

Се Сяобо

магистр

Московский педагогический государственный университет

**«АНАЛИЗ ОСОБЕННОСТЕЙ СТРАТЕГИЙ РАЗВИТИЯ
ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ В
МЕЖДУНАРОДНОМ БИЗНЕСЕ»**

***Аннотация.** Данная статья рассматривает особенности разработки стратегий развития экономического механизма управления организацией в условиях международного бизнеса. Автор анализирует влияние международной конкуренции на формирование стратегий управления и подчеркивают значимость учета специфики отраслей и конкурентной среды при разработке таких стратегий.*

***Ключевые слова.** Экономический механизм управления, Международный бизнес, Стратегии развития, Международная конкуренция, Особенности отраслей.*

***Abstract.** This article examines the peculiarities of developing strategies for the development of the economic management mechanism of an organization in the context of international business. The author analyze the impact of international competition on the formation of management strategies and emphasize the importance of considering the specifics of industries and the competitive environment when developing such strategies.*

***Keywords.** Economic management mechanism, International business, Development strategies, International competition, Industry specifics.*

Анализ особенностей стратегий развития экономического механизма управления организацией в международном бизнесе представляет собой важную задачу для компаний, стремящихся успешно функционировать на мировом рынке. В международном бизнесе существует ряд особенностей и вызовов, которые необходимо учитывать при разработке стратегии управления.

Анализ особенностей на самом деле неразрывно связан с пониманием того, что на международном рынке конкурируют фирмы, а не

страны. Существующая особенность диктует необходимость понимания того, как фирма создает и удерживает конкурентное преимущество, и как роль страны в этом процессе может измениться. Сегодняшние конкурентные возможности фирм не ограничены границами их страны базирования, что обуславливает необходимость особого внимания к глобальным стратегиям, которые полностью меняют роль страны базирования.

Основные же принципы конкурентной стратегии в международном бизнесе во многом совпадают с теми, которые действуют на внутренних рынках. Отрасль играет ключевую роль в конкуренции, представляя собой группу фирм, конкурирующих непосредственно между собой за долю на рынке. При этом стратегически значимая отрасль объединяет продукты или услуги с сходными источниками конкурентного преимущества, что позволяет фирмам более точно определить свою конкурентную позицию и разработать соответствующую стратегию, экономистам необходимо понимать, что границы между отраслями часто расплывчаты, и источники конкурентного преимущества могут существенно варьироваться в пределах одной и той же отрасли.

Понятие "машиностроение", например, охватывает множество различных отраслей с собственными стратегиями и требованиями для достижения конкурентного преимущества. Такое разнообразие требует индивидуального подхода к разработке конкурентной стратегии в зависимости от специфики отрасли и возможностей фирмы.

При разработке конкурентной стратегии в международном бизнесе фирмам необходимо учитывать, как структуру отрасли, в которой они действуют, так и свою позицию в этой отрасли. Структура конкуренции может значительно различаться в зависимости от отрасли, и вероятность получения прибыли также может существенно варьироваться. Позиция фирмы в отрасли, играет ключевую роль в определении ее успеха.

Некоторые позиции могут быть более выгодными, чем другие, независимо от общей прибыльности отрасли.

Выбор конкурентной стратегии фирмы зависит от двух основных факторов: структуры отрасли и ее позиции в ней. Ни один из этих факторов сам по себе не является достаточным для выбора стратегии. Изменения в структуре отрасли или позиции фирмы могут потребовать пересмотра выбранной стратегии. Успешные фирмы на рынке активно влияют на структуру отрасли, стремясь изменить ее в свою пользу и увеличить свои конкурентные возможности.

Проведем анализ сильных и слабых сторон этого вопроса для составления общего представления ситуации.

Схема 1. Анализ особенностей стратегий развития экономического механизма управления организацией в международном бизнесе (сильные – слабые стороны).

Сильные стороны (Strengths)	Слабые стороны (Weaknesses)
1. Глобальный доступ к рынкам	1. Культурные барьеры и языковые различия
2. Доступ к новым технологиям и инновациям	2. Недостаточная гибкость и адаптивность к местным условиям
3. Разнообразие в кадровом потенциале и международном опыте	3. Высокие затраты на международную экспансию
4. Экономии масштаба и возможность снижения издержек	4. Риски валютных колебаний и политической нестабильности
5. Гибкость в выборе стратегии вхождения на рынок	5. Ограничения в доступе к местным ресурсам и инфраструктуре
	6. Проблемы координации между различными географическими единицами
	7. Вызовы в управлении культурным разнообразием сотрудников

Схема 2. Анализ особенностей стратегий развития экономического механизма управления организацией в международном бизнесе (возможности – угрозы).

