

Н. С. Зайцев

Аспирант,
nik17094@mail.ru

Московский финансово–промышленный университет Синергия,
Москва, Российская Федерация

Базовые конкурентные стратегии цифровой экономики

***Аннотация:** В XXI веке в эпоху всеобщей глобализации и цифровизации, одним из самых важных параметров и критериев эффективности и востребованности производимого продукта или услуги является конкурентоспособность, реализуемая за счет выбора верных и эффективных конкурентных стратегий. Для определения и выделения из всего многообразия таких конкурентных стратегий, которые будут учитывать и отражать задачи цифровой экономики, очень важно выделить основные, ключевые стратегии или другими словами базу, от которой в дальнейшем можно оттолкнуться и разработать индивидуальную стратегию, отражающую цели и задачи организации–участника рынка цифровой экономики.*

***Ключевые слова:** конкурентная стратегия, цифровая экономика, базовые конкурентные стратегии, конкурентоспособность, цифровизация.*

N. S. Zaytsev

Postgraduate student,
nik17094@mail.ru

Moscow financial–industrial University Synergy,
Moscow, Russian Federation

Basic competitive strategies of the digital economy

***Annotation:** In the 21st century, in the era of universal globalization and digitalization, one of the most important parameters and criteria for the effectiveness and demand for a manufactured product or service is competitiveness, realized by choosing the right and effective competitive strategies. To identify and distinguish from the whole variety of competitive strategies that will take into account and reflect the challenges of the digital economy, it is very important to identify the main, key strategies, or in other words, the base from which you can later build and develop an individual strategy that reflects the goals and objectives of the organization participating in the digital economy market.*

***Keywords:** competitive strategy, digital economy, competitiveness, basic competitive strategies, digitalization.*

1. Введение

Цифровая экономика на сегодняшний день охватывает практически все существующие бизнес направления, а также виды услуг. Современной организации, для того чтобы быть наравне с конкурентами или быть на первом месте среди них, жизненно важно необходимо выбрать ключевые стратегии долгосрочного развития для обеспечения высокой конкурентоспособности на том или ином рынке, на котором представлена такая организация в секторе цифровой экономики. При этом необходимо понимать, что глобально определение конкурентоспособности — понятие относительное, поскольку успешно конкурирующий на одних рынках товар будет совершенно неконкурентоспособным на других.¹

Таким образом, при формировании общей концепции в области конкурентоспособности в секторе цифровой экономики необходимо выделить основные или, иными словами, базовые конкурентные стратегии для дальнейшего развития организации.

2. Классическое определение понятия Конкурентной стратегии

Рассмотрим классическое определение понятия «Конкурентная стратегия»:

Конкурентная стратегия — это стратегия, направленная на достижение наиболее устойчивого и привлекательного рыночного положения стратегической единицы бизнеса (организация, фирма производство, ИП, ООО и т.д.).

Конкурентная стратегия содержит в себе действия, задачи и определенные решения в условиях конкретного рынка, реализовав которые организация достигнет конкурентного преимущества над другими участниками соответствующего рынка. Процесс достижения главнейших целей организации в условиях рыночной цифровой экономики находит отражение в верно выбранной рыночной стратегии компаний, верной постановке долговременных целей.

2.1. Базовые конкурентные стратегии по Майклу Портеру и их актуальность в цифровой экономике

Одним из главных представителей в экономических науках, занимавшихся изучением конкурентоспособности и конкурентных страте-

¹ Маркетинговая стратегия и конкурентные стратегии Электронный ресурс, URL: https://spravochnick.ru/marketing/marketingovaya_strategiya/konkurentnye_strategii/.

гий является Майкл Портер. Изначально само понимание и определение понятия «конкурентная стратегия» было сформулировано на основании идей и работ М. Портера, сумевшего выделить три основных базовых конкурентных стратегий²:

- стратегия низких издержек;
- стратегия дифференциации;
- стратегия фокусирования.

Современное представление этой концепции в рамках рассматриваемого нами сектора цифровой экономики выглядит немного иначе: концепция содержит пять стратегий, отличающихся друг от друга типом конкурентного преимущества и ориентиром на широту рынка.³ На основании этого мы понимаем, что «низкие издержки» и «дифференциация» являются типами конкурентного преимущества на рынке, а фокусирование будет играть роль основания для разделения в такой градации. Именно такое разделение базовых конкурентных стратегий позволяет различным компаниям и организациям уже на этапе старта или реорганизации верно определить и разработать собственную конкурентную стратегию, которая в конечном счете приведет организацию к успеху (конкурентное преимущество).

