Францева-Костенко Елена Евтифеевна, Крутова Татьяна Александровна

СТРАТЕГИИ ВЫХОДА ОРГАНИЗАЦИИ НА ЗАРУБЕЖНЫЙ РЫНОК

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2012/5/57.html

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по данному вопросу.

Источник

Альманах современной науки и образования

Тамбов: Грамота, 2012. № 5 (60). С. 150-152. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/1.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/1/2012/5/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: almanac@gramota.net

5. **Мирошниченко М. П.** Изменчивость битиний Западной Сибири // Труды Томск. гос. ун-та. Томск: Изд-во ТГУ, 1956. Т. 142. С. 101-110.
6. **Старобогатов Я. И.** Фауна моллюсков и зоогеографическое районирование континентальных водоемов земного шара. Л.: Наука (Ленингр. отд.), 1970. 372 с.
7. **Федоров В. Г.** Сравнительные данные по изменчивости раковин двух видов моллюсков рода *Lymnaea* (Gastropoda, Lymnaeidae) // Альманах современной науки и образования. Тамбов: Грамота, 2009. № 11 (30). Ч. 1. С. 187-191.
8. **Vincent B., Litourneau C.** Variations inter-populations de la structure d'âge et de la croissance du Prosobranche Bithynia tentaculata L. // Can. J. Zool. 1985. V. 63. № 6. P. 1345-1353.

УДК 332.33:330.101.8
Экономические науки

Елена Евтифеевна Францева-Костенко, Татьяна Александровна Крутова
Нижегородский институт управления (филиал)
Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации

СТРАТЕГИИ ВЫХОДА ОРГАНИЗАЦИИ НА ЗАРУБЕЖНЫЙ РЫНОК©

Система разработки стратегии выхода организации на мировые рынки требует совершенствования, в том числе в связи с новыми требованиями к международной торговле, к качеству товаров и услуг, в связи с ускорением проникновения процессов глобализации в мировую экономику, заключающихся в следующем:

- влияние научно-технического прогресса на динамику изменения потребностей;
- международная интеграция;
- либерализация международного законодательства;
- углубление и совершенствование мирового информационного пространства;
- изменение политической картины мира.

Организация в современных условиях жесткой конкуренции, быстро меняющейся ситуации должна не только концентрировать внимание на внутреннем состоянии дел, но и вырабатывать стратегию долгосрочного выживания, которая позволяла бы ему успевать за изменениями в его окружении. В современных условиях глобализации процессов мировой экономики важным становится осуществление такого управления, которое обеспечивает адаптацию предприятия к быстро меняющейся окружающей среде.

Рис. 1. *Вектор этапов вовлечения организации в процессы экономической глобализации*

Все более ясным становится факт, что преимущества в конкурентной борьбе получает более мобильная компания, делающая анализ и прогноз изменения внешней среды на максимальный период. Ускорение изменений в окружающей среде, появление новых запросов, изменение позиции потребителей, возрастание конкуренции за ресурсы, развитие информационных сетей, делающих молниеносным распространение и получение информации, широкая доступность современных технологий, изменение роли персонала, а также ряд других факторов привели к резкому возрастанию значения стратегического управления. Вектор

© Францева-Костенко Е. Е., Крутова Т. А., 2012

стратегического управления предприятия должен совпадать с вектором глобализации мировых экономических процессов, исходя из этого предприятие должно эволюционным путем пройти ряд этапов (Рис. 1).

Системный подход в изучении управления процессами выхода предприятия на мировые рынки позволяет рассматривать систему как совокупность подсистем с индивидуальной структурой и специфическими внутрисистемными связями. Кроме того, модель организации и управления процессами внешнеэкономической деятельности предложено рассматривать как комплекс взаимосвязанных подсистем (Рис. 2).

