

ВИЗНАЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО НАПРЯМКУ РОЗВИТКУ ХЛІБОПЕКАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Літвиненко М.В.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»,
м. Харків*

В Україні хлібопекарська промисловість є стратегічним напрямком в підтримці соціальної стабільності в суспільстві. Тим не менш за підсумками січня 2018 року виробництво хліба хлібобулочних виробів в Україні склало 79,5 тис. т., що на 6,7 % менше, ніж за аналогічний період 2016 року. За даними Держстату, в порівнянні з груднем виробництво хліба та хлібобулочних виробів скоротилося на 9,2 %. Але основна причина даного спаду не зниження попиту на продукцію, а присутність на ринку великого тіньового сегмента – продажу хліба та хлібобулочних виробів через фізосіб-підприємців, статистика по яких не ведеться.

Останнім часом все більше про себе заявляють приватні пекарні, які швидше великих державних хлібо заводів реагують на нові запити і адаптуються до смаків споживачів, можуть запропонувати більш широкий асортимент виробів і демонструють високу рентабельність. Варто також відзначити тенденцію до збільшення частки більш дорогих сортів хліба. Визначимо основні показники вибору споживачів хлібобулочних виробів :

- 1 – свіжа випічка («гаряча» – вироблена прямо в місті продажу);
- 2 – якісна та корисна (виробництво дієтичних сортів хліба з високим вмістом клітковини, внаслідок нестачі останньої в сучасному раціоні);
- 3 – широка асортиментна лінійка (наявність соціальних та ексклюзивних сортів хлібу);
- 4 – ціник (в залежності від виду хліба ціна повинна варіюватися від 10 до 20 грн.).

Бачимо, що всі ці вимоги можуть задовольнити саме приватні пекарні, роблячи свою продукцію конкурентоспроможною і цікавою споживачеві. Слідуючи тенденціям ринку безпрограшною буде позиція підприємств, зорієнтованих на стратегію свіжої випічки і постачання споживачам якісної продукції за прийнятною ціною.

Література:

1. Літвиненко М.В. Дистрибуція новинок в розрізі маркетингового управління / М.В. Літвиненко, С.М. Тарасенко // Менеджмент та маркетинг у складі сучасної економіки, науки, освіти, практики: зб. наук. робіт щорічної V міжнародної науково-практичної дистанційної конференції (м. Харків, 30-31 березня 2017 р.) / ред. кол.: В. В. Малий, М. М. Слободянюк, А. Б. Ольховська та ін. – Харків.: НФаУ, С. 444-447
2. Літвиненко М.В. Інноваційний підхід при оцінці ключового показника ефективності КРІ дистрибуторської компанії / М.В. Літвиненко // XXIV міжнародна науково-практична конференція „Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я, міcro CAD 2016”. – Харків: НТУ „ХПІ”, 2016 – С.13-14.