

CHƯƠNG 2

LÝ THUYẾT

CẠNH TRANH



NỘI DUNG

1. CÁC QUAN ĐIỂM CHIẾN LƯỢC TỪ CỔ ĐIỂN ĐẾN HIỆN ĐẠI
2. TƯ TƯỞNG CHIẾN LƯỢC CỦA MICHAEL PORTER
3. TƯ TƯỞNG CHIẾN LƯỢC CỦA CHAN KIM
4. TƯ TƯỞNG CHIẾN LƯỢC CỦA PHILIP KOTLER
5. CÁC NGUYÊN LÝ CẠNH TRANH

1. CÁC QUAN ĐIỂM CHIẾN LƯỢC TỪ CỔ ĐIỂN ĐẾN HIỆN ĐẠI

Sự thay đổi quan điểm chiến lược là do các nguyên nhân chính :

- Sự phát triển sản phẩm & đa dạng hoá sản phẩm để đáp ứng nhu cầu.
- Sự hội tụ công nghệ kỹ thuật.
- Cạnh tranh trên phạm vi toàn cầu.
- Ranh giới của các phân khúc thị trường ngày càng mờ
- Xã hội thông tin với tốc độ nhanh.
- Sự phức tạp của các mối quan hệ nội bộ

1. CÁC QUAN ĐIỂM CHIẾN LƯỢC TỪ CỔ ĐIỂN ĐẾN HIỆN ĐẠI

Hai áp lực của cạnh tranh trong môi trường toàn cầu

1/ Áp lực giảm chi phí

➔ Toàn cầu hóa sản xuất

2/ Áp lực đáp ứng nhanh nhu cầu

➔ Khu vực hóa nhu cầu

2. TƯ TƯỞNG CHIẾN LƯỢC CỦA MICHAEL PORTER

- Porter cho rằng nếu công ty chỉ tập trung vào **tăng trưởng** và **đa dạng hoá** sản phẩm thì sẽ không bảo đảm cho sự thành công lâu dài. Muốn thành công công ty phải xây dựng được **lợi thế cạnh tranh bền vững** (sustainable competitive advantage :SCA)
- SCA có nghĩa công ty phải liên tục cung cấp những **giá trị gia tăng** mà đối thủ khác không thể cung cấp được.

2. TƯ TƯỞNG CHIẾN LƯỢC CỦA MICHAEL PORTER

➔Cạnh tranh **không phải là tiêu diệt đối thủ** mà mang lại cho khách hàng giá trị gia tăng cao/ (hay) mới lạ hơn đối thủ.

Tại sao?

3. TƯ TƯỞNG CHIẾN LƯỢC CỦA CHAN KIM (quan điểm chiến lược Đại dương xanh)

Chiến lược là phải xác lập lại **ranh giới** và **cấu trúc** ngành kinh doanh trên nền tảng ĐỔI MỚI GIÁ TRỊ bằng cách theo đuổi cùng lúc 2 loại hình vừa khác biệt hoá vừa chi phí thấp.

3. TƯ TƯỞNG CHIẾN LƯỢC CỦA CHAN KIM (quan điểm chiến lược Đại dương xanh)

CL ĐẠI DƯƠNG ĐỎ	CL ĐẠI DƯƠNG XANH
Cạnh tranh trong thị trường hiện tại, có ranh giới rõ ràng	Tạo khoảng thị trường không có cạnh tranh
Đánh bại và tiêu diệt đối thủ cạnh tranh	Làm cho cạnh tranh trở nên mờ nhạt và không quan trọng
Khai thác nhu cầu hiện tại	Tạo ra và phát triển nhu cầu mới
Có sự đánh đổi giữa chi phí và giá trị mang lại	Dung hoà giữa chi phí và giá trị mang lại
Chọn 1 trong 2 hướng : khác biệt hoá hay chi phí thấp	Theo đuổi cùng lúc 2 đặc tính khác biệt hoá và chi phí thấp

4. TƯ TƯỞNG CHIẾN LƯỢC CỦA PHILIPPE KOTLER

Cạnh tranh không phải là giữa các đối thủ hiện tại mà là các **đối thủ trong tương lai**.

Chiến lược cạnh tranh trong thế kỷ 21 là sự **liên minh chiến lược** để xoá nhòa ranh giới ngành kinh doanh đặt trên cơ sở đổi mới sáng tạo và học hỏi.

5. CÁC NGUYÊN LÝ CHIẾN LƯỢC

5.1 Nguyên lý Điểm Mạnh & Điểm Yếu (gót chân Achilles)

5. CÁC NGUYÊN LÝ CHIẾN LƯỢC

5.2 Nguyên lý Cơ hội & Đe dọa

5. CÁC NGUYÊN LÝ CHIẾN LƯỢC

5.3 Nguyên lý 3R

5. CÁC NGUYÊN LÝ CHIẾN LƯỢC

5.4 Nguyên lý “Tam giác phát triển”

5. CÁC NGUYÊN LÝ CHIẾN LƯỢC

5.5 Nguyên lý thị trường Ngách (Niches)

5. CÁC NGUYÊN LÝ CHIẾN LƯỢC

5.6 Nguyên lý thích ứng