

**Чжан Фэнбо**

**студент**

**2 курс магистратуры, Институт**

**социально-гуманитарного образования**

**Московский педагогический государственный университет**

**Россия, г. Москва**

**ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ HUAWEI НА  
РОССИЙСКОМ РЫНКЕ**

*Аннотация:*

*Глобализация экономики создает не только возможности, но и многочисленные проблемы. как одно из крупных международных предприятий, чтобы опираться на мировой рынок, нужно не только расширять свои преимущества, но и постоянно оптимизировать себя и устранить свои недостатки. для того чтобы компания хуавей могла лучше развиваться на российском рынке и даже на мировом рынке, ей необходимо осознать себя и принять правильные стратегии.*

*Ключевые слова: анализ рынка , преимущества и недостатки компании « хуавей»*

**Zhang Fengbo**

**student**

**2 courses of a magistrac, Institute of social arts education**

**Moscow pedagogical state university**

*Summary:*

*Economic globalization brings not only opportunities, but also many challenges. As a large international enterprise, it has to rely on the world market, We should not only expand our advantages, But we should constantly optimize ourselves and make up for our own shortcomings, so that Warwick can get better development in the Russian market and even in the world market. It must recognize itself and adopt the right strategy.*

*Keywords : market analysis , Advantages and disadvantages of Huawei*

у компании « хуавей» есть свои весьма заметные преимущества на мировом рынке:

**активная корпоративная культура:** с самого начала компания "хуавей" была относительно отсталой в технологическом отношении и конкурентоспособной на рынке продукции, но постепенно повысила свою конкурентоспособность благодаря небольшому совершенствованию внутренних структур и рыночной стратегии. когда компания « хуавей» вышла на российский рынок, она не была допущена на рынок, но « хуавей» в конечном счете обосновалась на российском рынке, настаивая на постоянном общении. Именно это упорство является одним из факторов успеха предприятия.

**постоянные инвестиции в НИОКР :** компания « хуавей» может успешно и устойчиво развиваться на мировых рынках, начиная с того значения, которое она придает научно - техническим

разработкам и разработкам, ежегодно вкладывает 10% бюджетных средств на НИОКР, в том числе на модернизацию научно - технического оборудования и технологий высшего качества в мире, а компания « хуавей» подала в общей сложности 31 456 заявок на патенты, которые всегда занимали первое место по количеству заявок на патенты в Китае. . В ответ на значительные технологические вложения и постоянные финансовые инвестиции в технологическое обновление и инновационную деятельность в продуктах компании « хуавей» позволили компании « хуавей» взять на себя ведущую роль в процессе модернизации своей продукции и обеспечить ее конкурентоспособность. технологические рабочие процессы с начала исследований и разработок на основе исследования рыночного спроса, показатели продукции на основе рыночных исследований и разработок системы, так что клиенты для разработки и разработки продукции, потребности клиентов для целей исследований и разработок, а также весь процесс разработки продукции.

**разумный запас талантов:** компания « хуавей» всегда уделяла большое внимание набору и подготовке кадров. В Китае компания « хуавей» ежегодно посещает знаменитые Университеты Китая для найма талантливых людей. С другой стороны, на российском рынке будут не только посылать китайских специалистов, но и набирать в России высококвалифицированных местных специалистов, что позволит улучшить впечатление о компании « хуавей».

**высокая производительность:** После более чем десяти лет разработки и исследований компания « хуавей» приобрела более передовые технологии, а российский рынок в последние годы развивался быстрыми темпами. В то же время компания « хуавей»

также была весьма эффективной, поскольку в Европе потребовалось лишь 45 дней для осуществления полугодовых работ, что также позволило компании «хуавей» заложить хорошую основу.

В то же время есть и некоторые неизбежные недостатки:

1) давление со стороны оператора

в связи с необходимостью развития телекоммуникационной отрасли развитие телекоммуникационных предприятий стало уделять особое внимание международным рынкам, особенно в условиях конкурентной борьбы на пустых телекоммуникационных рынках. для снижения операционных рисков необходимо приступить к формированию структуры международных рынков на основе доли рынка. С другой стороны, поскольку все конкуренты развиваются в рамках международных процессов, если конкуренты достигают определенного размера в области международных СИП, они уступают по силе, и конкуренты могут воспользоваться мощным социальным ресурсом страны в то время для того, чтобы поразить себя, что может привести к увеличению издержек, связанных с осуществлением СИП. в процессе интернационализации Телекоммуникационные компании могут обнаруживать, что Операционный риск возрастает, чтобы избежать этого. Такие услуги требуют больших людских и материальных ресурсов у производителя оборудования, что приводит к увеличению затрат в невидимом виде, что приводит к снижению стоимости, снижению прибыли и повышению риска.

