

الفصل الثاني

تأسيس هواوي - عمل جاء بالصدفة



في تلك الفترة لم يكن قد مضى وقت طويل على تطبيق سياسة الإصلاح والانفتاح في الصين، وصار التخلص من الفقر والرغبة في الثراء أمنية يتوق إليها كل أفراد الشعب الصيني وقتذاك؛ لذا أثارت هذه السياسة - بما أتاحتها من فرصة - حماسة كل الصينيين تقريباً للعمل من أجل اغتنامها، فصارت شوارع شنتشن مفعمة بأجواء الفرص والآمال.

وفي عام 1982، انتقل رن تشنغ في من العمل بإحدى الوحدات العسكرية إلى العمل المدني في شنتشن. عمل أولاً في مجموعة شركات النفط الجنوبية بمنطقة شيهكو بشنتشن. وخلال فترة عمله هناك، بدا واضحاً عدم قدرته على التأقلم مع بيئة العمل الجديدة. وتجدر الإشارة إلى أن أحد أهم نقاط قوته التي اكتسبها حينما كان جندياً، هي التحلي بالجرأة والشجاعة في مواجهة الصعوبات، وقدرته على العمل في ظروف قاسية، والقدرة على التحمل. ولكن طبيعة الشخصية العسكرية التي تعودت على

عيوب الانصياع التام للأوامر في الجيش، تسببت في عدم قدرته على التأقلم مع الاقتصاد السلعي، وكان لذلك تأثير كبير عليه.

وفي الوقت نفسه، كانت الصلابة والقوة التي تتمتع بها الشخصية العسكرية - دون غيرها - من أهم العوامل التي ساعدته على النجاح. فخلال فترة عمله بمجموعة شركات النفط الجنوبية بشتنشن، قدم طلباً للمدير العام، يطلب فيه أن توكل إليه إدارة إحدى الشركات الفرعية التابعة لمجموعة شركات النفط الجنوبية، فرفض المدير طلبه؛ لأن لهجته في الخطاب كانت لهجة أمر عسكري. بعد ذلك بدأ العمل في مجال المنتجات الإلكترونية، ولكن لصراحته التي تعود عليها في الجيش، استطاع أحد المحتالين الضحك عليه في مليون يوان. لذلك قرر رن تشنغ في بعدها تأسيس شركته الخاصة، ولكن النتيجة لم تكن كما كان يتوقع، فالأرباح ضئيلة تكاد تكفي - بالكاد - للوفاء بنفقات الشركة.

فالانتقال من فشل إلى فشل، جعل رن تشنغ في يشعر أنه وصل إلى طريق مسدود؛ لذلك لم يعد أمامه سوى المغامرة؛ لذلك قام في أكتوبر عام 1987 بتأسيس شركة هواوي في شنتشن. وشتان بين هواوي التي أنشأها آنذاك، وبين مجموعة شركات هواوي التي يعرفها الجميع اليوم.

عندما أسس رن تشنغ في هواوي كانت عبارة عن غرفتين فقط، برأس مال لا يتجاوز عشرين ألف يوان فقط أو يزيد قليلاً، حيث تخصصت في أجهزة السنترالات، وأجهزة إنذار الحريق، وإنتاج وتطوير جهاز التعويم، وأعمال الاستعلامات حول عقود الأعمال. في أول عامين، بدأت عملها كوكيل تسويق أجهزة HAX لنظام الهواتف التجارية لإحدى الشركات في هونغ كونغ، وكان مصدر أرباحها هو فارق الأسعار.

في المراحل الأولى لتأسيس هواوي، عاش رن تشنغ وأمه وأبوه وابن أخيه، ظروفًا معيشية صعبة للغاية؛ فقد كانوا يسكنون جميعًا في غرفة لا تتعدى مساحتها عشرات المترات، وكانوا يطبخون في الشرفة، ومن أجل توفير بعض النقود كان والداه يذهبان لشراء الخضروات المتبقية في الأسواق في المساء؛ لرخص أسعارها.

ولذا من الأنسب اعتبار قرار تأسيس هواوي قرارًا فرضته الظروف، تم اتخاذه بعد الوصول إلى طريق مسدود، وليس قرارًا صبيانيًا طائشًا، وهكذا دخل رن تشنغ في إلى عالم الاتصالات.

