

# СТРАТЕГИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ В РАЗВИТИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Выполнила: студентка гр. 26403.50

Мелекесова Екатерина

# КЛЮЧЕВЫЕ СФЕРЫ ОРГАНИЗАЦИИ:

- выработка и осуществление стратегии развития и поведения во внешней сфере,
- -выработка и осуществление стратегии в отношении создаваемого организацией продукта
- -выработка и реализация стратегии в отношении персонала организации

# СУЩЕСТВУЮТ ТРИ ОСНОВНЫЕ ОБЛАСТИ ВЫРАБОТКИ СТРАТЕГИИ ФИРМЫ НА РЫНКЕ

- Первая область связана с лидерством в минимизации издержек производства
- Вторая область выработки стратегии связана со специализацией в производстве продукции.
- Третья область определения стратегии относится к фиксации определенного сегмента рынка и концентрации усилий фирмы на выбранном рыночном сегменте.

# РОССЕЛЬХОЗБАНК



# ИСТОРИЯ РОССЕЛЬХОЗБАНКА

- Россельхозбанк был создан в 2000 году. Изначально его целью было развитие национальной кредитно-финансовой системы в агропромышленном секторе на сельских территориях Российской Федерации.
- Сегодня же - это один из лидирующих коммерческих банков по многим показателям. Об этом также свидетельствуют и рейтинги надежности Россельхозбанка, которые были выставлены совсем недавно ведущими мировыми независимыми агентствами.

# СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ РОСАСЕЛЬХОЗБАНКА

- Стратегия определяет три ключевые цели Банка до 2020 года:
- - обеспечение лидирующей позиции в кредитовании и обслуживании АПК и смежных отраслей, включая увеличение рыночной доли в кредитовании АПК, в том числе сезонных работ;
- - диверсификация источников дохода путем укрепления позиций Банка в кредитовании и обслуживании приоритетных отраслей и сегментов экономики Российской Федерации и населения;
- - укрепление позиций Банка как эффективного, надежного и высокотехнологичного финансового института.

## ПО М.ПОРТЕРУ 5 ОСНОВНЫХ КОНКУРЕНТНЫХ СИЛ:

- 1. соперничество между конкурирующими продавцами -
- 2. конкурентное давление поставщиков сырья
- 3. конкурентное давление покупателей продукции
- 4. давление компаний из других отраслей с товарозаменителями
- 5. потенциальное появление новых конкурентов