1) культурные различия

в процессе интернационализации маркетинга необходимо учитывать различия в культурном происхождении другой страны, сотрудники предприятий разных стран могут формировать различные культуры из - за продолжительного периода влияния

государственной политики, законов и нормативных актов, обычаев и правил предприятия. разница. Сотрудники приобретаемых предприятий сталкиваются с проблемой адаптации к руководству разных государственных предприятий, таких, как плохо владеет языком, разными обычаями, разными стилями руководства на предприятиях и так далее. различные предприятия преследуют различные цели, и в настоящее время главная цель предприятия "хуавей" заключается в том, чтобы завладеть своей долей на рынке и получить прибыль, зачастую игнорируя интересы работников, а профсоюзы - в том, что касается фикции. в России государство не только гарантирует получение прибыли, но и защищает интересы работников, обеспечивает занятость рабочих, в Российской Федерации профсоюзы обладают мощной силой. Кроме того, компания « хуавей» осуществляет зарубежный маркетинг государственные предприятия не только преследуют цель получения прибыли, но и учитывают некоммерческие цели.

## 2) давление интеграции и глобализации

с начала процесса интернационализации компания « хуавей» приступила к постепенному внедрению информационной технологии в сети данных, что позволило компании « хуавей» перейти от поставщиков оборудования, расположенных в нижнем течении реки, к поставщикам услуг по поставке информации в верхнем течении. трансформация роли производителя, пользующегося спросом в индустрии ИТ, привела к тому, что Китай превратился в компанию с очень быстрым ростом бизнеса, но это также вызвало различные стороны конкуренция также возрастает. С другой стороны, по мере преодоления барьеров на пути развития информационных технологий в мире происходит постепенное снижение высоких пороговых уровней в области

информационных технологий, при этом крупные компании, занимающиеся НИОКР и опытно - конструкторскими разработками, также начали развивать сети связи между предприятиями, ранее занимавшимися вопросами мобильных терминалов, при этом слияние ведущих поставщиков компьютеров и оборудования привело к усилению интеграции информационных технологий и усилению конкуренции в телекоммуникационном секторе.

### 3) полная конкуренция международных гигантов

процесс интернационализации компании « хуавей» не позволяет избежать конкуренции с крупными международными ТНК, которые после многих лет своего развития превратились в Телекоммуникационные компании, являющиеся глобальной бизнес - моделью, охватывающей главным образом все виды применения сети: от мобильных терминалов до сетей данных, охватывающих более широкий спектр операций и охватывающих все сферы деятельности. В дополнение к конкуренции со стороны крупных игроков в области мая также сталкивается с конкуренцией со стороны ведущих игроков в различных сегментах.

### 4) угрозы со стороны потенциальных формирующихся компаний

В дополнение к уже существующей конкуренции между крупными высокотехнологичными предприятиями существует ряд потенциальных конкурентов, которые часто являются компаниями в области связи, на протяжении многих лет соответствующие рынки в области связи, как в плане доступа к сетям и терминалам данных связи, так и в плане получения высоких прибылей, которые стремятся получить доступ к сфере связи. Несмотря на более высокие барьеры на пути проникновения в телекоммуникационную отрасль, крупные компании, обладающие финансовой и технической

мощью, по - прежнему являются более крупными, и они также пытаются приобрести ряд профилей телекоммуникационных компаний, входящих в сферу коммуникаций. все это ставит под угрозу рыночную долю компании « хуавей» и влияет на общую структуру компании.

### **Литература:**

- 1) Чернобровцев А. “Корпоративные амбиции Huawei” [J]. “Computerworld Россия”, 2011 (28) : 5-6.
- 2) Рисс В. “Десять лет HUAWEI в России” [J]. Connect.Мир Связи, 2007 (7) : 8-10.
- 3) Журавлева А. “Huawei представила стратегию работы на развивающихся рынках”, [J]. Информационный портал nn IT, 2011 (9) : 3-4.
- 4) “Huawei Enterprise представила новейшие разработки и стратегию развития” [J]. Мобильный Континент, 2016
- 5) “Китай может: как компания Huawei захватывает российский рынок” [J]. Forbes, 2014.