

УДК 33

DOI: 10.34670/AR.2022.54.34.010

## Интернационализация деятельности фирм-производителей программного обеспечения: на примере Индии

**Елагина Анна Сергеевна**

Кандидат экономических наук, доцент,  
доцент кафедры экономических дисциплин,  
Еврейский университет,  
127273, Российская Федерация, Москва, ул. Отрадная, 6;  
e-mail: yelagina.anna@gmail.com

**Оздамирова Элиза Мусатовна**

Кандидат исторических наук,  
доцент кафедры новой и новейшей истории,  
Чеченский государственный университет им. А.А. Кадырова,  
364034, Российская Федерация, Грозный, Грозный, ул. А. Шерипова, 32;  
e-mail: Ozdamirova@mail.ru

### Аннотация

В работе показано, что существуют противоречия между концепциями быстрого внедрения инноваций и снижения рисков вхождения на новые рынки. Многонациональное предприятие может получить выгоду только путем трансляции эффективных бизнес-процессов, основанных на уникальных знаниях, передаваемых своим дочерним компаниям, что позволяет при выходе на новые рынки осуществлять деятельность с издержками на уровне минимальных значений кривой производственного опыта, оказывать воздействие на состоянии конкуренции на рынке. Однако в случае, если культура ведения деятельности на новом рынке существенно отличается, ценность данных знаний может быть минимальной. С другой стороны, если осуществлять процесс выхода на новые рынки достаточно долго, то компания не сможет реализовать свой рыночный потенциал из-за устаревания знаний и инноваций. На примере интернационализации индийских компаний-разработчиков показано, что данные противоречия могут решаться за счет организации совместных предприятий, где принимающая страна осуществляет только административный контроль и маркетинговые коммуникации, а индийская компания транслирует эффективный подход к бизнес-процессу

### Для цитирования в научных исследованиях

Елагина А.С., Оздамирова Э.М. Интернационализация деятельности фирм-производителей программного обеспечения: на примере Индии // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2022. Том 12. № 7А. С. 100-105. DOI: 10.34670/AR.2022.54.34.010

### Ключевые слова

Интернационализация, международная торговля, мировая экономика, развивающиеся рынки, IT-сектор, экономика Индии.

## Введение

В современных условиях повышается интерес к исследованию процессов интернационализации многонациональных предприятий на развивающихся рынках в аспекте его воздействия на производительность. Изучение данного процесса на примере сектора программного обеспечения Индии является весьма значимым примером, на основании которого можно определить взаимосвязи между показателями деятельности в различных условиях выхода на новые рынки и транзита «бизнес-моделей» внутреннего рынка.

В современных исследованиях показано, что практика интернационализации показывает, что от расширения деятельности на другие рынки зачастую не происходит повышение производительности деятельности, несмотря на поддерживающие институциональные условия и успешное копирование всех бизнес-процессов. В результате исследований было выявлено, что культурологические отличия могут оказывать негативное воздействие на эффективность деятельности и существенно увеличить затраты на выход на новые рынки. Однако опыт переноса бизнес-процессов позволяет сделать вывод о том, что большинство фирм в итоге на собственной опыте находят эффективную модель интернационализации путем постоянной обратной связи на свои действия, что повышает уровень инвестиций в первые годы расширения деятельности на международных рынках.

## Основная часть

Для того, чтобы избежать высоких затрат, зачастую безвозвратных, в процессе интернационализации используются различные формы совместных предприятий. В целом, сравнительный анализ деятельности с учетом частичного контроля показывает, что такая форма является более эффективной, что было показано на значительном массиве данных в различных странах мира, как развитых, так и развивающихся.

Однако, ее применение в то же время повышает риски корпоративного контроля, усложнение взаимодействия между акционерами в части принятия решений, более сложно решаются проблемы «принципиала-агента». Кроме того, в настоящее время как эмпирические исследования, так и мета-исследования не позволяют однозначно сделать вывод о воздействии таких форм интернационализации на скорость проникновения на международные рынки. Позиции по этому вопросу менялись с одних на противоположные. При этом, даже в самых ранних работах конца 1990-х была показана отрицательная зависимость между данными показателями.

Таким образом, использование формы совместных предприятий фактически сокращает уровень первоначальных инвестиций, но существенно повышает риски. Однако, по отношению к определенным случаям, эти выводы могут не подтверждаться, так как для совместной деятельности могут быть выбраны компании, корпоративная культура которых позволяет не увеличивать риски совместной деятельности. В то же время попытки использовать такой вид интернационализации для сокращения времени проникновения на рынок является неэффективным из-за повышения стоимости корпоративного обучения в условиях международной экспансии, потребности в более полном сборе данных, принятия решений в условиях неопределенности и рисков иной культурной среды.

