

**Коммуникативный стратегии Сяоми на Российском рынке**

**Научный руководитель – Шаронов Дмитрий Иванович**

**Чжоу Сюнь**

*Студент (магистр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

*E-mail: zhouxunfreedom@gmail.com*

В настоящее время степень мировой экономической интеграции постепенно углубляется, международная торговля быстро развивается, а высокотехнологичные отрасли постоянно совершенствуются. В таких условиях успешное осуществление интернационализации также является одной из важнейших задач для предприятий.

В данной статье в основном рассматриваются коммуникационные и управленческие стратегии китайской компании Xiaomi на российском рынке. На фоне российско-украинской войны компания Xiaomi оценила ситуацию и стала крупнейшим брендом мобильных телефонов в России. Как представитель китайской технологической компании, Xiaomi сталкивается с двойным давлением интернационализации внутреннего рынка и глобализации международного рынка, соответствующей стратегии интернационализации.

Компания Xiaomi, основанная в 2010 году, существует уже более десяти лет. В начале это было просто небольшое и незначительное предприятие в сфере производства мобильных телефонов. Теперь оно превратилось в коммуникационное предприятие, охватывающее множество областей. Его бизнес охватывает интеллектуальные электронные продукты, программное обеспечение и бытовые и многие другие аспекты. Добившись успеха в Китае, Xiaomi быстро сосредоточилась на мировом рынке и запустила глобальный бизнес. Россия с населением 140 миллионов человек стала одним из самых ценных рынков для Xiaomi. Развитие компании Xiaomi в России не было гладким, а также прошло через период путаницы и исследования. Анализ процесса реализации стратегии интернационализации Xiaomi Group и обобщение ее международного опыта развития дает репрезентативный случай интернационализации имеет определенное эталонное значение и практическую значимость для других развивающихся в России высокотехнологичных предприятий.