

11

ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ & ΤΙΜΟΛΟΓΙΑΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ

1. Επιχειρηματική στρατηγική

Τι είναι στρατηγική;

- Στρατηγική - πού θέλει η επιχείρηση να βρίσκεται σε Χ χρόνια
- Αποκτώντας ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και αξιοποιώντας βασικές ικανότητες
- **Στρατηγική πρόθεση** – ένα όραμα που θα βοηθήσει να κατευθύνει όλους τους οργανισμούς προς μια συγκεκριμένη κατεύθυνση

Στρατηγικός σχεδιασμός

- **Στρατηγικός Σχεδιασμός** – αναπτύχθηκε για να βοηθήσει την επιχείρηση να πετύχει τους στόχους της
- **Ανάλυση SWOT :**

S trengths	(= δυνατά σημεία)
W eaknesses	(= αδύνατα σημεία)
O pportunities	(= ευκαιρίες)
T hreats	(= απειλές)
- Μήτρα του Boston Consulting Group
- Ανάλυση προϊόντων χρησιμοποιώντας ως άξονες το μερίδιο στην αγορά και την ανάπτυξη της αγοράς

Μήτρα του Boston Consulting Group

Market growth %

High

Stars



Problem Children



Cash Cows



Dogs



Low

High

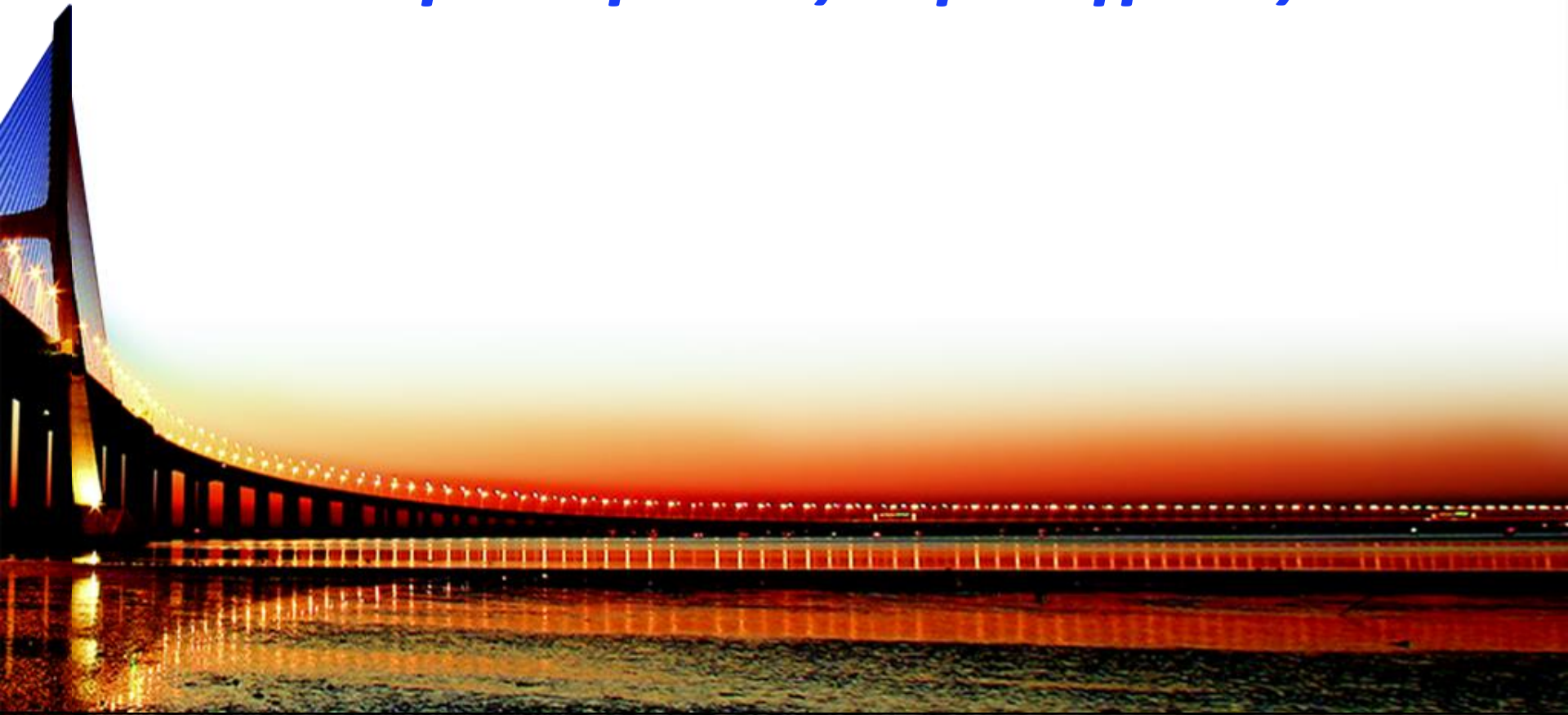
Market share %

Low

Στρατηγικά μοντέλα

- **Μοντέλο πόρων – ικανοτήτων** – οι πόροι της επιχείρησης χρησιμοποιούνται για να
 - άπομονωθούν οι **βασικές ικανότητές** της
 - αναπτύξουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα (διακριτό και υπερασπίσιμο)
- **Αναδυόμενη στρατηγική** – ένα πρότυπο λήψης αποφάσεων με την πάροδο του χρόνου
- **Λογικός αυξητισμός** – λήψη αποφάσεων που ανταποκρίνονται στα γεγονότα και οι οποίες σταδιακά και αυξητικά ορίζουν τη στρατηγική
- **Αγορακεντρική στρατηγική** – η στρατηγική επιλέγεται με βάση το επιχειρηματικό περιβάλλον που λειτουργεί η επιχείρηση
