

SCI-CONF.COM.UA

EUROPEAN CONGRESS OF SCIENTIFIC ACHIEVEMENTS



**PROCEEDINGS OF X INTERNATIONAL
SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE
OCTOBER 7-9, 2024**

**BARCELONA
2024**

38.	<i>Грицук О. В., Скрипник Ю. Є.</i>	196
	СПЕЦИФІКА ПСИХОЛОГІЧНОЇ ПРОФІЛАКТИКИ АГРЕСІЇ В ПОЧАТКОВИХ КЛАСАХ	
39.	<i>Коськова Н. М., Кузнєцов М. А.</i>	203
	РОЗВИТОК ЕМОЦІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ У ДІТЕЙ ТА ПІДЛІТКІВ	
40.	<i>Кузнєцов М. А., Мартинюк Л. Є.</i>	205
	СПЕЦИФІКА ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ МОТИВІВ ВЖИВАННЯ АЛКОГОЛЮ ЗІ СТАНАМИ ДЕПРЕСІЇ І ТРИВОГИ	
41.	<i>Кучерган Є. В.</i>	208
	МЕНТАЛЬНЕ ЗДОРОВ'Я, ЯК ЩАСТЯ ТА ДОБРОБУТ МОЛОДІ	
42.	<i>Осадчук С. О.</i>	215
	ГЕНДЕРНА ДИФЕРЕНЦІАЦІЯ ЛІДЕРСЬКИХ ЯКОСТЕЙ У МІЖСОБИСТІСНИХ ВЗАЄМИНАХ	
43.	<i>Токарева Н. М., Панкратьєв П. М.</i>	219
	КОРЕКЦІЙНО-РОЗВИВАЛЬНІ РЕСУРСИ УНОРМУВАННЯ ПАРАМЕТРІВ СТРЕСОСТІЙКОСТІ ФАХІВЦІВ ГАЛУЗІ ОСВІТИ	
ART		
44.	<i>Антоненко І. В.</i>	226
	ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ І ОПТИМІЗАЦІЯ ПРОЦЕСІВ ДИЗАЙН-ВІЗУАЛІЗАЦІЇ	
45.	<i>Пир А. І.</i>	232
	ВИПУСКНЕ ГАЛА-ШОУ «МАНІФЕСТ» ЯК ЗАСІБ ОЦІНЮВАННЯ ЯКОСТІ ФАХОВОЇ ПІДГОТОВКИ АРТИСТІВ ЦИРКУ	
POLITICAL SCIENCES		
46.	<i>Дзюндзюк Б. В.</i>	235
	ПЕРЕШКОДИ НА ШЛЯХУ ВИКОРИСТАННЯ ВЕЛИКИХ ДАНИХ В ПУБЛІЧНИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ	
PHILOLOGICAL SCIENCES		
47.	<i>Дунець О. Р., Вихрущ Н. Б.</i>	239
	РОЛЬ ПОРІВНЯНЬ У МОВІ АВТОРА ТА ПЕРСОНАЖІВ В ОПОВІДАННЯХ Д. К. ОУТС	
ECONOMIC SCIENCES		
48.	<i>Anisimov V. M.</i>	241
	"THE MIGRATION DONATION TRAP" AS A CHALLENGE TO ENSURE THE QUALITY OF HUMAN CAPITAL IN FRONTIER COUNTRIES OF THE GLOBAL NORTH	
49.	<i>Белова Т. Г., Перебийніс Ю. В.</i>	248
	СТРАТЕГІЧНІ АЛЬТЕРНАТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	

СТРАТЕГІЧНІ АЛЬТЕРНАТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Бєлова Тетяна Геннадіївна,

к.е.н., доцент

Перебийніс Юлія Вікторівна,

магістрант

Національний університет харчових технологій

м. Київ, Україна

Вступ. Підприємство, яке працює у ринковому середовищі, повинно мати перспективи у майбутньому для продовження діяльності та розвитку. Напрямки можливого розвитку доцільно розглядати через призму матриці І. Ансоффа, яка дає альтернативні варіанти.

Ціль роботи. Метою роботи є розгляд альтернативних варіантів розвитку підприємства, яке працює на будівельному ринку.

