

АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКО-ГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ ЩОДО М'ЯСОПРОДУКТОВОГО ПІДКОМПЛЕКСУ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ЇХ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ

***Анотація.** В статті досліджено ефективність збуту м'яса ВРХ та м'яса свиней сільськогосподарськими підприємствами Черкаської області. Проаналізовано маркетингову діяльність сільськогосподарських підприємств Черкаської області щодо м'ясопродуктового підкомплексу та визначено її вплив на їх конкурентоспроможність. Визначено основні напрями підвищення конкурентоспроможності м'ясопродуктового підкомплексу сільськогосподарських підприємств Черкаської області маркетинговими методами.*

***Ключові слова:** маркетинг, конкурентоспроможність, собівартість, м'ясопродуктовий під комплекс, ціна реалізації, чистий прибуток, рівень рентабельності, ефективність.*

Постановка проблеми. Аналіз світової динаміки економічного та соціального розвитку свідчить про існування стійких тенденцій до збільшення чисельності населення, що породжує продовольчу кризу. За таких умов першочерговим стратегічним завданням світової економіки є пошук ефективних шляхів нарощування продовольчих ресурсів [1]. У найменш вигідному конкурентному становищі зараз знаходиться національний м'ясопродуктовий підкомплекс: в останні роки Україна перебуває у все більшій залежності від імпорту м'ясопродуктів.

Поява ознак конкурентного середовища зумовили актуальність маркетингової діяльності в АПК як комплексу заходів щодо узгодження виробничо-збутової діяльності з вимогами ринку. Потреба в здійсненні такої діяльності постійно зростає, оскільки існує необхідність у дослідженні ринку, прогнозуванні розвитку економічних зв'язків, аналізу маркетингової діяльності підприємств та прийняття стратегічних рішень для забезпечення їх конкурентоспроможності.

Мінливість потреб попиту вимагає комплексу характеристик товару, що формує його конкурентоспроможність ще до появи на ринку, зумовлює

постійний пошук місця збуту для продукції, що не відповідає потребам обраного сегмента. Лише метод маркетингу дозволяє досягти конкурентоспроможності за умов існуючої державної політики та кон'юнктури ринку і залежить лише від підприємства та ефективності його стратегії, яка має бути гнучкою у пристосуванні до змін у підприємницькому середовищі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання маркетингу, зокрема агромаркетингу, досліджували наступні вітчизняні й іноземні науковці: Г. Астратова, Г. Армстронг, С. Близнюк, Р. Бренсон, П. Друкер, Л. Балабанова, О. Варченко, А. Войчак, О. Гудзинський, С. Камілова, О. Луцій, М. Малік, Т. Саблук, П. Сахацький, Ю. Ципкін та ін.

Проблеми формування конкурентоспроможності аграрних підприємств досліджують В. Андрійчук, П. Березівський, В. Зіновчук, М. Малік, П. Саблук, М. Хорунжий, О. Шкільний та ін.

Значний внесок у вирішення організаційно-економічних проблем розвитку м'ясопродуктового підкомплексу зробили В. Амбросов, А. Гончарук, Н. Добрянська, О. Мазуренко, К. Міненко, Б. Мельник, В. Месель-Веселяк, Ю.Самойлик та ін.

Народногосподарська важливість вирішення проблеми підвищення рівня конкурентоспроможності виробництва м'яса вітчизняними сільськогосподарськими товаровиробниками і недостатнє її вивчення в Україні вимагають подальшого дослідження.

Формулювання цілей статті. Метою нашого дослідження є аналіз та оцінка маркетингової діяльності сільськогосподарських підприємств Черкаської області щодо м'ясопродуктового підкомплексу та її вплив на їх конкурентоспроможності. Визначено основні напрями підвищення конкурентоспроможності м'ясопродуктового підкомплексу сільськогосподарських підприємств Черкаської області маркетинговими методами.

