

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДНІПРОПЕТРОВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ
АГРАРНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

ДЕМЧУК ОЛЕНА МИКОЛАЇВНА

УДК 65.011.4:658.8:637.1

**ЕФЕКТИВНІСТЬ ПЕРЕРОБКИ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ МОЛОКА
В АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ**

Спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами
(за видами економічної діяльності)

А В Т О Р Е Ф Е Р А Т
дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

Дніпропетровськ – 2016

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана у Таврійському державному агротехнологічному університеті Міністерства освіти і науки України.

Науковий керівник доктор економічних наук, доцент
Легеза Дар'я Георгіївна,
Таврійський державний агротехнологічний
університет, завідувач кафедри маркетингу

Офіційні опоненти: доктор економічних наук, професор
Михайлова Любов Іванівна,
Сумський національний аграрний університет,
завідувач кафедри менеджменту ЗЕД та
євроінтеграції

кандидат економічних наук, доцент
Воловик Ірина Анатоліївна,
Дніпропетровський державний аграрно-економічний
університет, доцент кафедри менеджменту
організацій

Захист дисертації відбудеться 8 липня 2016 р. о 9⁰⁰ год. на засіданні спеціалізованої вченої ради К 08.804.01 у Дніпропетровському державному аграрно-економічному університеті за адресою: 49600, м. Дніпропетровськ, вул. ім. Ворошилова, 25, ауд. 342.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету за адресою: 49600, м. Дніпропетровськ, вул. ім. Ворошилова, 25,

Автореферат розісланий 7 червня 2016 р.

Вчений секретар
спеціалізованої вченої ради,
д.е.н., професор

Н.І. Демчук

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Розвиток аграрного сектору України передбачає орієнтацію врахування впливу чинників, які обумовлюють стабілізацію й розширення ринків збуту вітчизняної продукції в умовах глобалізації економіки. Сучасна ситуація, що характеризується поступовим зменшенням обсягів пропозиції кінцевої продукції на ринку та неповним забезпеченням населення незамінними продуктами харчування, потребує розв'язання низки проблем щодо коригування дій аграрних підприємств відповідно до змін у маркетинговому середовищі. Відсутність інноваційних технологій у переробці молока, підтримки державою розвитку сировинної бази в регіонах, дотримання вимог до якості готової продукції та ефективних комунікативних систем між виробником і споживачем загострює проблему повної взаємодії попиту та пропозиції на ринку молока. Саме врахування впливу факторів маркетингового середовища на мікро- та макрорівні має бути покладено в основу подальшої стратегії розвитку аграрних підприємств та прогнозуванні їхніх ризиків на ринку за умов поглиблення євроінтеграції.

Актуальність теми дисертації, значимість для науки і практики у сфері ефективності переробки та реалізації продукції полягає в поглибленні методичних основ дослідження діяльності аграрних підприємств на ринку молока та впровадженні маркетингових заходів у стратегію розвитку на рівні окремих підприємств і регіонів.

Дослідженню загальнометодичних аспектів оцінки економічної ефективності аграрних підприємств присвячено багато праць, зокрема таких вітчизняних учених, як: О. Воронін, Т. Голубєва, Ф. Зінов'єв, І. Колос, А. Турило, С. Ліновицька, Л. Лігоненко, І. Макаренко, М. Малік, П. Саблук. Питання методичного забезпечення оцінки економічної ефективності діяльності підприємств різних галузей АПК вивчають Н. Аверчева, Д. Аранчій, А. Бутенко, І. Воловик, Г. Карпінська, А. Гончарук, В. Дієсперов, А. Дорошенко, Д. Легеза, Н. Лавренюк, Л. Михайлова, О. Русак, О. Шинкаренко, О. Шпичак.

Питання оцінки ефективності діяльності підприємств у сфері виробництва, переробки та реалізації молока знайшли відображення у роботах вітчизняних авторів: Т. Божидарнік, Є. Гнатенко, В. Гринчук, А. Железняк, О. Кравченко, Н. Коваль, Н. Козонак, Т. Миронюк, О. Одінцов, Т. Паневік, О. Пилипчук, І. Свиноус, Д. Толстопятова, Д. Харківський, А. Череп, О. Шинкаренко, С. Шкарлет, Ю. Чепуль, Т. Яхно.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційна робота виконана в межах наукової тематики Таврійського державного агротехнологічного університету за темою «Розробити науково-теоретичні і методологічні основи конкурентоспроможного агропромислового виробництва та сталого розвитку сільських територій на інноваційній основі» (номер державної реєстрації 0111U002540), у межах якої автором досліджено діяльність аграрних підприємств на ринку молока, визначено вплив факторів макросередовища на діяльність переробних підприємств, обґрунтовано модель поведінки споживача з урахуванням соціальних та демографічних факторів.

Мета і задачі дослідження. Метою дослідження є наукове обґрунтування теоретичних та методичних аспектів ефективності переробки та реалізації молока в аграрних підприємствах і розробка практичних рекомендацій щодо стратегії розвитку аграрних підприємств в сучасному ринковому середовищі.

Для досягнення поставленої мети були визначено та вирішено такі завдання:

- поглибити розуміння сутності ефективності виробництва на основі опрацювання наукових підходів до визначення економічних понять «ефективність переробки та реалізації молока» та «аграрне підприємство»;
- навести класифікацію системи факторів, які впливають на рівень ефективності переробки та реалізації молока, для ідентифікації ключових напрямів стратегії розвитку аграрних підприємств;
- обґрунтувати методичні підходи і сформулювати набір методів та інструментів щодо оцінки ефективності переробки та реалізації молока в аграрних підприємствах;
- проаналізувати умови переробки та реалізації молока аграрними підприємствами для визначення стратегічних напрямів їх розвитку;
- охарактеризувати рівень впливу факторів маркетингового середовища на ринку молока на діяльність аграрних підприємств для виявлення альтернатив їх функціонування та подальшого розвитку;
- дослідити сучасний рівень ефективності переробки та реалізації молока в аграрних підприємствах з метою пошуку напрямів її підвищення;
- обґрунтувати модель поведінки споживачів на ринку молока та молочної продукції для формування подальшої стратегії розвитку аграрних підприємств;
- обґрунтувати стратегію розвитку аграрних підприємств з переробки та реалізації молока з урахуванням впливу факторів маркетингового середовища;
- удосконалити напрями підвищення ефективності переробки та реалізації молока згідно стратегії розвитку аграрних підприємств.

Об'єктом дослідження є процес переробки та реалізації молока аграрними підприємствами в сучасних умовах.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних і практичних засад підвищення ефективності переробки та реалізації молока в аграрних підприємствах.

Методи дослідження. Методологічною основою дисертаційного дослідження стали фундаментальні положення теорії ефективності виробництва, які висвітлено у працях вітчизняних та іноземних учених із проблем формування і функціонування аграрних підприємств. Теоретичною базою дослідження є діалектичний метод пізнання та системний підхід до вивчення економічних явищ з використанням сучасних концепцій ефективності переробки та реалізації молока.

Для вирішених поставлених у дисертаційному дослідженні задач використовувалися загальнонаукові та спеціальні методи: абстрактно-логічний – для поглиблення сутності ефективності переробки та реалізації молока; монографічний (для вивчення механізму реалізації молока окремими аграрними підприємствами), експертний аналіз (при обґрунтуванні факторів макро- та мікросередовища на ринку молока), спостереження (при визначенні споживчих переваг на ринку молока), анкетування (при розробці моделі поведінки споживача) економіко-статистичний

(при аналізі умов діяльності аграрних підприємств на ринку молока), розрахунково-конструктивний (при обґрунтуванні напрямів підвищення ефективності переробки та реалізації молока), методи індукції, дедукції, системний аналіз, аналіз і синтез (при виявленні резервів ефективності переробки та реалізації молока за регіонами й обсягами реалізації), методи БКГ, Мак-Кінсі, Shell (при обґрунтуванні стратегії розвитку аграрних підприємств), модель ієрархії (для встановлення впливу факторів маркетингового середовища за різними напрямками підвищення ефективності), метод математичного моделювання «теорія гри» (при визначенні оптимальної стратегії розвитку аграрних підприємств за впливом основних факторів маркетингового середовища), абстрактно-логічний (для теоретичного узагальнення та формулювання висновків і рекомендацій).

