

Ы.Н. Языев

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель А.И. Ерчак

(канд. экон. наук, доцент)

СТРАТЕГИИ ИНТЕГРАЦИИ И ОСОБЕННОСТИ ИХ РЕАЛИЗАЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Одним из направлений стабильного развития организации является выбор стратегии. Альтернативной стратегией роста является интеграция, которую еще называют стратегией интегрированного роста.

Интеграция предполагает расширение фирмы на три составляющие: продукт, рынок, положение фирмы в отрасли. Основной целью данного направления развития фирмы является рост в пределах индустриальной технологической цепочки.

Интеграция может быть горизонтальной или вертикальной. Вертикальная интеграция может осуществляться в прямом и обратном направлениях.

Существует ряд характерных причин, которые способствуют выбору стратегии горизонтальной интеграции: горизонтальная интеграция связана с ростом в отрасли, эффект масштаба после объединения усиливает преимущества, организация может иметь избыток финансовых и трудовых ресурсов, что позволит ей управлять расширившейся компанией, нейтрализация конкурента, доступ к сбытовой сети или сегментам покупателей.

В Республике Беларусь в торговой отрасли горизонтальная интеграция является распространенным явлением. Так, в последние годы на рынке розничной торговли произошло множество слияний и поглощений.

В качестве примеров использования стратегии прямой интеграции можно привести следующие организации: ОАО «Марко», которое активно развивает сеть фирменной торговли; СП ЗАО «Милавица», имеющее широкую сеть фирменных магазинов; РУПТП «Оршанский льнокомбинат», который значительную часть собственной продукции на отечественном рынке реализует через магазины фирменной торговли «Белорусский лен».

По степени участия фирмы в отраслевом производственном цикле различают полную и узкую интеграцию. *Полная интеграция* происходит, когда фирма действует на всех стадиях отраслевой цепочки ценностей, т.е. участвует во всех этапах процесса преобразования. *Узкая интеграция* позволяет снизить затраты на управление по сравнению с широкой, но не может их полностью устранить. Преимуществами вертикальной интеграции являются: экономия в издержках, связанная с лучшей координацией; гарантия поставок или продаж в периоды низкого спроса; улучшение контроля качества; повышение общей прибыли; технологические преимущества и защита технологии.

Учитывая важность развития в рамках общенационального брендинга, необходимо использовать конкурентные преимущества товаров (услуг), выпускаемой белорусскими субъектами хозяйствования. Решение данной задачи в первую очередь актуально для повышения конкурентоспособности отраслей и других секторов экономики, в рамках которых развиваются национальные бренды, формирующие имидж Республики Беларусь.

Ожидаемым результатом от реализации стратегии станет повышение конкурентоспособности белорусских товаропроизводителей и экономики в целом, базирующиеся на эффективном управлении.

Список использованных источников

1. *Арутюнова, Д.В.* Стратегический менеджмент : учеб. пособие / Д.В. Арутюнова. — Таганрог : Изд-во ТТИ ЮФУ, 2010. — 122 с.
2. *Велесько, Е.И.* Стратегический менеджмент : учеб. пособие / Е.И. Велесько, А.А. Неправский. — Минск : Мисанта, 2015. — 347 с.
3. *Малюк, В.И.* Стратегический менеджмент. Организация стратегического развития : учебник и практикум / В.И. Малюк. — М. : Юрайт, 2016. — 359 с.
4. *Тебекин, А.В.* Стратегический менеджмент : учебник / А.В. Тебекин. — М. : Юрайт, 2015. — 319 с.