Виклад основного матеріалу дослідження. Конкурентоспроможність підприємства з виробництва м'яса визначається сукупністю показників, які характеризують досягнутий рівень їх розвитку для ефективного суперництва з

виробниками аналогічної продукції. Конкуренція між національними виробниками м'яса на внутрішньому ринку нерозвинена. Основною передумовою розвитку конкурентного середовища на рівні підприємств-виробників м'яса є наявність певної їх кількості та виробництво такого обсягу продукції, який би забезпечував потреби споживачів.

З переходом до ринкових відносин в галузях АПК, згідно прийнятої законодавчо-правової бази, реалізація виробленої і переробленої продукції державою не регламентується [1]. Державне замовлення на сільськогосподарську продукцію, включаючи і такі стратегічні культури, як зерно, технічні культури – продукція, що забезпечує економічну безпеку держави та гарантування сільськогосподарському товаровиробникові збут квотованої державою продукції, за умов її невивідного збуту, скасовано.

За умов, які мають місце у правовому полі України щодо системи реалізації сільськогосподарської продукції на вільному ринку, перед товаровиробниками постало завдання створити відповідні механізми та структури в інтегрованих системах, які забезпечили б більш сприятливі ринкові позиції для вигідної реалізації продукції. Таким заходом може бути формування ринкового середовища, функціонування якого базується на маркетингових дослідженнях.

Одним з найважливіших напрямів визначення рівня конкурентоспроможності продукції є її цінова складова. В умовах ринкової економіки суб'єкти підприємницької діяльності наділені правом самостійного визначення ціни на власну продукцію, і також правом її визначення на засадах домовленості із споживачами (покупцями) при укладанні між ними угод купівлі-продажу. Наявність цього права зумовлює виникнення цінової конкуренції між виробниками. Кожен з них намагається продати свій товар, зберегти, а за можливості і розширити свою нішу на ринку, і тим самим зміцнити на ньому своє становище. Цього досягають насамперед підприємства, які виробляють товари з високою ціновою конкурентоспроможністю.

Розглянемо в таблиці 1 показники ефективності збуту м'яса ВРХ виробленого сільськогосподарськими підприємствами Черкащини.

Таблиця 1

Ефективність збуту м'яса ВРХ сільськогосподарських підприємствах Черкаської області

Показники	2005р.	2006р.	2007р.	2008р.	2009р.	2010р.
Реалізація, ц	184687	191405	198381	171447	161995	172772
Повна собівартість, тис. грн	116672,6	131506,7	159763,4	179142,8	168516,9	210933,7
Виручка від реалізації, тис. грн	101261,2	94939,5	106870,3	149400,2	137236,4	157809,0
Рівень товарності, %	111,5	120,2	130,2	110,4	102,6	113,6
Повна собівартість 1 ц, грн	631,73	687,06	805,34	1044,89	1040,25	1220,88
Ціна реалізації 1 ц, грн	548,29	496,01	538,71	871,41	847,16	913,39
Прибуток на 1 голову, грн	-146,57	-345,33	-569,69	-321,38	-345,17	-579,92
Прибуток на 1 ц, грн	-83,44	-191,05	-266,63	-173,48	-193,09	-307,48
Рівень рентабельності, %	-13,2	-27,8	-33,1	-16,6	-18,6	-25,2
Кількість підприємств, що займалися виробництвом продукції, од. – всього	278	246	203	201	179	168
в т.ч. одержали збиток	208	203	180	134	133	128

В цілому ефективність збуту яловичини сільськогосподарськими підприємствами протягом досліджуваного періоду була збитковою і її рівень не підіймався вище -13,2 % у 2005 р., а найнижчим був у 2007 р. – 33,1 %. Це свідчить про те, що хоч ціна реалізації яловичини зросла, протягом зазначеного періоду на 66,5 %, рівень собівартості збільшувався швидшими темпами – в 2 рази. Рівень товарності досліджуваного виду продукції перевищує 100 %, це свідчить про продаж основного стада на м'ясо або ж закупівлю поголів'я ВРХ у населення з метою подальшого перепродажу.