Інформаційною базою дослідження були законодавчі та нормативні акти України, статистичні дані Державної служби статистики України, Міністерства аграрної політики та продовольства України, первинна документація підприємств, наукові праці вітчизняних та іноземних авторів.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в системному обґрунтуванні теоретико-методичних положень та розробленні практичних рекомендацій, які в сукупності вирішують наукове завдання підвищення ефективності переробки та реалізації молока в аграрних підприємствах з урахуванням вимог внутрішнього ринку і поглиблення євроінтеграційних процесів. Результати дослідження, що містять наукову новизну, полягають у наступному:

Вперше:

– обґрунтовано модель стратегічного розвитку аграрних підприємств, яка базується на прийнятті рішень згідно з принципами ієрархії та враховує основні фактори зовнішнього середовища, що впливають на рентабельність продажу молока (С.13-14).

Удосконалено:

– теоретичні підходи щодо тлумачення поняття «аграрні підприємства» у сучасних ринкових умовах, що визначається як суб'єкти господарювання агропромислового комплексу з виробництва, переробки та реалізації молока і молочних продуктів на промисловій основі, і, на відміну від інших категорій, є комплексом підприємств, що пропонують на ринку молоко (як сировину) та готову кінцеву продукцію (упаковані молочні продукти) і не використовують їх для власного споживання (С. 6);

– методика оцінки ефективності переробки і реалізації молока в аграрних підприємствах через класифікацію показників за процесами виробництва сировини, переробки та реалізації продукції сільськогосподарських і переробних підприємств, що дає можливість порівняти діяльність аграрних підприємств за часом та суб'єктами господарювання на різних етапах товаропросування (С. 8, 12, 15).

Набули подальшого розвитку:

– змістовне наповнення поняття «ефективність» через його поглиблення як ефективності переробки та реалізації молока аграрними підприємствами, під якою розуміють результативність суб'єктів господарювання у процесі створення доданої вартості товару, що передбачає просування кінцевого продукту, виготовленого на промисловій основі (С. 6);

– методичні підходи до аналізу групи факторів маркетингового середовища на мікро та макрорівні у кількісному виразі, що дає змогу порівняти їх вплив, обґрунтувати напрями подальшого розвитку, які враховують як загрози, так і можливості аграрних підприємств на ринку молока, а також, на відміну від інших методичних підходів, є основою для моделі ієрархії факторів маркетингового середовища (С. 7-8, 10-11);

– методичні підходи до аналізу впливу факторів на ефективність переробки молока через використання кореляційно-регресійного аналізу, який на відміну від інших враховує зональну спеціалізацію регіонів у виробництві молока, самозабезпечення населення, розташування споживачів, ціни реалізації продукції, продуктивність тварин, що надає можливість виявити кластери аграрних підприємств за природно-економічними зонами (С. 9);

– методичні підходи щодо аналізу ефективності реалізації продукції аграрними підприємствами через введення показника частки витрат на збут у розрахунку на одиницю продукції, який обчислюється як відношення різниці між повною й виробничою собівартістю реалізованої продукції до обсягу реалізації, що поглиблює дослідження ефективності реалізації продукції й визначає рівень логістичної та маркетингової діяльності аграрного підприємства (С.8-9);

– засади формування моделі поведінки споживача, які полягають у комплексному визначенні характерних ознак типового споживача молока та молочної продукції на основі анкетного спостереження, що є підставою для подальшого формування стратегії розвитку аграрних підприємств з метою повного задоволення споживачів і збільшення прибутковості (С. 13);

– обґрунтування ефективності реалізації та переробки молока на прикладі аграрного підприємства, що полягає у виборі моделі прийняття рішення методом теорії гри і, на відміну від існуючих, враховує стратегічні зміни у невизначеному середовищі (С. 14-15).

Практичне значення одержаних результатів полягає в можливості практичного використання запропонованих підходів, методів і показників для формування стратегії розвитку аграрних підприємств, що спрямована на забезпечення системи управління ефективністю переробки та реалізації молока.

Основні наукові положення і висновки автора щодо впровадження екологічної упаковки та її вплив на покращення якості зберігання молока та споживчих переваг у роздрібній торгівлі розглянуто та затверджено дирекцією регіонального роздрібного відділу мережі супермаркетів «Сільпо» (довідка № 05-01 від 12 січня 2016 р.). Пропозиції та рекомендації щодо впливу інноваційних видів молочної продукції на підвищення ефективності реалізації молока розглянуто та затверджено керівництвом ПП «Молокозавод-Олком» (довідка № 06/12 від 23 грудня 2015 р.). Рекомендації щодо використання нової упаковки для поліпшення критеріїв споживчої якості, покращення умов зберігання та транспортування молока розглянуто й затверджено керівництвом ПАТ «Племзавод «Степной» (довідка № 696 від 22 січня 2016 р.)

Методичні підходи щодо формування взаємовідносин між сільськогосподарськими та переробними підприємствами з метою забезпечення якісною сировиною використовуються у роботі Управління агропромислового розвитку Мелітопольської районної державної адміністрації Запорізької області

(довідка № 01-06/66 від 16 грудня 2015 р.). Наукові розробки щодо методики аналізу впливу маркетингових факторів на реалізацію молока та молочної продукції знайшли застосування у роботі Департаменту агропромислового розвитку Запорізької обласної державної адміністрації (довідка № 02-00/0502 від 28 січня 2016 р.).

Окремі результати дослідження впроваджено Таврійським державним агротехнологічним університетом у навчальному процесі при викладанні курсів «Маркетингова політика розподілу», «Маркетингова товарна політика» та «Маркетингові дослідження» (довідка № 66/4 – 1232 від 10.11.2015р.).

Особистий внесок здобувача. Дисертаційна робота є самостійно виконаною науковою працею, в якій викладено авторський підхід до вирішення проблеми підвищення ефективності переробки та реалізації молока аграрними підприємствами. Наукові результати дослідження, що відображені в дисертації та виносяться на захист, є особистими розробками й належать автору. З наукових праць, опублікованих у співавторстві, в роботі використані лише ті ідеї та положення, які є результатом особистої роботи здобувача.

Апробація результатів дисертації. Основні положення та результати досліджень доповідались і обговорювались на міжвузівських, всеукраїнських та міжнародних конференціях: всеукраїнській науково-практичній конференції «Особливості соціально-економічного розвитку України та регіонів: 2005» (м. Запоріжжя, 2005 р.); всеукраїнській науково-практичній конференції «Особливості соціально-економічного розвитку України та регіонів: 2006» (м. Запоріжжя, 2006 р.); XVI Міжвузівській студентській науковій конференції «Економічні проблеми сучасного суспільства та шляхи їх подолання» (м. Запоріжжя, 2006 р.); III Міжнародній науково-практичній конференції «Теорія та практика економіки й підприємництва» (м. Алушта, 2006 р.); IV Міжнародній науково-практичній конференції «Теорія та практика економіки й підприємництва» (м. Алушта, 2007 р.); XVI Міжнародній науковій конференції молодих науковців «Економічні проблеми сучасного суспільства та шляхи їх подолання» (м. Запоріжжя, 2008 р.); VII Міжнародній науково-практичній конференції «Актуальні проблеми та перспективи розвитку економіки України» (м. Алушта, 2008 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Формування ринкових механізмів господарювання» (м. Запоріжжя, 2008 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Фінансово-економічні проблеми розвитку сільських територій» (м. Мелітополь, 2014 р.).

Публікації. За результатами проведених досліджень здобувачем опубліковано 18 наукових праць загальним обсягом 4,28 друк. арк., з яких 6 статей у наукових фахових виданнях України обсягом 1,8 друк. арк., 1 стаття в іноземному фаховому виданні обсягом 0,35 друк. арк., 9 тез наукових конференцій обсягом 1,08 друк. арк. та 2 статті в інших наукових виданнях обсягом 1,05 друк. арк.

