

Цзя Юэнин
магистрант,
кафедра экономической теории и менеджмента
Московский педагогический
государственный университет,
Институт социально-гуманитарного образования,
Россия, Москва

СИЛЬНЫЕ И СЛАБЫЕ СТОРОНЫ КИТАЙСКОЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ КОМПАНИИ

Аннотация. Для формирования и реализации успешных бизнес-стратегий организации нуждаются в четком осознании своих конкурентных преимуществ и недостатков. Цель работы – выявление сильных и слабых сторон китайской компании OPPO. Методы исследования: сравнений и аналогий, эмпирический, SWOT-анализ, библиографический. Проведённый анализ позволил установить, что компания OPPO, наряду с конкурентными преимуществами, имеет ряд недостатков, внутренних проблем, обуславливающих снижение продаж, доли рынка. Для улучшения результатов необходима разработка и имплементация программы соответствующих мероприятий.

Ключевые слова: сильные, слабые стороны, SWOT-анализ, доля рынка, компания OPPO.

Jia Yuening
master's student,
Department of Economic Theory and Management
Moscow State Pedagogical University,
Institute of Social and Humanitarian Education,
Russia, Moscow

STRENGTHS AND WEAKNESSES OF A CHINESE TECHNOLOGY COMPANY

Abstract. *To develop and implement successful business strategies, companies need a clear understanding of their competitive advantages and weaknesses. The purpose of this study is to identify the strengths and weaknesses of the Chinese company OPPO. Research methods include comparisons and analogies, empirical analysis, SWOT analysis, and bibliographic data. The analysis revealed that OPPO, along with its competitive advantages, has a number of weaknesses and internal issues that are causing declining sales and market share. To improve results, it is necessary to develop and implement a program of appropriate measures.*

Keywords: *strengths, weaknesses, SWOT analysis, market share, OPPO.*

Содержательные и методические проблемы выявления сильных и слабых сторон бизнеса на базе SWOT-анализа исследует ряд авторов. Так, А.А. Кобылина, Н.В. Климова изучали сильные и слабые стороны этого метода, вопросы применения SWOT-анализа в управлении [1]. А.А. Полубедова, И.В. Рейханова исследуют результаты SWOT-анализа с позиций оценки и корректировки конкурентных стратегии организаций [3].

М.Ю. Танцюра детально раскрывает «этапы стратегического таргетинга на основе результатов SWOT-анализа», а также акцентирует недостатки «матричного» и «координатного» подходов к проведению SWOT-анализа [5].

В.А. Поляков, И.В. Фомичева исследовали систему качественной оценки параметров матрицы SWOT, структуру «рекомендуемого поля стратегий». Авторы предложили методику количественной оценки выбора стратегии развития предприятия на базе матрицы SWOT-анализа, расчета показателя i -й оценки состояния предприятия [4].

В данной статье нами предпринята попытка апробации методики SWOT применительно к деятельности китайской технологической компании OPPO. OPPO была основана в 2004 году как дочерняя структура большого китайского холдинга BBK Electronics. Компания производит смартфоны, плееры, другие гаджеты, и реализует их в 73 странах мира. OPPO разработала

и внедрила собственную операционную систему Color OS и сотни функциональных приложений [6].

Объемы производства компании в 2023-25 гг. снижались под влиянием геополитической турбулентности, ужесточения конкурентной борьбы, новых логистических барьеров [6].

В. Ковалев, ссылаясь на ресурсы компании Counterpointresearch, утверждает, что в материковом Китае в 2025 году наиболее заметные трудности с долей рынка испытывали смартфоны Honor и OPPO [2].

Проведенный нами SWOT-анализ позволил выделить сильные и слабые стороны компании OPPO (табл. 1).

Таблица 1. Сильные и слабые стороны компании OPPO (по результатам SWOT-анализа)

Сильные стороны	Слабые стороны
Широкий ассортимент. Доступные цены. Дополнительные возможности материнской компании холдинга. Разработки, инновации. Сильный бренд. Каналы офлайн-дистрибуции. Высокие темпы развития на зарубежных рынках (таких как Индия).	Отставание по доле рынка от основных конкурентов. Послепродажное обслуживание и поддержка. Сложный интерфейс операционной системы Color OS. Каналы онлайн-дистрибуции, омниканальность.

(Источник: составлено автором)

Основные конкурентные преимущества компании включают:

1. Широкий ассортимент.
2. Доступные цены.
3. Дополнительные возможности материнской компании холдинга.
4. Разработки, инновации.
5. Сильный маркетинг; сильный бренд.
6. Каналы офлайн-дистрибуции.
7. Высокие темпы развития на отдельных зарубежных рынках (таких как Индия).

В частности, компания предлагает множество моделей с инновационным дизайном и такими функциями, как Selfie Expert. Важно, что

ОРРО предлагает высококачественные характеристики по доступным ценам (такие как производительная память и камера).

Перечисленные сильные стороны в совокупности обеспечивают компании конкурентное преимущество, укрепляют её рыночные позиции.

Однако для развития компании на конкурентном рынке намного важнее внутренние проблемы и недостатки, в том числе: слабое послепродажное обслуживание и поддержка; сложный интерфейс операционной системы Color OS; слабо развитые каналы онлайн-дистрибуции и недостаточная «омниканальность». Результирующий признак этих и иных недостатков – отставание по доле рынка от основных конкурентов.

Вывод. Объемы продаж компании снижаются два последних года подряд. Результаты проведенного анализа позволили выявить закономерность: внутренние проблемы и слабые стороны компании, несмотря на её конкурентные преимущества, приводят к негативным последствиям, в том числе – к сокращению рыночной доли. Для изменения текущей ситуации целесообразно разработать и внедрить специальную программу мер.

Использованные источники

1. Кобылина, А. А. Применение SWOT-анализа в управлении предприятием / А. А. Кобылина, Н. В. Климова // Институты и механизмы инновационного развития: мировой опыт и российская практика : Сборник научных статей 8-й Международной научно-практической конференции, Курск, 18–19 октября 2018 года / Курск: Юго-Западный государственный университет, 2018. – С. 177-180.
2. Ковалев В. Как менялись рыночные доли брендов смартфонов в Китае // Mt.Today. №11 (233) – 2025.10.23. С.13-14
3. Полубедова, А. А. Анализ конкурентных стратегий развития организаций на основе SWOT - анализа / А. А. Полубедова, И. В. Рейханова // Теория и практика эффективности государственного и муниципального управления: Сборник научных статей 2-й Всероссийской научно-практической конференции, Курск, 12 мая

2020 года / под ред. Михайловой О.В.. – Курск: Юго-Западный государственный университет, 2020. – С. 310-313.

4. Поляков, В. А. Пример использования SWOT-анализа в выборе оптимальной стратегии развития организации / В. А. Поляков, И. В. Фомичева // Вестник Тульского филиала Финуниверситета. – 2023. – № 1. – С. 274-276.
5. Танцюра, М. Ю. Стратегический таргетинг на основе swot-анализа / М. Ю. Танцюра // Формирование финансово-экономических механизмов хозяйствования в условиях информационной экономики: Сборник научных трудов IV Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Симферополь, 15–17 мая 2019 года / Научный редактор С.П. Кирильчук. – Симферополь: Общество с ограниченной ответственностью «Издательство Типография «Ариал», 2019. – С. 179-181.
6. ОРРО корпоративный сайт. [Электронный ресурс]. – URL: <https://https://www.oppo.com> (дата обращения: 24.04.2026).