

Ши Сяовэй

магистрант

Сардарян Анна Романовна

канд. экон. наук, доцент

Институт туризма и гостиничного бизнеса

ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов»

г. Москва

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА В КОМПАНИИ HUAWEI

Аннотация: в статье рассматривается организационная культура в компании Huawei, в частности факторы достижения успеха на международном рынке и нацеленность на предпочтения клиентов нового поколения. Компанию отличает глубокое понимание индустриальных тенденций и фокус на ИТ-решениях, особенно облачных технологиях как для операторского, так и корпоративного рынков.

Ключевые слова: организационная культура, компания Huawei.

Термин «организационная культура» охватывает большую часть явлений духовной и материальной жизни коллектива: доминирующие в нем материальные ценности и моральные нормы, принятый кодекс поведения и укоренившиеся ритуалы, манера персонала одеваться и установленные стандарты качества выпускаемого продукта.

В своей фундаментальной монографии Э. Шейн (1992) определяет культуру организации как совокупность базовых коллективных представлений, которые обретает группа, разрешая те или иные проблемы адаптации к изменениям внешней и внутренней среды. Если такие коллективные представления сформировались и показали свою эффективность, если они передаются новым членам группы как нечто, обладающее ценностью, то мы можем говорить о том, что организация обладает собственной культурой [1]. Китайская телекоммуникационная компания Huawei как одна из крупнейших китайских компаний в сфере телекоммуникаций имеет свою собственную организационную культуру.

Компания Huawei создана в 1987 году в городе Шэнъчэнь, основатель является бывшим членом народно-освободителей армии Китая Жэнь Чжэнфэй. Название «Huawei» состоит из двух частей, пишется двумя иероглифами и имеет двойной смысл, «Hua» переводится и как «Китай», и как «отличный», «wei» – «достижение» или «действие». Таким образом, получаем нечто вроде «китайское достижение» или «отличное действие».

Если сегодня посмотреть на компанию Huawei, то окажется, что она, с одной стороны, входит в международный рейтинг Fortune 500. С другой стороны, её выручка в большей степени формируется за счет зарубежного оборота, и он превышает внутренний. В прошлом году, выручка компании была максимальной за всю историю компании, и составила \$46,5 млрд в продажах. Чистая прибыль составила \$4,49 млрд.

Huawei принимает активное участие в работе крупнейших отраслевых ассоциаций, конференций и выставок на территории России, ведет научно-исследовательскую деятельность. Сегодня у компании 11 офисов в России – от Владивостока до Санкт-Петербурга, в которых работают сотни россиян.

Ключевыми факторами успешной работы Huawei на российском рынке являются:

- долгосрочные отношения с местными партнерами;
- сотрудничество по ряду инновационных проектов с крупнейшими компаниями страны;
- активный диалог как с правительственные и законодательными органами, так и с потребителями продуктов и покупателями услуг;
- сильная организационная культура.

Среди важнейших факторов достижения успеха – сильная организационная культура, сформированная в течение долгих лет со дня основания компании. В отличие от многих своих конкурентов, Huawei работает ради своих клиентов. Кроме того, работники придерживаются идеи, что для того, чтобы получить много от компаний, нужно много трудиться [2].

Также еще один факт отличает Huawei от конкурентов. Компанией, по сути, владеют все сотрудники, которые заинтересованы не в сиюминутной прибыли, а в росте стоимости акций компании. Также это позволяет не только привлекать, но и удерживать хороших специалистов. Основатель Huawei Жэнь Чжэнфэй полагает, что это помогает фирме придерживаться своих целей и долгосрочного видения. Например, Huawei, в отличие от Ericsson и Motorola планирует свое развитие на десятилетия вперед, в то время как большинство конкурентов планируют на квартал или год. Также, в связи с тем, что Huawei остается частной компанией, акции которой распределены между сотрудниками, это позволяет не волноваться и не реагировать на краткосрочные колебания на рынке капитала.

Также, в Huawei внедрена система ротации генеральных директоров. Она работает следующим образом: в компании существует три заместителя председателя компании, которые поочередно становятся CEO на срок от полугода до года. Но в то же время председатель компании имеет право заниматься общим руководством в компании, выступая в качестве ментора для генерального директора, который занимает этот пост. Данная система имеет логическое обоснование. Она снижает риски, так как в случае ошибки одного из CEO, в должность вступает профессионал, знающий компанию и способный решить эту проблему.

