

Чжан Сюй
магистрант
Московский
педагогический государственный
университет
г. Москва, Россия

РИСКИ ДЛЯ РЫНКА МОБИЛЬНОЙ КОММЕРЦИИ В УСЛОВИЯХ ТУРБУЛЕНТНОСТИ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Аннотация: В статье рассматриваются многочисленные проблемы, с которыми сталкивается сектор мобильной коммерции в условиях глобальной экономической неопределенности. В то время как мировая экономика испытывает колебания под влиянием таких факторов, как рецессия, инфляция и геополитическая напряженность, индустрия мобильной коммерции сталкивается с различными рисками: от колебаний потребительского поведения до сложностей регулирования и угроз кибербезопасности. Эти проблемы подчеркивают, что компаниям, занимающимся мобильной торговлей, необходимо принимать адаптивные стратегии, постоянно внедрять инновации и укреплять меры кибербезопасности. Эффективное устранение этих рисков позволит компаниям поддерживать рост и конкурентоспособность в условиях все более нестабильной экономической среды. Актуальность данной статьи заключается в своевременном анализе того, как экономическая турбулентность влияет на мобильную коммерцию, а также в том, что она дает возможность заинтересованным сторонам ориентироваться в условиях неопределенности и использовать возможности, открывающиеся на цифровом рынке.

Ключевые слова: международный бизнес, мобильная коммерция, электронная коммерция, китайский бизнес, корпоративные риски

Zhang Xu

Master student of the Moscow
Pedagogical State University
Moscow, Russia

RISKS FOR THE MOBILE COMMERCE MARKET IN A TURBULENT GLOBAL ECONOMY

Abstract: This article discusses the multiple challenges facing the mobile commerce sector in the face of global economic uncertainty. As the global economy experiences fluctuations due to factors such as recession, inflation and geopolitical tensions, the mobile commerce industry faces risks ranging from fluctuations in consumer behavior to regulatory complexities and cybersecurity threats. These challenges underscore the need for mobile commerce companies to adopt adaptive strategies, continuously innovate, and strengthen cybersecurity measures. Effectively addressing these risks will enable companies to maintain growth and competitiveness in an increasingly volatile economic environment. The relevance of this article lies in its timely analysis of how economic turbulence affects mobile commerce, and how it enables stakeholders to navigate uncertainty and capitalize on opportunities in the digital marketplace.

Keywords: *international business, mobile commerce, e-commerce, Chinese business, corporate risks*

В условиях глобализации экономики экономическая конкуренция между странами все чаще проявляется как конкуренция между

предприятиями на мировом рынке. В прошлом свободная рыночная экономика способствовала экономической глобализации и совершенствованию глобального разделения труда под руководством транснациональных корпораций. Она дополняла рыночную конкуренцию и либерализацию торговли и совместно создавали сложную систему цепочек поставок, в которой страны по всему миру были взаимозависимы [2].

В настоящее время взаимоотношения между экономической теорией и промышленной политикой в американском и европейском обществах вступили в новый этап.

В ближайшие десять лет Huawei и другие китайские компании сталкиваются с рядом значительных вызовов, включая замедление экономического роста в Китае и неустойчивость традиционных методов развития. Эти факторы подрывают конкурентные преимущества традиционных секторов китайской экономики и увеличивают риски для бизнеса [1].

Реализация стратегий мобильной коммерции становится особенно рискованной в условиях глобальной экономической нестабильности. Экономические колебания, такие как рецессии и инфляция, могут существенно сократить располагаемый доход потребителей, что приводит к снижению их неосновных расходов, включая операции мобильной коммерции.

Во время экономического спада потребители, как правило, отдают предпочтение основным расходам перед дискреционными покупками, включая подписку на мобильные приложения, онлайн-развлечения и несущественные цифровые операции. Такое изменение в поведении потребителей представляет прямую угрозу для компаний, полагающихся на мобильные технологии как на основной источник дохода.

Кроме того, колебания курсов валют и торговая напряженность между ведущими экономиками могут привести к нестабильности на международных рынках. Для транснациональных компаний, занимающихся мобильной коммерцией, колебания курсов валют могут повлиять на размер прибыли и операционные расходы, что усложняет финансовое планирование и прогнозирование [3].

Технологический прогресс открывает новые возможности для улучшения удобства пользователей и операционной эффективности, однако он также вносит угрозы в области кибербезопасности и требует постоянных инвестиций в модернизацию технологий. Платформы мобильной коммерции являются привлекательными объектами для киберпреступников, которые пытаются использовать слабые места в цифровых платежных системах, мобильных приложениях и защите данных клиентов.

