

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/diplomnaya-rabota/341871>

Тип работы: Дипломная работа

Предмет: Менеджмент

Содержание

Введение 3

1. Теоретические положения коопераций и альянсов в международном бизнесе 6

1.1. Понятие и цели международной кооперации в бизнесе 6

1.2. Виды и формы объединений всемирного бизнеса 10

1.3. Стратегическое развитие на основе кооперационных связей 17

2. Анализ кооперационных связей на примере ООО «Яндекс» 24

2.1 Общая характеристика деятельности организации 24

2.2. Анализ стратегии развития организации 31

2.3. Анализ международных связей и коопераций организации 40

3. Разработка мероприятий развития кооперационных связей предприятия 46

3.1. Мероприятие для развития международного альянса предприятия 46

3.2. Мероприятие для стратегического развития предприятия 51

3.3. Оценка стоимости и эффективности мероприятий 57

Заключение 61

Список литературы 64

Приложение 1 70

Введение

Актуальность темы исследования обусловлена современной глобализацией связями, которые образуются в бизнесе посредством международного сотрудничества. По мере развития технологий и транспорта бизнес становится все более глобальным. В дополнение к новым вызовам и международной напряженности целенаправленная экспансия принесла новые рабочие места, клиентскую аудиторию и экономические возможности. Глобализация - это процесс, посредством которого идеи, знания, информация, товары и услуги распространяются по всему миру.

В бизнесе этот термин используется в экономическом контексте для описания интегрированных экономик, характеризующихся свободной торговлей, свободным движением капитала между странами и легким доступом к иностранным ресурсам, включая рынки труда, для максимизации отдачи и получения выгод на общее благо. Партнерство - это когда две или более компаний, или частных лиц соглашаются делить прибыли и убытки бизнеса поровну или пропорционально. Бизнес становится отдельной структурой от первоначальных компаний или партнеров, и люди, входящие в партнерство, совместно управляют бизнесом и владеют им.

Международный стратегический альянс обычно определяется как соглашение о сотрудничестве между фирмами со штаб-квартирами в разных странах. Фирмы-партнеры остаются юридически независимыми после создания альянса, и отношения с альянсом относительно устойчивы. Международные стратегические альянсы можно классифицировать по нескольким параметрам. Большинство существующих исследований посвящено международным стратегическим альянсам, формируемым между иностранной фирмой и местной фирмой (т.е. принимающей страной). В-четвертых, исходя из привлечения инвестиций в акционерный капитал, международные стратегические альянсы можно разделить на альянсы, не основанные на долевом участии, и альянсы, основанные на долевом участии. Международные стратегические альянсы, не основанные на долевом участии, также называются контрактными; международные стратегические альянсы, основанные на долевом участии, часто называют международными совместными предприятиями. Хотя цель состоит в том, чтобы быть как можно более всеобъемлющей, эта библиография не может охватить все статьи из-за междисциплинарного характера

литературы по международным стратегическим альянсам и огромного объема исследований, посвященных этой организационной форме.

Партнеры создают и подписывают юридически обязывающий контракт с условиями, определяющими финансовые доли и ответственность партнерства. Активы, которые партнеры вносят в новый бизнес, могут быть материальными, такими как деньги или собственность, или нематериальными, такими как репутация или опыт. Партнерские отношения создают синергию, объединяют ресурсы и навыки нескольких компаний или отдельных лиц, разделяют обязанности и создают что-то новое, которое часто лучше, чем его отдельные части. Некоторые партнерства строго сосредоточены на финансах, в то время как другие партнерства сосредоточены на совместном использовании ресурсов, инвентаря и оборудования.

Независимо от направленности, конечной целью всегда является увеличение прибыли.

