

Сун Вэньсюэ

студент

Московский педагогический государственный университет

ВИДЫ ТОРГОВЫХ СТРАТЕГИЙ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ НА МЕЖДУНАРОДНЫХ РЫНКАХ

Аннотация: в данной статье дается краткая характеристика стратегиям, используемым компаниями РФ на мировом рынке. Стратегии обобщены в таблицу. Делается вывод о том, что комплексное применение различных торговых стратегий, их гибкая адаптация к специфике целевых рынков и постоянное совершенствование механизмов реализации становятся ключевыми факторами успеха в международной торговле.

Ключевые слова: торговые стратегии, внешнеторговая деятельность, международные рынки, цифровая трансформация, адаптация.

Song Wenxue

student

Moscow Pedagogical State University

TYPES OF TRADING STRATEGIES OF RUSSIAN COMPANIES IN INTERNATIONAL MARKETS

Abstract: this article provides a brief description of the strategies used by Russian companies in the global market. The strategies are summarized in a table. It is concluded that the integrated use of various trading strategies, their flexible adaptation to the specifics of target markets and continuous improvement of implementation mechanisms are becoming key factors for success in international trade.

Keywords: trading strategies, foreign trade activities, international markets, digital transformation, adaptation.

В современных условиях глобализации и усиления международной конкуренции особую актуальность приобретает исследование торговых стратегий, применяемых на мировых рынках компаниями Российской Федерации. Эффективность внешнеторговой деятельности во многом определяется выбором оптимальной торговой стратегии, учитывающей специфику рынка, особенности конкурентной среды и внешнеэкономической конъюнктуры.

Теоретическое осмысление торговых стратегий, используемых на мировых рынках РФ, требует комплексного подхода к анализу их сущности, структуры и механизмов реализации. Торговая стратегия представляет собой систематизированный план действий, направленный на достижение определенных целей во внешнеторговой деятельности с учетом имеющихся ресурсов и рыночных условий. В российской практике формирование торговых стратегий происходит под влиянием множества факторов, включая геополитическую ситуацию, экономические санкции и необходимость диверсификации экспортно-импортных операций.

Базовой концепцией в формировании торговых стратегий является *стратегия рыночного позиционирования*, которая определяет положение российских компаний на международных рынках. В рамках данной стратегии особое внимание уделяется анализу конкурентных преимуществ, выбору целевых рынков и формированию уникального торгового предложения. Российские компании активно используют различные варианты позиционирования, от стратегии лидерства по издержкам до стратегии дифференциации и фокусирования на определенных рыночных сегментах.

Существенное значение в системе торговых стратегий имеет *стратегия ценообразования* на международных рынках. В российской практике формирование ценовых стратегий происходит с учетом множества факторов, включая курсовые колебания, таможенные пошлины, логистические издержки и конкурентную среду на целевых рынках. Особую роль играет выбор между стратегией премиального ценообразования и стратегией проникновения на рынок, что во многом определяет успешность внешнеторговых операций [1].

Важным элементом торговых стратегий является *стратегия дистрибуции*, определяющая способы и каналы продвижения товаров на международных рынках. Российские компании используют различные подходы к организации дистрибуции, включая прямой экспорт, работу через дистрибьюторов, создание собственных торговых представительств и использование электронных торговых платформ. Выбор конкретной стратегии дистрибуции зависит от специфики товара, особенностей целевого рынка и имеющихся ресурсов компании.

В контексте международной торговли особое значение приобретает *стратегия управления рисками*. Российские компании, осуществляющие внешнеторговую деятельность, сталкиваются с различными видами рисков, включая политические, экономические, валютные и операционные риски. Формирование эффективной стратегии управления рисками предполагает использование различных инструментов хеджирования, страхования и диверсификации торговых операций.

Существенным компонентом торговых стратегий является стратегия продвижения на международных рынках. В условиях глобальной конкуренции российские компании используют комплексный подход к продвижению, включающий участие в международных выставках и ярмарках, проведение рекламных кампаний, развитие digital-маркетинга и

формирование устойчивых партнерских отношений с зарубежными контрагентами.

В рамках торговых стратегий особое место занимает *стратегия адаптации* продукции к требованиям международных рынков. Российские компании уделяют значительное внимание процессам сертификации продукции, соответствию международным стандартам качества и учету специфических требований целевых рынков. Это предполагает модификацию продукции, адаптацию упаковки и маркировки, а также соблюдение технических регламентов и нормативных требований страны-импортера [2].

Важным аспектом торговых стратегий является *стратегия логистического обеспечения* международных торговых операций. В российских условиях формирование логистических стратегий происходит с учетом географической специфики, развитости транспортной инфраструктуры и необходимости оптимизации затрат на доставку продукции. Особое значение приобретает выбор оптимальных маршрутов доставки, способов транспортировки и условий хранения товаров.

