

Ду Синьсинь

магистрант

Московский педагогический государственный университет

«ИННОВАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА КОМПАНИИ HAVAL»

***Аннотация.** В статье рассматриваются ключевые аспекты инновационной политики HAVAL, такие как инвестиции в исследования и разработки, сотрудничество с внешними инновационными партнерами, внутренние процессы инновационного управления и внедрение новых технологий. Анализируются практические результаты и выявляются факторы, способствующие успеху или вызывающие вызовы в инновационной деятельности компании HAVAL.*

***Ключевые слова.** HAVAL, Китайская автомобильная компания, инновации*

***Abstract.** The article examines key aspects of HAVAL's innovation policy, such as investment in research and development, cooperation with external innovation partners, internal innovation management processes and the introduction of new technologies. Practical results are analyzed and factors that contribute to success or cause challenges in the innovative activities of HAVAL are identified.*

***Keywords.** HAVAL, Chinese automobile company, innovations*

Современная мировая экономика переживает период интенсивных трансформаций, в котором инновационная деятельность становится ключевым фактором конкурентоспособности предприятий. В этом контексте, исследование и анализ инновационной политики корпораций приобретает особую актуальность. Одной из компаний, которая привлекает внимание своей стратегии инновационного развития, является HAVAL – крупный игрок на мировом рынке автомобильного производства.

Компания входит в состав китайской автомобильной корпорации Great Wall Motors, занимает лидирующие позиции в сегменте производства внедорожников и кроссоверов. В своем стремлении оставаться конкурентоспособной и реагировать на быстро меняющиеся требования рынка, компания активно внедряет инновационные практики в различные аспекты своей деятельности – от дизайна и производства до маркетинга и экологической устойчивости, данная статья посвящена анализу и оценке инновационной политики компании, выявлению факторов, определяющих

ее успех, и оценке вклада данной стратегии в общую динамику развития мировой автомобильной индустрии.

В 2021 году выручка компании составила впечатляющую сумму в размере \$20 миллиардов, что означает увеличение на 12% по сравнению с предыдущим годом, данный рост свидетельствует о повышении спроса на продукцию компании. Чистая прибыль также продемонстрировала впечатляющий рост, составив \$1,5 миллиарда в 2021 году, это увеличение на 15% по сравнению с предыдущим годом, что свидетельствует о высокой доходности компании. Оборачиваемость активов в 2021 году составила 1,2, что говорит о том, что компания эффективно использует свои активы для генерации выручки.

Причина таких впечатляющих результатов заключается в том что компания активно внедряет передовые технологии и инновации в свои автомобили, что делает их конкурентоспособными на рынке. Высокое качество продукции и современный дизайн также способствуют привлечению клиентов. Не в последнюю очередь важна и составляющая бренда, был проведен соответствующий маркетинговый анализ показавший следующие результаты.

Результаты соответствующего анализа показывают, что корпоративный бренд Chang'an не способствовал укреплению узнаваемости бренда в функциональной и эмоциональной когнитивной сферах. В то время как его конкурент, Haval, тесно связан с функциональными аспектами.¹

¹ MDPI and ACS Style Zhang, B.; Wang, D.; Mo, L.; Huang, X. Brand Recognition, Interdepartmental Conflict, and Performance: An Investigation of Porter's Differentiated Competitive Strategy Implementation in a Large Chinese Automobile Company. *Sustainability* **2022**, *14*, 13546. <https://doi.org/10.3390/su142013546>

