

Белорусский государственный университет
Экономический факультет
Кафедра международного менеджмента

Аннотация к магистерской диссертации
«Особенности маркетинговой стратегии компании
Huawei на белорусском рынке»

Гуань Цзяньцюань
Научный руководитель к.э.н., проф. Грек Н. Г.

Минск, 2022

АННОТАЦИЯ

Магистерская диссертация посвящена вопросам особенности маркетинговой стратегии компании Huawei на рынке Республики Беларусь.

Вопросы теории и практики разработки и реализации эффективной маркетинговой стратегии в условиях современной Беларуси становятся для предприятий особо важными. В том числе и для компании Huawei, которая частично осуществляет свою деятельность на территории Республики Беларусь.

Целью данной магистерской диссертации является анализ существующей маркетинговой стратегии Huawei technologies CO LTD и разработка рекомендации по ее усовершенствованию.

По достижению цели выделяется ряд **задач**:

раскрыть содержание основных категорий теории формирования маркетинговых стратегий, в частности роли экономических и маркетинговых стратегий в развитии организации;

систематизировать структуры и принципы построения маркетинговых стратегий, а также определить механизмы реализации эффективных стратегий;

рассмотреть методы оценки эффективности маркетинговых стратегий;

проанализировать маркетинговую деятельность предприятия;

дать организационно-экономическую характеристику Huawei technologies CO LTD

выявить тенденции развития рынка, на котором осуществляет деятельность Huawei technologies CO LTD;

выработать рекомендации, по совершенствованию маркетинговой стратегической деятельности предприятия.

подсчитать экономическую эффективность порекомендованных операций.

Объектом анализа предстает Huawei technologies CO LTD

Предметом исследования является маркетинговая стратегия предприятия и пути ее совершенствования.

Методологической и теоретической основой магистерской диссертации являются фундаментальные исследования по теории экономических и маркетинговых стратегий, а также методология разработки маркетинговых стратегий и оценки их эффективности.

Было выявлено следующее:

Значение экономической стратегии, позволяющей компании выносить все тяготы в войне с конкурентами, энергично увеличилось в

завершающее десятилетие. Это связано с ускорением изменений в окружающей среде, появлением новых запросов и изменением позиции потребителя, появлением новых возможностей для бизнеса, широкой доступностью передовых технологий, переменой ролей людских запасов и массой иных факторов.

Множество направлений, моделей и факторов, которые заложены в каждой модели, доказывает гибкость и индивидуальность подхода каждой отдельно взятой компании к разработке своей собственной маркетинговой стратегии. С одной стороны, это положительная черта стратегического маркетинга. С другой же, множество методов и возможность различных подходов к планированию маркетинговой стратегии мешает поиску (определению) оптимальной стратегии компании. Более того, стандартные стратегические модели не учитывают специфических особенностей бизнеса и продукции. Поэтому основой для выбора наиболее оптимальной маркетинговой стратегии должен быть всесторонний анализ деятельности компании, ее товаров и целевых рынков.

Оценка маркетинговой деятельности организации предполагает комплексный подход, включающий совокупность различных показателей.

Компания Huawei является лидером на мировом коммуникационном рынке. На сегодняшний день компании «Huawei Technologies Co Ltd» принадлежит третье место на рынке беспроводных сетей и второе место на рынке фиксированной связи и коммутаторов.

Такое увеличение прибыли обусловлено общим ростом доходов и повышением эффективности бизнеса в целом.

Общая численность персонала компании «Huawei Technologies Co Ltd» составляет 170 тыс. сотрудников. Компания «Huawei» создает научно-исследовательские центры за рубежом.

Благодаря глобальной стратегии, направленной на повышение узнаваемости и узнаваемости бренда, маркетинговые и рекламные кампании Huawei носят глобальный характер (запускаются одновременно на более чем 40 рынках). В компании Huawei работают некоторые ведущие мировые маркетинговые и рекламные группы, включая WPP/Ogilvy Mather, Saatchi & Saatchi и несколько цифровых агентств.

