МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

**«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**(ФГБОУ ВО «КубГУ»)**

**Экономический факультет**

**Курсовая работа**

**Развитие инструментов обеспечивающих конкурентоспособность предприятий как основа устойчивой работы на зарубежном рынке.**

Работу выполнил \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ А.Э.Киселев

(подпись)

Направление подготовки 38.03.01 Экономика Курс 2

(код, наименование)

Направленность (профиль) Мировая экономика и коммерция

Научный руководитель

доктор экон. Наук, профессор \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Л.И. Егорова

(подпись, дата)

Краснодар

2024

**СОДЕРЖАНИЕ**

[Введение 3](#_Toc169327009)

[1. Экономическая сущность инструментального комплекса, обеспечивающего устойчивую работу предприятий на международном рынке 5](#_Toc169327010)

[1.1 Инструменты и методы обеспечивающие конкурентоспособность на мировом рынке 5](#_Toc169327011)

[2. Анализ конкурентного экспортного производства и вывод российских предприятий на зарубежный рынок на примере предприятий Краснодарского края 8](#_Toc169327012)

[2.1 Анализ развития конкурентной экспортной продукции и вывод российских предприятий на зарубежный рынок. 8](#_Toc169327013)

[2.2 Анализ основных проблем развития инструментов, обеспечивающих устойчивую работу на зарубежном рынке. 16](#_Toc169327014)

[3. Разработка рекомендаций и предложений по развитию инструментов, способствующих конкурентоспособности российских предприятий на международном рынке 20](#_Toc169327015)

[3.1 Разработка стратегии развития инструментов, обеспечивающих эффективную работу российских предприятий на зарубежном рынке. 20](#_Toc169327016)

[3.2 Установление перспективных направлений развития инструментов, обеспечивающих устойчивую работу российских предприятий на мировом рынке 23](#_Toc169327017)

[ЗАКЛЮЧЕНИЕ 24](#_Toc169327018)

[СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 26](#_Toc169327019)

**ВВЕДЕНИЕ**

*Актуальность* данной темы основывается на развитие инструментов обеспечивающих конкурентоспособность российских предприятий на зарубежных рынках. На современном этапе, в силу быстрого развития мировой экономики и усиления конкуренции, развитие инструментов становится ключевым фактором для обеспечения устойчивой работы российских предприятий на международном рынке. В условиях международной конкуренции, необходимо развивать эффективные стратегии, используя современные инструменты для обеспечения бесперебойного экспорта и соблюдения международных стандартов. Таким образом, изучение и анализ современных инструментов становится важным для улучшения конкурентоспособности российских компаний на мировом рынке.

Главная *цель* курсовой работы – это проанализировать нынешнее состояние инструментов, обеспечивающих конкурентоспособность на мировом рынке и понять как улучшить их.

Исходя из *цели* мы можем выделить задачи курсовой работы:

1. Изучить основные инструменты, с помощью которых российские предприятия конкурируют на мировом рынке
2. Проанализировать состояние этих инструментов
3. Разработать идеи по совершенствованию инструментов.

*Объектом исследования* курсовой работы являются инструменты, обеспечивающие конкурентоспособность российских предприятий на мировом рынке.

*Предметом исследования* являются экономическиеотношения складывающиеся по поводу инструментов конкуренции.

В ходе научной работы использовались следующие *методы научного исследования*: анализ, причинно-следственные методы, дедукция, индукция, обобщение, метод логической абстракции, аналогии, прогнозирования.

*Информационной базой* для написания работы послужили учебные пособия, ресурсы интернета, научные статьи и публикации современных авторов, связанные с тематикой работы.

*Структура курсовой работы*  представлена введением, тремя главами, заключением, списком использованных источников.

Во введении отражена актуальность темы исследования, поставлена цель работы, выстроены задачи ее достижения, объекты и предмет ее изучения. В первой главе представлена теоретическая составляющая, рассматривающая теоретические положения заданной темы. Во второй главе приведен анализ конкурентного экспортного производства и изучены основные проблемы, связанные с инструментальным комплексом. В третьей главе разработаны методологические указания, способствующие развитию инструментов, обеспечивающих конкурентоспособность предприятий на зарубежном рынке В заключении работы приведены основные вытекающие выводы.

# **Экономическая сущность инструментального комплекса, обеспечивающего устойчивую работу предприятий на международном рынке**

## **1.1 Инструменты и методы обеспечивающие конкурентоспособность на мировом рынке**

В экономической литературе еще не существует единого определения конкурентоспособности, которое могло бы всесторонне отразить ее сущность как экономической категории. Не разработано универсальных методик, применимых к оценке конкурентоспособности различных экономических объектов и субъектов. Опираясь на экономическое содержание понятия «конкуренция», многие авторы раскрывают понятие «конкурентоспособность», акцентируя внимание на различных ее аспектах.

