

# **Гуманитарный институт г. Москва Экономический факультет**

**Презентация по дисциплине:  
Стратегический менеджмент  
На тему: «Стратегия развития малого  
предприятия»**

**Выполнила студентка:  
Группы Э-503  
Егорова Е.Р.**

**Научный руководитель:  
К.Э.Н., ПРОФ. Родюшкина Е.В.**

**Москва  
2013**

# Содержание:



1. Определение стратегии развития(3-5 стр.)
2. Выбор стратегии.
3. Конкурентные стратегии по Портеру.
4. Основные типы конкурентных стратегий(8-9 стр.).
5. Современные стратегии.
6. Ключевые показатели(11-13 стр.).
7. Заключение.
8. Список литературы.

# Определение стратегии развития.



Представители малого бизнеса являются важным сектором рыночной экономики, определяющим темпы развития страны и ее валовый доход.

**Стратегия развития** - модель действий и свод правил, которых должен придерживаться руководитель в процессе планирования дальнейшего поддержания конкурентных позиций предприятия в условиях рыночной экономики.



# Потенциал компании



Стратегия фирмы выбирается в связке с такими понятиями, как конкурентоспособность и потенциал компании.

**Потенциалом** компании называется совокупность ее возможностей по производству продукции и оказанию услуг.

Она состоит из внутренних переменных и управленческого потенциала. Организация имеет возможности, определяемые ее ресурсами (факторами производства), которыми она располагает. Потенциал компании в условиях рыночной экономики зависит от внутренних факторов, спроса на продукцию, деятельности конкурентов, экономической ситуации в стране и мире.



# Конкурентоспособность



Конкурентоспособность - это возможность противопоставить себя конкурентам, осуществлять активную борьбу за рынки сбыта. Это понятие относительное. Оно определяется путем сравнения. Потенциал компании, выбор стратегии и возможности высшего руководства вместе являются факторами конкурентоспособности фирмы.

# Выбор стратегии



Факторы, влияющие на выбор стратегии развития:

Цели работы предприятия

Внутренние факторы

Внешние факторы

# Конкурентные стратегии по Портеру



Основоположником конкурентного анализа является профессор гарвардской школы бизнеса М. Портер, модели конкурентных сил которого, наиболее часто используются при выборе стратегии развития.

## Конкурентные силы предприятия:



# Основные типы конкурентных стратегий :





# Типы стратегий



**Уменьшение издержек** – это снижение затрат на производство и реализацию продукции без ухудшения качества товаров или услуг.

**Значение товара для потребителя** – это отличие производимого от ранее изготовленного продукта в сторону большей полезности для потребителя. При этом минимизация затрат на производство не является первоочередной задачей.

**Ориентация на конкурента**- это конкурировать в узком сегменте рынка. И вместо того, чтобы заманивать покупателей ценой или уникальностью старается стать лидером и подавить или вообще вытеснить всех конкурентов.

# Современные конкурентные стратегии



Современные конкурентные стратегии включают в себя взаимодействие трех основных факторов:

- **позиции фирмы относительно конкурентов;**
- **целей предприятия;**
- **ситуации на рынке.**

# Фактор цены



Сегодня фактор цены очень часто играет решающую роль при выборе продукции потребителем. Поэтому при выборе современных конкурентных стратегий очень важно учитывать этот фактор.

Цена на товар устанавливается исходя из потребностей покупателя.



# Организационные изменения в компании



**Проведение изменений внутри предприятия — это основа реализации стратегии.**

Чтобы обеспечить стабильный рост фирмы, необходимо периодически оценивать эффект от проделанных изменений и корректировать курс развития. Очень часто необходимость в изменениях появляется только с помощью системы контроля.



# Функциональные стратегии



Стратегии, направленные на развитие отдельных сторон предприятия:

- персонала
- научных исследований
- рекламы





# Заключение



Реализация стратегии развития компании зависит от того, насколько эффективно будут произведены стратегические изменения, главными из которых являются изменения в организационной культуре и структуре предприятия.



# Список литературы:



1. Виссема Х. Стратегический менеджмент и предпринимательство. – М.: Изд. «Финпресс», 2000. – 272с.
2. Ссылка на интернет: [www.ip.inform.ru](http://www.ip.inform.ru)
3. Ссылка на интернет:  
[www.buhgalteria.com](http://www.buhgalteria.com)