Структура і обсяг дисертаційної роботи. Дисертаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, що налічує 185 найменувань на 23 сторінках, додатків. Основна частина дисертації викладена на 183 сторінках комп'ютерного тексту. Робота містить 67 таблиць, 47 рисунків і 14 додатків на 46 сторінках.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми дослідження, визначено мету, задачі, об'єкт і предмет дослідження, розкрито наукову новизну та практичне значення одержаних результатів, наведено відомості щодо їх апробації, окреслено особистий внесок здобувача.

У першому розділі «**Теоретико-методичні основи ефективності переробки та реалізації молока в аграрних підприємствах**» поглиблено сутність економічної категорії «ефективність виробництва», визначено специфічні особливості формування ефективної діяльності підприємств з переробки і реалізації молока, обґрунтовано методичні підходи щодо дослідження економічної ефективності діяльності аграрних підприємств.

Теоретичні узагальнення вчених-економістів дають підстави стверджувати, що у вітчизняній літературі відсутнє універсальне, загальноприйняте поняття ефективності процесів переробки і реалізації продукції. Досліджено, що ефективність розглядається за основним процесом підприємства – виробництвом, що звужує пошук резервів щодо запровадження логістичних та маркетингових заходів в аграрних підприємствах. Більшість іноземних учених не розмежовують показники ефективності та фактори, що на них впливають, залежно від процесів діяльності.

На основі результатів узагальнення літературних джерел та власних досліджень обґрунтовано висновок, що ефективність переробки та реалізації молока розглядається як результативність суб'єктів господарювання у процесі створення доданої вартості товару, що передбачає просування кінцевого продукту, виготовленого на промисловій основі. Це означає, що ефективність розглядається у ланцюгу – виробництва молока як сировини – переробки молока як готової продукції та просування молока як кінцевого продукту. Ефективність переробки та реалізації молока досліджується за комплексним підходом, який передбачає аналіз показників і виявлення факторів впливу на споживчий ринок молока.

Дослідженнями підтверджено, що в сучасних ринкових умовах, коли економіка країни зорієнтована на поглиблення євроінтеграційних відносин, недоцільно розділяти процес виробництва, переробки та реалізації молока за видами підприємств, галузями та секторами. У роботі обґрунтовано, що такий процес необхідно розглядати з позиції агропромислового комплексу, що включає діяльність на ринку сільськогосподарських підприємств з виробництва молока як сировини, інтегрованих сільськогосподарських підприємств з виробництва та переробки молока, а також переробних підприємств, які формують на ринку повний асортимент молока та молочної продукції. Сутність категорії «аграрне підприємство» не регламентується нормативно-правовими актами, стосовно цього відсутня єдина позиція серед вітчизняних учених. Спираючись на результати досліджень, запропоновано тлумачення аграрного підприємства як суб'єкта господарювання агропромислового комплексу з виробництва молока і молочних продуктів, який пропонують на ринку молоко (як сировину) та готову кінцеву продукцію (упаковані молочні продукти) і не використовують їх для власного споживання.

Обґрунтовано, що ефективність переробки та реалізації молока розглядається на мікро- та макрорівні маркетингового середовища. Систематизовано фактори, що впливають на ефективність залежно від вказаних рівнів (рис. 1).



Рис 1. Комплекс впливу факторів мікро- та макросередовища на стан ринку молока

Джерело: власні узагальнення автора

У дисертаційній роботі наголошується, що фактори маркетингового середовища по-різному впливають на ефективність діяльності підприємств залежно від галузі, суб'єктів господарювання та умов ринку. На основі узагальнення автором вітчизняних методик запропоновано методичний підхід щодо кількісного аналізу впливу факторів маркетингового середовища на ефективність переробки та реалізації молока в аграрних підприємствах.

Методичний підхід передбачає такі етапи:

1. Наведення переліку факторів, що надають реальний та потенційний вплив на ефективність переробки та реалізації молока у сучасних умовах.
2. Групування факторів за ознаками (нормативні, екологічні, природні, конкуренти, споживачі тощо).
3. Виявлення характеру впливу факторів (загроза для підприємств або потенційна можливість їх подальшого розвитку).

4. Визначення рівня впливу факторів експертним методом (від 1 до 10 балів) на основі опитування керівників аграрних підприємств та суб'єктів ринкової та виробничої інфраструктури.

5. Обґрунтування шляхів подолання загроз чи використання існуючих можливостей.

6. Визначення рівня вагомості факторів методом їх попарного порівняння окремо на мікро- рівні та макрорівні.

7. Виявлення факторів, що здійснюють найбільший позитивний чи негативний вплив на діяльність аграрних підприємств, що займаються переробкою та реалізацією молока.

8. Групування напрямів підвищення ефективності за функціональними факторними ознаками.

9. Моделювання процесу розвитку аграрного підприємства та підвищення ефективності переробки та реалізації молока.

Залежно від типу підприємств автором запропоновано класифікацію показників, що характеризують ефективність переробки та реалізації продукції (рис 2).

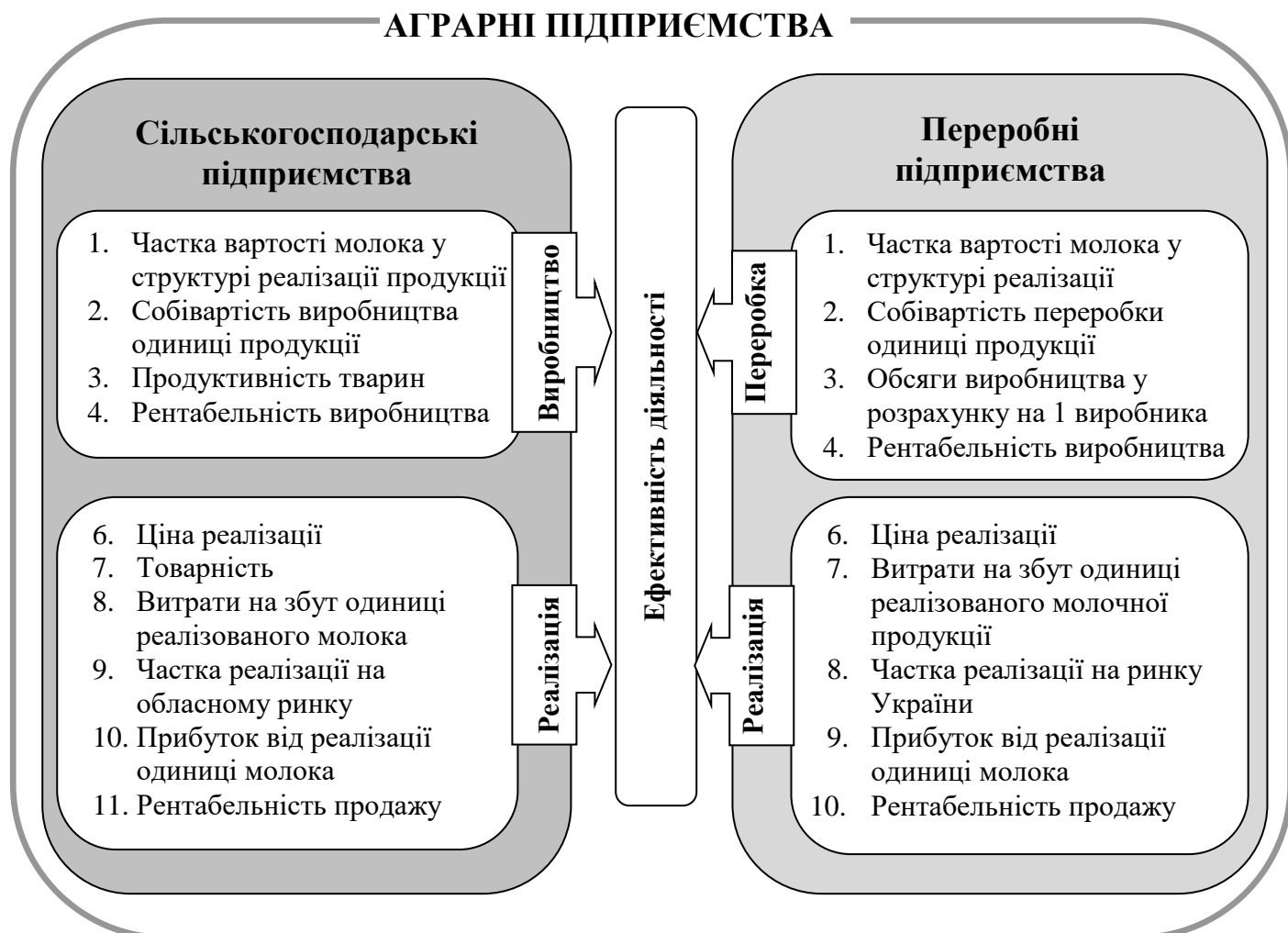


Рис 2. Показники ефективності переробки та реалізації молока аграрними підприємствами

