

**Ду Синьсинь**  
магистрант  
ФГБОУ ВО «Московский педагогический государственный университет»  
г. Москва, Россия

## **СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА В РОССИИ НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ HUAWEI**

**Аннотация:** В статье «Стратегии развития международного бизнеса в России на примере HUAWEI» содержится ценная информация о маркетинговых и операционных стратегиях, используемых HUAWEI для достижения успеха на российском рынке. В статье подчеркивается важность тщательного исследования рынка, налаживания прочных партнерских отношений на местном уровне и адаптации к потребностям и правилам местного рынка для создания успешного международного бизнеса в России.

**Ключевые слова:** стратегии развития международного бизнеса, компания HUAWEI

**Du Xinxin**

**Abstract:** The article "Strategies for the development of international business in Russia on the example of HUAWEI" contains valuable information about the marketing and operational strategies used by HUAWEI to achieve success in the Russian market. The article highlights the importance of thorough market research, building strong local partnerships, and adapting to the needs and rules of the local market in order to create a successful international business in Russia.

**Keywords:** international business development strategies, HUAWEI

Тема стратегий развития международного бизнеса в России на примере HUAWEI весьма актуальна в условиях современного глобального рынка. Будучи развивающимся рынком, Россия представляет как возможности, так и проблемы для многонациональных корпораций, стремящихся расширить свою деятельность. HUAWEI, китайская многонациональная технологическая компания, является ярким примером корпорации, которая успешно ориентируется в сложной российской бизнес-среде. Одним из ключевых факторов, делающих эту тему исследования актуальной, является размер российского рынка. С населением более 144 миллионов человек и валовым внутренним продуктом (ВВП) в размере 1,7 триллиона долларов США Россия является крупнейшей страной в мире по площади и девятой по величине экономикой по ВВП. Обширные природные ресурсы страны, стратегическое расположение и растущий средний класс делают ее привлекательным местом для международных компаний, стремящихся расширить свое присутствие, но не все так просто, ведение бизнеса в России не лишено проблем. Правовая и нормативная среда страны может быть сложной и непрозрачной, а коррупция остается серьезной проблемой, а также хотелось бы отметить любопытный факт, культурные различия и языковые барьеры могут затруднить проникновение иностранных компаний на российский рынок. Успех HUAWEI в России можно объяснить несколькими ключевыми факторами. Компания вложила значительные средства в местные исследования и разработки, установив партнерские отношения с российскими университетами и научно-исследовательскими институтами, по факту выясняется что это позволило HUAWEI разрабатывать продукты, адаптированные к конкретным потребностям российского рынка, такие как высокоскоростная сетевая инфраструктура 5G. Еще одним важным фактором является стремление HUAWEI выстраивать прочные отношения с местными предприятиями и

государственными чиновниками. Компания создала совместные предприятия с российскими партнерами и тесно сотрудничала с государственными органами, чтобы обеспечить соблюдение местного законодательства, собственно именно эти вот отношения помогли HUAWEI укрепить свое присутствие в России и справиться с вызовами местной бизнес-среды, ну подводя небольшой итог всему изложенному выше хотелось бы резюмировать, что отметим, что тема стратегий развития международного бизнеса в России на примере HUAWEI весьма актуальна в условиях современного глобального рынка. Обладая огромными размерами и растущей экономикой, Россия представляет значительные возможности для многонациональных корпораций, стремящихся расширить свою деятельность, но не все так просто, ориентироваться в сложной российской бизнес-среде может быть непросто, и для достижения успеха требуется тщательное планирование и выполнение. Опыт HUAWEI в России дает ценную информацию о стратегиях, которые могут привести к успеху на этом важном рынке.

