

АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОМ НА ПТАХОФАБРИКАХ ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Постановка проблеми. З позицій методичної постановки питання є можливим погодитися з точкою зору відомих українських економістів, які при аналізі діючих систем управління збутом пропонують виділяти двоїтий аспект: якісний і кількісний.

Кількісний аспект припускає аналіз змін обсягів виробництва і продажу. Він відображає кількісні оцінки зміни товарообігу, тобто внаслідок процесів і явищ, що відбуваються в оптово-роздрібній торгівлі, але не розкриває причини їхнього виникнення, тому аналіз кількісних змін в торгівлі передбачається доповнювати аналізом якісних змін організаційних систем управління.

Якісний аспект припускає аналіз зміни структури обсягів товарообігу, оцінки факторів і причин, що відбуваються в оптово-роздрібній торгівлі, процесів і явищ, оцінку конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів.

Формулювання завдання дослідження.

- Вивчити основні показники стану виробництва продукції птахівництва Полтавської області;
- Виявити тенденції розвитку галузі птахівництва Полтавської області;
- Розглянути зміни структури товарообігу птахофабрик та сільськогосподарських підприємств на регіональному ринку яєць та м'яса птиці Полтавської області.

Виклад основного матеріалу. Оскільки з позицій виробництва і реалізації продукції птахівництва Полтавська область є типовою для Лісостепової зони України, то для сучасної системи управління збутом продукції птахівництва в Полтавській області характерні наступні загальні тенденції, пов'язані з подоланням економічної кризи, характерної для економіки України. Одним з характерних показників цих негативних процесів є не значне скорочення поголів'я птиці в Полтавській області (табл. 1).

Таблиця 1

**Поголів'я птиці за категоріями господарств Полтавської області
(на кінець року, тис. голів)**

Категорія господарств	1995	2000	2005	2006	2007	2008	2008 в % до 2000
Господарства усіх категорій	6997,3	5773,2	5694,9	5257,1	5169,2	5364,8	92,9
Сільськогосподарські підприємства	3360,0	2054,0	2329,0	1982,5	2018,6	2165,3	105,4
у тому числі фермерські господарства	15,6	4,6	13,8	13,6	13,5	13,8	300
Господарства населення	3637,3	3719,2	3365,9	3274,6	3150,6	3199,5	86

По-перше, у наявності яскраво виражена тенденція збільшення обсягів виробництва продукції птахівництва. Як видно із представлених в табл. 2 даних м'ясо птиці господарств усіх категорій у 2008 році, порівняно з 2000 роком, зросло на 45,8 %, а яєць – на 44,4 %. М'ясо птиці сільськогосподарських підприємств у 2008 році, порівняно з 2000 роком, зросло майже в шість разів, а яєць – на 66,4 %. М'ясо птиці господарств населення у 2008 році, порівняно з 2000 роком, зменшилось на 22,6 %, а яєць збільшилось на 6,3 %.

Таблиця 2

Виробництво продукції основних видів продукції птахівництва за категоріями господарств в Полтавській області

	2000	2004	2005	2006	2007	2008	2008 в % до 2000
Господарства усіх категорій							
М'ясо птиці, тис.т.	7,2	5,3	7,3	10,2	10,4	10,5	145,8
Яйця, млн. шт.	404,7	528,6	537,8	573,6	578,6	584,5	144,4
Сільськогосподарські підприємства							
М'ясо птиці, тис.т.	1,0	1,1	1,1	5,1	5,6	5,7	570
Яйця, млн. шт.	256,2	369,3	380,0	414,8	422,3	426,3	166,4
у тому числі фермерські господарства							
М'ясо птиці, тис.т.	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	-
Яйця, млн. шт.	-	0,1	0,1	0,3	0,4	0,5	-
Господарства населення							
М'ясо птиці, тис.т.	6,2	4,2	6,2	5,1	4,8	4,8	77,4
Яйця, млн. шт.	148,5	159,3	157,8	158,8	156,3	158,2	106,3

