

продолжается после того, как продукция или услуга уже произведены. С этой точки зрения большое значение также имеет то, что деятельность всего персонала предприятия должна быть пронизана идеями маркетинга. Исследуя положительный опыт передовых фирм, всемерное использование маркетинга внутри предприятий приводит к укреплению ее положения на рынке.

Таким образом, маркетинг представляет собой инструмент устойчивого развития предприятия, философию его деятельности, осуществляемую таким образом, что управление предприятия строится на принципах маркетинга, а сам процесс управления реализуется как система маркетингового управления.

### **Литература.**

1. Беляевский И. К. Маркетинговое исследование: Учебное пособие, руководство по изучению дисциплины, практикум по курсу, учебная программа / Московский государственный университет экономики, статистики и информатики. — М. 2016, — 414 с.

2. Егорова Н. М., Логинова Е. Ю., Швайко И. Р. Маркетинг: Конспект лекций. — М.: Изд-во Эскимо, 2015. — 160с.

3. Зозуля Д. М. Маркетинг как философия преобразования бизнеса // Научно-методический электронный журнал «Концепт». — 2014. — Т. 20. — С. 2106–2110.

4. Тарасов Д. Н. Маркетинг как инструмент повышения эффективности деятельности предприятия // Вестник ИЭАУ. — 2015. — № 8. — С. 10.

5. Тетеринец, Т. А. Экономика и управление предприятий (организаций) АПК: ресурсы, резервы, развитие: учебно-методическое пособие / Т.А. Тетеринец.— Минск: БГАТУ, 2019. — 736 с.

## **СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ МОЛОКА У ХАРКІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ**

***КОЛОМІЄЦЬ О.П., АСИСТЕНТ\****

***ХАРКІВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО ТЕХНІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ  
СІАВСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА***

Сьогодні виробництво молока є невід'ємною складовою забезпечення національної продовольчої безпеки і підтримки

---

\* Науковий керівник – Ульянченко О.В. д.е.н., професор

соціально незахищених верств населення, а також основним джерелом добробуту та зайнятості мешканців сільської місцевості [62]. Нестабільні темпи техніко-технологічної модернізації та використання високопродуктивних молочних порід, недостатні заходи державної підтримки сприяють тому, що при значному виробничому потенціалі забезпеченість молоком і продуктами переробки залежить від імпорту. Крім того, організаційно-економічні методи регулювання молочного скотарства і молокопереробної промисловості використовуються на практиці без достатнього наукового обґрунтування, виявляються неефективними і послаблюють конкурентні позиції товаровиробників на зовнішньому і внутрішньому ринках.

На сучасному етапі Харківська область займає сьоме місце із виробництва молока серед областей України. У Харківській області у 2019 р. було вироблено 529,5 тис. т молока. Згідно з даними Державної служби статистики порівняно із аналогічним періодом 2018 р. обсяг виробництва молока практично не змінився, досліджено лише незначне зменшення на 5,0 тис. т [133].

У Харківській області сільськогосподарських підприємств, які займаються молочним скотарством у 2019 р. налічувалось близько 120 підприємств. Кількість підсобних господарств, що тримає корів і здає молоко – порахувати важко. Тим більше, що з 2017 р. держава відмовилася від обліку такої молочної продукції в районах. Зараз облік здійснюється через опитування інтерв'юерами в контрольних дворах. За статистикою у 2019 р. поголів'я корів у всіх категоріях господарств, включаючи господарства населення складало 91 тис голів. Із них 55,4 тис. голів утримувалися в особистих господарствах населення, а 35 тис. голів – сільгоспідприємствами.

Виробництво молока у Харківській області зосереджене у двох групах господарств: сільськогосподарських підприємствах та господарствах населення. Оскільки це зовсім різні категорії господарств, які мають багато суттєвих відмінностей, то й розвиток молоковиробництва в них відрізняється. Зазначимо, що більший вплив на загальну ситуацію в молочному скотарстві мають господарства населення, оскільки в них виробляється понад 60 % загального обсягу молока області.

За 2014 р.–2019 рр. кількість підприємств, що утримували корів, зменшилась. Так на кінець 2019 р. кількість таких підприємств становила 109, що на 38,1 % менше ніж у 2014 р. [33].