Теоретическая проработка проблемы отражена в трудах ученых: Бобиной М.А., Владимировой И.Г., Дагаева А.А., Зобова А.М., Карпухиной Е.А., Кониной Н.Ю., Кузнецова А.В., Ливеицева Н.Н., Ноздревой Р.Б., Пивоварова С.Э., А. Дагаева, Дж. Даейра, Т. Даса, С.Г. Дембицкого, Л.Е. Дручевской, П. Дюссожа, А.В. Ефимова, Е. Карпухиной, Е.В. Королевой, Б.З. Мильнер, А.Г. Мовсеян, К. Омаэ, В.Б. Папырина, Е. Паусенберг, С. Пивоварова, Е.М. Портера, С.Г. Радько, А.Ю. Рябова, А., Дж. Стрикленда, И.В. Текутьева, Б. Тенга, А.А. Томпсона, Р.Л. Уоллес, Н.Н. Филимонова, А. Хека, Г. Хэмэла, М.Ю. Шерешевой, С. Шонховена, К. Эйзенхардта и др.

Объект исследования дипломной работы – международные альянсы и связи. Предмет исследования – стратегическое планирование международного бизнеса транснациональных корпораций и альянсов.

Целью работы является разработка стратегического планирования в рамках кооперационных связей и альянсов ООО «Яндекс» на основе анализа действующей стратегии кооперации.

Задачи исследования:

1. Изучение понятия, целей, видов и задач международной кооперации в бизнесе
2. Изучение стратегического развития на основе кооперационных связей
3. Анализ стратегии развития ООО «Яндекс»
4. Анализ международных связей и коопераций ООО «Яндекс»
5. Разработка мероприятий для совершенствования стратегии международного сотрудничества компании ООО «Яндекс»

Методы исследования: анализа, сравнения, стратегического планирования, прогнозирования, анализа финансовых результатов.

Структура работы. Работа состоит из введения, трех глав, заключения и списка литературы. В первой главе рассмотрены теоретические положения изучаемого объекта и предмета исследования. Во второй главе выполнен практический анализ кооперационных связей и работы компании. В третьей главе предложены мероприятия для совершенствования международных альянсов и стратегии компании, проведена оценка эффективности.

Теоретическая значимость работы заключается в систематизации результатов теоретических исследований. Практическая значимость заключается в применении на практике разработанных мероприятий.

1. Теоретические положения коопераций и альянсов в международном бизнесе
- 1.1. Понятие и цели международной кооперации в бизнесе

Современные экономические условия, развитие техники, совершенствование транспорта и способов связи приводят к тому, что многие фирмы работают из разных мест, например, в своей стране и в других государствах. Каждая организация, занимающаяся обменом товарами, услугами или международными сделками за пределами своей страны, прямо или косвенно выступает участником всемирного рынка.

Международное сотрудничество – это совместные действия субъектов в какой-либо сфере их взаимных интересов, их взаимосвязанная деятельность по согласованию позиций, координации действий, решению общих проблем и принятию взаимоприемлемых решений.

Международное сотрудничество в бизнесе – это совместная деятельность заинтересованных сторон, направленная на достижение каких-либо целей. В настоящее время участники международных отношений вносят свой вклад в технологическую интеграцию, но они в том числе и должны предоставлять возможности для всех. В то время как многие развитые и развивающиеся рынки осваивают новые

технологии, достижение баланса между человеческим капиталом и инвестициями в него будет иметь решающее значение для повышения производительности в следующем десятилетии. Обладая необходимыми навыками и подготовкой, сотрудники могут стать агентами, которые используют потенциал технологий и не будут вытеснены ими .

Международный бизнес состоит из заранее запланированных сделок, которые осуществляются через национальные границы для удовлетворения потребностей отдельных лиц, организаций и других объединений. Международный бизнес фактически связывает все страны, учреждения и отдельных лиц. Предприятия должны определить цели и задачи, которые следует ставить перед собой на международном рынке. Это значит определение целевых стран и возможностей для продажи товаров и услуг в этих государствах и, конечно же, оценку того, какую прибыль можно получить от продажи своих товаров и услуг на рынках выбранных стран.

Международный бизнес осуществляется в рамках процесса глобализации бизнеса, что по сути значит усиление международных интеграционных и производственных процессов, а в том числе и всемирного рынка товаров и услуг. Это касается реализации процессов либерализации национальных экономик, снижения торговых ограничений или барьеров, свободного движения прямых иностранных инвестиций по всему миру, усиления роли международных организаций в международном производстве и взаимной торговле и обмене.

