

*Лю Хуа,
магистрант*

*Московский педагогический государственный университет,
КНР, г. Москва*

ПОЭТАПНЫЙ ПРОЦЕСС ФОРМИРОВАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИЯ СТРАТЕГИИ ВЫХОДА ОРГАНИЗАЦИИ НА МЕЖДУНАРОДНЫЕ РЫНКИ

Аннотация: В статье рассмотрены этапы формирования и реализация стратегии выхода организации на международные рынки. Автор последовательно выделила и рассмотрела этап первоначальной разведки и изучения рынка; этап стратегического планирования, этап наращивания потенциала и интеграции ресурсов для выхода на международный рынок, этап экспансии и создание бренда, управление рисками и этап расширения присутствия на рынке.

Ключевые слова: этапы, стратегия выхода, внешнеэкономическая деятельность, международные рынки

*Liu Hua,
Master's student*

*Moscow Pedagogical State University,
China, Moscow*

STAGED PROCESS OF FORMATION AND IMPLEMENTATION OF A STRATEGY FOR ENTERING AN ORGANIZATION INTO INTERNATIONAL MARKETS

Abstract: The article discusses the stages of formation and implementation of an organization's strategy for entering international markets. Auto consistently highlighted and reviewed the initial exploration and market research phase; strategic planning stage, capacity building and resource integration stage to enter the international market, expansion and brand building stage, risk management and market presence expansion stage.

Key words: stages, exit strategy, foreign economic activity, international markets

Формирование и реализация стратегии выхода организации на международные рынки - это поэтапный процесс, который включает следующее:

Во-первых, первоначальную разведку и изучения рынка.

На данном этапе осуществляется изучение организацией возможностей и потенциала международного рынка для выхода на него. В результате глубокого изучения международного рынка, анализа рыночного спроса и конкурентоспособности других организаций появляется понимание политических, экономических, культурных и других особенностей окружающей среды каждой страны. Определение своего позиции и направления развития на международном рынке может заложить соответствующую основу для последующей стратегической планировки.

Во-вторых, стратегическое планирование.

На основе предварительного анализа международного рынка организация начинает формулировать конкретные стратегии интернационализации, а выбор и позиционирование целевых рынков становятся первой задачей на этапе стратегической планировки и планирования.

Организация принимает во внимание ряд факторов, таких как, политическая стабильность, рыночный спрос, конкурентная ситуация, экономический потенциал и возможности сотрудничества, и выбирает страны и регионы с потенциалом развития в качестве основных целей для расширения. В то же время, основываясь на знаниях о собственном информационном потенциале, о преимуществах количества ресурсов и накопленном опыте, организация будет сегментировать целевой рынок, чтобы определить области и проекты, в которых она имеет конкурентные преимущества, и сможет в этих сферах сформулировать более точную стратегию расширения рынка.

Организации также необходимо определить бизнес-модель, подходящую для международного рынка. Это может включать в себя организационное управление, консультации по дизайну, инвестиции и финансирование, а также многие другие аспекты. Организация будет гибко корректировать свою бизнес-модель в соответствии с характеристиками и потребностями целевого рынка, чтобы адаптироваться к конкурентной среде международного рынка. В то же время организация будет уделять внимание инновациям в своей бизнес-модели и изучать новые способы сотрудничества, а также различные способы получения прибыли, чтобы повысить свою конкурентоспособность на рынке.

Для того чтобы лучше адаптироваться к потребностям стратегии интернационализации, организация будет корректировать и оптимизировать свою организационную структуру. Это включает в себя создание специальных международных компаний и отделов по управлению зарубежными проектами, отвечающих за расширение и управление международными рынками; оптимизацию механизма принятия решений для повышения эффективности и оперативности принятия решений; укрепление внутренней синергии и интеграции ресурсов для формирования синергии, способствующей процессу интернационализации.

Организации также необходимо сосредоточиться на установлении и поддержании отношений сотрудничества с всемирно известными предприятиями. Сотрудничая с такими предприятиями, организация может получить больше возможностей для реализации проектов, перенять передовой опыт управления и технические знания, а также повысить уровень интернационализации. В то же время, поддержание партнерских отношений также очень важно, так как организация будет уделять внимание общению и координации с партнерами, чтобы обеспечить бесперебойное сотрудничество между двумя сторонами.

Стоит отметить, что составление подробных стратегических планов, включая планы расширения рынка, планы подготовки талантов и планы технологических инноваций определит направление развития и ключевые задачи предприятия на ближайшие несколько лет и станут надежным руководством для процесса интернационализации. В то же время не стоит забывать об уделении внимания реализации и мониторингу стратегического плана, чтобы обеспечить своевременное выполнение задач и достижение ожидаемых результатов.

Подводя итог, можно сказать, что этап стратегического планирования является ключевым звеном в формировании стратегии организации по выходу на международный рынок. Благодаря выбору и позиционированию целевых рынков, определению и инновации бизнес-моделей, корректировке и оптимизации организационных структур, установлению и поддержанию партнерских отношений, а также разработке и реализации стратегических планов организация закладывает прочный фундамент для процесса интернационализации.

В-третьих, наращивание конкурентного потенциала и интеграции ресурсов для выхода на международный рынок¹.

