

Конкурентные стратегии

- **Конкурентное преимущество** – характеристики рыночной деятельности предприятия, которое обеспечивает ему определенное превосходство над конкурентами и позволяют получать желаемую прибыль и удерживать прочные позиции на рынке.

Устойчивые конкурентные преимущества (Д. Аакер)

- **УКП** – это элемент стратегии бизнеса, который обеспечивает существенное преимущество над существующими и будущими конкурентами.

УСТОЙЧИВЫЕ КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА



ПРИМЕРЫ УКП

1. Репутация производителя высококачественной продукции	8. Ранний игрок в отрасли
2. Высокие стандарты обслуживания покупателей	9. Адаптация к запросам покупателей
3. Квалифицированные менеджеры и ИТР	10. Непрерывные товарные инновации
4. Низкие издержки производства	11. Широта товарной линии
5. Широта товарной линии	12. Эффективный торговый персонал
6. Техническое превосходство	13. Влиятельная материнская компания
7. Сегментирование рынка	

Стратегии достижения конкурентных преимуществ

- **Предприятие-лидер** располагает значительными стратегическими возможностями.
- **Преследователь лидера рынка** – это предприятие, не занимающее в настоящее время доминирующего положения, но стремящееся им стать.
- **Избегающее прямой конкуренции** - предприятия, которые мирно сосуществуют с лидером и согласны со своим второстепенным положением на рынке.

Конкурентные стратегии

Конкурентная матрица Портера

		Конкурентное преимущество	
		Снижение издержек	Дифференциация продукции
Область конкуренции	широкая	Ценовое лидерство	Продуктовое лидерство
	узкая	Лидерство в нише	

Продуктовое лидерство

- Основывается на политике дифференциации и совершенствования товаров, за счет которых формируется их ценность для покупателей.
- Основное внимание уделяется совершенствованию товаров, дизайну, сервисному и гарантийному обслуживанию, формированию привлекательного имиджа и др.
- Повышение ценности товара для потребителей приводит к тому, что они готовы платить за нужный им товар более высокую цену.

Условия, при которых может использоваться эта стратегия,
—
ненасыщенный рынок, слабая конкуренция и активное поведение компании на рынке.

Ценовое лидерство

- Ценовое лидерство обеспечивается на основе возможности предприятия снижать затраты на производство продукции (создается ценность для производителя).
- Доминирующую роль играет производство.
- Особое внимание уделяется стабильности инвестиций, стандартизированным товарам, строгому управлению издержками, внедрению рациональных технологий, контролю расходов и т.п.

Лидерство в нише

- Лидерство в нише связано с фокусированием продуктового или ценового преимущества на узком сегменте рынка, без охвата всего рынка.
- Выбранный предприятием специализированный сегмент не должен привлекать особого внимания более сильных конкурентов.
- Используется предприятиями малого бизнеса, но может использоваться и крупными компаниями для выделения узкой группы потребителей