Международное деловое объединение — это процесс, в котором две или более организаций, или отдельных лиц соглашаются разделить прибыль и убытки бизнеса поровну или пропорционально. Бизнес становится отдельным юридическим лицом от первоначальных организаций или партнеров, и люди в партнерстве совместно управляют бизнесом и владеют им .

Новым и быстро развивающимся внешним фактором, влияющим на инновации на национальном уровне, выступает растущая глобализация и международное научно-экономическое взаимодействие.

Международное объединение на всех уровнях — то есть на уровне правительства, организаций или отдельных новаторов — открывает новые горизонты для создания инноваций на глобальном уровне, а затем и на национальном уровне, и наоборот. Другими словами, отечественные исследования и инновации могут создать дополнительную ценность и дополнительные стимулы на международном уровне благодаря международному сотрудничеству и каналам взаимодействия, таким как договоры, соглашения и рамки сотрудничества.

Целями всемирного сотрудничества являются :

- позволить человеческому капиталу, связанному с инновациями, приобрести новые навыки и ноу-хау;
- содействовать поиску необходимых средств поддержки инноваций на национальном уровне;
- содействие широкому использованию демонстрационных инфраструктур;
- воспользоваться международными связями и знанием рынка;
- найти более широкие рынки для новых инновационных продуктов или услуг.

Глобализация — значит рост глобальной взаимосвязанности, интеграции и взаимозависимости экономической, социальной, технологической, культурной, политической и экологической сфер .

Глобализация — понятие или общий термин, наилучшим образом объясняющий процессы экономической взаимозависимости, растущее влияние культуры, огромные преимущества информационных технологий, новые геополитические изменения, ведущие к объединению людей в глобальную систему. Что касается глобализации, то можно отметить, что она представляет собой интернационализацию по отношению к разным странам. Экономическую глобализацию можно измерить по-разному; однако эти измерения сосредоточены на четырех экономических тенденциях, которые они характеризуют:

- движение товаров и услуг и рост национального дохода на душу населения;
- рост занятости – перемещение может привести к улучшению занятости, если не в родной стране человека, то в других государствах;
- движение капитала в форме прямых инвестиций;
- развитие технологий в итоге притока международных исследований, разработок и инвестиций.

Глобализация – это усиление процессов экономической интеграции во всем мире, а ведь все достигается за счет торговых и финансовых потоков. Понятие глобализации связано с перемещением людей, труда и знаний (технологий) через международные границы. Кроме того, существуют широкие аспекты глобализации, связанные с культурными, политическими и экологическими аспектами .

Рынок каждой страны отличается. Различия обусловлены культурой и образом жизни, различиями в демографических характеристиках населения, запросами и покупательскими привычками, различиями в производстве и затратах на продажу товаров и услуг, валютами, политической властью и регулированием,

размерами рынков и уровнем конкуренции.

Функционирование всемирного рынка осложняется тем, что многие страны с помощью всевозможных правил и мер ограничивают свободное перемещение товаров или защищают отечественное производство. Это так называемые барьеры выхода страны на рынок. Рационализация применения защитных мероприятий обосновывается аргументами, направленными на необходимость :

- защита слаборазвитой экономики, где затраты часто выше, а качество ниже;
- Защита от недобросовестной конкуренции;
- Защита жизненно важных видов экономической активности;
- вмешательство во внешнеторговый баланс;

Список литературы

1. Агафонов, В. А. Стратегический менеджмент. Модели и процедуры: монография / В.А. Агафонов. – Москва: ИНФРА-М, 2018. – 276 с.
2. Акмаева, Р.И. Стратегический менеджмент: учебное пособие / Р.И. Акмаева – Москва: Русайнс, 2020. — 256 с.
3. Афонина, Е. В. Кооперационные связи малого и крупного бизнеса в угольной промышленности в разрезе усовершенствованного организационно-экономического механизма их функционирования / Е. В. Афонина // Актуальные проблемы социально-экономического развития России. – 2018. – № 2. – С. 58-63.
4. Бареева, И. А. Контрактное и кооперационное сотрудничество в сфере международного бизнеса // Управление, экономика и право: проблемы, исследования, результаты: Сборник статей II Международной научно-практической конференции, Пенза, 2022. – С. 59-63.
5. Ваилунова И. Место Китая в системе международной инвестиционной кооперации// тезисы докладов 54-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов – Витебск – 2021 – С. 155-157.
6. Веселков, С.Н. Стратегический менеджмент. Успешное управление бизнесом в России: Учебно-практическое пособие / С.Н. Веселков, Ю.А. Цыпкин. – М.: Юнити, 2018. – 247 с.
7. Власова, В. Кооперационные стратегии предприятий в эпоху открытых инноваций: пространственные и временные аспекты / В. Власова, В. Рудь // Форсайт. – 2020. – Т. 14, № 4. – С. 80-94.
8. Воронин, Н.В. Специфика выбора стратегии развития предприятия / Н.В. Воронин // Вестник науки и образования. – 2019. – №12-2 (66). – С. 17-20.
9. Гапоненко, А. Л. Теория управления: учебное пособие для среднего профессионального образования / А. Л. Гапоненко, М. В. Савельева. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 336 с.
10. Генкин, Б. М. Мотивация и организация эффективной работы (теория и практика): монография / Б. М. Генкин. — 2-е изд., испр. — Москва: Норма: ИНФРА-М, 2020. — 352 с.
11. Головина, С. Г. Международная среда реализации принципа автономности в деятельности современных кооперативов / С. Г. Головина // Вызовы современности и стратегии развития общества в условиях новой реальности: Сборник материалов XIV Международной научно-практической конференции, Москва, 30 января 2023 года. – Москва: Общество с ограниченной ответственностью "Издательство АЛЕФ", 2023. – С. 276-280.
12. Голубков, Е. П. Стратегический менеджмент: учебник и практикум для вузов / Е. П. Голубков. – Москва: Издательство Юрайт, 2020. – 290 с.
13. Грушенко, В. И. Менеджмент. Восприятие сущности менеджмента в условиях стратегических изменений: учебное пособие / В. И. Грушенко. — Москва: ИНФРА-М, 2019. — 288 с.
14. Губарева, Е.Г. Теоретико-методические основы стратегического управления предприятием / Е.Г. Губарева, А.С. Будагов, А.М. Колесников // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета технологии и дизайна. Серия 3. Экономические, гуманитарные и общественные науки. – 2018. – №4. – С. 3-9.
15. Деминг, Э. Менеджмент нового времени: простые механизмы, ведущие к росту, инновациям и доминированию на рынке / Эдвардс Деминг; пер. с англ. — Москва: Альпина Пабlishер, 2019. — 182 с.
16. Джиуан С. Инновационный технологический альянс и интеллектуальная защита собственности//Молодежь. Общество. Современная наука, техника и инновации 2019 - № 12 – С.327-331.
17. Джуха, В.М. Стратегический менеджмент: учебное пособие / В.М. Джуха, Н.П. Жуковская, А.Н. Кокин, И.С. Штапова – КноРус, 2019 – 282с.

