

Чжан Ли

магистрант

Московский государственный педагогический университет

## СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ КОМПАНИИ

### **Аннотация:**

*Статья рассматривает значимость разработки эффективных стратегий развития для международных компаний в условиях современного мирового рынка. Авторы обсуждают влияние факторов, таких как глобализация, инновации, изменения потребительских предпочтений и политические сдвиги, на стратегическое развитие бизнеса. Особое внимание уделяется балансированию между стабильностью и инновациями, а также выбору и реализации подходящих стратегических подходов в зависимости от целей и условий компании.*

**Ключевые слова:** стратегии развития, международные компании, конкурентоспособность, глобализация, инновации.

### **Abstract:**

*The article explores the significance of developing effective development strategies for international companies in the context of the modern global market. The authors discuss the impact of factors such as globalization, innovation, changes in consumer preferences, and political shifts on business strategic development. Special attention is paid to balancing stability and innovation, as well as choosing and implementing appropriate strategic approaches depending on the company's goals and conditions.*

**Keywords:** development strategies, international companies, competitiveness, globalization, innovation.

В условиях современного высококонкурентного и динамичного мирового рынка, разработка эффективных стратегий развития международных компаний становится необходимостью, определяющей их конкурентоспособность и устойчивость.

В силу множества факторов, в том числе глобализации экономики и интернационализации бизнеса, научно-технические инноваций, изменения потребительских предпочтений, законодательных и нормативных актов, международные компании вынуждены постоянно адаптироваться к новым рыночным условиям.

В этом контексте разработка и реализация стратегий развития, ориентированных на укрепление позиций на мировом рынке, становится ключевым аспектом успешного функционирования любой международной компании.

Стратегии развития международных компаний охватывают широкий спектр вопросов, начиная от выбора рынков для экспансии и определения целевой аудитории, и заканчивая оптимизацией процессов производства, логистики и маркетинга. Ключевым вопросом при разработке таких стратегий безусловно является балансирование между стабильностью и инновациями, между сохранением устоявшихся практик и стремлением к поиску новых возможностей.

Подходы к стратегическому развитию также зависят от масштаба и специфики бизнеса компании, её отраслевой направленности, конкурентной среды и других факторов [1].

В настоящей статье рассматриваются различные стратегии развития международных компаний, анализируются их особенности, преимущества и недостатки, а также предлагаются практические рекомендации по выбору и реализации наиболее подходящих стратегических подходов в зависимости от конкретных условий и целей компании.

Данные рекомендации представляют полезный инструментарий для успешного управления и развития международной компании в динамичной и конкурентной мировой экономической среде.

Стратегии развития международной компании могут варьироваться в зависимости от её целей, отрасли, конкурентной среды и других факторов. В таблице 1 представлены некоторые из наиболее распространённых стратегий развития [2].

№	Вид стратегии	Характеристика стратегии
1	Экспортная стратегия	Фокусируется на продаже продукции или услуг за пределами страны происхождения компании. Чаще всего используется в начальном этапе.
2	Стратегия лицензирования	Компания предоставляет лицензии на свои продукты или технологии другим компаниям в других странах в обмен на плату или роялти.
3	Стратегия франчайзинга	Основывается на предоставлении права на использование бренда и бизнес-модели другим компаниям (франчайзи) за плату и соблюдение стандартов.
4	Стратегия совместного предприятия	Компания вступает в партнерство с местной компанией для совместного ведения бизнеса на международных рынках.
5	Стратегия прямых инвестиций	Компания создает свои собственные филиалы или дочерние компании в других странах для производства или предоставления услуг.
6	Стратегия адаптации	Компания изменяет свои продукты, услуги или бизнес-модель, чтобы адаптироваться к различиям в культуре, потребностях и законодательстве разных стран.
7	Глобализационная стратегия	Компания стремится к стандартизации продуктов, маркетинга и операций во всех странах, где она присутствует, чтобы достичь масштабных экономических выгод.

или

Таблица 1. Стратегии развития международных компаний

Каждая из этих стратегий имеет свои преимущества и недостатки, и выбор конкретной стратегии зависит от целей компании, её ресурсов, конкурентной среды и других факторов. Важно, чтобы стратегия развития была адаптирована к конкретным условиям и была направлена на устойчивый и долгосрочный рост компании на мировом рынке.

Стратегия глобализации представляет собой стратегическое направление, ориентированное на максимальное расширение бизнеса компании за пределы национальных границ. В основе этой стратегии лежит стремление стать

мировым игроком, что достигается путем открытия филиалов в различных странах.

Одним из ключевых аспектов глобализации является стандартизация продуктов и услуг компании для их адаптации к международным рынкам, что позволяет упростить процессы производства, снизить издержки и повысить эффективность деятельности компании на глобальном уровне.

