СОДЕРЖАНИЕ

[Введение 3](#_Toc168801449)

[1. Теоритические основы особенности ведения бизнеса на зарубежном рынке 5](#_Toc168801450)

[1.1 Сущность ведения бизнеса на зарубежном рынке 5](#_Toc168801451)

[1.2 Особенности и этапы внедрения бизнеса на зарубежном рынке.. 11](#_Toc168801452)

[1.3 Этапы разработки стратегии выхода на зарубежный рынок 16](#_Toc168801453)

[2 Перспекты компании DEXP по внедреню бизнеса на зарубежном рынке 20](#_Toc168801454)

[2.1 Краткая характеристика компании 20](#_Toc168801455)

[2.2. Экономическая характеристика компании 24](#_Toc168801456)

[2.3. Анализ зарубежного рынка электро-техники в Китае 30](#_Toc168801457)

[3 Разработка рекомендаций по внедрению ведения бизнеса компании DEXP на зарубежном рынке 43](#_Toc168801458)

Заключение..................................................................................................................54

[Список использованных источники 57](#_Toc168801459)

ВВЕДЕНИЕ

В современном мире глобальная интеграция и внешнеэкономическая деятельность набирают все большее значение на пользу разных организаций. Предпринимательство на мировом рынке – очень затруднительная и многоаспектная дилемма, требующего особой внимательности к традиционным, государственным, общеэкономическим отличительным чертам каждой страны.

Один из важнейших факторов, по которой компания устремлена увеличить собственную коммерцию на внешние рынки является поиск новых возможностей для роста и увеличения прибыли. Однако вступление на мировой рынок связан с рядом трудностей, включая различия в культурах, языках, правовых системах и деловом практическом опыте. Вся эти трудности обязывают более большее познание местных условий от организаций и податливости к адаптации предпринимательской деятельности к данным особенностям.

Важной особенностью ведения бизнеса на зарубежных рынках являются культурные различия. У всех стран есть свои уникальные ценности, обычаи и традиции, которые возможно значительно различаются от известных компании. Понимание и учет этих различий является ключевым моментом преуспевающей организации деятельности на иностранном рынке. Необходимо принимать во внимание целевую аудиторию, интегрировать товары и услуги к их вкусам и предоставлять обслуживание высокого качества исходя из территориальных норм. Основополагающее место занимает в управлении торговли на экспортных рынках – политическая обстановка и обстоятельства экономики. Развитие экономики страны, государственная устойчивость, нормы права, налогообложение и торговая политика в значительной мере воздействуют на успешный результат корпорации.

Компаниям необходимо быть готовыми адаптироваться к изменениям экономики и политики, вместе с тем вести длительное стратегическое планирование с учетом возможных угроз и неопределенностей, причастных к внешним рынкам.

Объектом труда на международном рынке является стратегия ведения бизнеса.

Цель данной работы – создание организации управления предпринимательства на зарубежном рынке для «ООО DEXP». Для достижения намеченной цели выделим следующие задачи:

Изучение теоретико-методических разработок ведения бизнеса на рынке зарубежья.

Формирование на зарубежном рынке «ООО DEXP» стратегии ведения бизнеса.

Составление методических рекомендаций по созданию на зарубежье ведения бизнеса «OOO DEXP».

В данной работе будут проанализированы всевозможные подходы и стратегии, которые компании могут использовать для успешного ведения бизнеса на международных рынках. Осуществление анализа примеров предприятий получившим успех на мировом уровне, и выделены ключевые элементы их успешного триумфа. Также будет рассмотрены соглашения ведения бизнеса на зарубежных рынках и влияние мировых организаций.

# ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОСОБЕННОСТИ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА НА ЗАРУБЕЖНОМ РЫНКЕ

## 1.1 СУЩНОСТЬ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА НА ЗАРУБЕЖНОМ РЫНКЕ

Бизнес (от английского Business - "Дело", предпринимательство) – это инициативная экономическая деятельность, которая осуществляется за счет собственных или заемных средств с целью получения прибыли и развития собственного дела.

Международный бизнес предполагает проведение деловых операций с несколькими партнерами за пределами страны. Сфера предпринимательской деятельности хозяйствующих субъектов осуществляется на мировом рынке: рынке товаров, рынке услуг, финансовом рынке, рынке труда.

Как феномен международных экономических отношений, международный бизнес – это форма взаимодействия субъектов международной экономической деятельности, направленная на получение выгод от трансграничного сотрудничества.

Ведение бизнеса на зарубежном рынке – это процесс расширения деятельности компании за пределами своей родины и выхода на зарубежные рынки. Это включает в себя продажу товаров или услуг, установление партнерских отношений, открытие филиалов или дочерних компаний за рубежом. Основной целью ведения бизнеса на зарубежном рынке является поиск новых возможностей для роста и увеличения прибыли. Это может быть связано с насыщением рынка внутри страны, стремлением диверсифицировать риски или желанием получить доступ к новым технологиям и инновациям [2].