



**НОВ БЪЛГАРСКИ
УНИВЕРСИТЕТ**

КУРСОВА РАБОТА

НА ТЕМА:

**НАСТЪПЛЕНИЕТО НА КИТАЙСКИТЕ
СМАРТФОНИ**

Изготвил:

Проверил:

София, 2015

Въпроси:

1. Систематизирайте факторите, които оказват влияние върху цените на смартфоните.

Време: В краткосрочен план компаниите могат да увеличат разходите за труд с оглед увеличаване на доставките на мобилни телефони, но не могат да бъдат в състояние да увеличат предлагането в отговор на промените в цената, но промяната в предлагането ще бъде малка, защото други фактори на производството не могат да бъдат увеличени пропорционално и може да ограничат предлагането.

Брой производители: Повече производители на мобилни устройства означава, че продукцията ще се увеличи.

Лекота на съхранение: Смартфоните могат да бъдат съхранявани с лекота и имат дълъг срок на годност (физически), то тогава предлагането ще бъде еластично, в противен случай цената ще е нееластична.

Увеличаване на производствените разходи в сравнение с продукцията: В случаите, когато е налице значително увеличение на производствените разходи, когато броя на произведени смартфони се увеличава, предлагането е нееластично. Това е така, защото доставчиците ще трябва да направят значителни инвестиции, за да увеличат смартфоните. Това ще отнеме време, а някои доставчици могат да се колебаят да направят това.

Усъвършенстване на технологиите: В отрасъла на смартфоните, цената на тези стоки ще бъде по-еластична.

Складирани количества: Ако има високи запаси от непродадени смартфони, доставчиците могат лесно да доставят повече с увеличение на цените. По този начин, цената им ще бъде еластична.

2. Подгответе профили на китайските компании Huawei или ZTE Corp и техните стратегии за навлизане на пазара на смартфони.

В основата на успеха HW на европейски пазар е: създаването на дългосрочни стратегически цели и непрекъснати инвестиции в тях. През 1995 г., още преди HW да е била навлязла на международния пазар, първият принцип на компанията в „Основния закон на Huawei” посочва основната ценност: „Преследване от HW на реализиране на мечтите на клиентите в телекомуникациите, с постепенни малки крачки с постоянно усилие, с която HW ще стане една от водещите компании на световния пазар”. С тази упоритост и всеотдайност, HW започна своя мобилен бизнес от Хонконг през 1995 г. и