ВВЕДЕНИЕ В СПЕЦИАЛЬНОСТЬ: МЕНЕДЖМЕНТ

Наумова Ирина Евгеньевна

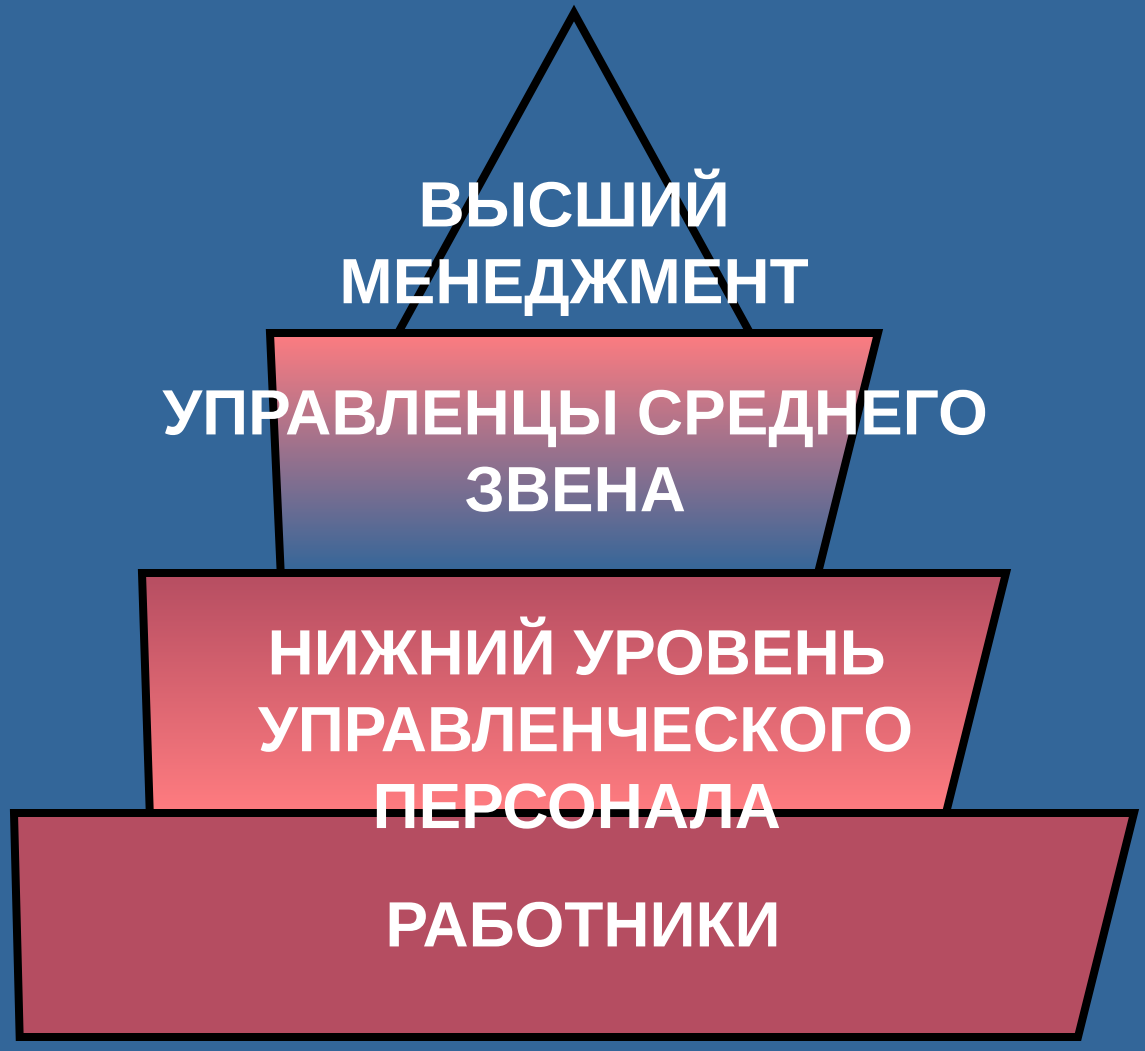
МЕНЕДЖЕР

– тот, кто добивается целей организации вместе с остальными, координируя и направляя их деятельность
– тот, кто изменяет непосредственно саму организацию в ответ на изменения окружающей среды, а так же опосредованно меняет внешнюю среду бизнеса, создавая условия для успешного функционирования организации

УРОВНИ УПРАВЛЕНИЯ

- ***Нижний уровень управления***
- ***Управленцы среднего звена***
- ***Высший менеджмент*** – ответственны за принятие решений в целом по организации , планирование и достижение целей организации

