

ОБГРУНТУВАННЯ НАПРЯМІВ ІНТЕНСИВНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Розвиток є важливою умовою ефективності життєдіяльності вітчизняних підприємств в конкурентній боротьбі на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Процес формування інтенсивного типу розвитку є досить складним і багатогранним, оскільки залежить від багатьох факторів – зовнішніх, притаманних мікро- і макросередовищу, і внутрішніх, які діють і регулюються самим підприємством.

Передумовою стратегічного розвитку підприємства в умовах ринку є збалансований розвиток і правильне використання його потенціалу. Досягнення максимального зростання потенціалу при мінімальних витратах можливе лише за умови правильного відбору управлінських рішень. Від уміння використовувати наявні можливості у вирішальному ступені залежить ефективність функціонування підприємства, темпи та якість розвитку його бізнесу.

Інтенсивний розвиток передбачає збільшення обсягів продажу, ринкової частки та прибутку підприємства шляхом інтенсифікації його існуючих ресурсів (стратегії глибокого проникнення на ринок, розвитку ринку та товару). Основними ресурсами підприємства для цього з маркетингової точки зору є: товари, що ним виготовляються; ринки, завойовані ним.

За ступенем новизни товари можуть бути «існуючими (наявними, старими) товарами» та «новими товарами». Так само і ринки можуть бути «існуючими (наявними, старими)» та «новими».

Інтенсивний розвиток підприємства передбачає досягнення

маркетингових цілей завдяки інтенсифікації наявних ресурсів і він є актуальним для фірм, які не вичерпали можливостей, пов'язаних з наявними товарами і ринками.

Дослідимо напрями інтенсивного розвитку на прикладі підприємства ТОВ «Бетон Комплекс».

Стратегія більш глибокого проникнення на ринок передбачає збільшення обсягу збуту, ринкової частки та прибутків на наявних ринках завдяки наявним товарам, що й планує досягти ТОВ «Бетон Комплекс». Для цього підприємству слід зосередитися на впровадженні низки заходів. Одним з напрямів є проведення постійних рекламних кампаній для впізнавання його торгової марки. Рекламу бетону, з/б конструкцій, плитки можна буде побачити на таких каналах, як «Інтер», «1+1», «ICTV», а також на баннерах та біг-бордах. Окрім реклами, підприємство може застосовувати і інші маркетингові ходи. Наприклад, при покупці римського каменю ТМ «Авеню» від 100 м², в подарунок надається 30 м². На плитках, що пропонуються ТОВ «Бетон Комплекс», постійно будуть з'являються нові візерунки, які покликані приваблювати вибагливих споживачів (наприклад, історичні українські візерунки).

Підприємство робить наголос на зручному пакуванні продукції. Оскільки воно нещодавно закупило нові більш міцні та надійні форми для перевезення та доставки плитки та конструкцій до замовника, то в цьому році буде їх використовувати та рекламувати (наприклад, на машинах підприємства).

Іншим напрямом може бути вдосконалення системи збуту підприємства шляхом реорганізації відділу постачання та відділу збуту, а також пошуку дистриб'юторів у інших областях України (на початку пошуку пропонується розглянути і дослідити східний регіон країни (м. Дніпропетровськ та Донецьк).

Стратегія розширення меж ринку передбачає збільшення обсягу збуту завдяки виходу на новий ринок для підприємства з наявним товаром. Щоб це здійснити, підприємство планує збільшити обсяги реалізації своєї продукції у великих містах України шляхом відкриття двох магазинів у Чернігові та

Донецьку, створення точки продажу продукції у Дарницькому районі м. Києва, а також укладання угоди на постачання бетону та з/б конструкції для будівництва ЖК «Оболонь».

Стратегію розвитку товару пропонується втілювати через початок випуску нового виду бетону, оскільки це дасть можливість розширити асортимент продукції підприємства і надасть більше переваг серед конкурентів. Впровадження тротуарної плитки з українським візерунком також буде сприяти розширенню асортименту. Підприємство планує застосовувати нові технології для випуску фігурних труб різної довжини, різного діаметру, товщини, що підвищить рівень безпеки та зручність користування. Щоб вдосконалити свою продукцію, розширити асортимент, підвищити імідж, підприємство хоче впровадити у виробництво нову лінію по виготовленню бетону крупнозернистого.

Стратегія диверсифікації застосовуються у випадках, коли підприємство відкриває для себе нові можливості в інших сферах бізнесу. В окремих випадках така стратегія може бути необхідною, коли ринок, на якому діє підприємство, скорочується, і фірма вимушена шукати для себе інші види діяльності.

ТОВ «Бетон Комплекс» може почати з організації виробництва спеціальних цементних розчинів з додаванням більш стійких компонентів. Проявом горизонтальної диверсифікації є поповнення асортименту за допомогою впровадження у виробництво пластикових вікон. Даний вид стратегії дає змогу врахувати потреби споживачів і при цьому досягти ефекту синергізму.

Впровадження послуги по наданню ремонтних робіт осель різних видів є проявом конгломератної диверсифікації. Оскільки ТОВ «Бетон Комплекс» – це досить велике підприємство, то його фінансові можливості дозволять застосовувати цю стратегію.