18. Егоршин, А. П. Карьера одаренного менеджера: научно-популярное издание / А. П. Егоршин, С. Г. Захарова. — 2-е изд., доп. и перераб. — Москва: Логос ; Нижний Новгород: НИЭМ, 2020. — 376 с.
19. Егоршин, А. П. Стратегический менеджмент: учебник / А.П. Егоршин, И.В. Гуськова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: ИНФРА-М, 2018. – 290 с.
20. Зуб, А. Т. Стратегический менеджмент: учебник и практикум для вузов / А. Т. Зуб. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 375 с.
21. Калашникова, И.А. Проблемы формирования стратегии развития предприятия / И.А. Калашникова // ЭКОНОМИНФО. – 2019. – №1. – С. 11-16.
22. Курлыкова, А. В. Стратегический менеджмент: Учебное пособие / А.В. Курлыкова. — М.: ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2018. — 176 с.
23. Лада О.В. Развитие бизнеса на основе франчайзинга в условия современной национальной экономики//Электронный научный журнал «Управление в экономических и социальных системах» 2019 - № 1 (1) – С.56-61.
24. Литвак, Б. Г. Стратегический менеджмент: учебник для бакалавров / Б. Г. Литвак. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 507 с.
25. Москаленко, А. А. Стратегические альянсы как инструмент приобретения инновационных знаний и опыта / А. А. Москаленко // Вестник Академии знаний. – 2019. – № 30(1). – С. 118-122.
26. Сергеева И.К. Разработка международной кооперации. Сборник статей Международной научно - практической конференции 15 ноября 2017 г. Ч. 2.– НИЦ АЭСТЭРНА - 2017 – С. 105-109.
27. Степанова, Е. С. Направления развития международной межфирменной кооперации российскими информационно-коммуникационными компаниями с учетом опыта Финляндии / Е. С. Степанова // Вопросы инновационной экономики. – 2018. – Т. 8, № 1. – С. 169-184.
28. Сумина, Е. В. Международная кооперация в наукоемких отраслях экономики как основа технологических приоритетов инновационного развития региона / Е. В. Сумина // Решетневские чтения: Материалы XXIV Международной научно-практической конференции, посвященной памяти генерального конструктора ракетно-космических систем академика М. Ф. Решетнева: в 2 частях, Красноярск, 10–13 ноября 2020 года. Том Часть 2. – Красноярск: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М.Ф. Решетнева", 2020. – С. 757-758.
29. Теплов, В. И. Роль кооперативной идентичности в реализации целей устойчивого развития ООН / В. И. Теплов, Г. А. Семененко, В. М. Чуйкова // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2021. – № 3(88). – С. 232-245.
30. Цзин Ч. Исследование текущих тенденций в управлении рисками в международных корпорациях//Актуальные проблемы авиации и космонавтики – 2021 – Т.3. – С.694-697.
31. Шмарловская, Г. А. Международная производственная кооперация компаний стран-членов ЕАЭС: тенденции и перспективы / Г. А. Шмарловская // Материалы форума "Перспективы евразийской экономической интеграции", посвященного 10-летию Евразийской экономической комиссии в рамках 18-го Международного научного семинара "Мировая экономика и бизнес-администрирование" : Материалы XX Международной научно-технической конференции, Минск, 16–17 марта 2022 года / Межд. программ. комитет С.В. Харитончик, А.В. Данильченко [и др.]. – Минск: Общество с дополнительной ответственностью "Издательство "Четыре четверти", 2022. – С. 20-21
32. Юйтай К., Аникина Ю.А. Проблемы и перспективы международной интеграции в современном бизнесе//Актуальные проблемы авиации и космонавтики – 2020. - Том 3 – С.408-412.
33. Яковлев, Г. И. Развитие международной производственной кооперации и предпринимательство в условиях цифровой экономики / Г. И. Яковлев // Вестник Марийского государственного университета. Серия: Сельскохозяйственные науки. Экономические науки. – 2020. – Т. 6, № 2(22). – С. 253-261.
34. Adian B. Yandex N V Generic And Intensive Growth Strategies//Essay48. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.essay48.com/6281-Yandex-N-V-Porters-Generic-Strategies> (Дата обращения: 15.05.2023)
35. Karlusov, V., & Yarkov, D. Cooperation between Russia and China in the oil and gas energy sector: common prerequisites, political and legal framework, key areas and development projects. Economic Annals-XXI - 2021 – Vol. 193(9-10). – pp. 15-24.
36. Акции Yandex. Когда покупать и стоит ли вообще смотреть в их сторону. Яндекс Дзен. [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://dzen.ru/a/YKz_luSW8EDWGVJa. – свободный (Дата обращения: 15.05.2023)
37. Официальный сайт компании Яндекс. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://ir.yandex/>. – свободный (Дата обращения: 15.05.2023)

38. Organisation Development Strategy Yandex Management Essay//UKEssays. [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.ukessays.com/essays/management/organisation-development-strategy-yandex-management-essay.php?__cf_chl_tk=40ZfOYRL_GkQPjg0goMm_F9gZXH3dYn9QwYYyT8_heg-1684137607-0-gaNycGzNC7s (Дата обращения: 15.05.2023)

39. ООО «Яндекс» SWOT Analysis. FFU. [Электронный ресурс] – Режим доступа:

<http://fernfortuniversity.com/term-papers/swot/nyse/4067-yandex-n-v-.phps> (Дата обращения: 15.05.2023)

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/diplomnaya-rabota/341871>