

Ло Шуньюй

студент

Московский педагогический государственный университет

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ФАКТОРОВ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ КОМПАНИИ ХИАОМИ

Аннотация: статья посвящена анализу факторов конкурентной среды китайской компании Xiaomi на российском рынке. Применен широко известный вид анализа – PESTEL, с помощью которого выделены политические риски, экономические факторы, социальные факторы, технологические факторы, экологические факторы и правовые факторы, характеризующие конкурентную среду компании.

Ключевые слова: PESTEL анализ, бренд, конкуренция, вызовы, бизнес-модель, ESG, политические риски, экономические факторы, социальные факторы, технологические факторы, экологические факторы, правовые факторы.

Luo Shunyu

student

Moscow Pedagogical State University

GENERAL DESCRIPTION OF XIAOMI COMPETITIVE ENVIRONMENT FACTORS

Abstract: the article is devoted to the analysis of the factors of the competitive environment of the Chinese company Xiaomi in the Russian market. A well-known type of analysis was applied - PESTEL, with the help of which political risks, economic factors, social factors, technological factors, environmental factors and legal factors that characterize the competitive environment of the company are highlighted.

Key words: PESTEL analysis, brand, competition, challenges, business model, ESG, political risks, economic factors, social factors, technological factors, environmental factors, legal factors.

Конкурентная среда компании Xiaomi в данной статье будет проанализирована с помощью PESTEL-анализа.

Xiaomi является одним из наиболее популярных брендов мобильных телефонов на российском рынке. В 2020 году Xiaomi была вторым по популярности брендом в России с долей рынка смартфонов 19%, опережая таких конкурентов, как Huawei и Honor. Одной из главных причин популярности Xiaomi в России является их демократичная ценовая политика, позволяющая представить качественные продукты по приемлемым ценам. Также к росту популярности компании в России привели инновационные технологии, которые Xiaomi активно внедряет в своих устройствах.

Несмотря на популярность, Xiaomi также сталкивается с конкуренцией на рынке мобильных телефонов в России. Конкуренция на рынке довольно высока, особенно со стороны таких брендов, как Samsung и Apple, которые остаются лидерами рынка мобильных устройств в России. Кроме того, на рынке доминируют также другие крупные игроки, такие как Huawei, Honor и мобильных телефонов и занимает прочную позицию на нем благодаря своей демократичной ценовой политике, инновационным технологиям и высокому качеству ее продуктов.

Однако, несмотря на позитивные результаты, конкуренция на рынке электроники неуклонно растет, и Xiaomi могут столкнуться с новыми вызовами в ближайшем будущем. Вместе с тем компания продолжает внедрять новые технологии и инновации, чтобы оставаться конкурентоспособной на рынке. В целом, компании электроники сильно зависят от политической обстановки и должны быть готовы к изменениям в законодательстве и экономической политике, чтобы приспособливаться к ним и защищать свои интересы.

Компания Xiaomi, как и любая другая компания, может быть подвержена ряду политических рисков, которые могут повлиять на её бизнес. Наиболее заметными из них могут быть следующие:

1. Тарифы и торговые войны: Xiaomi является китайской компанией, и ее бизнес может быть подвержен воздействию торговых войн и введению тарифов на китайские товары. Это может привести к существенному снижению оборотов и прибыли компании.

2. Регулятивный контроль: Китай имеет жесткие правила и нормативные акты, которые могут ограничить деятельность Xiaomi. Кроме того, Xiaomi может столкнуться с регулятивным контролем в других странах, где она имеет деловую активность.

3. Зависимость от китайского правительства: Xiaomi может зависеть от контрактов и заказов, поступающих от китайского правительства. Если политическая ситуация в Китае изменится, такие контракты могут быть отменены или продлены, что может повлиять на финансовое состояние компании.

4. Изменение налоговых ставок: изменение налоговой ситуации может повлиять на доходность Xiaomi, т. к. она продает свои продукты в разных странах и может столкнуться с различными практиками налогообложения.

5. Конкуренция в отдельных рынках: в отдельных рынках Xiaomi может столкнуться с жесткой конкуренцией со стороны других китайских или иностранных брендов, что может негативно повлиять на ее долю на рынке.

В целом, компания Xiaomi несет политические риски, как и любая другая компания, и должна быть готова к изменениям в законодательстве и экономической политике, чтобы приспосабливаться к ним и защищать свои интересы.

Среди экономических факторов, которые могут оказать влияние на развитие компании Xiaomi, можно выделить следующие:

Повышение или снижение экономической активности в Китае и мире: Xiaomi является компанией со значительной экспозицией на китайском и мировом рынках. В условиях повышенной экономической активности и роста национальных экономик, у компании может быть больше возможностей для

расширения бизнеса, а заниженная экономическая активность может снизить спрос на продукцию компании.