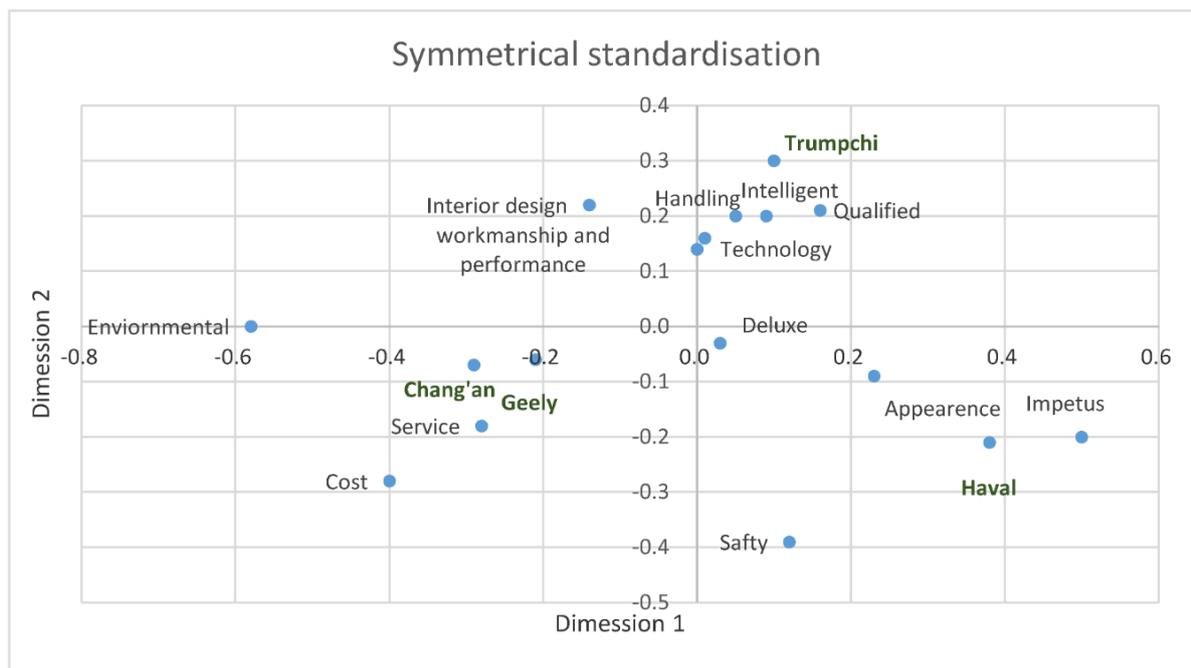


Рисунок 1. Потребительская (функциональная) карта родства Chang'an, Trumpchi, Haval и Geely.

Trumpchi ассоциировался с функциональными аспектами, такими как технологии, качество, дизайн салона и управляемость. По сравнению с Chang'an, Geely был ближе к функциональным аспектам, включая квалификацию и хорошую комплектацию. Что касается эмоциональных аспектов, Trumpchi был близок к дизайнерским решениям, что указывает на успешное установление этих характеристик. Haval был более тесно связан с люксовыми и спортивными характеристиками, что связано с узкой специализацией в сегменте внедорожников. Geely ассоциировался с инновационным, персонализированным и гуманизированным дизайном. Chang'an был ближе к аспектам, подходящим для семейного использования. Из анализа когнитивного восприятия потребителей видно, что четыре производителя автомобилей отличаются друг от друга. Trumpchi и Haval создали более богатое и дифференцированное представление о своих брендах. Geely также обладает богатым эмоциональным восприятием. В то время как Chang'an не установил уровень узнаваемости бренда. Используя модель PALS (Product and Brand Alignment for Leveraging Strategy),

производители автомобилей могут разбить корпоративный бренд на показатели продуктового бренда, отражая вклад продуктового бренда в корпоративный бренд. Результаты показывают, что стратегия дифференциации бренда Chang'an не дала удовлетворительных результатов, так как Chang'an не установил высокий уровень брендовой узнаваемости или дифференцировал свой бренд так хорошо, как его конкуренты (Trumpchi, Haval и Geely).