Дослідження кількості поголів'я корів молочного стада у сільськогосподарських підприємствах Харківської області визначає

наявність прямого зв'язку між концентрацією поголів'я корів та їх продуктивністю. За офіційними даними, найнижчою собівартість продукції виявилася в тих підприємствах, де надій молока на одну корову найнижчий та найвищий, у останніх таку собівартість можна пояснити практично повною автоматизацією виробництва та відлагодженою системою управління підприємством. Проведені розрахунки вказують на наявність певних проблем в організації молочного скотарства як підприємств та і регіону в цілому. Визначено залежність між виробничими витратами з розрахунку на одиницю поголів'я молочного стада і продуктивністю корів, яку можна описати формулою:

$$yx = 0,9601x + 1514,$$

де  $yx$  – надій молока на одну корову, кг,  $x$  – річні виробничі витрати на одну корову молочного стада, грн.

Встановлено, що при збільшенні виробничих витрат на одну корову на 1 тис. грн надій молока з розрахунку на одиницю поголів'я зростає на 173 кг. Коефіцієнт кореляції становить 0,69, що свідчить про тісний зв'язок між досліджуваними ознаками. Середня ціна реалізації 1 ц молока по Харківській області у 2019 р. становила 753,4 грн, покриття зростання виробничих витрат відбувалось за рахунок підвищення виручки.

По всій структурі виробничих витрат виробництва молока у Харківській області на одну корову у 2014-2019 рр. спостерігається збільшення показників 3–4 рази по всім категоріям, що стає основою збільшення виробничої собівартості 1 ц молочної продукції. Основними факторами зростання виробничої собівартості є прямі матеріальні витрати та прямі витрати на оплату праці.

Дослідження показують, що молочне скотарство Харківської області характеризується нерівномірністю концентрації виробництва молока за типами господарств, згідно з якою 60,1 % поголів'я корів утримується у господарствах населення. Галузь характеризується тривалим скороченням поголів'я корів, причому темпи спадання в більшій мірі припадають на сільськогосподарські підприємства. Середньорічні надої яких зростають повільними темпами, причому зменшення продуктивності корів спостерігається переважно в розрізі господарств населення. Значна питома вага господарств населення (як виробників молока), стабільність їх частки у виробництві в динаміці, стійкість до несприятливих економічних умов визначає напрями розвитку молочного скотарства. Проте, зазначена категорія господарств може зазнати втрат від нововведень, які заплановані на

період до 2030 р., оскільки саме вони виробляють низькоякісну сировину.

### **Література.**

1. Головне управління статистики у Харківській області. URL: [kh.ukrstat.gov.ua](http://kh.ukrstat.gov.ua).
2. Другий сорт молока буде в обігу до 1 липня 2022 року. URL: <http://agroconf.org-2019-roku>.
3. З 1 січня 2018 року селяни зможуть здавати молоко на переробку. URL: <http://www.rozhadm.gov.ua/zdavaty-moloko-na-pererobku>.
4. Кернасюк Ю. Молочний сектор: реалії і перспективи // Агробізнес сьогодні. 2018. № 6 (301).
5. EC Milk Market Situation 2018. URL: [https://ec.europa.eu/agriculture/sites/agriculture/files/2018-09-25-report\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/agriculture/sites/agriculture/files/2018-09-25-report_en.pdf).

## **ПРИБУТКОВІСТЬ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ КОНОПЛЯРСТВА НА ОСНОВІ КОРЕЛЯЦІЙНО- РЕГРЕСІЙНОГО МЕТОДУ**

*КОРЕНІВСЬКА А.В., АСПИРАНТ\**

*СУМСЬКИЙ АГРАРНИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ*

Прибуток – це основний результативний показник діяльності підприємства, а тому важливо виявити його залежність від різноманітних чинників та оцінити їх вплив на прибутковність.

На величину прибутку впливають різноманітні фактори. В економічній літературі фактори впливу поділяються на дві групи: фактори, що не залежать від діяльності підприємства (зовнішні); фактори, що знаходяться у компетенції підприємств (внутрішні) [1]. Основну частину прибутку підприємства по вирощуванню промислових конопель одержують від реалізації насіння та волокна. Прибуток від реалізації продукції коноплярства залежить від обсягу реалізації продукції, її структури, собівартості і рівня середньореалізаційних цін [2].

В системі підвищення ефективності діяльності підприємства у контексті максимізації прибутковості важливе місце займає кореляційно-регресивний аналіз, який надає можливість відібрати найбільш впливові фактори. Кореляційний аналіз дозволяє оцінити

---

\* Науковий керівник – Михайлова А.І., д.е.н., професор