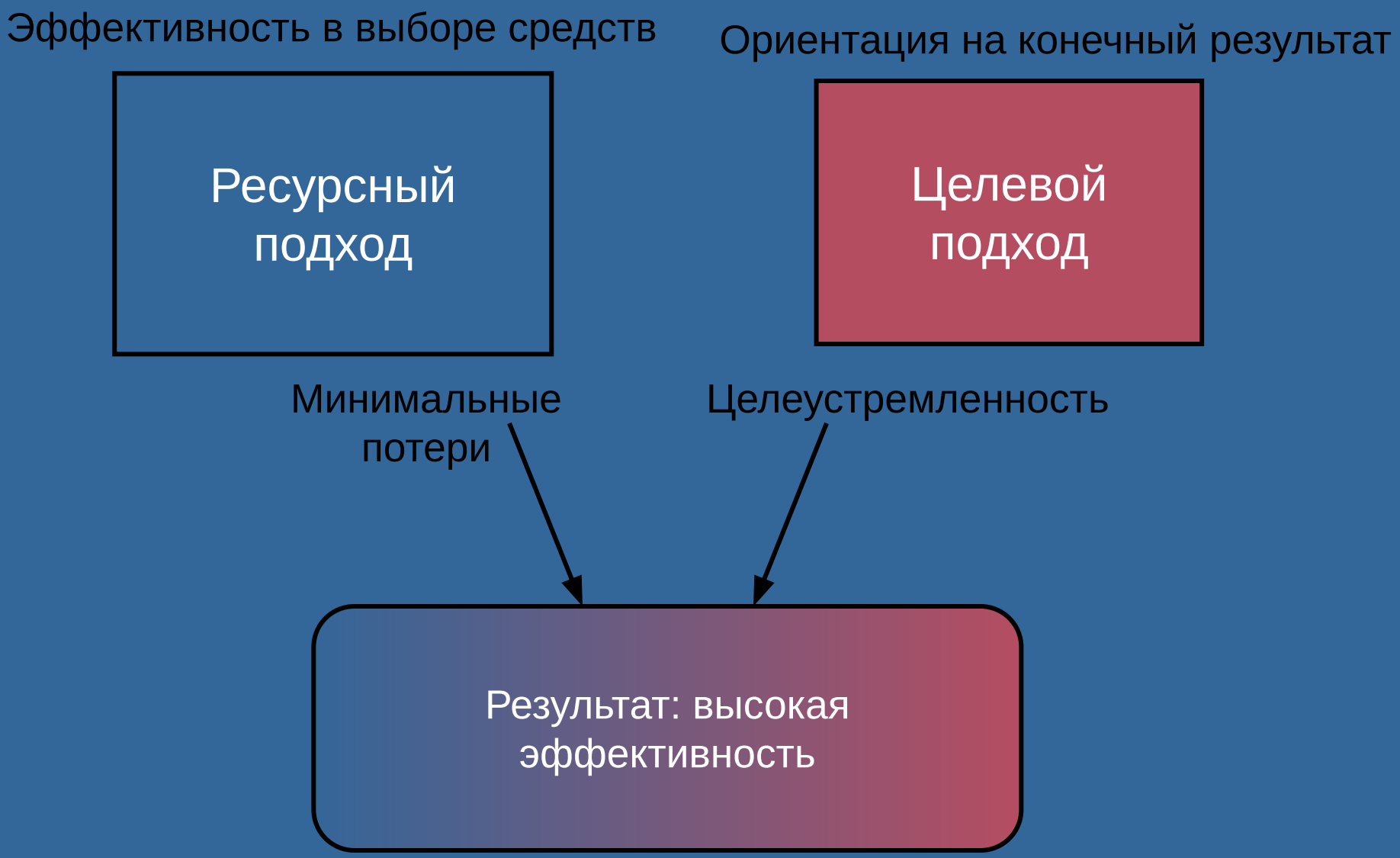
ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ УРОВНИ



УПРАВЛЕНИЕ

- ***ПРОЦЕСС***
- ***ОРГАНИЗАЦИЯ КАК ОТКРЫТАЯ СИСТЕМА***
- ***ЭФФЕКТИВНОСТЬ*** – обеспечение наилучшего результата в процессе достижения целей организации при наименьших вложениях

Эффективность управления



ФУНКЦИИ УПРАВЛЕНИЯ

- ***ПЛАНИРОВАНИЕ***
- ***ОРГАНИЗАЦИЯ***
- ***МОТИВАЦИЯ***
- ***КОНТРОЛЬ***

РОЛЕВОЕ УПРАВЛЕНИЕ

- ***Управление отношениями между сотрудниками***
- ***Управление информационными потоками*** – получение, сбор и перераспределение информации
- ***Разрешение конкретных проблем***

РОЛИ МЕНЕДЖЕРОВ ПО МИНТЦБЕРГУ

1. «Живая легенда» - это своеобразный символ организации, его/ее имя ассоциируется с именем организации. Функции – представительские на всевозможных выставках, конференциях в различных органах власти, подписание документов со стороны фирмы.
2. Признаный лидер – этому человеку подчиненые доверяют, уважают его. Функции – инициирует все основные виды деятельности в организации, мотивируя и организуя персонал.
3. «Аналитик» – анализ внутренней и внешней информации, быстрые выводы и решения.
4. «Рапределитель информации» – собирает ее и перераспределяет по подчиненым, требуя от них принятия самостоятельных решений.
5. Хороший оратор – создает имидж организации, предоставляет информацию о компании представителям множества организаций «внешней среды».
6. «Распределитель ресурсов» – прекрасно представляет характер, качество и количество ресурсов организации; эффективно перераспределяет их в соответствие с изменяющимися приорететами.
7. «Умелый участник переговоров» – в совершенстве владеет методами убеждения, незаменим в переговорах при подписании контрактов с другими фирмами. Всегда приносит самые выгодные контракты своей фирме.
8. «Кризисный лидер» - берет на себя ответственность в непредвиденных ситуациях; «организует хаос».
9. «Предприниматель по духу» – не боится рисковать, ищет новые и новые возможности для своей организации, принимает не стандартные решения.
10. «Связующее звено» - через этого человека организация выходит во «внешний мир», все связи замыкает на себя

УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ НАВЫКИ

- ***Технические (профессиональные)***
- ***Личностные*** - способность эффективно работать с людьми
- ***Концептуальные*** - способность генерировать решения, объективно анализировать проблемы
  - Представлять организацию как единый организм
  - Четко видеть внутренние взаимосязи ее структурных подразделений
  - Отслеживать связи организации со внутренней средой

ДЛЯ КАКОГО УРОВНЯ УПРАВЛЕНИЯ КАКАЯ ГРУППА НАВЫКОВ НАИБОЛЕЕ ВАЖЕНА**?**

ОРГАНИЗАЦИЯ КАК ОТКРЫТАЯ СИСТЕМА

УПРАВЛЕНИЕ СИСТЕМОЙ

- Координация деятельности подразделений и координация задач
- Учет влияния факторов внешней среды

СИТУАЦИОННОЕ УПРАВЛЕНИЕ

Требует использования различных подходов и методов в управлении сообразно создавшимся условиям. Знания и интуиция, быстрота реакции, уверенность, мобильность и активность определяют успех организации.

ФАКТОРЫ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ

- Размер организации
- Факторы внешней среды
- Индивидуальные различия
- Различия, связанные с профессональной ориентацией

ОРГАНИЗАЦИЯ

- Коллектив людей, нацеленных на достижение определенных целей
- Составляющие определения:
  1. Четко сформулированная и хорошо известная каждому работнику цель
  2. Коллектив добровольно работающих людей
  3. Наличие внутренней структуры
- Характеристики эффективной организации: открытость и адаптивность

МЕНЕДЖМЕНТ ВЧЕРА И СЕГОДНЯ

Связь менеджмента с другими сферами

Академические дисциплины

- ***Культурология*** – работа в различной социально-культурной среде
- ***Экономика*** – распределение и использование ресурсов
- ***Философия*** – философия менеджмента
- ***Политические дисциплины*** – политическое окружение бизнеса
- ***Психология*** – поведение личности
- ***Социология*** – поведение общественных групп

ИСТОРИЧЕСКИЙ РАКУРС

Организации существуют тысячи лет

- Подтверждения накоплению управленческого опыта
  - Пирамиды Египта; Великая Китайская Стена

Наиважнейшие события в менеджменте

- ***Богатство наций*** – Адам Смит
  - ***Разделение труда*** – повышение производительности труда
- ***Индустриальная революция***
  - Замена человека машиной
  - Укрупнение организаций требуют формализации в менеджменте

Научный менеджмент

- Фредерик Тейлор – «Принципы научного менеджмента»
  - Оптимизация работ по времени (нормы)
  - Повышение эффективности труда
  - Прикладные научные методы специализации
- Фрэнк и Лилиан Гилберт
  - Разбиение на движения и переходы
  - ***Хронометраж***
  - ***Фотография***
  - ***Классификатор*** – 17 движений руки

ПРИНЦИПЫ УПРАВЛЕНИЯ Ф. ТЕЙЛОРА

- ПОСТОЯННОЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ РАБОЧЕГО ПРОЦЕССА НА ОСНОВЕ НАУЧНОГО ПОДХОДА. (НОРМИРОВАНИЕ, ДЕЛЕНИЕ ПО ОПЕРАЦИЯМ).
- НАУЧНО ОБОСНОВАННЫЙ ОТБОР И ОБУЧЕНИЕ ПЕРСОНАЛА. “ФОРМИРОВАНИЕ РАБОТНИКА”.
- СОТРУДНИЧЕСТВО МЕЖДУ МЕНЕДЖЕРАМИ И РАБОТНИКАМИ В ЦЕЛЯХ ДОСТИЖЕНИЯ ПОСТАВЛЕННЫХ ЗАДАЧ.
- РАЗДЕЛЕНИЕ РАБОТЫ И ОТВЕТСТВЕННОСТИ МЕЖДУ РУКОВОДИТЕЛЕМ И ПОДЧИНЕНЫМИ

Общие административные теории

Анри Файоль

- Как повысить эффективность организации в целом?
- Теория эффективного менеджмента
  - Предложил универсальный набор управленческих функций
  - Опубликовал ***Принципы менеджмента*** – фундаментальные правила управления