2. Изменение налоговой и таможенной политики: изменения в налоговой и таможенной политике государств, где Xiaomi имеет свои операции, могут негативно сказаться на ее финансовых показателях. Увеличение налоговых ставок и рост таможенных пошлин могут снизить прибыльность компании, в то время как снижение налоговой нагрузки или таможенных пошлин могут обеспечить ей преимущества перед конкурентами или улучшить финансовые показатели компании.

3. Изменение курсов валют: Xiaomi оперирует на мировом рынке и может подвергаться воздействию изменения курсов валют различных стран. В случае ухудшения курсов валют прибыльность Xiaomi в местных валютах может снижаться, а рост валютных курсов может обеспечивать ей дополнительную выручку и конкурентные преимущества.

4. Инфляция: инфляционные давления могут оказать влияние на экономическую активность компании Xiaomi, на ее доходы и расходы. Растущая инфляция может приводить к повышению затрат на производство, доставку, упаковку и хранение продукции, что снизит прибыльность компании.

5. Изменение цен на нефть: компания Xiaomi в значительной степени зависит от перевозок и поставок продукции по всему миру, и изменение цен на нефть может оказать воздействие на ее эксплуатационные расходы.

Общие политические и экономические факторы могут оказать существенное влияние на бизнес-модель и финансовое положение компании Xiaomi. Однако, компания готова к приему вызовов и постоянно совершенствует свою бизнес-модель, что позволяет ей успешно приспосабливаться к новым условиям на рынке.

Социальные факторы, которые могут повлиять на развитие компании Xiaomi, могут включать в себя следующие аспекты:

1. Изменение потребительских предпочтений: потребители всегда имеют свои предпочтения и требования к технологическим продуктам. Изменения в потребительском поведении могут повлиять на сбыт продукции и на конкурентоспособность компании. Xiaomi должна быть готова изменять свои продукты в соответствии с изменением потребительских предпочтений.

2. Развитие новых технологий: новые технологии могут иметь влияние на спрос на технологические продукты. Xiaomi должна следить за новыми технологиями и внедрять их в свои продукты для сохранения или увеличения конкурентоспособности.

3. Значимость вопросов безопасности и конфиденциальности: вопросы безопасности и конфиденциальности продуктов могут оказывать влияние на репутацию компании Xiaomi. Компания должна обеспечить надежность своих продуктов и защиту личной информации потребителей, что позволит сохранить имидж и привлечь больше потребителей.

4. Требования к устойчивости: устойчивость и социальная ответственность становятся все более важными для потребителей. Xiaomi должна следить за требованиями потребителей в области экологии и социальной ответственности, чтобы поддерживать свой имидж и привлекать больше потребителей.

5. Культурные различия: компания Xiaomi имеет деловую активность в разных странах и культурных средах, что может повлечь за собой различные трудности и риски. Компания должна понимать культурные особенности тех стран, где она работает, чтобы быть более конкурентоспособной и адаптироваться к местным потребительским предпочтениям.

В целях соблюдения требований потребителей и общественного мнения компания Xiaomi должна быть готова не только следить за социальными тенденциями, но и быстро реагировать на них, чтобы сохранить свою позицию на рынке.

Среди технологических факторов, которые могут оказать влияние на развитие компании Xiaomi, можно выделить следующие:

1. Развитие новых технологий: новые технологии, такие как искусственный интеллект, блокчейн, интернет вещей и многие другие, могут привнести в индустрию электроники новые возможности и способы взаимодействия между продуктами и пользователями. Xiaomi должна следить за новаторскими технологиями и интегрировать их в свои продукты, чтобы сохранять конкурентоспособность и увеличивать долю на рынке.

2. Скорость разработки и производства: индустрия электроники опережает свое время, и скорость разработки и производства также является важным фактором в успехе компании. Xiaomi должна работать над ускорением производства и внедрением технологий, которые позволят ей быстро выпускать новые продукты.

3. Качество продукции: качество продукции может негативно повлиять на репутацию компании. Xiaomi должна постоянно работать над повышением качества своих продуктов, используя передовые технологии и методы контроля качества.

4. Конкуренция со стороны других компаний: Xiaomi работает в сильно конкурентной среде, где конкурентам также доступны современные технологии. Компания должна постоянно следить за рынком и конкурентами, а также развивать свои технологии быстрее, чем конкуренты.

5. Учет экологических и социальных требований: правительства обращают все большее внимание на экологические и социальные вопросы. Xiaomi должна следовать этим новым правилам и требованиям для сохранения своего имиджа и защиты окружающей среды.

является компанией, основывающей свой успех на инновациях и новейших технологиях, которые используются в ее продуктах. Компания должна продолжать следить за новыми тенденциями и изменениями на рынке, чтобы удерживать свою позицию в индустрии электроники.