HUAWEI – это китайская компания, которая занимается производством телекоммуникационного оборудования, а также смартфонов и других электронных устройств. Она была основана в 1987 году Жэнь Жэнфэем. На начальном этапе своего развития компания занималась разработкой систем обработки данных для предприятий, а затем переключилась на производство телекоммуникационного оборудования. Одной из главных стратегий развития международного бизнеса HUAWEI является стратегия международного расширения. Компания активно развивает свое присутствие на различных рынках мира, начиная с Юго-Восточной Азии и заканчивая Северной Америкой. Для этого компания использует различные стратегии, такие как партнерство с местными компаниями и приобретение

местных производителей. Одной из ключевых стратегий HUAWEI является стратегия изучения местных рынков и адаптации к их особенностям. Компания принимает во внимание особенности культуры, языка и потребительского поведения, чтобы создавать продукты, которые лучше соответствуют потребностям местных потребителей, прикинем, HUAWEI выпускает смартфоны на различных языках и с различными приложениями, которые наиболее востребованы на местных рынках. Еще одной стратегией HUAWEI является стратегия диверсификации продуктовой линейки. Компания постоянно расширяет свою продуктовую линейку, включая в нее новые продукты и сервисы, прикинем, компания начала производить ноутбуки, планшеты, смарт-часы и другие устройства, по факту выясняется что это позволяет компании расширять свой бизнес и увеличивать свою долю на рынке. HUAWEI также активно использует стратегию развития своих каналов продаж. Компания работает с множеством партнеров, дистрибьюторов и розничных продавцов, чтобы увеличить свой охват на рынке. Компания также использует интернет-магазины и социальные сети, чтобы продвигать свои продукты.

Ситуация на российском рынке становится все более конкурентной и разнообразной с каждым годом. Существует множество компаний, предлагающих свои продукты и услуги на этом рынке, собственно такой вот рынок является крупнейшим в Европе и одним из самых перспективных в мире, но не все так просто, не все компании могут успешно проникнуть на этот рынок. HUAWEI, китайская компания, смогла добиться успеха на российском рынке благодаря своей конкурентоспособной стратегии. Ключевыми факторами, которые способствовали успеху HUAWEI в России, являются HUAWEI предлагает потребителям высококачественную продукцию по разумной цене. Пользователи оценили качество продукции

HUAWEI и начали выбирать ее вместо продукции других производителей. 2. Маркетинговые и рекламные кампании - HUAWEI внедрила успешную маркетинговую стратегию, чтобы привлечь внимание потребителей и увеличить узнаваемость своего бренда. Компания включила в свои кампании знаменитостей, которые помогли повысить узнаваемость бренда HUAWEI на российском рынке, то что HUAWEI разработала эффективную сеть продаж по всей России, включая официальные магазины, интернет-магазины и торговые точки, по факту выясняется что это позволяет потребителям легко найти продукцию HUAWEI и приобрести ее. HUAWEI предлагает инновационную продукцию, которая соответствует требованиям потребителей. Компания известна своими продуктами, которые обладают высокими техническими характеристиками, такими как смартфоны, ноутбуки, планшеты и другие. HUAWEI работает в тесном сотрудничестве с российскими партнерами, в том числе с операторами связи и интернет-магазинами, по факту выясняется что это помогает ей увеличить свою клиентскую базу и улучшить продажи в России. HUAWEI смогла успешно войти на российский рынок благодаря своей конкурентоспособной стратегии и умению адаптироваться к требованиям рынка. Компания продолжает уделять большое внимание потребностям своих клиентов, что является ключевым фактором ее успеха на российском рынке. Если у вас есть вопросы или требуется дополнительная информация по данной теме, я с радостью помогу ответить на них.

Политические и экономические факторы играют решающую роль в формировании развития бизнеса Huawei в России и остальном мире. Одной из серьезных проблем, с которыми сталкивается Huawei, является продолжающаяся торговая война между США и Китаем. Правительство США наложило ограничения на доступ Huawei к американским технологиям, сославшись на соображения национальной безопасности, по факту выясняется