ПРИНЦИПЫ УПРАВЛЕНИЯ А. ФАЙОЛЯ

- **РАЗДЕЛЕНИЕ ТРУДА, СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ, В ЦЕЛЯХ ПОВЫШЕНИЯ ЕГО ЭФФЕКТИВНОСТИ.**
- **ВЛАСТЬ И ОТВЕТСТВЕННОСТЬ. ПРИКАЗЫ КАК АТТРИБУТ ВЛАСТИ.**
- **ДИСЦИПЛИНА. СОТРУДНИКИ ДОЛЖНЫ УВАЖАТЬ ОСНОВНЫЕ ПРАВИЛА И НОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРИДЕРЖИВАТЬСЯ ИХ.**
- **ЕДИНОНАЧАЛИЕ.**
- **СОГЛАСИЕ В ОТНОШЕНИИ ВЫБРАННЫХ ЦЕЛЕЙ И НАПРАВЛЕНИЙ РАЗВИТИЯ. ОРГАНИЗАЦИЯ ДОЛЖНА ИМЕТЬ ЕДИНЫЙ ПЛАН РАЗВИТИЯ.**
- **ПОДЧИНЕНИЕ ИНТЕРЕСОВ КАЖДОГО ИНТЕРЕСАМ ОРГАНИЗАЦИИ.**
- **ВОЗНАГРАЖДЕНИЕ. (ОПЛАТА НЕ ТОЛЬКО ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ТРУДА, НО И МОТИВАЦИЯ).**
- **ЦЕНТРАЛИЗАЦИЯ В ПРИНЯТИИ РЕШЕНИЙ.**
- **СКАЛЯРНАЯ ЦЕПЬ КОМАНД (КОММУНИКАЦИИ В ОРГАНИЗАЦИИ ДОЛЖНЫ БЫТЬ ЗАРАНЕЕ ОПРЕДЕЛЕНЫ И ПРОПИСАНЫ).**
- **ПОРЯДОК. РАБОЧАЯ СИЛА И ПРОЧИЕ РЕСУРСЫ ДОЛЖНЫ БЫТЬ ГОТОВЫ К ВСТУПЛЕНИЮ В ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПРОЦЕСС В СТРОГО ОПРЕДЕЛЕННОЕ ВРЕМЯ.**
- **РАВЕНСТВО (МЕНЕДЖЕР – ТОЖЕ РАБОТНИК).**
- **СТАБИЛЬНОСТЬ ПРЕБЫВАНИЯ В ДОЛЖНОСТИ.**
- **ИНИЦИАТИВА.**
- **КОРПОРАТИВНЫЙ ДУХ**

ПРИНЦИПЫ УПРАВЛЕНИЯ В.И. ЛЕНИНА

1. **ЕДИНОНАЧАЛИЕ**
2. **КОЛЛЕГИАЛЬНОСТЬ**
3. **НАУЧНОСТЬ**
4. **ПЛАНОВОСТЬ**
5. **УЧЕТ, ОТЧЕТНОСТЬ И КОНТРОЛЬ**
6. **МОРАЛЬНОЕ И МАТЕРИАЛЬНОЕ СТИМУЛИРОВАНИЕ**
7. **ИНИЦИАТИВА**
8. **УБЕЖДЕННОСТЬ И ВЕРНОСТЬ ИДЕАЛАМ**
9. **ДЕМОКРАТИЧЕСКИЙ ЦЕНТРАЛИЗМ (ВЫБОРНОСТЬ ОРГАНОВ УПРАВЛЕНИЯ СВЕРХУ ДОНИЗУ; ПЕРИОДИЧЕСКАЯ ОТЧЕТНОСТЬ; ПОДЧИНЕНИЕ МЕНЬШИНСТВА БОЛЬШИНСТВУ)**

Общие административные теории

Макс Вебер

- Теория функционирования властных структур и отношений власти
- ***Бюрократия*** – идеальный тип организации
  - Разделение труда
  - Четко определенная иерархия
  - Детальные правила
  - Деловые отношения в противовес личным контактам

ПРИНЦИПЫ ИДЕАЛЬНОЙ БЮРОКРАТИИ МАКСА ВЕБЕРА

1. **РАЗДЕЛЕНИЕ ТРУДА (Простые операции и задачи)**
2. **ИЕРАРХИЯ ВЛАСТИ (Четкая структура с вполне определенными функциями на каждом уровне)**
3. **ОТБОР ПЕРСОНАЛА, ОСНОВАННЫЙ НА ЗАРАНЕЕ ОПРЕДЕЛЕННЫХ ПРИНЦИПАХ (Технические и профессиональные квалификации)**
4. **ФОРМАЛЬНЫЕ ПРАВИЛА И НОРМЫ В ОРГАНИЗАЦИИ (письменно зафиксированные правила, нормы, стандарты и операционные процедуры)**
5. **ОБЕЗЛИЧЕННОСТЬ ТРУДА (Универсальное использование правил и норм вне зависимости от личности и даже в отраслевом масштабе)**
6. **КАРЬЕРНЫЙ РОСТ (Как для работника, так и для менеджера. Возможность управления предприятием для в целом профессионального менеджера, а не собственника)**

Количественный подход

Исследование операций

- Использование количественных методов для совершенствования процесса принятия решения
  - Применение статистики
  - Методы оптимизации
  - Моделирование управленческой деятельности
- ***Линейное программирование*** – распределение ресурсов
- ***Теория расписаний*** – совершенствование рабочих параметров

НАУКИ О ПОВЕДЕНИИ ОРГАНИЗАЦИИ И В ОРГАНИЗАЦИИ

ОРГАНИЗАЦИОННОЕ ПОВЕДЕНИЕ

- Изучает поведение людей на работе
- «ранние адвокаты»
  - конец 1800х – начало 1900х годов
  - Люди – наиболее выжный элемент организации
  - Их идеи послужили источником различных теорий управления человеческими ресурсами
  - Отбор персонала
    - Идеи мотивации сотрудников