Зокрема наведемо динаміку виробництва яєць у сільськогосподарських підприємствах по районах Полтавської області в табл. 3. З даних таблиці видно, що яйця в Полтавській області виробляють в Диканському, Кременчуцькому, Лубенському та Хорольському районах. Виробництво яєць у сільськогосподарських підприємствах Диканського району у 2007 році порівняно з 2000 роком зросло на 112,5 %, в Гребінківському – в 5,2 рази, в Кременчуцькому – на 13,9 %, в Лубенському – в 19,6 разів, в Хорольському – в 7,5 разів. На відміну від цих районів виробництво яєць значно скоротилося в Гадяцькому – на 57,9 %, в Кобеляцькому – 50,0 %, в Машівському – 71,4 %, Семенівському - 60,0 %. Загалом по Полтавській області виробництво яєць у сільськогосподарських підприємствах по районах у 2007 році порівняно з 2000 роком зросло на 64,8 %.

Таблиця 3

Виробництво яєць у сільськогосподарських підприємствах по районах Полтавської області (млн. шт.)

	2000	2003	2004	2005	2006	2007	2007 в % до 2000
Полтавська область	256,2	352,3	369,3	380,0	414,8	422,3	164,8
Великобагачанський	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	66,7
Гадяцький	1,9	0,9	0,8	0,7	0,8	0,8	42,1
Глобинський	0,6	0,4	0,3	0,3	0,4	0,5	83,3
Гребінківський	0,1	0,0	0,0	0,6	7,0	5,2	5200,0
Диканський	139,6	184,3	213,8	231,2	286,3	296,6	212,5
Зінківський	0,8	0,4	0,2	0,3	0,4	0,5	62,5

Продовження таблиці 3

УПРАВЛІННЯ

Карлівський	0,3	0,4	0,3	0,4	0,3	0,4	133,3
Кобеляцький	0,4	0,7	0,2	0,1	0,1	0,2	50,0
козельщанський	0,1	0,3	0,2	0,1	0,2	0,2	200,0
Котелевський	1,4	1,2	1,1	1,0	1,0	1,1	78,6
Кременчуцький	86,6	104,3	96,3	87,6	95,6	98,6	113,9
Лохвицький	15,7	20,9	18,9	*	*	*	-
Лубенський	1,3	22,2	22,3	24,4	24,4	25,6	1969,2
Машівський	0,7	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	28,6
Миргородський	0,7	0,5	0,3	0,3	0,5	0,5	71,4
Новосанжарський	0,3	0,4	0,2	0,3	0,7	0,8	266,7
Оржицький	0,4	0,6	0,3	0,4	0,0	0,2	50,0
Пирятинський	0,4	0,1	0,0	5,6	0,0	0,3	75,0
Полтавський	0,7	0,8	0,6	0,6	0,5	0,6	85,7
Решетилівський	1,2	0,4	0,1	0,1	0,1	0,2	16,7
Семенівський	0,5	0,2	0,1	0,2	0,1	0,2	40,0
Хорольський	1,5	4,0	3,0	1,0	12,4	11,3	753,3
Чорнухинський	0,1	0,1	0,0	*	*	0,2	200,0
Чутівський	0,1	8,5	9,9	*	5,8	9,5	9500,0
Шишацький	0,4	0,3	0,1	0,2	0,1	0,3	75,0

* - даних не має

Обсяги оптово-роздрібного продажу м'яса птиці та яєць по птахофабрикам Полтавської області наведені в табл. 4–5.

Таблиця 4

Обсяг оптово-роздрібного продажу м'яса птиці по птахофабрикам і сільськогосподарським підприємствам Полтавської області, тон

Птахофабрики	2000	2005	2006	2007	2007 р. в % до 2000 р.
ЗАТ «Полтавська птахофабрика»	520,1	621,2	1270,3	1710,2	328,8
ЗАТ «Птахофабрика «Росія»	190,3	210,4	527,3	682,1	358,4
П/Ф «Птахокомплекс «Сула»	11,7	8,1	52,6	95,6	817,1
СВК «Батьківщина»	169,2	110,5	170,3	147,1	86,9
ЗАТ «Лубниптиця»	40,1	47,3	52,4	65,8	164,1
Миргородське інкубаторно-птахівниче підприємство	20,1	24,3	87,6	125,4	623,9
П/Ф «Пирятинська птахофабрика»	30,2	72,1	135,2	187,6	621,2
Всього	1012	1134	5120	5621	555,4