К примеру, М. Гельвановский дает такое определение: «Конкурентоспособность - Обладание свойствами, создающими преимущества для субъекта экономического соревнования»

Такое определение имеет место быть, действительно конкурентоспособность предприятия складывается из факторов, которые способны в какой-то мере возвысить его относительно других предприятий.

В. Е. Хруцкий и И. В. Корнеева имеют такое представление:

«Конкурентоспособность - Способность успешно оперировать на конкретном рынке (регионе сбыта) в данный период времени путем выпуска и реализации конкурентоспособных изделий и услуг»

Различия в трактовках категории «конкурентоспособность» обусловлены особенностями ее экономической сущности. Прежде всего следует отметить многоуровневый характер конкурентоспособности. В современной экономике термин «конкурентоспособность» используется применительно к категориям разного уровня: конкурентоспособность товара, фирмы, отрасли, региона и, наконец, конкурентоспособность страны.

****

Рис. 1. Пирамида конкурентоспособности

Все многообразие конкурентных отношений, возникающих в сфере экономики, можно с определенной долей условности подразделить на три уровня:

● Микроуровень (конкретные виды продукции, производства, предприятия) – характеристики, отражающие собственно качество и цены продукции;

● Мезоуровень (отрасли, объединения предприятий и фирм) – характеристики, обеспечивающие устойчивое улучшение показателей эффективности использования имеющихся производственных ресурсов отраслей;

● Макроуровень (народнохозяйственные комплексы, страны, объединения стран) – характеристики, отражающие общее состояние хозяйственных систем, их сбалансированность, инвестиционный климат.

На макроэкономическом уровне определяются основные условия конкурентоспособности функционирования всей хозяйственной системы. Мезоуровень конкурентоспособности формирует перспективы развития отрасли или корпорации, охватывающей группу предприятий. На микроуровне конкурентоспособность обретает свою окончательную, завершенную форму в виде конкурентоспособности предприятия, товара, проявляющейся, например, в соотношении цены и качества. Это соотношение зависит от условий, сформировавшихся на предшествующих двух уровнях, и от персонала предприятия, его способности использовать как свои ресурсы, так и сравнительные национальные общехозяйственные и отраслевые преимущества.

Инструментальный комплекс в экономике представляет собой совокупность средств и методов, используемых для решения определенных задач в процессе производства и обращения товаров и услуг. В контексте устойчивой работы предприятий на международном рынке, экономическая сущность инструментального комплекса заключается в обеспечении конкурентоспособности и эффективности деятельности компаний на мировой арене. Конкурировать с крупными корпорациями и зарубежными товарами, особенно на стадии открытия, еще не имея достаточной финансовой поддержки, крайне сложно. Инструментальный комплекс служит помощником для предприятий в конкурентной борьбе между компаниями.

Этот комплекс может включать в себя различные элементы, такие как:

1. Маркетинговые инструменты для изучения и анализа международных рынков, привлечения клиентов и продвижения товаров и услуг.
2. Финансовые инструменты для обеспечения финансовой устойчивости предприятий, управления валютными рисками и привлечения инвестиций.
3. Логистические инструменты для оптимизации поставок, хранения и доставки товаров на международном уровне.
4. Технологические инструменты для автоматизации производственных процессов, улучшения качества продукции и сокращения затрат.
5. Правовые и организационные инструменты для соблюдения международных норм и стандартов, а также для управления персоналом и партнерскими отношениями.

Так же важным инструментом, способствующим эффективной конкурентоспособности, является качество продукции. Разработка и производство высококачественной продукции является ключевым фактором конкурентоспособности. Это включает в себя постоянное совершенствование технологий производства, контроль качества и удовлетворение потребностей клиентов. Принимая во внимание непростую ситуацию, связанную с многочисленными ограничениями как политического, так и эпидемиологического характера, в последние годы ключевой целью остается поддержание конкурентоспособности отечественных бизнес-проектов, в том числе специализирующихся на производстве и реализации импортозамещающей продукции, а также эффективная организация экспортных поставок.