ОРГАНИЗАЦИОННОЕ ПОВЕДЕНИЕ

Исследования Хоторна

- Начаты в 1924 в «Western Electric Company»
  - Изучение освещенности
  - Интенсивность освещения не связана с производительностью труда
- ***Элтон Майо –*** исследование рабочих функций
- Необходимость внедрения социальных норм (этическое поведение, нормирование)
- Изменил расхожее мнение, в соответствие с которым работник рассматривался как своеобразная машина

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ

ГЛОБАЛИЗАЦИЯ

- Глобализация рынка, экономической и социальной среды;
- Национальные границы – не преграда
- Изменение стратегии предприятий

РАЗНООБРАЗИЕ РАБОЧЕЙ СИЛЫ

- Различия по национальному, возрастному признаку и полу
- Старение рабочей силы
  - Интенсивное увеличение азиатского населения и испаноговорящих наций
  - ***“полное смешение”*** в противовес ***сохранению разнообразия***

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ

Предпринимательство

– Три основных направления

- ***Использование всех возможностей*** – использование изменений окружающей социальной, культурной, экономической, технической среды в целях приращения капитала
- ***Инновации*** – новые идеи и подходы для того, чтобы занять свою нишу
- ***Рост***

E-бизнес

– ***E-коммерция***

– ***E-бизнес***

– ***Интернет***

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ

Новаторство и мобильность

- Банк новых идей ведения бизнеса
- Адаптация и проактивный подход

Управление качеством

- ***Комплексное управление качеством*** - опережающее совершенствование продукции в соответствие с изменением потребностей рынка
- ***Внимание на потребителя!*** – преуспеть в продаже и обслуживании (долгосрочный подход)

КОМПЛЕКСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ

1. ОРИЕНТАЦИЯ НА ПОТРЕБИТЕЛЯ. ВНЕШНИЙ И ВНУТРЕННИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬ ПРОДУКЦИИ И УСЛУГ.
2. НАЦЕЛЕННОСТЬ НА УЛУЧШЕНИЕ КАЧЕСТВА ВО ВСЕМ. “НЕТ НИЧЕГО СОВЕРШЕННОГО”. КАЧЕСТВО ВСЕГДА МОЖНО УЛУЧШИТЬ!
3. ПРОЦЕССНЫЙ ПОДХОД.
4. ШИРОКОЕ ОПРЕДЕЛЕНИЕ КАЧЕСТВА (НЕ ТОЛЬКО КОНЕЧНЫЙ ПРОДУКТ, НО И ВСЕ ПРОЦЕССЫ В ОРГАНИЗАЦИИ).
5. ТОЧНОСТЬ ИЗМЕРЕНИЙ. СРАВНЕНИЕ СО СТАНДАРТАМИ И ЭТАЛОНОМ. ПОСТОЯННОЕ УЛУЧШЕНИЕ ПАРАМЕТРОВ ЭТАЛОНА.
6. ВОСПИТЕНИЕ РАБОТНИКОВ В ДУХЕ “БОРЬБЫ ЗА КАЧЕСТВО”. ЭТО ОСНОВНОЙ МЕХАНИЗМ РАБОТЫ TQM.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ

Обучающаяся организация и управление знанием

- ***Обучающаяся организация*** – создание благоприятной для обучения, адаптации и организационных изменений среды
- Внутренние структуры накопления знания
  - Знание – важнейший организационный ресурс
- ***Управление знанием*** –особая культура (сбор, отбор и передача знаний о клиенте, о среде, о технологических новшествах)
- Менеджер как лидер в команде
  - Учиться слушать и слышать, мотивация, помощь

ОБУЧАЮЩАЯСЯ ОРГАНИЗАЦИЯ

	ТРАДИЦИОННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ	ОБУЧАЮЩАЯСЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ОТНОШЕНИЕ К ИЗМЕНЕНИЯМ	“ОТ ДОБРА ДОБРА НЕ ИЩУТ”; НЕ РЕМОНТИРУЙ ТО, ЧТО РАБОТАЕТ.	НЕ БУДЕШЬ СОВЕРШЕНСТВОВАТЬ И МЕНЯТЬ, - НЕ БУДЕТ РАБОТАТЬ ХОРОШО И ДОЛГО.
ОТНОШЕНИЕ К НОВЫМ ИДЕЯМ	ЧТО НЕ БЫЛО ПРИДУМАНО У НАС, ТО НЕ ЗАСЛУЖИВАЕТ ВНИМАНИЯ.	ТО, ЧТО ПРИДУМАНО У НАС РАНЕЕ, УЖЕ НЕ ОРИГИНАЛЬНО.
КТО ОТВЕЧАЕТ ЗА НОВОВВЕДЕНИЯ?	СПЕЦИФИЧЕСКИЕ ОТДЕЛЫ И БЮРО; ОТДЕЛЬНЫЕ ЛЮДИ	ВСЕ СОТРУДНИКИ.
САМОЕ СТРАШНОЕ	ДОПУСТИТЬ ПРОСЧЕТ, ОШИБКУ	ПЕРЕСТАТЬ УЧИТЬСЯ И АДАПТИРОВАТЬСЯ К ИЗМЕНЕНИЯМ.
КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО	ПРОДУКЦИЯ И УСЛУГИ	СПОСОБНОСТЬ УЧИТЬСЯ, ПРИРАЩИВАЯ ЗНАНИЯ И ПРОФЕССИОНАЛИЗМ.
ЗАДАЧА МЕНЕДЖЕРА	КОНТРОЛЬ	“РАСКРУЧИВАТЬ” ОСТАЛЬНЫХ, МОТИВИРОВАТЬ, НАЦЕЛИВАТЬ.

ОСНОВЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ

Определяется как:

Набор управленческих решений, используемых для достижения долгосрочых целей фирмы

БИЗНЕС ПОЛИТИКА

Определяется как:

Управление, интегрирующее функциональную деятельность фирмы

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ (СУ)

ПРОЦЕСС

Позиция нашей фирмы (Реальная, а не та, которую бы мы хотели видеть!)

Если не будет никаких изменений, что произойдет с нашей фирмой через год, два, три года, пять или десять лет?

Что нужно предпринять? Какие могут возникнуть проблемы или открыться возможности?

НА СУ ОКАЗЫВАЮТ ВЛИЯНИЕ

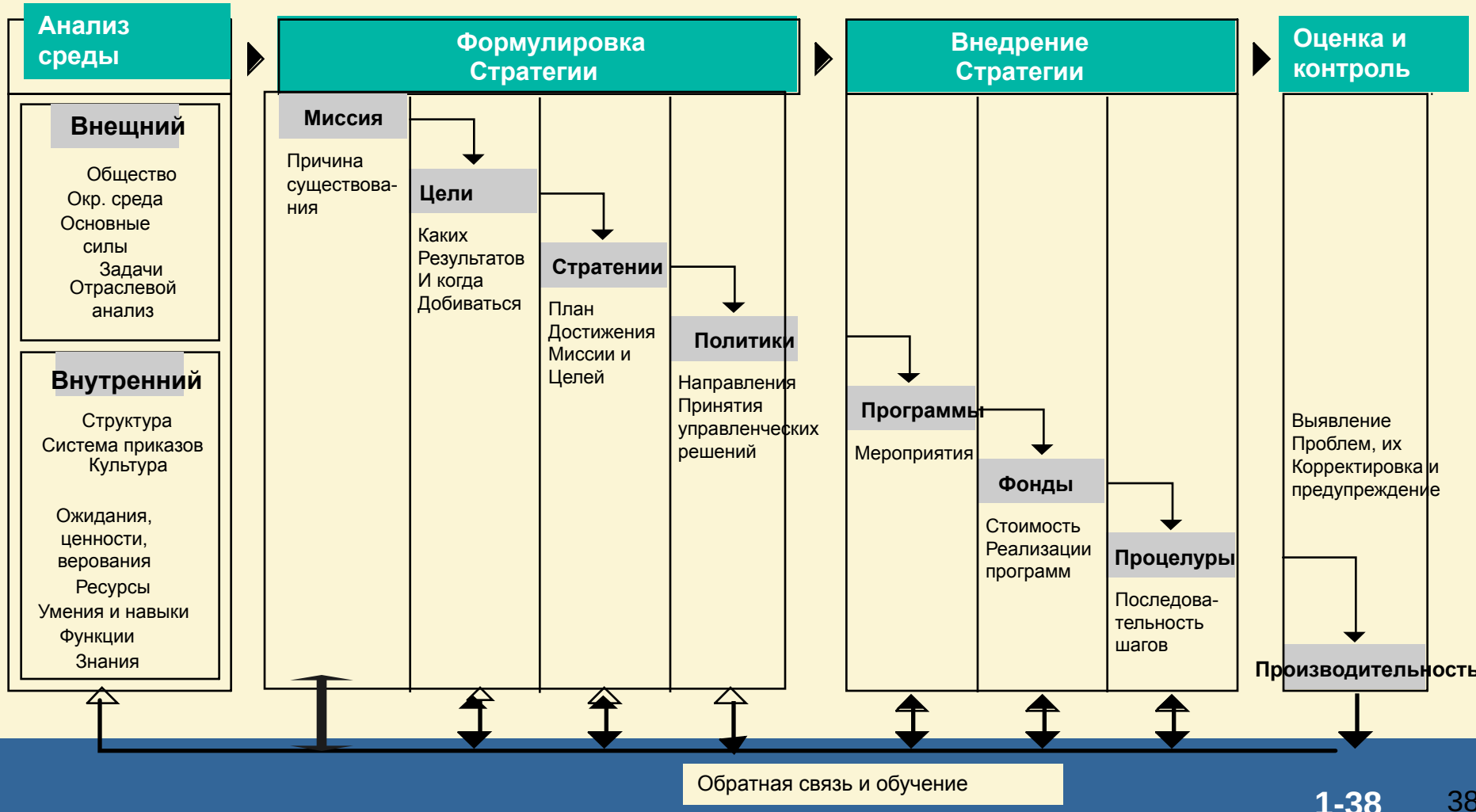
Процессы глобализации

- **– Интернационализация**
  - **Выход за пределы национального рынка**
  - **Транснациональные корпорации**
- **- Ужесточение конкурентной борьбы**

