



شاید بتوان یکی از علل موفقیت شرکت‌های چینی به‌ویژه در چند سال اخیر را برنامه‌های سازمان‌دهی شده دولت در پشتیبانی از صنایع داخلی فناوری قلمداد کرد که به همین نسبت شرایط را برای حضور شرکت‌های خارجی در بازار این کشور دشوار کرده است. کامپیوتر ورلد در گزارشی در همین باره نوشته است که سال 2014 برای شرکت‌های امریکایی بخش فناوری که در چین تجارت می‌کردند، سال مطلوبی نبود. گزارش فوق پیش‌بینی کرده است که این وضعیت در سال جاری نیز تغییر چندانی نخواهد داشت.

شرکت چینی شیائومی می‌گوید که در سال 2014 بیش از 61 میلیون دستگاه اسمارت‌فون فروخته است. این مبلغ سه برابر فروش این شرکت در سال 2013 است. شیائومی در سال 2010 تأسیس شد. به‌گفته مؤسسه پژوهشی IDC، این شرکت در حال حاضر بزرگ‌ترین فروشنده اسمارت‌فون در بازار چین و سومین بازیگر بزرگ بازار اسمارت‌فون‌ها در جهان و براساس گزارشی منتشر شده در سایت چین‌گجت، ارزش تجاری آن 45 میلیارد دلار اعلام شده است. همین موضوع باعث شده است تا مدل کسب‌وکار این شرکت و علل پیشرفت شتابنده آن در بازار، به سوژه مؤسسه‌های پژوهشی و رسانه‌ها تبدیل شود. وال‌استریت ژورنال در گزارشی نوشته است: «شیائومی برخلاف بسیاری از رقبایش بیش‌تر گوشی‌های خود را نه توسط اپراتورهای مخابراتی و خرده‌فروشی‌ها که بر هزینه نهایی کالا می‌افزاید، بلکه در اینترنت به فروش می‌رساند.» آن‌چه بر اهمیت دستاورد شیائومی می‌افزاید این است که این شرکت در بازار محصولات خانگی خود از رقبیان بزرگی مانند لنوو، هواوی و ZTE پیش افتاده و موفقیتش در بازاریابی کالاهای خود باعث شده است تا شرکت‌های چینی دیگر نیز از آن پیروی کنند.

شاید بتوان یکی از علل موفقیت شرکت‌های چینی به‌ویژه در چند سال اخیر را برنامه‌های سازمان‌دهی شده دولت در پشتیبانی از صنایع داخلی فناوری قلمداد کرد که به همین نسبت شرایط را برای حضور شرکت‌های خارجی در بازار این کشور دشوار کرده است. کامپیوتر ورلد در گزارشی در همین باره نوشته است که سال 2014 برای شرکت‌های امریکایی بخش فناوری که در چین تجارت می‌کردند، سال مطلوبی نبود. گزارش فوق پیش‌بینی کرده است که این وضعیت در سال جاری نیز تغییر چندانی نخواهد داشت. چین در سال گذشته به شرکت‌های خارجی بخش فناوری که در این کشور تجارت می‌کردند، سخت گرفت. شی جینپینگ، رئیس‌جمهور جدید چین، موج جدیدی از حمایت از صنایع داخلی را آغاز کرده که هدف آن تقویت صنعت فناوری این کشور و محافظت از آن در برابر تهدیدهای امنیت سایبری است. این موضوع پس از برخی افشاگری‌های ادوارد اسنودن صورت جدی‌تری به‌خود گرفت و شرکت‌های امریکایی در حیطه نرم‌افزار، شبکه، ریزپردازنده‌ها و ابزارهای امنیتی با شرایط سختی روبه‌رو شدند. از این رو، به‌گفته برایان وانگ از تحلیل‌گران مؤسسه پژوهشی فورستر، شرکت‌های خارجی فناوری هنوز احساس درماندگی می‌کنند، حس این‌که گویی «چین آن‌ها را نمی‌خواهد.» در همین حال، برخی شرکت‌های امریکایی خود را در برابر دادگاه‌های این کشور پاسخ‌گو یافته‌اند. برای مثال، ممکن است کوالکام سرانجام ناچار شود به‌علت نقض قوانین ضدانحصار درباره شیوه مجوزدهی دارایی‌های فکری خود در چین به پرداخت میلیاردها دلار جریمه محکوم و شاید مایکروسافت نیز به‌علت نحوه توزیع نرم‌افزارهایش با جریمه‌های مشابهی روبه‌رو شود.

گزارش کامپیوتر ورلد می‌افزاید: «چین جدای از این‌که شرکت‌های بسیار بزرگ و قدرت‌مند را هدف گرفته است، به‌علت نگرانی‌های مرتبط با امنیت سایبری نیز آن‌ها را تحت کنترل خود دارد.» این رویه پس از افشاگری‌های اسنودن مبنی بر این‌که ایالات متحده با استفاده از روترها و دیگر تجهیزات شبکه در پی جاسوسی از کسب‌وکارهای چینی است، شدت گرفت. رئیس‌جمهور چین با اظهار این‌که «بدون امنیت سایبری ملی وجود ندارد»، کمیته‌ای دولتی تشکیل داد تا از این کشور در برابر تهدیدهای سایبری موجود محافظت کند. این کشور سه ماه بعد اعلام کرد سازوکار نظارتی ویژه‌ای را پدید آورده است تا آن دسته از کالاهای آی‌تی را که ممکن است از حیث امنیتی باعث بروز تهدید شوند، از بازار این کشور حذف کند. بر همین اساس، شرکت‌هایی که تأیید این کمیته را دریافت نکنند، از فروش کالاهای خود در چین منع می‌شوند. همین موضع‌گیری دولت در برابر کالاهای خارجی شرایط را به سود شرکت‌های داخلی رقم زده است. اوایل پارسال، یکی از نهادهای مسئول چین دولت را از خرید برخی دستگاه‌های مبتنی بر ویندوز 8 منع کرد. وقتی کسب و کارهای خارجی برای مدتی از بازار چین حذف می‌شوند، شرکت‌های داخلی موقعیت می‌یابند تا محصولات خود را جایگزین کنند. از این رو به‌گفته جیمی چانگ، از تحلیل‌گران مؤسسه پژوهشی گارتنر، وقتی محصولات خانگی بازار را تصرف کردند، دیگر برای شرکت‌های خارجی سخت است که به صحنه بازگردند.

یک دهه پیش، شرکت‌های چینی بخش فناوری از هم‌تایان امریکایی خود بسیار عقب بودند، اما اینک برندهایی مانند شیائومی، لنوو و هواوی بازار چین را در تصرف خود دارند، تا جایی که به‌گفته کیتی فوک، از تحلیل‌گران مؤسسه پژوهشی IDC، 87 درصد اسمارت‌فون‌ها و 91 درصد کامپیوترهای رومیزی به‌فروش رفته در چین از برندهای چینی بوده‌اند. با این‌که شیائومی هنوز با رقبای بزرگ خود به‌ویژه سامسونگ و اپل فاصله زیادی دارد، اما با تداوم روند کنونی می‌تواند سهمی از بازار هر دو شرکت را به‌خود اختصاص دهد و همین مورد می‌تواند درباره دیگر شرکت‌های فناوری چین در دیگر حیطه‌ها نیز روی دهد.

## تاریخ انتشار: