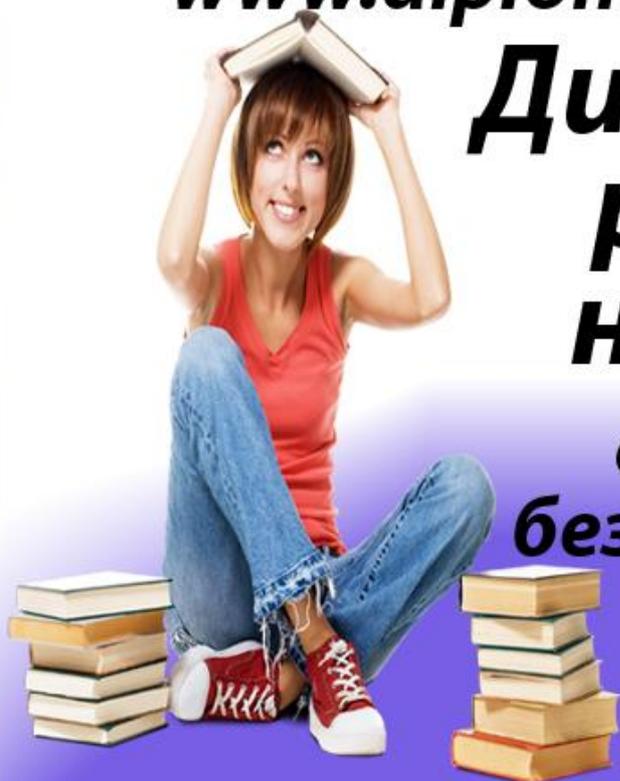


www.diplomstudent.net

Дипломные работы на заказ

от автора
без предоплаты



Разработка стратегии интернационализации(на примере предприятия химической промышленности- производство комплексных минеральных удобрений).

Содержание

Введение.....	4
1.Характеристика деятельности компании ООО «Гарант» . Матрица Ансоффа	5
2.SWOT-анализ компании ООО «Гарант» ТМ FLOVITAL	7
3. Матрица Портера для компании ООО «Гарант» ТМ FLOVITAL.....	9
5.Оценка динамики экспорта минеральных удобрений российскими компаниями в 2018г.	10
6. Наиболее привлекательные страны для российского экспорта	11
7. Матрица МакКинзи и прогноз развития компании ООО «Гарант» ТМ FLOVITAL на мировом рынке.....	13
8.Уровень транснационализации компании ООО «Гарант» ТМ FLOVITAL и оценка социально-экономических эффектов	16
Заключение	18
Список использованных источников	19

Введение

Выход на международный рынок любого предприятия открывает возможности для развития бизнеса и рост финансовых показателей. Обмен товарами и услугами на мировом рынке является одной из основных движущих сил экономического роста страны. Влияние внешней торговли на экономическое развитие представляет собой важный вопрос, который имеет принципиальное значение для реализации эффективной экономической политики государства, в частности, за счет экспорта- расширение емкости внутреннего рынка. Однако, только правильно выбранная стратегия выхода компании на мировой рынок, позволит достигнуть ожидаемых показателей и снизить риски. Актуальность темы исследования объясняет выбор темы, целью которой является: разработка стратегии интернационализации на основе предложенного алгоритма. Для достижения указанной цели, задачами работы является: дать характеристику деятельности объекта исследования и товара предприятия и рынка; провести анализ объекта исследования по матрице Ансоффа, составить SWOT-анализ предприятия, рассмотреть возможности компании по матрице Портера, оценить выход предприятия на мировые рынки по матрице МакКинзи; выбрать наиболее перспективный зарубежный рынок для компании; рассчитать индекс транснационализации и социально-экономические эффекты. Объектом исследования является российская компания ООО «Гарант», работающая на рынке производства минеральных удобрений под брендом FLOVITAL. Предмет исследования- выход предприятия на мировой рынок(внешнеторговое сотрудничество).

Для написания работы применялись учебные пособия, статьи, монографии по проблематике исследования, статистическая информация по экспорту российских предприятий; статистические данные стран в общем объеме экспорта российских предприятий; прогнозные значения развития мирового и отечественного рынка минеральных удобрений и другое. Методы исследования: матрица Ансоффа, Swot-анализ, матрица Портера, матрица МакКинси.