З метою визначення впливу концентрації поголів'я тварин на показники збуту яловичини нами здійснено групування сільськогосподарських підприємств Черкаської області (табл. 2).

Таблиця 2

Залежність ефективності збуту м'яса ВРХ сільськогосподарськими підприємствах Черкаської області від концентрації поголів'я

Роки	Показники	Групи підприємств за поголів'ям ВРХ, гол.						
		до 500	501 – 1000	1001 – 1500	1501 – 2000	2001 – 2500	2501 – 3000	3001 і більше
2005	рівень товарності, %	120,0	99,9	92,5	92,5	87,5	–	67,5
	повна собівартість 1 ц, грн	731,16	617,67	615,84	538,97	534,93	–	397,86
	витрати на збут, грн	81,45	49,98	40,63	40,15	50,22	–	17,73
	ціна 1 ц, грн	535,59	559,33	570,08	556,98	529,92	–	566,44
	прибуток на 1 ц, грн.	-195,56	-58,34	-45,77	18,01	-5,02	–	168,58
	прибуток на 1 голову, грн	-383,23	-89,70	-60,30	29,41	-5,70	–	166,58
	рівень рентабельності, %	-26,7	-9,4	-7,4	3,3	-0,9	–	42,4
2007	рівень товарності, %	159,6	139,5	104,9	106,9	105,9	95,5	103,0
	повна собівартість 1 ц, грн	950,61	761,16	648,12	774,28	770,83	928,20	598,63
	витрати на збут, грн	97,51	67,47	60,91	95,71	56,12	95,71	51,52
	ціна 1 ц, грн	530,80	565,92	529,90	618,77	551,44	652,47	556,65
	прибуток на 1 ц, грн.	-419,82	-195,24	-118,22	-155,51	-219,39	-275,73	-41,99
	прибуток на 1 голову, грн	-995,96	-422,41	-207,81	-291,90	-482,72	-499,84	-62,93
	рівень рентабельності, %	-44,2	-25,7	-18,2	-20,1	-28,5	-29,7	-7,0
2009	рівень товарності, %	113,8	95,9	96,7	96,2	116,5	96,0	103,5
	повна собівартість 1 ц, грн	1139,25	1057,00	1046,74	1057,72	934,03	672,00	1037,00
	витрати на збут, грн	107,32	82,47	98,26	77,73	43,82	61,74	73,30
	ціна 1 ц, грн	880,22	826,00	776,59	810,89	880,82	822,21	903,03
	прибуток на 1 ц, грн.	-259,02	-231,00	-270,15	-246,83	-53,22	150,21	-133,97
	прибуток на 1 голову, грн	-522,64	-383,09	-435,72	418,14	-87,98	232,63	-275,38
	рівень рентабельності, %	-22,7	-21,9	-25,8	-23,3	-5,7	22,4	-12,9

Зниження собівартості продукції м'ясного скотарства, високий рівень ціни та ефективності збуту в цілому досягається за рахунок ефекту масштабу виробництва – чим численніше поголів'я худоби та розміри підприємства в цілому, тим нижча собівартість. При цьому важливу роль відіграє

збалансований розвиток рослинництва і тваринництва та диверсифікованість підприємства. Визначальний вплив цін на сучасний розвиток м'ясного скотарства підводить розв'язання проблеми підвищення економічної ефективності виробництва м'яса ВРХ в досліджуваному регіоні на макрорівень. Проблеми ефективності вітчизняного тваринництва на сучасному етапі дійсно неможливо вирішити без втручання держави. Цей факт визнають усі й усюди в Україні. Але, у держави зараз немає дієздатного механізму контролю ефективності виробництва продукції тваринництва, і зокрема у м'ясному скотарстві.

