

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/kursovaya-rabota/349501>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Мировая экономика

ВВЕДЕНИЕ 3

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ 5

1.1. Способы, формы и стратегии выхода предприятия на мировой рынок 5

1.2. Факторы, определяющие решение по выходу предприятия на мировой рынок 13

2. АНАЛИЗ ВОЗМОЖНОСТИ ВЫХОДА ООО «ПРУЖИНА» НА МИРОВОЙ РЫНОК МЕТАЛЛОИЗДЕЛИЙ 17

2.1. Анализ тенденций развития российского и мирового рынка металлоизделий 17

2.2. Общая характеристика ООО «Пружина» и его положение на российском рынке металлоизделий 20

3. ПЛАНИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ ВЫХОДА НА МИРОВОЙ РЫНОК ООО «ПРУЖИНА» 23

3.1. Определение оптимальной стратегии по выходу на мировой рынок металлоизделий 23

3.2. Разработка алгоритма по выходу на мировой рынок металлоизделий 24

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 28

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК 29

ПРИЛОЖЕНИЯ 31

ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время, в связи с развитием рыночной экономической системы, многим компаниям необходимо определить свои конкурентные преимущества и разработать стратегии развития компании на местных рынках, чтобы сохранить высокую прибыль и долю рынка. Чтобы максимизировать прибыль, одним из способов ее увеличения является выход на международные рынки.

Ввиду ускоренных темпов глобализации и высокой взаимосвязанности мировых торговых и финансовых рынков, для успешного функционирования компании на зарубежных рынках необходимо выбрать оптимальную стратегию и разработать алгоритм выхода компании на новые рынки с учетом ее особенностей, потребительских предпочтений, платежеспособности, а также для анализа рисков, которые могут возникнуть при осуществлении международной деятельности, например, глобальных кризисов, международных конфликтов и глобальных пандемий.

Компания ООО «Пружина» имеет достаточно прочное положение на российском рынке металлоизделий. В настоящее время компания заинтересована в выходе на международные рынки, что требует разработки эффективной стратегии. Следует также учитывать, что за последнее десятилетие российская экономика пережила большое количество потрясений, что также сказалось на промышленном производстве.

Кризис, вызванный конфликтом на Украине, привел к усилению политических разногласий между Россией и Соединенными Штатами, а также странами Европейского союза. В то же время ряд стран ввел экономические санкции против России, что привело к ослаблению национальной валюты, а также появлению определенных ограничений на торговлю товарами и услугами.

В 2020 году ситуация на мировых рынках ухудшилась из-за глобальной пандемии, вызванной новой коронавирусной инфекцией COVID-19, введения карантина, снижения промышленного производства и закрытия границ между странами.

В 2022 году с началом специальной военной операции на Украине, положение России на мировом рынке стало еще менее стабильным, так как мировое сообщество начало расширять экономические санкции с целью оказать влияние на политику страны.

Актуальность исследования заключается в том, что качество стратегических решений, выбор оптимальной стратегии развития компании и разработка эффективного алгоритма реализации выбранной стратегии является серьезным препятствием на пути реализации потенциала предприятий и максимизации прибыли металлургических предприятий России.

Предметом исследования является стратегия выхода предприятия на мировой рынок. Объектом исследования являются стратегические цели ООО «Пружина».

Цель работы – разработка алгоритма выхода предприятия на мировой рынок. Для достижения данной цели,

необходимо решение следующих задач:

- классификация возможных стратегий выхода на мировой рынок;
- анализ хозяйственной деятельности и положения на российском рынке ООО «Пружина»;
- определение стратегических возможностей расширения рынка сбыта ООО «Пружина»;
- планирование оптимальной стратегии по выходу на мировой рынок металлоизделий ООО «Пружина».

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

1.1. Способы, формы и стратегии выхода предприятия на мировой рынок

В условиях современной интенсивной экономической интеграции внешнеэкономическая деятельность становится логичным шагом в развитии компаний различных отраслей, в том числе предприятий, производящих металлоизделия. Развитие коммуникационных технологий, глобальной транспортной сети и экономического партнерства государств способствуют формированию глобального рынка и снижению роли национальных границ государств как барьера для ведения бизнеса. В некоторых случаях выход на мировые рынки может быть необходимостью для компании, желающей оставаться конкурентоспособной. Выход за пределы внутреннего рынка открывает новые границы для продажи продукции компании. Однако, помимо расширения возможностей, выход на мировые рынки ставит перед компанией ряд проблем. Они могут быть внешними, связанными с правилами ведения бизнеса и бухгалтерского учета, аудита и налогообложения как внутри принимающей страны, так и между странами. Дополнительные трудности ведения бизнеса в другой стране вызваны культурными различиями, которые препятствуют эффективному общению. Проблемы могут возникать на уровне компании и быть вызваны сферой деятельности компании, ее размером и другими факторами. Для того чтобы свести к минимуму воздействие этих неблагоприятных факторов, необходимо осуществлять стратегическое планирование. Стратегическое планирование в большей степени фокусируется на общей картине, и его основное внимание уделяется результатам, а не продукции или непосредственно выходу. В целом, оно больше направлено на определение того, какими должны быть результаты, а не на достижение этих результатов. Понятие «стратегия» происходит от греческого «strategos», дословный перевод которого «искусство полководца». Военное происхождение этого термина не удивительно. Именно благодаря «strategos» Александр Македонский знаменит своими военными достижениями. Стратегия представляет собой подробный всеобъемлющий план, призванный обеспечить реализацию миссии организации и достижение ее целей (рис. 1.1).