Компании Huawei имеет крупная организационная структура (рис. 1).

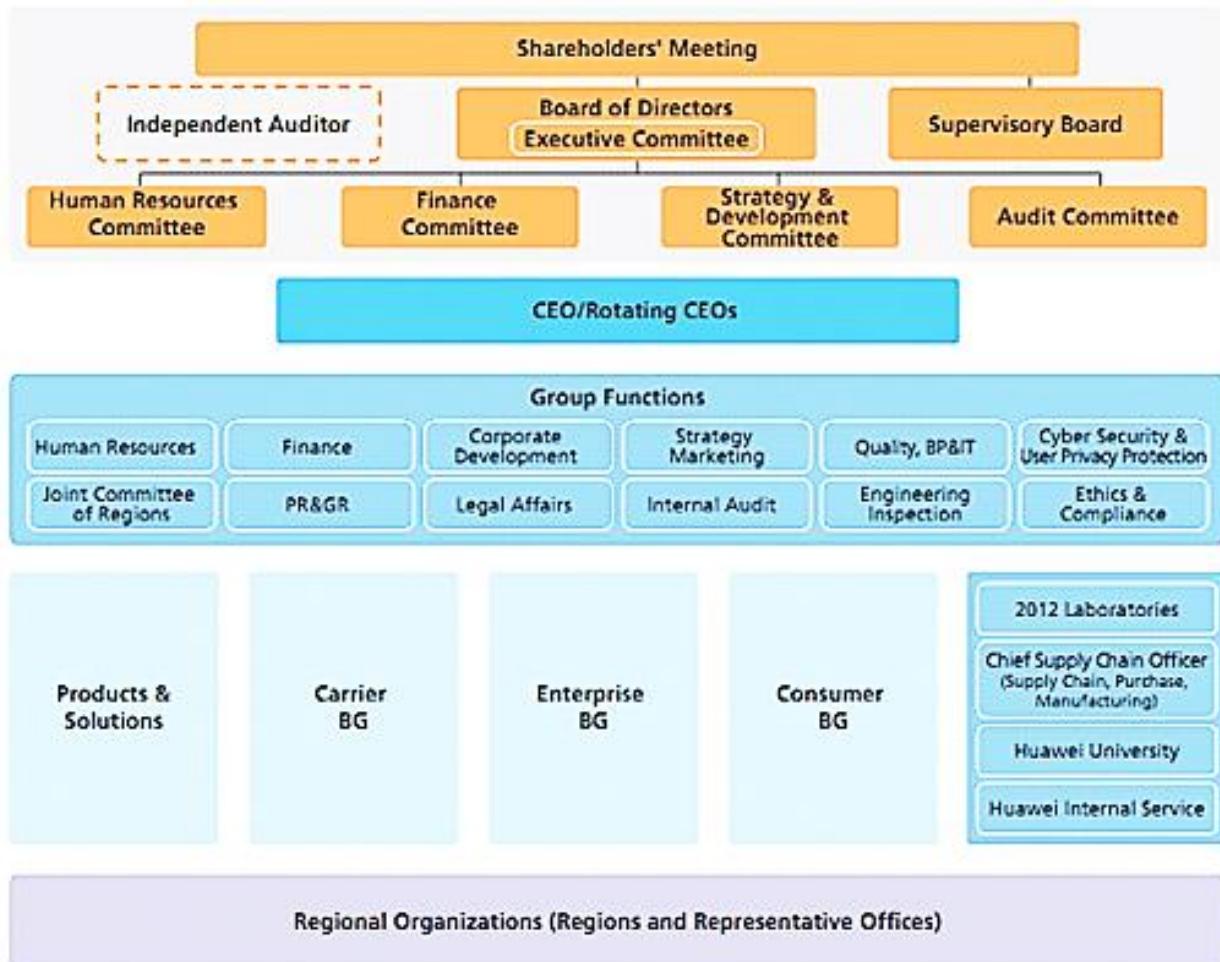


Рис.1 Схема организационной структуры компании Huawei

Собрание акционеров имеет самые высокие полномочия в компании, и принимает решения относительно увеличения капитала компании, распределения доходов, выбора членов Совета директоров/Наблюдательного совета.

Совет директоров является органом принятия решений в сфере разработки корпоративной стратегии и управления компанией. Совет директоров осуществляет общее руководство и контроль основных деловых операций и принимает решения по всем стратегическим вопросам. Для поддержки своей деятельности Совет директоров создал Комитет по кадровым ресурсам, Финансовый комитет, Комитет по стратегическому развитию и Комитет по аудиту.