¹ Стасюк Д.А. , Платонова Е.Д. О конкурентных стратегиях иностранных ТНК на российском рынке// Современная конкуренция-№3, 2007.С. 97-106

Чтобы лучше адаптироваться к требованиям и конкурентной ситуации на международном рынке, следующим шагом для организации станет укрепление собственного потенциала и интеграция ресурсов. На данном этапе происходит увеличение инвестиций в технологические инновации и повышение собственного независимого инновационного потенциала. Улучшая технические ресурсы, поддерживая сотрудничество с передовыми международными предприятиями, организации важно анализировать и усваивать передовые технологии, чтобы в дальнейшем повысить собственный технологический уровень. С целью формирования инновационных технологий внутри самой организации возможно создание инновационного фонда для поддержки команды исследователей и разработчиков в области технологических исследований и разработки новых продуктов.

Организации рекомендуется направить внимание на поиск компетентных специалистов с международным видением, навыками межкультурного общения и профессионализмом. Данные меры будут способствовать к интернационализации имеющихся сотрудников, организовав тренинги по интернационализации, а также практику и тренировки за рубежом. В то же время активное привлечение зарубежных специалистов высокого уровня для пополнения и развития международной команды сотрудников обеспечит международное развитие предприятия.

Важным стратегическим решением является использование в полной мере внутренних и зарубежных финансовых ресурсов для достижения оптимального распределения ресурсов². Благодаря стратегическому сотрудничеству со всемирно известными предприятиями, компания может получить больше проектных ресурсов и рыночных

² Сунь Ц., Платонова Е.Д. Роль финансовой устойчивости в развитии бизнеса// Электронное научно-практическое периодическое издание «Экономика и социум» Выпуск № 2-4 С . 659-662.<https://readera.ru/140113143>

возможностей. В то же время важно следить за укреплением синергии и совместного использования внутренних ресурсов для повышения эффективности использования ресурсов. Кроме того, не менее важно активное сотрудничество с финансовыми учреждениями для расширения каналов финансирования и обеспечения финансирования проектов интернационализации.

Акцентировать внимание на создании бренда и формировании имиджа. Предоставление высококачественных продуктов и услуг будет способствовать созданию хорошего корпоративного имиджа и репутации. В то же время, укрепление сотрудничества с международными СМИ расширит известность и влияние предприятия на международном рынке. Участвуя в международных отраслевых организациях и проводя международные семинары, можно постепенно усиливать голос и влияние предприятия на международной арене.

В процессе интернационализации решающее значение имеют управление рисками и внутренний контроль. Создание надежной системы управления рисками и механизма внутреннего контроля обеспечит надежное развитие предприятия на международном рынке. Разработка мер по выявлению, оценке и реагированию на риски будет способствовать снижению различных рисков, с которыми сталкивается предприятие на зарубежных рынках. В то же время организация укрепляет внутренний аудит и управление, чтобы обеспечить организованность деятельности предприятия.

Благодаря усилиям в различных аспектах, таких как повышение потенциала технологических инноваций, подбор международных талантливых специалистов, интеграция и оптимизация ресурсов, формирование имиджа бренда, усиление управления рисками и внутреннего контроля, организация будет продолжать повышать свою конкурентоспособность и влияние на международном рынке.

В-четвертых, экспансия и создание бренда.

На основе стратегического планирования и наращивания потенциала организация начинает углублять свою экспансию на международном рынке. Активное деятельное участие в масштабных международных проектах и конкурсах обеспечит постоянное увеличение влияния бренда³. С целью получения хорошего корпоративного имиджа и репутации необходимо обратить особое внимание на создание бренда и формирование имиджа путем предоставления высококачественных продуктов и услуг.

В-пятых, управление рисками и этап расширения присутствия на рынке.

В процессе интернационализации управление рисками и устойчивое развитие всегда находятся в центре внимания организации. Предприятие фокусируется на выявлении, предотвращении и контроле рисков, создает совершенную систему управления рисками и план действий на случай непредвиденных обстоятельств, чтобы обеспечить надежное развитие на зарубежных рынках. В то же время организация активно выполняет свою социальную ответственность, уделяет внимание охране окружающей среды и устойчивому развитию, а также способствует гармоничному сосуществованию предприятия и общества.

Подводя итог, можно сказать, что формирование стратегии организации по выходу на международный рынок - это многоступенчатый, последовательный и энергоемкий процесс. Благодаря первоначальному анализу, стратегическому планированию, наращиванию потенциала, углублению и расширению, а также управлению рисками, организация постепенно формирует систему стратегии интернационализации, которая отвечает потребностям конкуренции и развития на международном рынке.

³ Платонова Е.Д. О методологическом потенциале деятельностного подхода в экономических исследованиях в условиях «новой реальности»// Современные тенденции развития науки и мирового сообщества в эпоху цифровизации : Сборник научных статей - Махачкала: Издательство АЛЕФ, 2023. С.20-26

Эти элементы взаимосвязаны и взаимно усиливают друг друга, а вместе составляют основу стратегии интернационализации организации.

Использованные источники:

1. Платонова Е.Д. О методологическом потенциале деятельностного подхода в экономических исследованиях в условиях «новой реальности»// Современные тенденции развития науки и мирового сообщества в эпоху цифровизации : Сборник научных статей - Махачкала: Издательство АЛЕФ, 2023. С.20-26
2. Стасюк Д.А. , Платонова Е.Д. О конкурентных стратегиях иностранных ТНК на российском рынке// Современная конкуренция- №3, 2007.С. 97-106
3. Сунь Ц., Платонова Е.Д. Роль финансовой устойчивости в развитии бизнеса// Электронное научно-практическое периодическое издание «Экономика и социум» Выпуск № 2-4 С . 659-662.<https://readera.ru/140113143>