Ключевые рыночные стратегии развития организации

 Рыночная стратегия предприятия формирование целей, достижение их и решение задач предприятия-производителя по каждому отдельному товару, по каждому отдельному рынку на определенный период. Стратегия формируется в целях осуществления производственно-коммерческой деятельности в полном соответствии с рыночной ситуацией и возможностями предприятия. Рыночная стратегия определяет, как нужно применять структуру маркетинга, чтобы привлечь и удовлетворить целевые рынки и достичь целей организации. В решениях о структуре маркетинга главное - планирование продукции, сбыт, продвижение и цена.

Существует четыре подхода к рыночной стратегии:

- матрица возможностей по товарам и рынкам;
- матрица "Бостон консалтинг групп";
- воздействие рыночной стратегии на прибыль (PIMS);
- общая стратегическая модель Портера.

Матрица Томпсона и Стрикленда

Быстрый рост рынка

2 квадрат

- 1. Пересмотр стратегии концентрации.
- 2. Горизонтальная интеграция.
- 3. Сокращение.
- 4. Ликвидация.

1 квадрат

- 1. Концентрированный рост.
- 2. Вертикальная интеграция.
- 3. Концентрическая диверсификация.

Слабая конкурентная позиция

3 квадрат

- 1. Сокращение расходов.
- 2. Диверсификация.
- 3. Сокращение.
- 4. Ликвидация.

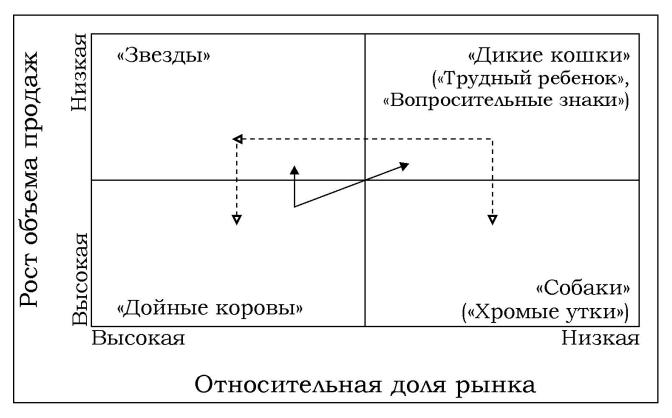
Сильная кокурентная позиция

4 квадрат

- 1. Концентрическая диверсификация.
- 2. Конгломеративная диверсификация.
- 3. Горизонтальная диверсификация.

Медленный рост рынка

Матрица 'Бостон консалтинг групп'



- ---- типичный путь развития продукта;
- основные направления эффективных финансовых потоков.