

Tang Juan, Liu Rui

FEATURES OF HUAWEI AS HIGH-TECH ENTERPRISE

Tang Juan – client manager, Huasheng Online Co., Ltd., Guandun, China, Китай; **e-mail:** 673251836@qq.com.

Liu Rui – client manager, Bang good Technology Co., Ltd., Guangzhou, China; **e-mail:** liurui19920818@gmail.com.

We show the role of innovations and global marketing strategies in promoting Chinese products to the global market by the example of Huawei, a well-known Chinese company. The structural reform in the supply sector in China and introduction of innovation technologies considerably improved the competitive environment at the market, increased the profitability of enterprises and increased their potential and momentum of development.

Keywords: Huawei innovations; telecommunications equipment; high technology; global marketing strategy; structural reform in China.

Тан Цзянь, Ли Жуй

ОСОБЕННОСТИ «HUAWEI» КАК ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Тан Цзянь – менеджер по работе с клиентами, Huasheng Online Co., Ltd., провинция Гуандун, Китай; **e-mail:** 673251836@qq.com.

Ли Жуй – менеджер по работе с клиентами, Bang good Technology Co., Ltd., провинция Гуанчжоу, Китай; **e-mail:** liurui19920818@gmail.com.

На примере развития известной китайской компании «Huawei» показана роль инноваций и глобальных маркетинговых стратегий в продвижении китайской продукции на мировой рынок. Структурная реформа в сфере предложения в Китае и внедрение инновационных технологий значительно улучшили конкурентоспособность китайского рынка, увеличили доходность предприятий и повысили их потенциал и импульс развития на мировом рынке.

Ключевые слова: инновации «Huawei»; телекоммуникационное оборудование; высокие технологии; глобальная маркетинговая стратегия; структурная реформа в Китае.

Инновации являются важным фактором, способствующим экономической глобализации. Впервые в 29-летней истории списка «Fortune Global 500» количество китайских компаний (129) превзошло количество компаний из США (121). Три основных фактора стоят за непрерывным и быстрым развитием китайских предприятий: реформа, спрос и инновации. Структурная реформа в сфере предложения в Китае улучшила конкурентную среду на рынке, способствовала качественному предложению, увеличила доходность предприятий и повысила их потенциал и импульс развития. Рассмотрим известную

компанию «Huawei», которая является хорошим примером инновационной высокотехнологичной китайской компании, т.к. в течение многих лет интенсивность исследований и инновационных разработок «Huawei» превышала 14%.

«Huawei Technologies» – китайская многонациональная сетевая и телекоммуникационная компания, которая была основана в 1988 г. в Шэньчжэне, Китай. В результате 20-летнего развития компания выросла в известного поставщика оборудования сети и радиосвязей в континентальном Китае.

В 2012 г. компания стала крупнейшим

производителем телекоммуникационного оборудования в мире. Несмотря на это, технологии «Huawei» все еще не останавливают расширение зарубежного рынка. Быстрый рост технологий «Huawei» не только завоевывает репутацию в Китае, но и становится лидером в нескольких сегментах телекоммуникационного мирового рынка. Поэтому «Huawei Technologies» сегодня является хорошим примером процесса глобализации компании, более того, вдохновляет другие технологические компании на выход на мировой рынок.

Достижение «Huawei» на мировом рынке в определенной степени свидетельствует об успехе в применении GMS (глобальной маркетинговой стратегии). «Huawei» разработала стратегию, применяя GMS, которая сотрудничает с ключевыми партнерами, расширяя дистрибуцию, а также понимая потребности клиентов.

После трех десятилетий развития «Huawei Technologies» стала сегодня представительской компанией в Китае. Развитие и рост технологий «Huawei» на мировом рынке говорят о том, как высокотехнологичная компания в развивающейся стране может успешно выйти на мировой рынок. Рассматривая историю выхода «Huawei» на мировой рынок, можно сделать вывод о прохождении компанией трех этапов:

- экспорт;
- выход на рынки развивающихся стран;
- выход на рынки развитых стран.

