

Филиал государственного бюджетного образовательного учреждения  
высшего образования Московской области

«Университет «Дубна» -

Дмитровский институт непрерывного образования

Презентация на тему  
«ВИДЫ МЕЖДУНАРОДНОЙ СТРАТЕГИИ»

Выполнил: студент 3 курса  
группы 0415-ЭУ(з)у  
направления Менеджмент  
профиль Экономика и  
управление  
ФИО Кузьмина Ю.О.

Дмитров, 2017

Каждый из них заслуживает отдельного исследования, но в данном контексте важны не внутренние механизмы их осуществления, а функции, выполняемые ими в изучаемой системе!



**Как же выглядит модель  
стратегического процесса  
по мнению Джонса и  
Скоулза?**

# Реалистичная модель стратегического процесса ( Модель Джонса и Скоулза)

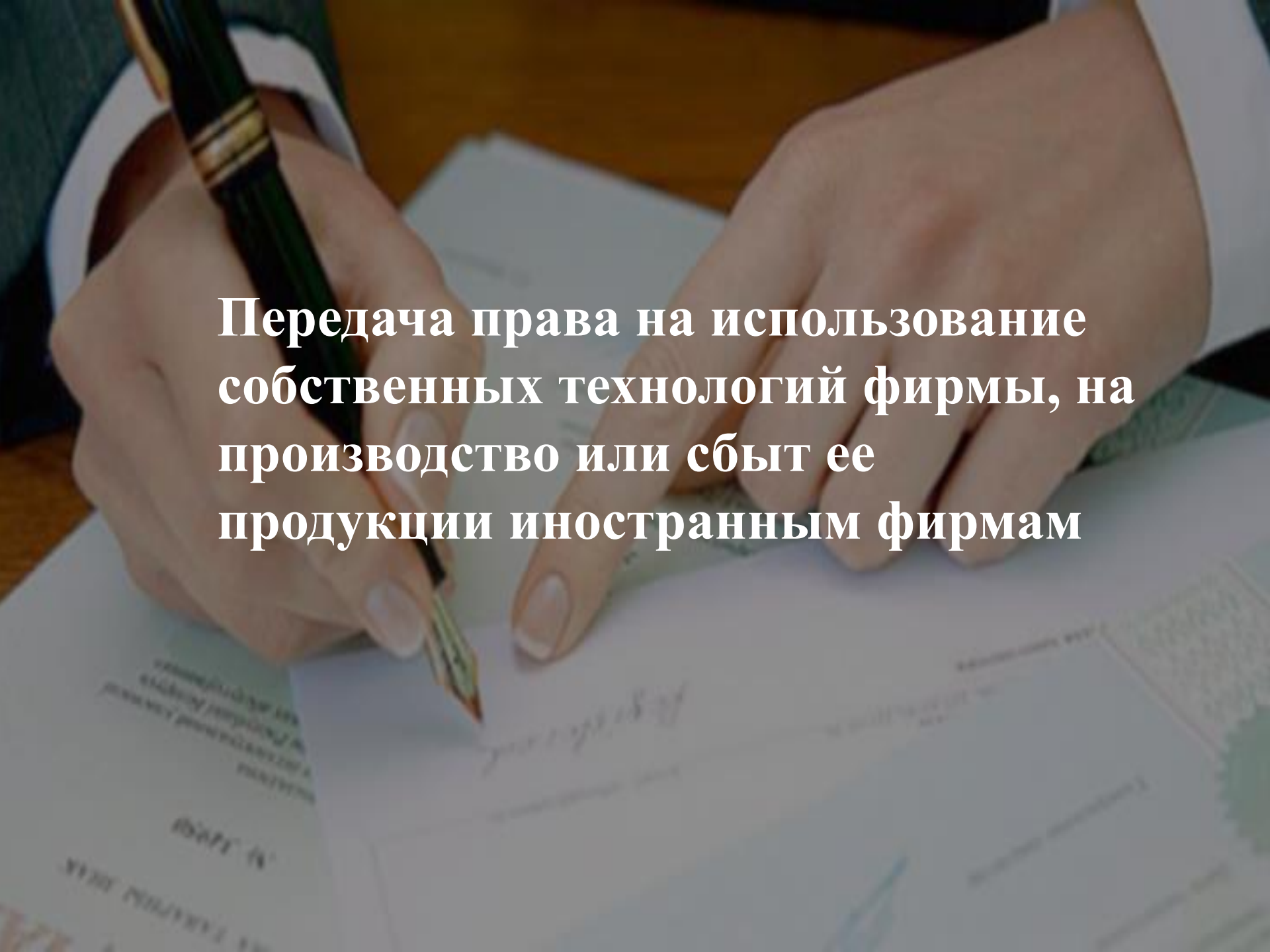


**Тест Джонсона-Скоулза** для итоговой критической оценки стратегии предполагает использование трех критериев: соответствие, осуществимость и приемлемость.

Признак	Виды стратегии
1. Маркетинговая среда	Интеграционные стратегии: макроэкономическая; внешнеэкономическая; региональная; производственной сферы и непроизводственной сферы; межотраслевая и отраслевая
2. Функциональное назначение	Стратегии факторов производства: производственных, инвестиционных, инновационных, финансовых, трудовых и информационных
3. Развитие организации	Антикризисная стратегия: предотвращение несостоятельности, выход из кризиса, ликвидация его последствий
4. Вид и масштаб рынка	Рыночная стратегия: расширение рынка, проникновение в глубь рынка, продвижение товара на новые рынки, конкурентные преимущества
5. Приоритет средств маркетинга	Товарная стратегия: дифференциация профилирующего товара, диверсификация Ценовая стратегия: повышение/понижение цен, ценовая конъюнктура Фирменная стратегия: фирменного товара, имиджа, сервиса, стиля и дизайна Рекламная стратегия: информирование о преимуществах товара, убеждение, мотивация, напоминание
6. Рыночная конъюнктура	Стратегия спроса и предложения: стимулирующая, креативная, поддерживающая, противодействующая
7. Рыночное поведение	Стратегия мелких организаций: копирование продуктов ведущих фирм, приспособление к потребностям, интеграция с более крупными организациями Стратегия средних организаций: патентная – рыночных ниш, инновационная, интенсивного маркетинга Стратегия крупных фирм: широкое проникновение, «снятие сливок»