Рис. 1.1. Стратегическое планирование

Несколько ключевых моментов, связанных со стратегией, должны быть поняты и, что более важно, приняты высшим руководством.

Прежде всего, стратегия в основном формулируется и разрабатывается высшим руководством, но ее реализация предполагает участие всех уровней управления. Стратегический план должен основываться на обширных исследованиях и фактических данных. Чтобы эффективно конкурировать в современном деловом мире, предприятие должно постоянно собирать и анализировать огромное количество информации об отрасли, конкуренции и других факторах.

В контексте международной экспансии бизнеса стратегическое управление в первую очередь сводится к определению способа и формы выхода предприятия на мировой рынок. Рассмотрим основные современные способы выхода предприятия на мировые рынки.

Наиболее распространенным способом выхода предприятия на мировой рынок является экспорт товара. Широкое распространение данного вида внешнеэкономической деятельности связано с довольно простой экспортной моделью. Для экспорта не требуется привлечения производственных мощностей на территории зарубежья, которые могли бы повлечь за собой довольно существенные финансовые затраты.

Следует помнить о факторе риска, учитываемом в данной модели: таможенные пошлины и налоги, затраты на транспортировку могут существенно увеличить стоимость экспортируемого товара и сделать его непривлекательным со стороны конечного потребителя. В таком случае, при наличии ресурсов для производства данного товара в стране сбыта, экспортеру следует рассмотреть данный вариант как

возможно экономически более выгодный.

Экспортная модель может реализовываться с использованием двух вариантов стратегии: косвенного и прямого (рис. 1.2). При использовании стратегии косвенного экспорта, товары предприятия реализуются через посредников. У предприятия в этом случае отсутствует необходимость в организации доставки товара до конечного потребителя и продвижении товара на зарубежном рынке.

Рис. 1.2. Варианты стратегии экспорта

1. Дубров Г.Ю. Стратегии выхода компании на международный рынок // Молодой ученый. – 2020. – № 21 (311). – С. 109-112. – URL: <https://moluch.ru/archive/311/70498/> (дата обращения: 24.04.2023).
2. Заволокина Л.И. Мировая экономика: учебное пособие для вузов / Л.И. Заволокина, Н.А. Диесперова. – М.: Издательство Юрайт, 2023. – 182 с.
3. Запреты и ограничения экспорта из РФ. Альта-Софт. – URL: https://www.alt.ru/tnved/forbidden_export/ (дата: обращения 23.04.2023).
4. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент. – СПб: «Питер», 2022. – 848 с.
5. Круглова Н.Ю. Основы менеджмента. – М.: Проспект, 2020. – 323 с.
6. Крупнейшие производители на рынке пружин. – URL: https://www.megaresearch.ru/knowledge_library/krupneyshie-proizvoditeli-na-rynke-pruzhin-2986/ (дата: обращения 23.04.2023).
7. Макеева Е.С. Маркетинговые стратегии выхода предприятий на внешние рынки как одно из важнейших направлений инновационного развития бизнеса / Е.С. Макеева, В.О. Сапига // Молодой ученый. – 2018. – № 50 (236). – С. 168-170. – URL: <https://moluch.ru/archive/236/54653/> (дата обращения: 30.04.2023).
8. Падение цен на металл в 2023 году. Аналитика HARDHUB. – URL: <https://hardhub.ru/articles/analitika/padenie-tsena-na-metall-na-300-v-2023-godu/> (дата: обращения 23.04.2023).
9. Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность. – М.: НИЦ ИФРА-М, 2019. – 224 с.
10. Производитель пружин и изделий ООО ПРУЖИНА. – URL: http://pruzhin.ru/zavod_pruzhin/ (дата: обращения 23.04.2023).
11. Пушкарева П.П. Обзор и классификация методов и стратегий выхода промышленных компаний на внешние рынки / П.П. Пушкарева, Г.В. Захаров, А.О. Клименко // Гуманитарный научный вестник. – №7. – 2020. – С. 122-130.
12. Разъяснения по получению СТ-1 в соответствии с постановлениями Правительства № 311 и 312 – Внешнеэкономические новости от 14.03.2022. Альта-Софт – URL: https://www.alt.ru/external_news/87915 (дата: обращения 23.04.2023).
13. ТАСС. Экспорт плоского проката из России в 2021 вырос в два раза – URL: <https://tass.ru/ekonomika/13634929/> (дата: обращения 23.04.2023).
14. Устинов В.С. Взаимосвязи качественных и количественных изменений в системе оборота металла // Научные труды: Институт народнохозяйственного прогнозирования РАН. – М.: МАКС Пресс, 2019. – С.174-191.
15. Эксперты дали прогноз по рынку металлоконструкций на 2023 год. Журнал Деловой мир. – URL: <https://delovoymir.biz/eksperty-dali-prognoz-po-rynku-metallokonstrukciy-na-2023-god.html/> (дата: обращения 23.04.2023).

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/kurovaya-rabota/349501>