

1. Конкурентные стратегии

**Область
конку ренции**
широкая

**1. Лидерство в
снижении
издержек**

**2. Лидерство в
дифф еренциации
продукции**

узкая

**3а. Особое
внимание
снижению
издержек***

**3б. Особое
внимание
дифф еренциации***

**Снижение
издержек**

**Дифф еренциация
продукции**

* фокусирование на определенном сегменте

4. Матрица Портера



Товарные стратегии

Матрица Бостонской консалтинговой группы (БКГ)

Решения принимаются на основе информации о прибыльности каждого товара, которая позволяет сформировать рейтинг:

1. «Звезды» и «Дойные коровы».
2. «Собаки».
3. «Трудные дети», «знаки вопроса».

| | | | |
|-------------------|---------|-----------------------------|-------------------|
| Темпы роста рынка | Высокие | «Звезда» | «Трудный ребенок» |
| | Низкие | «Дойная корова» | «Собака» |
| | | Большая | Маленькая |
| | | Относительная доля на рынке | |

Темпы роста рынка определяются по сравнению с ВВП или по средневзвешенному темпу роста в остальных сегментах, в которых работает организация

Товарные стратегии

Матрица Ансоффа (модель «Продукт-рынок»)

| | | РЫНКИ | |
|----------|-----------|--------------------------|----------------------|
| | | Имеющиеся | Новые |
| ПРОДУКТЫ | Имеющиеся | Обработка рынка I | Развитие рынка II |
| | Новые | Развитие продукта III | Диверсификация IV |