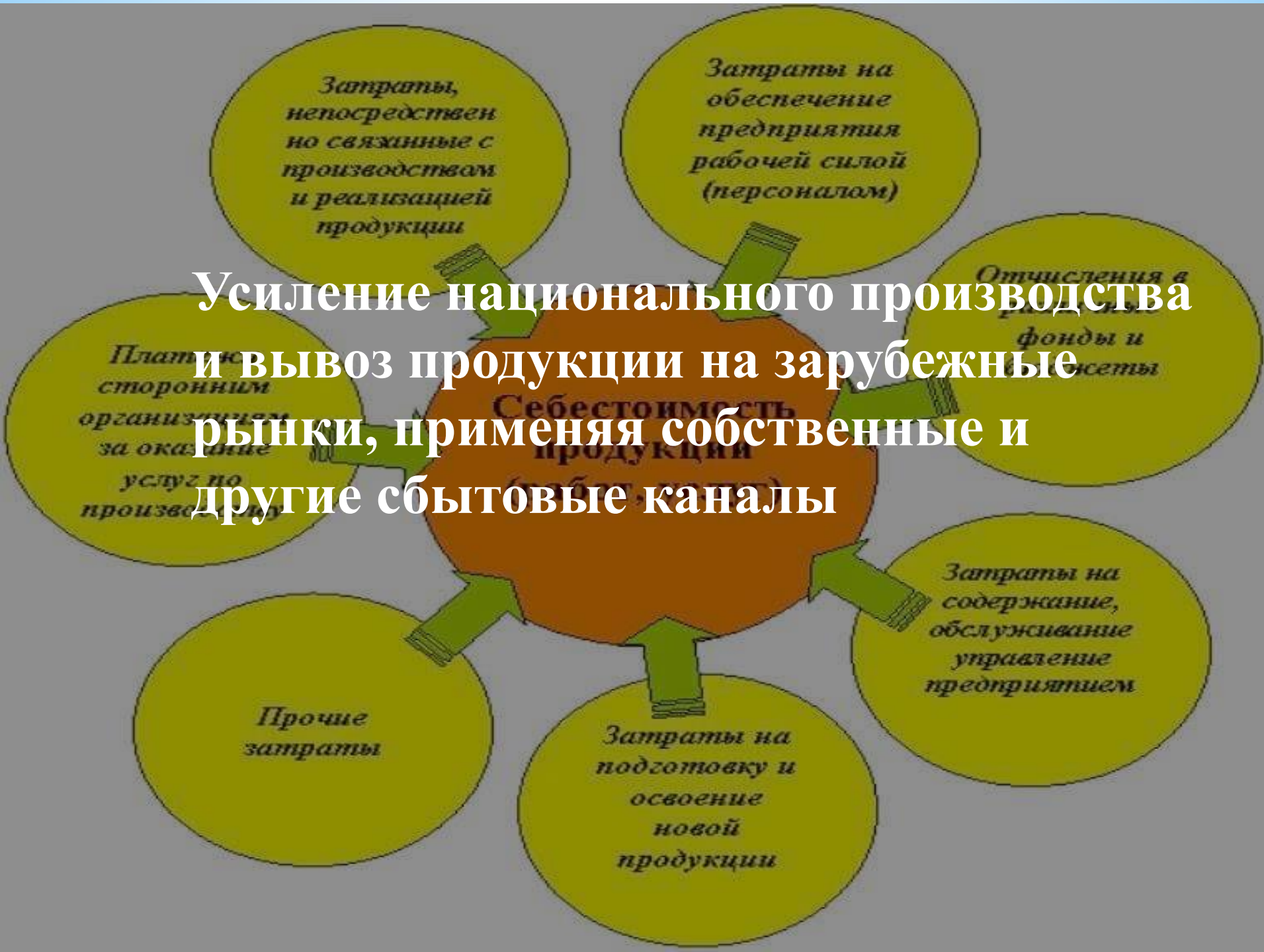
## Виды стратегии

- 1) передача права на использование собственных технологий фирмы
- 2) усиление национального производства и вывоз продукции на зарубежные рынки
- 3) следование многонациональной стратегии
- 4) следование глобальной стратегии низких издержек
- 5) следование глобальной стратегии дифференциации
- 6) следование глобальной стратегии фокусирования

A close-up photograph of a person's hands writing on a document. The left hand holds a dark green fountain pen with gold accents, while the right hand rests on the paper. The document is a form with various fields and text, some of which is mirrored or upside down. The background is a wooden desk.

**Передача права на использование  
собственных технологий фирмы, на  
производство или сбыт ее  
продукции иностранным фирмам**

**Усиление национального производства  
и вывоз продукции на зарубежные  
рынки, применяя собственные и  
другие сбытовые каналы**