1.Характеристика деятельности компании ООО «Гарант» . Матрица Ансоффа

Для разработки стратегии была выбрана компания ООО «Гарант» , которая является одним из ведущих производителей NPK удобрений сложных форм с присутствием большого комплекса микроэлементов в Нижегородской области. Адрес предприятия: г. Дзержинск, пр. Ленина, 117 оф.21 .Для выбора стратегии выхода предприятия на внешний рынок, были использованы следующие методы: матрица Ансоффа, SWot-анализ, матрица Портера, матрица МакКинси, методы анализа рыночной ситуации представлены в таблице 1.

Таблица 1-Методы анализа рыночной ситуации

№ п/п	Область анализа	метод анализа
1	анализ рынка и товара	матрица Ансоффа
2	анализ фирмы и рынка	Swot-анализ
3	анализ деятельности конкурентов	матрица Портера
4	выбор стратегии выхода на внешний рынок	матрица МакКинси

Прежде, чем составить матрицу Ансоффа, дадим характеристику товара (продукта) предприятия ООО «Гарант» и охарактеризуем рынок , на котором работает компания. Продукты предприятия ООО «Гарант» выпускаются под торговой маркой FLOVITAL. Основными видами продукции предприятия являются: удобрения для садов (для любителей и профессионалов); удобрения для спорт полей и площадок, удобрения для рулонных газонов и другие. Следует отнести к преимуществам производства минеральных удобрений компании ООО «Гарант»,то что производятся NPK удобрения. Удобрение нитроаммофоска ($\text{NH}_4\text{H}_2\text{PO}_4 + \text{NH}_4\text{NO}_3 + \text{KCL}$) является одним из самых популярных. В нем содержатся три основных компонента, которые необходимы для обеспечения нормального качества жизни растения на разных этапах – азот, фосфор и калий (NPK). Производство и вся продукция предприятия сертифицированы по ГОСТ. Рассмотрим подробнее преимущества продукта компании. [5]

В 2018 г. специалистами компании ООО «Гарант» разработан и внедрен инновационный проект - производство комплексных минеральных удобрений.

Принципиальное отличие от прочих производителей – возможность выпускать NPK удобрения сложных форм с присутствием большого комплекса микро-элементов, путем сухого прессования основных веществ. Технологии компании позволяют не только комбинировать формы удобрений, но и изготавливать гранулы различных фракций. Метод сухого прессования – безотходное и экологически безопасное производство с низкими энергозатратами.

На футбольных полях стадионов: «Арена Екатеринбург», "Арена Нижний Новгород", «Арена Химки», "Самара Арена", «Ростов Арена», «Шинник», «Химик Дзержинск» и на многих других продукция компании ООО «Гарант» нашла применение и реализацию в связи с тем, что удобрения отвечают всем требованиям, предъявляемым для данного вида продукции, в том числе и для установок внесения удобрений. Компания ООО «Гарант» ТМ FLOVITAL работает с ведущими научными институтами и сельскохозяйственным институтом Нижегородской области. Используя научную базу профильных институтов, компания имеет принципиальное отличие от других производителей – возможность выпускать NPK удобрения сложных форм с присутствием большого комплекса микроэлементов, путем сухого прессования основных веществ, под техническое задание заказчика, а так же готова произвести индивидуальные удобрения сложных форм с любым содержанием основных веществ NPK и микроэлементов. Технологии компании позволяют как комбинировать формы удобрений. так и изготавливать гранулы различных фракций. [5]

Благодаря специализированной лаборатории в компании ведется постоянный контроль, как входящего сырья, так и готовой продукции, а так же отслеживается качество удобрений на каждом этапе производства и переработки. Специалисты компании постоянно работают над созданием новых минеральных удобрений, что позволяет удовлетворить потребности самых взыскательных клиентов. Таким образом, для компании ООО «Гарант» целесообразно с

существующим товаром, развиваться на существующем рынке, а следовательно выбрать стратегию проникновения на рынок, таблица 2.

Таблица 2- Матрица Ансоффа для компании ООО «Гарант» ТМ FLOVITAL на российском рынке

	существующий товар	новый товар
существующий рынок	<p>проникновение на рынок</p> <p style="text-align: center;">  </p>	развитие товара
новый рынок	развитие рынка	диверсификация

В целом компания ООО «Гарант» ТМ FLOVITAL имеет больше возможностей и положительных сторон. Однако, рассмотрим эту часть вопроса на примере СВOT- анализа компании.