Экологические факторы — это одна из ключевых составляющих устойчивого развития бизнеса компании Xiaomi. Компания Xiaomi тесно работает в области экологии и уделяет большое внимание экологическим

вопросам в своей бизнес-модели. Среди экологических факторов для развития компании Xiaomi можно выделить следующие:

1. Устойчивость и эффективность использования ресурсов. Компания Xiaomi стремится к устойчивому использованию ресурсов, включая энергию, воду, материалы и т. д. Например, компания использует солнечные панели для производства энергии в своих зданиях и промышленных парках. Кроме того, Xiaomi стремится к повышению эффективности использования ресурсов, например, внедрением технологий, которые уменьшают потребление энергии и материалов в производстве.

2. Уменьшение выбросов в атмосферу. Компания активно работает над снижением выбросов в атмосферу, связанных с производством и транспортировкой товаров. Xiaomi активно инвестирует в разработку грузовых дронов и электрических транспортных средств, которые помогают снизить выбросы в атмосферу.

3. Управление отходами. Компания Xiaomi сосредоточена на сборе и переработке отходов, чтобы максимально сократить влияние своих бизнес-операций на окружающую среду. Компания активно поддерживает программы переработки отходов, сокращает использование упаковки и уделяет большое внимание использованию экологически чистых материалов.

4. Энергоэффективные технологии. Xiaomi использует энергоэффективные технологии, что позволяет сокращать потребление энергии в производственных процессах. Также компания разрабатывает и продвигает энергоэффективные продукты для потребителей, так что они могут принимать участие в борьбе с изменением климата.

5. Сотрудничество с экологическими организациями. Компания Xiaomi активно сотрудничает с экологическими организациями по всему миру, чтобы обеспечить более эффективное воздействие на окружающую среду. Xiaomi также инвестирует в научные исследования, чтобы принимать дальнейшие меры в борьбе с изменением климата и защите природы.

Правовые факторы имеют важное значение для развития компании Xiaomi. Некоторые из них включают:

1. Законодательство по защите прав интеллектуальной собственности. В своих операциях Xiaomi находится в постоянной опасности копирования и нарушения прав интеллектуальной собственности. Правовые меры, такие как патенты и лицензии, защищают их ноу-хау и интеллектуальную собственность, и могут помочь избежать копирования своей продукции.

2. Регулирование рекламы и маркетинга. Компания Xiaomi должна придерживаться законодательства, связанного с рекламой и маркетингом, таких как контроль за содержанием рекламы, защита прав потребителей и соблюдение норм рекламы.

3. Законодательство об экологической ответственности. Xiaomi должна придерживаться законодательства, связанного с экологической ответственностью, такого как обязательства по сбору и переработке отходов, а также ограничение использования вредных веществ.

4. Трудовое законодательство. Компания Xiaomi также должна придерживаться всех законодательных положений, связанных с трудовыми отношениями, таких как достойные условия труда, равный доступ к возможностям и защита прав работников.

5. Законодательство о защите потребителей. Xiaomi должна соблюдать законодательство, связанное с защитой прав потребителей, такие как защита от обмана, нести ответственность за некачественную продукцию и обязательства по гарантийному обслуживанию товаров.

По данным Forbes China, компания Xiaomi преодолела ограничения рынка мобильных телефонов и распространила свою экологическую цепочку на все сферы умных устройств. Например, экологическая цепочка "серии Mi" компании Xiaomi является открытой и разнообразной, включая носимое устройство Huami Technology и поставщика умного дома Qingmi Technology. В то же время Xiaomi также участвовала в инвестиционной схеме iQIYI и других потоках в предприятия и котируемые компании, в том числе в средства

массовой информации. Освоив массивные пользовательские данные, Хиаоми расширила возможности экосистемы и продвинула имидж своего бренда до простого и модного образа жизни, основанного на науке и технике.

В 2020 году Хиаоми внедрила новую структуру управления ESG (экология и охрана окружающей среды, социальная ответственность и управление), которая включает все уровни компании, начиная от Совета директоров и заканчивая группами реализации. Комитет по корпоративному управлению (CGC), действующий от имени Совета директоров, будет контролировать вопросы ESG. Работа будет координироваться рабочей группой ESG, состоящей из команды ESG и менеджеров каждого бизнес-подразделения. Хиаоми постоянно повышает эффективность работы по ESG, упрощая механизм и стандартизируя процессы. Отчеты об их работе будут представляться исполнительными менеджерами ESG перед CGC.

Использованные источники:

1. Гвичия, Г. М. Роль и значение конкуренции в рыночной экономике [Текст] / СПб.: Изд-во С. – Петерб. гос. ун-та экономики и финансов, 2016. – 12 с.
2. Ефремова Е.И. Аналитические процедуры конкурентной среды. [Электронный ресурс]. – URL: <https://uprav-uchet.ru>
3. Китайские бренды захватывают рынок России. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.ixbt.com/news/2022/07/04/xiaomi-honor-realme-apple-samsung.html>
4. Официальный сайт Хиаоми Россия. [Электронный ресурс]. – URL: www.mi.com
5. Яковлева Т.М. Особенности проведения PESTEL анализа // Вестник науки и образования. Т. 1. 2017. [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-provedeniya-pestel-analiza/viewer>