

УДК 2964

АНАЛИЗ ИМПОРТНЫХ И ЭКСПОРТНЫХ РИСКОВ КОМПАНИИ HUAWEI

Цуй Циюань

студент

«Московский педагогический государственный университет»

Аннотация : Китайская транснациональная компания «Huawei» является ведущим мировым поставщиком решений в сфере информационно-коммуникационных технологий (ИКТ). Благодаря ответственному ведению бизнеса, непрерывному внедрению инноваций и открытости к сотрудничеству, компании удалось сформировать конкурентоспособный портфель комплексных решений в области телекоммуникаций, корпоративных сетей, оборудования и облачных вычислений. С их помощью доступ к ИКТ получает более трети населения земного шара.

Ключевые слова : Huawei, годовой отчет Huawei, Импорт и экспорт, Анализ рынка, Анализ рисков.

ECONOMIC ANALYSIS OF HUAWEI

Tsui Tsuyan

Abstract : Huawei, a Chinese multinational company, is the world's leading provider of information and communication technology (ICT) solutions. Through responsible operation, continuous innovation and open cooperation, the company has successfully formed a competitive comprehensive solution portfolio in the fields of telecommunications, enterprise network, hardware and cloud computing. They enable more than one third of the world's population to have access to information and communication technologies.

Key words : Huawei, Huawei annual report, import and export, market analysis, risk analysis.

1. Организационно-экономическая характеристика компании «Huawei»

1) История компании начинается в 1987 г. в Шеньчжень, когда Жэнь Чжэнфэй, в настоящее время являющийся исполнительным директором компании «Huawei», основал небольшую компанию по торговле телекоммуникационным оборудованием. В 1992 г. компания «Huawei» выпускает цифровой телефонный коммутатор C&C08, признанный лучшим в КНР. Компания «Huawei» начинает наращивать бизнес с небольших городов, постепенно заняв существенную долю рынка в данной отрасли. 1996 г. ознаменовался заключением контракта с гонконгской фирмой «Hutchison-Whampoa», что практически считается первым шагом к выходу на зарубежный рынок. В 1998 году компания «Huawei» занимает ниши на российском и африканском рынке. К настоящему времени компания «Huawei» на 80 % ориентирована на зарубежные рынки. В 1996 г. компания нанимает консультантов из IBM, чтобы перенять опыт западных компаний, лидеров в данной отрасли.

2) Отчет о прибылях и убытках, также известный как отчет о прибылях и убытках, представляет собой способ, которым бизнес использует деньги для измерения результатов операций, и вместе с результатами бухгалтерского отчета он отражает операционную прибыль компании за определенный период времени. Формульным принципом отчета о прибылях и убытках является бухгалтерское уравнение «прибыль = доход — расход», которое может полно и динамично отражать состояние хозяйственной деятельности предприятия и ее результаты в определенный период. Анализ данной таблицы осуществляется в основном путем анализа процесса формирования и структуры прибыли, для оценки качества прибыли и получения устойчивой рентабельности.

3) Хорошее качество прибыли указывает на то, что компания имеет хорошую прибыльность, хорошее управление активами и хорошие перспективы развития рынка. Базовая структура основного бизнеса и прибыли является

разумной, а увеличение чистой прибыли может стать хорошей основой для будущего развития компании. Компания. Анализ отчета о прибылях и убытках в основном предназначен для анализа статей отчета о прибылях и убытках, конкретный анализ заключается в следующем. Анализировать изменения выручки и прибыли

Таблица 1

2019-2021 операционный доход

| | 2019 | 2020 | 2021 |
|------------------------------|--------|--------|--------|
| Д о х о д о т п р о д а ж | 858833 | 891368 | 636807 |



Рис. 1 – 2019-2021 Темпы роста выручки от продаж

Как видно из Таблицы 1 и Рисунка 1, выручка от продаж в 2021 году составит 636 807 миллионов юаней, что на 28,6% меньше, чем в прошлом году. Чистая прибыль составила 113 718 млн юаней, увеличившись по сравнению с прошлым годом на 75,9%. Увеличение чистой прибыли в основном связано с прибылью от продажи некоторых видов бизнеса, улучшением качества операционной деятельности и оптимизацией ассортимента продукции.

4) Изменение сборов в течение года

Таблица 2

2019-2021 Изменения расходов за период

| | 2019 | 2020 | 2021 |
|----------------------------------|----------|----------|----------|
| Р а с х о д ы з а п е р и о д | 131, 659 | 141, 893 | 142, 666 |

| | | | |
|---|--------|--------|--------|
| К о э ф ф и ц и е н т р а с х о д о в з а п е р и о д | 28. 5% | 28. 6% | 38. 8% |
|---|--------|--------|--------|

Как видно из таблицы 2, расходы Huawei быстро росли в период с 2019 по 2021 год. По сравнению с 2019 годом расходы Huawei увеличились на 7,8% в годовом исчислении в 2020 году, и темпы роста были относительно высокими.

Коэффициенты расходов за период составили 28,5%, 28,6% и 38,8%, что соответствует годовому увеличению на 0,1% и 10,2% соответственно. Темпы роста с 2020 по 2021 год будут более волатильными. Всесторонний анализ показывает, что увеличение расходов за этот период означает, что операционные расходы Huawei постоянно растут

2. Анализ системы риск-менеджмента экспортно-импортной деятельности компании «Huawei»

1. Острая конкуренция за локализацию

Ситуация насыщения на мировом рынке характерна и для китайского рынка. Пройдя через эпоху плановой экономики с китайской спецификой, экономика Китая встала на путь глобализированного экономического развития с китайской спецификой. Конкуренция между одними и теми же отраслями не ослабла. Здоровая конкуренция, несомненно, привнесет новую жизненную силу и креативность во всю отрасль. Но когда возникает локальная конкуренция, совершенно нет необходимости рассматривать какие-либо экспортные барьеры, будь то тарифные барьеры или нетарифные барьеры, для конкуренции в этой отрасли.

