

Стратегические баньеры



Презентацию подготовила
студентка 2 курса ИУЭиФ
Лантаева Алина

Введение:

- 3 слайд – барьеры входа на рынок
- 4 слайд – стратегические барьеры
- 5 слайд – перечень стратегических барьеров
- 6 слайд - виды стратегических барьеров
- 7 слайд – ценовая стратегия
- 8 слайд – факторы неценовой стратегии
- 9 слайд – реализация стратегических барьеров



Барьеры входа на рынок

- представляют собой преграду, которое предприятие обязано преодолеть, чтобы войти в определенную сферу



Стратегические барьеры

- создаются самими компаниями по отношению к конкурентам или потенциальным соперникам




Перечень стратегических барьеров



- сберегающие инновации;



- договоренности с поставщиками на долгосрочной основе;



- лицензии на определенный вид деятельности и другие ограничения;



- увеличение затрат на маркетинг и НИОКР

Виды стратегических барьеров

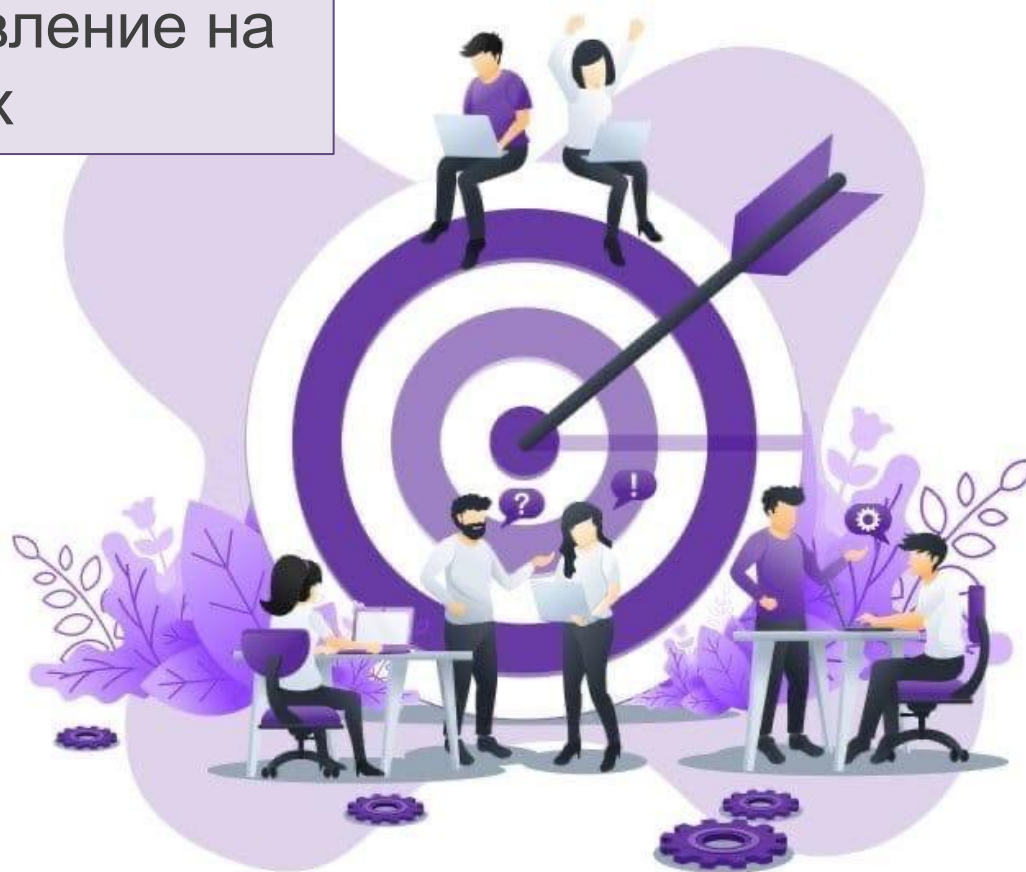
Ценовые стратегии

Неценовые стратегии

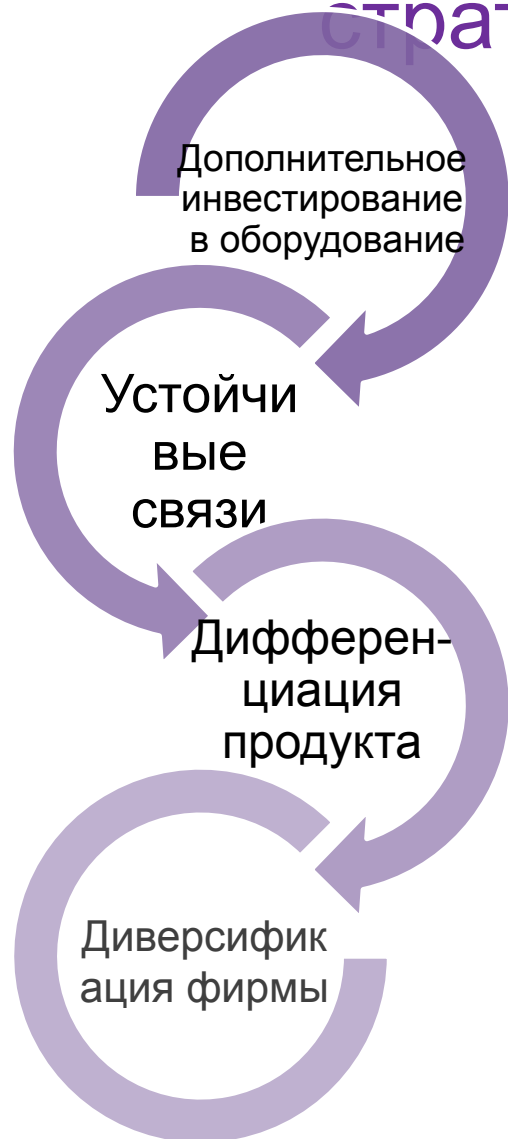


Ценовая стратегия

Устанавливает уровень цен так, что заранее предотвращает появление на данном рынке новых конкурентов



Факторы неценовой стратегии



Реализация стратегических барьеров

Внешний контекст (З)

Неопределенность окружающей среды и изменения в дальней и ближней средах

Внутренний контекст (Г)

Организационная структура (Д) – распределение полномочий, координация и практика принятия решений

Организационная культура (Е) – традиции, ценности и стандарты

Лидерство (Ж) – поддержка и вовлечение руководителей высшего звена в процесс

Операционный процесс (Б)

Оперативное планирование (подготовка и планирование)

Ресурсы (распределение и ограничение по времени)

Коммуникация (пропаганда стратегии в различных формах)

Люди (набор, обучение, стимулирование и развитие компетенций)

Контроль (мониторинг и обратная связь)

Стратегия (А)

Необходимость новых инициатив

Результат (В)

Ожидаемые и непредвиденные результаты