

Стан підприємницької діяльності підприємств хлібопекарної промисловості

Анотація: Розглянуті питання сучасного стану підприємств хлібопекарної промисловості з точки зору формування асортименту та управління товарним портфелем

Аннотация: Рассмотрены вопросы современного состояния предприятий хлебопекарной промышленности и управления товарным портфелем.

Abstract: The questions of the actual state of the baking industry enterprises and the product portfolio management are considered

Ключові слова: сучасний стан, хлібопекарна промисловість, продукт

Ключевые слова: современное состояние, хлебопекарная промышленность, продукт

Keywords: actual state, baking industry, product

Підприємницька діяльність підприємства хлібопекарної промисловості орієнтована перш за все на задоволення потреб споживача шляхом формування оптимального товарного портфелю. Інвестування українських підприємців сьогодні направлено, перш за все, на інвестування розроблення товару та подальше просування його на ринок, намагаючись при цьому створити торгову марку як основу для спілкування. Результати аналізу формування асортименту українських товаровиробників показали, що підприємства-лідери галузі змінили філософію управління товаром. Вони орієнтовані на стратегічну спрямованість бізнес-процесів, побудову довгострокової, глобальної переваги торгової марки на ринку. З цих позицій позиціонування даних товарних марок має бути засноване на цінностях, важливих для споживача й ефективно до нього донесених. Основою успішного управління товаром стало просування інновації, ідеї «про унікальність товару» та імідж торгової марки або продукту. Результати дослідження особливостей розвитку підприємств хлібопекарної промисловості України свідчать про те, що:

- організація виробництва хлібопекарних підприємств все ще орієнтована на виробництво, а не на сам продукт;
- дванадцять найбільших хлібних холдингів виробляють ідентичну продукцію та контролюють ринок хлібобулочних виробів у певному регіоні, в якому сконцентровані їх основні виробничі потужності;
- спостерігається тенденція скорочення ємності ринку хліба та хлібобулочних виробів по всіх регіонах України;
- з боку держави відбувається контролювання та регулювання цін на масові сорти хліба та хлібобулочних виробів;

- в останні роки відслідковується тенденція створення вертикально інтегрованих компаній із замкнутим циклом виробництва та концентрацією виробництва продукції;
- спостерігається зміна структури товарного портфелю всіх операторів ринку;
- великі підприємства, на відміну від міні-пекарень, не можуть мобільно реагувати на зміни ринку.

Аналіз виробництва хлібобулочних виробів показав, що основними причинами спаду обсягів виробництва найбільших хлібних холдингів України є: невідповідність товарного портфелю запитам ринку, відсутність інноваційних розробок, застарілий асортимент, неспроможність підприємств швидко реагувати на зміни ринкового середовища, відсутність маркетингової підтримки продукції, наявність на ринку підприємств, здатних оперативної та адекватно реагувати на зміни ринкового середовища, цінове регулювання зі сторони держави на хлібобулочні товари масового споживання; недосконалі інноваційна та інвестиційна політика. В залежності від етапу життєвого циклу продукції, підприємства промисловості повинні розробляти стратегію розвитку компанії з врахуванням стадії життєвого циклу продукції, позиції підприємства та його продукції на ринку, застосовувати метод моніторингу асортименту, який би враховував: реалізацію або товарооборот товарних запасів, структуру споживання, що відображає уподобання споживачів, зумовлена потребою підприємств ефективно управляти товарним портфелем. Основними управлінськими заходами в цьому напрямку є: оптимізація товарного портфелю по групах товарів у розрізі асортименту із врахуванням прибутковості продукції, структури споживання та тенденцій ринку; побудова корпоративної продуктово-товарної стратегії із врахуваннями стадій розвитку підприємства та конкретної товарної категорії.

Надруковано