# **2.** **Анализ конкурентного экспортного производства и вывод российских предприятий на зарубежный рынок на примере предприятий Краснодарского края**

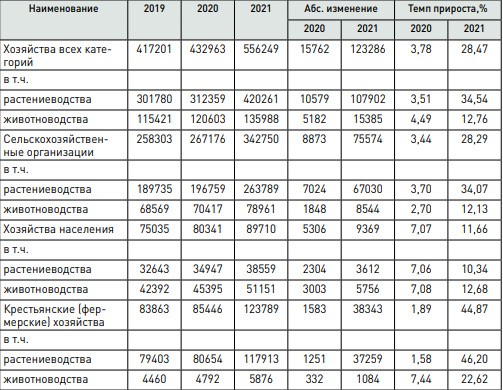
## **2.1 Анализ развития конкурентной экспортной продукции и вывод российских предприятий на зарубежный рынок.**

Анализ конкурентного экспортного производства и вывод российских предприятий на зарубежный рынок, особенно на примере предприятий Краснодарского края, может быть интересным исследованием. Краснодарский край является одним из ключевых регионов в России по производству сельскохозяйственной продукции, виноделию, производству пищевых товаров и туризму.

В связи с этим, многие предприятия этого региона имеют потенциал для конкурентного экспорта. Краснодарский край считается одним из крупнейших сельскохозяйственных регионов России благодаря своим уникальным природным условиям, включающим плодородные почвы, благоприятный климат и доступ к водным ресурсам. Край обладает значительным разнообразием сельскохозяйственных культур.

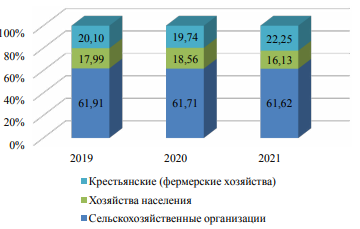
На территории региона выращиваются зерновые, фрукты, овощи, виноград, оливки и многие другие культуры. Также стоит отметить развитую сельскохозяйственную инфраструктуру: в регионе имеется сеть современных фермерских хозяйств, складов, хранилищ, предприятий по переработке, подъездных дорог и сетей доставки.

Что бы более углубленно изучить структуру сельскохозяйственного комплекса Краснодарского края требуется обратиться к цифрам.

Таблица 1 – Динамика объемов производства продукции.

Объемы производства продукции сельского хозяйства всех категорий увеличились в 2021 году на 28,47%: растениеводства − на 34,54%, а животноводства − на 12,76%. Положительное изменение обусловлено ростом объемов продукции в сельскохозяйственных организациях − на 28,28% (в особенности растениеводства − на 34,07%), в хозяйствах населения − на 11,66% (в особенности животноводства − на 12,13%), в крестьянских хозяйствах − на 44,87% (в особенности растениеводства − на 46,20%).

Мы можем заметить прирост по всем пунктам. Эти изменения могут свидетельствовать о государственных вливаниях денежных средств в сельскохозяйственный комплекс Краснодарского края.

 Рис. 2. Изменение структуры производства по категориям

В структуре наибольшую долю продукции обеспечивают сельскохозяйственные организации: их доля составила 61,91% в 2019 году, 61,71% − в 2020 году (+0,57%), 61,62% − в 2021 году (-2,43%). На втором месте − фермерские хозяйства, доля которых составляет в среднем составляет около 21%. Третье место занимают хозяйства населения, доля которых составляет около 18%.

Таблица 1 – Структура производства по категориям

Основными видами продукции сельскохозяйственных организаций Краснодарского края являются: сахарная свекла, доля которой составляет около 85% от объема производства в хозяйствах всех категорий, зерновые и зернобобовые культуры − 65%, скот и птица на убой − 70%, молоко − 65%, овощи − 40% и подсолнечник − 55% (также от объема производства в хозяйствах всех категорий).

Крестьянские хозяйства по сравнению с другими категориями хозяйств производят наименьшую долю сельскохозяйственной продукции. В основном это зерновые и зернобобовые, картофель шерсть, свекла и др.

Таблица 3 - Динамика производства основных видов сельскохозяйственной продукции в малых сельскохозяйственных организациях Краснодарского края

Как видно из данных таблицы, объемы производства продукции растениеводства увеличиваются. Объемы производства зерновых и зернобобовых культур в 2021 году увеличились на 19,05%, сахарной свеклы − на 150,47%, подсолнечника − на 15,34%, картофеля − на 15%. Однако по отрасли животноводства в 2021 году наблюдается, наоборот, снижение показателей. Так, производство скота и птицы снизилось на 21%, а производство яиц − на 41,13%. Таким образом, можно сделать вывод о том, что в целом в Краснодарском крае объемы сельскохозяйственного производства в 2021 году возросли. «В сравнении с 2020 годом было произведено сельскохозяйственной продукции на 12,8% больше, наибольший рост пришелся на продукцию растениеводства – 17,1%, в животноводстве зафиксирован 1,7% роста». Рост объемов производства произошел благодаря государственной поддержке (в 2020 году регион получил значительные объемы финансирования), а также за счет модернизации предприятий и открытия новых организаций в сельскохозяйственной отрасли.

