

ПОНЯТИЕ И ВИДЫ СТРАТЕГИИ

Подготовила: Дядюшко Анастасия

Понятие стратегии

- В экономике под стратегией понимается комплекс долгосрочных мер или подходов.
- В стратегическом планировании под стратегией понимается комплекс целей и основных задач по их достижению.
- В более узком смысле стратегия представляет собой план наиболее эффективного распределения ресурсов для достижения целей.



- 
- В рыночной экономике существуют *три направления формирования стратегии*:
 - 1) достижение лидерства в области минимизации затрат;
 - 2) специализация;
 - 3) фиксация определенного сегмента рынка и концентрация усилий предприятия на этом сегменте рынка.
 - *Процесс формирования стратегии* включает три этапа:
 - 1) формирование общей стратегии предприятия;
 - 2) формирование конкурентной стратегии предприятия;
 - 3) определение функциональных стратегий.

Виды стратегий

- **Общая стратегия** организации формируется высшим руководством.
- **Конкурентная стратегия** нацелена на достижение конкурентных преимуществ.
- **Функциональные стратегии** характеризуют цели и задачи предприятия в рамках всех функциональных областей предприятия:



Общая стратегия

- Все разнообразие общих стратегий может быть сведено к стратегиям:
- **стабильности** (сосредоточения на существующих направлениях бизнеса и их поддержка, обычно используется крупными фирмами, которые доминируют на рынке);
- **роста** (увеличения предприятия, часто через захват новых рынков сбыта);
- **сокращения** (применяется в случаях, когда выживание организации находится под угрозой).

Конкурентные стратегии

- **1. Стратегия лидерства на основе низких издержек.** Стремление стать поставщиком самых дешевых товаров и услуг, привлекательных для широкого круга потребителей.
- **2. Стратегия дифференциации, или индивидуализации.** Стремление индивидуализировать свою продукцию для того, чтобы она отличалась от продукции конкурентов и таким образом стала более привлекательной для широкого круга покупателей.
- **3. Стратегия наилучшей стоимости.** Предложение потребителям большей реальной ценности денег с упором на сочетание низких издержек и дифференциации качества. Цель состоит в том, чтобы иметь наилучшие (наиболее низкие) издержки и цены, чем у продукции конкурентов, обладающей аналогичными свойствами и качеством.
- **4. Стратегия концентрации на узком сегменте или нише рынка на основе низких издержек.** Концентрация на узком потребительском сегменте и опережение конкурентов за счет более низких издержек.
- **5. Стратегия концентрации на узком сегменте или нише рынка на основе дифференциации.** Предложение узкому сегменту рынка товаров и услуг, индивидуализированных, под его вкусы и потребности.

Функциональная стратегия



подразделяется на:

- **стратегия научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок** (обобщает все идеи о новом продукте — от его первоначальной разработки до внедрения на рынок);
- **производственная стратегия** (сосредоточена на решениях о необходимых мощностях, размещении промышленного оборудования);
- **маркетинговая стратегия** (заключается в определении подходящих продуктов, услуг и рынков, которым они могут быть предложены);
- **финансовая стратегия** (отвечает за прогнозирование финансовых показателей стратегического плана, оценку инвестиционных проектов, распределение и контроль финансовых ресурсов);
- **стратегия управления персоналом** (решает проблемы повышения привлекательности труда, мотивации, аттестации персонала и т.д.).



● При формулировании каждой разновидности стратегий предприятие сталкивается с рядом **объективных ограничений**:

- уровнем наличных финансовых ресурсов;
- размером приемлемого риска;
- потенциальными навыками и способностями предприятия;
- противодействием конкурентов.



Спасибо за внимание!