«Huawei Technologies Corporation» («Huawei») была основана в 1988 г. в Шэньчжэне, особой экономической зоне Китая. В 2009 г. «Huawei Technologies» заняла 2-е место на мировом рынке оборудования радиодоступа и успешно получила корпоративную награду 2009 г. от Ассоциации стандартов IEEE (IEEE-SA) [5]. В настоящее время компания становится крупнейшим производителем телекоммуникационного оборудования в мире. Однако технологии «Huawei» до сих пор не остановили экспансию на зарубежный рынок. Компания в настоящее время имеет более 170 000 сотрудников по все-

му миру, более двух третей его доходов поступают с зарубежного рынка до сих пор. «Huawei» становится лидером рынка в нескольких сегментах телекоммуникационного глобального рынка.

«Huawei Technologies» следует международным режимам выхода на рынок – от экспорта до совместного предприятия – и создает дочерние компании. Первый этап выхода «Huawei Technologies» на мировой рынок начался с предоставления трехмесячной услуги по индивидуальному дизайну компании «Hutch is on Telecoms» (Гонконг) в 1996 г. [1].

Впоследствии «Huawei» начала рассматривать возможность изучения рынков развивающихся стран и стран с переходной экономикой. Руководство компании приняло решение выйти на российский рынок, рынок Южной Америки (Бразилия), азиатский рынок (Йемен), а также африканские страны (Эфиопия).

Например, в 2007 г., когда Россия столкнулась с экономическим кризисом, «Huawei» сотрудничала с «Umberto Konzem Russia» и создала совместное предприятие «Beto-Huawei» для развития российского рынка.

«Beto-Huawei», рассматриваемый как высококачественный разработчик мобильных сетей, завоевывает долю рынка и репутацию за счет предложения более низких цен, чем у конкурентов [5].

Второй этап был самым быстрым периодом международной экспансии. В 1999 г. компания «Huawei» запустила маркетинговую инициативу «Новый Шелковый путь» и приняла участие в нескольких международных выставках.

Кроме того, пригласила иностранных клиентов, отправляющихся в Китай, посетить кампус «Huawei» в Шэньчжэне, чтобы помочь клиентам получить прямое впечатление о компании.

После 1999 г. «Huawei» ускорила процесс расширения мирового рынка. Согласно «Milestones – About Huawei» (2016), она дифференцировала себя от своих конкурентов по трем основным перспективам: цена, построение отношений и внедрение экологического и энергосберегающего оборудования [2].

«Huawei» вошла в Таиланд, Сингапур, Саудовскую Аравию, Южную Африку и Египет, следуя трем основным перспективам.

Добившись успехов в России и ряде других развивающихся стран, «Huawei» начала ориентироваться на развитый рынок.

Это третий этап освоения мирового рынка. Компания начала выходить на рынок ЕС: первым шагом был выход на рынок Германии и Нидерландов в 2001 г. В 2004 г. «Huawei» открыла свою европейскую штаб-квартиру в Лондоне (Великобритания) в то время как «British Telecom» назначила ее в качестве поставщика мультисервисного узла доступа (MSAN) и оптической передачи. Изучив европейский рынок, «Huawei» вышла на американский рынок, где столкнулась с барьером – «Cisco Systems», которая занимала на тот момент 80% рынка маршрутизаторов. Но после трехлетнего развития у «Huawei» получилось захватить 12%, снизив позиции «Cisco» до 69% за счет более низких цен [2].

В натуральном выражении инвестиции в исследования и разработки «Huawei» в 2018 г. составили 101,5 млрд. юаней (14,77 млрд долл.) – это пятое место в мире, и это больше, чем у «Microsoft», «Apple» и «Intel». Кроме того, к концу прошлого года у «Huawei» было более 87 800 глобальных патентов [5].

Неудивительно, что благодаря инвестициям и обширным инновациям компания «Huawei» заняла 61-е место в списке «Fortune Global 500» в 2019 г. [5].