3. Базовые конкурентные стратегии в цифровой экономике

Основываясь на вышесказанном, мы можем утверждать, что вышесказанная нижеперечисленные базовые конкурентные стратегии являются так называемым фундаментом для дальнейшей разработки любой индивидуальной конкурентной стратегии, а значит имеют место не только в классической, но и в цифровой экономике.

Рассмотрим более подробно каждую из этих базовых стратегий через призму цифровой экономики.⁴

² Оценка конкурентоспособности организаций в условиях цифровой экономики. Электронный ресурс, URL: <https://1economic.ru/lib/100025>.

³ Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов. — М.: Альпина Бизнес Букс. 2005. С. 120.

⁴ IV международная научная конференция «Актуальные вопросы юридических наук» (Чита, апрель 2018) Леонова, Е. В. Обеспечение конкуренции в эпоху цифровой экономики: возможности и угрозы / Е. В. Леонова. — Текст: непосредственный. Актуальные вопросы юридических наук: материалы IV Междунар. науч. конф. (г. Чита, апрель 2018 г.). — Чита: Издательство Молодой ученый, 2018. С. 10–12. URL: <https://moluch.ru/conf/law/archive/284/13991/>.

3.1. Стратегия лидерства по издержкам

Стратегия лидерства по издержкам (Low-Cost Provider Strategy) — достижение низкого уровня издержек производства продукта, схожего с продуктом конкурентов, для привлечения широкого круга покупателей.

Примеры стратегии лидерства по издержкам:

Обычно сторонниками данной стратегии являются представители сегмента стрит-ритейла, сетевого фаст-фуда, сетевые гипермаркеты и аутлеты, предлагающие потребительские товары по низкой цене, авиакомпании-лоукостеры (Победа) и т.д.

3.2. Стратегия дифференциации

Стратегия дифференциации (Broad Differentiation Strategy) — достижение отличия продукта компании от продукта конкурентов за счет более совершенных характеристик, которые являются фактором привлечения для потребителя.

Примеры стратегии дифференциации:

Обычно такой стратегии в качестве базовой придерживаются крупные производители электроники и гаджетов (Apple, Samsung), одежды (Zara, H&M), продуктов питания (Metro, Auchan), компании-поставщики всевозможных услуг, ориентированных на среднего потребителя или стремящихся попасть в формат премиум-класса или эксклюзивных услуг и т.д.

3.3. Стратегия сфокусированного лидерства по издержкам

Стратегия сфокусированного лидерства по издержкам (Focused Low-Cost Provider Strategy) — достижение низкого уровня издержек производства специализированного продукта, пользующегося спросом у крайне узкой аудитории покупателей.

Примеры стратегии сфокусированного лидерства по издержкам:

Примерами этой стратегии будут производители базового спортивного снаряжения, производители дешевого специнструмента и материалов, простейшие медицинские устройства (тонометры, глюкометры) и ортопедические изделия и т.д.

3.4. Стратегия сфокусированной дифференциации

Стратегия сфокусированной дифференциации (Focused Differentiation Strategy) — достижение привлекательности продукта компании за счет характеристик, отвечающих высочайшим требованиям определенной узкой категории потребителей.

Примеры стратегии сфокусированной дифференциации:

Характерным примером этого типа конкурентной стратегии будут производители таких инструментов и снаряжения, которое отличается лучшими характеристиками для узкой и специализированной (профессиональной) деятельности, например, электроника для сложного медицинского оборудования, профессиональное снаряжение для экспедиций и экстремальных видов спорта, оборудование для съемок под водой и т.д.

3.5. Стратегия лучшей ценности

Стратегия лучшей ценности (Best-Cost Provider Strategy) — достижение наиболее «честной» цены и безупречной реализации ключевых характеристик производимого продукта, которые являются определяющими для конкретного потребителя.

Примеры стратегии лучшей ценности:

Данная стратегия крайне редко существует в «чистом» виде, но наиболее близкими ее проявлениями могут быть: «натуральные» продукты питания (Вкусвилл), натуральная косметика (Natura Siberica), льняная одежда, услуги по пошиву костюмов на заказ, тюнинг-ателье и кастомизация авто и мототехники, услуги и продукты, за которые потребитель будет намеренно платить высокую плату, за высочайший уровень и качество, а также, в большинстве случаев, за бренд и престиж.

