

7. ГОСТ 9.402-2004. Единая система защиты от коррозии и старения. Покрyтия лакокрасочные. Подготовка металлических поверхностей к окрашиванию.
8. Сухорукова В.А., Абрашов А.А., Григорян Н.С., Аснис Н.А. Пассивация оцинкованной стали в растворах гексафтортитановой и гексафторциркониевой кислот // Успехи в химии и химической технологии // 2023. №2, С. 94-95. УДК 620.197.2: 621.794.61.
9. Андрoнова А.В. и др. Пропитка фосфатных покрытий в эмульсиях // Прогрессивная технология и вопросы экологии в гальванотехнике и производстве печатных плат: материалы Всероссийской научно-технической конференции. Пенза, 1992. С. 28.
10. Букреев В.П., Травина Г.Я., Гришина Н.Ф., Муравин Н.Е. Состав для пропитки фосфатных покрытий. Патент SU 1754795 A1, 1992.
11. Алешина В.Х., Белевич А.А., Аснис Н.А., Ваграмян Т.А. Изучение временной защиты углеродистой стали методом нанесения консервационных смазочных композиций // Черные металлы. 2023. С. 4-88. УДК 621.892.86.

Сведения об авторах

Козлов Федор Сергеевич	Студент магистратуры	
Азаматов Илья Геннадьевич	Студент магистратуры	
Мазурина Диана Викторовна	Доцент кафедры	Кандидат технических наук, доцент

Татьяна Владимировна, Евгения Шилова

Tatiana Vladimirova, Evgenia Shilova

АНАЛИЗ КЛАССИФИКАЦИИ КОНКУРЕНТНЫХ СТРАТЕГИЙ

COMPETITIVE STRATEGIES CLASSIFICATION ANALYSIS

Северный (Арктический) федеральный университет имени М. В. Ломоносова, г. Архангельск

Northern (Arctic) Federal University M.V. Lomonosov, Arkhangelsk

Данная статья представляет результаты проведенного сравнительного анализа различных видов конкурентных стратегий, а также оценка преимуществ их практического применения. Рассмотренные методологии позволяют организациям адаптироваться к изменениям и пересматривать свои стратегии в зависимости от ситуаций на рынке. Результаты анализа создают базу для глубокого понимания конкурентных стратегий и подготовки к принятию эффективных бизнес-решений.

This article presents the results of a comparative analysis of various types of competitive strategies, as well as an assessment of the advantages of their systematic application. The considered methodologies allow organizations to adapt to changes and revise their strategies depending on market situations. The results of the analysis create a basis for a deep understanding of competitive strategies and preparation for making effective business decisions.

Ключевые слова: стратегия, конкурентная стратегия, конкурентоспособность, классификация.

Key words: strategy, competitive strategy, competitiveness, classification.

В современном бизнесе конкурентные стратегии играют ключевую роль в обеспечении устойчивого роста и достижения лидирующих позиций на рынке. Конкурентная стратегия представляет собой детально проработанный долгосрочный план, который определяет бизнес-модель и предоставляет четкие ориентиры для достижения лидерства на рынке. Главной задачей этой стратегии является обретение и поддержание рыночного превосходства в выбранном сегменте, что, в свою очередь, способствует максимизации прибыли в условиях сложной конкурентной среды.

Ключевая цель заключается в формировании устойчивой позиции компании на рынке, повышении её привлекательности для клиентов и увеличении рентабельности. Классификация конкурентных стратегий позволяет глубже понять механизмы конкурентной борьбы и разработать эффективные подходы к управлению. Наиболее распространёнными являются стратегии лидерства по затратам, дифференциации и фокусирования.

Стратегия лидерства по затратам направлена на минимизацию издержек для получения конкурентного преимущества. Компании, избравшие этот путь, стремятся оптимизировать производственные процессы и снизить расходы, что позволяет им предлагать более низкие цены. В противоположность этому, стратегия дифференциации сосредотачивается на уникальности продуктов или услуг, позволяя компаниям выделяться на фоне конкурентов за счёт качества, дизайна или технологических инноваций.

Стратегия фокусирования предполагает специализированный подход к определённой нише рынка, что позволяет глубже понимать потребности целевой аудитории и предоставлять более адаптированные предложения. Каждая из этих стратегий требует тщательного анализа рынка и понимания конкурентной среды, что является основой для успешного внедрения и реализации выбранного подхода.

При реализации конкурентных стратегий ключевым аспектом является постоянный мониторинг внешней среды, включая изменения в потребительских предпочтениях и действиях конкурентов. Инструменты анализа, такие как SWOT-анализ и анализ пяти сил Портера, помогают компаниям выявлять слабости и угрозы, а также находить возможности для роста. Майкл Юджин Портер, известный американский экономист и профессор Гарвардской школы бизнеса, акцентирует внимание на экономической конкуренции, охватывая в своей работе как международные, так и региональные аспекты. В 1979 году он

представил свою знаменитую модель пяти сил, которая основывается на пяти основных элементах, неизменно встречающихся в каждой отрасли. Эта модель позволяет оценивать возникновение конкурентных преимуществ, реализовывать стратегии для сохранения прибыли и поддерживать лидерство даже в условиях высокой конкуренции.

