

Ю Цзиньцзюй

студентка

Жильцов Владимир Анатольевич

канд. психол. наук, доцент, директор

ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов»

г. Москва

АНАЛИЗ УПРАВЛЕНИЯ АКТИВАМИ МЕЖДУНАРОДНОЙ КОМПАНИИ НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИЙ HUAWEI

***Аннотация:** в работе рассмотрена деятельность одной из крупнейших китайских компаний в сфере телекоммуникаций, как Huawei. Huawei могла стать международной компанией, так как у нее есть особый стиль управления.*

***Ключевые слова:** Huawei, цель, модель.*

Huawei – одна из крупнейших китайских компаний в сфере телекоммуникаций. Основана бывшим членом Народно-освободительной армии Китая Жэнем Чжэнфэем в 1987 году.

Решения и продукция Huawei включают: оборудование беспроводных сетей, оборудование базовой сети, оборудование транспортной сети, сетевые устройства, приложения и аппаратное обеспечение и терминалы.

Концепция бренда: На выставке MWC – 2015 компания Huawei представила новую концепцию бренда – Make it Possible («Сделай это возможным»); И компания Huawei представляет новый девиз бренда: «Dreams inspire creativity» («Мечты вдохновляют на творчество»).

Главное стремление – создать общие для Huawei и потребителей духовные ценности.

С самого начала создания компании Huawei, Жэнем Чжэнфэем последовательно выступает за независимые исследования и разработки, в противном случае, основные технологии в руках других людей, пассивными на рынке. Он часто напоминает сотрудникам Huawei: овладением центром технологии является жизнь Huawei.

Цель Huawei – это технологии как основной конкурентоспособности, чтобы выиграть более чем на 10% от производственных краев, постепенно завоевала ведущие технологии и расширяющиеся прибыли.

На первом этапе, модель управления Huawei является «три высоких», высокая эффективность, высокое давление, высокий уровень заработной платы. В той числе, высокий уровень заработной платы – это главная сила, которая обеспечивает высокую эффективность и высокое давление. Потому что Жэнем Чжэнфэем знает, что люди не хватает денег в то же такое обществе, только использование такого способа, его сотрудники только стараются работать, и помочь Huawei выполнить задачу быстрого расширения.

На втором этапе, в компании отличных сотрудников очень мала, поэтому появились конфликтами разного типа: руководитель и сотрудники, между отелями, между сотрудниками и т. д. И нужно регулировать все противоречия и объединить их познания. И сейчас Huawei нужно создать свою культуру предприятия, включать в себя перспективу миссию и ценность и т. д. Поэтому появились книгой «Основной закон Huawei», в книге написали основные теории управления предприятием. Эта книга представить помощь для СЕО и сотрудники компании.

На третьем этапе, Жэнем Чжэнфэем хочет открыть иностранные рынки, и стать международной компанией. Поэтому текущие теории уже не могли удовлетворить потребности компании. Срочно нужно повышать управление средством, и найти лучшие способы испытания талантов. Потом Huawei и IBM сотрудничали и привели в движение проект «Тактика и планирование ИТ», и пригласили специалиста IBM, и начинается проводить инновация продукции.

Развитие СТ и ИТ в настоящее решение ICT с гибкой моделью развертывания в соответствии с задачами бизнеса, включать в себя такие опции, как облачная модель, централизованная модель или выделенная модель для локального развертывания. Huawei использует Систему поддержки инфраструктуры (IES) в качестве следующего поколения для реализации требований SDN / NFV в технологии ИТ для СТ.

Развитие отраслевой цепочки распределения ценности: в дополнение к ценному активу операторов связи, компания Huawei, сотрудничая с партнерами или M&A, вносит постоянный и существенный вклад в развитие компетенции решения с целью создания здоровой экосистемы с развитой цепочкой распределения ценностей с игроками отрасли.