

СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Світлана Дунда

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Email: svitlana.dunda@gmail.com

Управління діяльністю підприємства здійснюється на основі функцій управління за допомогою стратегії розвитку. Для підприємств хлібопекарської промисловості характерно використання стратегій концентрованого, інтегрованого та диверсифікованого зростання. Вибір стратегії залежить від рівня насиченості ринку й можливості підприємства оновлювати виробництво. В цілому стратегія зростання передбачає інноваційний напрям і сприяє підвищенню ефективності управління розвитком.

Стратегія концентрованого зростання означає зростання в межах базового ринку підприємства, має низький ступінь ризику при застосуванні та її доцільно використовувати, якщо підприємство не вичерпало можливості, пов'язані з його продукцією на ринку. Враховуючи географічні особливості розташування хлібопекарських підприємств, а також уподобання щодо споживання хліба та хлібобулочних виробів, можна освоювати нові ринки шляхом виокремлення нових цільових сегментів, налагодження нових каналів збуту; розвивати попит, що вплине на збільшення ринкової частки; підвищить стійкість на ринку.

Характерним стає широке застосування інтеграційних стратегій та підвищення ефективності як в межах окремих складових єдиного технологічного ланцюга, так і у виробничих відносинах між ними. Посилення зв'язків виробників сировини та переробних підприємств призводить до появи нових властивостей системи.

Стратегія інтеграції передбачає зростання в межах одного виробничого ланцюга. Інтеграція може бути вертикальною, коли досягається об'єднання хлібопекарських підприємств з сільськогосподарськими та переробними підприємствами, торговельними і дистриб'юторськими мережами, що сприяє безперервності виробництва, значно вищому рівню його організації, забезпеченню контролю над збутом продукції та вивченню потреб споживачів. Горизонтальна інтеграція об'єднує хлібопекарські підприємства з високим рівнем спеціалізації та концентрації виробництва і є досить поширеним видом стратегії для підприємств хлібопекарської промисловості.

Ефективними можуть бути й стратегії спорідненої та неспорідненої диверсифікації. При використанні першої підприємство проводить пошук і використовує додаткові можливості існуючого бізнесу для виробництва нових продуктів. Ефективність визначається не тільки виробництвом хліба й хлібобулочних виробів, а й нової продукції, яка раніше не була притаманна підприємству. Така стратегія дозволяє підприємству досягати синергетичного ефекту, підвищити ефективність використання ресурсного потенціалу підприємства, розширити потенційні ринки, удосконалити технології.

Застосування стратегії неспорідненої диверсифікації пов'язано з пошуком можливостей зростання на існуючому ринку за рахунок нової продукції чи послуг. В межах цієї стратегії підприємства хлібопекарської промисловості, що мають досвід роботи на ринку, широкий асортимент продукції та позитивний імідж, можуть виконувати функції консультування з питань ефективності використання нових технологій у хлібопеченні, надання рекомендацій іншим підприємствам або тим, які створюються, щодо підбору обладнання, його універсалізації, вирішення проблем пошуку каналів збуту, особливостей ведення бізнесу на ринку хлібобулочної, кондитерської та макаронної продукції.