Следует также отметить роль *стратегии финансирования внешнеторговых операций*. Российские компании используют различные инструменты финансирования, включая торговое финансирование, факторинг, форфейтинг и документарные операции. Выбор конкретной стратегии финансирования зависит от специфики сделки, финансового состояния компании и условий на международных финансовых рынках.

В системе торговых стратегий значительную роль играет *стратегия информационного обеспечения* внешнеторговой деятельности. Российские компании уделяют особое внимание созданию эффективных систем сбора и анализа рыночной информации, включая мониторинг конкурентной среды, исследование потребительских предпочтений и анализ регуляторных требований на целевых рынках. Информационная стратегия

становится основой для принятия обоснованных решений в области внешнеторговой деятельности [3].

Существенным элементом торговых стратегий является *стратегия развития партнерских отношений* на международных рынках. В российской практике формирование устойчивых партнерских связей происходит через создание совместных предприятий, заключение долгосрочных контрактов, участие в международных альянсах и развитие кооперационных связей. Особое значение приобретает выбор надежных партнеров и формирование эффективных механизмов взаимодействия.

Важным аспектом торговых стратегий является *стратегия управления качеством продукции и услуг*. Российские компании, ориентированные на международные рынки, внедряют комплексные системы управления качеством, соответствующие международным стандартам ISO и отраслевым требованиям. Стратегия качества включает контроль производственных процессов, управление цепочками поставок и обеспечение послепродажного обслуживания на международных рынках.

В контексте цифровой трансформации особое значение приобретает *стратегия электронной торговли*. Российские компании активно развивают присутствие на международных электронных торговых площадках, создают собственные онлайн-платформы и внедряют цифровые инструменты управления торговыми операциями. Стратегия электронной торговли предполагает оптимизацию бизнес-процессов, развитие цифровых каналов продаж и формирование эффективной системы электронных платежей [4].

Существенную роль в системе торговых стратегий играет *стратегия управления интеллектуальной собственностью*. Российские компании уделяют значительное внимание защите торговых марок, патентов и других объектов интеллектуальной собственности на международных

рынках. Это включает регистрацию прав, мониторинг нарушений и формирование системы правовой защиты интеллектуальных активов.

Важным компонентом торговых стратегий является *стратегия таможенного оформления и регулирования*. В российских условиях эффективное управление таможенными процедурами предполагает оптимизацию таможенных платежей, использование специальных таможенных режимов и обеспечение соответствия требованиям таможенного законодательства. Особое значение приобретает выбор оптимальных таможенных процедур и формирование эффективной системы таможенного администрирования.

В рамках торговых стратегий существенное место занимает *стратегия управления человеческими ресурсами*. Российские компании, осуществляющие международную торговую деятельность, уделяют особое внимание развитию компетенций персонала в области внешнеэкономической деятельности, включая знание международного торгового права, владение иностранными языками и понимание культурных особенностей целевых рынков.

Значительную роль играет *стратегия управления репутацией* на международных рынках. Российские компании формируют комплексные программы управления репутацией, включающие развитие корпоративной социальной ответственности, экологических инициатив и взаимодействие с международными стейкхолдерами. Репутационная стратегия становится важным фактором конкурентоспособности на глобальных рынках.

В контексте современных геополитических вызовов особое значение приобретает *стратегия диверсификации рынков сбыта*. Российские компании активно осваивают новые географические направления, развивают присутствие на рынках развивающихся стран и формируют альтернативные каналы сбыта продукции. Стратегия диверсификации позволяет снизить зависимость от отдельных рынков и обеспечить

устойчивость внешнеторговой деятельности [5]. Обобщим стратегии российских компаний в таблице.

Таблица 1 - Виды торговых стратегий, используемые на мировых рынках

Вид стратегии	Основные характеристики	Инструменты реализации	Особенности применения в РФ
Стратегия рыночного позиционирования	<ul style="list-style-type: none"> - Определение конкурентной позиции - Выбор целевых сегментов - Формирование УТП 	<ul style="list-style-type: none"> - Анализ рынка - Конкурентный анализ - Сегментация рынка 	<ul style="list-style-type: none"> - Акцент на ценовые преимущества - Фокус на качество в премиум-сегменте - Адаптация к региональной специфике
Ценовая стратегия	<ul style="list-style-type: none"> - Установление цен на международных рынках - Управление ценовой конкуренцией - Ценовая дифференциация 	<ul style="list-style-type: none"> - Ценовой мониторинг - Анализ себестоимости - Валютное хеджирование 	<ul style="list-style-type: none"> - Учет курсовых колебаний - Гибкая система скидок - Адаптация к локальным рынкам
Стратегия дистрибуции	<ul style="list-style-type: none"> - Выбор каналов сбыта - Организация поставок - Управление дилерской сетью 	<ul style="list-style-type: none"> - Логистические системы - CRM-системы - Договоры с дистрибьюторами 	<ul style="list-style-type: none"> - Развитие собственных сетей - Работа через локальных партнеров - Использование онлайн-платформ
Стратегия управления рисками	<ul style="list-style-type: none"> - Идентификация рисков - Оценка рисков - Разработка мер защиты 	<ul style="list-style-type: none"> - Страхование - Хеджирование - Диверсификация 	<ul style="list-style-type: none"> - Фокус на политические риски - Валютный контроль - Санкционные ограничения
Стратегия продвижения	<ul style="list-style-type: none"> - Маркетинговые коммуникации - Брендинг - PR-активность 	<ul style="list-style-type: none"> - Реклама - Выставки - Digital-маркетинг 	<ul style="list-style-type: none"> - Адаптация к местным особенностям - Акцент на качество - Развитие онлайн-присутствия
Логистическая стратегия	<ul style="list-style-type: none"> - Организация поставок - Управление запасами - Транспортир-ка 	<ul style="list-style-type: none"> - Логистические центры - Транспортные системы - Складские комплексы 	<ul style="list-style-type: none"> - Развитие новых маршрутов - Оптимизация затрат - Использование местной инфраструктуры

