხოლო ინტერნაციონალიზაციის თვალსაზრისით RBV ფაქტორებია: გრძელვადიანი ბიზნესის წარმოების უნარი, საექსპორტო ბაზარზე შესვლის შესაძლებლობები, მენეჯერების საერთაშორისო ორიენტაციის უნარი, დამწყები ბიზნესი საექსპორტო ხედვა, საექსპორტო ბაზრების აღქმა, საერთაშორისო რისკებთან გამკლავების უნარი, და სხვ.

რესურსებზე დაფუძნებული მიდგომა მოიცავს ასევე ცოდნის ელემენტებსაც, ამიტომ იგი ცოდნაზე დაფუძნებული მიდგომასთან (KBV-Knowledge bases view) ერთად საწარმოების ინტერნაციონალიზაციის ახსნის პირობაა. ცოდნაზე დაფუძნებული მიდგომა არის რესურსებზე დაფუძნებული მიდგომის გაფართოება და გულისხმობს ცოდნის და სამეწარმეო უნარების განვითარებას და ეფუძნება იმ ცოდნის ტრანსფერტს, რომელიც სხვა ქვეყნებშია ფორმირებული.

დღეს საქართველო ევროკავშირთან ახალი ურთიერთობების ფორმირების პროცესში იმით გამოირჩევა, რომ არსებული რესურსები სრულებით არასაკმარისია ინტერნაციონალიზაციისათვის, ხოლო ახალი რესურსების ფორმირება კი საკმაოდ პერსპექტიულია. ევროკავშირის პროგრამაში მონაწილეობა გულისხმობს სწორედ ახალი რესურსების ფორმირებას. ევროპულ ბაზარზე დივერსიფიკაცია ახალი რესურსების შექმნასთან არის

დაკავშირებული. ახალი რესურსების ფორმირება კი არის ინტერნაციონალიზაციის დეტერმინანტი.

საქართველოში რესურსების ფორმირება ევროპული გამოცდილების საფუძველზე არის ასევე ახალი ცოდნის გადმოდენის პროცესიც და იგი აისახება ისეთ საქმიანობებზე, როგორიცაა ევროპულ სტანდარტების ცოდნა და იმ მოთხოვნების დაკმაყოფილება, რომელიც არასატარიფო ბარიერებით არის განსაზღვრული (ფიტოსანიტარია, სასურსათო უსაფრთხოება და სხვ.). იგი აგრეთვე ტექნოლოგიების შემოღებასაც გულისხმობს საწარმოებში. ამდენად ინტერნაციონალიზაციის პროცესი ამ რესურსების ტრანსაქციაა საქართველოში.

საერთაშორისო მენარმეობის თეორია არის საკუთრივ მენარმეობის თეორია და გრადუალური სტადიურ-ევოლუციური თეორიის გაგრძელება[8]. იგი სხვა ტერმინებითაც გამოიხატება, როგორიცაა ახლადდაფუძნებული გლობალური წარმოება, სარისკო ინიოვაციური საქმიანობა საერთაშორისო მასშტაბით, ინოვაციები, რისკების ინტერნაციონალიზაცია და სხვ. [9]

ერთ-ერთი თეორია, რომელიც დღეს ფართოდ გავრცელდა და მრავალი გამოკვლევა დაეფუძნა, არის ეკლექტიკური პარადგიმის თეორია. იგი სხვანაირად ჯონ დანიგის OLI-მოდელ-ის ან OLI-Framework-ის სახელწოდებითაც არის ცნობილი. ეს თეორია ემყარება სამ ძირითად პარამეტრს, რომლებიც ქმნიან საწარმოების ბაზრებზე საქმიანობის უპირატესობებს. ეს პარამეტრებია: ადგილმდებარეობა, საკუთრება და თვით ინტერნაციონალიზაციის შესაძლებლობა.

სამეცნიერო ლიტერატურაში საწარმოების ინტერნაციონალიზაციის კვლევა სხვადასხვა მიმართულებით წარმოებს. აქცენტი ალბუღია იმაზე, თუ:

1. საწარმოებს აქვთ თუ არა ინტერნაციონალიზაციის მოტივაცია და რამდენად აისახება ეს მათ სტრატეგიულ გეგმებში;
2. დიდი ყურადღება ეთმობა ბაზრების კვლევას, მათ შორის, თუ როგორ ხდება ბაზრების შერჩევა და ბაზრებზე შესვლის ინიცირება;
3. ბაზარზე შესვლის შემდგომ პრობლემების გამოვლენა და რისკების დაგეგმვა;

4. კვლევები მიმდინარეობს აგრეთვე საწარმოების ინტერნაციონალიზაციისათვის რესურსების განსაზღვრის მიზნით.

