

УДК 334

КАК МАЛОМУ БИЗНЕСУ СОПЕРНИЧАТЬ С ГИГАНТАМИ ИНДУСТРИИ

Рудакова А.Ю.,

Студентка,

Санкт-Петербургский Государственный Экономический Университет,

Санкт-Петербург, Россия.

Аннотация.

В данной статье рассмотрена тема соперничества малого бизнеса с крупными конкурентами. Цель данной работы заключается в изучении путей, благодаря которым небольшая компания сможет конкурировать с крупными корпорациями. В статье освещены преимущества малого бизнеса, а также названы стратегии, которые можно использовать для того, чтобы конкурировать с большими компаниями, и рассмотрены способы анализа конкурентов. Сделан вывод, что малому бизнесу вполне реально соперничать с гигантами индустрии.

Ключевые слова: малый бизнес, конкуренция, целевая аудитория, маркетинговая стратегия, рынок.

HOW SMALL BUSINESSES COMPETE WITH INDUSTRY GIANTS

Rudakova A.Y.,

Student,

Saint Petersburg State University of Economics,

Saint-Petersburg, Russia.

Annotation.

This article discusses the topic of small business rivalry with large competitors. The purpose of this paper is to explore ways in which a small company can compete with

large corporations. The article highlights the benefits of small businesses, identifies strategies that you can use to compete with large companies, and discusses ways to analyze competitors. It is concluded that it is quite possible for small businesses to compete with industry giants.

Key words: small business, competition, target audience, marketing strategy, market.

Быть маленькой компанией - это преимущество. Плюсы крупных компаний - цена и широкий ассортимент товаров, но не качественное обслуживание или забота о покупателе. Если научиться правильно использовать эти недостатки, то можно успешно конкурировать с крупными компаниями. [2]

Что же может помочь в этой борьбе: [1]

- Быстрое обслуживание;
- новинки в ассортименте;
- качественные консультации покупателям;
- работа в социальных сетях;
- скидки постоянным клиентам и привлечение новых.

Ни для кого не секрет, что конкуренция – это часть жизни каждого бизнеса. Однако малый бизнес сталкивается с рядом проблем в связи с тем, что на их пути появляются более крупные компании, с которыми им приходится конкурировать. [3]

В своей статье я приведу стратегии, которые можно использовать для того, чтобы конкурировать с большими компаниями, а также рассмотрю способы анализа конкурентов и инструменты, которые можно для этого использовать.

1. Ищите пробелы в броне

Самый первый шаг – это анализ конкурента. У крупных компаний есть слабые стороны, и именно хороший анализ выявит их. Кроме того, будут

выявлены и сильные стороны, что так же будет считаться полезной информацией.

На данный момент есть множество различных способов анализа конкурентов, которые можно использовать. Так, недавно было написано руководство, рекомендуемое следующие действия [3]:

- Необходимо знать целевую аудиторию конкурентов;
- собрать и перечислить цены конкурентов;
- изложить собственную маркетинговую стратегию;
- определите преимущество конкурентов;
- найдите сильные и слабые стороны конкурентов.

При соблюдении этих действий можно получить ясное представление о своем конкуренте, что поможет в формировании собственной стратегии использования слабых сторон конкурента.

2. Планируйте свою атаку

Далее необходимо изучить каждую сферу деятельности конкурента и выделить то, в чем ваша компания сильнее и новее. Нужно посмотреть на анализ, созданный ранее, чтобы сравнить его с собственной деятельностью. Самая главная мысль – важно найти способ обойти своих конкурентов и создать собственное свободное пространство на рынке.

Достаточно выявить вещи, которые ваша компания будет делать лучше и по-новому. Возможно есть то, что конкурент не может предложить своим клиентам, а вы можете [3].

3. Действуйте быстро

Известно, что чем крупнее компания, тем сложнее быть более гибким в принятии решений. В этом плане малые предприятия выигрывают, поскольку могут быстро менять направления, реагировать на какие бы то ни было новые тенденции и изменения потребительских предпочтений.

Итак, будучи более быстрым и проворным в принятии решений, малые предприятия могут извлечь из этого огромную пользу [3].