Збільшення ціни на свинину мало в цілому позитивні ознаки протягом досліджуваного періоду (табл.3): хоча й не було майже досягнуто рентабельного виробництва продукції – рівень збитковості виробництва в свинарстві є найменшим за останнє десятиліття.

Таблиця 3

Ефективність збуту м'яса свиней сільськогосподарськими підприємствами Черкаської області

Показники	2005р.	2006р.	2007р.	2008р.	2009р.	2010р.
Реалізація, ц	89898	129192	176760	178416	187939	233049
Повна собівартість, тис. грн.	69834,6	96647,2	149219,5	207184,8	231904,2	300864,0
Виручка від реалізації, тис. грн.	78487,0	89566,6	109418,9	211213,6	255793,8	270237,8
Рівень товарності, %	80,8	87,0	98,0	93,1	87,6	93,3
Повна собівартість 1 ц, грн.	776,82	748,09	844,19	1161,25	1233,93	1290,99
Ціна реалізації 1 ц, грн.	873,07	693,28	619,03	1183,83	1361,05	1159,58
Прибуток на 1 ц, грн.	96,25	-54,81	-225,16	22,58	127,12	-131,41
Рівень рентабельності, %	12,4	-7,3	-26,7	1,9	10,3	-10,2
Кількість підприємств, що займалися виробництвом продукції, од. – всього	277	241	234	229	211	190
в т.ч. одержали збиток	173	178	196	120	107	149

Можливості товаровиробників реалізувати продукцію за вищою ціною і одержання необхідного рівня доходу обмежуються нерозвиненістю ринкової інфраструктури, відсутністю належного транспортного сполучення між

виробниками і заготівельними організаціями, інформації про моніторинг цін і ринки збуту, що зумовлюють великі витрати маркетингу. Цьому додатково сприяють примітивний рівень виробництва і його низька економічна ефективність в свинарстві. Протягом досліджуваного періоду зріс рівень товарності продукції на 12,5 п., а максимального рівня даний показник досягнув у 2007 році – 98 %. В цілому ефективність галузі свинарства в сільськогосподарських підприємствах регіону протягом 2006-2009 рр. зростала з - 7,3 % до 10,3 %. Це свідчить про те, що хоч собівартість продукції і зросла, протягом зазначеного періоду на 58,8 %, рівень цін піднімався швидшими темпами, проте він ще не досяг свого справедливого рівня, про що свідчить зменшення кількості господарюючих суб'єктів у даній галузі на 24 %. Проте, в 2010 році за рахунок зменшення ціни реалізації продукції проти 2009 року на 15 % галузь була збитковою (рівень рентабельності -10,2%). Все це зайвий раз підтверджує нагальну потребу застосування державного регулювання закупівельних цін на сільськогосподарську сировину і, насамперед, продукцію галузей тваринництва, з тим, щоб досягти максимального наближення окупності витрат з розрахунку на одиницю продукції в господарствах різних форм власності [2]. Це дасть можливість домогтись більш швидкого економічного розвитку господарств різних зон, забезпечити однакові умови для вирішення соціальних проблем на селі.

З метою визначення впливу концентрації поголів'я свиней на показники збуту продукції нами здійснено групування сільськогосподарських підприємств Черкаської області (табл. 4).

Підвищення середніх закупівельних цін, в 2008-2009 роках, сприятливо вплинуло на ефективність галузі. Позитивний рівень рентабельності виробництва продукції досягнуто підприємствами з поголів'ям понад 400 гол.