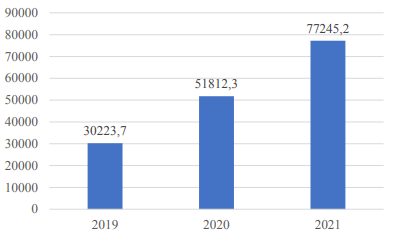


Рис.3. Количество предприятий сельского хозяйства Краснодарского края

Количество предприятий сельского, лесного хозяйства, рыболовства и рыбоводства резко снизилось в 2020 году вследствие пандемии Covid-19 и связанных с ней ограничений. Однако уже в 2021 году новые предприятия начали открываться, и их количество по региону увеличилось на 126 единиц. Доля предприятий сельского хозяйства, лесного хозяйства, рыболовства и рыбоводства в общей структуре организаций Краснодарского края составляет более 3%

Таким образом, сельскохозяйственная отрасль Краснодарского края продемонстрировала положительную динамику развития, несмотря на фактор пандемии Covid19, о чем свидетельствуют данные об объемах производства и прибыли:

1. Так, объемы производства сельскохозяйственной продукции в Краснодарском крае в 2021 увеличились в целом году на 28,47%: в растениеводстве − на 34,54%, а в животноводстве − на 12,76%.

2. В структуре сельскохозяйственного производства наибольшую долю составляют сельскохозяйственные организации (61%), на втором месте − фермерские хозяйства (21%), и на третьем месте − хозяйства населения (18%). При этом от пандемии Covid19 в большей степени пострадали фермерские хозяйства и хозяйства населения, а сельскохозяйственные организации практически не ощутили какого-либо негативного влияния данного фактора.

3. Основными видами продукции сельскохозяйственных организаций Краснодарского края являются: сахарная свекла, зерновые и зернобобовые культуры, скот и птица на убой, молоко, овощи и подсолнечник. Выращиваемые в регионе культуры способствовали удовлетворению потребностей населения и обеспечивали эффективное развитие экономики Краснодарского края.

Следует отметить, что на положительную динамику развития отрасли сельского хозяйства Краснодарского края влияет государственная поддержка, которая осуществляется через государственные программы, субсидии и инвестиции. Также на развитие сельского хозяйства региона положительно влияет тот факт, что Краснодарский край применяет современные системы орошения, осуществляет механизацию и автоматизацию процессов, использует удобрения и т.д.

Следует отметить, что предприятия Краснодарского края способны конкурировать, с помощью своих инструментов, на международном рынке. Край имеет достаточно большую природную базу, т.е. дефицит природных ресурсов не угрожает, что стимулирует развитие сельскохозяйственной отрасли. Так же требуется сказать о том, что один из самых главных инструментов, который способен обеспечить эффективную работу российских предприятий на зарубежном рынке – технологический. Российские предприятия достаточно хорошо оснащены передовым оборудованием, который обеспечивает непрерывную, эффективную работу. Так же все бы это было невозможно без вмешательства государства, которое путем субсидирования сумело обеспечить прирост всех отраслей экономики Краснодарского края.

Главными направлениями экспортных поставок выступают – страны Ближнего Востока, Азии, Африки.

Согласно отчету краевого министерства сельского хозяйства и перерабатывающей промышленности, в текущем году в Краснодарском крае был достигнут целевой показатель по объему экспорта сельскохозяйственной продукции на сумму 2,61 млрд долларов. По результатам первого полугодия было экспортировано продукции на 1,7 млрд долларов или 4,3 млн тонн, что превышает аналогичные показатели прошлого года на 7,2 процента.

В первую очередь это связано с продуктивностью мер, принимаемых в рамках регионального проекта «Экспорт продукции АПК (Краснодарский край)». Кубанский рынок приспосабливается к различным ограничениям, перестраивает внешнеэкономические связи с Запада на Восток и быстро налаживает экспорт на открытых направлениях.

В регионе продолжается эффективное освоение рынков Ближнего Востока и Африки, наращиваются объемы экспорта сельхозпродукции в страны Азии. В настоящее время основными партнерами региона по внешнеэкономической деятельности в сфере АПК остаются Китай, Турция, Саудовская Аравия, Кения и Беларусь. Также значительная часть объема экспорта продукции отрасли АПК идет в Сирию, Иран, Венесуэлу и на Кубу. И, несмотря на практически полное исчезновение внешнеэкономических контактов с западными государствами, экспорт сельхозпродукции из Краснодарского края только вырос.