4. Не вступайте в конкурирующие отношения там, где вы будете находиться в невыгодном положении [3]

Если у вас небольшая компания, то не испытывайте соблазна состязаться с крупными мегакорпорациями. Вместо этого попробуйте подчеркнуть свои уникальные конкурентные преимущества.

Например, небольшие книжные магазины на протяжении многих лет пытаются конкурировать с таким гигантом, как Amazon. К сожалению, эта конкуренция оказывается безрезультатной, так как Amazon является крупной компанией и это позволяет ей обсуждать с издателями большие скидки на книжные изделия. Также сотрудничество с Amazon позволяет снизить издержки на склады и налоговые издержки, с которыми небольшие фирмы не могут справиться. [3]

Именно поэтому маленькие книжные магазины стараются придумать свою уникальность, например, специализируются только в определенных областях, таких как искусство, комиксы, кулинария и так далее.

Эти маленькие предприятия не стараются конкурировать с крупными конкурентами, пытаясь продать продукцию дешевле. Это позволяет оставаться Amazon на вершине, а они перемещаются на другую территорию, где стараются предоставить свой уникальный товар, за который клиенты будут готовы заплатить намного больше.

Таким образом, нужно найти свою уникальность, которая сможет помочь получать желаемую прибыль. Старайтесь конкурировать на своей территории и не вступать в конкурирующие отношения там, где вы слабы.

5. Используйте все инструменты, для того чтобы обойти гиганта-конкурента [3]

На сегодняшний день, в эпоху информационных технологий, небольшим компаниям стало легче конкурировать с большими корпорациями в плане рекламы.

Раньше, для того чтобы охватить большую аудиторию, требовались огромные денежные средства на рекламу. Но сегодня любой человек знает, что такое Интернет и знает, как пользоваться социальными сетями. Поэтому можно привлечь большую аудиторию при минимальных затратах.

Приведу пример: удивительная история произошла с продуктом для полости рта Orabrush. Бывший биохимик и диетолог Роберт Вагстафф изобрел его, чтобы помочь вылечить неприятный запах изо рта, но в течение десятилетия его бизнес претерпевал неудачу. Розничные торговцы отказались ее закупать, а дорогостоящий рекламный ролик продал всего 100 заказов. [3]

Наконец, в возрасте 75 лет, он решил заплатить студенту 500 долларов за создание рекламного ролика на YouTube. Видео оказалось вирусным и набрало более чем 26 миллионов просмотров. Теперь продукция Роберта продается в более чем 30 000 магазинов в 25 странах. [3]

Важным компонентом успеха является качественно проработанный сайт. В наше время это также не является проблемой. Можно создать сайт самостоятельно, внимательно изучив технологию, а можно прибегнуть к помощи специалиста, что будет стоить вполне адекватно. Теперь у людей появилась возможность создавать впечатляющие онлайн-магазины с минимальными затратами.

Также стало легче вести бухгалтерский учет, планирование, взаимодействовать с клиентами и т.д. Можно использовать различные онлайн-программы, чтобы упрощать эти процессы. [3]

Итак, нужно использовать все инструменты, чтобы встать на один уровень с гигантом-конкурентом.

Таким образом, в статье был приведен способ анализа, который можно использовать для выявления слабых сторон конкурентов и применения своих сильных сторон. А также была выявлена стратегия, помогающая конкурировать с крупными компаниями.

Библиографический список

1) Как магазину конкурировать с сетевыми ритейлерами // [Электронный ресурс]. – URL: <https://school.bigbird.ru/articles/kak-magazinu-konkurirovat-s-setevymi-ritejlerami/> (Дата обращения: 08.05.2021)

2) Как конкурировать с крупными магазинами// [Электронный ресурс]. – URL: <https://laudator.ru/tehnologii-biznesa/kak-konkurirovat-s-krupnymi-magazinami.html> (Дата обращения: 08.05.2021)

3) Эндрю Блэкмэн. Как ваш малый бизнес может конкурировать с более крупным конкурентом / Эндрю Блэкмэн // [Электронный ресурс]. – URL: <https://business.tutsplus.com/ru/tutorials/how-your-small-business-can-compete-with-a-larger-competitor--cms-27138> (Дата обращения: 08.05.2021)

Оригинальность 96%