здійснювати заходи для зміцнення конкурентних позицій галузі на зовнішньому і внутрішньому ринках.

Перспективи подальших досліджень. Дослідження конкурентоспроможності продукції птахівництва і чинників впливу на неї в міру зміни середовища функціонування галузі.

Література

1. Іщенко Ю. Б. Актуальні питання реформування галузі птахівництва в Україні та шляхи їх вирішення [Елетронний ресурс] / Ю. Б. Іщенко. – Режим доступу : http://market.avianua.com/?p=685.

2. Пугель Т. А. Международная экономика : учебник [пер. англ.] / Т. А. Пугель, П. Х. Линдерт. – М.: Изд-во «Дело и сервис», 2003. – 800 с.

3. Balassa B. Trade Liberalisation and «Revealed» Comparative Advantage. Manchester / B. Balassa. – 1965. – Vol. 33. – p. 99–123.

Стаття надійшла до редакції 12.10.2015

УДК 631.11:637.11(477.83)

Сенів Р. В., асистент, к. е. н. (E-mail: senivrv@ukr.net) ©

Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій ім. С. З. Гжицького, м. Львів

УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ У СФЕРІ ВИРОБНИЦТВА МОЛОКА

Досліджено сутність, основні принципи та завдання маркетингової діяльності в сучасних умовах. Розглянуто деякі аспекти удосконалення маркетингової діяльності підприємств з виробництва молока у Львівській області. Надано оцінку стану виробництва молока підприємствами аграрного сектору, проаналізовано маркетингову діяльність у підприємствах молоко продуктового напряму, обґрунтовано ефективність та досліджено її вплив на систему збуту. Запропоновано напрями розвитку маркетингу молоко продукції на державному та регіональному рівнях на снові партнерських взаємовідносин. Вдосконалено формування регіональної вертикальної маркетингової системи в основі якої є молочарська асоціація.

Ключові слова: *молоко, маркетингова діяльність, інтенсифікація, концентрація, молочне скотарство, маркетингове забезпечення, виробництво молока, переробка молока, продовольча безпека.*

УДК 631.11:637.11(477.83)

Сенив Р. В., к.э.н.

Львовский национальный университет ветеринарной медицины та биотехнологий им. С. З. Гжицкого, г. Львов

МАРКЕТИНГОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВА МОЛОКА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ ЛЬВОВЩИНЫ

Исследована сущность, основные принципы и задачи маркетинговой деятельности в современных условиях. Рассмотрены некоторые аспекты совершенствования маркетинговой деятельности предприятий по производству молока в Львовской области. Дана оценка состояния производства молока

© Сенів Р. В., 2015

предприятиями аграрного сектора, проанализирована маркетинговая деятельность на предприятиях молокопродовольственного направления, обоснована эффективность и исследованы ее влияние на систему сбыта. Предложены пути развития маркетинга молока на государственном и региональном уровнях на основе партнерских взаимоотношений. Усовершенствовано формирование региональной вертикальной маркетинговой системы в основе которой стоит молочная ассоциация.

Ключевые слова: *молоко, маркетинговая деятельность, интенсификация, концентрация, молочное скотоводство, маркетинговое обеспечение, производство молока, переработка молока, продовольственная безопасность.*

UDC 631.11:637.11(477.83)

Seniv R. V.
Lviv national university of veterinary medicine and biotechnogies named after S. Z. Gzhytskyj

MARKETING SUPPORT MILK PRODUCTION BY AGRICULTURAL ENTERPRISES OF LVIV REGION

The essence, main principles and objectives of marketing activity in modern conditions. Some aspects of improving the marketing of milk producing enterprises in Lviv region. Courtesy assessment of milk production enterprises of the agricultural sector, analyzed the marketing activities of enterprises milk product directly reasonably investigated effectiveness and its impact on system sales. Directions marketing of milk production at national level and at rehionalnomi Dreams partnership relations. Improved forming a regional vertical market at the heart of which is molocharska Association.

Key words*: milk marketing activity, intensification, concentration, dairy cattle, marketing support, milk production, milk processing, food safety.*

Вступ. Важливість дослідження проблеми маркетингової діяльності підприємств з виробництва та переробки молока зумовлена цілим рядом чинників. До основних з них можна віднести: цінність молока та продукції його промислової переробки, що в якості незамінних продуктів харчування закладають основу продовольчої безпеки країни; соціальну вагомість молока для життєдіяльності нації, здоров'я якої значною мірою визначається якісними характеристиками продукту, що з дитинства супроводжує кожну людину; економічну значущість високоефективного функціонування підприємств з виробництва та переробки молока для відродження сільського господарства та висхідного розвитку господарського комплексу країни в цілому.

Мета та завдання дослідження. Метою даної публікації є обґрунтування напрямів удосконалення маркетингової діяльності підприємств з виробництва та переробки молока для підвищення економічної ефективності їх виробничо-господарської діяльності.

Для досягнення вказаної мети нами були поставлені завдання:

- здійснити узагальнення та критичний аналіз теоретико-методологічних основ маркетингової діяльності підприємств з виробництва та переробки молока;
- визначити і обгрунтувати напрями підвищення економічної ефективності ринкової діяльності підприємств з виробництва та переробки молока;
- розробити стратегію розвитку молокопродуктового підкомплексу Львівської області з високою економічною ефективністю виробництва.