Джерело: власні узагальнення автора

Для поглибленого дослідження ефективності реалізації молока у дисертаційній роботі апробовано показник витрат на збут однієї одиниці реалізованої продукції, який розраховується за формулою:

$$E_{cd} = \frac{C_d - C_p}{V_d}, \quad (1)$$

E_{cd} – витрати на збут одиниці реалізованої продукції, грн/т;

C_t – повна собівартість реалізованої продукції, грн;

C_p – виробнича собівартість реалізованої продукції, грн;

V_d – обсяги реалізованої продукції, т.

Запропонований показник дає можливість виявити результати маркетингової та логістичної діяльності аграрних підприємств та рівень витрат на просування, транспортування та зберігання молока і молочної продукції.

У другому розділі «**Стан переробки та реалізації молока в аграрних підприємствах**» розглянуто умови функціонування аграрних підприємств з переробки та реалізації молока, проаналізовано ефективність переробки та реалізації молока в аграрних підприємствах, виявлено вплив факторів маркетингового середовища на мікро та макрорівні на діяльність аграрних підприємств.

Незважаючи на поступове зменшення поголів'я корів у сільськогосподарських підприємствах у 2010 – 2014 рр., простежується зростання основних показників розвитку молокопереробної галузі. Так, при зменшенні поголів'я корів на 10% виробництво молока у сільськогосподарських підприємствах за вказаний період збільшилося на 19,5%. У процесі дослідження виявлено тенденцію до збільшення приросту виручки в сільськогосподарських підприємствах порівняно із приростом вартості реалізованої продукції в переробних підприємствах. Така ситуація свідчить про зосередження більшої частки кінцевого продукту – молока – на рівні сільськогосподарських підприємств.

У роботі виявлено залежність роздрібного товарообороту молока у розрахунку на одну особу від факторів, що на нього впливають (продовольчі магазини у розрахунку на 1000 осіб, частка міського населення, ціна реалізації молока сільськогосподарськими підприємствами, надій молока в середньому на 1 корову, частка домогосподарств, що утримують худобу). Дослідження проведено автором за результатами діяльності аграрних підприємств на рівні природно-економічних зон України із застосування кореляційно-регресійного аналізу.

За результатами розрахунків одержано модель:

$$y = 332,98 + 20,31x_1 + 2,67x_2 + 0,795x_3 + 0,29x_4 - 0,47x_5 \quad (2)$$

За умови активізації роботи нового продовольчого магазину у розрахунку на 1 тис. осіб, роздрібний товарооборот збільшиться на 20 тис. грн/осіб., за умови збільшення 1% міських жителів в Україні – на 2,67 тис. грн/осіб. Водночас спостережено негативний вплив збільшення виробництва молока серед домогосподарств. Значення коефіцієнту детермінації свідчить, що рівень роздрібного товарообороту на 64,8% обумовлюється врахованими ознаками. В результаті дослідження виявлено три типові кластери за рівнем товарообороту

молока в розрахунку на одну особу, продуктивності тварин та частки міського населення в області. Типовими регіонами для кожного кластера є Дніпропетровська, Черкаська та Запорізька області.

Визначено, що середня ціна реалізації молока сільськогосподарськими підприємствами у 2014 р. становила 3558 грн. за тонну, і порівняно із 2010 р. вона зросла на 619,7 грн або на 21,1%. Виявлено, що на регіональному ринку відбувається монополістичне встановлення ціни на сировину з боку регіональних переробних підприємств, а це значно знижує її рівень. Доведено, що виробництво та реалізація молока у сільськогосподарських підприємствах України є рентабельними, однак за 2010 – 2014 рр. рівень рентабельності не перевищував 20%. Відповідно у роботі наголошується на низькому рівні рентабельності виробництва переробних підприємств, який за досліджуваний період не перевищив 6,7%, а у 2010 – 2011 рр. переробка молока була збитковою.

Результати аналізу кількісного впливу факторів мікро та макросередовища на ефективність переробки та реалізації молока і молочних продуктів наведено в табл. 1.

Результати досліджень показали, що основним є вплив факторів макросередовища, які за експертною оцінкою мають 83,6 балів із 150-ти, або 55,7%. У сучасних ринкових умовах домінування впливу макросередовища на вітчизняному молочному ринку свідчить про неможливість реагування на зміни зовнішнього середовища окремо взятого аграрного підприємства. За потенційним впливом, ринок має можливості для розвитку аграрних підприємств молочної галузі (40,79 балів) у разі активізації програм розвитку на регіональному ринку.

Встановлено, що фактори мікросередовища мають менший вплив. Виявлено перевагу негативного впливу за групою факторів «постачальники» (15 балів із 66,4, або 22,6%) через неповну завантаженість потужностей переробних підприємств, зменшення, а в деяких регіонах відмова від утримання поголів'я корів у сільськогосподарських підприємствах, низьку якість сировини та відсутність налагоджених логістичних потоків. Виявлено, що діяльність конкурентів негативно впливає на показники досліджуваних аграрних підприємств: на переробні підприємства – через широкий асортимент продукції, наявність іноземних інвестицій у більшості конкурентів, на сільськогосподарські підприємства – через нерегульовану реалізацію молока домогосподарствами, збільшення частки аграрних холдингів на ринку молока.

Результати факторного аналізу покладено в основу формування напрямів підвищення ефективності діяльності аграрних підприємств з урахуванням можливостей та загроз, що існують на ринку молока: проведення заходів з впровадження інноваційних технологій переробки молока; налагодження довгострокових надійних зв'язків між постачальниками сировини та виробниками готової продукції; утримання та збільшення частки ринку за рахунок маркетингових заходів; збільшення обсягів реалізації продукції та запровадження нового асортименту; просування конкурентоспроможної якісної продукції під власною торговою маркою; активізація фінансової державної та корпоративної підтримки щодо модернізації галузі.

Вплив факторів маркетингового середовища на ефективність діяльності аграрних підприємств з переробки та реалізації молока

Група факторів, основні фактори	Кількісна оцінка	
	Загроза	Можливість
МАКРОСЕРЕДОВИЩЕ	42,81	40,79
Нормативно-правові фактори: нормативно-правові акти щодо розвитку молочної галузі та підприємництва, програми розвитку регіонів, стандарти продукції	4,59	15,64
Економічні фактори: економічна криза, зниження купівельної спроможності споживачів, зростання обсягів імпортованої продукції, фальсифікація товару	18,0	5,25
Демографічні фактори: міграція населення, високий рівень урбанізації	3,6	0,96
Соціально-культурні фактори: споживчі переваги відповідно до соціальних класів, здоровий спосіб життя та культурні звичаї	1,12	7,7
Природно-екологічні фактори: зменшення поголів'я, вимоги до якості сировини, сезонність виробництва, забрудненість навколишнього природного середовища	10,64	3,5
Науково-технологічні фактори: інноваційні технології переробки, використання спеціалізованого транспорту для збереження якості молока, маркетингові підходи просування молока	4,86	7,74
Разом за факторами макросередовища	83,6	
МІКРОСЕРЕДОВИЩЕ	37,8	28,6
Конкуренти: виробництво у домогосподарствах, захоплення ринку іноземними підприємствами, великий асортимент продукції.	16,8	4,2
Постачальники: завантаженість потужностей переробних підприємств, кількість постачальників молока, розміри поголів'я у сільськогосподарських підприємствах, закупівельні ціни, логістична система постачання-збут	15,0	4,8
Споживачі: якість продукції, попит на молоко та молочну продукцію, гарантовані канали реалізації, сезонність споживання	4,2	16,5
Контактні аудиторії: взаємозв'язки з державними органами влади, консультаційні та фінансові послуги	1,8	3,1
Разом за факторами мікросередовища	66,4	

Джерело: власні дослідження автора

Проведений факторний аналіз дає можливість ґрунтовно оцінити ефективність переробки та реалізації молока в аграрних підприємствах (табл. 2).