Матеріали та методи. У дослідженні будуть застосовані кабінетні методи дослідження. Використання аналітичних методів щодо розвитку будівельної галузі та підприємства дозволили виділити складові, які допоможуть у формування альтернатив, а застосування матричного методу буде сприяти впорядкуванню отриманої інформації.

Результати та обговорення. Матриця І. Ансоффа є інструментом, який дозволяє розглянути альтернативні шляхи розвитку підприємства за чотирма напрямками: глибше проникнення на ринок, розширення меж ринку, розвиток товару та диверсифікація.

Розглядаючи кожний напрямок, підприємство може узагальнити свої напрацювання за певний проміжок часу (як правило, рік) та розмістити їх у квадрантах матриці для наочного сприйняття. Це значно об'єднує процес формування та вибору стратегічних альтернатив. Якщо заходів, які характеризують розвиток підприємства багато, то відбираються кращі з точки зору ефективності та результативності, щоб можна було саме їх включити до перспективного плану розвитку підприємства.

Будівельна галузь має певні особливості, тому заходи також будуть мати

специфіку і характеризувати тільки розвиток будівельного підприємства.

Для будівельної компанії у квадрант матриці, який називається «Глибше проникнення на ринок» (характеризує можливості розвитку підприємства у межах існуючого ринку та стосується існуючих товарів), можна включити наступні заходи:

- Реалізація проєкту з будівництва дитячого майданчика у районі міста спільно з місцевою адміністрацією. Він має на меті створення безпечного та стимулюючого середовища для дітей, що сприятиме їхньому фізичному та соціальному розвитку. Також це підвищує впізнаваність компанії та створює позитивний імідж у місцевої громади.

- Участь у спільній акції з екологічними організаціями для очищення місцевої річки. Це допоможе зміцнити позиції на ринку за рахунок соціально-відповідальної поведінки, яка вітається у суспільстві.

- Привертання уваги нових клієнтів щодо отримання будівельних послуг: активне залучення клієнтів через інформування про будівельні послуги та спеціальні пропозиції буде сприяти розширенню клієнтської бази.

- Розміщення реклами на мостах (наприклад, реклама на мості над річкою Рось). Використання зовнішньої реклами дозволить ознайомитися із діяльністю компанії мешканців м. Біла Церква та буде сприяти залученню нових клієнтів.

- Надання знижки клієнтам, які замовляють будівельні послуги. Це стимулюючий захід, який дозволить сформувати програму лояльності. Знижка буде надаватися у розмірі 15% для постійних клієнтів. Це зроблено з метою мотивування їх замовляти більше послуг у компанії.

- Участь у виставці з виробництва залізобетонних виробів. Презентація своїх виробів на спеціалізованих виставках дозволить показати свої напрацювання та можливості для залучення нових клієнтів та підвищення впізнаваності серед професіоналів будівельної галузі.

- Спільна розробка з державними органами проєкту для отримання гранту на модернізацію інфраструктури міста. Співпраця з державними органами для

отримання фінансування на розвиток місцевої інфраструктури є важливим заходом, оскільки буде сприяти покращенню відносин з владою та забезпечить додаткові замовлення.

- Участь у тендері на будівництво нової дороги. Якщо підприємство разом з іншими учасниками зможе виграти тендер, це відкриє для нього нові можливості щодо розширення бізнесу та отримання більших прибутків.

Якщо йдеться про роботу з існуючими товарами (послугами), але на нових ринках, інформація у матриці І. Ансоффа розміщується у квадранті «Розширення меж ринку».

Такими заходами можуть бути:

- Постачання будівельних матеріалів у школи, офіси та будівлі Миронівського району для проведення ремонтних робіт. Для підприємства новим ринком є Миронівський район. Воно постачає вже відомі будівельні матеріали для освітніх та комерційних об'єктів у новому регіоні.

- Надання будівельних послуг закладам роздрібної торгівлі у Рокитнянському районі. Це також новий регіон для компанії. Вона буде обслуговувати підприємства роздрібної торгівлі Рокитнянського району, що допоможе їй розширити клієнтську базу та диференціювати джерела доходів.

