



Стратегические альтернативы.

- Позволяет определить (выбрать) стратегию развития предприятия на период времени, в рамках которого все сотрудники предприятия будут ее придерживаться.



Стратегия концентрированного роста = Ограниченный рост.



- Стратегии, которые связаны с изменением продукта, рынка, не затрагивают отрасль, технологию, положение предприятия внутри отрасли.
- Например, стратегия развития продукта, стратегия усиления позиции на рынке, стратегия развития рынка.
- Установление целей от достигнутого, скорректированных с учетом инфляции. Стратегия ограниченного роста применяется в зрелых отраслях промышленности со статичной технологией, когда организация удовлетворена в основном своим положением. Организации следуют этим путем потому, что он самый удобный, легкий и наименее рискованный.

Стратегия интегрированного роста = Внешний рост.

www.sterlyadev.com

- Значительное ежегодное повышение темпов увеличения продаж по сравнению с предыдущим периодом.
- Например, стратегия обратной вертикальной интеграции (рост предприятия за счет приобретения или установления контроля над поставщиками).
- Стратегия предшествующей вертикальной интеграции (рост предприятия за счет приобретения, создания или установления контроля над хозяйствующими субъектами, находящимися между предприятием и конечными потребителями продукции). Например, слияние корпораций.
- Применяется в динамично развивающихся областях промышленности с быстро изменяющимися технологиями.



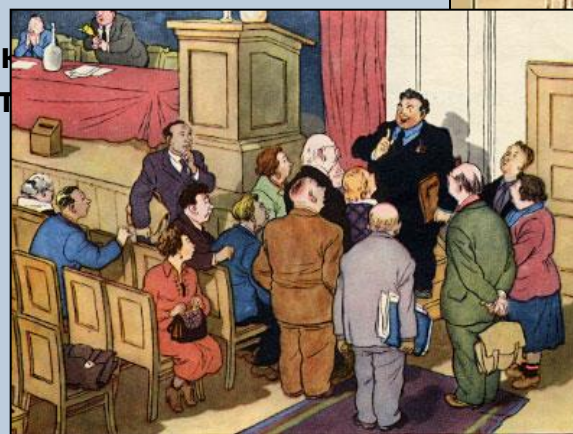
Стратегия диверсифицированного роста = Внутренний рост.



- Предприятие не может расти на рынке с выпускаемым продуктом в данной отрасли.
- Например, стратегия концентрической диверсификации (производство новых продуктов на существующей базе).
- Стратегия горизонтальной диверсификации (рост на рынке за счет нового продукта и новой технологии).
- Стратегия конгломератной диверсификации (рост за счет нового продукта, новой технологии и нового рынка).
- Этой стратегии будут придерживаться фирмы, активно действующие в нескольких отраслях.
- Внутренний рост может происходить за счет расширения ассортимента товаров и услуг.

Стратегия сокращения.

- Стратегия оправдана, когда необходима реструктуризация после длительного периода роста или в связи с повышением эффективности в периоды спада. Примеры стратегии сокращения: ликвидация, отсечение лишнего, сокращение или переориентация.
- Стратегия, реже всего избираемая руководителями, называемая также стратегией последнего средства. Уровень преследуемых целей снижается ниже уровня достигнутого в прошлом. В рамках стратегии сокращения возможны несколько вариантов :
 1. Ликвидация (полная распродажа материальных запасов и активов).
 2. Отсечение лишнего (отделение некоторых подразделений и видов деятельности).
 3. Сокращение и переориентация (сокращение части деятельности).



- После того, как руководство рассмотрит имеющиеся стратегические альтернативы, оно затем обращается к конкретной стратегии.
- Целью является выбор пути, который максимально повысит долгосрочную эффективность организации.
- Стратегический выбор должен быть определенным и однозначным, а решение должно подвергнуться тщательному исследованию и оценке. Чтобы сделать эффективный выбор руководители должны иметь четкую концепцию фирмы и ее будущего.
- На выбор руководства оказывают влияние разнообразные факторы, в том числе:
 - Риск. Риск является фактом жизни компании, но высокая степень риска может разрушить компанию.
 - Знание прошлых стратегий. Часто сознательно или бессознательно руководство находится под воздействием прошлых стратегических альтернатив.
 - Фактор времени. Фактор времени при принятии решения может способствовать успеху или неудаче организации. Реализация даже хорошей идеи в неудачный⁷ момент может привести к развалу организации.