

СТРАТЕГІЧНА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ХЛІБОПЕКАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Нагорнюк О.С., гр. ЕП-36

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Юшкевич О.О.**

Житомирський державний технологічний університет

Хлібобулочні вироби відносяться до продуктів першої необхідності, які в значній мірі задовольняють енергетичні потреби населення. Вони повинні мати високу якість і доступні для всіх покупців ціни. Тому, складні динамічні умови функціонування сучасних підприємств, вимагають впровадження нових стратегічних підходів щодо виробництва хлібобулочних виробів високої якості, ефективності виробничо-торговельної діяльності, забезпечення кращого взаємозв'язку між виробником і споживачем, створення асортименту, що відповідає сучасним потребам населення. Все це дозволяє підприємствам вижити в конкурентній боротьбі.

Стратегічна конкурентоспроможність хлібопекарських підприємств є досить складним творчим процесом, що потребує високої кваліфікації менеджерів та фахівців-маркетологів. Складність даного процесу зумовлюється розширеним пошуком та оцінкою альтернативних варіантів стратегічних рішень, які найбільш повно відповідають місії та цілям підприємства. Також цей процес базується на передбаченні можливих загроз та ризиків, аналізі конкурентних ситуацій в хлібопекарській галузі та на ринку хліба й хлібобулочних виробів, стратегічній конкурентній позиції, розробці заходів щодо зниження негативних наслідків конкурентної боротьби й реалізації коригуючих дій для подальшого розвитку хлібопекарських підприємств. Нами встановлено, що основними стратегічними конкурентними перевагами хлібозаводів Житомирщини є: висока якість продукції; розширений асортиментний ряд виробленої продукції; використання сучасного енергозберігаючого обладнання та оперативність доставки продукції в торгівельну мережу. З метою забезпечення стратегічної конкурентної позиції на ринку хлібопродуктів підприємствам важливо знизити відсоток браку та розширити фірмову торгівлю.

Вважаємо, що хлібопекарському підприємству недостатньо мати якісний продукт. Воно повинно уважно стежити за появою нових технологій і планувати їх упровадження на своєму підприємстві, щоб упередити можливі ризики в конкурентній боротьбі. Це потребує розробки та реалізації науково обґрунтованих конкурентних стратегій.