У отрасли агропромышленного комплекса Кубани большой потенциал. Власти края понимают, что на экспорт должно уходить не сырье, а продукция глубокой переработки. В этом плане большую роль играют предприятия пищевой и перерабатывающей промышленности. В настоящее время в крае работает более 2 тыс. таких предприятий, 162 из них – крупные. Они ежегодно модернизируются и технически перевооружаются, увеличивают объемы выпускаемой продукции, несмотря на санкции, – плюс 10,3 процента в 2022 году по сравнению с 2021-м.

В общем разрезе экспорта региона на долю АПК приходится около 47 процентов. Всего Кубань поставляет за рубеж более 40 видов продукции АПК. Структура экспорта устойчива. Наибольшую долю составляет экспорт зерновых культур. Увеличение объема экспорта масложировых культур происходит в основном за счет увеличения объема поставок растительных масел – рапсового, горчичного и соевого. Всего на зерновые, подсолнечное масло и сахар в общем объеме экспорта приходится около 80 процентов.

В разрезе экспортируемой кубанской продукции наибольший прирост в этом году показали следующие виды: масложировая продукция – 610,1 млн долларов (на 13,4 процента больше аналогичного периода прошлого года), готовая пищевая продукция – 86,6 млн долларов (рост – 8 процентов), мясная и молочная продукция – 40 млн долларов (50 процентов), рыба и морепродукты – 1,9 млн долларов (145,1 процента), прочая продукция АПК – 241,8 млн долларов (14 процентов).

## **2.2 Анализ основных проблем развития инструментов, обеспечивающих устойчивую работу на зарубежном рынке.**

Процессы выхода компании на тот или иной рынок обеспечиваются необходимостью географического расширения деятельности корпорации, которые активизируют и расширяют объемы представляемых и реализуемых зарубежных операций. Зачастую компании стремятся к достижению регионального или глобального лидерства, с целью реализации которого формируют определенную стратегию позиционирования и вывода продукции на рынок. При этом очевидным является тот факт, что стратегии работы на международных рынках, а также процессы их разработки и реализации имеют свою специфику.

Проникновение на рынок определяется стратегией роста и развития бизнеса, когда корпорация осуществляет определенные инициативы, которые направлены на привлечение клиентов, а также расширение сетей дистрибуции. Согласно системе сбалансированных показателей BSC, финансы, клиенты, бизнес-процессы, рост и обучения является ключевыми направлениями роста KPI(ключевые показатели эффективности).

Как правило, стартапы и предприятия посева и ранней стадии развития определяют процессы выхода на международный рынок в качестве долгосрочной стратегии, которая в последствие может быть подстроена под изменяющиеся внешние и внутренние экономические, политические и социальные факторы. Обычно, если в деятельности компании априорно не присутствует цель выхода на конкретный зарубежный рынок, то корпоративная стратегия налагает возможность выхода на различные международные рынки данной сферы. Следовательно, успешное проникновение на рынок предполагает детализированную оценку всех специфик таргетируемых рынков.

В случае снижения продаж увеличение доли рынка также возможно, если провести правильную стратегию качественного и количественного сравнения. В том случае, если продажи компании на международном рынке снижаются, увеличение общей эффективности представляется возможным и проникновение на рынок может быть целесообразным при анализе перспектив более долгосрочного периода. Тем не менее в случае, если продажи демонстрируют тенденцию роста, но тенденция является менее резкой, чем тенденция роста продаж конкурента на аналогичном международном рынке, это может означать, что доля рынка фактически сокращается, несмотря на увеличение оборота. В данном случае проникновение на рынок может сопровождаться определенной выгодой при наличии дополнительных клиентов на первичном рынке бизнеса. Структура формирования стратегий компании при выходе на международный рынок зависит от затрат на вхождение на внешний рынок и привлекательности инвестиционного климата.



Рис. 4. Особенности формирования стратегии при выходе на зарубежный рынок

Опираясь на данные, представленные на рисунке выше, мы можем утверждать, что предприниматель опирается на оптимум в сочетании возможных преимуществ при выходе на рынок, обеспеченных инвестиционной привлекательностью и возможных издержек при выходе на рынок. В зависимости от этого формируются возможные варианты оперирования и вхождения на новый рынок.

