

*Шиколай Александр Яковлевич, студент магистратуры  
АНО ВО «Московский гуманитарный университет», г. Москва*

## **ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ СТРАТЕГИЯ КАК ЧАСТЬ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ**

**Аннотация:** В статье рассмотрены основные стратегии выхода организации на зарубежные рынки и направления совершенствования деятельности организации в ходе разработки внешнеэкономической стратегии как составной части экономической стратегии компании.

**Ключевые слова:** прямой экспорт, косвенный экспорт, совместное предприятие, иностранное производство, партнерство, внутренний финансовый контроль, финансовое прогнозирование.

**Abstract:** The article describes the main strategies for the organization to enter foreign markets and areas for improving the organization's activities in the development of foreign economic strategy as an integral part of the company's economic strategy.

**Keywords:** direct export, indirect export, joint venture, foreign production, partnership, internal financial control, financial forecasting.

Существует множество способов выхода компании на внешний рынок. Каждый рынок индивидуален. Ни одна стратегия выхода не является универсальной. Прямой экспорт может быть наиболее подходящей стратегией на одном рынке, тогда как на другом, может понадобиться создать совместное предприятие, а на третьем наименее рискованным будет лицензирование производства. На сегодняшний день существует девять стратегий выхода на зарубежные рынки:

- прямой экспорт;
- косвенный экспорт;
- совместное предприятие;
- иностранное производство;
- партнерство; покупка иностранной компании;
- товарные аукционы; лицензирование;
- аренда или лизинг.

Экспорт является одной из самых развитых и популярный форм международной торговли.

Согласно федеральному закону № 164-ФЗ ФЗ «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности» от 08.12.2003 «Экспорт - это вывоз товара, работ, услуг, результатов интеллектуальной деятельности, в т. ч. исключительных прав на них, с таможенной территории России за границу без обязательства об обратном ввозе» [1]. Используя прямой экспорт, предприятие самостоятельно вывозит и реализует свои товары за границу. Этот способ хоть и достаточно рискованный и затратный, однако, такие преимущества, как прямой контакт с потребителем и адаптация товара к их потребностям могут обеспечить компании громкую репутацию, а для долгосрочной внешнеэкономической деятельности это необходимо. Реализация прямого экспорта может проходить как через зарубежный отдел продаж фирмы, так и через создания дочернего предприятия за рубежом или найма торговый представителей и дистрибьюторов. Косвенный экспорт предполагает реализацию товаров с помощью посредников. Поскольку посредники хорошо ориентируются на иностранном рынке и зачастую имеют свою инфраструктуру, этот вид экспорта дешевле прямого, однако отсутствие обратной связи с покупателями и затрудненный контроль над товарами могут негативно сказаться на восприятии, продажи и использовании товаров [2].

Совместные предприятия - это особая форма партнерства, которая предполагает создание третьей независимой управляемой компании. Две компании соглашаются работать вместе на определенном рынке, будь то

географическом или товарном, и создать третью компанию для этого. Риски и прибыль обычно распределяются поровну [4].

Иностранное производство так же является одним из самых затратных способов освоения иностранных рынков. В деловом общении этот способ называют термином «greenfield strateg». Организация инвестирует в заводы, машины и рабочую силу на зарубежном рынке, это явление известно как прямые иностранные инвестиции. Ключевым преимуществом является то, что бизнес становится локализованным - компания производит для клиентов на том рынке, на котором она торгует [3].

Партнерство - не самый популярный способ международной торговли, однако в некоторых странах мира - неизбежный. Партнерство может принимать различные формы от простого соглашения о совместном маркетинге до сложного стратегического альянса для производства. Партнерство является особенно полезной стратегией на тех рынках, где культура, как деловая, так и социальная, существенно отличается от родной, поскольку местные партнеры приносят знания местного рынка, контакты и, возможно, клиентов. На некоторых рынках покупка существующей местной компании может быть наиболее подходящей стратегией входа. Это может быть связано с тем, что компания имеет значительную долю на рынке, является прямым конкурентом или из-за правительственных постановлений, это единственный вариант для выхода вашей фирмы на рынок. Это, безусловно, самый дорогостоящий способ международной торговли, и требующий огромных ресурсов, как финансовых, так и временных и трудовых. С другой стороны эта стратегия выхода моментально обеспечит фирме статус местной компании, преимущества знаний о местном рынке, сложившейся клиентской базы, и, возможно даже поддержку государства.