ყოველივე ამ მიმართულებების შესაბამისად დგება ძირითადი საკვლევი კითხვები. ყველაზე ხშირად კი იბადება კითხვები თუ რა არის ის ფაქტორები, რომლებიც წარმატებულს ხდის ბიზნესის ინტერნაციონალიზაციას და რა არის ის რესურსები, რომლებიც ზემოქმედებენ ინტერნაციონალიზაციაზე. ამის შესაბამისად ხდება მსს ინტერნაციონალიზაციის ხელშემწყობი ღონისძიებების დაგეგმვა და განხორციელება.

ყველა ქვეყანას ინტერნაციონალიზაციის ნახალისების განსხვავებული ფორმა სჭირდება. იგი განსაზღვრულია იმის მიხედვით, თუ რა არის მათი ძირითადი მამოძრავებელი ძალები და რა ბარიერები აქვთ მათ. ევროპის ქვეყნებში ჩატარებული კვლევების მიხედვით, ბელგია, საფრანგეთი, გერმანია, საბერძნეთი, იტალია, ნიდერლანდები, პოლონეთი, ესპანეთი, შვედეთი და ბრიტანეთს სჭირდება დახმარება ბაზრის მდებარეობის, ცოდნისა და პარტნიორების მოძიებაში, პორტუგალიას - სოციალური ბიზნეს კავშირების დამყარებაში, ესპანეთს - მენეჯერების საერთაშორისო გამოცდილება და ა.შ. [10]

ევროპული სახელმწიფოები ანვითარებენ მცირე და საშუალო საწარმოების ინტერნაციონალიზაციის აქტივობების ხელშემწყობ პროგრამებს იმ ბარიერების აღმოსაფხვრელად, რომელიც ზემოთ არის აღნიშნული. ევროკავშირის პროგრამებიდან ცნობილია “Joint European Resources for Micro and Medium Enterprises” (JEREMIE), რომელიც უზრუნველყოფს სესხების გარანტიას და დაბალგანვითარებულ რეგიონებში აფინანსებს მცირე და საშუალო საწარმოებს.

ყველა ქვეყნის ხელისუფლებაც აქტიურად არის ჩართული ამ სფეროში და თითქმის ანალოგიურ საქმიანობას ეწევა. მაგალითად, გერმანიაში გერმანიის ფედერალური მთავრობა იძლევა მცირე და საშუალო საწარმოების ექსპორტისთვის საკრედიტო გარანტიას. საბერძნეთში საექსპორტო საკრედიტო ორგანიზაცია იცავს ბერძნულ ექსპორტიორებს და უცხოურ მყიდველებს ვალდებულებების ჩავარდნასთან დაკავშირებული

კომერციული და პოლიტიკური რისკებისგან. იტალიაში საგარეო ვაჭრობის სამინისტრო გასცემს საექსპორტო საქმიანობისათვის დაფინანსებას და დაზღვევას. ნორვეგიაში ნორვეგიული საექსპორტო გარანტიის ინსტიტუტი (GIEK) სთავაზობს მენარმეებს გამარტივებულ საექსპორტო საკრედიტო პროცედურებს. ბრიტანეთში საექსპორტო საკრედიტო გარანტიის დეპარტამენტი უზრუნველყოფს ბრიტანული ექსპორტიორების დაზღვევას ოკეანის გადაღმა მყიდველების დაგაუხდელობისგან და იძლევა საბანკო სესხის გარანტიას, რათა წაახალისოს უცხოური მყიდველები ბრიტანული საქონლისა და მომსახურების ყიდვაში. ესტონეთში საკრედიტო და ექსპორტის საგარანტიო ფონდი, KredEx, უზურუნველყოფს მცირე და საშუალო საწარმოების ექსპორტის დაფინანსებას და აზღვევს მათ ექსპორტთან დაკავშირებული რისკებისგან;

მრავალი პროგრამა მიმართულია საინფორმაციო და საკომუნიკაციო ბარიერების გადალახვაზე, ბიზნეს შესაძლებლობების განსაზღვრაზე, ბაზრების ადგილმდებარეობის ანალიზზე და პოტენციურ უცხოურ კლიენტებთან და პარტიონრებთან კონტაქტის დამყარებაზე.

ასეთი პროგრამებია ბრიტანეთში ვაჭრობისა და ინვესტიციის დაცვის პროგრამა, უცხოური ბაზრის გაცნობის მომსახურება (OMIS), რომელიც ინტერნეტით უზრუნველყოფს ახალბედა ექსპორტიორთა ინდივიდუალურ მომსახურებას.

შეერთებული შტატებში მცირე ბიზნესის ადმინისტრაცია (SBA) და ექსპორტ-იმპორტის ბანკი უზრუნველყოფენ სესხის დაფარვას, რომელიც მიზნად ისახავს მცირე ბიზნეს ექსპორტიორების მიერ საექსპორტო კონტრაქტების შესრულებას. იგი ასევე სთავაზობს კრედიტს ამერიკული საქონლის უცხოურ მყიდველებს, რაც იცავს მცირე და საშუალო საწარმოს ექსპორტიორებს გადაუხდელობის რისკებისგან და უზრუნველყოფს სტრუქტურულ და ფინანსურ გადაწყვეტილებებს რისკების შესამცირებლად უცხოურ ბაზრებზე.

