

УДК 33

Ван Фэй

студентка

2 курс магистратуры,

Институт социально-гуманитарного образования

Московский педагогический государственный университет

Россия, г. Москва

**ИССЛЕДОВАНИЕ ПРИЧИН И ЭТАПЫ ВЫХОДА
МЕЖДУНАРОДНЫХ КОМПАНИЙ НА РЫНКИ ИКТ-
ТЕХНОЛОГИЙ**

***Аннотация:** Международные компании выходят на международный рынок по разным причинам. Некоторые из них могут искать новые возможности для роста, расширения своих продуктов и услуг на другие рынки, увеличения своей доли рынка и конкуренции с другими игроками на мировом рынке. Другие могут искать сокращение своих издержек, повышение эффективности и диверсификацию своих активов. Кроме того, многие компании вынуждены выходить на международный рынок из-за изменений в законодательстве, международных договоров или внешнеполитических факторов.*

***Ключевые слова:** Международные компании; мировом рынке, повышение эффективности, международные договоры, внешнеполитические факторы.*

Wang Fei

student

2 courses of a magistrac,

Institute of social arts education

Moscow pedagogical state university

Russia, Moscow

***Abstract:** International companies enter the global market for various reasons. Some of them may be seeking new opportunities for growth, expanding their products and services to other markets, increasing their market share, and competing with other players in the world market. Others may be looking to reduce their costs, increase efficiency, and diversify their assets. In addition, many companies are forced to enter the international market due to changes in legislation, international agreements, or external political factors.*

***Keywords:** International companies; global market; increased efficiency; international agreements; external political factors.*

Выход на международный рынок является важным решением для любой компании. Это может быть вызвано множеством факторов, таких как желание расширить свою клиентскую базу, увеличить прибыль, диверсифицировать свой бизнес, сократить риски, получить доступ к новым технологиям или ресурсам, улучшить свой имидж и т.д. Рассмотрим более подробно некоторые предпосылки и мотивы выхода на международный рынок.

Расширение клиентской базы и увеличение прибыли. Выход на международный рынок позволяет компании получить доступ к новым рынкам и клиентам, которые могут приносить дополнительную прибыль. Международный рынок может быть более крупным и разнообразным, чем местный рынок, что может увеличить потенциал роста компании. Кроме того, международный рынок может быть менее насыщенным конкурентами, что может увеличить возможность для компании захватить долю рынка.

Диверсификация бизнеса и сокращение рисков. Выход на международный рынок может помочь компании диверсифицировать

свой бизнес и сократить риски, связанные с зависимостью от одного рынка или одной отрасли. Разнообразие рынков и отраслей может помочь компании лучше защитить свой бизнес от возможных рисков, связанных с экономической нестабильностью или изменением законодательства в одной стране.

Получение доступа к новым технологиям или ресурсам. Выход на международный рынок может помочь компании получить доступ к новым технологиям, ресурсам или знаниям, которые могут улучшить ее продукты и услуги. Например, компания может приобрести новые технологии или патенты, которые могут помочь ей улучшить свой продукт и увеличить его конкурентоспособность.

Улучшение имиджа и привлечение инвестиций. Выход на международный рынок может помочь компании улучшить свой имидж и привлечь новых инвесторов. Международный рынок может быть более привлекательным для инвесторов, которые могут видеть компанию как более перспективную и масштабируемую. Кроме того, международный рынок может помочь компании улучшить свой имидж и стать более узнаваемой маркой на мировом рынке.

Обход торговых барьеров. Международные компании могут сталкиваться с различными торговыми барьерами на местных рынках, такими как таможенные пошлины, лицензирование и разрешения на ввоз и вывоз товаров. Выход на международный рынок может помочь компании обойти эти барьеры и легче продавать свои товары или услуги за рубежом.

Улучшение качества продукта или услуги. Конкуренция на международном рынке может принудить компанию улучшить свой продукт или услугу, чтобы они были более конкурентоспособными. Международные клиенты могут требовать более высокого качества

продукта или услуги, что может привести к улучшению процессов и инновациям в компании.

