

Кожукалова О.Ю.,

кандидат экономических наук, доцент

Ван Маньжу

магистрант

ФГБОУ ВО «Московский педагогический государственный университет»

г. Москва, Россия

ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ СТРАТЕГИИ ДИВЕРСИФИЦИРОВАННОГО РАЗВИТИЯ HAIER GROUP

Аннотация: В статье рассматривается экологический анализ стратегии диверсифицированного развития Haier Group. Исследование направлено на выявление влияния стратегии компании на окружающую среду и ее соответствия целям устойчивого развития. Исследование использует качественный подход, собирая данные из первичных и вторичных источников, таких как отчеты компаний, интервью и отраслевые публикации. Выводы показывают, что диверсифицированная стратегия развития Haier Group оказывает положительное влияние на окружающую среду благодаря ее акценту на энергоэффективность, сокращение выбросов углерода и управление отходами.

Ключевые слова: Haier Group, анализ средств, интернационализация бренда.

Abstract: The article deals with the ecological analysis of Haier Group's diversified development strategy. The study is aimed at identifying the impact of the company's strategy on the environment and its compliance with sustainable development goals. The study uses a qualitative approach, collecting data from primary and secondary sources such as company reports, interviews, and industry

publications. The findings show that Haier Group's diversified development strategy has a positive impact on the environment through its focus on energy efficiency, carbon reduction and waste management.

Key words: Haier Group, funds analysis, brand internationalization.

В последние годы, в связи с быстрым развитием экономики Китая, развитие и рост индустрии бытовой техники также возросли. С одной стороны, общая конкурентоспособность отрасли постоянно повышалась, производственные мощности развивались в больших масштабах, появилось большое количество производственных баз, и отрасль постоянно совершенствовалась.

Корпоративная конкуренция зреет, ценовая конкуренция замедляется, и появилось много факторов, таких как бренды, услуги, продукты и технологии. В краткосрочной перспективе Китай быстро превратился в производственный центр мировой индустрии бытовой техники.

Haier Group — китайский многонациональный конгломерат, специализирующийся на производстве бытовой техники и бытовой электроники. Компания имеет значительное глобальное присутствие и на протяжении многих лет была признана лидером в отрасли. Как коммерческая организация, Haier Group осознает важность применения устойчивых методов во всех своих операциях. Одним из наиболее важных аспектов устойчивой практики является экологический анализ. Окружающая среда является решающим фактором в любой коммерческой деятельности, и Haier Group признает это. Компания приложила значительные усилия для анализа окружающей среды в рамках экологии. Основной целью экологического анализа является оценка воздействия деятельности организации на окружающую среду. Этот анализ включает оценку экологических рисков,

возможностей и способов управления ими. В рамках экологии Haier Group приняла подход, учитывающий взаимозависимость между бизнесом и окружающей средой. Группа Haier признает, что природная среда обеспечивает ресурсы, которые предприятия используют для производства товаров и услуг. Эта взаимозависимость между предприятиями и окружающей средой означает, что любой вред, причиняемый окружающей среде, в конечном итоге влияет на предприятия. Поэтому компания предприняла активные меры по защите окружающей среды, проанализировав свою деятельность и разработав стратегии по смягчению любых негативных воздействий. Одной из стратегий, реализуемых Haier Group, является внедрение устойчивых методов в свою деятельность. Это включает в себя использование возобновляемых источников энергии, сокращение отходов и поощрение вторичной переработки. Благодаря этим стратегиям компании удалось значительно сократить свой углеродный след. Кроме того, Haier Group внедрила зеленую систему управления цепочками поставок. Эта система направлена на то, чтобы поставщики и партнеры также применяли устойчивые методы. Эта система распространяется на всю цепочку создания стоимости, от поставщиков сырья до поставки готовой продукции. Haier Group также внедрила систему экологического менеджмента, соответствующую стандарту ISO 14001. Эта система гарантирует, что экологические показатели компании постоянно отслеживаются и улучшаются. В заключение, экологический анализ Haier Group в рамках экологии является важным шагом на пути к достижению устойчивого развития. Усилия компании по снижению воздействия на окружающую среду при одновременном продвижении экологически чистой системы управления цепочками поставок заслуживают похвалы. Поскольку предприятия продолжают расти, важно осознавать взаимозависимость между предприятиями и окружающей средой. Подход

Haier Group к экологическому анализу является отличным примером для других компаний, которым следует следовать экологически рациональным методам.