Прямо пропорционально тому, как конкуренция влияет на предприятие, возрастает и его способность к получению прибыли. В условиях низкой конкурентной нагрузки компании легче продвигать свои товары. Для рационального анализа ситуации с конкуренцией используется модель пяти сил, которая помогает идентифицировать угрозы для роста компании, прогнозировать конкурентное окружение и планировать стратегии развития.

Преимущества данной модели заключаются в возможности предвосхищения рисков, оценке текущего состояния бизнеса, выработке долгосрочной стратегии, анализе ожидаемых результатов при внедрении новых коммерческих стратегий и продуктов.

Однако одним из явных недостатков является её фокус на долгосрочном планировании.

Портер выделяет в качестве пяти конкурентных сил покупателей, поставщиков, действующих конкурентов, потенциальных новых конкурентов, товары-заменители.

Анализ стратегии, согласно данной методологии включает в себя четыре основных этапа:

1. оценку конкурентоспособности продукта и его позиции на рынке, с акцентом на возможные угрозы;
2. анализ влияния покупателей на компанию, включая их готовность перехода на аналоги и восприятие ценности предлагаемого продукта;
3. оценку угроз со стороны поставщиков, с учетом надежности и тенденции роста цен на сырьё;
4. выработку новых стратегий на основе полученных данных.

Альтернативной можно назвать методологию, предложенную Ф. Котлером. Филипп Котлер, выдающийся американский учёный в области маркетинга и менеджмента, предлагает свою классификацию конкурентных стратегий, опираясь на долю рынка, принадлежащую фирме. Автор выделяет пять различных стратегий для развития бизнеса: стратегия «лидера», стратегия «вызова», стратегия «следующего за лидером», стратегия «специалиста» и умеренная стратегия.

Стратегия «лидера» подразумевает усиление своей позиции на рынке путем применения различных тактик. Например, увеличение потребительского спроса, использование накопленного опыта или минимизация доли для избежания обвинений в монополии. Стратегия «вызова» предоставляет фирме возможность захватить лидерство и

закрепиться в данной роли. Стратегия «следующего за лидером» включает в себя гибкую адаптацию к действиям конкурентов. Для малого бизнеса такая стратегия проявляется в специализации на определенных рыночных сегментах, что позволяет избежать конкуренции с крупными участниками. Стратегия «специалиста» состоит в выборе одного или нескольких рыночных сегментов и акцентируется работе в нем. Умеренная стратегия роста, близкая к подходу Портера, сочетает в себе элементы доминирования в нише с вниманием к действиям соперников.

Кроме того, комбинирование стратегий может создать уникальные конкурентные преимущества, которые невозможно достичь, ориентируясь лишь на одну из них. Например, компания может интегрировать дифференциацию и лидерство по затратам, что позволяет одновременно снижать цены и предлагать уникальные товары. Таким образом, успешные компании должны учитывать множество факторов, влияющих на их конкурентоспособность, и актуализировать свои стратегии в ответ на вызовы рынка. Грамотное применение конкурентных стратегий требует не только теоретического понимания, но и практической реализации на основе детального анализа рынка. Постоянная гибкость и готовность к изменениям станут залогом дальнейшего роста и успешности компании в условиях жесткой конкурентной борьбы.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Портер, Майкл Конкуренция / Майкл Портер ; [пер. с англ. О. Л. Пелявского и др.]. - М. [и др.] : Вильямс, 2005. - 602 с.
2. Лукашова, Олеся Аркадьевна. Формирование стратегии конкурентных преимуществ на рынке услуг сотовой связи : на примере Хабаровского края : диссертация ... кандидата экономических наук : 08.00.05 / Лукашова Олеся Аркадьевна; [Место защиты: Тихоокеан. гос. ун-т]. - Хабаровск, 2013. - 161 с.
3. Котлер, Филип. Маркетинг менеджмент : Анализ, планирование, внедрение, контроль : [Пер. с англ.] / Филип Котлер. - 9-е изд. - СПб. : Питер Ком, 1998. - 887 с.
4. Кристенсен, Клейтон М. Дилемма инноватора [Текст] : путеводитель по книге / Клейтон М. Кристенсен. - Москва : Генеральный директор, 2013. - 14 с.
5. Измерение результативности компании / [ред. Е. Харитонова ; пер. с англ. Е. Пестеревой]. - Москва : Альпина Бизнес Букс, 2006 (ГУП Смол. обл. тип. им. В.И. Смирнова). - 218 с.

Сведения об авторах

Владимирова Татьяна
Михайловна
Шилова Евгения
Геннадьевна

Доцент кафедры
Старший преподаватель

Кандидат технических наук,
доцент