

CHIẾN LƯỢC CẠNH TRANH LÀ GÌ? Ý NGHĨA VÀ PHÂN LOẠI CHIẾN LƯỢC CẠNH TRANH

1. Định nghĩa

Chiến lược cạnh tranh trong tiếng Anh là Competitive Strategy. Chiến lược cạnh tranh là sự kết hợp các quyết định khác nhau về các yếu tố nền tảng - sản phẩm, thị trường và năng lực đặc biệt của doanh nghiệp.

Ngoài ra, chiến lược cạnh tranh còn được định nghĩa là kế hoạch dài hạn của một công ty cụ thể nhằm đạt được lợi thế cạnh tranh so với các đối thủ trong ngành.

2. Ý nghĩa chiến lược cạnh tranh

- Để tồn tại trong môi trường cạnh tranh, doanh nghiệp phải tạo ra được lợi thế cạnh tranh.
- Lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp được thể hiện dưới hai hình thức cơ bản là chi phí thấp và khác biệt hoá.
- Kết hợp hai loại lợi thế cạnh tranh cơ bản này với phạm vi hoạt động của một doanh nghiệp đang theo đuổi sẽ hình thành nên ba chiến lược cạnh tranh tổng quát, đó là chiến lược dẫn đầu về chi phí thấp, chiến lược khác biệt hoá sản phẩm và chiến lược tập trung.

3. Phân loại chiến lược cạnh tranh

3.1 Chiến lược dẫn đầu về chi phí thấp

Chiến lược dẫn đầu về chi phí trong tiếng Anh được gọi là Cost Leadership Strategy.

Mục tiêu:

- Mục tiêu của doanh nghiệp khi lựa chọn chiến lược này là bằng mọi cách tạo ra sản phẩm, dịch vụ có chi phí thấp hơn các đối thủ cạnh tranh trong ngành.

Đặc trưng

- Chiến lược dẫn đầu về chi phí là lựa chọn mức khác biệt hóa sản phẩm thấp.
- Dẫn đầu về chi phí cũng thường bỏ qua các đoạn thị trường khác nhau, thường quan tâm đến thị trường ở phạm vi rộng lớn, thực tế là các công ty thường đặt giá thấp hơn các đối thủ cạnh tranh của mình để hấp dẫn khách hàng đến với các sản phẩm của mình.

3.2 Chiến lược khác biệt hoá sản phẩm

Chiến lược khác biệt hoá sản phẩm trong tiếng Anh gọi là Product Differentiation Strategy.

Mục tiêu:

- Mục tiêu của chiến lược khác biệt hoá sản phẩm là đạt được lợi thế cạnh tranh bằng cách tạo ra sản phẩm, dịch vụ được xem là duy nhất, độc đáo đối với khách hàng.

3.3 Chiến lược tập trung

Chiến lược tập trung trong tiếng Anh là Concentration Strategy. Chiến lược tập trung là chiến lược cạnh tranh chỉ nhằm đáp ứng nhu cầu của một nhóm khách hàng hoặc một vài đoạn thị trường.

4. Kết luận

Chiến lược/ Đặc điểm	Dẫn đầu về chi phí thấp	Khác biệt hoá sản phẩm	Tập trung
1. Sự khác biệt về sản phẩm	Thấp (cạnh tranh chủ yếu bằng giá)	Cao (cạnh tranh chủ yếu bằng tính độc đáo)	Thấp hoặc cao (cạnh tranh bằng giá hoặc tính độc đáo)
2. Phân đoạn thị trường	Thấp (thị trường đại trà)	Cao (nhiều đoạn thị trường)	Thấp (một hoặc vài đoạn thị trường)
3. Năng lực đặc biệt	Quản trị sản xuất, quản trị nguyên vật liệu	Nghiên cứu và phát triển, bán hàng, Marketing	Bất kì năng lực đặc biệt nào