

Секция «Государственное и муниципальное управление (СИУ РАНХиГС)»

Цифровая экосистема как инструмент повышения конкурентоспособности нишевых производителей

Евстратов Алексей Дмитриевич

Аспирант

Сибирский институт управления – филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Новосибирск, Россия

E-mail: lapkin198@mail.ru

Актуальность данной работы заключается в необходимости адаптации производителей в электронной коммерции в условиях высокой конкуренции и доминирования крупных платформ, таких как «Wildberries» и «Ozon». В этих условиях нишевые производители (малые бренды, локальные дизайнеры, ремесленники) сталкиваются с трудностями выхода на рынок, привлечения клиентов и масштабирования бизнеса.

Цифровая экосистема – это сеть взаимосвязанных цифровых технологий, платформ и услуг, которые взаимодействуют друг с другом для создания ценности для бизнеса и потребителей [4]. Она представляет собой сложную сеть взаимодействий между различными участниками рынка, включая производителей, потребителей, поставщиков услуг и технологий.

В отличие от традиционных бизнес-моделей, экосистемный подход предполагает более глубокую интеграцию и сотрудничество между участниками. В контексте электронной коммерции цифровые экосистемы играют решающую роль, предоставляя платформы для взаимодействия между продавцами и покупателями, а также обеспечивая доступ к различным инструментам и ресурсам[2], тем самым обеспечивая не только площадку для продаж, но и комплексную инфраструктуру (логистику, маркетинг, аналитику, финансовые сервисы). Участие в экосистеме предоставляет доступ к современным технологиям, аналитическим инструментам и данным о потребителях, что способствует повышению эффективности бизнеса [3]. Цифровые платформы позволяют малым предприятиям выходить на глобальные рынки без значительных инвестиций в инфраструктуру [1].

В статье рассматривается роль цифровых экосистем в повышении конкурентоспособности нишевых производителей в электронной коммерции. Проведён анализ отличий цифровых экосистем от традиционных платформ, выявлены ключевые механизмы их влияния на малый бизнес. Представлена модель стратегической интеграции нишевых производителей в цифровую экосистему. На основе изученных кейсов сформулированы рекомендации по созданию и развитию таких экосистем.

Целью данной статьи является анализ влияния цифровых экосистем на конкурентоспособность нишевых производителей.

Объектом исследования будут являться цифровые экосистемы как механизм взаимодействия между различными участниками рынка.

Предметом является влияние цифровых экосистем на конкурентоспособность нишевых производителей.

Задачи:

1. Проанализировать понятие цифровой экосистемы и ее отличие от традиционных платформ.
2. Выявить ключевые механизмы, через которые экосистемы влияют на конкурентоспособность нишевых брендов.
3. Оценить преимущества и риски участия малых производителей в цифровых экосистемах.

4. Изучить успешные кейсы цифровых экосистем и их стратегии.
5. Разработать рекомендации по стратегической интеграции нишевых брендов в цифровую экосистему.

Научная новизна исследования состоит в выявлении основных механизмов влияния экосистем на конкурентоспособность нишевых брендов.

Практическая значимость заключается в разработке рекомендаций по стратегической интеграции нишевых брендов в цифровую экосистему.

Источники и литература

- 1) Асадуллина А.В., Вилкул Н.А. Развитие моделей цифровых экосистем в мировой практике // Сборник тезисов выступлений Пятой международной конференции. Санкт-Петербург 2022. С. 354-361.
- 2) Ифраимов Бинсион Эдуардович, Белова Марианна Толевна Современные подходы к трактовке понятия цифровой экосистемы в аспекте регуляторных возможностей государства // Финансовые рынки и банки. 2023. № 11 С. 15-21.
- 3) Николаев П.В. Основы стратегического лидерства бизнес – модели цифровой экосистемы // Финансы и управление. 2023. № 3. С. 44-57.
- 4) Что такое цифровая экосистема?: <https://morethandigital.info/ru/chto-takoye-tzifrovaya-ekosistema-ponimaniye-naibolyeye-viguodnoy-biznyes-modyeli/>