Получение доступа к новым источникам финансирования. Выход на международный рынок может помочь компании получить доступ к новым источникам финансирования, таким как международные инвесторы, банки и фонды. Это может помочь компании привлечь дополнительный капитал для финансирования своих бизнес-планов на международном уровне.

В целом, выход на международный рынок может быть выгодным для компании, но требует тщательного анализа и планирования. Компания должна оценить свой потенциал на международном рынке, выбрать подходящую стратегию выхода на рынок и провести исследование рынка и конкурентов. Только в таком случае компания может добиться успеха на международном рынке.

Анализ конкурентной среды и тенденций рынка ИКТ-технологий является важной частью стратегии выхода международных компаний на этот рынок. ИКТ-технологии - это быстрорастущий сектор экономики, который развивается со скоростью света. В связи с этим, конкурентная среда в этой отрасли может быть очень жесткой и непредсказуемой. Рассмотрим некоторые аспекты анализа конкурентной среды и тенденций рынка ИКТ-технологий.

Анализ спроса на ИКТ-технологии. Рынок ИКТ-технологий имеет высокий спрос со стороны потребителей, так как они являются неотъемлемой частью жизни в современном мире. Большинство компаний, особенно технологических, используют ИКТ-технологии в своей работе, поэтому спрос на продукты и услуги в этой области будет расти в ближайшем будущем. Компании должны учитывать

текущие и будущие тенденции спроса, чтобы определить, какие продукты и услуги будут иметь наибольшую потребность на рынке.

Анализ новых технологий и инноваций. ИКТ-технологии очень быстро развиваются и изменяются, поэтому важно следить за новыми технологиями и инновациями на рынке. Новые технологии, такие как искусственный интеллект, блокчейн, интернет вещей и др., могут привести к созданию новых продуктов и услуг, которые могут изменить существующий рынок. Компании должны следить за инновациями и новыми технологиями, чтобы быть в курсе современных тенденций и оставаться конкурентоспособными.

Анализ законодательства и регулирования. Рынок ИКТ-технологий регулируется законодательством и правилами, установленными различными организациями и ассоциациями. Компании должны следить за изменениями законодательства и регулирования в отрасли, чтобы быть в соответствии с ними и избежать возможных юридических проблем.

Анализ экономических и политических тенденций. Рынок ИКТ-технологий может быть очень зависимым от экономической и политической ситуации в разных странах. Компании должны следить за экономическими и политическими тенденциями, чтобы оценить риски и возможности на рынке.

В целом, анализ конкурентной среды и тенденций рынка ИКТ-технологий поможет международным компаниям разработать стратегию выхода на рынок и определить оптимальные пути для достижения успеха. Компании должны постоянно следить за изменениями в отрасли, чтобы оставаться конкурентоспособными и успешными на международном рынке ИКТ-технологий.

Таким образом, международные компании, выходящие на рынок ИКТ-технологий, сталкиваются с рядом сложностей, включая

жесткую конкурентную среду и быстрый рост технологий. Однако, с правильной стратегией выхода на рынок и анализом конкурентной среды и тенденций рынка, компании могут добиться успеха на международном рынке.

Выводы :

Важно учитывать факторы, такие как желание расширить клиентскую базу, диверсифицировать бизнес, получить доступ к новым технологиям или ресурсам, обойти торговые барьеры, улучшить свой имидж и привлечь новых инвесторов. Кроме того, компании должны провести анализ конкурентной среды и тенденций рынка, чтобы понимать текущее положение на рынке и определить стратегию для достижения успеха на международном рынке ИКТ-технологий.

Использованные источники:

1. Alon, I., Jaffe, E. D., & Vianelli, D. (2019). International Business: The Challenge of Global Competition. Routledge.
2. Cavusgil, S. T., Knight, G., & Riesenberger, J. R. (2017). International Business: The New Realities. Pearson.
3. Hill, C. W. L., Hult, G. T. M., & Keillor, B. D. (2019). Global Business Today. McGraw-Hill Education.
4. Luo, Y. (2002). Entry and cooperative strategies in international business expansion. Greenwood Publishing Group.