СОДЕРЖАНИЕ

[Введение 3](#_Toc137702985)

[1 Теоретические основы разработки стратегии выхода организации на зарубежный рынок 6](#_Toc137702986)

[1.1 Стратегическое планирование выхода организации на зарубежный рынок 6](#_Toc137702987)

[1.2 Алгоритм выработки стратегии для вывода предприятия на международный рынок 17](#_Toc137702988)

[1.3 Способы выхода на зарубежный рынок 34](#_Toc137702989)

[2 Стратегический анализ внешней среды 44](#_Toc137702990)

[2.1 Анализ организационно-экономической структуры ООО ГК "ЭПСИЛОН**"** 44](#_Toc137702991)

[2.2 Анализ внешней среды ООО ГК "ЭПСИЛОН**"** 50](#_Toc137702992)

[2.3 Обоснование необходимости реализации стратегии выхода на зарубежный рынок 57](#_Toc137702993)

[3 Разработка и оценка эффективности стратегии выхода ООО ГК "ЭПСИЛОН**"** на международный рынок 63](#_Toc137703056)

[3.1 Выбор способа выхода на внешний рынок 63](#_Toc137703057)

[3.2 Разработка внешнеэкономической стратегии предприятия 76](#_Toc137703058)

[Заключение 87](#_Toc137703059)

[Список использованных источников 91](#_Toc137703060)

## ВВЕДЕНИЕ

В современном мире в условиях глобализации все больше российских компаний стремятся выйти на внешние рынки в целях увеличения прибыли и обеспечения роста бизнеса в условиях перенасыщенного аналогичными товарами отечественного рынка, а также достижения лидирующих позиций в своей отрасли. Реализация своего продукта на глобальном уровне дает возможность повысить конкурентоспособность компании, снизить риск убытков в условиях кризиса, благодаря присутствию предприятия на иностранных рынках, и повысить капитализацию предприятия и его устойчивость по отношению к внешним факторам (действиям конкурентов, законодательным мерам и т.д.).

Для организации бизнеса на международном уровне необходимо провести анализ текущего положения и перспектив развития компании, который состоит в ответах на следующие вопросы:

Во-первых, это вопрос времени вывода фирмы на мировой рынок. Это касается и стремления стать последователями или опередить конкурентов, и того, обладает ли компания в настоящий момент реальными финансовыми и ресурсными возможностями, а также наличием благоприятных условий для освоения новых экономических территорий.

Во-вторых, это масштаб, который определяется ресурсами предприятия, а именно агрессивная стратегия массового захвата или постепенное расширение присутствия на рынке.

В-третьих, это рынок. Необходимо определить наиболее привлекательный рыночный сегмент, опираясь на объем затрат, риски, перспективы расширения. Исходя из этого, предприятие закладывает фундамент для выработки лучшей стратегии выхода на мировой рынок и определения конкретных маркетинговых мероприятий для достижения поставленных бизнес-целей.

В мировой практике не существует единых универсальных форм для разработки стратегии предприятий. Разработка и применение конкретных приемов требует дифференцированного подхода, который учитывает особенности производимого компанией продукта, организационной структуры предприятия и, главное, специфику рынка, на котором фирма осуществляет свою деятельность. Таким образом, требуется изучить и проанализировать множество подходов и методик.

Цель данного исследования состоит в разработке стратегии выхода российского научно-исследовательского предприятия на международный рынок металлоконструкций.

Для выполнения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

Обобщить существующие стратегии вывода компании на международный рынок;

Проанализировать особенности развития рынка металлоконструкций в России и за рубежом и определить конкурентоспособность ООО ГК "ЭПСИЛОН**"**;

Разработать стратегию выхода предприятия ООО ГК "ЭПСИЛОН**"** на международный рынок и оценить ее экономическую эффективность.

Предметом исследования данной дипломной работы является стратегия выхода предприятия на международный рынок металлоконструкций.

Объектом исследования - научно-исследовательское предприятие ООО ГК "ЭПСИЛОН**"**.