

ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КОМПАНИИ «HUAWEI»

Аннотация:

Данная работа рассматривает стратегии интеграционного роста на примере компании Huawei в сфере телекоммуникационных технологий. Исследуются методы, использованные Huawei для расширения своего бизнеса, такие как слияния, поглощения, вертикальная интеграция и стратегические партнерства. Анализируются преимущества, риски и вызовы, связанные с реализацией этих стратегий, а также их влияние на конкурентоспособность и рыночное положение компании. Полученные результаты подчеркивают важность разумного управления рисками и принятия стратегических решений для успешной реализации стратегий интеграционного роста в современной бизнес-среде.

Ключевые слова: Huawei, стратегия интеграционного роста, телекоммуникационные технологии, слияния, поглощения, вертикальная интеграция, стратегические партнерства, конкурентоспособность, риски, управление рисками.

Student: Zhuo Yizi

**The essence, advantages and disadvantages of the organization's integration
growth strategy**

Abstract:

This study examines the strategies of integration growth using Huawei as a case study in the telecommunications technology sector. The methods employed by Huawei to expand its business, such as mergers, acquisitions, vertical integration, and strategic partnerships, are explored. The advantages, risks, and challenges associated with implementing these strategies, as well as their impact on competitiveness and market positioning, are analyzed. The findings underscore the importance of prudent risk management and strategic decision-making for the successful implementation of integration growth strategies in today's business environment.

Keywords: Huawei, integration growth strategy, telecommunications technology, mergers, acquisitions, vertical integration, strategic partnerships, competitiveness, risks, risk management.

Введение

Стратегия интеграционного роста представляет собой существенный инструмент в корпоративном мире, позволяющий компаниям расширять свои возможности и увеличивать конкурентоспособность путем объединения ресурсов и бизнес-возможностей. В этом контексте рассмотрим опыт компании Huawei, глобального лидера в сфере телекоммуникационных технологий, которая успешно применила интеграционные стратегии для укрепления своего положения на рынке.

Целью данного исследования является анализ сущности, преимуществ и недостатков стратегии интеграционного роста организации, а также изучение опыта компании Huawei в применении стратегии интеграционного роста для достижения конкурентных преимуществ.

Задачи исследования:

1. Изучить стратегии интеграционного роста, применяемые Huawei для расширения своего бизнеса и увеличения рыночной доли.

2. Проанализировать преимущества, которые компания получила благодаря реализации интеграционных стратегий, включая экономию за счет масштаба, доступ к новым рынкам и увеличение инновационного потенциала.
3. Выявить недостатки и риски, с которыми столкнулась компания Huawei в процессе реализации стратегий интеграционного роста, включая высокие инвестиционные требования и сложности управления сложными организационными структурами.
4. Определить ключевые факторы успеха и вызовы, которые могут быть полезными для других компаний, стремящихся использовать интеграционные стратегии для своего развития.

Объектом исследования является компания Huawei и ее опыт в применении стратегии интеграционного роста для развития своего бизнеса в сфере телекоммуникационных технологий.

Предметом исследования являются стратегии интеграционного роста, использованные компанией Huawei, а также преимущества, риски и вызовы, связанные с их реализацией.

Методология исследования предполагает смешанный подход, сочетающий количественный и качественный анализ.

Основная часть. Стратегия интеграционного роста относится к продуманному подходу, принятому организациями, направленному, прежде всего, на расширение их операций и присутствия на рынке посредством слияний, поглощений, альянсов или партнерских отношений¹. Эта стратегия влечет за собой интеграцию различных аспектов деловой активности, таких как ресурсы, технологии, рынки и возможности, с целью достижения синергии, экономии за счет масштаба и повышения конкурентоспособности. Интегративный рост включает в себя стратегические действия, которые

¹ Бригхем Ю., Гапенски Л. Финансовый менеджмент: полный курс: в 2-х т. пер. с англ. - СПб., Экономическая школа, 2005. Т. 2. 668 с.