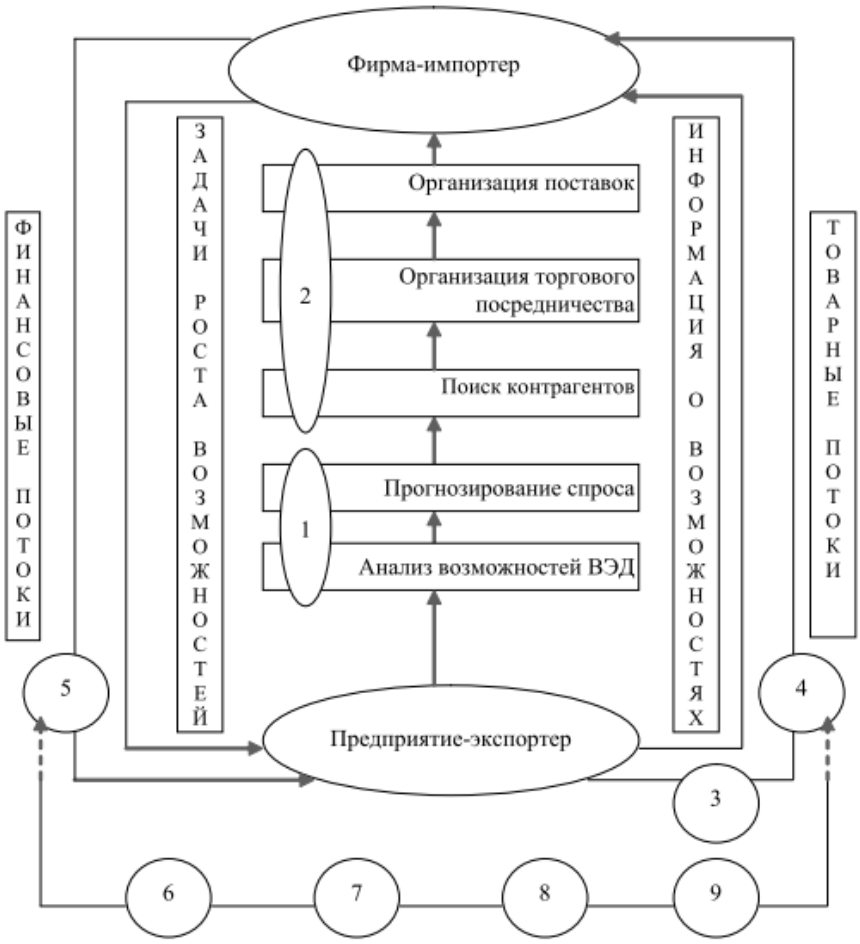

Рис. 2. *Модель организации и управления процессами внешнеэкономической деятельности как комплекса взаимосвязанных подсистем*

На схеме цифрами указаны организационно-управляющие блоки:

1. Управление планированием внешнеэкономической деятельности, маркетингом, прогнозированием спроса.
2. Управление продажами.
3. Управление производственно-экономическими операциями.
4. Управление логистикой внешнеэкономических операций.
5. Управление внешнеэкономическими расчетами.
6. Управление рисками внешнеэкономической деятельности.
7. Управление имиджем.
8. Анализ финансово-экономической эффективности внешнеэкономической операции.
9. Информационное и правовое обеспечение внешнеэкономической деятельности.

Если блоки 1-5 соответствуют конкретным функциям, то блоки 6-9 работают для всех функций на всех этапах процессов внешнеэкономической деятельности.

При адаптации предприятия к внешнему окружению предлагается следующая технология:

1. Анализ внешнего окружения.
2. Оценка ключевых компетенций, структуры отношений собственности и организационной структуры управления, выявление элементов эффективной реализации функций и процессов.
3. Позиционирование предприятия во внешнем окружении в части возможностей реализации конкретных стратегий в отдельных видах и фазах деятельности.
4. Реорганизация системы управления предприятием.

Таким образом, ключевым элементом в преобразовании системы управления предприятием можно считать адаптацию предприятия к меняющемуся внешнему окружению, включая изменения под влиянием мегафакторов мировой экономики.