Як видно із представлених в табл. 4 даних обсяг оптово-роздрібного продажу м'яса птиці по птахофабрикам Полтавської області в 2007 році, порівняно з 2000 роком, збільшився майже в 4,5 раз. Зокрема по птахофабрикам: на ЗАТ «Птахофабрика «Росія» збільшився на 358,4 %, на П/Ф «Птахокомплекс «Сула» – на 817,1 %, на П/Ф «Лубниптиця» – на 164,1 %, на П/Ф «Пирятинська птахофабрика» – на 621,5 %. Але в СВК «Батьківщина» зменшилась на 13,1 %. Як видно із представлених в табл. 5 даних

обсяг оптово-роздрібного продажу яєць птиці по птахофабрикам Полтавської області в 2007 році, порівняно з 2000 роком, зріс на 64,8 %. Зокрема по птахофабрикам: ЗАТ «Полтавська птахофабрика» – на 97,4 %, на ЗАТ «Птахофабрика «Росія» скоротився на 37,0 %, на П/Ф «Птахокомплекс «Сула» – на 48,5 %, на Лубенському інкубаторно-птахівничому підприємстві – на 6,3 %,

Таблиця 5

Обсяг оптово-роздрібного продажу яєць птиці по птахофабрикам Полтавської області, млн. шт.

Птахофабрики	2000	2005	2006	2007	2007 р. у % до 2000 р.
ЗАТ «Полтавська птахофабрика»	126,5	183,3	225,2	249,7	197,4
ЗАТ «Птахофабрика «Росія»	67,6	72,6	85,3	92,6	137,0
П/Ф «Птахокомплекс «Сула»	16,3	20,8	24,6	24,2	148,5
СВК «Батьківщина»	1,2	0,8	1	1	83,3
ЗАТ «Лубниптиця»	2,8	10,2	11,8	12,3	439,3
Миргородське інкубаторно-птахівниче підприємство	0,7	0,2	0,4	0,4	57,1
Лубенське інкубаторно-птахівниче підприємство	14,3	16,6	18,8	15,2	106,3
Хорольське інкубаторно-птахівниче підприємство	1,4	0,2	14,1	10,8	771,4
СТОВ «Здобуток»	0,3	0,8	0,4	0,7	233,3
Всього	256,2	380	414,8	422,3	164,8

на Хорольському інкубаторно-птахівничому підприємстві – в 7,7 разів, СТОВ «Здобуток» – в 2,3 рази. Але в Миргородському інкубаторно-птахівничому підприємстві скоротився на 42,9 %, а в СВК «Батьківщина» – на 16,7 %.

По-друге, змінилася структура товарообігу оптово-роздрібною торгівлі продукції птахівництва. Продаж продукції птахофабрики здійснювали переважно за схемами представленими на рис. 1.