ჩეხეთის რესპუბლიკაში ექსპორტის გარანტიისა და დაზღვევის კორპორაცია (EGAP) სთავაზობს მცირე და საშუალო

ბიზნესის მხარდაჭერას, განსაკუთრებით სავაჭრო პარტნიორების იდენტიფიცირებისას და საექსპორტო ალიანსებში მონაწილეობის მიღებაში. იგი ასევე იძლევა საბაზარო ინფორმაციებს და უცხო ქვეყნებში პოტენციური პარტნიორების შესახებ კონტაქტებს. მთავრობა სთავაზობს მენარმეებს გრძელვადიან სესხებს ექსპორტისათვის.

ზოგიერთ ქვეყანაში სპეციალური პროგრამები ხორციელდება მცირე და საშუალო საწარმოების ინტერნაციონალიზაციის ისეთი ბარიერების შესამცირებლად, როგორიც არის მმართველობითი უნარ-ჩვევების და ცოდნის ნაკლებობა. ძირითადად ეს ტრენინგების გზით ხორციელდება.

მცირე და საშუალო საწარმოების საერთაშორისო საქმიანობის წახალისებისთვის ძირითადი ზომებია მოტივაციის გაზრდა, ცოდნაზე დაფუძნებული მოტივაციის შექმნა, სოციალური და ადგილობრივი/რეგიონალური გარემო ფაქტორები. უნდა აღინიშნოს, რომ ზოგიერთი პროგრამა, რომელიც მიზანდ ისახავს მცირე და საშუალო საწარმოების ინტერნაციონალიზაციის ბარიერების შემცირებას, ასევე ემსახურება საწარმოების საერთაშორისო საქმიანობის წახალისებასაც. პროგრამები, რომელიც განხორციელდა სხვადასხვა ქვეყანაში, ორიენტირებულია მცირე და საშუალო ბიზნესისთვის დამახასიათებელი სუსტი მხარეების შერბილებისაკენ საერთაშორისო ბაზარზე ინტეგრაციას კონტაქტების დამყარებითა და პარტნიორების მოპოვების გზით. ამდენად პარტნიორობა და თანამშრომლობა ხდება ევროპული გზა, რომელიც უზრუნველყოფს ღირებულების ზრდაში მცირე და საშუალო ბიზნესის ჩართვას.

გამოყენებული ლიტერატურა

1. Top Barriers and Drivers to SME Internationalization. (2009). OECD. Report by the OECD Working Party on SME and Entrepreneurship. <http://www.oecd.org/industry/smes/43357832.pdf>;
2. OECD (2009): Top Barriers and Drivers to SME Internationalization,” Report by the OECD Working Party on SMEs and Entrepreneurship, OECD.
3. O’Cass, A. and J. Weerawardena (2009): “Examining the Role of International Entrepreneurship, Innovation and International Market Performance in SME Internationalization,” *European Journal of Marketing*, 43 (11): 1325-49.
4. Mtigwe, B. (2006), “Theoretical Milestones in International Business: The Journey to International Entrepreneurship Theory”, *Journal of International Entrepreneurship*, 4, 1, 5-
5. Ruzzier, M., Hisrich, R. D. & Antoncic, B. (2006), “SME Internationalisation Research: Past, Present and Future”, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 13, 4, 476-497.
6. Andersson, S. (2000), “The internationalization of the firm from an entrepreneurial perspective”, *International Studies of Management & Organization*, 30, 63-92.
7. Rialp, A., Rialp, J. & Knight, G.A. (2005), “The Phenomenon of Early Internationalizing Firms: What do we know after a Decade (1993-2003) of scientific inquiry?” *International Business Review*, 14, 147-166.
8. Svensson, G. (2006), “A quest for common terminology: the Concept of Born Globals”, *Management Decision*, 44, 9, 1311-1317
9. Axinn, C. N & Matthysens, P. (2002), “Limits of Internationalisation Theories in an Unlimited World”, *International Marketing Review*, 19, 4/5, 436-449.
10. Top Barriers and Drivers to SME Internationalization. (2009). OECD. Report by the OECD Working Party on SME and Entrepreneurship. <http://www.oecd.org/industry/smes/43357832.pdf>;

**THE THEORETICAL PROBLEMS AND
INSTITUTIONAL PROGRAMS FOR THE
INTERNATIONALIZATION OF SMES**

Beka Koberidze

The St. Andrew the First-Called Georgian University

Summary

The paper deals with the basic barriers of internationalization of SMEs. According to the author, theoretical trends of internationalization bases on a complex system of the different concepts which characterize the relationship between the functional structures of the enterprises, as well as their behavior and settings of resources. The features of Internationalization of the program in European countries are described and proved that they are focused on the small and medium businesses to mitigate the inherent weaknesses in the process of international market integration and development.