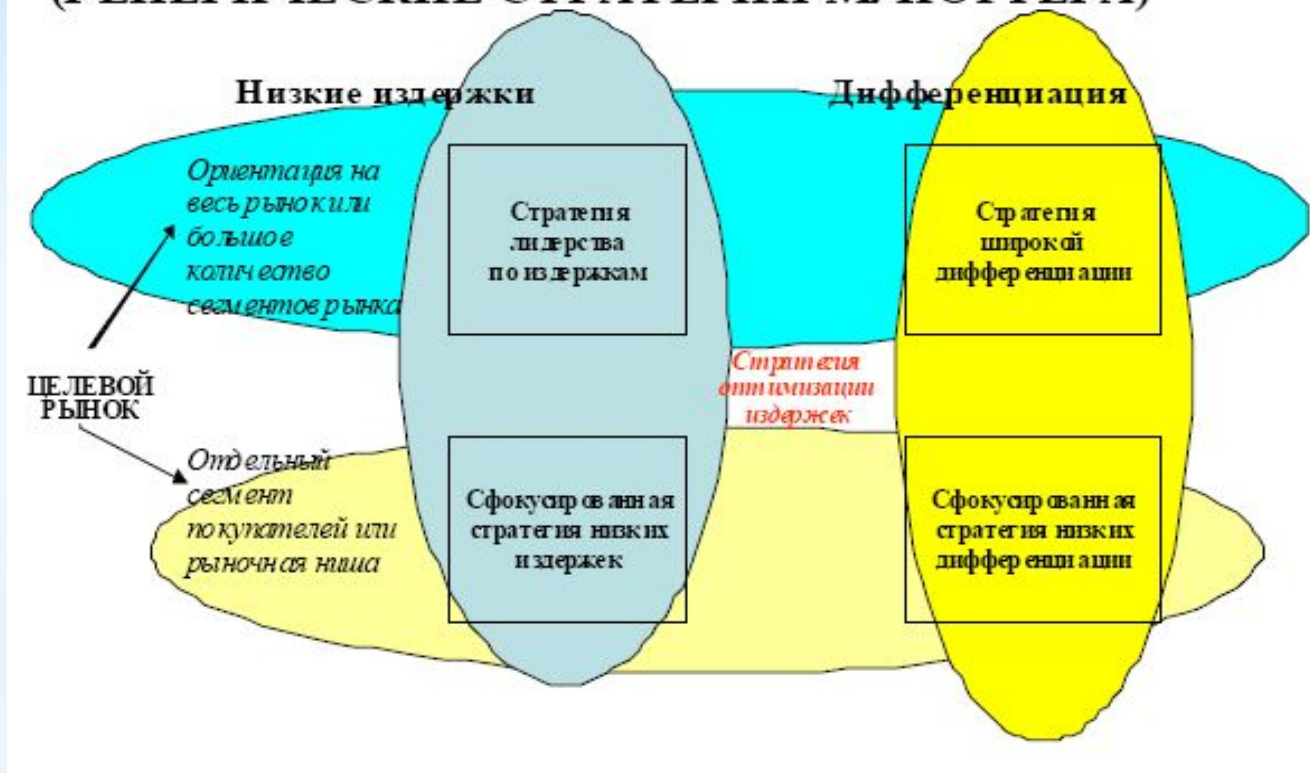




следование многонациональной стратегии, в рамках которой разрабатывается отдельная стратегия для каждой страны, отвечающая вкусам потребителей и конкурентным условиям стран. Действия фирмы в одной стране не зависят от деятельности фирмы в другой стране



## ТИП КОНКУРЕНТНОГО ПРЕИМУЩЕСТВА (ГЕНЕРИЧЕСКИЕ СТРАТЕГИИ М. ПОРТЕРА)



Следование глобальной стратегии низких издержек, при которой фирма ориентирована на низко затратное производство на всех стратегически важных рынках мира.

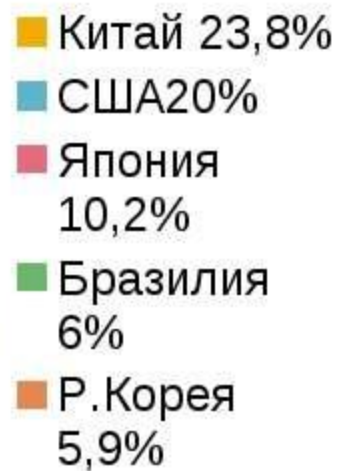
Цель - достижение низкого уровня издержек в сравнении с конкурентами в рамках мирового рынка

Следование глобальной стратегии дифференциации, при которой фирма дифференцирует свой товар по одним и тем же характеристикам в разных странах с целью создания своего постоянного имиджа на мировом рынке; проводится жесткая координация деятельности во всех странах

