СОДЕРЖАНИЕ

[Введение 3](#_Toc169443858)

[1 Теоретико-методические аспекты разработки бизнес-плана 5](#_Toc169443859)

[1.1 Стратегическое планирование интернациональной деятельности компании 5](#_Toc169443860)

[1.2 Способы и формы выхода на зарубежный рынок 8](#_Toc169443861)

[1.3 Сущность и этапы разработки бизнес-плана 13](#_Toc169443862)

[2 Исследование мирового рынка цифровых технологий 17](#_Toc169443863)

[2.1 Организационно-экономическая характеристика компании ООО «Арви Диджитал» 17](#_Toc169443864)

[2.2 Факторы международной бизнес-среды деятельности компании 32](#_Toc169443865)

[2.3 Анализ рынка цифровых технологий Казахстана 39](#_Toc169443866)

[3 Разработка бизнес-плана выхода ООО «Арви Диджитал» на рынок Казахстана 46](#_Toc169443867)

[Заключение 55](#_Toc169443868)

[Список используемых источников 58](#_Toc169443869)

[Приложение А Упрощенная модель разработки стратегического плана И. Ансоффа 64](#_Toc169443870)

# ВВЕДЕНИЕ

В наше время рыночная экономическая система развивается, следовательно, многим компаниям для удержания высокой прибыли и рыночной доли, следует выявить свои конкурентные преимущества и разрабатывать стратегию развития компания на местных рынках. Одним из способов повышения прибыли является выход на международный рынок.

Благодаря темпам глобализации и устойчивой связи глобальных торговых и финансовых рынков, компании необходимо подобрать верную стратегию и разработать алгоритм выхода компании на зарубежный рынок ради высокого функционирования компании на данном рынке. Следует учесть все риски, возникающие при осуществлении международной деятельности, такие как мировые кризисы, международные конфликты и пандемии.

Актуальность исследования заключается в разработке эффективных форм и стратегий выхода компании на зарубежный рынок, также, повышение уровня данной компании на зарубежном рынке, благодаря изучению и внедрению стратегического планирования и разработки бизнес-плана компании.

Целью работы является разработка бизнес-плана выхода компании ООО «Арви Диджитал» на зарубежный рынок.

Для достижения данной цели были поставлены следующие задачи:

* изучить возможные стратегии выхода компании на зарубежный рынок, определить факторы, которые влияют на формирование стратегии
* провести анализ финансово-хозяйственной деятельности компании ООО «Арви Диджитал», определить конкурентные преимущества и стратегические возможности данной компании
* изучить рынок диджитал технологий
* разработать бизнес-план для компании ООО «Арви Диджитал» по выходу на зарубежный рынок
* диагностировать возможные риски при выходе на международный уровень

Предметом выпускной квалификационной работы является алгоритм выхода компании на рынок Казахстана.

Объектом исследования является ООО «Арви Диджитал».

Информационную базу исследования составили материалы исследуемого предприятия, управленческая отчетность, а также работы отечественных и зарубежных авторов.

Для решения поставленных задач в выпускной квалификационной работе использовались табличные и графические методы визуализации результатов исследования, методы анализа.

В первой главе раскрыто понятие и сущность бизнес-плана, рассмотрены способы, формы и особенности выхода компании на зарубежный рынок.

Во второй главе проведен анализ рынка Казахстана, конкурентов, а также дана организационно-экономическая характеристика компании ООО «Арви Диджитал».

В третьей главе представлен разработанный бизнес-план компании ООО «Арви Диджитал» для выхода на зарубежный рынок.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка используемых источников и приложения. Работа написана на 64 страницах, имеет 16 таблиц, 5 рисунков, список используемой литературы состоит из 60 источников.

1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗРАБОТКИ БИЗНЕС-ПЛАНА
   1. СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ИНТЕРНАЦИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ

В современном мире, выход на международные рынки, является неотъемлемой частью любой прогрессивной компании, в том числе диджитал технологий. Из-за развитых коммуникативных технологий, формирование глобального рынка становится более доступным и ослабляются барьеры для бизнеса. Некоторые компании заинтересовываются выходом на международный рынок, благодаря повышению конкурентоспособности.

Выход на зарубежный рынок дает компании развитие и новую реализацию продукции на предприятии, но перед тем, как выйти на новый этап, компания встречается с рядом задач, как внешними, например, правила ведения бизнеса, учета, аудита принимающей страны, так и между странами. Не мало важно обратить внимание на культурные различия, мешающие эффективной коммуникации. Для минимизирования неблагоприятных факторов, следует внедрить стратегическое планирование.

Интернационализация – это распространение, расширение процесса и сфера деятельности за рамки одного государства, региона, вовлечение в него широкого круга участников. Различают интернационализацию производства капитала, военных конфликтов, совместных усилий государств в защите окружающей среды, оказании гуманитарной помощи и так далее [55].

Стратегическое планирование – это процесс определения целей, разработка задач и методов их достижения. Стратегическое планирование представляет собой основу для управления членами организации, это процесс определения стратегии, или направления развития организации, и принятия решений по распределению ресурсов в рамках этой стратегии, включая капитальные и людские ресурсы [23].