Чтобы быстрее выйти на международный продвинутый уровень, «Huawei» сосредоточила внимание на создании научно-исследовательского учреждения в центре глобальных научно-исследовательских институтов в области информационных технологий. Кумар (1995) утверждал, что у международных предприятий есть три цели для проведения исследований и разработок за рубежом: 1) поддержать зарубежное производство предприятия; 2) использовать дешевые ресурсы НИОКР за рубежом и 3) поглотить переполнение за-

рубежной научно-исследовательской деятельности. Поэтому, чтобы получить новейшие зарубежные технологии и талант международного первоклассного уровня и поглотить поток иностранных исследований и разработок, компания «Huawei» решила построить центры исследований и разработок в развитых странах [1], причем в таких местах, где сосредоточились промышленные гиганты: это Даллас, центр телекоммуникационного кластера США с «MOTOROLA», «Texas Instruments»; Стокгольм (Швеция) с «Ericsson», «Nokia» и др. телекоммуникациями, оборудованием предприятий; Дюссельдорф со штаб-квартирой «Vodafone». Позже, для лучшего управления научно-исследовательской деятельностью в Европе (у «Huawei» есть научно-исследовательские центры в Берлине и Нюрнберге (Германия); Ипсвич (Великобритания); Милан (Италия); Париж (Франция); Брюссель (Бельгия) и т.д.), организация переместилась в Европейский исследовательский центр (ERC) в Мюнхен, расположившись рядом с Техническим университетом, важным членом Немецкого университета технологических альянсов и другими партнерами. «Huawei» также приложила все усилия для привлечения международных талантов. То есть, местом назначения зарубежных центров исследований и разработок является отличный глобальный центр индустрии связи или место, близкое к университетам, исследовательским институтам и предприятиям мирового уровня. «Huawei» придает большое значение как прикладным, так и фундаментальным исследованиям [3].

В мае 2016 г. «Huawei» открыла новый исследовательский центр в Дубае, а в июне – математический исследовательский центр во Франции. В рамках программы инновационных исследований «Huawei» компания профинансировала более 200 исследовательских проектов, а благодаря финансированию исследований в области математики, физики, химии и других базовых теорий изучила выдающиеся технологические инновации в отрасли ИКТ [2].

Исследования и разработки «Huawei»

можно разделить на три уровня: 1) это ядро, штаб-квартира «Huawei» в Шэньчжэне; 2) зарубежный центр исследований и разработок; 3) партнеры «Huawei» по сотрудничеству в стране и за рубежом.

Компания «Huawei» потратила значительные средства на исследования и разработки и в настоящее время считается мировым лидером в ключевых технологиях телекоммуникационных сетей и смартфонах высокого класса. Напротив, ее основные западные конкуренты «Cisco», «Nokia» и «Ericsson» в последнее время стали испытывать финансовые трудности.

Сегодня «Huawei» продолжает расширяться в новых областях, включая разработку чипов, искусственный интеллект и облачные вычисления, оставаясь основой китайской индустрии высоких технологий на фоне задачи догнать США в разработке и внедрении абсолютно новых высоких технологий (к примеру, разработка чипов), что означает высокую вероятность сохранения компанией своей мощи на международных рынках телеком-

муникационной связи.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ли Чанвэй. Тенденции и стратегии развития телекоммуникаций. URL: https://www.huawei.com/by/industry-insights/outlook/perspectives/hw_147027 (дата обращения: 25.01.2019).

2. Отчет по исследованиям и разработкам Huawei, 2017 // Huawei: [сайт]. URL: <http://www.huawei.com/cn/about-huawei/research-development> (дата обращения: 04.12.2019).

3. Синица С.А. Инновации на рынке телекоммуникационных услуг // Вестник евразийской науки. 2019. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsii-na-rynke-telekommunikatsionnyh-uslug> (дата обращения: 04.12.2019).

4. Global 500 // Fortune: [сайт]. URL: <https://fortune.com/global500/2019/> (дата обращения: 04.12.2019).

5. Milestones – About Huawei, 2016. URL: <https://www.huawei.com/en/about-huawei/corporate-information/milestone> (дата обращения: 04.12.2019).