Ефективність реалізації молока у переробних підприємствах практично залежить від його собівартості. Собівартість переробки молока на рівні 7,7 тис. грн. за тону у ПАТ «Юрія» в 2014 р. перевищувала ціну реалізації на 1 тис. грн, що стало основною причиною збитковості підприємства у поточному році. Виявлено, що на переробних підприємствах частка вартості сировини у структурі собівартості кінцевої продукції перевищує 70%. На відміну від ПАТ «Юрія» у двох інших досліджуваних підприємствах частка реалізації молока в загальному доході перевищує 25%, що дозволяє якісніше використовувати трудові ресурси та наявні виробничі фонди.

**Ефективність переробки та реалізації молока
переробними підприємствами, 2014 р.**

Показник	Підприємство, область		
	ТОВ «Молочний дім», Дніпропетровська область	ПАТ «Юрія», Черкаська область	ПП «Молокозавод- Олком», Запорізька область
Ефективність переробки			
Частка вартості молока у структурі реалізації, %	29,8	17,1	20,6
Собівартість переробки 1 тони молока, тис грн	5,5	7,7	6,5
Обсяги виробництва у розрахунку на 1 виробника, т	49,6	15,4	12,7
Рентабельність (збитковість) виробництва, %	24,6	-13,3	19,0
Ефективність реалізації			
Ціна реалізації 1 тони, тис грн;	6,8	6,7	7,7
Витрати на збут 1 тони реалізованого молока, тис грн	0,4	0,9	0,6
Частка реалізації на ринку України, %	0,8	1,9	0,4
Прибуток (збиток) від реалізації 1 тони молока, тис грн	1,3	-1,0	1,2
Рентабельність (збитковість) продажу, %	19,8	-15,3	16,0

Джерело: власні розрахунки автора за даними статистичної звітності підприємств

У роботі проведено поглиблене дослідження діяльності двох сільськогосподарських підприємств, що спеціалізуються на виробництві молока та мають неповний логістичний цикл: виробництво-переробка (ПАТ «Племзавод «Степной») та виробництво-реалізація (ТОВ «СВК «Фрунзе») (табл. 3).

**Ефективність виробництва та реалізації молока
в сільськогосподарських підприємствах Запорізької області, 2014 р.**

Показники	ТОВ «СВК «Фрунзе»	ПАТ «Племзавод «Степной»
Ефективність виробництва		
Частка вартості молока у структурі реалізації, %	14,2	3,0
Собівартість виробництва 1 т молока, тис. грн	2,6	2,6
Продуктивність виробництва, тон/гол.	0,25	0,8
Рентабельність виробництва, %	31,9	31,1
Ефективність реалізації		
Ціна реалізації 1 т, тис грн	3,5	3,7
Товарність, %	85,9	10,8
Витрати на збут 1 тони реалізованого молока, тис грн	1,1	0,19
Частка реалізації на регіональному ринку (Запорізька область), %	4,4	2,2
Прибуток від реалізації 1 тони молока, тис грн	0,85	0,87
Рентабельність продажу, %	24,2	23,7

Джерело: власні розрахунки автора за даними статистичної звітності підприємств

У роботі наголошується, що резерви поєднання логістичних процесів на базі сільськогосподарських підприємств дають можливість забезпечити ефективну переробку та реалізацію молока навіть у природно-економічних умовах, які не сприяють розвитку молочної галузі.

Дослідження свідчать, що власна мережа торгівлі на обласному рівні у ТОВ «СВК «Фрунзе» дозволяє реалізувати щороку понад 80% товарного молока з часткою на обласному ринку не менш як 4% та за таких умов витратити на його реалізацію практично 1 копійку у розрахунку на 1 кілограм. Спеціалізація ПАТ «Племзавод «Степной» щодо переробці та промислової реалізації молока свідчить, що висока продуктивність корів та якість молока дозволяє одержувати прибуток у розмірі 0,87 тис грн/т за рівня рентабельності продажу 23,7%.

Результати дослідження підтверджують високу залежність ефективності переробки та реалізації молока в сучасних умовах від тісноти зв'язків між сільськогосподарськими та переробними підприємствами, широти асортименту молочної продукції, застосування інноваційних технологій переробки та реалізації молока, а також стабільного попиту на ринку. Врахування цих та інших факторів дає можливість розробити стратегію розвитку аграрних підприємств для подальшого підвищення ефективності їх діяльності на ринку.

У третьому розділі **«Напрями підвищення ефективності переробки та реалізації молока»** розроблено модель поведінки споживача на ринку молока та молокопродуктів, на основі якої обґрунтовано стратегії розвитку аграрних підприємств та виявлено напрями підвищення ефективності переробки та реалізації молока.

Опитування споживачів показало, що молочна продукція у харчуванні людей знаходиться на першому місці, особливо у раціоні дітей. Тому вважаємо за доцільне розширити асортимент молокопереробних підприємств, що підвищить їх ефективність та конкурентоспроможність. Серед повного асортименту молочної продукції 23% опитаних споживачів надають перевагу молоку. Кисломолочну категорію (йогурти, сирки з наповнювачами) респонденти вважають деякою мірою розкішною, тому для цього сегменту необхідно розробити конкурентну цінову стратегію. Більшість споживачів віддають перевагу вітчизняним виробникам 68% респондентів схвально сприйняли рішення молокопереробних підприємств щодо розширення їх асортименту, що вказує на достатню кількість потенційних покупців молочної продукції.

Дослідженням було виявлено, що на вибір місця купівлі впливають рівень цін (66%), широта асортименту (54%) та якість продукції (44%). Виявлено, що великим попитом користується молочна продукція в пластикових пляшках (33%) і в картонній упаковці Pur –Pack (30%).

З метою подальшого підвищення ефективності переробки та реалізації молока у роботі обґрунтовано стратегії розвитку аграрних підприємств. Встановлено, що для більшості видів продукції ПАТ «Юрія» та ТОВ «Молочний дім» характерний високий темп зростання обсягів реалізації. Зазначено, що такі аграрні підприємства у подальшому можуть формувати товарну політику через завоювання нових сегментів ринку за соціографічними та демографічними факторами. Обґрунтовано, що ПП «Молокозавод-Олком» має збільшити витрати на просування й поліпшення

якості продукції, підвищення її конкурентоспроможності, удосконалення збутової політики підприємства через низьку частку ринку з одночасним збільшенням обсягів реалізації. Зазначено, що для ТОВ «Молочний дім» і ПП «Молокозавод – Олком» ефективною буде стратегія вибіркового розвитку через удосконалення товарної політики підприємства та інвестування у ті сегменти, де прибутковість висока, а ризик – малий. Для ПАТ «Юрія» ефективною буде стратегія розвитку через підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства.

У результаті дослідження визначено, що, зважаючи на невеликі обсяги реалізації, фінансові можливості та звужений асортимент молочної продукції сільськогосподарських підприємств порівняно із переробними навіть на регіональному ринку не можливо вести конкурентну боротьбу, а отже, унеможлиблюється процес входження підприємств на ринок та завоювання прихильності споживачів. На основі стратегічного аналізу запропоновано впровадження нових технологічних розробок з метою зниження витрат і забезпечення конкурентних переваг продукції, яка буде відрізнятися від аналогічних товарів конкурентів.