Для сохранения своего технологического лидерства Huawei активно инвестирует в новые области, включая искусственный интеллект. Однако компании приходится адаптироваться к новым реалиям, вызванным запретом на продажу ее оборудования в США и других странах, что стало значимым ограничением для ее международных операций.

С 2022 года запрет на продажу Huawei в США стал одним из центральных вопросов в международной политике, вызвав обвинения Китая в сторону американцев о злоупотреблении государственной власти для ущемления китайских компаний. В ответ Huawei представила новый телефон, использующий передовые технологии, что способствовало росту выручки компании на 9% в 2023 году.

Huawei остается ключевым игроком в мировой полупроводниковой индустрии, несмотря на попытки администрации Байдена ограничить ее деятельность в этом секторе. Сеть заводов по производству микросхем и

значительные государственные инвестиции подтверждают стратегическое значение Huawei для Китая.

Однако изменчивое законодательство в области мобильной коммерции и различия в нормативных актах могут стать вызовом для бизнеса компании. Это требует от Huawei значительных усилий в области юридической поддержки и соблюдения международных стандартов [4].

С учетом изменяющихся предпочтений потребителей, особенно поколения зумеров, Huawei активно использует данные аналитики и маркетинговых исследований для адаптации своих продуктов и стратегий. Доверие к бренду становится критическим фактором при выборе потребителями основного способа оплаты, что непосредственно влияет на конкурентоспособность компании на мировом рынке.

В секторе мобильной коммерции, где конкуренция нарастает, экономическая нестабильность становится дополнительным источником давления на компании, борющиеся за свою долю рынка. В таких условиях как новички, так и утвердившиеся игроки должны постоянно изобретать новые продукты и бизнес-модели, чтобы выделиться и удержать клиентов.

Основные стратегии, способствующие преодолению конкурентных рисков, включают концентрацию на инновациях и дифференциации. Инвестиции в разработку уникальных ценностных предложений, улучшение пользовательского опыта и внедрение новейших технологий становятся ключевыми инструментами для достижения конкурентных преимуществ.

Также важно, чтобы компании развивали культуру непрерывного совершенствования среди своих сотрудников. Это способствует инновационному мышлению, быстрому реагированию на изменения в рыночной среде и обеспечивает компании гибкость в адаптации к переменам [5].

Таким образом, успешное преодоление конкурентных рисков в секторе мобильной коммерции требует комплексного подхода, включающего инновации, дифференциацию продуктов и усилия по развитию внутренней культуры компании.

В заключение следует отметить, что, хотя рынок мобильной коммерции предоставляет выгодные возможности для роста и расширения, он также сопряжен с неотъемлемыми рисками, усугубляемыми глобальной экономической турбулентностью. Экономическая нестабильность, проблемы регулирования, технологические сбои и конкурентное давление - все это представляет собой серьезную угрозу для стабильного успеха предприятий мобильной коммерции.

Чтобы эффективно снизить эти риски, компании должны принять проактивные стратегии, направленные на инновации, соблюдение нормативных требований, обеспечение кибербезопасности и стратегическую адаптацию

Список использованной литературы

1. West, J., A. Salter, W. Vanhaverbeke, and H. Chesbrough, Open Innovation: The Next Decade, 2014 // Research Policy, 43(5): pp. 805–811
2. 张, 瑞娟. 移动电子商务的发展研究. 财经与管理. 2018. 1. 516. 10.26549/cjygl.v1i6.632. Чжан, Жуйцзюань // Исследование развития мобильной электронной коммерции. 2018. Финансы и менеджмент. 1. 516. 10.26549/cjygl.v1i6.632.
3. 张, 瑞娟. 移动电子商务的发展研究. 财经与管理. 2019. 1. 516. Чжан Руйцзюань. Исследование развития мобильной коммерции. Финансы и менеджмент. 2018. Vol 1. С. 516.

4. 索笑宇.移动电子商务发展研究.合作经济与科技,2014(12):52-54.
- Суо Сяоюй. Исследование развития мобильной электронной коммерции. Кооперативная экономика и технологии, 2014(12):52-54.
5. 魏利平, 邢文祥. 跨境电商出口对我国品牌国际化的影响研究. 国际贸易, 2019(12): 19-26
- Вэй Липин, Син Вэньсян. Исследование влияния трансграничного экспорта электронной коммерции на интернационализацию китайских брендов. Международная торговля, 2019(12): 19-26.