

# Эталонные стратегии развития бизнеса



Выполнила: Подкорытова В  
Группа Э3111

Благо везде и повсюду зависит от соблюдения  
двух условий:

- 1) правильного установления конечных целей и
- 2) отыскания соответственных средств, ведущих к  
конечной цели

Аристотель

□ Базисные или эталонные стратегии отражают четыре различных подхода к росту фирмы и связаны с изменением состояния одного или нескольких элементов, таких как: продукт, рынок, отрасль, положение фирмы внутри отрасли, технология.

### Эталонные стратегии

стратегии  
концентриро  
-  
ванного  
роста

стратегии  
интегрирован  
-  
ного роста

стратегии  
диверсифици  
ро-ванного  
роста

стратегии  
сокращения

# Стратегии концентрированного роста

---

- 1) *Стратегия усиления позиции на рынке* - при которой предприятие делает все, чтобы с конкретным продуктом на данном рынке завоевать лучшие позиции. Для ее реализации требуются большие маркетинговые усилия. При этом допускается осуществление «горизонтальной интеграции», при которой предприятие пытается установить контроль над своими конкурентами;
- 2) *Стратегия развития рынка*, которая заключается в поиске новых рынков для уже производимого продукта;
- 3) *Стратегия развития продукта*, предполагающая решение задачи роста за счет производства нового продукта и его реализации на уже освоенном ею рынке



Улучшение собственного продукта или производство совершенно нового, не изменяя при этом отрасль



Фирма ведёт поиск возможностей улучшения своего положения на существующем рынке или на новом



Стратегии не затрагивают такие элементы как отрасль, положение фирмы внутри отрасли, технология

# Стратегии интегрированного роста



- 1) *Стратегия обратной вертикальной интеграции*, направленная на рост предприятия за счет приобретения либо усиления контроля над поставщиками, а также за счет создания дочерних структур, осуществляющих снабжение. Реализация стратегии обратной вертикальной интеграции может дать благоприятные результаты вследствие уменьшения зависимости от колебания цен на комплектующие и запросов поставщиков. При этом поставки для предприятия как центра расходов могут превратиться в случае обратной вертикальной интеграции в центр доходов;
- 2) *Стратегия вперед идущей вертикальной интеграции* выражается в росте фирмы за счет приобретения либо усиления влияния на конечных потребителей, выгодна в тех случаях, когда посреднические услуги очень расширяются или когда фирма не может найти посредников с качественным уровнем работы



Внутреннее  
расширение фирмы



Приобретение  
дополнительной  
собственности фирмой

# Стратегии диверсифицированного роста



- 1) *Стратегия центрированной диверсификации*, базирующаяся на поиске и использовании заключенных в имеющемся бизнесе дополнительных возможностей для производства новых продуктов
- 2) *Стратегия горизонтальной диверсификации* предполагает поиск возможностей роста на существующем рынке за счет новой продукции, требующей новой технологии, отличной от используемой. При данной стратегии организация должна ориентироваться на производства таких технологически не связанных продуктов, которые использовали имеющиеся ее возможности, например в области поставок.
- 3) *Стратегия конгломератной диверсификации* состоит в том, что предприятие расширяется за счет производства новых продуктов, технологически не связанных с уже производимыми товарами и реализуемых на новых рынках. Это одна из самых сложных для реализации стратегий развития



Предприятие расширяется за счет производства новых продуктов, технологически не связанных с уже производимыми товарами и реализуемых на новых рынках



Новое возникает исходя из тех возможностей, которые заключены в освоенном рынке, используемой технологии либо других сильных сторонах функционирования фирмы



Новый продукт должен быть ориентирован на потребителей основного продукта, то по своим качествам он должен соответствовать уже производимому продукту



# Стратегии сокращения



- 1) *Стратегия ликвидации* представляет собой предельный случай стратегии сокращения и осуществляется тогда, когда фирма не может вести дальнейший бизнес
- 2) *Стратегия «сбора урожая»*, предполагающая отказ от долгосрочного взгляда на бизнес в пользу максимального получения доходов в краткосрочной перспективе. Эта стратегия применяется к бесперспективному бизнесу, который не может быть прибыльно продан, но может принести доходы во время сбора урожая.
- 3) *Стратегия сокращения* заключается в том, что организация закрывает или продает одно из своих подразделений или бизнесов для того, чтобы осуществить долгосрочное изменение видения границ основного бизнеса.
- 4) *Стратегия сокращения расходов*, основной идеей которой является поиск возможностей уменьшения издержек и проведения мероприятий по сокращению затрат. Ее особенности: она больше ориентирована на устранение небольших источников затрат; ее реализация имеет характер временных или краткосрочных мер (снижение производственных затрат, повышение производительности, сокращение найма и даже увольнение персонала, прекращение производства неприбыльных товаров и закрытие неприбыльных мощностей)



Прекращение производства неприбыльных товаров и закрытие неприбыльных мощностей



Сокращение затрат на закупки и рабочую силу



Закрытие или продажа одного из своих подразделений фирмой

Спасибо за внимание!  
Доклад окончен!