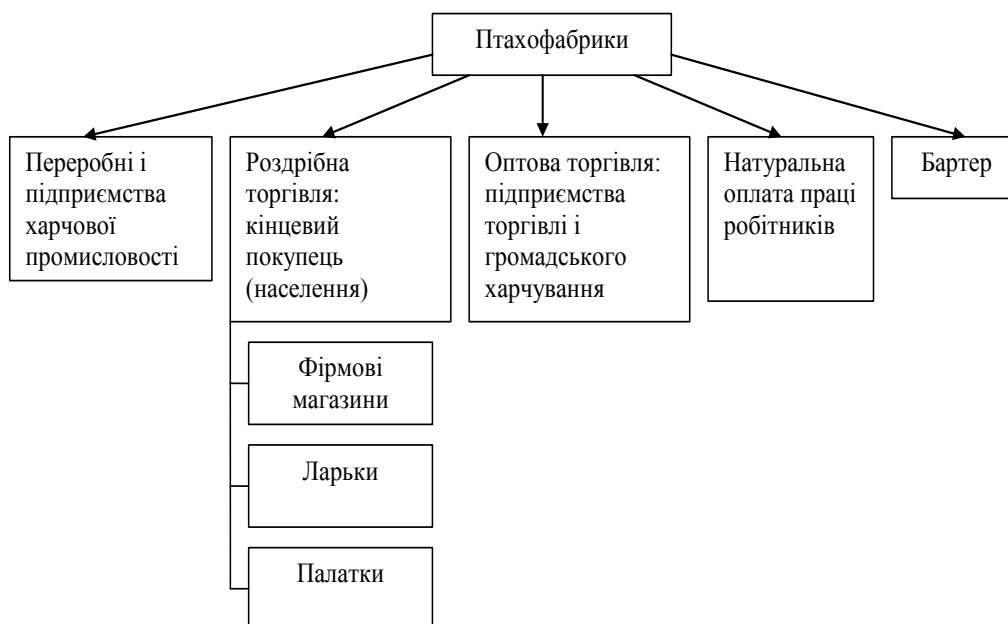


Рис. 1. Основні канали продажу продукції птахівництва в дореформений період

Підприємства торгівлі та громадського харчування виступають основним оптовим покупцем продукції птахівництва. Із наведених у табл. 6-7 даних видно, що в 2006 р. на його частку доводилося 37,4% реалізованих у цілому по області яєць і майже 40,4% м'яса.

З даних таблиці 6 видно, що оптові продажі птахофабрик та сільськогосподарських підприємств на регіональному ринку м'яса птиці Полтавської області з 2000 року по 2007 рік скоротилися на 4,1 %. В тому числі продаж переробним підприємствам скоротився на 10,5 % і склав 14,2. Оптові продажі м'яса птиці через власні канали збуту з 2000 року по 2007 рік зросли на 5,1% і склали 16,3% в структурі продажів. В тому числі продаж через фірмові і стаціонарні магазини збільшився на 3,7% і склав 8,4% в загальній структурі товарообігу та роздрібний продаж – на 3,8 % і склав 10,9 %. Аналогічна ситуація спостерігається й на ринку яєць.

Таблиця 6

Зміни структури товарообігу птахофабрик та сільськогосподарських підприємств на регіональному ринку м'яса птиці Полтавської області

Економічні показники	2000 р.		2006 р.		2007 р.		2007 р. до 2000 р. (+,-)	
	в натурі, т.	%	в натурі, т.	%	в натурі, т.	%	В натурі, т.	%
Всього	1012	100	5120	100	5621	100	4609	0
Оптовий продаж	668,9	66,1	3292,2	64,3	3485,0	62	2816,09	-4,1
з них:	0,0		0,0		0,0		0	0
підприємствам торгівлі і громадського харчування	408,8	40,4	2529,3	49,4	2686,8	47,8	2277,99	7,4
переробним підприємствам	260,1	25,7	762,9	14,9	798,2	14,2	538,098	-11,5
Продаж через власні канали збуту	113,3	11,2	742,4	14,5	916,2	16,3	802,879	5,1
з них:	0,0		0,0		0,0		0	0
Бартер	9,1	0,9	61,4	1,2	73,1	1,3	63,965	0,4
дрібний оптовий продаж	42,5	4,2	194,6	3,8	230,5	4,1	187,957	-0,1
роздрібний продаж	71,9	7,1	486,4	9,5	612,7	10,9	540,837	3,8
у т. ч.	0,0		0,0		0,0		0	0
продаж через фірмові і стаціонарні магазини	47,6	4,7	337,9	6,6	472,2	8,4	424,6	3,7
продаж не стаціонарних магазинів	24,3	2,4	148,5	2,9	140,5	2,5	116,237	0,1
Інші	229,7	22,7	1085,4	21,2	1219,8	21,7	990,033	-1

З даних таблиці 7 видно, що оптові продажі м'яса птиці через власні канали збуту з 2000 року по 2007 рік зросли на 2,9% і склали 32,2% в структурі продажів. В тому числі

дрібний оптовий продаж збільшився на 2,9% і склав 14,1% в загальній структурі товарообігу та продаж не стаціонарних магазинів – на 0,2 % і склав 2,5 %.