Для узагальнення та виявлення основних факторів, що впливають на ефективність діяльності аграрних підприємств, у роботі розроблено модель ієрархії. Концептуальне позиціонування факторів базується на п'ятиступінчастому порівнянні взаємозв'язків середовища, груп факторів, самих факторів, та напрямів підвищення ефективності. Згідно проведеного факторного аналізу у другому розділі обґрунтовано напрями підвищення ефективності переробки та реалізації молока в аграрних підприємствах, а саме: впровадження інноваційних технологій переробки молока, налагодження довгострокових надійних зв'язків між постачальниками сировини та переробниками, утримання та збільшення частки ринку за рахунок маркетингових заходів, збільшення обсягів реалізації молока, пропозиція конкурентоспроможної якісної продукції під власною торговою маркою, активізація фінансової підтримки аграрних підприємств щодо модернізації галузі. В результаті проведеного моделювання виявлено вплив таких факторів як наявність на ринку іноземних виробників, зменшення обсягів виробництва молока у сільськогосподарських підприємств, застарілі технології виробництва та переробки молока, сезонність споживання та виробництва. Результати моделювання показали, що згідно вектору глобального пріоритету альтернативними напрямами підвищення ефективності виступають впровадження інноваційних технологій переробки молока (0,2068), збільшення обсягів реалізації (0,1864) та активізація маркетингових заходів (0,1858).

Результати моделі ієрархії покладені в основу вибору стратегії розвитку окремих аграрних підприємств за принципами математичного моделювання прийняття рішень методом теорії гри, що передбачала зіставлення отриманих вагомих факторів маркетингового середовища та обраних стратегій розвитку підприємств. Апробація пропозицій щодо виявлення напрямів підвищення ефективності ґрунтується на результатах діяльності ПП «Молокозавод-Олком» та ПАТ «Племзавод «Степной». За розрахунками максимальна рентабельність продажу у досліджуваних підприємствах буде отримана при впровадженні нових технологій

переробки молока, що відповідно дорівнює 20 та 25%, а також при використанні високоякісної упаковки молока – 15 та 35%.

У роботі розраховано ефективність впровадження інноваційних технологій переробки молока у м'які сири із добавками та упаковки молока системою Eco-Lean (табл. 4).

Таблиця 4

**Ефективність переробки та реалізації молока в аграрних підприємствах
Запорізької області (проект)**

Показники	ПП «Молокозавод- Олком»			ПАТ «Племзавод «Степной»		
	Активізація маркетингових заходів	Впровадження інноваційних технологій	2014	Активізація маркетингових заходів	Впровадження інноваційних технологій	2014
Ефективність переробки						
Частка вартості молока у структурі реалізації, %	20,6	7	20,6	15,7	4	3
Собівартість переробки 1 тони молока, тис. грн	5,8	53,4	6,5	4,6	52,9	2,6
Обсяги виробництва у розрахунку на 1 виробника, т	12,6	1	12,7	7,3	0,7	5,1
Рентабельність виробництва, %	21,4	27,7	19	50,92	29,4	31,1
Ефективність реалізації						
Ціна реалізації 1 тони, грн	8	69,3	7,7	8	69,3	3,7
Витрати на збут 1 тони реалізованої продукції, грн	0,8	0,89	0,6	0,68	0,65	0,2
Частка реалізації на ринку, %	0,4*	0,7*	0,4*	8,3**	0,3**	0,24**
Прибуток від реалізації 1 тони продукції, грн	1,4	15	1,2	2,7	15,7	0,87
Рентабельність продажу, %	17,6	21,7	16	33,74	22,7	23,7

* - частка реалізації на ринку України

** - частка реалізації на ринку Запорізької області

Джерело: власні розрахунки автора

Результати досліджень показали, що запровадження нової упаковки та формування подальшого бренду дають можливість мати у ТОВ «Молокозавод-Олком» 17,6% рентабельності продажу. Водночас, рентабельність продажу більша при запровадженні нової технології виробництва м'яких сирків. У такому разі ефективність використання молока порівняно вища, прибуток від реалізації 1 тони готової продукції – 15 тис. грн. За розрахунками у ПАТ «Племзавод «Степной» буде порівняно вищий рівень ефективності від використання сучасної упаковки, рентабельність виробництва та продажу при цьому відповідно дорівнює 51 та 35%. Наголошено, що при пакуванні молока сільськогосподарське підприємство буде охоплювати 8,3% ринку у Запорізькій області за рахунок збільшення строку реалізації та поліпшення споживчих якостей продукції.

В результаті досліджень встановлено, що за рівними умовами ринку сільськогосподарським підприємствам ефективніше реалізувати молоко у сучасних упаковках, що дає можливість збільшити ціну реалізації порівняно удвічі.

Переробним підприємствам необхідно зосередити свою увагу на інноваційних технологіях для забезпечення конкуренції власної продукції з імпортною за якісними та споживчими ознаками. Незважаючи на високу собівартість, яка дорівнює 53,4 тис. грн. на 1 тону при виробництві м'яких сирків у ПП «Молокозавод-Олком», рентабельність продажу перевищуватиме 20%, що підтверджується результатами моделювання методом теорії гри.

ВИСНОВКИ

В дисертаційній роботі здійснено теоретичні узагальнення і запропоноване нове вирішення науково-прикладного завдання підвищення ефективності переробки та реалізації молока шляхом реалізації стратегії розвитку аграрних підприємств, що є підставою для таких висновків:

1. Поглиблено тлумачення поняття ефективності переробки та реалізації молока, що розглядається як результативність суб'єктів господарювання у процесі створення доданої вартості товару, що передбачає просування готового продукту на промисловій основі. Доведено, що під аграрним підприємством доцільно розуміти суб'єкт господарювання агропромислового комплексу з виробництва молока і молочних продуктів на промисловій основі, і, на відміну від інших категорій, є комплексом підприємств, що пропонують на ринку молоко (як сировину) та готову кінцеву продукцію (упаковані молочні продукти) і не використовують їх для власного споживання.

2. Систематизовано групи факторів, що впливають на підвищення ефективності результатів діяльності аграрних підприємств у маркетинговому середовищі на мікро та макрорівні. На рівні макросередовища згідно з умовами виробництва, переробки та реалізації молока фактори були згруповані за нормативно-правовими, демографічними, соціально-культурними, природно-екологічними та науково-технологічними ознаками. На рівні мікросередовища фактори були розподілені за суб'єктами ринку, а саме конкуренти, постачальники, споживачі, контактні аудиторії.

3. Обґрунтовано методичний підхід до аналізу ефективності переробки та реалізації молока за процесами операційної діяльності (виробництво, переробка та реалізація) в сільськогосподарських і переробних підприємствах. У роботі зазначено, що основними показниками ефективності переробки та реалізації є рентабельність виробництва та продажу. Для поглибленого дослідження ефективності реалізації молока в дисертаційній роботі апробовано показник витрат на збут одиниці реалізованої продукції, розрахований як відношення різниці між повною й виробничою собівартістю реалізованої продукції до обсягу реалізації.

4. Узагальнення результатів аналізу розвитку аграрних підприємств дало можливість встановити, що, незважаючи на поступове зменшення поголів'я корів у сільськогосподарських підприємствах протягом 2010 – 2014 рр., виручка від реалізації молока збільшується як у сільськогосподарських, так і переробних підприємствах. Однак це не обумовлює стабільну ефективність переробки та реалізації, а саме рентабельність виробництва, продажу та прибуток у розрахунку на

одиницю продукції. Згідно з проведеним кореляційно-регресійним та кластерним аналізом визначено регіони за розмірами роздрібного товарообороту в розрахунку на 1 тис. жителів, типовими для яких є Дніпропетровська, Черкаська та Запорізька області.