2.SWOT-анализ компании ООО «Гарант» ТМ FLOVITAL

Прежде чем составить матрицу СВOT- анализа, рассмотрим перспективы отрасли (рынка) предприятия. В разработанной в Минпромторге России «Стратегии развития химического и нефтехимического комплекса на период до 2030 года» химическая и нефтехимическая промышленность России к 2030г. будет характеризоваться значительными темпами роста: 2,05% против 1,18% в 2014 г. Рост будет обеспечиваться в первую очередь за счет ускоренного развития производства продукции глубокой переработки, а также ряда других структурных изменений.

Высокая доля химической продукции высоких переделов в производстве будет поддерживаться активным ростом потребления изделий из пластмасс — до 79,4 кг/чел. к 2030 г. что, однако, будет существенно ниже, чем прогнозируемый уровень потребления к тому же году изделий из пластмасс в мире — 140 кг/чел. Потребление минеральных удобрений в России к 2030 году возрастет. до 55,7 кг/га в 2030 г., что также будет ниже прогнозируемого объема

потребления минеральных удобрений в развитых странах, составляющего около 90 кг/га.[2] Следовательно, перспективы предприятия ООО «Гарант» ТМ FLOVITAL по производству минеральных удобрений, имеет не плохие перспективы и потенциал роста данного рынка в России, хотя российский рынок минеральных удобрений отстает от развитых стран. В любом случае развитие предприятия ООО «Гарант» на данном рынке целесообразно. Данные SWOT-анализа для компании ООО «Гарант» представлены в таблице 3.

Таблица 3- Данные SWOT-анализа для компании ООО «Гарант» ТМ FLOVITAL на российском рынке

	положительное влияние	отрицательное влияние
Внутренняя среда	Ежегодные темпы роста финансовых показателей; обеспеченность кадрами; высокое качество товаров, новые технологии, экологически безопасное производство с низкими энергозатратами, хорошая репутация предприятия	Вероятность ошибочных решений руководства, может привести к снижению объемов продаж и получения прибыли
	Акцентировать внимание на высоком качестве товара и на производстве NPK удобрений, так как удобрения нитроаммофоска (NH ₄ H ₂ PO ₄ +NH ₄ NO ₃ +KCL) являются одним из самых популярных	Своевременно реагировать на изменения происходящие внутри компании, разрабатывать стратегии, которые позволят улучшить деятельность предприятия и повысить финансовые показатели
Внешняя среда	Разрабатывать новые технологии производства минеральных удобрений, совершенствовать качество	Расширять географию рынка, выходить на новые рынки (мировые)
	Имеется потенциал роста спроса на минеральные удобрения; нехватка на российском рынке собственной качественной продукции по технологии производства NPK удобрений; наличие ресурсов на российском рынке; высокая востребованность товара	Отставание темпов роста спроса на минеральные удобрения на российском рынке, по сравнению с мировым спросом на минеральные удобрения;

3. Матрица Портера для компании ООО «Гарант» ТМ FLOVITAL

В соответствии с матрицей Портера для компании ООО «Гарант» ТМ FLOVITAL на российском рынке целесообразно выбрать стратегию фокусирования на сегменте NPK удобрений, таблица 4. Стратегия фокусирования – это один из возможных вариантов конкурентной стратегии бизнеса, при котором бизнес ориентирован на определенную рыночную нишу, предполагая сосредоточение его производственных и прочих усилий на удовлетворении узких однородных потребностей относительно небольшой группы потребителей.

Таблица 4 – Матрица Портера для компании ООО «Гарант» ТМ FLOVITAL

стратегическая цель	в рамках всей отрасли	стратегическое преимущество	
		уникальность продукта, воспринимаемая потребителем	позиция низкого уровня в издержках
	в рамках отдельного сегмента	дифференциация	абсолютное лидерство в издержках
Фокусирование 			

Таким образом, представленный анализ показал, что в целом продукция компании ООО «Гарант» ТМ FLOVITAL является конкурентоспособной, так как NPK удобрения, являются одним из самых популярных, продукция высокого качества, технологии компании позволяют как комбинировать формы удобрений, так и изготавливать гранулы различных фракций. Благодаря специализированной лаборатории в компании ведется постоянный контроль, как входящего сырья, так и готовой продукции, а так же отслеживается качество удобрений на каждом этапе производства и переработки. Специалисты компании постоянно работают над созданием новых минеральных удобрений, а позволяет удовлетворить потребности клиентов. Однако, несмотря на существующий спрос на минеральные удобрения в России, по сравнению с мировым спросом, темпы роста

российского спроса существенно ниже мировых. Поэтому, для компании ООО «Гарант» ТМ FLOVITAL целесообразен выход на мировые рынки.