Последовательные и значительные инвестиции в рекламу и коммуникации были основой стратегии бренда Huawei. Это будет продолжаться по мере того, как компания будет пытаться усилить видимость и осведомленность о своих продуктах во всем мире и оставаться конкурентоспособной (с точки зрения маркетинговых инвестиций) с такими компаниями, как Apple и Samsung.

Несмотря на то, что Huawei добилась огромного успеха за последние

30 лет, у нее есть свой собственный уникальный набор бизнес-задач. Находясь в цифровом и технологическом секторе, где все меняется чрезвычайно быстрыми темпами каждый день, для Huawei еще более важно поставить инновации на первый план своей игры. Вот некоторые проблемы, с которыми компания Huawei столкнется в своих усилиях по «построению лучшего связанного мира».

С целью улучшения маркетинговой стратегии развития на рынке Республики Беларусь, предлагается расширение рыночной доли за счет улучшения маркетинга. Предлагается следующая программа реализации стратегии:

1) Стратегии улучшения продукта.

Предприятию Huawei следует привлечь большое количество высококачественных выпускников, постоянно вводить новую кровь в предприятия и предоставлять новые возможности для собственных исследований, разработок и оптимизации продуктов. В то же время для существующих проблем с продуктом, таких как емкость батареи, производительность рассеивания тепла и т. д., Huawei должны своевременно создавать оборудование и технологии, а также усилить тестирование и оптимизацию продуктов.

1) Стратегии повышения цен.

Huawei хотят повысить прибыль предприятий, им необходимо скорректировать первоначальную ценовую стратегию в соответствии с реальной ситуацией и разумно реализовать стратегию высокой цены. Прежде всего, Huawei может продолжать поддерживать маркетинг продуктов в Беларуси для мобильных телефонов среднего и низкого класса, но на этой основе ей также необходимо разрабатывать высокопроизводительные высококачественные продукты.

3) Улучшения каналов продаж.

Мобильные телефоны Huawei должны снизить свою зависимость от операторов связи и постоянно расширять широту каналов продаж в Беларуси. Huawei могут создать собственную сеть продаж, установить отношения сотрудничества с крупными магазинами электронной коммерции и укрепить связь с магазинами мобильной связи и частными магазинами мобильных телефонов, чтобы более своевременно и точно узнавать последние новости о продажах мобильных телефонов Huawei на рынке. Предприятия Huawei должны укреплять онлайн- и офлайн-сотрудничество, сочетать офлайн-опыт с онлайн-продажами, снизить затраты на оборот продукции и облегчить потребителям покупку.

4) Улучшения стратегий продвижения.

При проведении рекламной работы в Беларуси, Huawei может

предоставлять подарки потребителям, которые покупают мобильные телефоны во время мероприятия, и использовать мелкие предметы, такие как чехлы для мобильных телефонов, наушники, блок питания и т. д., чтобы привлечь внимание потребителей. Или же продвигать скидки и счастливые розыгрыши, понять психологию потребителей, которые «готовы воспользоваться этим выгодным предложением прямо сейчас», сначала сообщите большему количеству людей о мобильных телефонах Huawei, а затем позвольте им шаг за шагом тратить их деньги на мобильные телефоны Huawei.

ABSTRACT

The master's thesis is devoted to the specifics of Huawei's marketing strategy and the market of the Republic of Belarus.

The issues of theory and practice of developing and implementing an effective marketing strategy in the conditions of modern Belarus are becoming particularly important for enterprises. Including for Huawei, which partially operates on the territory of the Republic of Belarus.

The purpose of this master's thesis is to analyze the existing marketing strategy of Huawei technologies CO LTD and develop recommendations for its improvement.

To achieve the goal, a number of **tasks** are identified:

to reveal the content of the main categories of the theory of the formation of marketing strategies, in particular the role of economic and marketing strategies in the development of the organization;

systematize the structures and principles of building marketing strategies, as well as determine the mechanisms for implementing effective strategies;

consider methods for evaluating the effectiveness of marketing strategies;

analyze the marketing activities of the company;

give an organizational and economic characteristic of Huawei technologies CO LTD

to identify trends in the development of the market in which Huawei technologies CO LTD operates;

develop recommendations for improving the marketing strategic activities of the enterprise.

calculate the economic efficiency of the recommended operations.

