

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/doklad/88850>

Тип работы: Доклад

Предмет: Государственное и муниципальное управление

-

Например, успех продукции Apple в основном зависит не от отличных характеристик продукта (у других компаний тоже есть высококачественные предложения), а от успешной маркетинговой деятельности.

Шаг 2. Оценка стратегии дифференциации для повышения потребительской ценности.

Здесь можно использовать следующие стратегии для повышения дифференциации продукции и потребительской ценности:

- Добавить дополнительные функции продукта;
- Сосредоточиться на обслуживании клиентов и оперативности реагирования;
- Предложить комплементарные продукты.

Шаг 3. Определение наилучшей устойчивой дифференциации.

Как правило, высокая дифференциация и потребительская ценность являются результатом многих взаимосвязанных видов деятельности и используемых стратегий.

Для достижения устойчивого преимущества дифференциации следует использовать наилучшее их сочетание.

Разработка мер по повышению конкурентоспособности организации.

На основе рисунка 2 можно выделить три звена отраслевой цепочки создания ценности, где могут наблюдаться существенные различия в издержках конкурирующих организаций:

- 1) на этапе поставщиков;
- 2) во внутренней деятельности;
- 3) на этапе оптовых и розничных продавцов.

На основе результатов предыдущих этапов анализа определяется, в каких из этих звеньев фирма уступает конкурентам, в каких — опережает их, и как разрабатываются меры по повышению ее конкурентоспособности.

Выводы

Таким образом, стратегический анализ издержек на основе «цепочки ценностей» направлен на выявление сильных и слабых сторон предприятия, а также его конкурентных преимуществ.

Таким образом, анализ цепочки ценностей - это процесс, в котором фирма определяет свои основные и вспомогательные виды деятельности, которые повышают ценность ее конечного продукта, а затем анализирует эти виды деятельности для снижения затрат или увеличения дифференциации. Цепочка представляет внутренние виды деятельности, которыми фирма занимается при преобразовании входных данных в выходные, дает представление о стратегически связанных видах деятельности предприятия и позволяет проследить процесс создания стоимости.

-

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/doklad/88850>