Залежність ефективності збуту м'яса свиней сільськогосподарськими підприємствами Черкаської області від концентрації поголів'я

Групи підприємств за поголів'ям свиней, гол.	Рівень товарності, %	Повна собівартість 1 ц, грн.	Ціна 1 ц, грн.	Прибуток на 1 ц, грн	Рівень рентабельності, %
2005 рік					
до 100	68,5	1616,92	933,39	-683,53	-42,3
101-200	62,6	1329,49	1070,04	-259,45	-19,5
201-300	70,8	1221,56	1027,78	-193,79	-15,9
301-400	72,7	899,65	954,42	54,77	6,1
401-500	112,6	871,97	892,82	20,84	2,4
501-750	76,2	1027,04	997,98	-29,06	-2,8
751-1000	77,3	861,55	991,13	129,57	15,0
1001-2000	72,9	748,82	929,73	180,91	24,2
2001-3000	87,1	737,05	868,10	131,05	17,8
понад 3001	85,2	608,16	776,24	168,08	27,6
2007 рік					
до 100	108,0	1356,61	650,28	-706,33	-52,1
101-200	95,6	1317,36	694,08	-623,28	-47,3
201-300	103,9	1537,57	642,48	-895,08	-58,2
301-400	98,5	1026,15	665,43	-360,72	-35,2
401-500	83,4	1031,08	716,28	-314,80	-30,5
501-750	103,5	704,83	767,07	62,25	8,8
751-1000	87,9	936,97	718,15	-218,82	-23,4
1001-2000	107,5	863,57	729,98	-133,59	-15,5
2001-3000	87,0	788,88	675,46	-113,42	-14,4
понад 3001	87,8	841,53	618,20	-223,33	-26,5
2009 рік					
до 100	82,1	1690,24	1193,46	-496,78	-29,4
101-200	63,8	1536,31	1377,58	-158,73	-10,3
201-300	79,0	1775,06	1355,89	-419,18	-23,6
301-400	102,2	1768,27	1288,65	-479,63	-27,1
401-500	83,5	1240,71	1382,73	142,02	11,4
501-750	93,8	1228,54	1436,53	207,99	16,9
751-1000	88,8	1262,11	1385,26	123,15	9,8
1001-2000	91,7	1257,91	1274,01	16,10	1,3
2001-3000	65,4	1448,75	1494,40	45,65	3,2
понад 3001	88,4	1155,63	1330,11	174,48	15,1

Зростання постійних виробничих витрат у свинарстві, зниження продуктивності тварин, зростання витрат живої праці на виробництво одиниці продукції становлять сукупність факторів, що безпосередньо призводять до підвищення собівартості продукції на вирощуванні і відгодівлі свиней. Цьому сприяють збільшення періоду виробництва для одержання необхідних вагових

кондицій тварин, готових до реалізації, зумовлене низькими середньодобовими приростами і, як наслідок, перевитрата кормів. Перевитрата корму в розрахунку на одиницю приросту живої маси є особливо негативним явищем у свинарстві, оскільки питома вага кормів у загальній структурі кінцевих витрат на виробництво продукції в галузі складає понад 70 %.

Традиційним каналом реалізації м'яса сільськогосподарськими підприємствами (табл. 5) є переробні підприємства, частка яких, протягом

Таблиця 5

Рівень цін за 1 ц м'яса в розрізі каналів реалізації, грн*

(аграрні формування Черкаської області)

Канали реалізації продукції	Показник	2005р.	2006р.	2008р.	2009р.	2010р.
<i>ВРХ</i>						
переробні організації	питома вага каналу	56,5	59,7	75,6	74,0	71,3
	ціна за 1ц, грн	754,26	599,07	1131,74	916,24	991,9
орендна плата за паї	питома вага каналу	0,4	0,2	0,4	0,3	0,2
	ціна за 1ц, грн	564,84	560,00	814,08	1048,98	985,94
населенню, в т.ч. в рахунок оплати праці	питома вага каналу	5,2	3,9	2,4	1,5	1,4
	ціна за 1ц, грн	486,88	447,15	697,1	800,35	836,14
на ринку	питома вага каналу	5,3	4,5	3,4	3,3	2,9
	ціна за 1ц, грн	422,06	451,34	708,37	742,50	873,39
комерційним організаціям	питома вага каналу	32,6	31,7	18,2	20,9	24,2
	ціна за 1ц, грн	495,97	492,04	774,88	931,70	856,41
<i>свиней</i>						
переробні організації	питома вага каналу	72,3	80,5	78,0	66,7	68,5
	ціна за 1ц, грн	1065,5	846,2	1407,5	1362,5	1199,30
орендна плата за паї	питома вага каналу	0,8	0,3	0,5	0,3	0,2
	ціна за 1ц, грн	1090,5	987,6	1260,2	1600,9	1436,83
населенню, в т.ч. в рахунок оплати праці	питома вага каналу	6,9	3,4	2,4	1,8	0,8
	ціна за 1ц, грн	1003,3	792,6	985,4	1389,7	1225,58
на ринку	питома вага каналу	6,0	3,4	5,6	7,3	5,7
	ціна за 1ц, грн	860,0	711,9	1145,2	1415,1	1113,89
комерційним організаціям	питома вага каналу	14,0	12,4	13,5	23,9	24,8
	ціна за 1ц, грн	911,0	699,7	1144,0	1360,4	1104,67

