СОДЕРЖАНИЕ

[Введение 3](#_Toc11408)

[1 Теоретические аспекты разработки стратегии выхода компании на зарубежный рынок 6](#_Toc2468)

[1.1 Сущность стратегии выхода компании на зарубежный рынок 6](#_Toc17867)

[1.2 Мотивы и факторы, влияющие на выбор стратегии выхода компании на зарубежный рынок 11](#_Toc31393)

[1.3 Этапы выхода компании на зарубежные рынки 17](#_Toc13810)

[2 Анализ международной деятельности и выбор зарубежного рынка 23](#_Toc30070)

[2.1 Краткая характеристика компании «АКСАЛИТ Софт» 23](#_Toc9652)

[2.2 Анализ внешней среды компании «АКСАЛИТ Софт» 32](#_Toc16136)

[2.3 Анализ потенциальных рынков для выхода 39](#_Toc20878)

[3 Разработка стратегии выхода ООО «АКСАЛИТ Софт» на рынок Казахстана](#_Toc10343)

 [48](#_Toc10343)

[3.1 Выбор стратегии выхода компании на зарубежный рынок 48](#_Toc15053)

[3.2 Разработка стратегии выхода компании на зарубежный рынок 51](#_Toc14395)

[Заключение 53](#_Toc30142)

[Список использованных источников 55](#_Toc24767)

[Приложение А Коммерческое предложение 63](#_Toc9806)

# ВВЕДЕНИЕ

Любой компании свойственно развиваться и расти в своей отрасли. Следуя из этого, целью компании становится максимизация прибыли. Именно поэтому, достигшие определённого уровня развития компании, начинают рассматривать возможности расширения своего бизнеса и, соответственно, выходят на зарубежные рынки.

Актуальность исследования заключается в развитии международного бизнеса и технологий, благодаря которым российских компании расширяют свой бизнес. Для укрепления позиций в конкурентной борьбе отечественные предприятия не должны стоять на месте, а наоборот, реализовывать широкий охват своих возможностей, реализовывать наиболее эффективные стратегии для роста своей компании.

Выход компании на зарубежный рынок является одним из ключевых этапов её развития. Это позволяет расширить географию продаж и увеличить прибыль, а также укрепить позиции на мировом рынке. Однако, выход на зарубежный рынок требует серьёзной подготовки и разработки стратегии. Выход на зарубежные рынки – это серьезная точка роста для бизнеса.

Целью исследования является разработка стратегии выхода компании на зарубежный рынок. Для достижения этой цели поставлены следующие задачи:

* рассмотреть теоретические аспекты разработки стратегии выхода компании на зарубежный рынок;
* проанализировать международную деятельность компании и выбрать зарубежный рынок;
* выбрать стратегию выхода компании на зарубежный рынок.

Объектом исследования работы является компания ООО «АКСАЛИТ Софт».

Предметом исследования является разработка стратегии выхода российской компании на зарубежные рынки.

Для решения задач использовались следующие методы: анализ, синтез, системный подход, методы экономического анализа, метод сбора фактов, методы стратегического анализа, методы оценки эффективности.

Список использованной литературы представлен источниками, среди которых электронные источники, научные публикации, книги.

Информационная база представлена в работе отечественные и зарубежные источники информации, научные публикации, статьи по основам международного менеджмента и маркетинга, стратегического планирования, среди которых источники в сети Интернет, данные предоставленные АО «АКСАЛИТ Софт».

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех глав основной части, заключения, списка использованных источников.

В первой главе описаны теоретические аспекты разработки стратегии выхода компании на зарубежный рынок. Рассмотрены три основных стратегии по выходу компании на зарубежный рынок: стратегия экспорта, контрактные стратегии, инвестиционные стратегии. Также рассмотрены мотивы и факторы, при выходе на зарубежный рынок. Обозначен определенный алгоритм для выхода компании на зарубежный рынок.

Во второй главе проведен анализ организационно-экономической деятельности компании, оценка внешней и внутренней среды предприятия при выходе на зарубежный рынок, выбрана страна для выхода компании на внешний рынок.

В третьей главе приводится выбор стратегии выхода предприятия на внешний рынок и оценивается экономическая эффективность от предлагаемых мероприятий.

В заключении обобщаются результаты исследования, формулируются общие выводы о теоретической и практической ценности результатов работы. В списке использованных источников перечислены все источники, использованные при написании данной работы.

Выпускная квалификационная работа содержит 63 страниц, 17 таблиц, 9 рисунков. При подготовке работы использованы материалы из 60 источников.

# 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИИ ВЫХОДА КОМПАНИИ НА ЗАРУБЕЖНЫЙ РЫНОК

# СУЩНОСТЬ СТРАТЕГИИ ВЫХОДА КОМПАНИИ НА ЗАРУБЕЖНЫЙ РЫНОК

С каждым годом количество компаний в отраслях растёт. В связи с этим появляется конкурентная среда, в которой компании борются за укрепление лидирующие позиций. На значительный рост компании может повлиять выход на зарубежный рынок. Благодаря грамотной стратегии выхода компании на зарубежный рынок, компания укрепляет свои позиции в конкурентной среде, и реализовывает свои новые возможности.

Ранее активное развитие стратегического мышления на уровне предприятий началось в 50-х годах прошлого века, после широко использовались на других этапах экономики. Некоторые элементы стратегического планирования были и в плановой социалистической экономике [23].

В текущей экономической ситуации стратегическое планирование является одним из ключевых факторов создания успешной компании с долгосрочными перспективами развития. Эффективная бизнес-стратегия может увеличить потенциал компании в быстро меняющейся бизнес-среде, нестабильных экономических и политических условиях и обеспечить долгосрочное развитие компании. На сегодняшний день самым важным требованием для любой компании является постоянная интеграция стратегий бизнес роста и стратегии развития [25, с. 13].

Для многих компаний это открывает новые возможности, такие как интернационализация и выход на потенциально новые рынки. Это означает, что способность выхода компании на международном уровне имеет решающее значение для поддержания конкурентного преимущества в международной торговле.