4. Вывод

Разработка конкурентной стратегии, как в классической, так и в цифровой экономике традиционно начинается с глубокой аналитической проработки внутренней и внешней среды организации. Особая роль при этом отводится отраслевому анализу и изучению конкурентов, а также внешних факторов (политическая обстановка, курс валют, уровень инфляции и т.д.). На основе проведенного анализа, исходя из характера конкурентных преимуществ и ликвидности отрасли, определяется оптимальный (наиболее подходящий) базовый тип конкурентной стратегии, на основании которого далее формируются уже конкретные и четкие цели и задачи организации и последующая реализация разработанной стратегии.

Список литературы

1. Маркетинговая стратегия и конкурентные стратегии Электронный ресурс, URL: https://spravochnick.ru/marketing/marketingovaya_strategiya/konkurentnye_strategii/.

2. Оценка конкурентоспособности организаций в условиях цифровой экономики Электронный ресурс, URL: <https://leconomic.ru/lib/100025>.
3. Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов. М.: Альпина Бизнес Букс. 2005. 454 с.
4. IV международная научная конференция «Актуальные вопросы юридических наук» (Чита, апрель 2018) Леонова, Е. В. Обеспечение конкуренции в эпоху цифровой экономики: возможности и угрозы / Е. В. Леонова. — Текст: непосредственный. Актуальные вопросы юридических наук: материалы IV Междунар. науч. конф. (г. Чита, апрель 2018 г.). — Чита: Издательство Молодой ученый, 2018. С. 10–12. — URL: <https://moluch.ru/conf/law/archive/284/13991/>.
5. Конкурентные стратегии Майкла Портера Электронный ресурс, URL: <https://plancraft.ru/theory/competitive-strategy/>.
6. Портер М. Конкуренция. — М.: Вильямс, 2010. 623 с.
7. Стратегии цифровой экономики Ведута Е.Н., Джакубова Т.Н. Государственное управление. Электронный вестник Выпуск № 63. Август 2017 г.
8. Конкурентоспособность как стимулирующий фактор к цифровой революции. [Электронный ресурс]: Электрон. версия. URL: <http://integral-83-Economy and BusinessJournal of Economy and Business, vol. 5-1 russia.ru/2018/05/14/konkurentosposobnost-kak-stimuliruyushhii-faktor-k-tsiifrovoy-revolutsii/>.

References

1. Marketingovaya strategiya i konkurentnye strategii Elektronnyi resurs, URL: https://spravochnik.ru/marketing/marketingovaya_strategiya/konkurentnye_strategii/.
2. Otsenka konkurentosposobnosti organizatsii v usloviyakh tsifrovoy ekonomiki Elektronnyi resurs, URL: <https://leconomic.ru/lib/100025>
3. Konkurentnye strategii Maikla Portera Elektronnyi resurs, URL: <https://plancraft.ru/theory/competitive-strategy/>.
4. IV mezhdunarodnaya nauchnaya konferentsiya «Aktual»nye voprosy yuridicheskikh nauk» (Chita, aprel' 2018) Leonova, E. V. Obespechenie konkurentsii v epokhu tsifrovoy ekonomiki: vozmozhnosti i ugrozy / E. V. Leonova. — Tekst: neposredstvennyi. Aktual'nye voprosy yuridicheskikh nauk: materialy IV Mezhdunar. nauch. konf. (g. Chita, aprel' 2018 g.). — Chita: Izdatel'stvo Molodoi uchenyi, 2018. S. 10–12. URL: <https://moluch.ru/conf/law/archive/284/13991/>.
5. Porter M. Konkurentsia. — M.: Vil'yams, 2010. 623 s.
6. Strategii tsifrovoy ekonomiki Veduta E.N., Dzhakubova T.N. Gosudarstvennoe upravlenie. Elektronnyi vestnik Vypusk № 63. Avgust 2017 g.

7. Porter M. Konkurentnaya strategiya. Metodika analiza otraslei i konkurentov. – M.: Al'pina Biznes Buks. 2005. 454 s. 120.
8. Konkurentosposobnost' kak stimiliruyushchii faktor k tsifrovoi revolyutsii. [Elektronnyi resurs]: Elektron. versiya URL: <http://integral-83-Economy and BusinessJournal of Economy and Business, vol.5-1 russia.ru/2018/05/14/konkurentosposobnost-kak-stimiliruyushhij-faktor-k-tsifrovoj-revolyutsii/>.