* за 2007 рік відсутня відповідна статистична звітність.

досліджуваного періоду зростає до 70% і які пропонують найвищий рівень закупівельних цін. Протягом 2005-2010 років дану продукцію закупляли також комерційні організації з метою подальшої переробки на власних потужностях [3].

В таблиці 6 наведені дані щодо ефективності збутової діяльності сільськогосподарських підприємств Черкаської області в залежності від розмірів землекористування відносно продукції тваринництва.

Таблиця 6

Ефективність збуту продукції тваринництва сільськогосподарськими підприємствами Черкаської області в залежності від їх розмірів у 2010 р.

Показник	Групи підприємств за площею сільськогосподарських угідь, га			
	до 1500	1501 – 2000	2001 – 2500	2501 і більше
М'ясо ВРХ (в живій вазі)				
Рівень товарності, %	134,2	104,8	110,3	104,4
Повна собівартість 1 ц, грн	1123,18	1031,25	930,89	1022,47
в т.ч. збутові витрати на 1 ц, грн	116,18	65,83	96,47	76,43
Ціна реалізації 1 ц, грн	871,52	873,16	841,91	892,82
Прибуток на 1 ц, грн	-251,67	-158,09	-88,98	-129,65
Прибуток на 1 гол., грн	-492,49	-273,77	-159,45	-238,42
Рівень рентабельності, %	-22,4	-15,3	-9,6	-12,7
М'ясо свиней (в живій вазі)				
Рівень товарності, %	110,2	86,7	107,2	90,4
Повна собівартість 1 ц, грн	1255,10	1077,26	1258,34	1253,51
в т.ч. збутові витрати на 1 ц, грн	116,71	148,64	105,50	173,29
Ціна реалізації 1 ц, грн	1159,78	1130,58	1234,95	1126,06
Прибуток на 1 ц, грн	-95,32	53,32	-23,39	-127,46
Прибуток на 1 гол., грн	-105,98	69,67	-21,73	-163,36
Рівень рентабельності, %	-7,6	4,9	-1,9	-10,1

Дані таблиці 6 підтверджують висновки одержані при здійсненні аналізу даних таблиці 4 щодо позитивного впливу розміру підприємства за земельною площею на показники ефективності збуту продукції галузі тваринництва [4].

Оцінку економічної ефективності маркетингової діяльності сільськогосподарських підприємств Черкащини в галузі тваринництва відображено в таблиці 7.

Економічна ефективність агромаркетингової діяльності сільсько-господарських підприємств Черкаської області в галузі тваринництва

Показники аналізу та економічної ефективності маркетингової діяльності	2007р.	2008р.	2009р.	2010р.
Грошовий потік, тис. грн.	4512	131316,2	72097,5	83865,8
Агромаркетингові витрати на 1000 грн. обсягу реалізованої продукції, грн.	102,36	67,48	85,48	83,26
Коефіцієнт чистого прибутку	-0,031	0,090	0,02	0,02
Коефіцієнт економічної ефективності виробництва і агромаркетингу	-0,018	0,045	0,010	0,007

Дані таблиці 7 свідчать про не ефективну маркетингову діяльність господарств у даній галузі, яка не може забезпечити достатній рівень окупності вкладених ресурсів. У світовій практиці вважається, що для забезпечення високого прибутку, маркетингові витрати повинні становити біля 10 % всіх витрат на виробництво і реалізацію продукції.