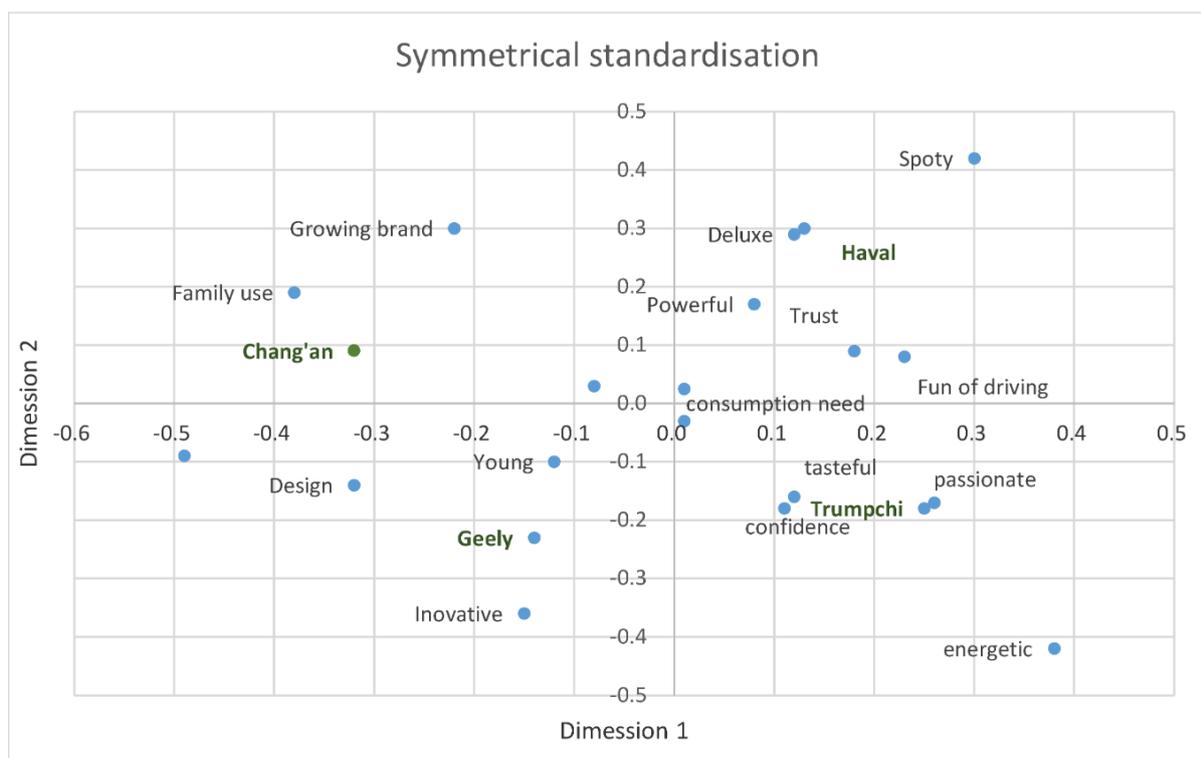


Рисунок 2. Потребительская (эмоциональная) карта родства Chang'an, Trumpchi, Haval и Geely.

Результаты анализа когнитивного восприятия потребителей свидетельствуют о том, что стратегия дифференциации бренда Haval за 18 лет дала положительный результат. Авторы исследования изучили процессы и проблемы, с которыми столкнулся Haval при реализации стратегии дифференциации, проведя глубокие интервью с сотрудниками различных подразделений.

Бренд успешно развивает экологически устойчивые автомобили, включая электрические и гибридные модели, это способствует

удовлетворению растущего спроса на экологичные автомобили и содействует сохранению окружающей среды. Анализ финансовых показателей, продаж и рыночной доли компании подчеркивает ее успешность и стабильность на рынке автомобилей. Компания продолжает демонстрировать рост важных финансовых показателей, активно расширяется на мировые рынки и разрабатывает инновационные и экологически устойчивые автомобили, данные факторы делают компанию одним из ключевых игроков в мировой автомобильной индустрии.

Компания сделала значительные шаги в направлении инновационной политики, с тем чтобы продвигать свои автомобили на мировом рынке. С фокусом на качестве и современных технологиях, они показывают свой амбициозный путь к становлению лидером в автомобильной индустрии. Компания активно инвестирует в исследования и разработки в области электрической мобильности, что позволяет предлагать современные, экологически чистые автомобили, что отвечает растущему интересу потребителей к устойчивым вариантам передвижения. Одним из ключевых шагов в развитии экологически чистых автомобилей стала электрификация своего модельного ряда.