Но при этом, существуют ограничения, которые не дают инструментам, обеспечивающих конкурентоспособность российских предприятий на зарубежном рынке, развиваться. Такими ограничениями являются:

1. Культурное разнообразие: Различия в культурных ценностях и нормах между странами могут вызывать трудности в подборе подходящих примеров, иллюстраций и коммуникации с клиентами. Разработка инструментов, учитывающих культурные особенности, является важной задачей. Одно из самых главных ограничений. В данном случае можно вспомнить провал Walmart, американской корпорации, которая в 2006 году решила расшириться на зарубежный рынок, а точнее на рынок Германии. Немцы просто не понимали специфику Walmart, культурная дифференциация была колоссальной, что поспособствовало закрытию корпорации на территории Германии.
2. Юридические ограничения: Правила и законы, регулирующие деятельность на зарубежном рынке, могут быть сложными и изменяться с течением времени. Необходимо постоянно следить за изменениями и адаптировать инструменты к новым требованиям.
3. Языковой барьер: Необходимость использования переводчиков или нанятия переводчиков может затруднить коммуникацию и создание эффективных инструментов для работы на зарубежном рынке.

4. Экономические факторы: Влияние валютных колебаний, экономических санкций и других экономических факторов может затруднить работу на зарубежном рынке и потребовать адаптации инструментов и стратегий.

5. Технологические трудности: Различия в технологической инфраструктуре между странами могут вызывать трудности в разработке и внедрении инструментов. Необходимо учитывать эти различия и адаптировать инструменты к доступным технологиям.

6. Объем данных: Развитие инструментов, обеспечивающих устойчивую работу на зарубежном рынке, требует анализа больших объемов данных. Необходимо обеспечить доступ к качественным данным и разработать алгоритмы обработки данных.

7. Безопасность и конфиденциальность: Защита данных и информации является важной проблемой, особенно на зарубежном рынке. Необходимо обеспечить уровень безопасности, соответствующий требованиям данной страны.

8. Коммуникация и сотрудничество: Развитие инструментов на зарубежном рынке требует тесного сотрудничества с партнерами и клиентами. Необходимо учитывать культурные и языковые различия, чтобы улучшить коммуникацию и достичь успеха на рынке.

9. Общественное восприятие: Негативное восприятие продукта или услуги может серьезно повлиять на успех на рынке. Разработка инструментов, учитывающих потребности и ожидания потребителей, является ключевым аспектом.

Таким образом, все эти факторы ограничивают возможность развития инструментов вывода российских предприятий на зарубежные рынки. Экспортная продукция так же подвержена этим факторам, она должна соответствовать стандартам той страны, в которую будет экспортироваться.

# **3. Разработка рекомендаций и предложений по развитию инструментов, способствующих конкурентоспособности российских предприятий на международном рынке**

## **3.1 Разработка стратегии развития инструментов, обеспечивающих эффективную работу российских предприятий на зарубежном рынке.**

Для того, чтоб улучшить инструменты, способствующие конкурентоспособности российских предприятий на зарубежном рынке, необходимо выдвинуть ряд теоретико-практических рекомендаций, которые помогут стимулировать их развитие.

Одно из самых важных рекомендаций – анализ сильных и слабых сторон.

Этот анализ помогает определить конкурентные преимущества или же недостатки, которые помогли бы, или наоборот, ухудшили работу российских компаний на международном рынке.

Так же, безусловно, требуется изучить международные требования и стандарты.

Следующая рекомендация – разработка инновационных инструментов, т.е. создание и внедрение инновационных инструментов, которые помогут российским предприятиям лучше соревноваться с международными конкурентами. Это может включать разработку новых технологий, продуктов или услуг.

Так же, одна из практических рекомендаций – заручится поддержкой ТПП, т.е. оформить членство.

Оптимизация бизнес-процессов. Оптимизация бизнес-процессов, чтобы увеличить эффективность российских предприятий и снизить издержки. Это может включать разработку новых методов управления, внедрение автоматизированных систем, оптимизацию потоков производства и улучшение качества продукции.

Развитие международных партнерств. Развитие международных партнерств с другими компаниями и организациями, которые могут помочь российским предприятиям соревноваться на международном рынке. Это может включать участие в международных выставках и конгрессах, заключение соглашений о сотрудничестве и взаимовыгодном сотрудничестве.

Маркетинг и продвижение. Развитие эффективных стратегий маркетинга и продвижения, которые помогут российским предприятиям увеличить свою видимость на международном рынке и привлечь новых клиентов.

Содействие государственной поддержке. Содействие государственной поддержке российских предприятий на международном рынке через снижение налогового бремени, предоставление субсидий и других финансовых стимулов, а также поддержку развития инфраструктуры и образования. Так же возможно стимулирование развития экспортного производства путем снижения экспортных пошлин.

