

о потребителях. Они могут без труда проследить за посетителями сайта, ведь потребители, участвуя в предлагаемых на сайте мероприятиях, сообщают о себе подробные данные. В результате они могут стать жертвами злоупотреблений, если компании будут применять сведения о них для продвижения своей продукции или продавать их другим компаниям. Многие потребители и политики опасаются, что компании преступили черту и нарушают права клиентов.

Многих потребителей также беспокоит электронная безопасность. Они боятся, что электронные пираты будут отслеживать их транзакции в Интернете или перехватят номера кредитных карточек клиентов, чтобы поживиться за их счет.

Сегодня Интернет служит более состоятельным потребителям, а потребители победнее обладают меньшим и возможностями доступа к Сети, следовательно, хуже информированы о товарах, услугах и ценах. Несмотря на вышеперечисленные проблемы, крупные и мелкие компании активно внедряют электронный маркетинг в свои маркетинговые комплексы. По мере дальнейшего развития электронный маркетинг станет мощным инструментом налаживания отношений с клиентами, повышения продаж, распространения информации о компании и ее продукции, а также средством доставки товаров и услуг с большей скоростью и эффективностью.

**ІВАНОВА В.С.**, магістр, Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва, Україна

## **ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА МОЛОКА В УКРАЇНІ І НАПРЯМИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ**

Характерними ознаками розвитку галузі молочного скотарства України протягом останніх років стало зменшення чисельності поголів'я корів, зменшення обсягів виробництва молока, а відтак і зменшення споживання молока і молочних продуктів з розрахунку на душу населення. Відповідно до статистичних даних у 2014 р. величина споживання молока і молочних продуктів з розрахунку на душу населення становила 222,8 кг, що нижче фізіологічно обґрунтованих норм споживання (380 кг) [1].

До числа заходів завдяки яким можна вирішити проблему забезпечення населення України молоком і молочними продуктами в наступні роки належать підвищення ефективності виробництва, покращення якості продукції і зниження її собівартості [2].

Економічна ефективність молочного скотарства характеризується системою показників, зокрема тими, які представлені у таблиці. Їх аналіз свідчить про наступне. Поголів'я корів протягом 2010-2014 рр. зменшувалося, і в 2014 р. дорівнювало 89,8 % від рівня 2010 р. Зміна обсягу виробництва молока і середньорічного надою відбувалася в одному напрямку – в напрямку збільшення – на 26,5 і 28,4 % відповідно. Позитивним було зменшення величини витрат кормів з розрахунку на 1 ц молока.

Аналіз зміни вартісних показників показав, що більшими темпи зростання у зміні ціни і собівартості 1 ц молока, були при зростанні собівартості 1 ц, і це за умов, що суттєво підвищилася продуктивність корів. Результатом стало невелике збільшення величини прибутку на 1 ц молока і на 1 голову худоби.

## Динаміка показників ефективності виробництва в сільськогосподарських підприємствах України (2010 – 2014 рр.)

Показник	Роки					2014 р. у % до 2010 р.
	2010	2011	2012	2013	2014	
Поголів'я, тис. гол	589,1	58,7	575,2	565,4	529,2	89,8
Середньорічний надій молока від однієї корови, кг	3975	4109	4676	4827	5027	126,5
Вироблено молока в середньому на одне підприємство, ц	392,4	399,3	452,3	464,2	503,9	128,4
Витрати кормів всіх видів на 1 ц молока, ц к. од.	1,18	1,16	1,09	1,06	1,02	86,4
Собівартість 1 ц молока, грн.	228,94	264,30	266,52	304,25	328,30	143,4
Ціна реалізації 1 ц молока, грн.	269,81	313,12	272,74	345,75	364,50	135,1
Прибуток 1 ц молока, тис. грн.	63,6	96,7	85,6	49,0	132,8	208,7
Рівень рентабельності виробництва, %	17,9	18,5	2,3	13,6	11,0	-6,9 в.п.

*Джерело: [3 – 5]*

Отже, згідно проведеного аналізу ефективності виробництва молока в сільськогосподарських підприємствах України можна зазначити, що для підвищення її рівня, по-перше, необхідно вжити заходи щодо зменшення матеріально-грошових витрат на виробництво одиниці продукції. Для цього, з активною участю держави слід розробити систему державних стандартів на сучасному і світовому рівні, створити дієву службу контролю якості продукції молока і молочних продуктів. По-друге, слід удосконалити кормовиробництво та кормову базу, поліпшити якісний склад поголів'я, встановити сприятливу цінову політику для виробників молока.

*Список використаної літератури:* 1. Баланси та споживання основних продуктів харчування населенням України: статистичний збірник / за ред. Н.С. Власенко. – К.: Державна служба статистики, 2015. – 56 с.; 2. Збарський В.К. Економіка сільського господарства: навч. посібник / В.К. Збарський, В.І. Мацибора, А.А. Чалій. – К.: Каравела, 2010. – с. 213; 3. Тваринництво України 2014: статистичний збірник / за ред. Н.С. Власенко. – К.: Державна служба статистики, 2015. – 180 с.; 4. Основні економічні показники виробництва продукції сільського господарства в сільськогосподарських підприємствах: статистичний бюлетень / за ред. Н.С. Власенко. – К.: Державна служба статистики, 2015. – 84 с.; 5. Україна у цифрах 2014 р.: статистичний збірник / за ред. І.М. Жук. – К.: Державна служба статистики, 2015. – 77 с.

**КАТКОВА Н.В.**, аспірант, г. Харків, НТУ «ХПІ»

## РЕКЛАМА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Для Украины машиностроительный комплекс всегда занимал особо важное место, играя ключевую роль в основе экономики, в создании материально-технической базы хозяйствования, в ускорении научно-технического прогресса. Выпуская средства производства для разных отраслей народного хозяйства, машиностроение обеспечивает комплексную механизацию и автоматизацию производства. Кроме того, машиностроение выполняет и важнейшую социальную функцию - обеспечение рабочими местами тысяч граждан Украины.

Отечественная машиностроительная отрасль последние два года переживает не лучший период в своей истории. В 2013 и 2014 годах объемы производства сократились на 17% и 24% соответственно. Падение происходит во всех сегментах машиностроительного сектора.