

УДК 33

Ван Фэй

студентка

2 курс магистратуры,

Институт социально-гуманитарного образования

Московский педагогический государственный университет

Россия, г. Москва

**ОСНОВНЫЕ ФОРМЫ И МЕТОДЫ ВЫХОДА
МЕЖДУНАРОДНЫХ КОМПАНИЙ НА РЫНКИ ИКТ-
ТЕХНОЛОГИЙ**

Аннотация: Экспорт товаров и услуг является одним из основных способов выхода международных компаний на рынки ИКТ-технологий. Основными преимуществами экспорта являются расширение рынка сбыта, увеличение выручки и улучшение финансовых показателей компании. Экспорт также позволяет уменьшить зависимость компании от внутреннего рынка и разнообразить портфель продукции.

Ключевые слова: расширение рынка сбыта; Экспорт товаров ;внутренние рынок

Wang Fei

student

2 courses of a magistrac,

Institute of social arts education

Moscow pedagogical state university

Russia, Moscow

Abstract: Abstract: Export of goods and services is one of the primary ways for international companies to enter the markets of ICT technologies. The main advantages of export include expanding the market, increasing revenue, and improving financial performance of the company. Export also

allows reducing the company's dependence on the domestic market and diversifying its product portfolio.

Keywords: *expanding the market, export of goods, domestic market.*

Для успешной адаптации продукта к местным условиям и потребностям рынка международные компании должны учитывать следующие факторы:

Изучение местного рынка: компании должны изучить местный рынок, чтобы понимать потребности и предпочтения местных потребителей, а также конкурентные условия на рынке. Определение изменений в продукте: компании должны определить, какие изменения нужно внести в продукт или услугу, чтобы они соответствовали местным условиям и потребностям рынка.

Учет культурных различий: компании должны учитывать культурные различия между своей страной и местным рынком, чтобы адаптировать продукт или услугу к местным предпочтениям и традициям.

Соблюдение законодательства: компании должны учитывать местное законодательство, чтобы адаптировать продукт или услугу к местным требованиям и нормам.

Тестирование продукта: компании должны тестировать адаптированный продукт на местном рынке, чтобы проверить его эффективность и привлекательность для потребителей.

Промоушен продукта: компании должны разработать маркетинговую стратегию для продвижения адаптированного

продукта на местном рынке через местные каналы и инструменты маркетинга.

Адаптация продукта к местным условиям и потребностям рынка может быть эффективным методом для международных компаний, чтобы увеличить узнаваемость своего бренда, улучшить продажи и привлечь новых клиентов. Однако, для успешного использования этого метода компании должны учитывать множество факторов, связанных с изучением местного рынка, определением изменений в продукте, учетом культурных различий.

В данном пункте были рассмотрены основные методы, которые могут использовать международные компании для выхода на рынки ИКТ-технологий. Каждый из этих методов имеет свои преимущества и недостатки, и выбор метода зависит от конкретной ситуации компании.

Экспорт товаров и услуг - это один из основных методов выхода на международные рынки, который позволяет компаниям расширять свой бизнес за счет продажи своих продуктов и услуг за границей.

Вывод:

Экспорт товаров и услуг является одним из основных способов выхода международных компаний на рынки ИКТ-технологий. Основными преимуществами экспорта являются расширение рынка сбыта, увеличение выручки и улучшение финансовых показателей компании. Экспорт также позволяет уменьшить зависимость компании от внутреннего рынка и разнообразить портфель продукции.

Использованные источники:

1. Simonin, B. L. (1999). Transfer of Marketing Know-How in International Strategic Alliances: An Empirical Investigation of the Role and Antecedents of Knowledge Ambiguity. *Journal of International Business Studies*, 30(3), 463-490.
2. Wang, Y., & Liu, Y. (2020). The internationalisation strategy of Huawei: a comparison with Lenovo. *Asia Pacific Journal of Management*, 37(1), 195-220.
3. Wei, Y., Liu, J., & Gao, Y. (2017). Huawei's internationalization: a dynamic process of learning and innovation. *Journal of Chinese Economic and Business Studies*, 15(4), 311-334.