Verskillende Soorte Besigheid-strategieë

HOOFONDERWERP 1

Onderwerp: Makro Omgewing strategieë

Wat is ‘n strategie?

- ‘n Strategie is ‘n plan van aksie om op ’n besigheidsuitdaging te reageer.

- Besighede ondervind verskillende uitdagings in die DRIE Besigheidsomgewings nl die Mikro,- Mark- en Makro Omgewing
- Besighede kan dus verskillende strategieë ontwikkel om op hierdie uitdagings te reageer

Soorte Besigheidstrategieë

- *** Integrasie STrategieë**
- *** Intensiewe Strategië**
- *** Diversifikasie Strategieë**
- ***Defensiewe strategieë**

INTEGRASIE/INTEGRATION (STRATEGIEë)
Di kombinering van twee of meer skakels in die distibusie kanaal
-Geleentheid om 'n uitdaging aan te spreek

- 1.HORISONTALE INTEGRASIE
- -Wanneer twee dieselfde besighede saamsmelt om een groot onderneming te vorm.
- Bv. Charlie Pizza Den koop vir Italian Job Pizzeria

. VERTIKALE INTEGRASIE

-Beigheid neem beheer oor sy verskaffers of sy verspreiders

2.1 Terugwaartse Integrasie

- Wanneer ‘n onderneming beheer verkry oor sy verskaffer (bv van grondstowwe)

*Moontlike rede

`

2.2 Voorwaartse integrasie

Wanneer ‘n onderneming beheer verkry oor die verkoper/verspreider van sy produkte.

BV Pizza Hut verkry beheer oor Speedy Bike Deliveries om pizzas van Pizza Hut af te lewer

KOM ONS TOETS JOU KENNIS

- Jan se Aartappelplaas verskaf aartappels aan plaaslike groentewinkels sowel as aan Messaris Chips Zimba Bpk. wat beide aartappelskyfies vervaardig en landwyd verskaf.

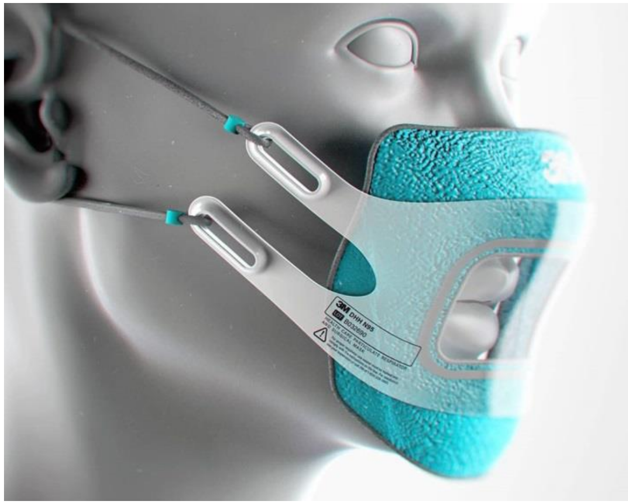
- <u>Vraag1</u>
- Beskryf hoe Zimba Bpk. vertikale integrasie kan toepas. Met verwysing na die scenario hierbo, watter soort vertikale integrasie kon hulle toegepas het?
- Watter TWEE ondernemings kan horisonale integrasie toepas.Verskaf 'n rede vir jou antwoord

INTENSIEWE BESIGHEIDS STRATEGIEë
-Om verkope te verhoog

- **1.Markontwikkeling** Wanneer bestaande produkte aan nuwe markte verkoop word.
- Brei mark uit na ander dorpe,stede, provinsies

Produkontwikkeling

- -Om nuwe produkte te ontwikkel en aan bestaande markte bekend te stel
- -Dit beteken dat besigheid geld moet spandeer aan navorsing en ontwikkeling



3. MARKDEURDRINGING

- Onderneming wil meer van sy bestaande produkte aan sy bestaande markte verkoop deur pryse te verlaag. Prys sal weer later verhoog word
- Of meer aggressief te adverteer

Kom ons toets jou kennis

-Identifiseer dievolgende Intensiewe besigheidstrategieë

- A. Katy Perry se Mad Love parfuum word ook nou in Italie, Frankryk en ander Europese lande bemark.
- B. Toyota spandeer miljoene rande aan navorsing om sy nuutste model te vervaardig
- C. Rocky Computers verlaag die prys van hul skootrekenaars vir bestaande kliënte. Die Prys salweer later verhoog word.

Defensiewe strategieë
-Wanneer Besigheid onder druk is

- 1.Aflegging

(personeelvermindering)

- Besigheid verminder aantal

  nie-winsgewende

  werkers

- koste te sny
- Werkers raak oortollig

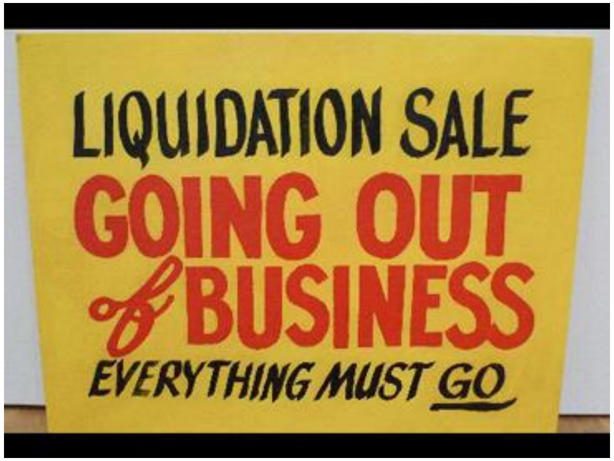
2. Vervreemding/Ontbondeling

- Die verkoop van een of meer takke van die besigheid of 'n bate van die besigheid.

- - Die besigheid vind hieruit baat deur kapitaal elders beter te gebruik

Likwidasie

- -Om die onderneming te sluit omdat dit nie meer winsgewend is nie.
- Al die bates word verkoop en geld word gebruik
- om krediteure te betaal
- Aandeelhouers word betaal
- Krediteure besluit op Gedwonge likwidasie



Vraag

- Verduidelik die DRIE tipes Defensiewe Stratgieë.

Diversifikasie strategieë

* Behels die ontwikkeling en verkoop van nuwe produkte in nuwe markte

1.Konsentriese deversifikasie

- Die Besigheid voeg ‘n nuwe produk tot hul bestaande produkte wat verwant is aan produkte

- Dit sal aanloklik wees vir nuwe kliënte.

- *CHARLIES PIZZA*

- 2 Horisontale Diversifikasie
- -Die besigheid voeg nuwe produkte by hul bestaande produkte, wat NIE VERWANT is aan bestaande produkte nie
- Dit mag aanloklik wees vir bestaande kliënte

CHARLIES PIZZA

- 3.Konglomeraat diversifikasie
- Die besigheid voeg nuwe produkte by hul bestaande produkte wat GLAD NIE VERWANT IS, maar wat aanloklik sal wees vir NUWE GROEPE VERBRUIKERS.
- Bv Charlies Pizza voeg Sushi by hul produkreeks

CHARLIES PIZZA

Vraag :
Onderskei tussen Horisontale integrasie en Konglomeraat Diversifikasie