

РОЛЬ МАРКЕТИНГУ В МОЛОЧНІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ

Андрєєва Д.М. здобувач 2-го рівня вищої освіти 2-го року навчання

Миколаївський національний аграрний університет

Єдиної універсальної системи маркетингу для аграрного виробництва не існує. Кожне підприємство, виходячи з основних цілей і підходів маркетингу, використовує ту чи іншу стратегію. Формування такої системи визначається розробкою комплексу маркетингових заходів підприємствами АПК і цілеспрямованою аграрною політикою держави.

Маркетинг молочних продуктів — виключно важлива складова аграрного маркетингу, оскільки молочні продукти формують споживчий кошик населення. Молочні продукти — найбільш цінні продукти харчування, у складі яких є білок тваринного походження. Виробництво та реалізація молочних продуктів визначається реальною платоспроможністю населення, тобто фактичним попитом.

Маркетинг молочних продуктів — це сукупність дій, які необхідні для доведення молочної продукції від виробника до споживача. Система маркетингу молочних продуктів повинна охоплювати всі підприємства молочно-продуктового підкомплексу АПК, тобто суб'єктами маркетингу є виробники молочної сировини, заготівельні, переробні підприємства та підприємства з матеріально-технічного забезпечення. Завдяки маркетингу, виробництво і реалізація молочної продукції переорієнтовуються на задоволення потреб споживачів. У цьому проявляється соціальна роль маркетингу.

Молочна продукція — це продукція повсякденного попиту, тобто першої необхідності. Вона потребує швидкої реалізації, використовується споживачами у кількості й асортименті згідно з фізіологічними нормами споживання, може виступати як взаємодоповнюючий і взаємозамінний товар у разі відсутності необхідного. Такі особливості цієї продукції вимагають

створення всіх умов для зростання ефективності господарських зв'язків між її виробниками та ланками, які сприяють швидкому її доведенню до споживачів [1].

Економічна ефективність виробництва молока, його якість залежать від породних і індивідуальних особливостей корів, в свою чергу їх продуктивність – від раціонів та їх збалансованості, саме тому господарства повинні більше уваги приділяти системі годівлі та її удосконаленню.

Розглядаючи витратну частину виробництва, слід зазначити, що однією з особливостей виробництва молока є повільна окупність капіталовкладень, пов'язана з біологічним розвитком тварин й процесами їх відтворення. Підвищення рівня продуктивності корів передуює тривалий процес їх утримування та догляду, який складає близько трьох років, протягом яких виробник витрачає велику кількість коштів на використання матеріально-технічних і трудових ресурсів, що робить виробництво молока фондо- та трудомістким [2].

Собівартість виробництва молока – це один з найважливіших показників, що характеризує економічну ефективність його виробництва. Її рівень залежить від багатьох чинників, зокрема, від рівня продуктивності корів, затрат праці та її оплати на одиницю продукції, собівартості кормів і їхніх витрат на 1 ц молока [3].

На сьогоднішній день молоко як продуктивний підкомплекс агропромислового комплексу України знаходиться в стані кризи. У зв'язку з цим розглядається питання підвищення ефективності підкомплексу на базі удосконалення економічних відносин в ньому.

Важливим фактором конкурентоспроможності продукції є зниження затрат праці на одиницю продукції, що виробляється. Наявність нормативів трудомісткості дає можливість виробникові підібрати такий варіант умов виробництва, нормативи трудомісткості якого відповідали б його можливостям. Отже, виробник зможе правильно розрахувати економічну ефективність виробництва[4].

Важливим показником ефективності виробництва є собівартість центнера продукції. Тому необхідно, для зниження собівартості молока, підвищити продуктивності праці при одночасному підвищенні заробітної плати обслуговуючого персоналу і зменшення витрат пов'язаних з виробництвом та використанням кормів. Здешевлення виробництва кормів, підвищення їх біологічної повноцінності, скорочення втрат при використанні і раціональна годівля мають першочергове значення. Одночасно виникає необхідність удосконалення застосовуваних технологій виробництва молока. Це стосується питання утримання і годівлі худоби, створення міцної кормової бази, ведення племінної роботи, поліпшення використання і дальшого удосконалення засобів механізації та автоматизації виробничих процесів, скорочення затрат одиниці продукції і підвищення ефективності використання основних засобів виробництва.

Список використаних джерел

1. Економіка та підприємництво/Основні аспекти маркетингу молочних продуктів [Електронний ресурс] Режим доступу до ресурсу: http://www.big-lib.com/book/80_Ekonomika_ta_pidpriemnictvo/7732_OSNOVNI_ASPEKTI_MARKETINGY__MOLOCHNIH_PRODYKTIV.
2. 2. Економіка виробництва молока і молочної продукції в Україні : моногр. / за ред. П.Т. Саблука, В.І. Бойка. – К. : ННЦ ІАЕ, 2005. – 340 с.
3. Андрійчук В.Г. Економіка підприємств агропромислового комплексу: Підручник / В.Г. Андрійчук. – К.: КНЕУ, 2013. – 779 с.
4. Економічна ефективність виробництва молока та шляхи її підвищення [Електронний ресурс]. – 2007. – Режим доступу до ресурсу: http://ua-referat.com/Економічна_ефективність_виробництва_молока_та_шляхи_її_підвищення.

Науковий керівник канд. екон. наук, ст. викл. Коваленко Г.В