Многонациональное предприятие может получить выгоду только путем трансляции эффективных бизнес-процессов, основанных на уникальных знаниях, передаваемых своим

дочерним компаниям, что позволяет при выходе на новые рынки осуществлять деятельность с издержками на уровне минимальных значений кривой производственного опыта, оказывать воздействие на состоянии конкуренции на рынке. Однако в случае, если культура ведения деятельности на новом рынке существенно отличается, ценность данных знаний может быть минимальной. С другой стороны, если осуществлять процесс выхода на новые рынки достаточно долго, то компания не сможет реализовать свой рыночный потенциал из-за устаревания знаний и инноваций. Таким образом, существуют противоречия между концепциями быстрого внедрения инноваций и снижения рисков вхождения на новые рынки.

Следовательно, компании выходя на международный рынок в первую очередь должны определять соотношения риска и потенциальной ценности процессов интернационализации. К преимуществам может относиться «выгода первопроходца», когда компания на международном рынке предполагает новый для него продукт. Однако практика показывает, что получение дополнительной прибыли в данном случае весьма ограничено. Однако, в любом случае фирма, которая осуществляет деятельность на нескольких международных рынках, и локальная компания существенно отличаются по эффективности ведения деятельности, и первые получают большую прибыль по сравнению со вторыми. Таким образом, в отношении процессов интернационализации существует значительное количество областей, требующей дальнейшего изучения, где принятые в современной теории международной экономики концепции не полностью описывают механизм процесса. Поэтому ее изучение необходимо осуществлять на примере отдельных отраслей с коротким жизненным циклом, для получения достоверных выводов и выявления общих закономерностей процессов интернационализации.

Отрасль программного обеспечения Индии является одной из самых быстрорастущих в отношении международной экспансии. Кроме того, именно данный вид бизнеса позволяет открывать значительное количество рабочих мест на развивающихся рынках. Однако в то же время, размеры этих компаний не позволяют им привлекать прямые иностранные инвестиции. Рынок программного обеспечения Индии является высококонцентрированным, на долю 5 фирм приходится 30% рынка, а на долю 10 – 54% рынка по данным 2020 года. При этом их доходы варьируются от 12 миллионов долларов в год до 5 миллиардов долларов в год. Индийские компании достаточно активно осуществляют интернационализацию деятельности, наиболее крупная из них присутствует в 66 странах мира.

Обобщение опыта, представленного в ряде исследований, показывает, что при реализации программы интернационализации необходимо осуществлять не только трансляции технологической эффективности, но и развивать маркетинговые коммуникации для снижения вероятности аутсайдерства в новой принимающей стороне.

Именно для таких направлений возможно принятие формы интернационализации посредством организации совместных предприятий для повышения эффективности администрирования бизнес-процессов, в том числе в аспекте снижения барьеров получения информации.

Использование данных возможностей позволяет значительно улучшить производительность, снизить первоначальные инвестиции на выход на новые рынки, что позволяет увеличить доходы от международной деятельности. Однако вопросы эффективности выбора партнеров для интернационализации в настоящее время является малоизученным вопросом. Исследования показывают, что индийские разработчики программного обеспечения больше чем фирмы в других странах приспособлены к текучести персонала, что позволяет увеличить из устойчивостью на международном рынке. Фактически, значительная нагрузка на

менеджмент среднего звена является достаточно распространенной бизнес-моделью индийских разработчиков, позволяющих повысить свою конкурентоспособность на международных рынках.

### **Заключение**

Исследование показывает, что фирмы при интернационализации своей деятельности могут транслировать свои бизнес-модели с одной стороны и адаптироваться к условиям внешней среды. Все это позволило IT-сектору Индии выживать в условиях мировых финансовых кризисов. Как показывает опыт их деятельности на внешних рынках, они могут транслировать свой подход к экономии на оплате персонала за счет устойчивости к его текучести в условиях проектной деятельности. Наличие таких навыков позволяет максимально эффективно использовать ресурсы рынка труда страны, даже если они являются дефицитными и использовать для получения эффективных результатов недостаточно подготовленный персонал.

