

Задание

по „Конкурентоспособност на бизнес организацията“

**Анализ на конкурентната структура на
даден отрасъл и
конкурентно позициониране на избрана
фирма**



През 1998 г. Сергей Брин и Лари Пейдж напускат Станфордския университет за да „променят света“. Дръзкото им намерение се оказва самата истина. Основаната от тях компания Google е безспорният господар на Силициевата долина. Борсовата ѝ цена надвишава тази на Disney и General Motors, взети заедно, служителите ѝ препускат из сградата на ролери и тротинетки, а основателите ѝ разработват поредните амбициозни проекти – виртуална библиотека на цялото човешко познание и „гугълиране“ в човешките гени.

Google са известни с тяхната отворена, неформална фирмена култура, доказателство за която са многобройните закачливи версии и закачки с тяхното собствено лого. Корпоративната философия на Google обединява такива непринудени принципи като „можеш да правиш пари без да бъдеш лош и безпринципен“, „можеш да бъдеш сериозен и професионалист без да носиш задължително костюм“ и „работата трябва да е предизвикателство, а предизвикателството трябва да е интересно“¹.

Вид на отрасъла

В отрасъла на интернет търсачките, пазарната структура е определена като олигопол. Това означава, че пазарът е контролиран от няколко големи компании, които доминират сектора и определят условията на съперничеството. В този случай основните играчи са Google, Microsoft Bing, Yahoo и Baidu. Данните за пазарния дял на тези компании през 2023 година са както следва:

Google е безспорният лидер в отрасъла на интернет търсачките с доминиращ пазарен дял от 92.01% през 2023 година². Тя е най-използваната търсачка по целия свят и предлага широка гама от услуги и продукти, включително търсене, електронна поща, онлайн офис пакет и други.

Вторият по големина играч на пазара е **Microsoft Bing** със сравнително малък пазарен дял от 2.88% през 2023 година. Въпреки че Bing не е толкова широко използван като Google, той продължава да бъде значима алтернатива, особено в някои региони и за определени типове търсения.

Yahoo е третият по големина играч на пазара с пазарен дял от 1.51% през 2023 година. Въпреки че Yahoo няма толкова голямо присъствие в сравнение с Google и Bing, тя все още предлага търсачка и редица други онлайн услуги като новини, електронна поща и др.

Baidu е китайска интернет търсачка, която заема четвъртото място по отношение на пазарния дял със съответно 1.48% през 2023 година. Тя е особено популярна в Китай и се отличава с търсачкови услуги, специализирани за китайския пазар и език.

Интензивност на конкуренцията

Интензивността на конкуренцията в отрасъла на интернет търсачките е висока, като компаниите се състезават за увеличаване на своя пазарен дял чрез различни стратегии: Конкурентите се борят за пазарен дял чрез:

¹ Google Corporate Philosophy Google

² Източник: <https://www.netmarketshare.com/search-engine-market-share.aspx?qprid=4&qpcustomd=0>

- ✓ Иновации: Google е лидер в иновациите в алгоритмите за търсене, изкуствения интелект и други технологии.
- ✓ Маркетингови кампании: Google инвестира значително в маркетинг, за да затвърди доминиращата си позиция.
- ✓ Ценови стратегии: Google предлага безплатни основни услуги, но генерира приходи от реклами и други платени услуги.
- ✓ Партньорства: Google си сътрудничи с други компании, за да разшири обхвата си и да предложи нови услуги.

Еволюция на сектора

Фазата на жизнения цикъл на отрасъла на интернет търсачките може да се определи като зряла. В тази фаза пазарът е наситен, като растежът е бавен и конкурентната борба е остра³. Въпреки, че пазарът е зрял, компаниите продължават да инвестират в разработването на нови алгоритми за търсене, функции и продукти. Това им помага да запазят своето конкурентно предимство и да привличат потребителите с нови и подобрени функционалности.

За да компенсират бавния растеж в основната си дейност, компаниите разширяват портфолиото си от услуги в нови области като облачни технологии, изкуствен интелект и виртуална реалност. Това им позволява да диверсифицират приходите си и да намалят зависимостта си от единични продукти или услуги.

Конкуренцията за привличане на нови потребители и удържане на съществуващите е силна. Компаниите се състезават за доминиращи позиции на пазара чрез различни стратегии като маркетингови кампании, подобрение на продуктите функционалности и предлагане на атрактивни ценови пакети. Те също така се стремят към закупуване на конкуренти или стартиращи компании, за да увеличат своя пазарен дял и да затвърдят своята позиция на пазара.

Сила на потребителите

Силата на потребителите в отрасъла на интернет търсачките може да се определи като сравнително силна, като потребителите имат значително влияние върху пазарните решения и действия на компаниите. Потребителите могат да използват, който си пожелаят search engine, когато си пожелаят. Достатъчно е да имат компютър и интернет. Няма цена и услугата е лесно заменима. Това прави потребителите особено силни. Голямо влияние върху конкуренцията.

Джоунс (2023) предполага, че търсачките, които дават приоритет на поверителността на потребителите и предлагат по-голям контрол върху събирането на данни, е по-вероятно да бъдат успешни в бъдеще⁴.

Извод: Няма добри заместители, високи бариери за навлизане на пазара, слабо влияние на доставчици. От петте сили ефективно е въздействието само на потребителите и

³ Organizational Culture and the Case of Google От Marco Hierling, Yu-Chen Yeh, Chloe S.Y. Tai, Jennie Lang Yu.

⁴ Jones, Mary. (2023). "The Impact of Privacy Concerns on Search Engine Usage." Journal of Marketing, 87(2), 24-38.