способствуют консолидации дополнительных активов, опыта и рыночных позиций для создания ценности и поддержания долгосрочных траекторий роста. Эту стратегию часто проводят организации, стремящиеся извлечь выгоду из возможностей расширения, диверсификации или проникновения на рынок, одновременно снижая риски, связанные с органическим ростом или конкурентным давлением.

Различают два вида вертикальной интеграции и горизонтальной (см. рис. 1). Вертикальную интеграцию можно разделить на два типа в зависимости от ее направления: вертикальная регрессивная интеграция и вертикальная прогрессивная интеграция. Вертикальная регрессивная интеграция предполагает получение контроля над поставщиками. Эта стратегия используется для защиты важнейших источников поставок или для доступа к новым технологиям, имеющим решающее значение для основных операций². Предприятия, реализующие регрессивную интеграцию, ассимилируют функции, ранее выполнявшиеся поставщиками, получая таким образом контроль над источниками сырья и производством комплектующих. С другой стороны, вертикальная прогрессивная интеграция фокусируется на управлении системами распределения. Эта стратегия предполагает приобретение или усиление контроля над структурами, расположенными между предприятием и конечным потребителем, в частности каналами сбыта и сбыта. Компании прибегают к постепенной интеграции, когда им трудно найти посредников, предлагающих удовлетворительное обслуживание клиентов, или когда они стремятся лучше понять поведение потребителей³.

² Арутюнова Д.В. Стратегический менеджмент: учебное пособие. – Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2014. – 122 с.

³ Аакер, Дэвид. Стратегическое рыночное управление / Дэвид Аакер. – 7-е изд. – Санкт-Петербург: Питер, 2011. – 495 с



Рисунок 1. Виды интеграции

Обоснование интеграции заключается в потенциале повышения прибыльности путем контроля стратегически важных элементов в цепочке поставок, включая производство, закупки и продажи. Можно проводить различные виды вертикальной интеграции, включая полную интеграцию производственной деятельности, частичную интеграцию, когда некоторые компоненты поставляются извне, и квазиинтеграцию через стратегические альянсы без передачи прав собственности.

Горизонтальная интеграция предполагает консолидацию компаний, работающих в одном отраслевом сегменте⁴. Его основная цель – укрепить позиции фирмы в отрасли путем приобретения конкретных конкурентов или получения контроля над ними. Горизонтальные слияния обеспечивают экономию за счет масштаба, расширяют ассортимент продуктов и услуг, тем самым обеспечивая дополнительные конкурентные преимущества. Зачастую расширение географического рынка стимулирует горизонтальную диверсификацию, побуждая к объединению компаний, производящих аналогичные товары, но работающих на разных региональных рынках.

⁴ Гольдштейн Г.Я. Стратегический менеджмент: конспект лекций. – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2013. – 93 с.

Различные методы облегчают интеграционный рост. Системы соглашений, учитывающие интересы каждого участника наряду с общими интересами, являются одним из таких методов. Участники компрометируют часть своего суверенитета, предвидя выгоды от консолидации маркетинговых действий. На более высоком уровне интеграции возникают холдинговые компании, где одна организация, владеющая контрольным пакетом акций, управляет и направляет других на основе общих интересов. Более жесткая форма интеграции предполагает приобретение акций у других участников, что приводит к слияниям или поглощениям, позволяющим диктовать условия в пользу корыстных интересов. Самая мягкая форма интеграции влечет за собой личные контакты и «джентльменские соглашения». Иногда фирмы создают филиалы или дочерние компании, специализирующиеся на закупках или торговой посреднической деятельности⁵. Таким образом, интеграционные стратегии роста различаются по своему подходу и реализации (см. рис. 2), выступая в качестве критически важных инструментов для компаний, стремящихся повысить конкурентоспособность, обеспечить стратегические ресурсы и расширить охват рынка.