### **Библиография**

1. Мхитарян А. С. Сравнительный обзор эффективной экосистемы мфо с ее финансовыми услугами //Научное обозрение: теория и практика. – 2021. – Т. 11. – №. 4. – С. 1073-1090.
2. Jain N. K., Celo S., Kumar V. Internationalization speed, resources and performance: Evidence from Indian software industry //Journal of Business Research. – 2019. – Т. 95. – С. 26-37.
3. Jain N. K. et al. Rapid internationalization of emerging market firms—The role of geographic diversity and added cultural distance //International Business Review. – 2019. – Т. 28. – №. 6. – С. 101590.
4. Contractor F. J., Kumar V., Kundu S. K. Nature of the relationship between international expansion and performance: The case of emerging market firms //Journal of World Business. – 2007. – Т. 42. – №. 4. – С. 401-417.
5. Pattnaik C., Elango B. The impact of firm resources on the internationalization and performance relationship: A study of Indian manufacturing firms //Multinational Business Review. – 2009.
6. Singla C., George R. Internationalization and performance: A contextual analysis of Indian firms //Journal of Business Research. – 2013. – Т. 66. – №. 12. – С. 2500-2506.
7. Zhou C. Internationalization and performance: evidence from Chinese firms //Chinese Management Studies. – 2018.
8. Bai W., Liu R., Zhou L. Enhancing the learning advantages of newness: The role of internal social capital in the international performance of young entrepreneurial firms //Journal of International Management. – 2020. – Т. 26. – №. 2. – С. 100733.
9. Kumar V., Singh N. Internationalization and performance of Indian pharmaceutical firms //Thunderbird International Business Review. – 2008. – Т. 50. – №. 5. – С. 321-330.
10. Hilmersson M., Johanson M. Speed of SME internationalization and performance //Management International Review. – 2016. – Т. 56. – №. 1. – С. 67-94.

## **Internationalization of the activities of software manufacturers: the case of India**

**Anna S. Elagina**

PhD in Economics, Associate Professor,  
Department of Economics,  
Jewish University,  
127273, 6, Otradnaya str., Moscow, Russian Federation;  
e-mail: yelagina.anna@gmail.com

**Eliza M. Ozdamirova**

PhD in History,  
Associate Professor of the Department of Modern and Contemporary History,  
Chechen State University named after A.A. Kadyrov,  
364034, 32, Sheripova str., Grozny, Russian Federation;  
e-mail: Ozdamirova@mail.ru

**Abstract**

The paper shows that there are contradictions between the concepts of rapid innovation and reducing the risks of entering new markets. A multinational enterprise can benefit only by broadcasting effective business processes based on unique knowledge transferred to its subsidiaries, which allows, when entering new markets, to carry out activities with costs at the level of the minimum values of the production experience curve, to influence the state of competition in the market. However, if the culture of doing business in a new market is significantly different, the value of this knowledge may be minimal. On the other hand, if the process of entering new markets is carried out for a long time, the company will not be able to realize its market potential due to the obsolescence of knowledge and innovation. Using the example of internationalization of Indian development companies, it is shown that these contradictions can be solved by organizing joint ventures, where the host country exercises only administrative control and marketing communications, and the Indian company broadcasts an effective approach to the business process.

**For citation**

Elagina A.S., Ozdamirova E.M. (2022) Internatsionalizatsiya deyatel'nosti firm-proizvoditelei programmnoho obespecheniya: na primere Indii [Internationalization of the activities of software manufacturers: the case of India]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 12 (7A), pp. 100-105. DOI: 10.34670/AR.2022.54.34.010

**Keywords**

Internationalization, international trade, world economy, emerging markets, IT sector, Indian economy.

**References**

1. Mkhitarian A. S. Comparative review of an effective ecosystem of mfis with its financial services // Scientific review: theory and practice. – 2021. – Vol. 11. – No. 4. – pp. 1073-1090.
2. Jain, N. K., Celo, S., & Kumar, V. (2019). Internationalization speed, resources and performance: Evidence from Indian software industry. *Journal of Business Research*, 95, 26-37.
3. Jain, N. K., Pangarkar, N., Yuan, L., & Kumar, V. (2019). Rapid internationalization of emerging market firms—The role of geographic diversity and added cultural distance. *International Business Review*, 28(6), 101590.
4. Contractor, F. J., Kumar, V., & Kundu, S. K. (2007). Nature of the relationship between international expansion and performance: The case of emerging market firms. *Journal of World Business*, 42(4), 401-417.
5. Pattnaik, C., & Elango, B. (2009). The impact of firm resources on the internationalization and performance relationship: A study of Indian manufacturing firms. *Multinational Business Review*.
6. Singla, C., & George, R. (2013). Internationalization and performance: A contextual analysis of Indian firms. *Journal of Business Research*, 66(12), 2500-2506.
7. Zhou, C. (2018). Internationalization and performance: evidence from Chinese firms. *Chinese Management Studies*.
8. Bai, W., Liu, R., & Zhou, L. (2020). Enhancing the learning advantages of newness: The role of internal social capital in the international performance of young entrepreneurial firms. *Journal of International Management*, 26(2), 100733.

- 
9. Kumar, V., & Singh, N. (2008). Internationalization and performance of Indian pharmaceutical firms. *Thunderbird International Business Review*, 50(5), 321-330.
  10. Hilmersson, M., & Johanson, M. (2016). Speed of SME internationalization and performance. *Management International Review*, 56(1), 67-94.