Основные задачи и обязанности Наблюдательного совета включают контроль финансовых и операционных показателей компании, контроль выполнения обязанностей членами Совета директоров и руководством высшего звена, а также стандартизация работы Совета директоров.

Huawei применяет систему ротации генеральных директоров компании под руководством Совета директоров. Выступая в роли главного действующего лица в компании и кризисного менеджера в период действия полномочий, генеральный директор отвечает за жизнеспособность и развитие компании.

С 2000 года компания KPMG является независимым аудитором Huawei. KPMG осуществляет аudit годовой финансовой отчетности компании. В соответствии со стандартами учета и процедурами проверки, независимый аудитор выражает свое мнение о правильности и прозрачности финансовой отчетности.

В 2014 году компания постепенно адаптировала структуру бизнеса для деятельности в трех ключевых областях: клиенты, продукты, регионы. Различные подразделения компании занимаются финансовыми вопросами, отвечают за повышение конкурентоспособности продуктов и оказываемых клиентам услуг, и таким образом вносят совместный вклад в развитие компании клиента.

1. С учетом бизнес-моделей и функциональных особенностей, существующих в операторском, корпоративном и потребительском сегментах рынка, компания провела реструктуризацию соответствующих бизнес-групп для оптимизации процесса предоставления инновационных, дифференцированных, передовых решений.

2. Для того, чтобы адаптироваться к всевозрастающей конвергенции ИТ и КТ технологий, а также оценить и усилить конкурентные преимущества в рамках предоставляемых продуктов и решений и повысить качество предлагаемых услуг, компания создала подразделение Продукты и Решения.

3. Региональные подразделения представляют собой операционные центры в регионах присутствия и отвечают за развитие и эффективное использование региональных ресурсов и возможностей. Компания оптимизировала структуру региональных подразделений, что позволило упростить процесс делегирования полномочий в локальные офисы.

4. Компания постоянно укрепляет партнерские отношения с клиентами и таким образом поддерживает эффективный и стабильный рост.

Функциональные подразделения осуществляют сопровождение бизнеса, обслуживание и контроль. Они обеспечивают своевременную и эффективную поддержку региональных отделений, контролируют их деятельность наряду с делегированием необходимых полномочий.

И в компании Huawei существуют следующие ключевые ценности: ориентация на клиента; вовлеченность; непрерывное совершенствование; открытость и инициативность; соблюдение принципов деловой этики; работа в команде.

Ориентация на клиента. Компания Huawei стремится учитывать все требования своих клиентов, реализовать их цели и развивать взаимовыгодные партнерские отношения. Они глубоко вникают в проблемы заказчика и постоянно поддерживают обратную связь в процессе работы.

Вовлеченность. Они глубоко заинтересованы в успехе своих клиентов, и делают все возможное, чтобы выполнить свои обязательства. Они оценивают свою работу исходя из того, какой вклад они привнесли в повышение эффективности бизнеса заказчика.

Непрерывное совершенствование. Компания постоянно совершенствует свою работу, стремится расширять свои возможности, знания и опыт.

Открытость и инициативность. Компания постоянно расширяет свои знания и опыт и делится ими как внутри, так и за пределами компании. Их точка зрения всегда уникальна, они учитывают предложения других относительно сфер совершенствования своей деятельности, делятся своими знаниями и выводами, чтобы внести вклад в развитие отрасли.

Соблюдение принципов деловой этики. Компания всегда стараются выполнять свои обязательства перед клиентами и партнерами. Они придерживаются честной деловой практики в своей работе и поддерживают высокие стандарты в отношении целостности и безопасности информации.

Работа в команде. Именно работа в команде позволяет компании укрепить кросс-культурное сотрудничество, взаимодействие между подразделениями компании и добиться успеха, а также постоянно повышать эффективность своей деятельности [3].

Список литературы

1. Одинцова О.Н. Организационная культура: сущность и методология анализа Э. Шейна // Экономика и современный менеджмент: Теория и практика. – М., 2014.
2. 变与不变:企业文化与企业发展的匹配——基于对任正非文化观的研究 [期刊论文] 《中国人力资源开发》 PKU CSSCI -2015年12期 武守强刘超胡天雨. – 09.10.2015.
3. Сайт компании Huawei [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.huawei.com/ru/about-huawei/>