

**Opis strategii wdrożenia osiągnięć naukowych opracowanych przez studenta/ów
w ramach projektu *Partnerski Związek Nauki i Postępu***

Nazwa działania/nazwa rozwiązania/strategii Strategia koncentracji
Imię i nazwisko autora/autorów Joanna Mager, Marta Ratajczak
Uczelnia, Wydział, Specjalność Politechnika Poznańska, Inżynieria Zarządzania, Logistyka
Przedsiębiorstwo lub branża, dla których dedykowane jest rozwiązanie/strategia FIRMA HIPPICA
Opis rozwiązania/strategii: <ol style="list-style-type: none">1. <i>problem, na który odpowiada rozwiązanie/strategia</i>2. <i>podstawowy cel realizacji</i> <p>Ze względu na specyfikę branży w jakiej oferujemy swoje produkty oraz jej wąskie występowanie wybraliśmy dodatkową strategię do realizacji: strategię konkurencji opartej na koncentracji. Głównym celem tej strategii jest, jak sama nazwa wskazuje, koncentracja na określonej grupie nabywców lub na określonym fragmencie asortymencie produktów, bądź też na rynku geograficznym. Strategia ta zakłada, że przedsiębiorstwo jest w stanie efektywniej i skuteczniej zaspokoić swój wąski strategiczny segment niż konkurenci, którzy działają na szeroką skalę. Strategia koncentracji nie gwarantuje niskich kosztów lub zróżnicowania na całym rynku. Jest jednak w stanie uzyskać jedną lub nawet obie te pozycje w swoim wąskim segmencie rynku. Strategia koncentracji jest jednak ryzykowana, gdyż zdarza się, że różnice pomiędzy wyodrębnionymi segmentami są tak niewielkie, że nie pozwalają na przygotowanie niepowtarzalnego i wyróżniającego się programu działania. Dzięki tej strategii mamy na myśli uzyskanie szczególnie dobrej obsługi określonego segmentu. W naszym przypadku oczywiście będzie to branża jeździecka, a przede wszystkim osoby czynnie jeżdżące konno powyżej 10 roku życia. Chcemy sprawnie i skutecznie obsłużyć swój wąski segment strategiczny. Przede wszystkim mamy na myśli zawodników oraz miłośników jeździectwa, dla których zajęliśmy się produkcją obuwia jeździeckiego. Stosując tą strategię w efekcie próbujemy albo wyróżnić swój produkt poprzez zaspokojenie wyspecjalizowanych potrzeb klienta, albo obniżyć koszty obsługi, albo połączyć jedno z drugim, co wpłynie bardziej efektywnie na uzyskanie końcowych wyników.</p>



Elementy innowacyjne rozwiązania/strategii (jeśli istnieją)

- uzyskanie lepszej jakości oferowanych przez nasz produktów – obuwia jeździeckiego
- wprowadzenie nowych metod produkcji i nowych metod technologicznych, które spowodują usprawnienie naszego procesu wytwarzania obuwia jeździeckiego
- skrócenie liczby pośredników w kanale, co usprawni proces dostawy na określone miejsce – do sklepów
- rozszerzenie segmentacji odbiorców przez wprowadzenie nowego produktu na rynek, w wypadku naszej firmy będą to czapsy mające spełniać swoje zasadnicze zadanie, a mianowicie ochronę tydek

Spodziewane korzyści dla przedsiębiorstwa wdrażającego rozwiązanie/strategię:

- Wysokie zadowolenie klientów spowodowane większą koncentracją na swoim segmencie. Dzięki temu uzyskanie wyższych zysków firmy.
- Zwiększenie rozpoznawalności naszego przedsiębiorstwa w konkretnej dziedzinie, jaką jest jeździectwo.
- Dążenie do monopolu. Dzięki temu moglibyśmy stać się pionierską firmą na rynku.

Wyrażam zgodę na przetwarzanie moich danych osobowych przez Partnerski Związek Nauki i Postępu dla potrzeb upublicznienia pracy, zgodnie z ustawą z dnia 29.08.1997 r. o ochronie danych osobowych. (Dz. U. z 2002 r. nr 101, poz.926 ze zm.)