



# Стратегии конкуренции по М.Портеру

	Снижение издержек	Дифференциация
Обслуживание всего рынка или больших частей (субрынков)	Лидерство по издержкам	Дифференциация по свойствам, услугам и т.д.
Обслуживание небольших сегментов рынка (фокусирование)	<b>ФОКУСИРОВАНИЕ (КОНЦЕНТРАЦИЯ)</b> и особое внимание снижению издержек	<b>ФОКУСИРОВАНИЕ (КОНЦЕНТРАЦИЯ)</b> и особое внимание дифференциации по свойствам

Фирмы, «застрявшие на полпути»

# ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ

Стратегия обеспечивает фирме **отличие** товара или услуги от товаров и услуг конкурентов.

**Уникальность** может быть связана с рекламой, характеристиками товара, новой технологией, особым сервисом.

Стратегия дифференциации фирма выпускает привлекательный для многих потребителей и уникальный в силу своих характеристик, надежности, дизайна и при этом разрабатывает множество видов (модификаций) этого популярного товара, которые отличаются потребительскими свойствами, качеством, оформлением, упаковкой и т.д.

Товар фирмы выше по качеству и лучше по потребительским свойствам, чем товары конкурентов

У фирмы имидж производителя надежной продукции и она является лидером на рынке в техническом отношении

Сбыт продукции осуществляется в комплексе с сопутствующими услугами

# ЛИДЕРСТВО ПО ИЗДЕРЖКАМ

Означает, что организация ищет способы **повышения производительности, снижает себестоимость** и использует жесткий контроль издержек.

Низкие издержки позволяют компании продавать свои товары дешевле чем конкуренты.

Стратегия низких издержек ориентирует на широкий рынок и производство товаров в большого количества. С помощью массового производства фирма может минимизировать издержки и предлагать низкие цены.

### **Низкие издержки обеспечиваются за счет:**

- Больших объемов производства и продаж
- Отказа от дорогостоящих сопутствующих услуг
- Создания более дешевых в производстве моделей продукции
- Монополии на дешевое сырье
- Усовершенствования технологии и производственного процесса

# ФОКУСИРОВАНИЕ

Организация **концентрируется** на каком-то региональном рынке или группе покупателей.

Возможно использование стратегии дифференцирования или стратегии лидерства в издержках, но только для узкого целевого рынка.

# Золотое правило стратегии

- Большинство компаний втянуто в острую конкуренцию, и я готов решить все их проблемы с помощью Золотого правила стратегии. Вот оно: «**Научитесь делать недостижимо прекрасно то, что самый грозный соперник делает плохо**».
- [Умар Хак](#)

Концепция «Стратегия голубого океана» Ким Чана и Рене Моборн

# Стратегия «голубого океана»

По мнению авторов, весь глобальный рынок состоит из двух океанов: алого и голубого.

Алые океаны – это уже существующие на данный момент отрасли бизнеса, т.е. уже известная часть рынка.

Здесь жесткая конкуренция, возможности роста и получения прибыли ограничены.

Голубые океаны – это новые отрасли, т.е еще неизвестная часть рынка.

Это еще не использованные части рыночного пространства, творческое освоение которых дает особые конкурентные преимущества.

Стратегия голубого океана создает новый растущий спрос и исключает конкуренцию.

# BOS – Blue Ocean Strategy

Стратегия «алого океана»	Стратегия «голубого океана»
Борьба в существующем рыночном пространстве	Использование свободного от конкуренции рыночного пространства
Победа над конкурентами	Возможность не бояться конкуренции
Эксплуатирование существующего спроса	Создание нового спроса и овладение им
Компромисс ценность-издержки	Разрушение компромисса ценность-издержки
Ориентация на дифференциацию, либо на низкие издержки	Разрушение компромисса ценность-издержки

Главный элемент стратегии голубого океана –  
**ИННОВАЦИЯ ЦЕННОСТИ.**

Инновация ценности – это особая стратегическая логика ведения бизнеса, которая отличается от аналогичных подходов участников алых океанов.

Суть инновации ценности – особое повышение ценности, которое ликвидирует конкуренцию.

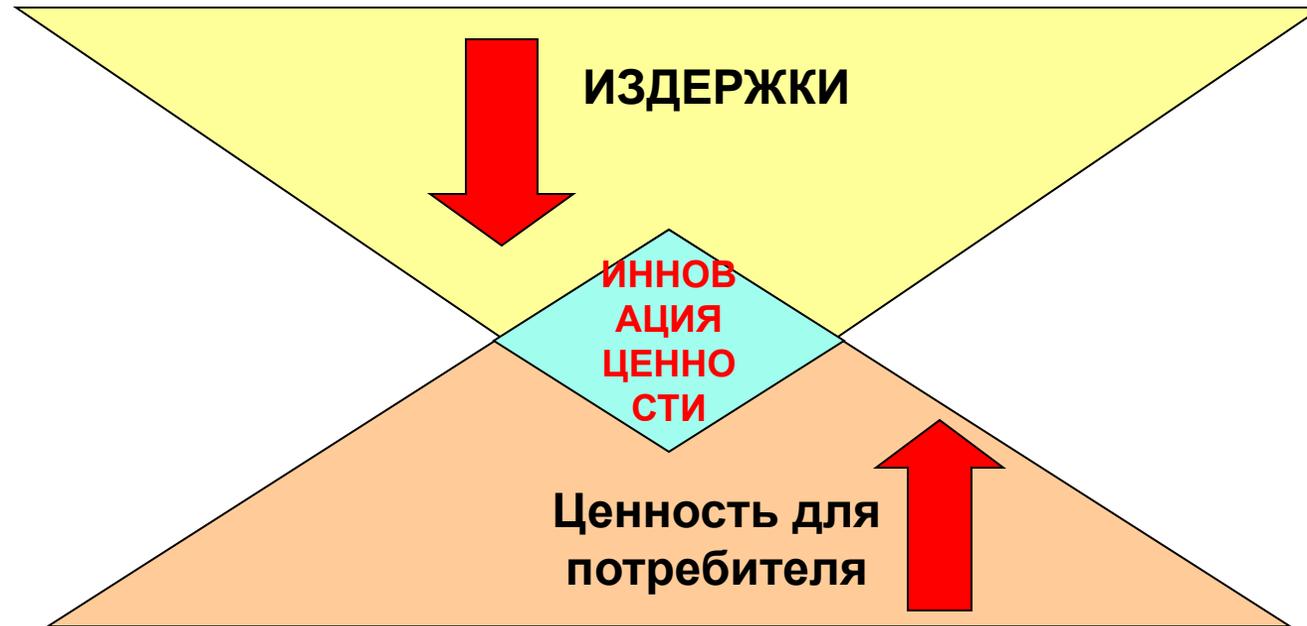
Авторы отмечают: «Те, кто пытается сотворить голубой океан, ставят себе цель: **создать дифференциацию и добиться минимизации издержек одновременно**»





## Цирк «Дю Солей» – стратегия голубого океана

- нет номеров с животными
- сцена, а не арена
- нет звезд
- только акробатические номера



- сценарная театральная постановка
- красивые костюмы, грим
- световые эффекты
- декорации
- музыка