

UDC: 33

Realization of development methodics of comprehensive business-strategy of the company-manufacturer

N. Dimitriadi, J. Lampogo, T. Khodareva

The application of proposed by J. Lampogo methodology for developing a business strategy of a manufacturing company is described, which is based on a differentiated approach to the formation of its components focused on various submarkets. Application of the methodology allows to form an integrated business strategy, which includes the most potentially strategically important functional strategies; in the process of developing an integrated business strategy, the matrix of the choice of components of this strategy proposed by the author and a number of indicators are implied.

Keywords: *company-manufacturer, soft drinks, submarkets, key success factors, integrated business strategy*

References

1. Барсуков А.П. Управление цепочкой создания ценности: использование концепции ключевых факторов успеха // Экономика и предпринимательство. 2017. № 8-4(85-4).
2. Будник М.Н., Двалишвили Л.В. Управление поведением потребителей предприятий розничной торговли // БІЗНЕСІНФОРМ. 2014. № 3.
3. Грант Р. Современный стратегический анализ. 5-е изд. / Пер. с англ. Под ред. В.Н. Фунтова. СПб.: Питер, 2008.
4. Димитриади Н.А., Карасев Д.Н. Идентификация ключевых факторов успеха как основа разработки бизнес-стратегии // Механизмы и инструменты экономического роста региональной экономики: состояние, политика и прогноз. Материалы международной научно-практиче
5. Димитриади Н.А., Карасев Д.Н., Пушкарь О.М. Оптимизация стратегии и продвижения университета на рынке образования на основе анализа ключевых факторов успеха. Современные проблемы проектирования, применения и безопасности информационных систем // Мате
6. Змеёва К.Ю., Лытнева Н.А. Организация и управление сбытовой деятельностью предприятия // Экономическая среда. 2016. № 1(15).
7. Лампого Дж. Ключевые факторы успеха на рынке образовательных услуг. Экономические проблемы России и региона // Ученые записки. Выпуск 21. Ростов-на-Дону: Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2016.
8. Daniel D.R. Management information crisis // Harvard Business Review. 1961. No. 5. Vol. 39. (Sept-Oct).
9. Pankhani T.B., Modi V.K. Factors Influencing Target Market Criteria: A Survey Conducted in Industries at Vitthal Udyognagar in Anand District of Gujarat State, India. International Journal of Industrial Engineering & Production Research. September 201