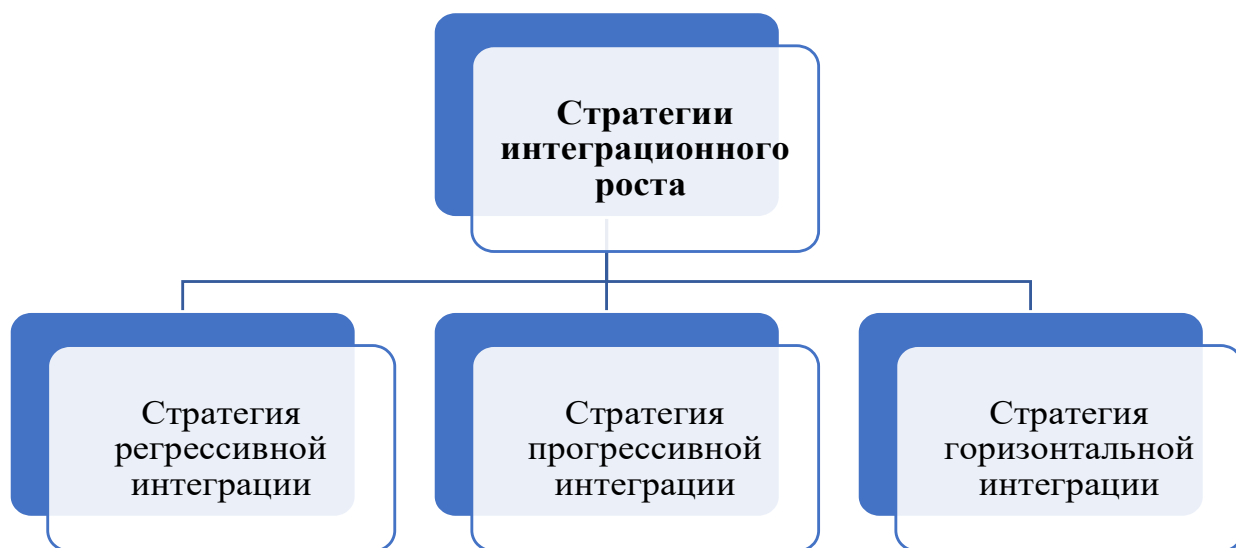


Рисунок 2. Стратегии интеграционного роста⁶

⁵ Боумэн, К. Стратегия на практике / К. Боумэн; пер. с англ. С. Ивановой [и др.]. – Сер. «Теория и практика менеджмента» – Санкт-Петербург: Питер, 2003. – 250 с.

⁶ Составлено автором

Реализация стратегии интеграционного роста предоставляет организациям возможность выхода на новые рынки и выхода в неосвоенные сегменты клиентов⁷. Расширяя свою деятельность за счет слияний, поглощений или стратегических альянсов, компании могут получить выход в географические регионы или демографические рынки, где они ранее имели ограниченное присутствие.

Кроме того, экспансия Huawei на развивающиеся рынки, такие как Африка и Юго-Восточная Азия, предоставила компании доступ к миллионам новых клиентов, ранее недостаточно обслуживаемых устоявшимися игроками⁸. Используя свой опыт в области телекоммуникационной инфраструктуры, Huawei стала ключевым игроком в предоставлении решений для подключения в регионах с растущим спросом на мобильные и интернет-услуги. Кроме того, акцент Huawei на исследованиях и разработках в сочетании с обширной глобальной сетью исследовательских центров и партнерств позволил компании внедрить передовые технологии и решения, адаптированные к конкретным требованиям различных рынков и клиентских сегментов. Этот стратегический подход не только способствовал росту Huawei, но и укрепил ее позиции в качестве ведущего поставщика телекоммуникационного оборудования и услуг во всем мире.

Рассматривая опыт Huawei, стратегии роста интеграции столкнулись с несколькими недостатками. Компания столкнулась с существенными инвестиционными требованиями при реализации интеграционных инициатив, включая слияния, поглощения и вертикальную интеграцию. Эти высокие инвестиционные затраты истощили финансовые ресурсы Huawei и повлияли на краткосрочную прибыльность. Кроме того, Huawei борется с рисками, связанными с управлением сложными организационными структурами в результате действий по интеграции. Культурные конфликты,

⁷ Дойль, П. Менеджмент. Стратегия и тактика / П. Дойль; пер. с англ. А. Вихровой [и др.]. – Санкт-Петербург: Питер, 1999. – 559 с.