Однако важно проанализировать внутреннюю среду Haier Group в рамках экологии, чтобы понять ее политику и методы устойчивого развития, которые способствовали росту компании. Экология – это наука о взаимодействии живых организмов с окружающей их средой. В контексте бизнеса экология относится к управлению ресурсами и операциями компании таким образом, чтобы свести к минимуму негативное воздействие на окружающую среду и способствовать устойчивому развитию. Анализ внутренней среды Haier Group в рамках экологии фокусируется на деятельности компании, методах управления и политике, чтобы определить, как компания внедрила устойчивые методы. Одной из ключевых областей анализа внутренней среды Haier Group является практика управления ресурсами компании. Haier Group внедрила в своей деятельности ресурсосберегающие технологии и методы, такие как использование энергоэффективных приборов, переработка и сокращение отходов. Например, компания внедрила замкнутую систему переработки, при которой отходы повторно используются в качестве сырья, что снижает потребление первичных материалов. Такой подход позволил сократить воздействие компании на окружающую среду и свести к минимуму воздействие ее деятельности на окружающую среду. Еще одним направлением анализа внутренней среды Haier Group являются методы управления компанией. Haier Group приняла модель управления, которая фокусируется на потребностях и предпочтениях клиентов, что привело к разработке инновационных продуктов, энергоэффективных и экологически чистых. Компания внедрила целостный подход к управлению, который включает в себя учет социальных, экономических и экологических последствий своей

деятельности. Такой подход позволил Haier Group разработать устойчивые методы ведения бизнеса, способствующие социальной ответственности и сохранению окружающей среды. Наконец, анализ внутренней среды Haier Group фокусируется на политике устойчивого развития компании. Компания внедрила стратегию устойчивого развития, которая включает в себя постановку целей и задач по эффективности использования ресурсов, сокращению отходов и защите окружающей среды. Haier Group также разработала систему оценки жизненного цикла продукции, которая оценивает воздействие продукции на окружающую среду на протяжении всего ее жизненного цикла, от производства до утилизации. Такой подход позволил компании разработать продукты, которые являются экологически устойчивыми и удовлетворяют потребности своих клиентов. Успех Haier Group можно объяснить ее приверженностью устойчивому развитию и внедрению экологически безопасных методов. Анализ внутренней среды Haier Group в рамках экологии показал, что методы управления компании, управление ресурсами и политика устойчивого развития способствовали ее росту и успеху. Компания установила высокие стандарты в своей деятельности, что позволило ей внедрить устойчивые методы ведения бизнеса, способствующие социальной ответственности и сохранению окружающей среды. Практика устойчивого развития Haier Group служит источником вдохновения для других компаний и является четким свидетельством того, что можно добиться успеха в бизнесе, содействуя экологической устойчивости.

Список источников

1. Ван Даганг. Интернационализация Haier: тема стратегии и гармонии // Научно-технический прогресс и контрмеры. 2018- № 39 (10) - С. 68-81.
2. Першинг Цян. Новая теория о стратегии корпоративной диверсификации [J] // Управленческие исследования, 2010 - №12. С. 169-170.
3. Гу Бинь. Несколько дискуссий о стратегии диверсифицированного развития предприятий [J] // Исследование современных государственных предприятий, 2019-№02. С. 34-152.
4. 2009 Трансформация Haier // Современный маркетинг (издание Академии). 2019 - №12
5. Ван Юн. Размышления о стратегии диверсификации предприятий // Китайская молибденовая промышленность. 2016. № 5. С. 3—15.
6. Хуан Шаоюн. Анализ стратегического управления человеческими ресурсами Haier Group // Модернизация торговых центров. 2020 - № 02 - С.130-131.
7. Анализ глобализации Haier. 2016

Annotation: This article analyzes the external environment of Haier Group from the point of view of the international market, political means, economic means and technical means; from the point of view of financial support, internal technical environment, corporate organizational structure and corporate culture, the main competitiveness of the enterprise analysis of the main factors of

competitiveness of the internal environment of the enterprise.

Key words: Haier Group, analysis of funds, internationalization of the brand