

**О.О. ЗАХАРЧЕНКО, В.Я. ЗАРУБА**, докт. екон. наук, професор

### **Аналіз перспектив розвитку підприємства хлібобулочної промисловості**

Сучасний етап розвитку бізнесу характеризується підвищенням уваги менеджерів до зовнішніх і внутрішніх потоків інформації з метою подальшого їх використання для аналізу, прогнозування та прийняття управлінських рішень. Для будь-якої фірми, яка прагне до успіху - маркетингові дослідження виступають як початок її діяльності [1]. У цьому зв'язку тема обраної роботи є актуальною. В цілому, робота присвячена маркетинговому дослідженню товарної групи «житній хліб» виробництва ПАТ «Кримхліб» з метою виявлення профілю споживачів підприємства, основні фактори, які впливають на їх поведінку при купівлі, та визначення місця підприємства серед конкурентів.

Проаналізовано ринок хлібобулочних виробів в Україні. Було виявлено проблеми та цілі маркетингового дослідження, розроблено пошукові питання, гіпотези, складено план маркетингового дослідження. За результатами вторинних джерел було виявлено, що ринок насичений як торгівельними підприємствами (70%), так і виробничими підприємствами (30%). Результати маркетингових досліджень показали, що у більшій мірі (80%) клієнтами ПАТ «Кримхліб» є торгові підприємства з об'ємом товарообігу менше ніж 1 млн. грн. за рік. Виявлено, що споживачі та експерти однаково згодні, що найбільш важливими факторами при купівлі хлібу є якість продукції, надійність експлуатації та ціна [2]. Найменшу увагу приділяють різноманітності продукції та майже не приділяють увагу наявності сертифікації. Щодо визначення рейтингу ПАТ «Кримхліб» за обраними факторами, було встановлено, що найбільш сприятливим фактором для споживачів є ціна, яку встановлює дане підприємство, але рівень якості продукції є далеко не ідеальним, тобто продукція ПАТ «Кримхліб» майже задовольняє попит, але середній рівень якості продукції не дає можливість підприємству нарощувати об'єми продажу.

Проведено експертне оцінювання щодо оцінки важливості кожного фактору та оцінки суб'єктивних факторів, перевірено оцінки експертів на узгодженість, розраховано вагові коефіцієнти для кожного фактору та середні оцінки, які визначили експерти для кожного фактору по кожному конкуруючому об'єкту. За цими даними було отримано інтегральні показники товарної групи «житній хліб», за якими було виявлено, що лідируючу позицію займає ПАТ «Азов», наступним за рейтингом є ПАТ «Булкін» і тільки третє місце займає ПАТ «Кримхліб».

#### **Список літератури:**

1. *Ілляшенко С.М., Баскакова М.Ю.* Маркетингові дослідження: Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл./Сумський держ. ун-т. — К.: Центр навчальної літератури, 2006. — 192 с.