⁸ Юго-Восточная Азия – будущий центр продуктового ритейла. Официальный сайт Retail.ru. (Электронный ресурс). – URL: <https://www.retail.ru/articles/yugo-vostochnaya-aziya-budushchiy-tsentr-produktovogo-riteyla/> (дата обращения: 18.03.2024)

нормативные препятствия и технологические проблемы создали значительные препятствия для беспрепятственной интеграции и реализации синергии. Кроме того, Huawei столкнулась с потенциальными проблемами при слияниях и поглощениях, включая вопросы, связанные с культурной интеграцией, оперативным согласованием и соблюдением нормативных требований. Помимо прочего существует риск потери внимания к основным бизнес-процессам из-за усилий по интеграции, что может привести к пренебрежению инновациями продукта, качеством обслуживания клиентов и операционной эффективностью.

Заключение

В заключении, анализ интеграционного роста на примере опыта компании Huawei подчеркивает как преимущества, так и вызовы, связанные с этой стратегией. Подход, направленный на расширение бизнеса через объединение ресурсов и возможностей, может принести значительные экономические и инновационные выгоды. Однако, необходимость значительных инвестиций, управление сложными организационными структурами и риск потери фокуса на основных бизнес-процессах выделяются среди основных проблем. Важно понимать, что эффективное внедрение интеграционных стратегий требует тщательного планирования, управления рисками и стратегического мышления. Рациональное принятие решений, основанное на анализе преимуществ и недостатков, а также максимальное внимание к деталям в процессе интеграции являются ключевыми факторами успеха. Несмотря на сложности, компании, смело принимающие вызов интеграционного роста, могут расширить свою деятельность, укрепить свои позиции на рынке и стать лидерами в своей отрасли.

Список использованной литературы

1. Аакер, Дэвид. Стратегическое рыночное управление / Дэвид Аакер. – 7-е изд. – Санкт-Петербург: Питер. – 2011. – 495 с
2. Боумэн, К. Стратегия на практике / К. Боумэн; пер. с англ. С. Ивановой [и др.]. – Сер. «Теория и практика менеджмента» – Санкт-Петербург: Питер. – 2003. – 250 с.
3. Бригхем Ю., Гапенски Л. Финансовый менеджмент: полный курс: в 2-х т. пер. с англ. - СПб., Экономическая школа. – 2005. – Т. 2. – 668 с.
4. Гольдштейн Г.Я. Стратегический менеджмент: конспект лекций. – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2013. – 93 с.
5. Гурков, И. Б. Стратегия и структура корпорации: [учеб. пособие] / И. Б. Гурков; Акад. народ. хоз-ва при Правительстве РФ, Гос. ун-т упр. – Москва: Дело. – 2006. – 320 с.
6. Дойль, П. Менеджмент. Стратегия и тактика / П. Дойль; пер. с англ. А. Вихровой [и др.]. – Санкт-Петербург: Питер. – 1999. – 559 с.
7. Томпсон А.А., Стрикленд А. Дж. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа: пер. с англ. - М., Вильямс. – 2008. – 928 с.
8. Томпсон-мл., А. А. Стратегический менеджмент. Концепции и ситуации для анализа / А. А. Томпсон-мл., А. Дж. Стрикленд III; [пер. с англ. А. Р. Ганиевой и др.]. – 108 – 12-е изд. – Москва [и др.], 2007. – 928 с.
9. Юго-Восточная Азия – будущий центр продуктового ритейла. Официальный сайт Retail.ru. (Электронный ресурс). – URL: <https://www.retail.ru/articles/yugo-vostochnaya-aziya-budushchiy-tsentr-produktovogo-riteyla/> (дата обращения: 18.03.2024)