

УДК 33

Ван Фэй , ЛюСытун

студенты

2 курс магистратуры,

Институт социально-гуманитарного образования

Московский педагогический государственный университет

Россия, г. Москва

**БАРЬЕРЫ И РИСКИ ВХОДА МЕЖДУНАРОДНЫХ
КОМПАНИЙ НА РЫНКИ ИКТ- ТЕХНОЛОГИЙ И ПУТИ ИХ
ПРЕОДОЛЕНИЯ**

Аннотация: Конкуренция на рынке ИКТ-технологий - это состояние, при котором несколько компаний работают на одном рынке и борются за долю рынка. В условиях глобализации конкуренция становится все более интенсивной и разнообразной. Барьеры для входа на рынок снижаются, поэтому новые компании могут входить на рынок и становиться конкурентами уже существующих игроков.

Ключевые слова: глобализации конкуренция; Конкуренция; доля рынка.

Wang Fei,Liu SiTong

students

2 courses of a magistrac,

Institute of social arts education

Moscow pedagogical state university

Russia, Moscow

Abstract: Competition in the ICT technology market is a state in which several companies operate in the same market and compete for market share. In the conditions of globalization, competition is becoming increasingly intense and diverse. Barriers to market entry are reduced, so

new companies can enter the market and become competitors of existing players.

Keywords: *globalization, competition, market share.*

Конкуренция на рынке ИКТ-технологий может проявляться в виде снижения цен на продукты и услуги, улучшения качества продукции, развития новых технологий и усовершенствования существующих. Она может быть как здоровой, стимулирующей развитие, так и нездоровой, приводящей к дестабилизации рынка и снижению качества продуктов.

Для преодоления конкуренции на рынке ИКТ-технологий компании должны разрабатывать и реализовывать эффективные маркетинговые стратегии, улучшать качество своих продуктов и услуг, снижать цены и уделять внимание клиентоориентированности. Также важным фактором является развитие уникальных конкурентных преимуществ, например, разработка новых продуктов или технологий, которые будут востребованы на рынке.

Различия в законодательстве и правилах регулирования могут представлять серьезные препятствия для международных компаний, пытающихся войти на рынки ИКТ-технологий. Каждая страна имеет свои законы и правила, которые регулируют деятельность компаний на своей территории, и эти законы могут существенно отличаться от законодательства других стран.

Кроме того, в различных странах могут существовать ограничения на импорт товаров и услуг, которые также могут повлиять на возможности международных компаний на местных

рынках. Такие ограничения могут включать в себя таможенные пошлины, ограничения на ввоз определенных товаров, требования к лицензированию и регистрации, а также квоты на импорт.

Для преодоления различий в законодательстве и правилах регулирования международные компании должны проявлять высокую гибкость и адаптивность, чтобы соответствовать требованиям и нормам, установленным в каждой стране. Компании должны заранее проводить исследования и изучать правила и требования, связанные с деятельностью на местных рынках. Они также должны иметь понимание процедур регистрации и лицензирования, чтобы избежать нежелательных задержек в начале работы на новых рынках. Кроме того, компании могут использовать услуги юридических консультантов и специалистов по регулированию для помощи в преодолении различий в законодательстве и правилах регулирования на местных рынках.

Культурные различия и языковые барьеры также могут представлять существенные препятствия для международных компаний, пытающихся войти на рынки ИКТ-технологий. Различия в культуре, языке и менталитете могут повлиять на понимание и восприятие продуктов и услуг компании, а также на способ их маркетинга и продвижения на местных рынках.

Языковые барьеры могут осложнять коммуникацию между компанией и потенциальными клиентами, что может привести к недопониманию и ошибкам в коммуникации. Культурные различия могут затруднять понимание местных потребностей и ожиданий клиентов, а также могут повлиять на эффективность маркетинговых кампаний компании.

Для преодоления культурных различий и языковых барьеров международные компании должны уделить особое внимание изучению местной культуры, традиций и обычаев, а также языковым навыкам своих сотрудников. Это поможет компаниям лучше понимать потребности и ожидания местных клиентов, а также создать продукты и услуги, которые соответствуют местным требованиям. Компании также могут использовать услуги местных переводчиков и интернациональных специалистов по культурной адаптации, чтобы помочь им разработать эффективные маркетинговые стратегии и рекламные кампании на местных языках и с учетом местных культурных особенностей.

Технические барьеры могут также представлять существенные препятствия для международных компаний, пытающихся войти на рынки ИКТ-технологий. Технические барьеры могут включать в себя различные стандарты и требования к качеству продукции и услуг, а также требования к безопасности и соответствию местным нормам и стандартам.

Кроме того, в различных странах могут существовать ограничения на использование некоторых технологий и программного обеспечения. Например, в некоторых странах запрещено использование криптографии высокой степени защиты, а в других - могут быть ограничения на использование программного обеспечения, созданного в других странах. Экономические риски - это риск, связанный с возможными изменениями экономической ситуации на рынке, который может повлиять на деятельность международных компаний на этом рынке. Такие изменения могут быть связаны с валютными курсами, инфляцией, процентными

ставками, уровнем безработицы, экономическими кризисами и другими факторами.

Например, изменение валютных курсов может повлиять на доходы международных компаний, работающих на местных рынках, а инфляция может привести к повышению цен на товары и услуги, что может отразиться на спросе на продукцию и услуги компаний. Также экономические кризисы могут привести к сокращению инвестиций и уменьшению спроса на продукты и услуги компаний.

Для преодоления экономических рисков международные компании должны проводить исследования и анализировать экономическую ситуацию на местных рынках, чтобы лучше понимать возможные риски и принимать соответствующие меры по их уменьшению. Компании также должны иметь гибкость в своих бизнес-стратегиях, чтобы быстро адаптироваться к изменяющейся экономической ситуации на рынке. Они могут также использовать услуги консультантов и экспертов по регулированию, чтобы помочь им принимать решения, связанные с экономической ситуацией на местных рынках. Кроме того, компании могут диверсифицировать свои бизнес-операции на множество рынков, чтобы уменьшить зависимость от любого конкретного рынка, подверженного экономическим рискам.

Кроме того, компании могут использовать услуги консультантов и экспертов по регулированию, технологической адаптации и анализу рынка, чтобы помочь им принимать решения, связанные с рисками на местных рынках. Они могут также диверсифицировать свои бизнес-операции на множество рынков, чтобы уменьшить зависимость от любого конкретного рынка, подверженного рискам.

Вывод:

В целом, несмотря на риски, международный рынок ИКТ-технологий представляет большие возможности для международных компаний, которые готовы адаптироваться к изменяющейся ситуации на рынке и использовать свои преимущества для развития бизнеса на международном уровне.

Использованные источники:

1. Chen, C. J., & Huang, J. W. (2007). How organizational climate and structure affect knowledge management—the social interaction perspective. *International Journal of Information Management*, 27(2), 104-118.
2. Doz, Y. L., & Wilson, K. (2012). Managing global expansion: A conceptual framework. In *The Handbook of International Corporate Governance* (pp. 347-377). Edward Elgar Publishing.
3. Hill, C. W. L. (2017). *Global business today*. McGraw-Hill Education.
4. Javalgi, R. G., White, D. S., Ali, F., & Lee, S. K. (2010). Strategic online marketing for global organizations: a conceptual framework. *International Marketing Review*, 27(1), 56-74.
5. Knight, G. A., & Cavusgil, S. T. (2005). A taxonomy of born-global firms. *Management International Review*, 45(3), 15-35.