

# 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



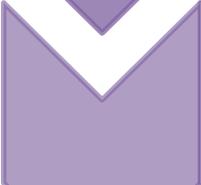
# Перечень стратегических барьеров



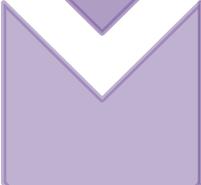
- сберегающие инновации;



- договоренности с поставщиками на долгосрочной основе;



- лицензии на определенный вид деятельности и другие ограничения;



- увеличение затрат на маркетинг и НИОКР

# Виды стратегических барьеров

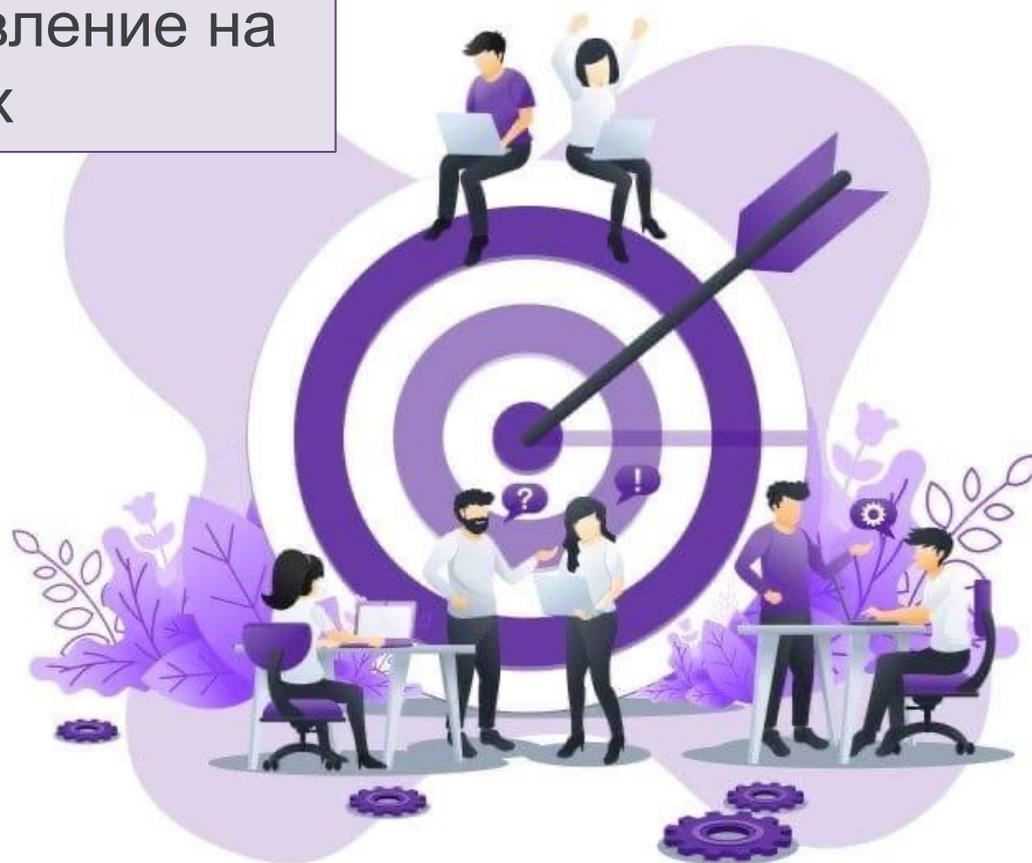
Ценовые стратегии

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