Возможности (Opportunities)	Угрозы (Threats)
1. Расширение глобального рынка	1. Усиление конкуренции на международном уровне
2. Возможности для создания стратегических партнерств и совместных предприятий	2. Политическая нестабильность и изменения в законодательстве
3. Повышенный спрос на продукцию или услуги в новых регионах	3. Валютные колебания и финансовые кризисы в странах-партнерах
4. Доступ к новым и развивающимся рынкам	4. Тарифные барьеры и торговые конфликты
5. Возможность использования локальных ресурсов и талантов	5. Экологические проблемы и репутационные риски
6. Увеличение спроса на технологические решения и инновации	6. Неоднородность правовых норм и регулирование в разных странах

Суть конкуренции в любой отрасли выражается пятью силами, определяющими ее конкурентную интенсивность - угрозой появления новых конкурентов, угрозой появления товаров-заменителей, влиянием поставщиков и покупателей, а также соперничеством между уже существующими конкурентами.

Силы, о которых идет речь, оказывают влияние на прибыльность отрасли, определяя цены, расходы и необходимые капиталовложения для конкурентного поведения в данной среде. Структура отрасли, ее экономические и технические характеристики, определяют значение каждой из этих сил и их взаимосвязь. В отраслях с благоприятной конкурентной средой, таких как производство программного обеспечения или лекарственных препаратов, конкуренты могут получать высокие прибыли от вложенного капитала, тем временем отрасли с неблагоприятной конкурентной средой, такие как производство алюминия или полупроводниковых приборов, характеризуются низкой прибыльностью и высокой конкуренцией.

Структура отрасли не является постоянной и может изменяться со временем под воздействием различных факторов, таких как

технологические инновации, изменения в потребительском спросе или внешнеполитические события. Фирмы, разрабатывая свои стратегии развития, могут влиять на структуру отрасли через инновации, консолидацию рынка или другие действия.

Структура отрасли имеет важное значение для международной конкуренции, поскольку различные отрасли требуют различных ресурсов, навыков и стратегий для успешной конкуренции. Условия для конкуренции могут быть более благоприятны в некоторых отраслях, чем в других, и стратегии развития фирмы должны быть адаптированы к специфике конкретной отрасли и ее международной конкурентной среде.

Прежде всего, нужно понимание того, что отрасли с привлекательной структурой часто связаны с высокой производительностью труда и прибыльностью от вложенного капитала. Такие отрасли обладают условиями, способствующими успешному конкурентному росту, и предоставляют возможности для роста и развития фирм.

Стремясь занять свою нишу в данных отраслях, фирмы должны учитывать специфику конкуренции и выбирать оптимальные стратегии развития. Важной составляющей в позиционировании фирмы на рынке является понятие ее позиции в отрасли, что очевидно подразумевает не только производственные аспекты, но и стратегическое отношение к конкуренции в целом.

Примеры американских и швейцарских производителей шоколада наглядно демонстрируют, как различные стратегии позиционирования могут обеспечить конкурентное преимущество. Фирмы, основываясь на низких издержках или дифференциации продукции, создают уникальное предложение для потребителей и определяют свою конкурентоспособность на рынке. Конкурентное преимущество, будь то низкие издержки или дифференциация, является ключевым фактором для

успешного выхода на международный рынок. Фирмы должны постоянно стремиться к улучшению своих конкурентных позиций, ведь только так они смогут выдержать конкуренцию и добиться успеха в мировой экономике, но обе стратегии – низкие издержки и дифференциация – могут быть успешно реализованы, но требуют основательного анализа и учета особенностей отрасли и конкурентной среды.

Список литературы

1. Жемчугов М., Жемчугов А. Понятие стратегии: классика и современность. 2014, 9 сент. [Электронный ресурс] URL: <http://www.e-executive.ru/knowledge/announcement/1934330/>.
2. Информационный портал Tadviser [Электронный ресурс] URL: [Intelligence in Motion \(IM\) \(tadviser.ru\)](http://tadviser.ru).