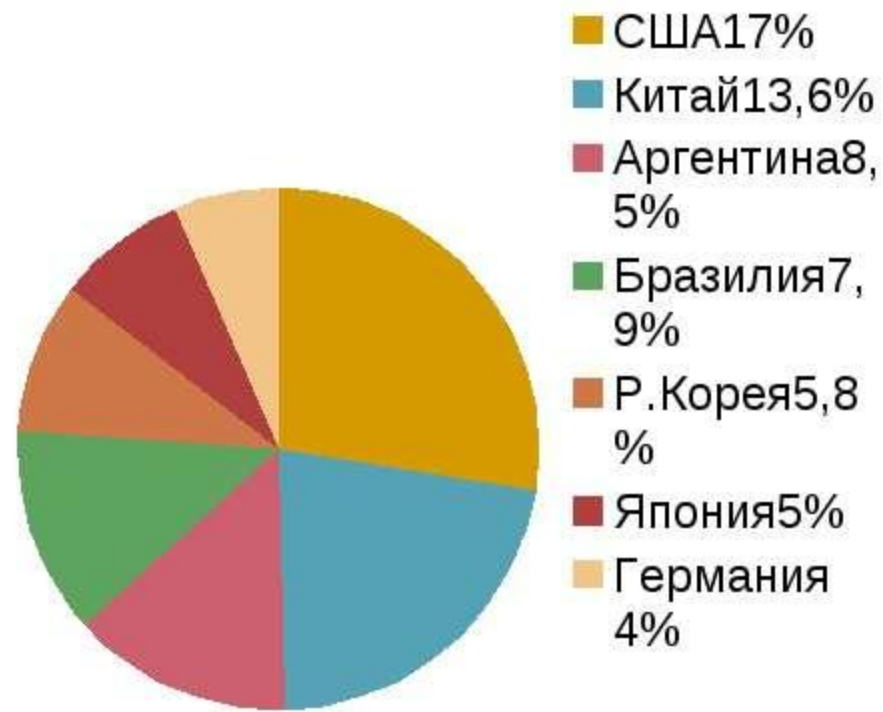
Следование глобальной стратегии фокусирования, при которой фирма обслуживает идентичные ниши на каждом стратегически важном национальном рынке; действия координируются на основе низких издержек и дифференциации.