«Е» коммерция

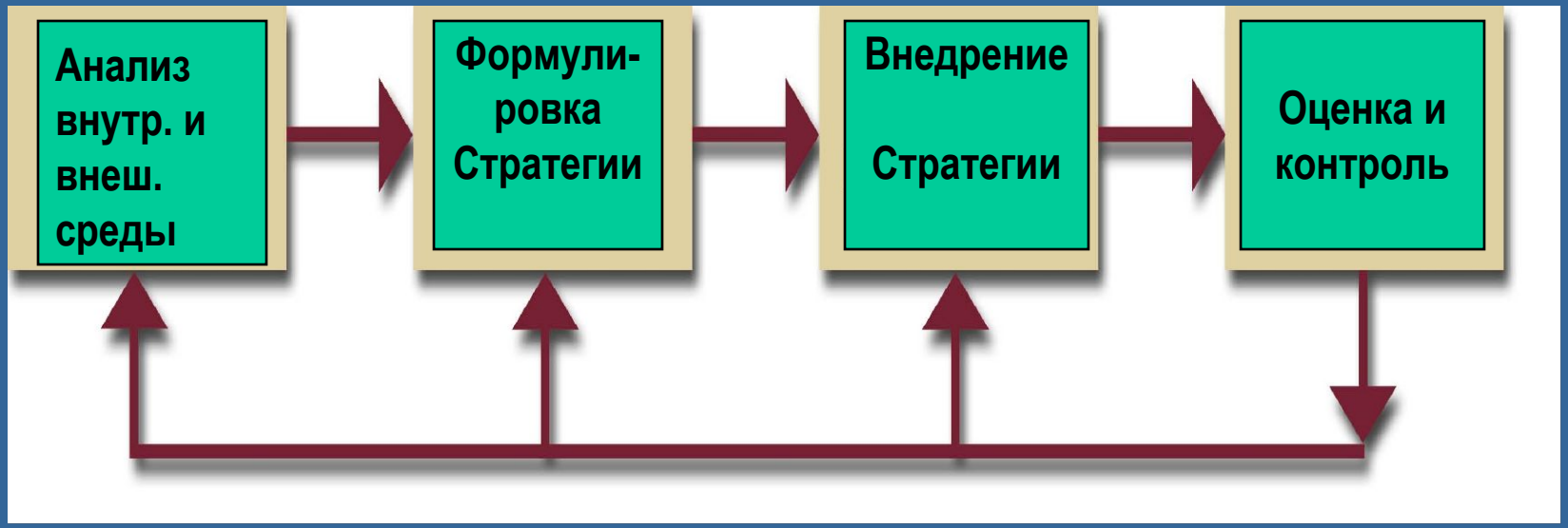
- **– Internet**
- **– Новые формы коммерции**

СУ МОДЕЛЬ


Анализ среды
Внешний
Общество
Окр. среда
Основные силы
Задачи
Отраслевой анализ
Внутренний
Структура
Система приказов
Культура
Ожидания, ценности, верования
Ресурсы
Умения и навыки
Функции
Знания
Формулировка Стратегии
Миссия
Причина существова-ния
Цели
Каких Результатов И когда Добиваться
Стратении
План Достижения Миссии и Целей
Политики
Направления Принятия управленческих решений
Внедрение Стратегии
Программы
Мероприятия
Фонды
Стоимость Реализации программ
Процелуры
Последова-тельность шагов
Оценка и контроль
Выявление Проблем, их Корректировка и предупреждение
Производительность
Обратная связь и обучение

ОСНОВНАЯ МОДЕЛЬ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ

4 ОСНОВНЫХ ЭЛЕМЕНТА



АНАЛИЗ ВНУТРЕННЕЙ И ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ

Определяется как:

Мониторинг, оценка, и распределение информации, полученной из внешней и внутренней среды, среди сотрудников, ответственных за ключевые направления развития фирмы

АНАЛИЗ ВНУТРЕННЕЙ И ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ

- SWOT Анализ
  - Сильные и слабые стороны
  - Возможности и угрозы
- Внутренняя среда
  - Сильные и слабые стороны
- Внешняя среда
  - Возможности и угрозы
  - Отраслевой конкурентный анализ (поставщики, потребители, конкуренты, институциональные рамки)
  - Внешний анализ по политической, экономической, социально-культурной, технико-технологической сфере

ФОРМУЛИРОВКА СТРАТЕГИИ

Определяется как:

Разработка долгосрочных планов с целью использования возможностей, предоставляемых внешней средой, и развития сильных сторон организации, а также блокирования угроз и совершенствования всех характеристик организации

ФОРМУЛИРОВКА СТРАТЕГИИ

Миссия

- Причина существования организации
- Разделяемые всеми сотрудниками ожидания
- Представляет имидж организации, соответствующий интересам стейкхолдеров
- Поясняет, кто мы, что мы делаем, и какой мы хотим видеть нашу организацию

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Включают:

- **Прибыль и доход**
- **Рост**
- **Эффективность использования ресурсов**
- **Долю рынка**

Характеристики цели:

- **Измерима**
- **Выполнима**
- **Определена во времени**
- **Требует напряжения сил**

СТРАТЕГИИ

Корпоративная стратегия

- Стабильность
- Рост
- Сокращение/сворачивание вплоть до выхода с рынка

Стратегия бизнес единиц

Лидерство по ценам/издержкам,
Дифференциация
Фокус
Реализуются через:

- Инновацию
- Качество
- Эффективность

Функциональная стратегия

- Маркетинговая
- Управление чел. ресурсами и др.