5. Оценка динамики экспорта минеральных удобрений российскими компаниями в 2018г.

Прежде, чем составить матрицу Маккинзи по выходу компании на мировые рынки, целесообразно описать существующую ситуацию экспорта минеральных удобрений и в целом продукции химической промышленности российских предприятий. По имеющимся данным Федеральной таможенной службы, экспорт России в 2018 году составил \$452,1 млрд. ,по отношению к 2017г. рост составил 25,6%. Больше всего в структуре российского экспорта за прошедший 2018г. приходится на топливно-энергетические товары, удельный вес которых в товарной структуре экспорта составил 63,7% . На втором месте - металлы и изделий из них, с долей в 9,9%. Третью строчку занимает продукция химической промышленности. Ее доля в 2018 г. составила 6,1% (уменьшение на 0,6%). По сравнению с январем-декабром прошлого года стоимостный объем экспорта этой продукции возрос на 14,2%, а физический – на 3,5%. Возросли физические объемы экспорта продуктов неорганической химии на 19,6%, пластмасс и изделий из них – на 5,4%, фармацевтической продукции – на 2,4%, мыла и моющих средств – на 1,5%. Вместе с тем снизились физические объемы удобрений минеральных и калийных на 19,9%, парфюмерных и косметических средств – на 14,9%. В товарной структуре экспорта в страны дальнего зарубежья доля этих товаров составила 5,2% (в январе-декабре 2017 года – 5,4%), в страны СНГ – 12,7% (14,9%). Итак, в целом динамику экспорта российскими компаниями имеет положительную направленность, не последнее место в структуре экспорта принадлежит химической отрасли, но в 2018г. доля экспорта этой продукции снизилась. [8] Для того, чтобы определить наиболее перспективные страны для российского экспорта, рассмотрим эту часть вопроса в следующем параграфе.

6. Наиболее привлекательные страны для российского экспорта

Крупнейшими экспортерами российских товаров по данным за 2018г. являются Китай, Нидерланды, Германия и другие, таблица 5.

Таблица5- Топ-20 стран – импортеров российских товаров в 2018г.

Страна	Экспорт, \$ млрд	Доля в экспорте России, %
Китай	52,2	11,6
Нидерланды	43,5	9,7
Германия	34,1	7,6
Беларусь	21,8	4,8
Турция	21,3	4,7
Корея	17,8	4,0
Польша	16,5	3,7
Италия	16,4	3,6
Казахстан	12,9	2,9
США	12,5	2,8
Япония	12,5	2,8
Финляндия	11,4	2,5
Соединенное Королевство	9,7	2,2
Украина	9,5	2,1
Бельгия	9,2	2,0
Индия	7,8	1,7
Франция	7,6	1,7
Египет	7,1	1,6
Чехия	4,9	1,1
Венгрия	4,8	1,1

В целом, механизм санкций и антисанкций, продолжающих оказывать влияние на экономику России в 2018 году, не оказал существенного влияния на динамику экспорта. [8] В продолжении темы экспорта химической продукции, отметим, что эффективность внешнеэкономической деятельности российского химического комплекса зависит не только от экспортного потенциала предприятий, но и от состояния мирового рынка химической и нефтехимической продукции, который определяют тренды формирующиеся в четвертом промышленном укладе, направленном на устойчивое развитие мировой химической индустрии и внедрение экосистемы.