Висновки. Створення системи ефективного функціонування, регулювання та вдосконалення механізму підвищення конкурентоспроможності продукції м'ясопродуктового підкомплексу сільськогосподарських підприємств обумовлене необхідністю дотримання якісних параметрів продукції, оптимізації обсягів її виробництва та реалізації згідно попиту на ринку з урахуванням купівельної спроможності населення, рівня розвитку внутрішнього та зовнішнього ринків, стану економіки держави та інших організаційних, технологічних і екологічних чинників.

Список літератури

- 1.Павленко О.М. Значення імпорту в збалансуванні ринку м'яса / О.М. Павленко // Економіка АПК. – 2009. – № 6. – С. 56-58.
- 2.Месель-Веселяк В.Я. Оптимальні розміри сільськогосподарських формувань промислового типу в Україні / В.Я. Месель-Веселяк // Економіка АПК. – 2008. – № 3. – С. 13-20.

3. Статистичний збірник „Основні економічні показники роботи сільськогосподарських підприємств Черкащини в 2010 році” / Черкаське обласне управління статистики : під заг. керів. А. О. Божка. – Черкаси, 2011.

4. Статистичний збірник „Реалізація продукції сільськогосподарських підприємств Черкащини в 2009 році” / Черкаське обласне управління статистики : під заг. керів. А. О. Божка. – Черкаси, 2010. – 124 с.

Summary. *Appearance of signs of competition environment stipulated actuality of marketing activity at АПК as complex of measures in relation to the concordance of productive-sale activity according to the requirements of market. A requirement in realization of such activity grows constantly, as there is a necessity for market research, prognostication of development of economic connections, analysis of marketing activity of enterprises and acceptance of strategic decisions for providing of their competitiveness.*

Efficiency selling off of beef agricultural enterprises during the investigated period was unprofitable and her level did not rise higher - 13,2 %% in 2005, and was at most subzero 2007 - 33,1 %%. It goes to show that the cost of realization of beef grew though, during the marked period on a 66,5 %%, level of prime price increased more rapid rates - in 2 times. The level of marketability of the investigated type of products exceeds 100 %%, it testifies to the sale of basic herd on meat or purchase of population of BPX in a population with the aim of further resale.

The level of marketability of products of the pig breeding rose on 12,5 n., and a maximal level this index attained in 2007 - 98 %%. On the whole efficiency of industry of the pig breeding in the agricultural enterprises of region during 2006-2009 grew from - 7,3 %% to 10,3 %%. In 2010 due to reduction of price to realization of products against 2009 on 15 %% industry was unprofitable(- 10,2%%).

Research results testify to not effective marketing activity of economies in this industry that can not provide the sufficient level of recoupment of the inlaid resources. It is considered in world practice that for providing of high income, marketing charges must present about 10 %% all charges on a production and realization of products.

УДК 332.145

Зелінська А.М.,
к.е.н., доцент,
Житомирський національний агроекологічний університет

СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКА БІОЕНЕРГЕТИКА ЯК НАПРЯМ ЗЕЛЕНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Анотація. *В статті обґрунтовано необхідність, передумови і проблеми становлення та розвитку сільськогосподарської біоенергетики як одного з напрямів зеленої економіки України. Доведено, що розвиток вітчизняної сільськогосподарської біоенергетики на засадах біофізичного економіксу є конструктивним напрямом «вписування» господарських систем у природне середовище.*

Ключові слова: *зелена економіка, біофізичний економікс, сільськогосподарська біоенергетика.*