Таблиця 7

**Зміни структури товарообігу яєць, в цілому по птахофабрикам Полтавської області,
млн. шт.**

Економічні показники	2000 р.		2006 р.		2007 р.		2007 р. до 2000 р. (+,-)	
	в натурі, млн.шт.	%	в натурі, млн.шт.	%	в натурі, млн.шт.	%	В натурі, млн.шт.	%
Всього	256,2	100	414,8	100	422,3	100	166,1	0
Оптовий продаж	128,4	50,1	199,9	48,2	215,8	51,1	87,4	1
з них: підприємствам торгівлі і громадського харчування	95,8	37,4	155,6	37,5	161,7	38,3	65,9	0,9
переробним підприємствам	32,5	12,7	44,4	10,7	54,1	12,8	21,5	0,1
Продаж через власні канали збуту	69,9	27,3	118,6	28,6	127,5	30,2	57,6	2,9
з них бартер	0,3	0,1	0,4	0,1	0,8	0,2	0,6	0,1
дрібний оптовий продаж	28,7	11,2	48,9	11,8	59,5	14,1	30,8	2,9
роздрібний продаж	41,0	16	69,3	16,7	67,1	15,9	26,2	-0,1
у т. ч.	0,0		0,0		0,0		0,0	0
продаж через фірмові і стаціонарні магазини	35,1	13,7	52,3	12,6	56,6	13,4	21,5	-0,3
продаж не стаціонарних магазинів	5,9	2,3	17,0	4,1	10,6	2,5	4,7	0,2
Інші	57,9	22,6	96,2	23,2	79,0	18,7	21,1	-3,9

По-третє, зниження платоспроможного попиту населення і скорочення обсягів виробництва і продажу продукції птахівництва привели до недозавантаження виробничих потужностей багатьох птахофабрик Полтавської області. Ефективність використання ресурсів впливає на конкурентоспроможність птахофабрик. У сучасній економічній літературі, існують різні визначення конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів.

Одні автори акцентують увагу на здатність вести розширене відтворення, інші на здатності задовольняти платоспроможні потреби потенційних покупців.

В цьому зв'язку варто помітити, що в умовах ринкової економіки розширене відтворення здатні вести і планово-збиткові підсобні підприємства великих промислових підприємств. Збитки від виробництва і реалізації продуктів харчування в цьому випадку списуються за рахунок прибутку основного виробництва. Тому, здається, що більш правильним буде наступне визначення. Конкурентоспроможність – це властивість птахофабрик на наявних і додаткових ресурсах виробляти продукти харчування і сільськогосподарську сировину і за допомогою оптово-роздрібною торгівлі доставати

прибуток, необхідний для ведення в сформованих умовах господарювання простого або розширеного відтворення. Звідси здатність діставати прибуток, є основною формою прояву конкурентоспроможності, а рентабельність, у відомому змісті слова, універсальним критерієм конкурентоспроможності.

У цьому зв'язку є доцільним розраховувати сегментні позиції птахофабрик на регіональному ринку продуктів харчування (табл. 8-9).

Таблиця 8

Сегментні зміни продажу м'яса птиці по окремим птахофабрикам Полтавської області, %

Птахофабрики	Питома вага в обсязі продажу регіонального ринку, %				2007 +/- до 2000
	2000	2005	2006	2007	
ЗАТ «Полтавська птахофабрика»	51,4	54,8	24,8	30,4	-21,0
ЗАТ «Птахофабрика «Росія»	18,8	18,6	10,3	12,1	-6,7
П/Ф «Птахокомплекс «Сула»	1,2	0,7	1,0	1,7	0,5
СВК «Батьківщина»	16,7	9,7	3,3	2,6	-14,1
ЗАТ «Лубниптиця»	4,0	4,2	1,0	1,2	-2,8
Миргородське інкубаторно-птахівниче підприємство	2,0	2,1	1,7	2,2	0,2
П/Ф «Пирятинська птахофабрика»	3,0	6,4	2,6	3,3	0,4
Разом	97,0	96,5	44,8	53,6	-43,4

Результати проведених досліджень, які представлені в табл. 8-9 показують, що за досліджуваний період у структурі товарообігу оптово-роздрібної торгівлі в цілому по Полтавській області збільшився обсяг продажу птахофабрик, що мають більш високу рентабельність. Відповідно до законів конкурентної боротьби, сегментні збільшення продажу лідерів викликають у структурі продажу оптово-роздрібної торгівлі аналогічні сегментні скорочення продажу аутсайдерів.