5. Результати експертних досліджень кількісного впливу факторів маркетингового середовища показали, що основним є вплив факторів макросередовища. Наголошено, що така ситуація свідчить про неможливість реагування на зміни зовнішнього середовища окремо взятого аграрного підприємства. Доведено, що негативний вплив здійснює група економічних факторів. Встановлено, що фактори мікросередовища меншою мірою впливають на результати ефективності переробки та реалізації молока у сучасних умовах. Виявлено негативний вплив групи факторів «постачальники» через неповну завантаженість потужностей переробних підприємств, зменшення, а в деяких регіонах – відмови від утримання поголів'я корів у сільськогосподарських підприємствах, низьку якість сировини та відсутність налагоджених логістичних потоків.

6. У результаті поглибленого дослідження діяльності типових аграрних підприємств, регіони розташування яких обрано на основні кластерного аналізу (Дніпропетровська, Черкаська та Запорізька області), встановлено, що ефективність реалізації молока у переробних підприємствах практично залежить від його собівартості та повного асортименту продукції. Виявлено вплив зменшення поголів'я корів на ціну закупівлі та реалізації товарного молока на регіональному рівні. Проведено також поглиблене дослідження діяльності двох сільськогосподарських підприємств, що спеціалізуються на виробництві молока та мають неповний логістичний цикл: виробництво-переробка та виробництво-реалізація. Наголошено, що резерви поєднання логістичних процесів на базі сільськогосподарських підприємств дають можливість забезпечити ефективну переробку та реалізацію молока навіть у природно-економічних умовах, які не сприяють розвитку молочної галузі.

7. Обґрунтовано модель поведінки споживача на ринку молока України за соціографічними, демографічними та географічними ознаками. Серед повного асортименту молочної продукції 23% респондентів надають перевагу молоку, виробленому вітчизняними товаровиробниками та підтримують рішення молокопереробних підприємств щодо розширення свого асортименту, що свідчить про достатню кількість потенційних покупців молочної продукції. Виявлено також, що на вибір місця купівлі впливають рівень цін, широта асортименту та якість продукції. Визначено, що великим попитом користується молочна продукція в пластикових пляшках та в картонній упаковці тривалого зберігання.

8. З метою формування напрямів підвищення ефективності переробки та реалізації молока обґрунтовано стратегії розвитку аграрних підприємств. Встановлено, що для більшості видів продукції переробних підприємств темп зростання обсягів реалізації впливає на товарну стратегію через завоювання нових сегментів ринку. Переробним підприємствам, яким належить невелика частка ринку з одночасним зростанням обсягів реалізації, пропонується використовувати стратегію вибіркового розвитку за рахунок збільшення витрат на просування

кінцевого продукту, підвищення конкурентоспроможності продукції, поглиблення асортименту. Обґрунтовано, що у сучасних умовах сільськогосподарські підприємства не мають ринкового потенціалу для виходу на регіональний ринок і завоювання кінцевих споживачів, що визначає їх подальшу стратегію впровадження нових технологічних розробок з метою зниження витрат і надання продукції конкурентних переваг порівняно із продукцією переробних підприємств.

9. Запропоновано напрями підвищення ефективності переробки та реалізації продукції в сільськогосподарському та переробному підприємстві, вибір яких базувався на прийнятті рішень у невизначеному просторі методом теорії гри. За Результати використання обраних напрямів підвищення ефективності обґрунтовані на принципах діяльності ПП «Молокозавод-Олком» та ПАТ «Племзавод «Степной». Проведені розрахунки показали, що максимальний прибуток з одиниці реалізованої продукції у досліджених підприємствах буде отримано при впровадженні нових технологій переробки молока, а також при використанні високоякісної упаковки молока. При прийнятті рішень сільськогосподарськими підприємствами щодо підвищення ефективності в сучасних умовах запропоновано використовувати маркетингові заходи, а саме інноваційне пакування молока.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Статті у наукових фахових виданнях України:

1. Демчук О. М. Собівартість продукції переробки та її вплив на формування ефективності виробництва на аграрному підприємстві / О. М. Демчук // Держава та регіони : науково-виробничий журнал – Запоріжжя : Гуманітарний університет «Запорізький інститут державного та муніципального управління», 2006. – С. 86-89. - (Серія: Економіка та підприємництво, № 2).

2. Демчук О. М. Інвестиційна привабливість переробної сфери агропродуктового комплексу / О. М. Демчук // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка. – 2007. – Вип. 55 – С. 225-228.

3. Демчук О. М. Ціноутворення на переробних підприємствах / О. М. Демчук // Стратегія розвитку підприємництва: теорія, практика, організація : Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. – 2007. – № 789. – С. 71-74.

4. Демчук О. М. Критерії та показники оцінювання ефективності переробки сільськогосподарської сировини / О. М. Демчук // Держава та регіони : науково-виробничий журнал [Серія: Економіка та підприємництво] – Запоріжжя : Класичний приватний університет. – 2008. – № 3. – С. 83-85.

5. Зінов'єв Ф. В., Демчук О. М. Потенціал молокопереробного підприємства: оцінка, розвиток і ефективність реалізації / Ф. В. Зінов'єв, О. М. Демчук // Бізнес-навігатор : науково-виробничий журнал. – Херсон : Міжнародний університет бізнесу і права, 2014. – № 1 (33) . – С. 42-45. (Здобувачем проведено оцінку показників потенціалу підприємств з переробки молока та молокопродуктів).

6. Демчук О. М. Вплив факторів мікросередовища ринку молока на діяльність аграрних підприємств / О. М. Демчук // Зб. наук праць ТДАТУ : Економічні науки. – Мелітополь : Мелітопольська типографія «Люкс» . – 2015. – № 1 (29). – С. 207-215.

Статті у іноземних фахових виданнях:

7. Демчук Е. Н. Методические подходы к исследованию эффективности реализации молока / Е. Н. Демчук // Исследования и результаты : науч. журнал. – Алматы : «Агроуниверситет» . – 2011. – № 4 (052). – С. 210-214

Тези наукових конференцій:

8. Демчук О. М. Ефективність переробки сільськогосподарської переробки / О. М. Демчук // Дні науки : зб. тез доповідей (27-28 жовтня 2005 р.). – Запоріжжя : Гуманітарний університет ЗІДМУ, 2005. – Т.1. – С. 48-49.

9. Демчук О. М. Методи ціноутворення на продукцію реалізації / О. М. Демчук // Дні науки : зб. тез доповідей (5-6 жовтня 2006 р.). – Запоріжжя : Гуманітарний університет ЗІДМУ, 2006. – Т. 1. – С. 131-133.

10. Демчук Е. Н. Влияние интеграционных процессов на эффективность реализации продукции / Е. Н. Демчук // Наука і вища освіта : тези доповідей XIV міжвуз. студ. наук. конф (11-18 травня 2006 р.). – Запоріжжя : Гуманітарний університет ЗІДМУ, 2006. – Ч. 1 . – С. 86-87.

11. Демчук Е. Н. Методика и информационная база исследования продовольственного комплекса / Е. Н. Демчук // Теория и практика экономики и предпринимательства : материалы III Междунар. науч.-практ. конф. (11-13 мая 2006 г.) – Алушта : Таврический национальный университет им. Вернадского В.И., 2006. – С. 137-138.

12. Демчук Е. Н. Состояние сырьевой базы предприятий перерабатывающих продукцию плодоводства / Е. Н. Демчук // Теория и практика экономики и предпринимательства : материалы IV Междунар. науч.-практ. конф. (10-12 мая 2007 г.) - Алушта : Таврический национальный университет им. Вернадского В.И., – 2007. – С. 175.

13. Демчук О. М. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств, що займаються переробкою сільськогосподарської сировини / О. М. Демчук // Дні науки : зб. тез доповідей наук.-практ. конф. (23-24 жовтня 2008 р.). – Запоріжжя : Класичний приватний університет, – 2008. – Т.1– С. 32 – 33.

14. Демчук О. М. Ризик реалізації продукції переробки / О. М. Демчук // Наука і вища освіта : тези доповідей XVI Міжнар. наук. конф. молодих науковців (17-18 квітня 2008 р.). – Запоріжжя : Класичний приватний університет, 2008. –Т.1 – 1С. 74 – 75.