The object of the analysis is Huawei technologies CO LTD

The subject of the research is the marketing strategy of the enterprise and ways to improve it.

The methodological and theoretical basis of the master's thesis is fundamental research on the theory of economic and marketing strategies, as well as the methodology of developing marketing strategies and evaluating their effectiveness.

The following was revealed:

The importance of an economic strategy that allows the company to endure all the hardships in the war with competitors has increased vigorously in the last decade. This is due to the acceleration of changes in the environment, the emergence of new requests and a change in the position of the consumer, the emergence of new business opportunities, the wide availability of advanced technologies, the changing roles of human resources and a host of other factors.

The multitude of directions, models and factors that are embedded in each model proves the flexibility and individuality of each individual company's approach to developing its own marketing strategy. On the one hand, this is a positive feature of strategic marketing. On the other hand, a variety of methods and the possibility of different approaches to planning a marketing strategy hinders the search (determination) of the optimal strategy of the company. Moreover, standard strategic models do not take into account the specific features of the business and products. Therefore, the basis for choosing the most optimal marketing strategy should be a comprehensive analysis of the company's activities, its products and target markets.

Evaluation of the marketing activities of an organization involves an integrated approach, including a set of various indicators.

Huawei is a leader in the global communications market. To date, Huawei Technologies Co Ltd holds the third place in the wireless network market and the second place in the fixed-line communications and switches market.

This increase in profit is due to the overall growth in revenue and increased efficiency of the business as a whole.

The total number of employees of Huawei Technologies Co Ltd is 170 thousand employees. Huawei is creating research centers abroad.

Thanks to a global strategy aimed at increasing brand awareness and awareness, marketing and advertising campaigns for Huawei are global in nature (launched simultaneously in more than 40 markets). "Huawei", "WPP/Ogilvy Mather, Saatchi & Saatchi".

Consistent and significant investments in advertising and communications have been the foundation of Huawei's brand strategy. This will continue as the company tries to increase visibility and awareness of its products worldwide and remain competitive (in terms of marketing investments) with companies such as Apple and Samsung.

Despite the fact that Huawei has achieved tremendous success over the past 30 years, it has its own unique set of business tasks. Being in the digital and technology sector, where everything is changing at an extremely fast pace every day, it is even more important for Huawei to put innovation at the forefront of its game. Here are some of the challenges Huawei will face in its efforts to "build a better connected world."

In order to improve the marketing strategy of development in the market of the Republic of Belarus, it is proposed to expand the market share by improving marketing. The following strategy implementation program is proposed:

- 1) Product improvement strategies.

Huawei The company should attract a large number of high-quality graduates, constantly introduce new blood into enterprises and provide new

opportunities for its own research, development and product optimization. At the same time, for existing problems with the product, such as battery capacity, heat dissipation performance, etc., Huawei should create equipment and technology in a timely manner, as well as strengthen product testing and optimization.

1) Strategies for raising prices.

Huawei wants to increase the profit of enterprises, they need to adjust the initial pricing strategy according to the real situation and implement the high price strategy wisely. First of all, Huawei can continue to support the marketing of products in Belarus for medium and low-end mobile phones, but on this basis it also needs to develop high-performance, high-quality products.

3) Improving sales channels.

Huawei mobile phones should reduce their dependence on telecom operators and constantly expand the breadth of sales channels in Belarus. Huawei could create its own sales network, establish cooperation relationships with large e-commerce stores and strengthen communication with mobile phone stores and private mobile phone stores in order to learn the latest news about Huawei mobile phone sales in the market more timely and accurately. Huawei enterprises should strengthen online and offline cooperation, combine offline experience with online sales, reduce product turnover costs and make it easier for consumers to buy.

4) Improvement of promotion strategies.

When conducting advertising work in Belarus, Huawei can provide gifts to consumers who buy mobile phones during the event, use small items such as mobile phone cases, headphones, power supply, etc. to attract the attention of consumers. Or promote happy discounts and sweepstakes, understand the psychology of consumers who are "ready to take advantage of this great offer right now", first inform more people about Huawei mobile phones, and then let them spend their money on Huawei mobile phones step by step.