Каждый рынок и каждая компания индивидуальны, и подходящий способ международной торговли у каждой будет свой. Опыт других предприятий, безусловно, может быть полезен, однако слепое следование ему однозначно не увенчается успехом. Менеджеру необходимо оценить силы своей компании на

им выбранном зарубежном рынке. Если компания рассматривает возможность выхода на новый международный рынок, то выбор способа входа на этот рынок имеет решающее стратегическое значение, так как это повлияет на весь дальнейший процесс существования фирмы, поэтому к ответу на этот вопрос, нужно уделить большое внимание

В финансовой политике организации рассматривающей возможности формирования внешнеэкономической стратегии необходимо уделять больше внимания совершенствованию таких аспектов, как [5]:

- 1) финансовая стратегия организации;
- 2) финансовая тактика;
- 3) финансовое прогнозирование и планирование;
- 4) внутренний финансовый контроль;
- 5) финансирование деятельности самой организации.

В финансовом аспекте стратегические планы определяют наиболее важные финансовые показатели и пропорции воспроизводства, характеризуют инвестиционные стратегии и возможности для реинвестирования и накопления. Таким образом, под совершенствованием финансовой стратегии организации следует понимать реализацию эффективной инвестиционной политики. В то же время необходимо проанализировать инвестиционные проекты экономического и финансового характера, выбрать лучшие, а затем проконтролировать финансовую реализацию проектов. Именно благодаря инвестиционной политике организация осознает свою способность предвидеть долгосрочные тенденции экономического развития и адаптироваться к ним [6].

Совершенствование финансовой тактики предполагает внедрение комплексного оперативного управления текущими активами и краткосрочными обязательствами организации, то есть денежных средств, дебиторской задолженности, запасов сырья и готовой продукции, с одной стороны, и кредиторской задолженности, а также краткосрочной долгосрочные кредиты, с другой стороны. Также это направление подразумевает понимание ценовых решений, правильную ориентацию на определенные сегменты рынка,

интенсивные усилия по продвижению продуктов и другие маркетинговые решения с точки зрения их влияния на финансовые результаты.

Финансовое прогнозирование является основой для финансового планирования в организации. Следует определить финансовые перспективы его развития, а также тактические меры по обеспечению своевременных расчетов между покупателями и поставщиками с целью предотвращения наращивания дебиторской и кредиторской задолженности и т.д.

Также необходимо совершенствовать внутренний финансовый контроль. Он должен включать анализ данных бухгалтерского и оперативного учета, а также отчетов организации, которые являются информационной базой для принятия финансовых решений и материалом для оценки результатов деятельности организации, всех ее подразделений и самой себя.

Совершенствование финансирования деятельности организации заключается в определении рациональной структуры пассивов организации, то есть соотношения заемных, привлеченных и собственных средств. Здесь необходимо учитывать приемлемый уровень финансового риска. Политика распределения чистой прибыли организации должна быть направлена на развитие самофинансирования и наращивание собственных средств. Организации следует стремиться к формированию наилучшей структуры заемных средств с точки зрения формы, сроков и стоимости [7].

Таким образом, новые условия функционирования организаций, разрабатывающих внешнеэкономическую стратегию выхода на зарубежные рынки, требуют самостоятельного решения широкого круга проблем, среди которых важное место занимает проблема стратегического управления их деятельностью.

#### **Библиографический список:**

1. Федеральный закон от 08.12.2003 № 164-ФЗ (ред. от 01.05.2019) «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности».
2. Внешнеэкономическая деятельность: учебник / Э.А. Арустамов, Р.С.

Андреева. — Москва: КноРус, 2016, С.24.

3. Жилкина А.Н. Непрерывный контроль управления финансами на предприятии: проблемы и пути решения // Вестник университета. – 2018. - № 3. – С. 121 – 125.

4. Карагулян, Е.А. Работа предприятия по выходу на внешний рынок. Маркетинговые исследования. Стратегии выхода компании на внешние рынки: метод. пособие / Е.А. Карагулян. – Екатеринбург: ООО «Пресс групп», 2015. – 40 с.

5. Музалёв С.В. Особенности моделирования бизнес-процессов в организации // Russian journal of management. – 2019.- т.2 №7.- с.16-20.

6. Fedorova I.J.E., Muzalev S.V., Frygin A.V., Shalneva M.S., Khanova L.M. Efficient funding strategy for investment and construction projects of municipal economy: study of characteristics // International journal of civil engineering and technology. – 2018.- т.9.№9. – с. 1945-1951.

7. Yaremchuk E., Muzalev S.V. Improvement of methodology for analysing the financial sustainability of an organization // Russian journal of management. – 2019.- т.7 №3.- с.1-5.