Хлебокомбинат

Пономарёва Виктория Андреевна
студентка ТИЭИ, Россия, г. Тула
E-mail: vikap2105@mail.ru
Научный руководитель: **Лариков Владимир Александрович**
доцент кафедры "Менеджмент", Россия, г. Тула

Хлеб основной продукт питания, который потребляется ежедневно. За жизнь человек употребляет около 15 т. хлеба, главная часть употребляется не раздельно, а с другим продуктом питания, хлеб играет роль необходимой добавки к пище. Хлеб в нашем государствеявляется продуктом стратегическим.

По итогам проведенногоанализа сформулируем общие выводы и разработаем рекомендации по повышению конкурентоспособности хлебокомбината.

1. Первое направление – маркетинг.
    - основная задача - установить обратную связь с покупателями и поддерживать ее;
    - во вторых – проведение исследований потребительского рынка с периодичностью не меньше 1 раза в месяц.
    - улучшить внешнюю привлекательность продукции.
    - проводить регулярные исследования с целью разработки и внедрения в производство новых сортов хлебобулочной продукции, особенно функционального назначения.
    - искать своего потребителя и удерживать его, используярекламно-информационные проспекты на новые сорта хлебобулочных изделий.
    - для упаковки изделий временно применять термоусадочную пленку; задача на будущее - разработать упаковку, способную подчеркнуть достоинства производимых изделий.
2. Второе направление – повышение качества обслуживания:
    - выполнять систематический контроль закачеством реализуемой продукции и качеством обслуживания покупателей;
    - в качестве постоянной точки для реализации своей продукции открыть фирменный магазин.
3. Третье направление по формированию цены и политике ценообразования:
    - -регулярный ежемесячный контроль затехнологическими потерями и затратами на всех этапах хлебопечения, на основании получаемых данных проведение корректирующих мероприятий по профилактике и снижению уровня издержек.

В целях реализации вышеперечисленных направлений повышения конкурентоспособности хлебзаводанами предлагается как комплексный подход к решению всех наметившихся задач по повышению качества продукции и ее продвижению разработка инвестиционного проекта.

Для эффективного управления инвестиционной деятельностью, на хлебокомбинате необходимо создать подразделение, которое будут ответственноза инвестиционный проект.