Проектна потужність підприємства складає 1,5 т готової продукції та напівфабрикатів виготовлених за добу.

Проектна потужність підприємства за рік складає 540 т готової продукції та напівфабрикатів.

За даними таблиці можна зробити висновок, що діяльність підприємства за останні 2 роки покращилась, оскільки збільшились обсяги виробництва продукції на 1741,9 тис.грн, що у відсотковому значенні склало 30,2% і обсяг збуту на 1447,4 тис.грн. (30,2%), приємно відзначити підвищення рентабельності на 2,3 %. Мабуть не останню роль в такій діяльності відіграла організація служби маркетингу, оскільки за два останні роки вона має найвищу можливу оцінку.

ВАТ «Кузнецовський хлібозавод». поставляє свою продукцію лише в межах міста Кузнецовск. В основному підприємство займається виготовленням і продажем хлібо-булочної продукції та кондитерських виробів. Свою продукцію підприємство збуває в магазинах та школах міста та району.

Основними конкурентами підприємства є ПП „Галерея”, п-ць Калінчук,

ТзОВ „Полісся хліб”, ВАТ „Рівненський хлібозавод”.

Конкуренція на ринку хлібобулочної продукції і кондитерських виробів є дуже жорсткою, але водночас дуже специфічною. Так ВАТ «Кузнецовський хлібозавод». є практично єдиним постачальником хлібобулочної продукції до шкіл міста Кузнецовск та району. 80% збуту продукції підприємства припадає на школи і лише 20% на магазини міста.

Отже за даними отриманими згідно таблиці, можна зробити висновок, що головним стратегічним конкурентом для ВАТ «Кузнецовський хлібозавод» є ВАТ „Рівненський хлібозавод”, проте вищий рейтинг цього підприємства можна оцінювати двозначно - адже ВАТ «Кузнецовський хлібозавод» посідає друге місце серед конкуруючих фірм щодо виробництва своєї продукції, а з центральних сусідів-підприємств - має перше місце, що досить позитивно оцінюється з погляду маркетингу. Оскільки в нашому регіоні покупці і замовники віддадуть перевагу в першу чергу ВАТ «Кузнецовський хлібозавод», а в сусідньому - ми лише на крок позаду ВАТ „Рівненський хлібозавод”, тим самим ВАТ «Кузнецовський хлібозавод» повністю охоплює регіони ринку збуту.

Кожне підприємство повинне мати певну місію, яка є стимулом його подальшого розвитку, певною метою, до якої повинно постійно йти, долаючи перешкоди ринку на своєму шляху. Такою місією для ВАТ «Кузнецовський хлібозавод». є отримання максимальних прибутків та контроль більшої частки ринку.

Дане підприємство має всі шанси для досягнення цієї мети, оскільки продукція підприємства є досить якісною, виробляється лише з натуральної сировини. Для того, щоб вчасно забезпечити споживачів продукцією, роботу колективу підприємства організовано в дві зміни. Зрозуміло, що найбільша увага приділяється якості всієї продукції. За випуском постійно здійснюють контроль.

Оскільки продукція є високоякісною і недорогою у порівнянні з іншими фірмами, то відповідно вже сформувалося певне коло споживачів, які постійно купують продукцію ВАТ «Кузнецовський хлібозавод»..І в подальшому, коли підприємство зростатиме, оновлюватиметься, з впевненістю можна сказати, що з'явиться велика кількість нових покупців.

Що стосується цінової політики, то підприємство має досягти такої цілі, як перемога в конкурентній боротьбі. Середовище, в якому функціонує підприємство характеризується високим ступенем конкуренції, подібністю продукції. І для того, щоб перемогти у конкурентній боротьбі необхідно досконало знати ринок, конкурентів, їх ціни, асортимент, якість тощо. Підприємство, що досліджується має недостатньо розвинуту систему збору і аналізу інформації.