К важнейшим трендам развития мировой химической промышленности следует отнести следующие: а) химическая индустрия характеризуется высокими темпами роста, опережающими развитие мировой экономики. В прогнозном периоде до 2030 г. среднегодовой темп роста химического комплекса составит более 4%, в то время как среднегодовой темп роста мирового валового внутреннего продукта (ВВП) ожидается на уровне 3%; б) продолжают расширяться области применения химической и нефтехимической продукции в деятельности человека, что способствует инновационному развитию сфер потребления; в) в соответствии с принципами экосистемы развивается процесс внедрения продукции «зеленой» химии. [2]

Отметим, также, что несмотря на то, что в целом лидером по экспорту российской продукции является Китай, но по экспорту химических товаров их России, лидирующие позиции приходятся на Бразилию, за прошедший 2016г. объемы экспорта химических товаров из России в эту страну составили 6 657 319 тонн., таблица 6. [10]

Таблица 6- ТОП-20 стран экспорта химических товаров из России в 2016 году

Страна	Стоимость, тыс. дол.	Вес, тонн
Все страны	19 664 762	52 991 695
Украина	1 979 743	5 803 611
Казахстан	1 575 092	1 884 736
Беларусь	1 458 661	1 570 682
Китай	1 376 472	4 126 299
Бразилия	1 294 086	6 657 319
Финляндия	904 616	2 830 810
Польша	854 585	1 960 137
Индия	782 535	2 009 410
Нидерланды	698 318	1 838 293
США	690 378	2 790 762
Турция	520 337	1 541 571
Германия	481 036	621 759
Швейцария	394 047	1 941 330
Эстония	375 202	1 327 770
Бельгия	327 741	796 994
Литва	294 442	704 456
Узбекистан	269 896	153 329
Латвия	253 203	850 918
Венгрия	248 045	468 120
Румыния	207 989	624 949

Лидирующие позиции в мировой химической индустрии занял Китай, который добился таких успехов за счет применения «нисходящего» планирования отрасли, основывающегося на трех фундаментальных принципах: обеспечивать развитие отрасли для поддержания роста национальной экономики; повышать технологичность и эффективность производств; оптимизировать территориальную структуру отрасли. С 90-х годов Китай использует несколько механизмов стимулирования развития химической промышленности: поддержка иностранных инвестиций; предоставление экономических преференций при расширении мощностей и росте производства (субсидии при аренде земельных участков и др.); развитие химических технопарков (в частности, выделение промплощадок в трех промышленных зонах: дельтах Янцзы и Жемчужной реки, Бохайского залива); модернизация производства путем реализации результатов НИОКР и поддержка (в том числе финансовая) китайских компаний в процессе приобретения за рубежом современных технологий. В 21-м столетии основным центром вложения отраслевого капитала стала химическая индустрия Китая, чему способствует благоприятный инвестиционный климат и не столь жесткое законодательство в сфере экологии. [10] Таким образом, стремясь к мировым показателям роста, удельные показатели емкости внутреннего рынка химической и нефтехимической продукции России в 2030 г. все еще будет отставать от мирового потребления на 20–30%, в связи с этим, необходимым является выход на мировой рынок, в частности, целесообразно ориентироваться на Китайский рынок, в связи с благоприятным инвестиционным климатом в развитии химической промышленности.

7. Матрица МакКинзи и прогноз развития компании ООО «Гарант» ТМ FLOVITAL на мировом рынке

Прогноз развития компании ООО «Гарант» ТМ FLOVITAL на мировом рынке целесообразно представить в виде матрицы Борга-Уорнера[3], таблица 7.

Таблица 7 – Инвестиционная привлекательность рынка и характеристики фирмы ООО «Гарант» ТМ FLOVITAL для выбора способа транснационализации, баллы

инвестиционная привлекательность рынка	2019г.	характеристики фирмы	2019г.
потенциал рынка, его возможности для данного товара и данной фирмы	2,5	Финансовые возможности фирмы для выхода за рубеж	0,9
востребованность данного товара на данном рынке	1,2	производственные возможности фирмы	1,5
прогнозы относительно данного рынка и данного товара	1,8	профессионализм высшего руководства	0,6
деятельность конкурентов на рынке	0,5	кадровые возможности фирмы	0,4
кадровые возможности рынка, наличие на рынке трудовых ресурсов раз- личной спецификации	0,02	доступ фирмы к ресурсам для увеличения производства	0,2
законодательство: налоговое, банковское, валютное, трудовое, инвестиционное и пр.	1,1	качество товара, производимого фирмой, приемлемое для нового рынка	1,5
место страны в мировом рейтинге конкурентоспособности	1,0	Жизненный цикл данного товара на новом рынке	0,2
наличие / ограниченность ресурсов, их стоимость и доступ к ним	0,05	технологии производства товара компанией	1,5
Государственная поддержка / ограничения для местных и иностранных производителей данного товара	1,8	планы фирмы: снятие сливок или долгосрочное присутствие	1,4
политика государства (вероятность экспроприации, политических рисков и т.п.)	0,01	имидж компании	0,7
Итого	9,98	Итого	8,9

При составлении матрицы отдельно анализируются потенциальные рынки и возможности фирмы и товара относительно каждого рынка. Каждому из 10 факторов придается вес (сумма весов равна 1,0) и значение (от 1 до 10). [7] Вес и значение фактора определены экспертной группой компании в зависимости от важности данных факторов для фирмы ООО «Гарант» ТМ FLOVITAL .

