

Институт экономики, управления и права г.Казань
Нижнекамский филиал
Экономический факультет

Эталонные стратегии Стратегии интегрированного роста

СТРАТЕГИИ ИНТЕГРИРОВАННОГО РОСТА

- *Стратегии интегрированного роста относятся ко второй группе эталонных стратегий бизнеса, которые связаны с расширением фирмы путем добавления новых структур.*

СТРАТЕГИИ ИНТЕГРИРОВАННОГО РОСТА

- Обычно фирма может прибегать к осуществлению таких стратегий, если она находится в сильном бизнесе, не может осуществлять стратегии концентрированного роста и в то же время интегрированный рост не противоречит ее долгосрочным целям.
- Фирма может осуществлять интегрированный рост как путем приобретения собственности, так и путем расширения изнутри. При этом в обоих случаях происходит изменение положения фирмы внутри отрасли.

СТРАТЕГИИ ИНТЕГРИРОВАННОГО РОСТА

Существует два основных типа стратегий интегрированного роста:

- *Стратегия обратной вертикальной интеграции*
- *Стратегия вперед идущей вертикальной интеграции*

СТРАТЕГИИ ИНТЕГРИРОВАННОГО РОСТА

Стратегия обратной вертикальной интеграции:

направлена на рост фирмы за счет приобретения либо же усиления контроля над поставщиками.

СТРАТЕГИИ ИНТЕГРИРОВАННОГО РОСТА

Стратегия обратной вертикальной интеграции

Фирма может либо создавать дочерние структуры, осуществляющие снабжение, либо же приобретать компании, уже осуществляющие снабжение.

СТРАТЕГИИ ИНТЕГРИРОВАННОГО РОСТА

Стратегия обратной вертикальной интеграции работает на увеличение доли на рынке за счет получения контроля над поставщиками, а также с помощью создания дочерних организаций, которые осуществляют поставки сырья.

Данная стратегия позволяет получить положительные результаты за счет уменьшения зависимости от цен на сырье. Кроме того, поставки для фирмы, как статья расходов, превращается в статью доходов

СТРАТЕГИИ ИНТЕГРИРОВАННОГО РОСТА

Альтернативные варианты такой стратегии предполагают приобретение компаний, осуществляющих снабжение или предшествующие стадии строительного производства, создание собственной дочерней структуры по снабжению или выполнению предшествующих технологических стадий производства либо усиление контроля над поставщиками или другими субподрядчиками.

СТРАТЕГИИ ИНТЕГРИРОВАННОГО РОСТА

Ярким примером применения такой стратегии в сфере гостеприимства являются санаторные комплексы, санатории, туристические фирмы, ресторанные комплексы и фирмы, имеющие или приобретающие специализированные подразделения, расширяющие производство вводом новых производственных мощностей на основе автоматизации производством.

СТРАТЕГИИ ИНТЕГРИРОВАННОГО РОСТА

Такие стратегии, если они связаны с появлением новых областей бизнеса, иногда называют стратегиями диверсификации в процессе интеграции (обратной и прямой или вперед идущей). Здесь возможная диверсификация также является следствием, а не целевой установкой развития организации разделения, обеспечивающие большую технологическую замкнутость процесса производства или услуг.

СТРАТЕГИИ ИНТЕГРИРОВАННОГО РОСТА

Так, некоторые организации приобрели мини-заводы (хлебозаводы, кондитерские цеха, заводики по производству пива, кафетерии, кафе и т.д.); есть примеры кооперирования организаций гостеприимства, особенно в зоне распространенного морского отдыха с перерабатывающими комбинатами.

СТРАТЕГИИ ИНТЕГРИРОВАННОГО РОСТА

Стратегия вперед идущей вертикальной интеграции:

выражается в росте фирмы за счет приобретения либо же усиления контроля над структурами, находящимися между фирмой и конечным потребителем, а именно системами распределения и продажи.

Данный тип интеграции очень выгоден, когда посреднические услуги очень расширяются или же когда фирма не может найти посредников с качественным уровнем работы

СТРАТЕГИИ ИНТЕГРИРОВАННОГО РОСТА

Стратегия интегрированного роста
выражается в стремлении получить контроль
над организациями, которые в соответствии
с видом деятельности работают с конечной
точкой реализации

СТРАТЕГИИ ИНТЕГРИРОВАННОГО РОСТА

Этот тип стратегии широко используется на предприятиях, производящих материалы, услуги, продукцию, а также финансово-инвестиционными компаниями, самостоятельно реализующими построенное гостиничное или ресторанное производство конечным потребителям.