

ФОРМУВАННЯ БІЗНЕС-МОДЕЛІ ПІДПРИЄМСТВ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ

Кратченко А.С.

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

Сучасний стан кондитерського ринку в Україні вимагає від підприємств, які бажають утримати свої конкурентні переваги, не лише формування стратегічного бачення своєї діяльності, але й побудови чіткої, логічної, структурної моделі ведення свого бізнесу, враховуючи як особливості протікання комплексу бізнес-процесів та ефективність побудови організаційних зв'язків, так й відповідність обраної бізнес-моделі конкурентним умовам ринку. При цьому, враховуючи кон'юнктурні особливості ринку, бізнес-модель підприємства доцільно розглядати як систему елементів ведення бізнесу, які характеризують досягнення конкурентних пріоритетів за рахунок ефективного використання ресурсного потенціалу з метою створення продукту (послуги), що у повній мірі відповідав би пріоритетам споживачів.

Дослідження рівня конкурентоспроможності кондитерських підприємств шляхом визначення їх споживчих та ресурсних пріоритетів показало, що рівень конкурентних пріоритетів підприємств-лідерів ринку досить високий та майже рівний. Це пов'язане з тим, що підприємства займають вагомі частки ринку, мають майже однорідний асортимент продукції, розгорнуте охоплення ринку та власні виробничі потужності закордоном, що загалом обумовлює високу дохідність завдяки ефекту масштабу. Така ситуація викликає складнощі щодо реалізації конкурентних пріоритетів, у зв'язку з чим постає необхідність пошуку нових бізнес-підходів не тільки до розробки продукції, її упакування чи цінової політики, але й до шляхів формування тісних та міцних зв'язків зі споживачами, формування додаткової споживчої цінності продукції (послуг), що супроводжують процеси її придбання, посилення ролі бренду. Тобто сучасний ринок вимагає формування такої моделі бізнесу, яка б орієнтувала діяльність підприємства на взаємозв'язки зі споживачем.

Основною відмінністю такої бізнес-моделі є те, що її результати є похідною не від функцій бізнесу, а від ступеня реалізації можливостей, які надає його навколишнє середовище, тобто головну роль у веденні діяльності відводиться творчому підходу та постійному оновленню форм функціонування відповідно до кон'юнктурних змін та споживчих вимог.