Разработка стратегии является важной частью жизнедеятельности каждого предприятия, особенно того, кто планирует выходить на зарубежный рынок. С помощью стратегии можно ограничить себя единственным вектором развития, который, по мнению менеджеров, является оптимальным для достижения поставленных целей. Стратегия развития инструментов включает в себя такие шаги как:

- Исследование рынка: Проведение анализа целевого зарубежного рынка, включая изучение конкурентов, потребителей, требований к продукции, законодательства и тенденций рынка. Начальный и по совместительству один из самых важных этапов.

- Оценка конкурентоспособности: Изучение преимуществ и недостатков предприятия по сравнению с местными и международными конкурентами, а также определение уникальных продуктовых или сервисных предложений.

- Разработка маркетинговой стратегии: Создание маркетингового плана, включающего позиционирование бренда, ценообразование, каналы распространения и продвижение продукции на зарубежном рынке.

- Логистика и поставки: Обеспечение эффективной логистики для поставок продукции на зарубежный рынок, включая выбор транспортных маршрутов, складского хранения и управление поставками.

- Финансовое планирование: Разработка финансовых стратегий для обеспечения устойчивости и рентабельности работы на зарубежном рынке, включая управление валютными рисками и финансирование экспортных операций.

- Поддержка правительства и международные программы: Использование поддержки правительства, таких как экспортные льготы, страхование экспортных операций и участие в международных программах по развитию экспорта.

- Обучение персонала: Подготовка персонала предприятия к работе на зарубежных рынках, включая обучение культуре и языку стран-партнеров, а также особенностям международного бизнеса.

- Мониторинг и анализ результатов: Постоянный мониторинг результатов работы на зарубежном рынке, анализ эффективности стратегии и корректировка планов в соответствии с изменениями на рынке.

Таким образом, Конкурентоспособность российских предприятий на международном рынке требует непрерывного развития и внедрения новых инструментов, а также сотрудничества с международными партнерами. Разработка комплексной стратегии развития инструментов для эффективной работы российских предприятий на зарубежном рынке требует системного подхода, глубокого анализа и гибкости в реагировании на изменения внешней среды.

Разработка рекомендаций и предложений для развития таких инструментов может способствовать росту экономики и повышению статуса России на мировом рынке.

## **3.2 Установление перспективных направлений развития инструментов, обеспечивающих устойчивую работу российских предприятий на мировом рынке**

Установление перспективных направлений развития инструментов для обеспечения устойчивой работы российских предприятий на мировом рынке является ключевым аспектом развития экономики. В данном контексте можно выделить несколько направлений, которые могут способствовать повышению конкурентоспособности российских предприятий на мировой арене:

Инновационные технологии: Развитие и внедрение передовых технологий в производственные процессы, такие как цифровизация, автоматизация, использование искусственного интеллекта и интернета вещей, помогут повысить эффективность производства и качество продукции.

Международное партнерство: Создание партнерских отношений с зарубежными компаниями для обмена опытом, технологиями и доступом к новым рынкам может способствовать расширению географии деятельности российских предприятий.

Качество и сертификация: Улучшение качества продукции и соответствие международным стандартам помогут увеличить доверие потребителей и открыть доступ к новым рынкам.

Экологическая устойчивость: Внедрение экологически чистых технологий и процессов производства позволит российским предприятиям соответствовать требованиям мировых экологических стандартов, что важно для доступа к некоторым рынкам и укрепления имиджа компании.

Гибкость в управлении: Развитие гибких систем управления, способных быстро реагировать на изменения на мировом рынке, позволит предприятиям эффективно адаптироваться к новым условиям.

Эти направления развития могут помочь российским предприятиям установиться на мировом рынке и повысить свою конкурентоспособность.

# **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

В заключение можно сказать, что развитие инструментов, обеспечивающих конкурентоспособность предприятий, является ключевым фактором для устойчивой работы на зарубежном рынке. Это включает в себя не только технические и технологические аспекты, но также стратегическое планирование, маркетинговые и финансовые решения, а также адаптацию культурных и правовых особенностей различных стран.

Обеспечение конкурентоспособности предприятий на международной арене требует постоянного развития, инноваций и адаптации к изменяющимся условиям рынка. Организации должны стремиться к созданию уникальных продуктов и услуг, эффективной логистики, гибкости в управлении и высокому уровню качества, чтобы успешно конкурировать на глобальной арене.

Важно также подчеркнуть, что успешное развитие инструментов для обеспечения конкурентоспособности предприятий на зарубежном рынке требует не только финансовых вложений, но и профессиональных знаний, партнерских отношений и гибкости в реагировании на изменения. Только при таком комплексном подходе предприятия смогут обеспечить устойчивую и успешную работу на зарубежных рынках в долгосрочной перспективе.