Финансовая стратегия	<ul style="list-style-type: none"> - Управление финансами - Инвестиционная политика - Валютные операции 	<ul style="list-style-type: none"> - Торговое финансирование - Факторинг - Банковские гарантии 	<ul style="list-style-type: none"> - Использование национальных валют - Альтернативные платежные системы - Локальные финансовые инструменты
Стратегия качества	<ul style="list-style-type: none"> - Контроль качества - Сертификация - Стандартизация 	<ul style="list-style-type: none"> - Системы менеджмента качества - Лаборатории - Аудиты 	<ul style="list-style-type: none"> - Соответствие международным стандартам - Развитие систем контроля - Адаптация к требованиям рынков
Digital-стратегия	<ul style="list-style-type: none"> - Цифровизация операций - Электронная торговля - Автоматизация 	<ul style="list-style-type: none"> - E-commerce платформы - CRM-системы - Цифровые инструменты 	<ul style="list-style-type: none"> - Развитие собственных платформ - Интеграция с маркетплейсами - Цифровая трансформация
Партнерская стратегия	<ul style="list-style-type: none"> - Развитие сотрудничества - Создание альянсов - Совместные проекты 	<ul style="list-style-type: none"> - Договоры о сотрудничестве - Совместные предприятия - Кооперационные связи 	<ul style="list-style-type: none"> - Фокус на новые рынки - Развитие региональных партнерств - Создание торговых союзов
Инновационная стратегия	<ul style="list-style-type: none"> - Разработка новых продуктов - Технологическое развитие - Модернизация 	<ul style="list-style-type: none"> - R&D центры - Инновационные проекты - Технологические партнерства 	<ul style="list-style-type: none"> - Импортозамещение - Развитие собственных технологий - Адаптация к новым условиям
Стратегия защиты интеллектуальной собственности	<ul style="list-style-type: none"> - Патентование - Защита брендов - Управление IP 	<ul style="list-style-type: none"> - Патенты - Товарные знаки - Лицензионные соглашения 	<ul style="list-style-type: none"> - Регистрация прав в разных юрисдикциях - Защита от нарушений - Международная охрана
Кадровая стратегия	<ul style="list-style-type: none"> - Развитие персонала - Управление компетенциями - Мотивация 	<ul style="list-style-type: none"> - Обучающие программы - Системы мотивации - HR-технологии 	<ul style="list-style-type: none"> - Развитие международных компетенций - Языковая подготовка - Кросс-культурные тренинги

В заключение следует отметить, что эффективность торговых стратегий на мировых рынках во многом определяется способностью российских компаний адаптироваться к изменяющимся условиям внешней среды, использовать инновационные подходы к организации торговой деятельности и формировать устойчивые конкурентные преимущества. Комплексное применение различных торговых стратегий, их гибкая адаптация к специфике целевых рынков и постоянное совершенствование механизмов реализации становятся ключевыми факторами успеха в международной торговле.

Использованные источники:

1. Лapidус, Л. В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией / Л. В. Лapidус. – Москва: ИНФРА-М, 2023. – 381 с. – ISBN 978-5-16-013640-7.
2. Акимов, С. В. Трансформация бизнес-моделей электронной коммерции в условиях цифровизации / С. В. Акимов // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. – 2023. – № 2 (128). – С. 15-26.
3. Антипина, О. Н. Платформенная экономика как результат цифровой трансформации / О. Н. Антипина // Мировая экономика и международные отношения. – 2022. – Т. 66, № 8. – С. 12-19.
4. Борисова, В. В. Цифровые платформы в международной торговле: новые возможности, риски, барьеры / В. В. Борисова // Экономика и предпринимательство. – 2023. – № 5 (144). – С. 1105-1109.
5. Васильева, Н. Ф. Развитие электронной коммерции в Китае: опыт Taobao / Н. Ф. Васильева // Вестник Московского университета. Серия 6: Экономика. – 2023. – № 3. – С. 78-92.