Возможное минимальное значение по каждой оси – 0, а максимальное – 10, соответственно, полученные показатели от 0 до 3,5 считаем низкими, от 3,5 до 7 – средними, а от 7 до 10 – высокими. [7]

Таким образом, представленные данные инвестиционной привлекательности рынка и характеристики фирмы ООО «Гарант» ТМ FLOVITAL для выбора способа транснационализации, показали, что инвестиционная привлекательность рынка-9,98 баллов (высокий балл), характеристики фирмы -8,9 баллов, этот показатель также является высоким.[7] Следовательно, возможности фирмы и товара являются –высокими , инвестиционная привлекательности рынка- также высокая. По матрице МакКинзи- это –третья позиция для фирмы, то есть для компании ООО «Гарант» ТМ FLOVITAL при выходе на мировой рынок рекомендация стратегии- прямое инвестирование, рисунок 1.

Привлекательность рынка	высокая	1. совместная предпринимательская деятельность	2. прямое инвестирование	3. прямое инвестирование
	средняя	8. экспорт	9. совместная предпринимательская деятельность	4. прямое инвестирование, торговое представительство
	низкая	7. импорт	6. экспорт	5. совместная предпринимательская деятельность
		Слабые	средние	Высокие
		Возможности фирмы и товара		

Рисунок 1- Матрица МакКинзи. Матрица стратегий выхода предприятия ООО «Гарант» ТМ FLOVITAL на внешний рынок

8.Уровень транснационализации компании ООО «Гарант» ТМ FLOVITAL и оценка социально-экономических эффектов

Уровень транснационализации компании целесообразно определять по индексу транснационализации (1):

$$I_T = 1/4 (A_I/A + R_I/R + S_I/S) \times 100 \%,$$

где

I_T - индекс транснационализации, %;

A_I - зарубежные активы;

A - общие активы;

R_I -объём продаж товаров и услуг зарубежными филиалами;

R - общий объём продаж товаров и услуг;

S_I - зарубежный штат;

S - общий штат работников компании. [7]

Активы=24,2млн. руб.

Продажи=12,7 млн. руб.

Общий штат сотрудников -580 чел.

$$I_T = 1/4 (A_I/A + R_I/R + S_I/S) \times 100 \% = 1/4(12,1/24,2)+(6,35/12,7)+(290/580) \times 100 \% = 37,5\%$$

Расчет показал, что если предположить, что выход на международный рынок компанией ООО «Гарант» ТМ FLOVITAL, обеспечит 50% дополнительного объема продаж (от продаж на российском рынке), при этом направив на зарубежные рынки 50% численности и суммы активов компании, индекс транснационализации составит 37,5%. Однако, в целом, индекс транснационализации по химической отрасли за последние несколько лет составляет 50-60%.[1] Таким образом, данный показатель может быть и выше и прогнозируемого значения. В любом случае, развитие компании ООО «Гарант» ТМ FLOVITAL на внешнем рынке, в частности предлагается развитие на рынке Китая, будет выгодным и принесет компании ощутимую выгоду.

Однако, выход на мировой рынок приносит предприятию не только прибыли, но и риски, оценка социально-экономических эффектов транснационализации предприятия ООО «Гарант» ТМ FLOVITAL, представлена в таблице 8.

