

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ПАТ «КРЕМЕНЧУКМ`ЯСО НА РИНКУ
М`ЯСА ТА ПТИЦІ

Лактіонов Є.Є., 3 Мк,

Науковий керівник: Куліш Т.В., к.е.н., доцент

Таврійський державний агротехнологічний університет

Постановка проблеми. Ринок м'яса та птиці – це одна з найважливіших частин харчової індустрії. Її постійний розвиток дає можливість забезпечувати своє населення якісним товаром, а також отримувати значні доходи від експорту за межі кордону.

Мета статті. Маркетингове дослідження діяльності підприємства на ринку м'яса та птиці та визначення шляхів його розвитку, вивчення особливостей продукції, стану ринку в межах України та пошук способів для подальшого розвитку та покращення ситуації на ньому.

Основні матеріали дослідження. Ринок м'яса та м'ясопродуктів в Україні функціонує через сформовану інфраструктуру, яка охоплює поряд із сільським господарством ланки первинної обробки і промислової переробки, оптову ланку, роздрібну ланку і безпосередньо споживачів кінцевої продукції галузі. Механізмом виконання цього є ринок м'ясної продукції, який охоплює організаційно-економічні форми взаємовідносин між суб'єктами господарювання різних сфер галузі тваринництва, забезпечуючи рух продукції на усіх стадіях відтворювального процесу – від вирощування і відгодівлі тварин (отримання м'ясної сировини) до виготовлення готових продуктів і реалізації їх кінцевому споживачу.

Під час дослідження макросередовища ринку м'яса та птиці побачили, що на ринок можуть фундаментально впливати різні фактори: політико-правові, економічні, демографічні, соціально-культурні тощо, які в свою чергу можуть нести як можливості для ринку, так і загрози. Серед усіх можливостей найцентральніше місце займають наступні: розвиток відносин у сфері торгівельної діяльності в умовах ринкових перетворень, поступовий ріст інвестицій у м'ясопереробну діяльність, стабільний розвиток навіть в умовах фінансової кризи. Серед загроз можна виділити такі: щорічне збільшення рівня інфляції, збільшення торговельно-експортних квот для експорту продукції, використання застарілих методів виробництва м'яса.

Провівши аналіз результатів діяльності ПАТ «Кременчукм`ясо» визначили, що чистий дохід зріс на 11,5% у 2017 році порівняно з 2015 роком, собівартість зросла на 19,7%, адміністративні витрати на 26,8%, а ось валовий прибуток знизився на 10,1% у порівнянні з 2015 роком. Усі три роки підприємство не отримувало чистого прибутку, лише збиток, який з кожним роком зростав. Отже, і рентабельність виробництва склала - 8,73% у порівнянні з 2015 роком.

Оцінюючи конкурентоспроможність підприємства, ми можемо виділити такі основні її аспекти: підприємство має трьох основних конкурентів - ПАТ «Український бекон», ПАТ «Глобинський м'ясокомбінат», ПАТ «Перевальський м'ясопереробний завод» які охоплюють значні частки загального обсягу роздрібногo товарообороту м'ясної продукції.

Висновки. З наведеного матеріалу можна зробити наступні висновки: підприємство займає низьку частку ринку, але має високі темпи зростання, стратегія ПАТ «Кременчукм`ясо» на споживчому ринку направлена на досягнення певних стратегічних цілей і тактичних задач, які дозволяють забезпечити ефективну господарську діяльність, виживання і його конкурентоспроможність на ринку: випуск продукції, реалізація товарів, створення сприятливих умов праці, впровадження нових технологій.

Список використаних джерел

1. Белявцев М. І. Маркетинг : навч. посібник / М. І. Белявцев, Л. М. Іваненко. - К. : Центр навчальної літератури, 2005. - 328 с.
2. Куліш Т. В. Практичні аспекти маркетингових досліджень інноваційної діяльності підприємств / Т. В. Куліш // Молодіжний економічний дайджест [Електронний ресурс] – Київ : КНЕУ, 2015. – № 2–3. – С. 257–262.
3. Старостіна, А. О. Маркетинг [Текст] : навч. посібник / А. О. Старостіна, О. В. Зозульов. - 3-тє вид., переробл. - К. : Знання, 2006. - 327 с.
4. Стельмашук А. М. Становлення сталого розвитку тваринницькопродуктового комплексу / А. М. Стельмашук // Інноваційна економіка. – 2010. – № 5. – С. 57–62.
5. Чорноротов О.Г. Аналіз ринку тваринництва та виробництва м'яса та м'ясопродуктів України. //Мясные технологии. – 2011. – №7.– С.25–30.