

Сергучев Петр Андреевич

магистрант

Финансово-экономический институт

ФГАОУ ВО «Северо-Восточный федеральный

университет им. М.К. Аммосова»

г. Якутск, Республика Саха (Якутия)

СТРАТЕГИИ МЕЖДУНАРОДНОГО РАЗВИТИЯ

***Аннотация:** все организации, которые ведут свой бизнес за рубежом, обязаны придерживаться многих законов и правил, которые действуют в обеих странах. Главной целью международных стратегий является формирование конкурентных преимуществ в мировом масштабе за счет использования выгодных возможностей ведения бизнеса в различных странах, их национальных особенностей и международного взаимодействия. В данной работе автор анализирует все причины, когда организация разрабатывает международный вариант стратегического развития. Исследователем также приводится ряд стратегических альтернатив, которые могут быть полезны при ведении международного бизнеса.*

***Ключевые слова:** конкурентное преимущество, стратегия, развитие.*

Международная стратегия бывает национальным, многонациональным или глобальным:

1. Национальная стратегия – это когда фирма производит продукцию у себя дома с учетом специфики и национальных особенностей той страны, куда будет продаваться продукция. Поэтому при национальной стратегии предприятиям приходится перепрофилироваться. При данной стратегии предприятия удовлетворяет все запросы контрагентов. Такой стратегии можно придерживаться долго.
2. Многонациональная стратегия определяет поведение фирмы в странах, между которыми существует большие национальные различия в политических,

культурных, экономических и других условиях. Облегчение приспособления к ним является главной задачей многонациональной стратегии.

Выделяют множество причин, почему организация может разрабатывать международный вариант стратегического развития:

- снижение затрат на заработную плату, сырье, транспорт; уменьшение налоговых выплат;
- активность зарубежных конкурентов на внутреннем рынке вынуждает искать новые сферы деятельности;
- получение доступа к «ноу-хау» посредством выхода на определенные зарубежные рынки;
- максимальность имеющихся и дополнительно создаваемых мощностей;
- повышение эффективности сбытовой деятельности путем укрепления рыночных позиций.

Существует ряд специфических стратегических альтернатив, которые могут быть полезными в международном контексте:

- *дочернее предприятие в полной собственности* – данный тип международной стратегии определяется как создание зарубежного предприятия, которое полностью принадлежит и контролируется транснациональной компанией;
- *совместное предприятие* – два или более партнеров владеют и управляют зарубежным предприятием;
- *договор о франшизе* – одна сторона разрешает другой вести деятельность, используя ее товарный знак, логотип, продукцию, а также методы ведения операций в обмен на вознаграждение. Например, в нашей республике есть франшиза кафе «Subway»;
- *оффшорное производство* – когда одна стадия производственного процесса размещается за рубежом для того, чтобы уменьшить затраты. Оффшорная фирма обычно размещается в стране с невысокой стоимостью рабочей силы, а конечный продукт продается на внутреннем рынке страны, в которой зарегистрирована корпорация;
- *экспорт и импорт*:

Экспорт – вывоз за границу товаров, услуг и капитала для реализации на внешних рынках.

Импорт – ввоз из-за границы товаров, технологии и капиталов для реализации и приложения на внутреннем рынке страны-импортера.

Таким образом, учет особенностей локальных рынков является главным условием ведения международного бизнеса. Есть много примеров, когда крупные компании уходили в большой минус, когда, при ведении международного бизнеса, не учитывали национальные особенности стран. Недавно, одна американская компания, которая занималась производством и продажей спортивного инвентаря американского футбола, открыла точку продаж в Бразилии и получила большой убыток, так как не учла тот факт, что в Бразилии данный вид спорта не популярный.

Список литературы

1. Международные стратегии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://studopedia.ru/> (дата обращения: 15.12.2018).
2. Виды международных стратегий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://helpiks.org/4-6803.html> (дата обращения: 17.12.2018).