**Практическое занятие 9**

**Тема «Основные стратегии интегрирования и их виды, формы и примеры»**

1. [Понятие стратегии интегрирования в маркетинге](https://zaochnik-com.com/spravochnik/marketing/marketingpvaja-strategija/strategii-integrirovannogo-rosta/#1)

2. [Виды](https://zaochnik-com.com/spravochnik/marketing/marketingpvaja-strategija/strategii-integrirovannogo-rosta/#2) стратегий интегрирования

**1. Понятие стратегии интегрирования в маркетинге**

**Стратегия** – это план, который включает в себя мероприятия для роста и развития бизнеса. Стратегии бывают разные. Одна из таких – стратегия интегрированного роста. Важным элементом выступает интеграция.

***Определение 1***

Интеграция – слияние, объединение разных частей в одну. С точки зрения маркетинга и бизнеса – это объединение бизнес-единиц в одну для достижения эффекта синергии.

***Определение 2***

Стратегия интегрированного роста – это стратегия, базирующаяся на расширении бизнеса путем присоединения новых структур через их приобретения или модернизацию и укрупнение собственного бизнеса. В таком случае бизнес развивается по индустриальной цепочке.

Стратегия интеграционного роста разумна, когда у фирмы есть все шансы повысить прибыль и окупаемость через контролирование разных стратегически важных звеньев цепи типа сбыта и производства, поставок.

Также компании работают по данной стратегии в случае нахождения в составе достаточно сильного бизнеса, но нет сил для стратегии концентрированного роста. Интеграция при этом не мешает основным целям фирмы. Поскольку стратегия, помимо структурных присоединений, подразумевает перемены внутри самой компании.

**2. Виды** **стратегий интегрирования**

Стратегия интеграционного роста фирмы состоит из двух подвидов стратегий:

* вертикальная (В);
* горизонтальная (Г).

**Существует три варианта интеграции:**

* с поставщиками(В);
* с потребителями(В);
* отраслевая(Г).

Вертикальная интеграция ставит совей целью достижение высокой конкурентоспособности через контроль за важными стратегическими звеньями в цепи сбыта и производства.

Конец формы

Расширение происходит путем приращения фирм-поставщиков или сбытовых компаний. **Отсюда два подвида стратегии:**

1. Обратной вертикальной, назад идущей, или регрессивной интеграции.
2. Вперед идущей вперед вертикальной интеграции.

**В первом варианте** фирма повышает контроль за поставщиками, таким образом стабилизируя или защищая наиболее приоритетные и выгодные источники.

Иногда стратегию применяют, когда поставщики не имеют какой-либо инновации для создания материалов, нужных компании. Тогда такая стратегия помогает нарастить технологическую и материальные базы, чтобы быстрее осуществить модернизацию.

Как пример, это интеграция компаний, выпускающих компьютеры с производителями полупроводников.

**Цель такой интеграции** – ***завладение основными технологиями.***

***Стратегия идущей вперед вертикальной интеграции*** – это интеграция с потребителем. Она самая прогрессивная из всех. Компания в этом случае либо приобретает, либо повышает контроль над связывающими с потребителем структурами. Тогда повышается и контроль за сбытом и его каналами.

**Стратегия интегрированного роста** на примере предприятия «Лукойл» и «Газпром». Они не только добывают и перерабатывают нефть и газ, но и выпускают вторичные продукты из своего сырья. Затем сбывают их на АЗС.

***Стратегии горизонтальной интеграции*** – это интеграции отраслевые. Они подразумевают повышение контроля над однопрофильными фирмами-конкурентами. Цель таких стратегий – повысить преимущества фирмы.

*Главные формы сотрудничества* – поглощения, слияния, сговоры.

**Мотивы применения такой стратегии:**

* устранение конкурентов;
* получение эффекта масштаба для беспрепятственного внедрения на рынок;
* овладение доступом к сети сбыта и потребительским сегментам.

***Примечание 1***

Завоевавший доверие клиентов товарный знак при работе в рамках стратегии интеграции сохраняется. Снижается уровень конкуренции, становится доступной возможность эффекта синергии.

*ССЫЛКА:* [*https://zaochnik-com.com/spravochnik/marketing/marketingpvaja-strategija/strategii-integrirovannogo-rosta/?ysclid=m8wzm2mcd1487527369*](https://zaochnik-com.com/spravochnik/marketing/marketingpvaja-strategija/strategii-integrirovannogo-rosta/?ysclid=m8wzm2mcd1487527369)