- Розширення видів будівельних послуг (участь у будівництві водопостачальних систем, каналізації, газопроводів, електромереж) клієнтам Черкаської області. Крім базових послуг, компанія також займається будівництвом водопостачальних систем, каналізації, газопроводів та електромереж для клієнтів нового регіону, що також має бути для неї прибутковою справою.

- Організація проведення Днів відкритих дверей на будівельних майданчиках Васильківського району. Місцеві жителі можуть ознайомитися з процесами будівництва та поставити запитання. Це буде сприяти залученню нових замовників, підвищенню впізнаваності компанії.

- Реалізація проектів у партнерстві з місцевими організаціями у будівництві спортивних майданчиків у Богуславському районі. Впровадження

такого заходу дозволить зміцнити відносини з громадами та закріпитися на нових ринках.

Підприємство повинно активно займатися інноваційною діяльністю, розробляти нові види продукції та послуг. У матриці І. Ансоффа ця інформація наводиться у квадранті «Розроблення нового товару». Для компанії будівельного спрямування це можуть бути такі заходи:

- Випуск лінійки цегли та цементу для будівництва. Компанія має у планах створення нових товарів для існуючих клієнтів, що дозволить їй задовольнити їхні потреби без залучення інших постачальників.

- Організація процесу виробництва дерев'яних плит. Це дасть змогу розширити асортимент продукції та виконувати додаткові роботи.

- Розробка лінійки цегли з кераміки. Такий новий вид продукції для компанії також буде сприяти розширенню асортименту, а також дозволить задовольнити потреби клієнтів, які шукають більш естетичні рішення або мають специфічні потреби.

- Розширення лінійки асортиментної групи «Цегла» шляхом виготовлення «Цегли з піску та силікатної цегли». Це призведе до розширення виробничих можливостей через виготовлення різних видів цегли, що відповідають новим вимогам ринку.

- Організація виробництва цементного розчину. Виробництво готових цементних розчинів для будівельних робіт часто спрощує процес будівництва для клієнтів, а для компанії – розширення асортименту.

- Розроблення проекту зі створення модульних будинків. Компанія працює над проектом щодо створенням нових модульних будинків, що є інноваційним продуктом для існуючого ринку. Модульні будинки можуть бути зібрані за короткий час, мають мобільність і можуть адаптуватися під різні потреби клієнтів. Це дозволяє залучити нових клієнтів, які шукають швидкі та економічні рішення в будівництві житла або комерційних об'єктів.

Компанія не може покладатися тільки на існуючі товари та ринки. Умовами успішної діяльності є вихід за ці межі, опанування нового для себе

досвіду у роботі на нових ринках з товарами, які не є профільними для неї. Диверсифікувати свою діяльність будівельна компанія може за рахунок здійснення наступних заходів:

- Оренда та ремонт будівельного транспорту. Це новий вид діяльності, який передбачає вихід на новий ринок із наданням нових послуг.

- Організація оптової та роздрібної торгівлі будівельними матеріалами: продаж будівельних матеріалів у нових регіонах допоможе компанії розширити свою діяльність та залучити нові сегменти ринку. Така комерційна діяльність буде сприяти отриманню додаткового прибутку.

- Співпраця з БНАУ та БІЕІУ для проведення стажування для студентів будівельних спеціальностей. Для молоді це важливий захід, оскільки він буде забезпечувати отримання практичного досвіду у реальних проєктах. Для підприємства це можливість залучати молодих фахівців, а також сприяти розвитку галузі.

- Відкриття мийки авто з функцією самообслуговування – це можливість створення нової послуги, що дозволяє вийти на ринок автомобілістів.

- Організація проведення майстер-класів для школярів на тему: «Безпека праці та будівельних технологій», яка допомагає професійному розвитку молоді. Проведення освітніх заходів для школярів сприяє соціальній відповідальності компанії та вихованню нових спеціалістів. Також це створює можливості для молоді через освітні програми та заходи, спрямовані на підвищення кваліфікації майбутніх фахівців у будівельній галузі, знайти для себе робочі місця. Для підприємства це можливість довести суспільству, що воно використовує принцип соціальної відповідальності.

Висновки. Розроблення матриці І.Ансоффа дає можливість підприємству розширити сфери своєї діяльності та знайти альтернативні шляхи розвитку.