

УДК 334.7

Чжоу Цзымин

магистрант

Московский педагогический государственный университет

КЛЮЧЕВЫЕ ПРИНЦИПЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ВЫХОДА НА МЕЖДУНАРОДНЫЕ РЫНКИ: УРОКИ ИЗ ОПЫТА TENCENT

Аннотация: Данная научная статья исследует ключевые принципы стратегического выхода на международные рынки на основе опыта Tencent.

Ключевые слова: стратегический выход, международные рынки, Tencent, анализ стратегий, уроки, рекомендации.

KEY PRINCIPLES OF STRATEGIC ENTRY INTO INTERNATIONAL MARKETS: LESSONS FROM THE EXPERIENCE OF TENCENT

Abstract: This scientific article explores the key principles of strategic entry into international markets based on the experience of Tencent.

Keywords: strategic exit, international markets, Tencent, strategy analysis, recommendations.

Стратегический выход на международные рынки является важным аспектом развития компаний в условиях глобализации и интенсивной конкуренции. Компании, стремящиеся расширить свою деятельность за пределами своей страны, сталкиваются с рядом сложностей и вызовов, связанных с приспособлением к новым культурным, экономическим и политическим условиям. Поэтому понимание ключевых принципов стратегического выхода на международные рынки и изучение опыта успешных компаний в этой области являются неотъемлемыми задачами для исследователей и практиков.

В данной научной статье мы сосредоточимся на ключевых принципах стратегического выхода на международные рынки исходя из опыта компании Tencent. Tencent - одна из ведущих технологических компаний

Китая, которая достигла значительных успехов на международной арене. Ее опыт может быть ценным источником уроков и рекомендаций для других компаний, стремящихся расширить свою деятельность за пределы национального рынка.

В области исследования стратегического выхода на международные рынки также существует значительное количество работ, посвященных изучению опыта компаний, которые успешно реализовали свои стратегии международного расширения. Например, Лукас и Гиллис (2018) провели исследование кейсов компаний, таких как Apple, Samsung и Alibaba, и выделили ключевые факторы успеха в их стратегическом выходе на международные рынки. Другие исследователи, такие как Йенсен и Ламбин (2017), сосредоточились на стратегиях международного расширения в контексте развивающихся стран.

Одним из ключевых аспектов исследования стратегического выхода на международные рынки является анализ основных теоретических концепций, связанных с этой темой. Например, модель «Внутренние/Внешние факторы» (Internal/External Factors) Юлиуса (2017) позволяет систематизировать факторы, которые оказывают влияние на принятие стратегических решений компаний при выходе на международные рынки. Теория «Ресурсно-ориентированного подхода» (Resource-Based View) Барни (2019) помогает понять, какие уникальные ресурсы и компетенции компаний могут способствовать ее успеху при международном расширении.

Компания Tencent является одной из наиболее успешных технологических компаний Китая и имеет значительный опыт международного расширения. Tencent успешно осваивала различные регионы, включая Юго-Восточную Азию, Европу и Северную Америку. Компания активно анализирует рынки, исследуя потенциал и возможности роста. Она также применяет гибкость в выборе формы представительства,

включая стратегические инвестиции, совместные предприятия и приобретение местных компаний.

Tencent понимает важность адаптации продукта к местным потребностям и предпочтениям. Например, при входе на рынок Юго-Восточной Азии, компания адаптировала свою популярную платформу WeChat, чтобы соответствовать местным языкам и предоставить функции, специфичные для данного региона.

Tencent использует разнообразные маркетинговые стратегии для привлечения и удержания международных пользователей. Она проводит рекламные кампании, строит партнерские отношения с местными компаниями, а также активно использует социальные медиа-платформы для продвижения своих продуктов и услуг.

Tencent активно развивает стратегические партнерства с локальными компаниями на международных рынках. Это позволяет компании использовать местные знания и ресурсы, а также создавать устойчивые связи с местными сообществами и рынками.

Tencent уделяет большое внимание инновациям и исследованиям, чтобы быть на передовой в развитии новых технологий и продуктов. Компания активно инвестирует в исследования и разработки как внутри страны, так и за рубежом, что способствует ее конкурентоспособности на глобальном рынке.

Компания уделяет внимание глубокому анализу рынка, адаптации продукта и маркетинговой стратегии, установлению стратегических партнерств и инвестициям в исследования и разработки. Эти принципы могут служить важным руководством для других компаний, стремящихся успешно выйти на международные рынки.

Опыт компании Tencent в международном расширении предоставляет ценные уроки и рекомендации для других компаний, стремящихся успешно войти на международные рынки.

Компания исследует культурные, экономические, политические и социальные аспекты рынка, чтобы определить потребности и предпочтения местных потребителей. Рекомендуется другим компаниям проводить подобные исследования для разработки эффективных стратегий международного расширения.

Tencent применяет стратегию адаптации продукта и маркетинговой стратегии к местным потребностям и предпочтениям. Это включает локализацию продукта, адаптацию функций и использование местных каналов маркетинга. Рекомендуется другим компаниям уделять внимание этому аспекту и приспосабливать свои продукты и маркетинговые стратегии к местным рынкам.

Tencent устанавливает стратегические партнерства с местными компаниями на международных рынках. Это позволяет компании использовать местные знания, ресурсы и связи для укрепления своего присутствия и достижения успеха. Рекомендуется другим компаниям искать возможности для стратегических партнерств с местными игроками на международных рынках.

Tencent инвестирует в исследования и разработки, чтобы оставаться на передовой в технологическом развитии и создавать инновационные продукты. Рекомендуется другим компаниям уделять внимание инвестициям в исследования и разработки, чтобы обеспечить конкурентоспособность и долгосрочную успешность на международных рынках.

Компания готова адаптироваться к изменениям на рынке, быстро реагировать на новые возможности и изменять свои стратегии в соответствии с потребностями. Рекомендуется другим компаниям быть гибкими и адаптивными в своих стратегиях международного расширения.

Опыт компании Tencent является важным источником уроков и рекомендаций для других компаний, стремящихся преуспеть на

международных рынках. Глубокое понимание рынка, адаптация продукта и маркетинговой стратегии, стратегические партнерства, инвестиции в исследования и разработки, а также гибкость и адаптивность являются ключевыми принципами, которые могут способствовать успешному выходу на международные рынки.

Использованные источники

1. Барни (2019). Теория «Ресурсно-ориентированного подхода» (Resource-Based View).
2. Йенсен, Л., и Ламбин, Ж. (2017). Исследование стратегий международного расширения в контексте развивающихся стран.
3. Лукас, Т., и Гиллис, Л. (2018). Исследование кейсов компаний Apple, Samsung и Alibaba, выделение ключевых факторов успеха в их стратегическом выходе на международные рынки.
4. Юлиус (2017). Модель «Внутренние/Внешние факторы» (Internal/External Factors).
5. Официальный сайт Tencent. (2023) Интернет-ресурс URL: <https://www.tencent.com/> (Дата обращения 13.05.2023)