Ряд компаний предпочитают применять стратегию локализации. В отличие от глобализации, локализация фокусируется на адаптации продуктов и услуг под местные потребности и предпочтения, когда компания создает специализированные продукты или услуги для различных рынков, учитывая культурные, языковые и законодательные особенности каждой страны. Такой подход позволяет компании лучше взаимодействовать с местными потребителями и устанавливать более прочные связи с ними [3].

Стратегия мультидоместического подхода сочетает в себе элементы как глобализации, так и локализации. Компания формирует централизованное управление, чтобы обеспечить стандартизацию и эффективность, но при этом децентрализует операции для учета местных особенностей. Такой подход позволяет компании сохранить баланс между стандартизацией и адаптацией, что способствует успешной деятельности на различных рынках.

Стратегия франчайзинга представляет собой модель бизнеса, при которой компания предоставляет право на использование своего бренда, продуктов и бизнес-модели другим компаниям (франчайзи). Это позволяет быстро расширяться без значительных капиталовложений, поскольку франчайзи берут на себя ответственность за развитие бизнеса на местах.

Для успешной реализации этой стратегии необходим строгий контроль качества и бренда со стороны компании-франчайзора.

Стратегия слияний и поглощений (M&A) предполагает приобретение или слияние компании с другими организациями с целью увеличения доли на

рынке, расширения географического присутствия, получения доступа к новым технологиям или уменьшения конкуренции. Эта стратегия может быть эффективным способом для компании ускорить свой рост и увеличить конкурентоспособность.

Стратегия альянсов и партнерств позволяет компаниям объединять усилия для достижения общих целей. Вместо того, чтобы владеть активами или приобретать компании, международная компания может заключать стратегические партнерства с другими организациями, что может быть совместное производство, совместная дистрибуция или совместные исследования и разработки.

Стратегия диверсификации предполагает развитие деятельности в новых отраслях или на новых рынках с целью уменьшения рисков, связанных с концентрацией в одной области. Вертикальная диверсификация предполагает расширение в другие звенья цепочки производства, а горизонтальная диверсификация – в различные бизнес-сегменты, что подразумевает инвестиции в исследования и разработки, патентование новых технологий или приобретение стартапов с инновационными решениями. В итоге, выбор стратегии зависит от множества факторов, включая цели компании, её ресурсы, особенности рынка и конкурентное окружение. Эффективное использование стратегии может помочь компании успешно оперировать на мировом рынке и достигать своих бизнес-целей [4].

В ходе данного исследования были рассмотрены различные аспекты стратегического развития, выявлены основные факторы, определяющие успех в международном бизнесе, и предложены рекомендации для эффективного управления компанией на глобальном рынке.

Во-первых, было показано, что успешные международные компании строят свою деятельность на основе глубокого понимания местных культур, традиций и потребностей рынка. Адаптация к различным культурным

контекстам требует гибкости и способности к быстрым изменениям. В этом контексте важно разработать стратегию, которая учитывает культурные особенности каждого рынка, на котором компания присутствует.

Во-вторых, успешные международные компании активно используют технологические инновации для оптимизации своих процессов и повышения эффективности. Благодаря применению современных информационных технологий и аналитических инструментов компании могут быстро реагировать на изменения внешней среды и принимать обоснованные стратегические решения.

Третьим важным аспектом является управление человеческими ресурсами. Международные компании, стремящиеся к успеху, инвестируют в развитие своих сотрудников, создают условия для роста и профессионального развития персонала. Эффективное управление человеческими ресурсами позволяет компаниям привлекать талантливых специалистов и создавать команду, способную реализовывать стратегические цели.

Глобальная деятельность компании связана с рядом рисков, среди которых политическая нестабильность, валютные колебания, изменения законодательства и многие другие, именно поэтому компании необходимо иметь четко определенную стратегию управления рисками, которая позволяет минимизировать потенциальные угрозы и обеспечивать устойчивость бизнеса в условиях неопределенности [5].

Важным условием успешной деятельности международной компании является построение долгосрочных взаимовыгодных партнерских отношений с клиентами, поставщиками, посредниками, партнерами по бизнесу и другими заинтересованными сторонами. Установление эффективных партнерских отношений способствует созданию стабильной клиентской базы и обеспечивает долгосрочную устойчивость бизнеса.

## Список литературы:

1. Жемчугов А.М., Жемчугов М.К. [Развитие организации](#) // Проблемы экономики и менеджмента №11 2016 г. С. 3-29.
2. Жемчугов А.М., Жемчугов М.К. [Сильная стратегия предприятия. Разработка и реализация](#) // Стратегическое управление. 2014, №4. С. 304-314.
3. Божко Л.М. Комбинированные научные подходы к управлению изменениями // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». 2015. № 2. С. 77-83.
4. Ансофф И. Стратегическое управление. М.: Экономика, 1989. - 519 с.
5. Левин К. Теория поля в социальных науках. СПб: «Сенсор». 2000. 368 с.