Таблиця 9

Сегментні зміни продажу яєць птиці по птахофабрикам Полтавської області, %

Птахофабрики	Питома вага в обсязі продажу регіонального ринку, %				2007 +/- до 2000
	2000	2005	2006	2007	
ЗАТ «Полтавська птахофабрика»	49,4	48,2	54,3	59,1	9,7
ЗАТ «Птахофабрика «Росія»	26,4	19,1	20,6	21,9	-4,5
П/Ф «Птахокомплекс «Сула»	6,4	5,5	5,9	5,7	-0,7
СВК «Батьківщина»	0,5	0,2	0,2	0,2	-0,3
ЗАТ «Лубниптиця»	1,1	2,7	3,3	2,9	1,8
Миргородське інкубаторно-птахівниче підприємство	0,3	0,1	0,1	0,1	-0,2
Лубенське інкубаторно-птахівниче підприємство	5,6	4,4	4,5	3,6	-2
Хорольське інкубаторно-птахівниче підприємство	0,5	0,05	2,9	2,6	2,1

СТОВ «Здобуток»	0,12	0,21	0,10	0,17	0,05
Разом	90,2	80,4	92,0	96,4	6,2

Висновки. Таким чином, у Полтавській області, як складовій частини загальноекономічного простору України, спостерігаються аналогічні тенденції, пов'язані з поглибленням соціально-економічних реформ. Аналіз найбільш конкурентоспроможних птахофабрик показує, що відмінною рисою системи управління збутом є самостійний вихід на ринок, створення власної мережі оптово-роздрібної торгівлі. Це дозволяє одержати стійкий торговельний прибуток, забезпечити розподіл грошових потоків на збільшення виробництва м'яса птиці і яєць, розвиток сполучених видів продукції рослинництва і тваринництва формування стійкої кормової бази.

Анотація

У статті розглянуто загальні питання методології якісного і кількісного аналізу ефективності систем управління оптово-роздрібною торгівлю продукції птахівництва Полтавської області, проаналізовано показники, які характеризують процеси, що відбуваються у галузі птахівництва Полтавської області, надано структуру товарообігу оптово-роздрібною торгівлю продукції птахівництва.

Ключові слова: збут, управління збутом, канал збуту, структура товарообігу

Аннотация

В статье рассмотрены общие вопросы методологии качественного и количественного анализа эффективности систем управления оптово-розничной торговли продукцией птицеводства Полтавской области, проанализированы показатели, которые характеризуют процессы, которые происходят в сфере птицеводства Полтавской области, предоставлена структура товарообмена оптово-розничной торговли продукцией птицеводства.

Ключевые слова: сбыт, управление сбытом, канал сбыта, структура товарообмена.

Summary

This article describes general issues of methodology of qualitative and quantitative analysis of the effectiveness of management systems of distributive trade by poultry in Poltava region, analyzed indicators that describe the processes taking place in the sphere of poultry in Poltava region, is given the structure of the bartering of distributive trade by poultry.

Key-words: marketing, managing marketing, channel marketing, the structure of trade.

Список використаних джерел:

1. Махмудов Х.З. Вплив різновидів цін на формування попиту і стимулювання збуту. Фінанси і кредит. Вісник Сумського національного аграрного університету. – 2004. – №2. – С. 100 – 107.
2. Поліщук В.М. Управління конкурентоздатністю виробництва в галузях АПК. – К., 1997. – 328 с.
3. Терещенко В.И. Организация и управление. – М.: Экономика, 1965. – 291 с.