СОДЕРЖАНИЕ

[Введение 2](#_Toc168421152)

[1 Теоретические аспекты выхода компаний на зарубежные рынки и кросскультурного менеджмента 4](#_Toc168421153)

[1.1 Понятие и виды стратегий выхода компаний на зарубежные рынки 4](#_Toc168421154)

[1.2 Теоретические концепции кросскультурного менеджмента 13](#_Toc168421155)

[1.3 Этапы и методы разработки стратегии выхлда компании на зарубежный рынок 18](#_Toc168421156)

[2 Ведение бизнеса в китае 24](#_Toc168421157)

[2.1 Основные характеристики деловой культуры китая 24](#_Toc168421158)

[2.2 Анализ среды ведения бизнеса в КНР 32](#_Toc168421159)

[2.3 Культурные особенности китайских предпринимателей 38](#_Toc168421160)

[3 Анализ косметического рынка КНР 48](#_Toc168421161)

[3.1 Анализ и тенденции развития косметического рынка китая 48](#_Toc168421162)

[3.2 Разработка стратегии выхода компании «Рецепты Бабушки Агафьи» на китайский рынок 60](#_Toc168421163)

[3.3 Будущие перспективы развития компании «Рецепты Бабушки Афии» 82](#_Toc168421164)

[Заключение 87](#_Toc168421165)

[Список использованных источников 92](#_Toc168421166)

# ВВЕДЕНИЕ

В современную эпоху глобализации интернационализация бизнеса стала одним из важных трендов в глобальном бизнес-развитии. Российские компании активно ищут возможности для расширения своего международного рынка, обращая внимание на Китай, страну с огромным потенциалом и рыночными возможностями. Тем не менее, вхождение на китайский рынок и достижение успеха — сложные задачи, поскольку этот процесс сталкивается с разнообразными культурными, правовыми и рыночными вызовами. Для более глубокого понимания стратегического планирования и реализации этого транснационального бизнеса мы выбрали изучение стратегий российских компаний при вхождении на китайский рынок.

Центр внимания исследования будет сосредоточен на стратегическом планировании и реализации российских компаний при вхождении на китайский рынок. Мы рассмотрим ключевые вопросы, такие как культурные различия, правовая среда, рыночная конкуренция и управление командой.

Объектом исследования в данной работе будут российские компании, которые заинтересованы во входе или уже вошли на китайский рынок.

Целью исследования является разработка стратегии выхода российских компаний на китайский рынок.

С помощью глубокого анализа мы надеемся выявить наиболее эффективные стратегические выборы и разработать осуществимые планы действий для компаний.

Для достижения этой цели необходимо решить следующие задачи:

* изучить теоретические аспекты выхода компаний на зарубежные рынки;
* определить с основными особенностями ведения бизнеса в Китае, проанализировать различные виды межкультурного менеджмента, правовую среду китайского рынка, конкуренцию и рыночные возможности для российских компаний в Китае;
* проанализировать на косметическом рынке Китая и разработать стратегию выхода российской компании «Рецепты бабушки Агафьи» на китайский косметический рынок и будущие перспективы компании в Китае.

В работе использованы данные из образовательных и научных изданий, а также статистические данные из интернета.

Методы исследования: системный подход, метод анализа и синтеза, кейс-исследование, экономический анализ качественных и количественных данных.

Работа состоит из введения, трёх основных глав, заключения и списка использованных источников.