

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://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/160699>

Тип работы: Дипломная работа

Предмет: Внешнеэкономическая деятельность (ВЭД)

Введение 3

1 Характеристика внешнеэкономической деятельности предприятия 5

1.1 Понятие и значение внешнеэкономической деятельности 5

1.2 Проблемы реализации стратегии международной деятельности 14

1.3 Этапы разработки стратегии международной деятельности 24

2 Процесс выхода предприятий пищевой промышленности на внешний рынок 41

2.1 Факторы, определяющие решение о выходе на внешний рынок 41

2.2 Основные способы выхода на международный рынок 50

2.2 Методы анализа внешней среды предприятия при выходе на внешний рынок 57

2.4 Комплексный метод по выходу предприятий пищевой промышленности на внешний рынок 65

3 Стратегии выхода на международные рынки на примере ООО «Макдоналдс» 75

3.1 Анализ рисков выхода на международный рынок ООО «Макдоналдс» 75

3.2 Стратегия выхода на рынок России ООО «Макдоналдс» 83

3.3 Стратегия выхода на международный рынок Германии ООО «Макдоналдс» 91

Заключение 96

Список литературы 98

Введение

В современных условиях практически любая успешно развивающаяся компания в конечном итоге задумывается о принятии такого серьезно-го для ее дальнейшего развития решения, как расширение границ реализации своей продукции и выход на зарубежные рынки.

Процесс выхода предприятия на зарубежные рынки сам по себе сопровождается множеством рисков, связанных с жесткой международной конкуренцией, и требует проведения тщательных маркетинговых исследований. Учитывая неблагоприятную обстановку в политической сфере данный процесс усложняется и нуждается в более внимательном подходе к изучению внешней среды, выбору рынка сбыта и, в соответствии с этим, к разработке стратегии выхода на конкретный зарубежный рынок, учитывая все его особенности

Теоретической и методологической основой (обзор литературы) исследования по определению внешнеэкономической деятельности предприятия послужили законы и нормативно-правовые акты РФ, книги и статьи следующих авторов: Азрилиян А.Н., Шагалов Г.В., Бурмистров В.Н., По-кровская В.В., Кочергина Т.Е., Ростовский Ю.М., и др., а также информация с сайтов и интернет-порталов.

Информационная база: документы организации, статистическая отчетность и результаты наблюдений. Цель выпускной квалификационной работы состоит в разработке стратегии выхода на международные рынки, как основы эффективного развития ООО «Макдоналдс».

Для достижения поставленной цели в работе были поставлены и решены следующие задачи:

- дать характеристику внешнеэкономической деятельности предприятия.
- изучить проблемы реализации стратегии международной деятельности.
- описать этапы разработки стратегии международной деятельности.
- изучить процесс выхода предприятий пищевой промышленности на внешний рынок.
- описать факторы, определяющие решение о выходе на внешний рынок.
- провести анализ внешней среды предприятия при выходе на внешний рынок.
- изучить комплексный метод по выходу предприятий пищевой промышленности на внешний рынок.
- изучить стратегии выхода на международные рынки на примере ООО «Макдоналдс».
- провести анализ рисков выхода на международный рынок ООО «Макдоналдс».
- изучить стратегию выхода на рынок России ООО «Макдоналдс».
- изучить стратегию выхода на международный рынок Германии ООО «Макдоналдс».

Предмет исследования - экономические и управленческие отношения, возникающие в процессе

формирования стратегии выхода российско-го предприятия на международный рынок.

Объект исследования - предпринимательская деятельность предприятия, ориентированная на международный рынок.

Структура работы состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы и приложений.

1 Характеристика внешнеэкономической деятельности предприятия

1.1 Понятие и значение внешнеэкономической деятельности

Внешеэкономическая деятельность относится к одной из сфер международного бизнеса, основанного на производстве продукции, выполнении работ или предоставлении услуг, предназначенных для зарубежных рынков.

Внешеэкономическая деятельность - существенная составляющая и важнейшее направление рыночной экономики. В процессе исторического развития России внешнеэкономическая деятельность играла важную роль в экономике страны, она способствовала решению различных экономических задач на всех уровнях: хозяйства страны в целом, отдельных субъектов, организаций и предприятий.

Понятие «внешнеэкономическая деятельность» как область внешней политики и международных отношений впервые появилось в Конституции СССР 1977 года. Конституция закрепляла полномочия Совета министров СССР осуществлять «...общее руководство в области отношений СССР с иностранными государствами и международными организациями, в области внешней торговли и других видов внешнеэкономической деятельности на основе государственной монополии» [1]. Однако в законе не была дана характеристика определения этого понятия.