15. Демчук О. М. Продовольчий ринок та конкурентоспроможність продукції підприємств, що переробляють сільськогосподарську сировину / О. М. Демчук // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики Украины : материалы VII Междунар. науч.-практ. конф. (26-28 сентября 2008 г.). – Алушта : Таврический национальный университет им. Вернадского В.И., 2008. – С. 66 – 67 .

16. Демчук О. М. Рівень конкурентоспроможності молока у сільськогосподарських підприємствах України / О. М. Демчук // Фінансово-

економічні проблеми розвитку сільських територій : тези міжн. наук.-практ. конф. (6-7 травня 2014 р.) – Мелітополь : Вид. Мелітопольська міська друкарня, 2014. – С. 186-188.

Статті в інших виданнях:

17. Демчук Е. Н. Оценка продовольственной безопасности региона / Е. Н. Демчук // Международная экономическая деятельность: региональный аспект : монография – Симферополь : Таврия, 2006. – С. 101-111.

18. Демчук О. М. Методичні підходи до дослідження економічної ефективності діяльності підприємств м'ясо-молочного підкомплексу / О. М. Демчук // Науково-практичні дослідження обліково-інформаційного забезпечення ефективного розвитку аграрного сектору економіки : колективна монографія : Мелітополь: Таврійський державний агротехнологічний університет, 2013. – С. 180-186.

АНОТАЦІЯ

Демчук О.М. Ефективність переробки та реалізації молока в аграрних підприємствах. – На правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). – Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет, 2016.

Дисертація присвячена дослідженню теоретичних, методичних та практичних аспектів формування ефективності переробки та реалізації молока в аграрних підприємствах. У роботі розглянуто тлумачення понять «ефективність виробництва», «аграрне підприємство», обґрунтовано методичні підходи щодо дослідження економічної ефективності діяльності аграрних підприємств.

У роботі проаналізовано ефективність переробки та реалізації молока в аграрних підприємствах згідно показників, наведених у методиці дослідження. Виявлено вплив факторів маркетингового середовища на діяльність аграрних підприємств.

У роботі обґрунтовано модель поведінки споживача на ринку молока. Автором обґрунтовані стратегії розвитку аграрних підприємств, що дасть змогу зайняти конкурентну позицію на ринку. Обґрунтовані напрями підвищення ефективності переробки та реалізації молока, що базуються на принципах теорії гри та моделі ієрархії.

Ключові слова: ефективність, переробка, реалізація, молоко, стратегія розвитку, аграрні підприємства.

АННОТАЦИЯ

Демчук Е.Н. Эффективность переработки и реализации молока в аграрных предприятиях. – На правах рукописи.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.04 – экономика и управление предприятиями (по видам

экономической деятельности). – Днепропетровский государственный аграрно-экономический университет, 2016.

Диссертация посвящена исследованию теоретических, методических и практических аспектов формирования эффективности переработки и реализации молока в аграрных предприятиях. В работе рассмотрена сущность понятий «эффективность производства», «аграрное предприятие», обоснованы методические подходы к исследованию экономической эффективности деятельности аграрных предприятий.

Проанализирована эффективность переработки и реализации молока в аграрных предприятиях согласно показателям, приведенным в методике исследования. Выявлено влияние факторов маркетинговой среды на деятельность аграрных предприятий.

Обоснована модель поведения потребителя на рынке молока и молокопродуктов. Автором обоснованы стратегии развития аграрных предприятий, что позволит занять конкурентную позицию на рынке. Раскрыты направления повышения эффективности переработки и реализации молока, которые основываются на принципах теории игр и модели иерархии.

Ключевые слова: эффективность, переработка, реализация, молоко, стратегия развития, аграрные предприятия.

ANNOTATION

Demchuk O. M. The efficiency of processing and distribution of milk in the agricultural enterprises. – The Manuscript.

The thesis for the scientific degree of candidate of economic sciences, specialty 08.00.04 – Economics and Management of Enterprises (by economic activity). – Dnipropetrovsk State Agrarian and Economic University, 2016.

The thesis have the theoretical generalization done and suggestion on solving the scientific problem made – improving the processing efficiency and marketing milk by implementing the strategy of agricultural enterprises development, which are the basis for the following conclusions:

Profound interpretation of the processing efficiency and marketing milk, considered as the impact of business entities in the value added goods formation, which involves promoting the final product on an industrial basis. Groups of factors, that affect the performance efficiency of agricultural enterprises in the marketing environment at the macro and macro level, have been systematized. At the macro level, under the terms of production, processing and marketing of milk the factors were grouped by legal, demographic, socio-cultural, natural and environmental, scientific and technological grounds. At the micro level factors are distributed by market players, such as competitors, suppliers, customers, contact audience.

The methodical approach analyzing the efficiency of processing and marketing milk by operating activities (production, processing and marketing) at agricultural and processing enterprises has been substantiated. The thesis states the profitability and sales to be the main performance indicators of processing and marketing. For in-depth study of the efficacy of milk marketing the thesis approved the cost of sales indicator of one unit of

sales, which is calculated as the ratio of the difference between total and production cost of sales to sales, which deepens the study of the products implementation efficiency.

Summarizing the analysis results of agricultural enterprises development made it possible to establish that despite the gradual decrease in the number of cows on farms in 2010-2014, there is the increased revenue from the sale of milk both in agricultural and processing enterprises. However, this is not the stable production efficiency, such as profitability, sales and earnings per unit calculation. According to correlative-regressive and cluster analysis conducted were identified the regions with retail turnover size per 1000 inhabitants calculations, typical for the Dnipropetrovsk, Cherkasy and Zaporizhzhya regions.

The results of quantitative factors impact on marketing environment by expert studies showed that the major influence provide the macro factors. The thesis stresses that this situation demonstrates the inability to respond to changes in the environment of a single agricultural enterprise. It is proved that the negative impact is mostly done by group of economic factors. However, the paper introduces the negative impact of "suppliers" factors due to insufficient load capacity of processing enterprises, reduce, and in some regions of the gradual destruction, the number of cows on farms, low quality of raw materials and lack of established logistics.

The paper has established that the efficiency of milk marketing of processing enterprises practically depends on cost of goods sold and the full range of products. The influence of reducing the number of cows on the price of the purchase and sale of commodity milk at the regional level is revealed. In the paper the depth study proves the two farms specializing in milk production to have failed logistics cycle: production-processing and manufacturing-selling. The paper notes that potential of logistics processes combination at the farm allows ensuring efficient milk production, even in the natural and economic conditions that are not conducive to the development of the dairy industry.

The model of consumer behavior on the milk market in Ukraine by socio graphic, demographic and geographic characteristics has been approved. Most consumers prefer domestic producers and support the decision to dairy enterprises expanding their range, which indicates a sufficient number of potential buyers of dairy products. During the investigation it was discovered that on the choice of place to buy from influence prices, the breadth of the range and quality of products. It has been acknowledged the great demand for dairy products in plastic bottles and carton long-term storage.

In order to form the ways of improving the efficiency of processing and marketing of milk the strategy of agricultural enterprises development has been approved. It was established that for most products processing enterprises growth in sales leads product strategy by winning new market segments. Processing enterprises, which occupy a low market share while sales growth are proposed to use a strategy of selective development through increased spending on promotion of the final product, improving product competitiveness, deepening the products range. That determines their future strategy towards the implementation of new technological developments to reduce costs and provide competitive advantages compared to products with processing enterprises production.

The paper suggests the ways to increase the efficiency of processing and marketing of agricultural and processing enterprises, the choice is based on decision-making in an

uncertain space by the theory of the game. The results of the use of selected efficiency areas are based on the principles of private enterprise “Molokozavod-Olkom” and public company “Plemzavod “Stepnoy”. The calculations in the paper confirmed that the maximum profit per unit sold in the surveyed enterprises will be obtained by implementing the new technologies of milk processing, as well as the introduction of high-quality packaging of milk. At the same time, the agricultural enterprises when making decisions to improve the efficiency in modern conditions are offered to use marketing activities, such as innovative packaging of milk.

Keywords: efficiency, processing, sale, milk, development strategy, agricultural enterprises.