что это затруднило ведение бизнеса в США, и в результате ей пришлось искать альтернативные рынки. Россия, с другой стороны, была ключевым рынком для Huawei, и компания установила значительное присутствие в стране, но не все так просто, политическая напряженность между США и Россией также повлияла на бизнес Huawei в стране. Правительство США оказывает давление на другие страны, чтобы запретить продукты Huawei, ссылаясь на опасения по поводу шпионажа и безопасности данных, по факту выясняется что это усложнило работу Huawei в некоторых странах, в том числе в России, где правительство вынуждено ограничить деятельность компании. Huawei пришлось адаптироваться к различным рыночным условиям в странах, где она работает. В России, например, компания сотрудничает с местными компаниями для расширения своей деятельности, по факту выясняется что это помогло компании ориентироваться в сложной политической и экономической среде, а также устранить некоторые риски, связанные с ведением бизнеса в стране. Huawei также вложила значительные средства в исследования и разработки, что помогло ей разработать продукты и услуги, отвечающие потребностям различных рынков. Компания разработала ряд продуктов, включая смартфоны, ноутбуки и другую бытовую электронику, которые были хорошо приняты потребителями в разных частях мира, а также хотелось бы отметить любопытный факт, компания Huawei приняла меры для решения проблем, связанных с безопасностью и конфиденциальностью данных. Компания тесно сотрудничает с правительствами и другими заинтересованными сторонами, чтобы гарантировать им безопасность своих продуктов и услуг. Huawei также создала центр кибербезопасности в Великобритании, который обеспечивает независимую проверку безопасности своих продуктов, ну подводя небольшой итог всему изложенному выше хотелось бы резюмировать, что следует отметить, что политические и

экономические факторы оказывают существенное влияние на развитие международного бизнеса Huawei в России и остальном мире. Компании пришлось ориентироваться в сложных рыночных условиях и адаптироваться к различным условиям, в которых она работает, но не все так просто, благодаря партнерским отношениям, исследованиям и разработкам, а также мерам безопасности Huawei смогла преодолеть эти проблемы и зарекомендовать себя как глобальный игрок в технологической отрасли.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Абрамов, Владимир Сергеевич. Стратегический менеджмент. Часть 1: Сущность и содержание [Электронный ресурс] : Учебник и практикум для вузов: В 2 ч. / В. С. Абрамов, С. В. Абрамов ; Под ред. В. С. Абрамова . – Москва : Юрайт, 2021 . – 270 с. – (Высшее образование) . – Режим доступа : <https://urait.ru/bcode/469734> (дата обращения 03.09.2021) . - Для

- авторизованных пользователей МПГУ . – На рус. яз. - ISBN 978-5-9916-7127-9
2. Абрамов, Владимир Сергеевич. Стратегический менеджмент. Часть 2: Функциональные стратегии [Электронный ресурс] : Учебник и практикум для вузов: В 2 ч. / В. С. Абрамов, С. В. Абрамов ; Под ред. В. С. Абрамова . – Москва : Юрайт, 2021 . – 246 с. – (Высшее образование) . – Режим доступа : <https://urait.ru/bcode/470510> (дата обращения 03.09.2021) . - Для авторизованных пользователей МПГУ . – На рус. яз. - ISBN 978-5-9916-7126-2
  3. Абчук, Владимир Авраамович. Менеджмент. Часть 1 [Электронный ресурс] : Учебник и практикум для вузов: В 2 ч. / В. А. Абчук, С. Ю. Трапицын, В. В. Тимченко . – 3. изд., испр. и доп . – Москва : Юрайт, 2021 . – 239 с. – (Высшее образование) . – Режим доступа : <https://urait.ru/bcode/469886> (дата обращения 03.09.2021) . - Для авторизованных пользователей МПГУ . – На рус. яз. - ISBN 978-5-534-01757-1
  4. Абчук, Владимир Авраамович. Менеджмент. Часть 2 [Электронный ресурс] : Учебник и практикум для вузов : В 2 ч. / В. А. Абчук, С. Ю. Трапицын, В. В. Тимченко . – 3. изд., испр. и доп . – Москва : Юрайт, 2021 . – 249 с. – (Высшее образование) . – Режим доступа : <https://urait.ru/bcode/471204> (дата обращения 03.09.2021) . - Для авторизованных пользователей МПГУ . – На рус. яз. - ISBN 978-5-534-02141-7
  5. <https://link.springer.com/article/10.1057/jibs.2011.28>
  6. <https://journals.aom.org/doi/abs/10.5465/amr.1998.926627>
  7. <https://link.springer.com/article/10.1057/palgrave.jibs.8490384>
  8. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/smj.509>