

# 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