Виклад основного матеріалу. Виробництво молока в Україні за останні роки є особливо проблематичним.

Таблиця 1

Обсяги виробництва молока в Україні та Львівській області

	Роки					2013р. у % до 2005 р.
	2005	2010	2011	2012	2013	
Україна	13714	11249	11086	11378	11488	83,8
Львівська область	1032,0	656,2	629,6	620,7	619,4	60,0

** Джерело інформації: дані Головного управління статистики у Львівській області.*

В сільськогосподарських підприємствах України та Львівській області в 2013 році в порівнянні з 2005 відбулося зменшення загальних обсягів виробництва молока відповідно на 83,8 та 60 відсотків. (табл. 1). В цілому це призвело до зниження загальних обсягів споживання молока на одну особу та погіршення забезпечення населення продуктами харчування.

Головною причиною зменшення обсягів виробництва молока є суттєве скорочення поголів'я дійного стада.

Таблиця 2

Динаміка поголів'я корів в Україні та Львівській області ,тис.гол.

	2005 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	
Україна	3635	2631	2582	2554	2509	69
Львівська обл.	235,4	161,7	155,9	152,4	146,6	62

** Джерело інформації: дані Головного управління статистики у Львівській області.*

Скорочення поголів'я дійного стада в сільськогосподарських підприємствах призводить до втрат переваг інтенсифікації галузі, зумовлюючи падіння продуктивності корів, підвищення трудомісткості, собівартості 1 ц молока і збитковості молочного скотарства в цілому.

В зв'язку із цим, скорочення чисельності поголів'я корів, що відбувається в сільськогосподарських підприємствах протягом всього періоду дослідження, слід оцінювати як негативний процес. Його подолання буде сприяти не тільки нарощуванню обсягів виробництва молока та задоволенню потреб людей в цінному харчовому продукті, а й слугуватиме підвищенню економічної ефективності молочного скотарства області.

Висновки. Для збільшення виробництва молока та підвищення економічної ефективності його виробництва сільськогосподарським підприємствам Львівщини необхідно стабілізувати та поступово збільшувати продуктивне поголів'я корів, підвищувати їх концентрацію та продуктивність, інтенсифікувати ведення галузі.

Пріоритетними напрямами підвищення конкурентоспроможності молока і молокопродуктів є впровадження системи підтримки з розгорнутою мережею заготівельних, торгово-збутових, транспортних організацій і кооперативів, тісною інтеграцією виробників і переробників молока, державною підтримкою та регулюванням.

Ефективний розвиток підприємств з виробництва та переробки молока можливий за умови використання ними маркетингу, організаційне забезпечення якого ґрунтується на формуванні регіональної вертикальної маркетингової системи. Її основою постає молочарська асоціація. До неї можуть залучатися як сільськогосподарські підприємства-виробники, молокопереробні підприємства,

заготівельні кооперативи, оптові та роздрібні торговці, так і фінансово-кредитні установи та підприємства матеріально-технічного постачання.

Література

1. Бондаренко В. М. Розвиток ефективного виробництва молока та його переробка в Україні / В. М. Бондаренко // Економіка АПК. – 2008 - №5. – С. 61 – 64.

2. Довжик О. О. Економічний механізм підвищення ефективності молочного скотарства в Україні / Щ. Щ. Довжик // Вісник ХНАУ: Серія: «Економіка АПК і природокористування». – 2007. – №6. – С. 250–260.

3. Васильчак С. В. Формування та розвиток регіонального ринку молока і молочних продуктів // Васильчак С. В. Монографія. – Львів: НВФ «Українські технології», 2005. – 240 с.

Стаття надійшла до редакції 14.09.2015

УДК 331.102.344.330.341.1

Теребух А. А., д. е. н., доц. ©
НУ «Львівська політехніка»
Захарчин Р. М., к. е. н., доц.
Львівський інститут економіки і туризму

УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИМ КАПІТАЛОМ ОРГАНІЗАЦІЇ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ

Висвітлено особливості та проблемні аспекти управління інтелектуальним капіталом в умовах сучасних викликів. Запропоновано поєднання функціонального і процесного підходів до управління інтелектуальним капіталом. Акцентовано на об'єктивному оцінюванні інтелектуального капіталу організації.

Ключові слова: *інтелектуальний капітал, оцінка інтелектуального капіталу, інтелектуальна міграція, економіка знань.*

УДК 331.102.344.330.341.1

Теребух А.А., д. э.н., доц.
НУ «Львивська политэхника»
Захарчин Р.М., к. э. н., доц.
Львовский институт экономики и туризма

УПРАВЛЕНИЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫМ КАПИТАЛОМ ОРГАНИЗАЦИИ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННЫХ ВЫЗОВОВ

Освещены особенности и проблемные аспекты управления интеллектуальным капиталом в условиях современных вызовов. Предложено синтез функционального и процессного подходов к управлению интеллектуальным капиталом. Акцентировано на объективной оценке интеллектуального капитала организации.

Ключевые слова: *интеллектуальный капитал, оценка интеллектуального капитала, интеллектуальная миграция, экономика знаний.*

© Теребух А. А., Захарчин Р. М., 2015