

Трехмерная схема Абеля

Баяндина Елена

Группа 1244

Три измерения области бизнеса

1. обслуживаемые группы покупателей (кто?);
2. потребности покупателей (что?);
3. технологию, используемую при разработке и производстве продукта (как?).

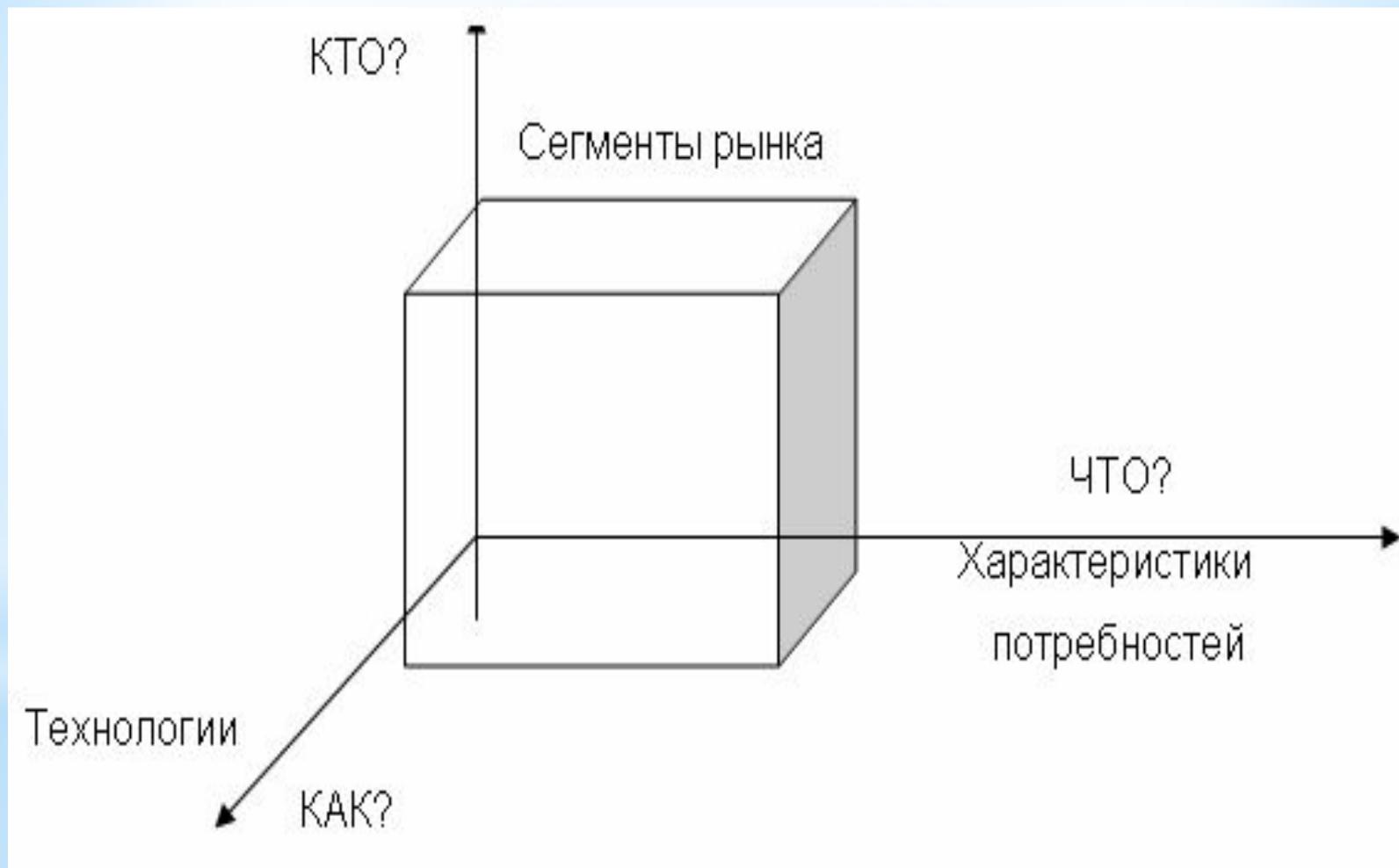
И. Ансофф показывает, что ориентация только на рыночные требования при выборе нового бизнеса (продукта) не гарантирует синергического эффекта. Этот эффект возникает, когда существует связь между старым бизнесом и новым.

Бизнес должен определяться на основе учета двух факторов "продукт–рынок" (матрица Ансоффа);

Главным критерием определения и выбора нового бизнеса должен стать синергический эффект.

Вначале на схеме устанавливается положение исходного бизнеса. Затем, двигаясь от исходного положения по трем осям, предприятие может найти другие сегменты рынка, иное применение продукции для удовлетворения выявленных потребительских нужд или определить возможности сокращения издержек производства за счет изменения технологии производства и сбыта продукции.

Трёхмерная схема Абеля



**Спасибо за
внимание**