

СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ КОРПОРАЦІЇ «КУЛИНИЧІ»

Малигон Є.А., гр. М-19, Заброда К.Є., гр. МО-17

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **С.С. Ткачова**
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Хлібопекарська корпорація «Кулиничі» займає лідерські позиції серед національних виробників хлібобулочних виробів. На сьогоднішній день до складу компанії входять 10 спеціалізованих хлібопекарських комплексів у Харківській, Київській, Полтавській областях; сучасні логістичні центри. Компанію «Кулиничі» було засновано у 1995 р. На сайті компанії подано етапи її розвитку з 1999 р. по 2012 р., які свідчать про стратегію інноваційного розвитку виробництва. Так, впроваджувати новітні технології у виробництво корпорація «Кулиничі» почала з 1999 р., коли було обладнано 7 автоматизованих ліній. З моменту запуску виробництва в корпорації діє лабораторія, акредитована в системі УкрСЕПРО, фахівці якої контролюють всі етапи виробництва від надходження сировини до моменту упаковки готової продукції. З 2007 р. в асортименті корпорації з'явилася продукція, яку виготовляють за технологією «Part Baked». Суть технології полягає в тому, що приготування продукції призупиняється у момент 90% готовності з подальшим шоківим заморожуванням до температури (-18 °С). У 2011 р. був введений в експлуатацію новий хлібопекарський комплекс в м. Полтава потужністю 100 т на добу, який включає в себе сучасний логістичний центр. У жовтні 2012 р. відбулося відкриття Київського обласного хлібопекарського комплексу потужністю 250 т на добу, який став 10-м побудованим в компанії. Головними особливостями цього комплексу є: повний автоматизований цикл виробництва; логістичний центр, обладнаний спеціалізованим транспортом; власна система реалізації через фірмову мережу булочних-кондитерських. Формат булочної-кондитерської компанія «Кулиничі» запропонувала у 2007 р. Фірмова мережа цих закладів стрімко розширювалась у різних регіонах України, об'єднуючи до 2000 закладів. Сьогодні компанія «Кулиничі» розвиває мережу кафе з торговими залами, експрес вікном, цілодобовою роботою закладів. Так, за даними офіційного сайту компанії, у м. Харкові працюють 24 кафе, по 1 – у містах Полтава та Чугуїв, 2 – в Ізюмі. Основними конкурентними перевагами кафе є: потужна підтримка бренду; розміщення у місцях масового перебування споживачів; впровадження інноваційних технологій виробництва, реалізації, організації споживання продукції тощо.