Таким образом, анализ теоретических подходов разработки и реализации стратегии выхода предприятия на мировые рынки показывает, что по данному вопросу, несмотря на имеющееся различие взглядов, можно сформировать концепцию системного подхода повышения эффективности управления предприятием и его адаптации к новой внешней среде, используя методику поэтапного проникновения в мировые рынки с соответствующими адекватными изменениями в разнообразных сегментах структуры управления предприятием.

Системный методический подход для разработки и реализации стратегии выхода предприятия на мировые рынки в условиях роста влияния мегасреды позволяет разработать модель организации и управления процессами внешнеэкономической деятельности как комплекса взаимосвязанных подсистем.

Список литературы

1. **Галицкая С. В.** Деньги, кредит, финансы. М.: Сокол, 2002.

УДК 332.33:330.101.8
Экономические науки

Елена Евтифеевна Францева-Костенко, Ирина Александровна Шашкова
Нижегородский институт управления (филиал)
Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКИХ ТНК В РФ©

В соответствии с мировыми прогнозами в первой половине XXI в. в мировой экономике останется 300-600 ТНК, на долю которых будет приходиться до 75% валового мирового продукта. Более 1/3 международных компаний сосредоточат в своих руках контроль над сферой услуг, в том числе и над туризмом.

Повышение эффективности российской экономики невозможно без интеграции России в мировое хозяйство. Иностранные инвестиции, в которых нуждаются сегодня многие отрасли экономики России, включая туризм, в значительной мере связаны с ТНК. И в этом плане было бы вполне оправданным создание российской ТНК в области туризма.

Мировой туризм сегодня контролирует такие глобальные корпорации, как *Carison Companies* и *American Express* (США), *Japan Travel Burea* (Япония), *Preussag, C&N Touristik* и *Rewe* (Германия), *Airtours* и *First Choice* (Великобритания), *Accor* (Франция) и *Groupe Kuoni* (Швейцария). Им принадлежат большие секторы туристского рынка. Так, например, пятерка ведущих туроператоров контролирует в Великобритании 90% туристского рынка, в Скандинавских странах - 88%, Австрии - 83%, Бельгии - 80%, Германии - 76%, Нидерландах - 70%, во Франции - 58%.

Хотя российский туристический бизнес еще не дорос до формирования крупных корпораций, его уже затронули процессы интеграции, в частности, в сфере объединения гостиничных и туристских организаций.

Объединение организаций, занятых в области туризма, началось несколько лет назад с гостиничного хозяйства, которое является центральным звеном в индустрии туризма.

В настоящее время гостиничный бизнес иллюстрирует применение различных форм объединения его организаций и управления ими, включая гостиничные цепи, консорциумы, семейства и ассоциации, объединения типа франчайзинга, совместные гостиничные предприятия.

На российское гостиничное хозяйство стали оказывать большое влияние гостиничные иностранные цепи, которые принесли с собой качественно новые стандарты обслуживания, включая единое управление, маркетинг, гибкую систему тарифов, единство стиля и внешней информации и т.д. Некоторые российские гостиничные предприятия вошли в такие известные в мире гостиничные цепи, как *Sheraton, Marriott, Hilton, Hyatt, Inter-Continental, Accor, Meridien, Holiday Inn* и др.

Сетевой подход к организации гостиничного хозяйства в России находится на начальном этапе своего формирования, поэтому сложившиеся к настоящему времени такие формы объединений, как *Best Eastern Hotels*, ГАО «Москва», не в полной мере соответствуют современным требованиям.

Гостиничные консорциумы объединили отели и небольшие гостиничные группы разного класса. Среди российских отелей в международные консорциумы входят *Art Hotels (Best Western Hotels)* и «Аэростар» (Supranational Hotels).

Сетевые объединения часто создаются на основе договора франчайзинга по продаже лицензий сети (на использование торговой марки и прав на участие в системах маркетинга), который считается одним из наиболее успешных в мировой практике.

© Францева-Костенко Е. Е., Шашкова И. А., 2012