 - **Ανάλυση της αλυσίδας αξίας**
 - **Διαφοροποίηση**
 - **Στρατηγικές εξειδικευμένων αγορών**

1. Τιμολογιακές στρατηγικές



Τιμολογιακές στρατηγικές

- **Περιθώριο κέρδους** - διαφορά μεταξύ του κόστους παραγωγής και της τιμής
- **Τιμολόγηση προσαύξησης κόστους**—υπολογισμός του κόστους παραγωγής ανά μονάδα και μετά ορίζουμε μια τιμή μεγαλύτερη από αυτό
- **Συνεισφορά ή απορρόφηση τιμολόγησης κόστους** – τιμή μεγαλύτερη από το μεταβλητό κόστος— η διαφορά τους είναι η συνεισφορά
- **Ψυχολογική τιμολόγηση** – βασίζεται στην υπόθεση ότι οι καταναλωτές δε συμπεριφέρονται ορθολογικά
- **Τιμολογιακή διείσδυση** – τιμολόγηση έτσι ώστε να διεισδύσει στην αγορά – να αυξήσει το μερίδιό της
- **Τιμολόγηση «ξαφρίσματος» της αγοράς** – μια επιχείρηση που έχει κάποια μονοπωλιακή δύναμη μπορεί να ορίσει υψηλότερη τιμή για «ξάφρισμα» κέρδους

Τιμολογιακές στρατηγικές (συνέχεια)

- **Καταστροφική ή αρπακτική τιμολόγηση** – η τιμή καθορίζεται έτσι ώστε να εκδιωχτούν από την αγορά οι ανταγωνιστές
- **Τιμολόγηση «κράχτης»** – τιμή μικρότερη του κόστους για την ενθάρρυνση των πωλήσεων άλλων προϊόντων
- **Τιμολόγηση με βάση την προσφερόμενη αξία του προϊόντος** – τιμή που υποδηλώνει την αποκλειστικότητα σε προϊόντα χαμηλού όγκου πωλήσεων και υψηλού περιθώριου κέρδους
- **Ανταγωνιστική τιμολόγηση** – τιμολόγηση βάσει τις τιμές που επιβάλλουν οι ανταγωνιστές της
- **Ηγεσία τιμής** – όπου μια επιχείρηση είναι κυρίαρχη στην αγορά
- **Τιμολόγηση οριακού κόστους** – τιμολόγηση βάσει του οριακού κόστους

Τέλος 11^{ου} κεφαλαίου

