Лекция 5. Правила и процедуры разработки стратегий

Характеристика стратегий. Характеристики стратегий

В финансовом менеджменте широко используются различные виды моделей. В широком смысле модель представляет собой любой образ, мысленный или условный аналог какого-либо объекта, процесса или явления, используемый в качестве его заместителя или представителя . Известны различные классификации моделей в экономике в частности, весьма распространены дескриптивные, нормативные и предикативные модели, жестко детерминированные и стохастические модели, балансовые модели и др. Модели применяются для описания имущественного и финансового положения предприятия, характеристики стратегии финансирования деятельности предприятия в целом или отдельных ее видов, управления конкретными видами активов и обязательств, прогнозирования основных финансовых показателей, факторного анализа и др. Достаточно подробную характеристику аналитических методов и моделей можно найти в специальной литературе (см., например, [Ковалев, 2001]).  [c.322]

Опишите основные характеристики стратегии конкуренции.  [c.74]

Рассмотрим более подробно характеристики стратегий внутреннего роста, представленных в табл. 8. Здесь мы разовьем более глубокое понимание преимуществ, недостатков и характерных черт этих стратегий.  [c.140]

Характеристики стратегии обеспечения финансирования бизнес-проекта предприятия и возможные значения оценок ее качества  [c.94]

Наименование групп Возможные значения оценки качества группы характеристик стратегии обеспечения финансирования  [c.94]

Как и стратегия лидерства в издержках, удачная дифференциация позволяет создать оборону от основных сил конкуренции в отрасли. Основные характеристики стратегии дифференциации приведены в табл. 6.2.  [c.107]

Причиной выбора такой стратегии часто является отсутствие или недостаток ресурсов, однако более важная причина — усиление барьеров входа в отрасль или на рынок. Именно поэтому стратегия фокусирования, или узкой специализации, присуща, как правило, небольшим предприятиям, хотя ею могут воспользоваться и крупные предприятия. При применении такой стратегии необходимо помнить, что потенциал бизнеса ограничивается, прибыль может быть упущена. Кроме того, возможна конкуренция с крупными фирмами, использующими эффект масштаба производства. Выделяют два направления фокусирования в пределах выбранного сегмента рынка фирма старается достичь преимущества в издержках, либо усиливает дифференциацию продукции, либо осуществляет то и другое. Основные характеристики стратегии фокусирования приведены в табл. 6.3.  [c.108]

Основные характеристики стратегии первопроходца приведены в табл. 6.4-  [c.111]

Сравнительная характеристика стратегий  [c.63]

Характеристики стратегий Тип стратегий  [c.63]

Характеристики стратегий Вид базовой стратегии Условия формирования  [c.163]

Общая характеристика стратегий диверсификации приведена в табл. 20.4.  [c.577]

Общая характеристика стратегий диверсификации  [c.577]

Стратегии диверсификации Общая характеристика стратегии  [c.577]

Назовите корпоративные стратегии диверсификации. Дайте общую характеристику стратегий диверсификации и их разновидностей.  [c.611]

Для анализа разрыва полезно разработать профиль стратегии предприятия (табл.38). Для составления такого профиля все наиболее важные характеристики стратегии предприятия в настоящее время оценивают в баллах, все оценки заносят в табл. 38. Затем аналогичным образом оценивают оптимальную стратегию предприятия, и оценки заносят в ту же таблицу. Соединяя отрезками помеченные клетки таблицы, получают два профиля фактической и оптимальной стратегии предприятия. Чем ближе фактический профиль к оптимальному, тем ближе стратегия предприятия к оптимальной. Если по отдельным характеристикам стратегия предприятия далеко отстоит от оптимальной, следовательно, именно здесь и находятся "узкие места" в стратегии и именно сюда нужно направить основные усилия для ликвидации стратегического разрыва.