

Чжоу Ицзы
магистрант

Московский педагогический государственный университет

СТРАТЕГИЯ ИНТЕГРАЦИОННОГО РОСТА КОМПАНИИ

Аннотация: В статье рассматривается сущность, преимущества и недостатки стратегии интеграционного роста организации.

Ключевые слова: стратегия, организация, интегрированный рост, стратегии интеграционного роста.

Zhuo Yizi
undergraduate student

Moscow Pedagogical State University

THE ESSENCE, ADVANTAGES AND DISADVANTAGES OF THE ORGANIZATION'S INTEGRATION GROWTH STRATEGY

Abstract: The article examines the essence, advantages and disadvantages of an organization's integration growth strategy.

Keywords: strategy, organization, integrated growth, integration growth strategies.

Стратегия интеграционного роста относится к продуманному подходу, принятому организациями, направленному, прежде всего, на расширение их операций и присутствия на рынке посредством слияний, поглощений, альянсов или партнерских отношений [1]. Эта стратегия влечет за собой интеграцию различных аспектов деловой активности, таких как ресурсы, технологии, рынки и возможности, с целью достижения синергии, экономии за счет масштаба и повышения конкурентоспособности. Интегративный рост включает в себя стратегические действия, которые способствуют консолидации дополнительных активов, опыта и рыночных позиций для создания

ценности и поддержания долгосрочных траекторий роста. Эту стратегию часто проводят организации, стремящиеся извлечь выгоду из возможностей расширения, диверсификации или проникновения на рынок, одновременно снижая риски, связанные с органическим ростом или конкурентным давлением.

Стратегия интегрированного роста становится рациональным выбором для фирмы, когда существуют значительные возможности для повышения прибыльности и отдачи от инвестиций посредством контроля над различными стратегически важными звеньями в цепи поставок, такими как производство, распределение и предложение [2]. Более того, компании принимают эту стратегию, когда они оказываются в достаточно надежной бизнес-структуре, но не имеют ресурсов или возможностей для реализации стратегии концентрированного роста. В таких случаях интеграция дополняет основные цели фирмы, не препятствуя им. Примечательно, что стратегия влечет за собой не только структурные слияния или поглощения, но и внутренние преобразования внутри компании. По сути, интеграционный рост служит стратегическим путем для компаний, чтобы укрепить свои позиции на рынке, извлечь выгоду из синергии и укрепить свое конкурентное преимущество. Консолидируя контроль над критическими аспектами цепочки создания стоимости, компании могут оптимизировать операционную эффективность, использовать эффект масштаба и повысить общую производительность.

Различают два вида вертикальной интеграции и горизонтальной. Вертикальную интеграцию можно разделить на два типа в зависимости от ее направления: вертикальная регрессивная интеграция и вертикальная прогрессивная интеграция. Вертикальная регрессивная интеграция предполагает получение контроля над поставщиками. Эта стратегия используется для защиты важнейших источников поставок или для доступа к новым технологиям, имеющим решающее значение для

основных операций [3]. Предприятия, реализующие регрессивную интеграцию, ассимилируют функции, ранее выполнявшиеся поставщиками, получая таким образом контроль над источниками сырья и производством комплектующих. С другой стороны, вертикальная прогрессивная интеграция фокусируется на управлении системами распределения. Эта стратегия предполагает приобретение или усиление контроля над структурами, расположенными между предприятием и конечным потребителем, в частности каналами сбыта и сбыта. Компании прибегают к постепенной интеграции, когда им трудно найти посредников, предлагающих удовлетворительное обслуживание клиентов, или когда они стремятся лучше понять поведение потребителей [4].

Использованные источники:

1. Бригхем Ю., Гапенски Л. Финансовый менеджмент: полный курс: в 2-х т. пер. с англ. - СПб., Экономическая школа, 2005. Т. 2. 668 с.
2. Томпсон А.А., Стрикленд А.ДЖ.111. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа: пер. с англ. - М., Вильямс, 2008. 928 С.
3. Арутюнова Д.В. Стратегический менеджмент: учебное пособие. – Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2014. – 122 с.
4. Аакер, Дэвид. Стратегическое рыночное управление / Дэвид Аакер. – 7-е изд. – Санкт-Петербург: Питер, 2011. – 495 с