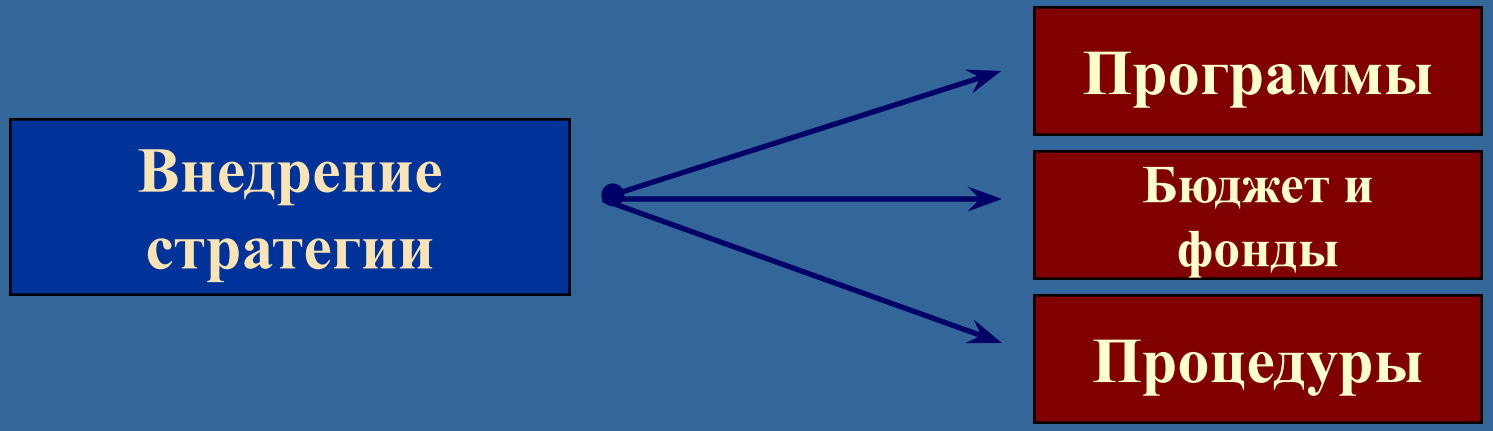
Корпоративная стратегия
Бизнес стратегия (на уровне подразделений)
Функциональная стратегия

Политика определяется как:

Конкретный способ воплощения принятой стратегии в жизнь.

Меняется со сменой условий.

ВНЕДРЕНИЕ СТРАТЕГИИ



ОСНОВНЫЕ СТРАТЕГИИ

	ЦЕНОВОЕ ЛИДЕРСТВО	ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ	ФОКУС
ТОВАРНЫЕ РАЗЛИЧИЯ	Слабые	Высокий уровень (уникальные характеристики товара)	Уровень может быть и низким, и высоким (в зависимости от стратегического фокуса: цена или уникальные характеристики товара)
СЕГМЕН-ТАЦИЯ РЫНКА	Слабая (массовый товар)	Высокий уровень сегментации рынка (множество различных сегментов)	Слабая (один или несколько сегментов)
ОТЛИЧИ-ТЕЛЬНЫЕ ОСОБЕН-НОСТИ	Производство, технология, материалы	Исследования, внедрение новой продукции, новые способы продажи, маркетинг	Любые отличия от конкурентной продукции играют роль

ЦЕНОВОЕ ЛИДЕРСТВО

Структура цены позволяет иметь эффект экономии от увеличения объемов производства

Преимущества:

- Сверхприбыль за счет эффекта масштаба
- Технически и технологически есть возможность еще большего уменьшения цены
- Возможность оссуществления стратегии ценового лидерства и дифференциации одновременно (портфельная стратегия)

ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ

Отражает важнейшие требования потребителей к продукции, позволяет выделиться среди производителей и быть замеченным потребителем

Преимущества:

- Высокий уровень цены за добавленное качество
- Увеличение дохода и эффективности производства

Преимущества стратегии дифференциации для производящей компании

Предпочтение на рынке отдается именно этой товарной марке

Снижается зависимость от поставщика массовой продукции, поскольку производящая компания может назначить значительно большуюцену за свой товар, чем это обходится ей по себестоимости

Стратегия дифференциации фактически переносит проблемы повышения себестоимости продукции на потребителя

Сильные (массовые) покупатели не представляют уже серьезной угрозы, поскольку товар является уникальным

Дифференциация и приверженность товарной марке компании являются дополнительными барьерами для конкурентов в их проникновении на рынок

Угроза товаров – заменителей зависит от уникальных свойств товара

СТРАТЕГИЯ ФОКУСА

Обслуживает нужды специфического рынка:

- Географическое различие
- Различные группы потребителей
- Товарное различие

Для реализации стратегии фокуса необходимо

- Использовать ранее созданные преимущества стратегии дифференциации по разработке и внедрению новой продукции

ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ СТРАТЕГИИ

Сопряжены с корпоративной и стратегией бизнес уровня

Реализуют стратегии более высокого уровня

Фокусируются на функционалах предприятия