Более широкое распространение термин «внешнеэкономическая деятельность» получил в России лишь в конце восьмидесятых годов двадцатого столетия. Закон СССР от 30.06.1987 года «О государственном предприятии (объединении)» значительно расширял «...экономические и правовые основы хозяйственной деятельности социалистических государственных предприятий (объединений)...» [2]. Согласно этому закону, предприятия стали самостоятельными хозяйственными единицами, получили право самостоятельно выбирать себе партнеров. «Предприятия, объединения и организации, независимо от их ведомственной принадлежности, могут самостоятельно создавать на договорных началах концерны, консорциумы, межотраслевые государственные объединения, государственные производственные объединения, различные ассоциации и другие крупные организационные структуры, в том числе с участием кооперативов и совместных предприятий, создаваемых с фирмами иностранных государств» [2].

Следовательно, предприятия получили право на внешнеэкономическую деятельность - свободную продажу части своей продукции на внешнем рынке. Этим законом государство попыталось ослабить монополию на внешнюю торговлю, введенную в нашей стране еще в 1918 году [3]. Итогом этой реформы явились преобразования в государственном регулировании внешней торговли и переход от системы централизованных межправительственных внешнеэкономических связей (ВЭС) к ведению внешнеэкономической деятельности (ВЭД) на уровне предприятий - производителей экспортной продукции.

Таким образом, в российской действительности возникло два понятия: «внешнеэкономические связи» и «внешнеэкономическая деятельность». Понятие внешнеэкономических связей более обширное.

Содержание понятия внешнеэкономическая деятельность было расшифровано только в Федеральном законе от 18 июля 1999 года № 183-ФЗ «Об экспортном контроле». «Внешнеэкономическая деятельность - внешнеторговая, инвестиционная и иная деятельность, включая производственную кооперацию, в области международного обмена товарами, информацией, работами, услугами, результатами интеллектуальной деятельности (правами на них)» [4].

На данный момент юридической основой для ведения внешнеэкономической деятельности в России является пакет норм и положений, изложенных в законах Российской Федерации, которые напрямую распространяются на эту сферу деятельности, или опосредованно оказывают на нее влияние. Важную роль играют также общепризнанные нормы международного права и международные договоры в области экономических отношений. К числу основных законодательных актов, которые регулируют внешнеэкономическую деятельность в России, можно отнести Федеральный Закон от 8 декабря 2003 г. № 164-ФЗ «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности» (с изменениями и дополнениями), Федеральный Закон от 9 июля 1999 г. № 160-ФЗ «Об иностранных инвестициях в РФ», Федеральный Закон от 10 декабря 2003 г. № 173-ФЗ «О валютном регулировании и валютном контроле» и др.

Законами определены основные виды и объекты внешнеэкономической деятельности.

Внешнеэкономическая деятельность - это комплексное сочетание методов и средств торгового, экономического и научно-технического сотрудничества, валютно-финансовых и кредитных отношений с зарубежными партнерами. Внешнеэкономическая деятельность может быть реализована как на уровне государства, так и на уровне отдельных коммерческих и не-коммерческих организаций, которые осуществляют деятельность, приносящую им доход, т.е. на уровне хозяйствующих субъектов [5]. Внешнеэкономическая деятельность на уровне государства нацелена на создание межгосударственных основ сотрудничества, создание правовых, торговых и политических механизмов, которые стимулировали бы развитие и продвижение внешнеэкономических связей. Разумная внешне-экономическая политика государства способствует повышению темпов роста национального дохода, ускорению научно-технического прогресса, усилению концентрации производства и эффективности капитальных вложений [6].

Внешнеэкономическая деятельность на уровне хозяйствующих субъектов направлена, прежде всего, на заключение и исполнение контрактов с иностранными партнерами с целью получения новых возможностей на внешнем рынке и преимуществ международной кооперации. Хозяйствующими субъектами могут быть различные предприятия и организации добывающей и перерабатывающей промышленности, сельского хозяйства, разнообразных отраслей агропромышленного комплекса - растениеводства, животноводства, транспорта, связи, строительной индустрии, а также образовательные учреждения, организации, представляющие туристские услуги, коммерческие структуры, торгово-посреднические организации и т.д. [7].

