

# Розробка стратегії розвитку підприємства ЗАТ “АВК”



Згідно зі статутом підприємство має право здійснювати такі види діяльності:

1. виробництво какао, шоколаду та цукристих кондитерських виробів в асортименті;
2. виробництво борошняної продукції;
3. виробництво продукції без цукру;
4. оптово-роздрібна торгівля продукцією власного виробництва;
5. експорт продукції власного виробництва.

В якості подарунку

До сімейного столу

Для індивідуального  
споживання

Портфель продукції:

# Для розробки стратегії на підприємстві видається наказ «Про розробку стратегії розвитку підприємства до 2017 року»

## Команда проекту

- керівник проекту – директор з розвитку й досліджень компанії «АВК»;
- технолог-кондитер ;
- інженер-технолог;
- спеціаліст з маркетингу ;
- спеціаліст по закупках

## Очікувані вигоди

- збільшення частки ринку на 10%;
- розширення асортиментного ряду;
- залучення нової групи покупців.

## Зведені таблиці SWOT-аналізу

Можливості	Сильні сторони
- Збільшення частки ринку	- Гнучкість щодо розробки нових видів продукції
- Попит на нову продукцію	- Високий технічний потенціал компанії
- Залучення нової групи покупців, шляхом врахування споживчих цінностей сегменту населення, яке притримується здорового способу життя і вживає дієтичні та «здорові» продукти харчування	- Велика частка ринку
Загрози	Слабкі сторони
- Зміна смаків споживачів	- Короткий термін придатності продукції
- Зменшення продажу за рахунок збільшення собівартості(оскільки якість покращуватиметься)	- Недостатня увага підвищенню кваліфікації працівників
- Втрата частки ринку за рахунок високої конкуренції	- Необхідність оновлення устаткування для випуску нового ряду продукції

**Пріоритетних стратегічних напрямів розвитку на підставі результатів SWOT-аналізу**

1. Компанія може виводити на ринок власні розробки, яких ще не пропонували інші компанії в даній ніші ринку
2. Необхідно приділити увагу підвищенню кваліфікації робітників .
3. Є можливість забезпечити розширення асортименту, зростання якості продукції і як наслідок збільшення частки ринку та залучення нових груп покупців.
4. Випуск нової лінії дієтичних солодощів без вмісту цукру.

Для забезпечення конкурентоспроможності і збереження високої частки ринку обираються наступні варіанти стратегічного розвитку підприємства:

Як стратегія охоплення  
ринку



стратегія цільового  
маркетингу  
(концентрованого)

Як стратегія конкурентних  
переваг



патієнтна (нішова)  
стратегія

Як стратегія розвитку  
господарчого портфелю



стратегія розширення  
активності фірми «углиб»

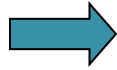
Як стратегія росту  
підприємства



стратегія  
інтенсивного росту



Проблема реалізації стратегії



відсутність обґрунтованої стратегії

Альтернативи вирішення проблеми

1. Закупівля ліцензії у американської фірми «Candy +» на виготовлення дієтичних цукерок.
2. Розробка власної рецептури продукції.
3. Удосконалення асортиментної групи товарів.

Основним напрямком вирішення проблеми є розробка власної рецептури продукції

- компанія володіє необхідними потужностями;
- наявні кваліфіковані працівники, на яких буде покладена розробка рецептури;
- наявні кошти для проведення досліджень та надання необхідного обладнання.

Для реалізації даного напрямку вирішення проблеми необхідно

- провести маркетингові дослідження, щодо моди на дієтичні товари, та вподобань, бажань населення щодо дієтичних товарів;
- укладення угод з хіміко-технологічними лабораторіями для проведення необхідних досліджень та виведення рецептури;
- стажування персоналу, щодо рецептури та виготовлення дієтичних продуктів;
- закупівля необхідного обладнання.

## Характеристика проекту з вирішення проблеми

Етапи роботи	Опис рішень
Стратегічна ціль	Випустити лінію дієтичних солодошів
Головна проблема реалізації цілі	Відсутність обґрунтованої стратегії, тобто відсутність аналізу потреб населення, відсутність кількісних показників та прогнозів, щодо популярності та кількості реалізації продукції, також відсутність рецептури нової продукції
Альтернативи вирішення проблеми	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Закупівля ліцензії у американської фірми «Sweet» на виготовлення дієтичних цукерок.</li><li>2. Розробка власної рецептури продукції.</li><li>3. Удосконалення асортиментної групи товарів.</li></ol>
Базова альтернатива вирішення проблеми	Розробка власної рецептури продукції
Проблемно-орієнтована ціль вирішення проблеми	Випустити та популяризувати до 2017 року лінію дієтичних солодошів