# Экспорт и импорт

## Экспорт



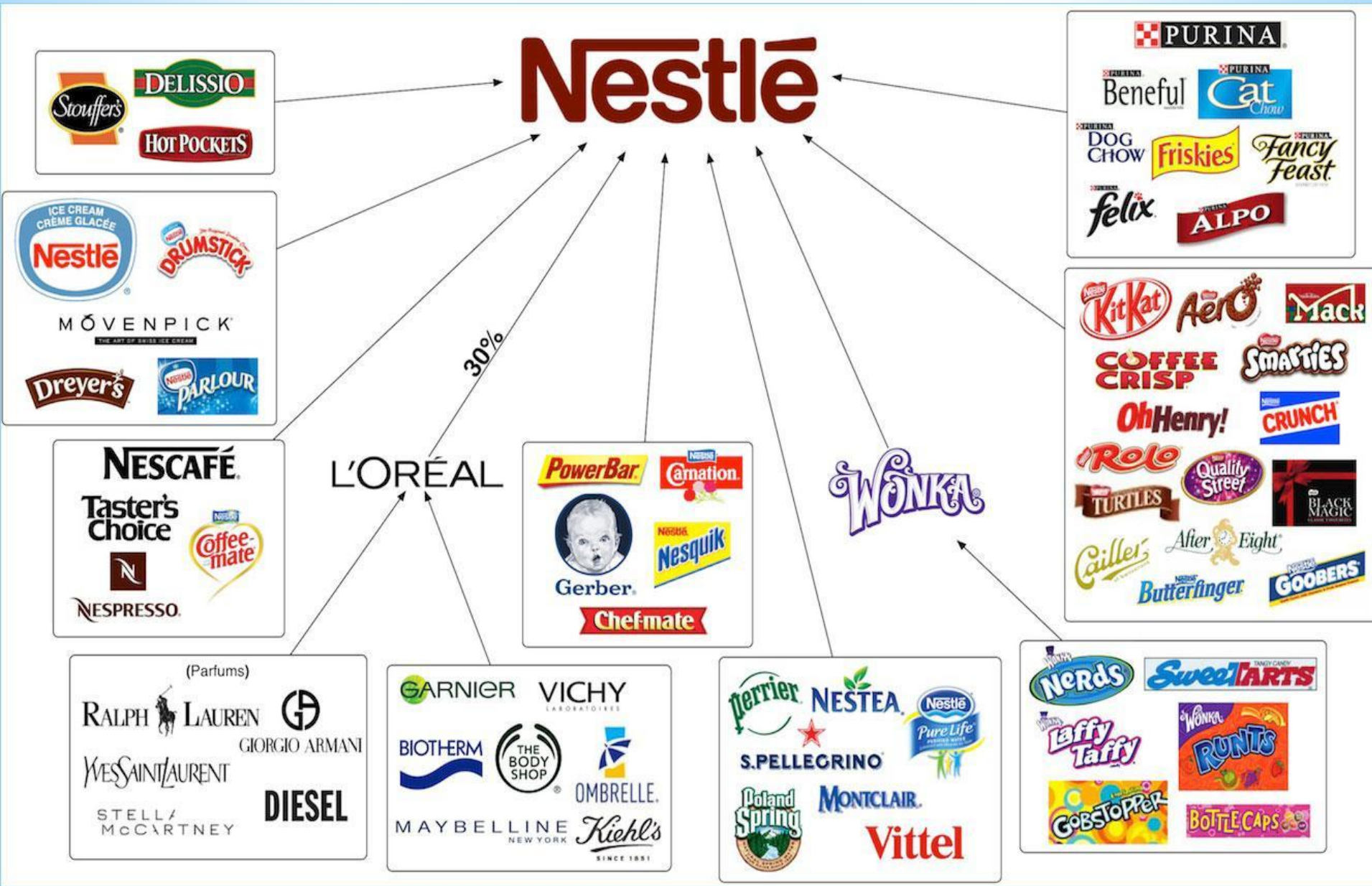
## Импорт





*Многонациональная или  
глобальная стратегия?*

# МНОГОНАЦИОНАЛЬНАЯ СТРАТЕГИЯ КОМПАНИИ NESTLE



# *Глобальная стратегия и конкурентное преимущество*

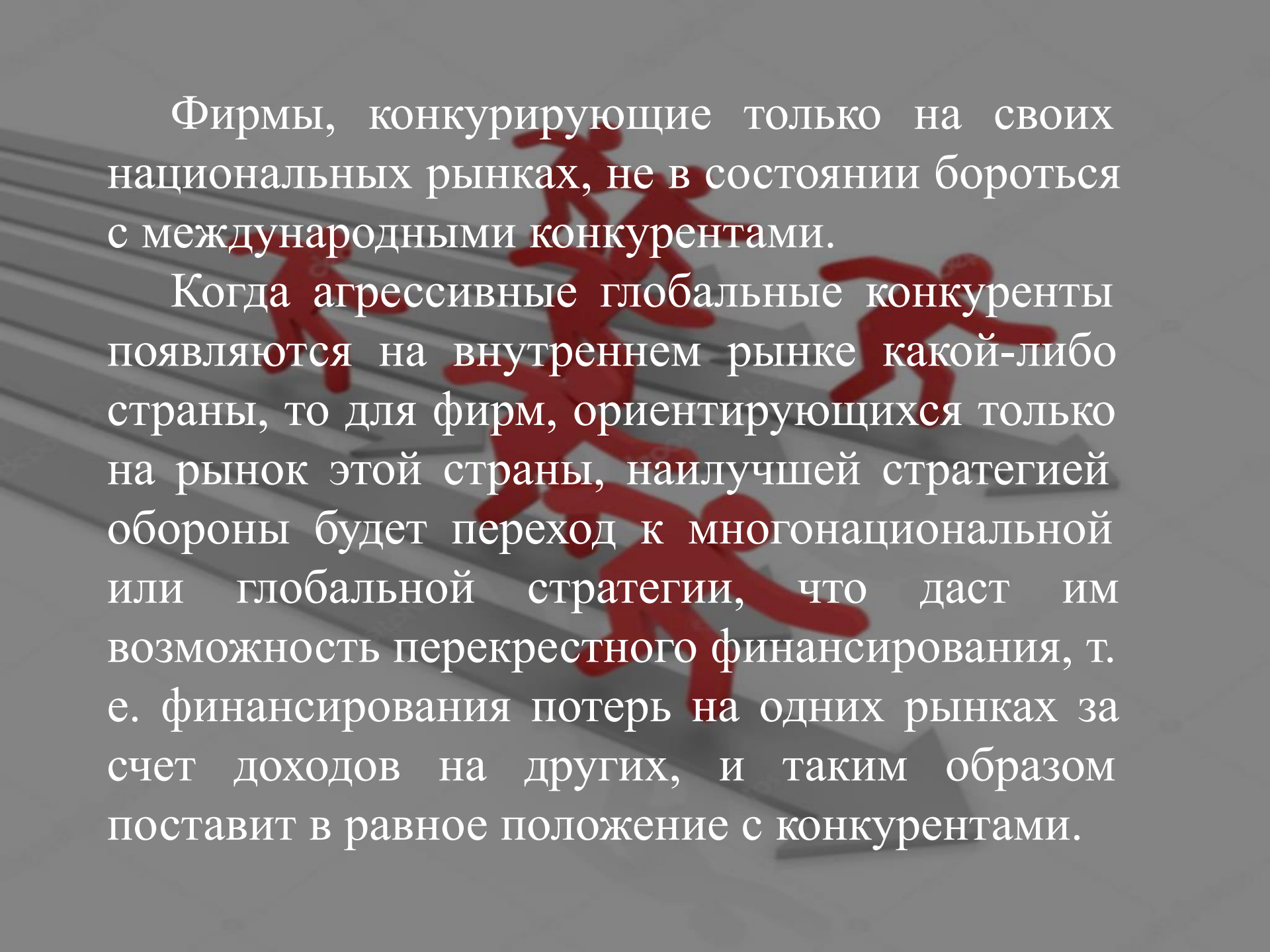


***Стратегические альянсы (объединения)*** - соглашения о сотрудничестве между фирмами, идущие дальше обычных торговых операций, но не доводящие дело до слияния фирм.

# ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КОМПАНИЕЙ TOSHIBA СТРАТЕГИЧЕСКИХ АЛЬЯНСОВ И СОВМЕСТНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

**TOSHIBA**  
**Leading Innovation >>>**

Toshiba — старейшая в Японии и третья по величине (после Hitachi и Matsushita) компания по производству электроники, вот уже многие годы считает краеугольными камнями своей стратегии лицензионные соглашения, совместные предприятия и стратегические альянсы.