1. Рыкова, И.А. Дистрибьюторы и концессионеры / И.А. Рыкова// «Бизнес Адвокат» 2019. -№ 3.— С. 31-33.
3. Сосна, С.А. Новое в гражданском праве: франчайзинг / С.А. Сосна // Государство и право. - 2019. -№ 1.— С. 219-222.
4. Цират, А. В. Франчайзинг от А до Я: Терминологический словарь /А. В.Цират -3-е изд. Киев: Ассоциация франчайзинга, 2018. - 60 с.
5. Ягудин, С.Ю. Венчурное предпринимательство. Франчайзинг /С.Ю.Ягудин//- СПб.: Питер, 2018. - 272 с.
6. Богатов, К.З. Российская ассоциация франчайзинга. Путеводитель по франчайзингу в России / К.З.Богатов// -2017. - 76 с.
7. Балашевич, М.И. Экономика организации малого бизнеса: учеб.пособие /М.И. Балашевич - Минск: БГЭУ, 2019. - 335 с.
8. Бозева, В.А. Коммерческое (торговое) право: Учебник / В.А. Бозева,2019. - 960 с.
9. Васильев, Е.А. Гражданское и торговое право капиталистических государств. Издание третье, переработанное и дополненное/ Е.А.Васильев. М.: Международные отношения, 2018. - 129 с.
10. Браг, М.И. Договорное право. Книга третья: Договоры о выполнении работ и оказании услуг. / М.И. Браг. - М.:Статут, 2019. - 1055 с.
11. Мендельсон, М.А. Руководство по франчайзингу. / М.А. Мендельсон .— 2-е изд., перераб. и доп.— М.: Юрайт, 2017.— 411 с.
12. Соколова, Ю.А. Роль франчайзинга в формировании системы взаимодействия крупного и малого предпринимательства / Ю.А.Соколова, // Экономика и управление, 2019. - 211 с.
13. Котляров, И. Д. Формы аутсорсинга в современной международной торговле. Мировая экономика и международные отношения / И. Д. Котляров- 2017. - С.206 - 321.
14. Бутов, Д.В. Франчайзинг: подводные камни /Бутов, Д.В// Справочник экономиста. - 2019. - № 2. - С. 31-33.
15. Новосельцев, О.В. Оценка коммерческой концессии / О.В.Новосельцев// Хозяйство и право. -2019. -321 с.
16. Балахонцев, А.А. Формирование инфраструктуры франчайзингового бизнеса в России / А.А. Балахонцев /- 2014. - 136 с.
17. Васильев, Н.М. Франчайзинг и особенности его развития в России / Н.М. Васильев // Финансы. - 2016. - 358 с.
18. Владимиров, Л.П. Прогнозирование и планирование прибыли в условиях рынка /Л.П. Владимиров // - 2017. - 712 с.
19. Гончаренко, Т.В. Стратегический маркетинг: учебник для бакалавров / Т.В. Гончаренко. - 2-е издание, 2019. - 540 с.
20. Волков, О.И. Экономика предприятия: учебник для бакалавров / О.И. Волков , 2019. - 255 с.
21. Гуляев, В.Г. Организация бизнеса: учебно-справочное пособие/ В.Г. Гуляев. 2016. - С. 54-66.
22. Дробышев, И.В. Приключения франчайзинга в России. /И. В.Дробышев //Дальневосточный капитал. -

2005. - С 123-143.

23. Ефимова, О.П. Экономика фирм: учебник для бакалавров / О.П. Ефимова. -3-е издание, 2018. - 304 с.

24. Жиков, Я.Х. Франшиза - начало успешного бизнеса / Я.Х.Жиков// Управление компанией. - 2017. - С. 63-76.

25. Кадацкий, В.Т. Затраты и прибыль фирм / В.Т. Кадацкий. - Учебник: Новое знание, 2017. - 554с.

26. Картунова, Л.С. Каталог франшиз: общественное питание, розничная торговля, услуги /Л.С.Картунова - 2-е издание- 2018. - 211 с.

27. Кварт, В. А. Международный франчайзинг /В.А. Кварт / /.Политика развития: Учеб. Пособие /В.А. Кварт.- 2009. - 542 с.

28. Ковалев, А.И. Экономический анализ / А.И. Ковалев. Издание 2-е, переработанное и дополненное. - 2019. - 511 с.

29. Ковалева, Л.Ф. Франчайзинг как форма инфраструктурного обеспечения малого предпринимательства в регионе. /Л.Ф. Ковалева// Экономика и управление. - 2018. - №3. -С.42-52.

30. Ковалевский, А.М. Групповой метод. /А.М. Ковалевский// Биз-нес- журнал. - 2018. - 153 с.

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://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/160699>