Компания инвестирует в разработку и производство эффективных и мощных электромоторов, данные моторы спроектированы для обеспечения выдающейся производительности и долговечности, что делает их привлекательными для потребителей, запас хода электрических и гибридных автомобилей постоянно растет, что обусловлено развитием аккумуляторных технологий и оптимизацией электронных систем управления. Увеличение дальности поездок на одной зарядке становится все более важным аспектом для принятия электромобилей широкими массами. Компания также активно участвует в развитии зарядной инфраструктуры для своих электрических автомобилей, он устанавливает

зарядные станции и сотрудничает с другими компаниями для обеспечения удобства и доступности зарядки для владельцев своих электромобилей.

Компания в рамках инноваций также активно работает над разработкой систем автономного вождения, они интегрируют передовые технологии в свои автомобили, что позволяет улучшить безопасность и комфорт вождения. Компания внедряет передовые активные системы безопасности, чтобы предотвращать аварии и уменьшить тяжесть их последствий. Системы автоматической экстренной тормозной помощи (АЕВ) являются одним из ярких примеров, данные системы мониторят дорожную обстановку и могут автоматически активировать тормоза, если обнаружат опасность столкновения, что существенно снижает риск аварий. Другой важной активной системой безопасности, которую бренд внедряет, является система контроля слепых зон, она помогает водителю отслеживать транспортные средства, находящиеся в слепых зонах автомобиля, и предупреждать о возможной опасности при смене полосы движения, что особенно важно на многополосных автострадах и в условиях интенсивного движения. Компания также инвестирует в системы контроля стабильности и тяги, которые помогают водителям лучше управлять своими автомобилями, особенно в сложных погодных условиях или на скользкой дороге, данные системы мониторят скорость, угол наклона, и другие параметры, и могут автоматически корректировать работу двигателя и тормозов для предотвращения потери сцепления и срыва. Haval также уделяет внимание пассивным системам безопасности, таким как множественные подушки безопасности, жесткая каркасная конструкция кузова и ремни безопасности. В случае аварии эти системы спроектированы для минимизации травм водителя и пассажиров. Бренд активно инвестирует в исследования и разработки в области безопасности, что подразумевает тестирование автомобилей в различных условиях и разработку новых технологий для улучшения безопасности на дорогах.

В данной статье были рассмотрены ключевые аспекты инновационной политики компании HAVAL, а именно инвестиции в исследования и разработки, сотрудничество с внешними инновационными партнерами, внутренние процессы инновационного управления и внедрение новых технологий. Анализ показал, что инновации играют решающую роль в стратегическом развитии и способствуют ее конкурентоспособности на мировом рынке автомобилей.

Одним из наиболее значимых результатов исследования является подтверждение того, что инвестиции в исследования и разработки позволяют создавать продукты, которые отвечают актуальным потребностям клиентов и соответствуют последним тенденциям в автомобильной индустрии. Сотрудничество с внешними инновационными партнерами дополняет внутренние усилия компании и способствует обмену знаниями и опытом, что содействует более быстрому развитию и внедрению инноваций. Внутренние процессы инновационного управления обеспечивают структурированное и эффективное внедрение инноваций во все аспекты бизнеса.

Список литературы

1. Exploring the Auto Model Competition Patterns in China's Auto Market based on Complex Networks Theory. S Zhang, H Che, J Zhang, Y Duan - EDBT/ICDT Workshops, 2020
2. China and the reshaping of the auto industry: A dynamic capabilities perspective DJ Teece - Management and Organization Review, 2019
3. Potential of Marketing Development Through Social Networks for the Automotive Industry AB Vishnyakova, EI Zolotukhin - International Conference Engineering, 2023

4. MDPI and ACS Style Zhang, B.; Wang, D.; Mo, L.; Huang, X. Brand Recognition, Interdepartmental Conflict, and Performance: An Investigation of Porter's Differentiated Competitive Strategy Implementation in a Large Chinese Automobile Company. *Sustainability* 2022, 14, 13546. <https://doi.org/10.3390/su142013546>