Таблица 8 – Оценка социально-экономических эффектов транснационализации ООО «Гарант» ТМ FLOVITAL

для страны базирования	для страны пребывания	для тнк
изменение налоговых поступлений (в том числе социальных, медицинских и пенсионных взносов) в стране базирования в связи с перенесением производства за рубеж; изменение таможенных поступлений в стране базирования в связи с перенесением производства за рубеж; изменение ввп страны.	изменение налоговых поступлений (в том числе социальных, медицинских и пенсионных взносов) в стране пребывания в связи с открытием нового производства; изменение таможенных поступлений в стране пребывания в связи с открытием нового производства; изменение ввп страны, изменение инвестиционных поступлений в стране пребывания в связи с открытием нового производства; сумма субсидий, дотаций и налоговых льгот для нового производства	изменение доходов тнк в связи с расширением производства; изменение расходов тнк в связи с открытием нового производства; сумма субсидий, дотаций и налоговых льгот для нового производства

В заключении следует отметить, что независимо от выбранной стратегии, выходу компании на международный рынок, разработка действенных маркетинговых концепций и поиск надежных партнеров будут играть решающую роль в успешности бизнеса в новой среде.

Заключение

Представленное выше исследование по предприятию ООО «Гарант», работающему на рынке производства и реализации минеральных удобрений в России, позволяет сделать следующие выводы. Продукты предприятия ООО «Гарант» выпускаются под торговой маркой FLOVITAL. Основными видами продукции предприятия являются: удобрения для садов (для любителей и профессионалов); удобрения для спорт полей и площадок, удобрения для рулонных газонов и другие. Следует отнести к преимуществам производства минеральных удобрений компании ООО «Гарант», то что производятся NPK удобрения- эти удобрения являются одними из самых популярных.

Для компании была рекомендована стратегия проникновения на международный рынок, в частности, в Китай. Такой выбор объясняется во-первых, тем, что в целом Китай является крупнейшим покупателем российских товаров и услуг, а во –вторых, в Китае, очень лояльная инвестиционная политика по развитию отрасли химической промышленности, и не столь жесткое законодательство в сфере экологии.

Рынок минеральных удобрений имеет хорошие перспективы как в России, так и на внешнем рынке, при этом, анализ показал, что темпы роста спроса на минеральные удобрения на мировом рынке существенно выше, чем внутри страны. Компания ООО «Гарант» при выходе на мировой рынок позволит себе увеличить финансовые показатели, при этом, коэффициент транснационализации составил 37,5%, хотя в среднем по отрасли химической промышленности, индекс транснационализации составляет 50-60% на протяжении ряда лет. То есть прогнозируемый показатель на самом деле может быть и выше данного значения. Выход на мировые рынки имеет определенные риски, однако, плюсов выхода, все же больше, чем минусов. Компания ООО «Гарант» имеет все возможности для развития на мировом рынке, поэтому решение о выходе на рынок за пределы России является целесообразным и требует незамедлительной реализации.

Список использованных источников

1. Владимирова И.Г. Исследование уровня транснационализации компаний[Электронная версия] [Ресурс: <https://www.cfin.ru/press/management/2001-6/12.shtml>]
2. Гавриленко В.А. Мировой рынок химической и нефтехимической продукции: перспективы и вызовы для российских поставщиков[Электронная версия] [Ресурс: <http://vestkhimprom.ru/posts/mirovoj-rynok-khimicheskoy-i-neftekhimicheskoy-produktsii-perspektivy-i-vyzovy-dlya-rossijskikh-postavshchikov>]
3. Дэниелс Дж.Д., Радеба Ли Х. Международный бизнес: внешняя среда и деловые операции. М.: Изд-во «Дело», 1998.
4. Киреева А.П. Международная экономика. Учебное пособие для Вузов. - М., 2016г.
5. Официальный сайт компании ООО «Гарант» FLOVITAL. [Ресурс: http://flovital.ru/index.php?route=information/information&information_id=4]
6. Прокушев Е.Ф. «Внешнеэкономическая деятельность»: Учебно-практическое пособие. – М.: ИВЦ «Маркетинг»;2017г.- 208 с.
7. Реализация стратегии транснационализации международной компании на российском рынке дорожно-строительной техники// Капустина Л.М.// Управленец № 6./52/2014г.
8. Статистика российского экспорта в 2018 году. Электронная версия] [Ресурс: <http://provednews.ru/article/55710-statistika-rossiyskogo-eksporta-v-2018-godu.html>]
9. Стратегии маркетинга выхода на международный рынок[Электронная версия] [Ресурс: https://zg-brand.ru/statiy/marketing/strategii_vykhoda_na_mezhdunarodnyy_ry/]
- 10.Экспорт химической отрасли: виды, страны, регионы[Электронная версия] [Ресурс: <https://tebiz.ru/news-mi-export-himicheskoy-otrasli>]