وفي ذلك الوقت، كانت الشركات الأجنبية تسيطر على أسواق أجهزة السنترالات، وكان معظم هذه السنترالات وأجهزة المستخدمين تقوم بتصنيعها هذه الشركات، أو شركات برعوس أموال أجنبية - صينية. وفي

الوقت نفسه، كان هناك طلب كبير عليها في الأسواق الداخلية، لدرجة أن المعروض من هذه الأجهزة لم يكن يسد الطلب عليها. لذلك كان خيار الاكتفاء بدور الوكيل خياراً آمناً للغاية، كما كان يدر أرباحاً مستقرة. إلا أن رن تشنغ في لم يكتفِ بدور "الوكيل"، فعقد العزم على تصنيع ماركة صينية مسجلة، ومن هنا، بدأ يشق طريقه لتحقيق لذلك.

في المراحل الأولى لتأسيس هواوي، حققت أول ربح لها كوكيل أجهزة PBX لإحدى الشركات في هونغ كونغ. وفي ذلك الوقت، كانت أسواق برمجة الهواتف التجارية في الصين خالية تماماً. عندها استشعر رن تشنغ في أهمية هذه التقنية، فاستثمر كل رأس مال شركته في ابتكار وتطوير تقنية ذاتية. وقد كان موفقاً جداً في هذا القرار؛ فقد تمكنت هواوي من ابتكار جهاز نظام الهواتف التجارية C&C08، الذي باعته بسعر يقل عن أسعار الشركات الأجنبية بمقدار الثلثين، كما أن إمكاناتها لا تقل عن تلك المطروحة في الأسواق؛ مما جعل لها مستقبلاً واعدًا. لا شك أن إستراتيجية ابتكار تقنية ذاتية كانت مخاطرة كبيرة بالنسبة لهواوي، لكنها وضعت لها أساساً تقنياً، جعلها في الصدارة، لدرجة جعلت هواوي تنظر نظرة تعال وفخر لنظيراتها في قطاع الاتصالات.

إلا أن بيئة السوق لم تكن تدعو للتفاؤل مثلما كان متوقعًا؛ فقد دخلت شركات الاتصالات الدولية العملاقة آنذاك إلى الأسواق الصينية. ولم يكن قد مر فترة طويلة على تألق هواوي، حتى سادت في الأسواق حالة التنافس الشرس؛ فقد استندت شركات الاتصالات الدولية العملاقة على قوتها المالية، فبدأت في تخفيض أسعار أجهزتها؛ الأمر الذي جعل هواوي تدرك شراسة المنافسة.

ولكن رن تشنغ في تمكن - في نهاية الأمر - من تحقيق معجزة. ففي نوفمبر عام 1994، استطاعت هواوي تطوير جهاز سنترال بسعة عشرة آلاف خط هاتفي، الذي حقق نجاحًا كبيرًا في الدورة الأولى لمعرض أجهزة الاتصالات الدولية في الصين. في هذا العام تجاوزت مبيعات هواوي لأول مرة 100 مليون يوان، وتجاوز حجم أرباحها عشرة ملايين يوان.

وبالاستفادة من ابتكار هذا الجهاز، بدأ نفوذ هواوي كقوة جديدة يتزايد يومًا بعد يوم. وفي عام 1996، بلغ حجم مبيعاتها في الأسواق 2.6 مليار يوان؛ مما جعلها تتوجه نحو الأسواق العالمية.

في عام 1996 دخلت "هواوي" أسواق هونغ كونغ، وفي عام 1997 تقدمت نحو روسيا، ثم الهند في عام 1998، ثم اخترقت أسواق الشرق

الأوسط وشمال أفريقيا عام 2000؛ كذلك توسعت في عام 2001 بسرعة فائقة في جنوب شرق آسيا وأوروبا وغيرها من المناطق، كما نجحت في عام 2002 من دخول الأسواق الأمريكية. وبحلول عام 2003، كانت هواوي قد انتهت من وضع خطة شاملة للانتشار في الأسواق الخارجية.

الأسواق أشبه بساحات المعارك، ولكن رن تشنغ في - بحكمته وشجاعته ونفاذ بصيرته وجرأته - تمكن من مواجهة الصعوبات، ولامتلاكه رؤية فريدة بعيدة المدى وجرأته في الخروج على المألوف، فقد تمكن من الانطلاق بهواوي وكسر الحصار الذي فرضته شركات الاتصالات الدولية عليه.
