

# **ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ-СУБЪЕКТОВ ВЭД В УСЛОВИЯХ СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ**

*Кудря А.С., магистрант,  
Научный руководитель: Кулешова Л.В., канд. экон.наук, доц., доцент  
кафедры менеджмента внешнеэкономической деятельности  
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы  
при Главе Донецкой Народной Республики»*

**Постановка проблемы в общем виде.** Реформы, сложившиеся на данном этапе экономического развития Республики, направлены на поддержку и развитие компаний-субъектов ВЭД и их выход на внешний рынок. При этом сложные политические проблемы, сложившиеся вокруг ДНР, не могут дать 100% результата для проводимых экономических, социальных и политических реформ внутри молодой страны. Часть предприятий Республики, осуществляющих ВЭД сталкиваются с проблемой низкой конкурентоспособности своей продукции и ограниченности географии поставок. Выделяя основные причины данной проблемы, прежде всего стоит отметить тот факт, что в большинстве компаний процесс формирования стратегии развития носит непостоянный и краткосрочный характер, что отрицательно влияет на показатели деятельности.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Вопросам разработки и внедрения стратегии развития предприятий как на внутреннем, так и на внешних рынках посвящены работы зарубежных исследователей, среди которых стоит отметить лидеров международной экономики А. Смита, К. Маркса, Дж. Робинсона, Й. Шумпетера, Дж. К. Гэлбрейта, М. Портера. В свою очередь среди отечественных исследователей поднимавших данную тему, стоит выделить Г. Л. Азоева, Ю.И. Коробова, Л.Г. Раменского, Д. Ю. Юданова,

Р. А. Фатхутдинова, М.И. Гельвановского, А.З. Селезнева, Н.С. Яшина. Однако до сих пор не выработано единого подхода, увязывающего в стройную систему понятие «стратегия развития предприятия-субъекта ВЭД» и, как следствие, отсутствует механизм повышения конкурентоспособности внешнеторговых предприятий.

**Цель исследования** состоит в выявлении основополагающих факторов, воздействующих на формирование и реализацию стратегии развития внешнеторговых предприятий.

**Изложение материалов основного исследования.** В современных условиях рыночной экономики практически каждая компания, анализируя потребителей своей продукции, также должна изучать деятельность конкурентов. Анализируя конкурентов, компания рационально и более точно оценивает и изучает конкурентную среду и сектор рынка, в котором функционирует [1]. На основании таких данных предприятия формируют стратегию развития, которая способствует росту конкурентоспособности предприятия.

Эффективность выработки управленческих решений в сфере разработки стратегии развития предприятия-субъекта ВЭД базируется на сбалансированности и полноценности разработанных решений, опираясь при этом на конкурентные преимущества предприятия, которые способствуют удержанию лидирующих мест на определённом рыночном сегменте в данный момент. Среди инструментов управления стратегией развития предприятия стоит отметить проведение маркетинговых исследований, сегментирование рынка, расширение и поправки в товарной номенклатуре продукции, регулирование ценообразования, логистические аспекты, а также рекламу товаров или услуги [3].

Для предприятий-субъектов ВЭД управление развитием является важным элементом успеха на внешнем рынке. Ввиду этого, предприятию стоит учесть основополагающие параметры, воздействующие на операционную деятельность компании на международном уровне. Также стоит обратить внимание на

производственные процессы компании и внедрение на их базе новых технологий, условий организации производственных процессов, современных методов улучшения качества продукта.

Стратегия развития компании на этом не заканчивается, для достижения максимального эффекта рекомендуется постоянно анализировать спрос рынка на определённую продукцию, вести добросовестную конкуренцию, а также максимально эффективно использовать научный прогресс и осуществлять свою деятельность в рамках стратегии компании [4].

Выходя на внешний рынок, предприятие должно быть готово к крайне жестким требованиям к своей конкурентоспособности и стратегии своего развития. Для управления своим развитием предприятие-субъект ВЭД должно понимать, что использование социально-экономических, демографических и культурных параметров страны должно происходить с учётом международных правил конкурентной борьбы и экономических факторов, влияющих на эффективное построение стратегии развития.

Развитие компании при выходе на внешний рынок удаётся достигнуть посредством высокого уровня сервиса и участия в экономическом сотрудничестве с другими компаниями. Развитие предприятия является исходящим параметром конкурентоспособности предприятия, что в свою очередь является базовым параметром, на основании которого в рамках свободного и развивающегося рынка удаётся производить продукты и услуги, которые полностью соответствуют международным стандартам. Уровень развития предприятия при выходе на внешний рынок говорит об уровне экономического развития страны, в которой оно базируется, и в свою очередь об уровне конкурентоспособности и сильных сторонах изготавливаемой продукции для внешнего рынка.

**Выводы.** Управление стратегией развития предприятия при выходе на внешний рынок включает в себя ряд особенностей, которые базируются на

факторах внешней и внутренней среды, а также индивидуальных параметрах компании.

Стратегия развития дает возможность компании опережать своих конкурентов, используя для этого свои сильные стороны. Стратегия развития для предприятий и регионов является связывающим параметром на каждом этапе экономического роста.

Особенности управления стратегией развития и роста предприятия при выходе на внешний рынок заключаются в кропотливом сборе информации, анализе и обобщении её большого объёма, который постоянно изменяется в современных условиях экономического развития.

#### **Список использованных источников**

1. Беленов, О. Н. Конкурентоспособность стран и регионов / О.Н. Беленов, А.А. Анучин. - М.: КноРус, 2016. - 144 с.
2. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия, практика. - М.: Центр экономики и маркетинга, 2015. - 239 с.
3. Фатхутдинов, Р. А. Глобальная конкурентоспособность. На стол современному руководителю / Р.А. Фатхутдинов. - М.: Стандарты и качество, 2016. - 464 с.
4. Анিকেев Р.К. Проблемы обеспечения конкурентоспособности социально-экономических систем: монография. - М.: Экономика, 2017 - 137 с