Постоянное стремление к совершенствованию и адаптации к изменяющимся условиям мирового рынка позволяет предприятиям не только выживать, но и процветать в условиях глобальной конкуренции. Реализация указанных направлений развития не только способствует укреплению позиций компаний на мировой арене, но и способна создать основу для долгосрочного и успешного функционирования на международном уровне.

Таким образом, инвестирование в развитие инструментов, обеспечивающих конкурентоспособность предприятий, является стратегически важным шагом для обеспечения устойчивости и процветания бизнеса на зарубежных рынках.

Так же в заключение, можно выделить одно из главных направлений, которому стоит придерживаться России для улучшения своих позиций на мировом рынке – искоренение однополярности. Новая ветка мирового развития сейчас – однополярность, которую диктует США, дабы избавится от этого требуется заключение договоров с дружественными странами и экономическое объединение. Так же необходимо наращивать национальное производство и экспортные объемы.

# **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1 Бондаренко М.В. Инновационное развитие предприятий: теория и практика: монография. - СПб: СПбГЭУ, 2019. - С. 156-178.

2 Кудрявцева И.В. Конкурентоспособность предприятий: управление в условиях глобализации: учебное пособие. - М: Издательство Юрайт, 2018. - 240 с.

3 Песков В. А., Цыпликова Н. Г. Конкурентоспособность предприятий и стратегия их развития в условиях глобализации: учебное пособие. - М: Дело, 2017. - 312 c.

4 Портер М. Конкуренция. – Издательство: Вильямс, 2018. – 608 с.

5 Россов М. Конкурентоспособность предприятия: сущность и методы повышения конкурентоспособности предприятия: учебное пособие. - М: Вуз Юнити, 2020. - 192 с.

6 Гармашова Е.П., Кутовой В.С.  Анализ тенденций развития сельскохозяйственной отрасли Краснодарского края // Экономика, предпринимательство и право. – 2023. – Том 13. – №  8. – С.  2963–2974

7 Баринов А.И. Инновационная деятельность предприятия как основа повышения конкурентоспособности // Вестник Челябинского государственного университета. 2016. № 9 (370). С. 21-31.

8 Виноградов Д.Ю. Конкурентоспособность предприятий и методы ее оценки // Управление экономическим развитием предприятия. 2018. № 3. С. 54-67.

9 Голубев В.С. Международная конкурентоспособность предприятий: теория, методология, практика // Экономика и управление: проблемы, решения. 2017. № 2 (20). С. 66-73.

10 Данилов Ю.А. Устойчивое развитие и конкурентоспособность предприятий в условиях мирового рынка // Молодой ученый. 2019. № 7. С. 120-128.

11 Захарова Е.Н. Стратегии развития предприятий в условиях глобализации // Маркетинг и маркетинговые исследования. 2018. № 4. С. 88-94.

12 Иванов О.П. Инновационные технологии в управлении конкурентоспособностью предприятий // Экономика, управление, инновации. 2016. № 5. С. 37-46.

13 Козлов А.С. Методы оценки конкурентоспособности предприятий на зарубежном рынке // Экономическая наука современной России. 2017. № 1. С. 102-115.

14 Лебедева Т.М. Управление рисками на зарубежном рынке как фактор обеспечения конкурентоспособности предприятий // Вестник экономики, права и социологии. 2019. № 3. С. 45-52.

15 Морозов В.И. Международное деловое сотрудничество и конкурентоспособность предприятий // Экономический журнал. 2018. № 8. С. 75-83.

16 Новикова Е.П. Методы управления конкурентоспособностью предприятий на зарубежном рынке // Современная экономика: проблемы и перспективы. 2016. № 6. С. 23-29.

17 Орлов Д.А. Роль инноваций в обеспечении конкурентоспособности предприятий на мировом рынке // Инновации и инвестиции. 2017. № 4. С. 57-64.

18 Петров В.М. Факторы формирования конкурентоспособности предприятий на мировом рынке // Вестник экономики, управления и права. 2018. № 2. С. 34-41.

19 Романова Н.И. Внешнеэкономическая деятельность предприятий и их конкурентоспособность // Мировая экономика и международные отношения. 2016. № 7. С. 92-101.

20 Сидоров Г.П. Оценка конкурентоспособности предприятий в условиях глобализации // Экономика и бизнес: теория и практика. 2019. № 1. С. 19-27.

21 Тарасова Е.С. Моделирование конкурентоспособности предприятий на мировом рынке // Российский журнал менеджмента. 2017. № 5. С. 46-53.