

Тянь Ян

Магистратура

Московский педагогический государственный университет

Ляонин, Китай

Tian Yang

Postgraduate

Moscow State Pedagogical University

Liaoning, China

ОЦЕНКА СИСТЕМЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ КОМПАНИИ «VIVO COMMUNICATION TECHNOLOGY CO. LTD.»

Аннотация: В условиях глобализации и усиления международной конкуренции стратегическое управление внешнеэкономической деятельностью становится ключевым фактором успеха для технологических компаний. В данной статье проводится всесторонний анализ системы стратегического управления компании «VIVO Communication Technology Co. Ltd.», одного из ведущих производителей мобильных устройств на мировом рынке. Исследование направлено на выявление ключевых элементов стратегии, которые способствовали успешному расширению компании на международные рынки.

Ключевые слова: стратегическое управление, внешнеэкономическая деятельность, VIVO Communication Technology Co. Ltd., международные рынки, конкурентные преимущества.

WAYS TO IMPROVE THE STRATEGIC MANAGEMENT SYSTEM OF VIVO COMMUNICATION TECHNOLOGY CO. LTD.

Abstract: In the context of globalization and increasing international competition, strategic management of foreign economic activity is becoming a key success factor for technology companies. This article provides a comprehensive analysis of the strategic management system of VIVO Communication Technology Co. Ltd., one of the leading manufacturers of mobile devices on the global market. The research aims to identify the key elements of the strategy that contributed to the company's successful expansion into international markets..

Keywords: strategic management, foreign economic activity, VIVO Communication Technology Co. Ltd., international markets, competitive advantages.

Введение

Стратегическое управление ВЭД невозможно без системного анализа внешней среды и собственных ресурсов. От качества анализа напрямую зависят оперативность и обоснованностьправленческих решений. В процессе планирования решают задачи по выработке стратегических целей, оценке ресурсов и потенциальных возможностей, анализу тенденций в сфере маркетинговых исследований на внутреннем и зарубежных рынках, определению стратегии на будущее и выработке конкретных действий, необходимых для её достижения.

Цель статьи — оценить систему стратегического управления внешнеэкономической деятельностью компании, выявить её сильные и слабые стороны, а также определить возможности и угрозы, с которыми сталкивается «VIVO».

Метода и исследования: в данной работе были применены несколько методов исследования. Был использован анализ теоретической информации, сравнение и выводы.

Объектом для исследования в данной статье выбрана компания VIVO Communication Technology Co. Ltd, которая занимается производством смартфонов и аксессуаров к ним. Так же компания занимается разработкой программного обеспечения для смартфонов и приложений. [1]

VIVO Communication Technology Co. Ltd активно осуществляет внешнеэкономическую деятельность. По данным годового отчета компании можно сделать вывод, что основной объем продаж в рамках внешнеторговой деятельности осуществляется в следующие страны:

- Китай – 8% доля рынка, в частности 21% Xiaomi и 17% Apple;
- Индия – 12% доля рынка, в частности через он –лайн продажи (интернет магазины) осуществляется порядка 40% продаж.

Приведем слабые стороны стратегического управления внешнеэкономической деятельности компании: ограниченное присутствие

на развитых рынках Европы и США, высокая зависимость от поставщиков комплектующих, недостаточное развитие собственных каналов электронной торговли в ряде регионов.

Далее приведем угрозы стратегического управления внешнеэкономической деятельности компании: растущая конкуренция в сегменте бюджетных смартфонов, экономическая нестабильность в развивающихся странах, ужесточение международного регулирования в сфере электронной торговли.

Далее рассмотрим возможности и угрозы:

- возможности: расширение на новые рынки, такие как Ближний Восток и Латинская Америка, внедрение новых технологий в электронную торговлю, повышение эффективности за счёт оптимизации логистики и персонализации клиентского опыта.

- угрозы: растущая конкуренция в сегменте бюджетных смартфонов, экономическая нестабильность в развивающихся странах, ужесточение международного регулирования в сфере электронной торговли.

Заключение: Совершенствование системы стратегического управления ВЭД в компании VIVO Communication Technology Co. Ltd. требует комплексного подхода, включающего анализ текущих стратегий, инновации, диверсификацию, цифровую трансформацию, устойчивое развитие, развитие человеческого капитала и глобальную экспансию. Эти меры помогут компании оставаться конкурентоспособной и успешно развиваться в будущем.

Использованные источники

1. Сайт VIVO Communication Technology Co. Ltd [Электронный ресурс]// Официальный сайт компании .- URL: <https://www.vivo.com/ru> (дата обращения: 17.04.2025)

2. Стратегия VIVO Communication Technology Co. Ltd [Электронный ресурс]// thestrategystory.- URL: <https://thestrategystory.com/blog/vivo-swot-analysis/> (дата обращения: 17.04.2025)

3. Данные по деятельности компании [Электронный ресурс]// tadviser.- URL: https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%9A%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D1%8F:Vivo_Communication_Technology (дата обращения: 17.04.2025)