The background features a grey gradient with several large, light-grey arrows pointing to the right. Overlaid on this are several red stick figures in various running or walking poses, scattered across the scene. The text is centered and written in a white, sans-serif font.

Фирмы, конкурирующие только на своих национальных рынках, не в состоянии бороться с международными конкурентами.

Когда агрессивные глобальные конкуренты появляются на внутреннем рынке какой-либо страны, то для фирм, ориентирующихся только на рынок этой страны, наилучшей стратегией обороны будет переход к многонациональной или глобальной стратегии, что даст им возможность перекрестного финансирования, т. е. финансирования потерь на одних рынках за счет доходов на других, и таким образом поставит в равное положение с конкурентами.



## Итоги

На основе изученной информации уже легче представить на что ориентироваться в дальнейшем развитии предприятия. И это далеко не вся информация, связанная с данной темой. Экономика, менеджмент и связанные с ними науки не имеют границ в изучении. Если человек пожелает развиваться сам и развивать свою кампанию, то уже в ближайшем будущем мы сможем увидеть значительные улучшения в экономике страны и мира в целом.

Спасибо за внимание!



## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. [https://textbooks.studio/strategicheskoe-upravlenie\\_695/vidyi-mejdunarodnyih-strategiy-27246.html](https://textbooks.studio/strategicheskoe-upravlenie_695/vidyi-mejdunarodnyih-strategiy-27246.html)
2. [http://studbooks.net/1405988/menedzhment/realizatsiya\\_strategii](http://studbooks.net/1405988/menedzhment/realizatsiya_strategii)
3. <https://staff.wikireading.ru/2773>
4. [https://studopedia.ru/10\\_246007\\_mezhdunarodnie-strategii.html](https://studopedia.ru/10_246007_mezhdunarodnie-strategii.html)
5. <http://poznayka.org/s14357t1.html>