Как крупнейший производитель коммуникационного оборудования в Китае на сегодняшний день, капитализация Huawei не имеет себе равных ни у одного другого производителя коммуникационного оборудования. Тем не менее, Huawei пыталась завоевать рынок связи Китая во всех аспектах, получая перевод капитала из-за рубежа обратно в Китай для расширения. единоклассный враг всей индустрии связи. Это нарушило гармонию изначально спокойных отечественных поставщиков. В то же время возвращение Huawei в Китай

привело к оживлению отечественной отрасли производства средств связи в той же форме и к высокому вниманию, уделяемому китайскому рынку иностранными производителями средств связи. Индустрия мобильной связи на китайском рынке сталкивается с самой жесткой конкуренцией и большими возможностями.

2. Отчуждение экспортного рынка и совершенствование методов торговли.

Основные маркетинговые направления практически всех компаний мобильной связи в мире не охвачены полностью, а условно разделены на несколько крупных блоков, каждый из которых имеет свой основной основной бренд. Как «новорожденная» компания, которая существует не так давно, как две другие крупные компании в мире, Huawei имеет свою уникальную направленность на распространение на экспортном рынке. Как компания, которая полагается на сигналы как на свое преимущество, Huawei нацелилась на регион голубого океана с широким развитием и приступила к строительству базовых станций передачи сигналов в Южной Африке и других странах, что является новой целью Huawei по контролю за экспортным рынком. Кроме того, китайские производители мобильных телефонов, будь то Huawei, Xiaomi или OPPO, являясь крупной страной торговли, также занимаются экспортом и обработкой деталей связи. Этот бизнес с низкой добавленной стоимостью заставляет китайские предприятия занимать международные Разделение труда В нижней части цепочки создания стоимости Китая, во всей цепочке экспорта мобильных телефонов, по-прежнему находится интенсивная перерабатывающая торговля, которая не только потребляет много труда, но и значительно ослабляет мотивацию китайских брендов к инновациям. Экспортный рынок китайских предприятий должен отличаться от других основных компаний мобильной связи в мире, либо предоставлять другие услуги, либо развивать развивающиеся рынки. В то же время он также должен перейти от простой торговли с низкой добавленной стоимостью к торговле с высокой добавленной стоимостью, чтобы придать предприятиям новую жизненную силу.

3. Запатентованная технология

В мировой индустрии электронного коммуникационного оборудования новые патенты время от времени заменяют старые патенты, и патенты, как «солдатский козырь» для сохранения собственных прав интеллектуальной собственности, часто занимают первичную и противоречивую позицию в коммерческих конфликтах.

Когда мобильные телефоны Huawei экспортируются, они часто сталкиваются с поведением стран-импортеров в области торговой защиты, вызванным такими «патентными барьерами».

В июне 2017 года Соединенные Штаты снова провели «расследование 337» в отношении китайской индустрии мобильных телефонов, то есть из-за важных проблем с патентами.

Комиссия по международной торговле США расследовала партию мобильных телефонов отечественного производства из Китая, включая телефоны Huawei и Xiaomi, которые были экспортированы в Соединенные Штаты, утверждая, что их продукция нарушает права интеллектуальной собственности США, что приводит к недобросовестной конкуренции и недобросовестной прибыли. В своем запросе заявитель ходатайствовал о частичном запрете на ввоз китайских смартфонов. Китай всегда не проявлял инициативу в области патентов, и эта ситуация также имеет место на китайских «первоклассных предприятиях». Отсталость отрасли связи на ранней стадии заставила Китай в значительной степени полагаться на зарубежные страны с точки зрения патентных прав. в индустрии связи. Патенты, и использование патентов связано с передачей права на использование патента. В то время как большинство отечественных мобильных телефонов экспортируются в иностранные компании, соответствующие ведомства стран-экспортеров часто требуют высоких патентных сборов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Чжоу Лэй, Анализ финансовой отчетности Suning Appliances, дипломная работа, 2018 г.
2. Ян Кэцюань, финансовый анализ, [М], Шанхай: Lixin Press, 2019:12-18
3. Ду Сяогуан, Анализ бухгалтерской отчетности [М], Higher Education Press, 2017: 45-56
4. Гу Пин, Мяо Сюцзе, Анализ финансовой эффективности компаний Huawei и ZTE Corporation, 2018: 113-114.
5. Ли Яньвэнь, Фу Фэнъин, Анализ финансовой отчетности, Издательство Университета Цинхуа, 2019: 67-69.
6. Ван Цимин, Анализ финансовой отчетности зарегистрированных на бирже компаний, 2019 г.
7. Лю Фэн, Оценка финансовой деятельности Huawei Technologies Co., Ltd. Академический форум: 2020.9:174-175
8. Донг Мей, Исследование роли анализа финансовой отчетности в корпоративном финансовом управлении, China Economic and Trade, 2021(7): 195-195
9. Чен Цзин, Цзян Ли, Дело финансового анализа Huawei, Times Finance № 7.2018:198-199
10. Юань Гохуэй, Финансовое диалектическое мышление в концепции развития Huawei, Финансы и бухгалтерский учет: 2019.10: 67-69
11. Ду Тао Анализ и оценка финансовых отчетов листинговых компаний Модернизация торговых центров: 2020.10:179-180