



**УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНИМИ ПЕРЕВАГАМИ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УЧАСНИКІВ  
РЕГІОНАЛЬНОГО РИНКУ М'ЯСОПРОДУКТІВ**

	1 етап	2 етап	3 етап	4 етап	5 етап	6 етап	7 етап	8 етап	9 етап	10 етап
Використовуваний документ	Розпорядження	Програма розвитку АПК	Договір оферти с виготовлювачем готової продукції про задоволення потреби в м'ясі, визначеної категорії у визначеному обсязі	Техніко-економічне завдання на розробку типового рішення	Концепція розвитку виробництва худоби в регіоні	Доповнена концепція у частині рішень забезпечення технологій, устаткування, кормів, інфраструктури, землі, системи обліку й зворотного зв'язку, плеємінної худоби й транспортної й складської логістики, забійних потужностей	Доповнена концепція в частині підготовки й забезпечення кадрами	Доповнена концепція в частині ветеринарного забезпечення	Бізнес-проект на підставі типового рішення	Бізнес-проект на підставі типового рішення з фінансовим забезпеченням
		М'ясопереробний комбінат	Некомерційна структура	Некомерційна структура	НД	Головні управління сільського господарства і продовольства обласдержадміністрацій	Управління освіти і науки обласдержадміністрацій	Управління ветеринарної медицини області	Головні управління економіки, Головні фінансові управління, обласдержадміністрацій	Консультавання з усма ланками, губернаторами, узгодження й підпис документу всіма учасниками розробки
Ланка	Орган по реалізації національних проєктів	Некомерційна структура	Некомерційна структура	Некомерційна структура	НД	Головні управління сільського господарства і продовольства обласдержадміністрацій	Управління освіти і науки обласдержадміністрацій	Управління ветеринарної медицини області	Головні управління економіки, Головні фінансові управління, обласдержадміністрацій	Консультавання з усма ланками, губернаторами, узгодження й підпис документу всіма учасниками розробки

Економічні й політичні фактори, що впливають на функціонування регіонального ринку м'ясної продукції, визначають етапи реалізації даної моделі:

- організація регулярної роботи із задоволення потреб в регіоні;
- організація міжрегіональної роботи;
- організація роботи на міжнародному ринку.

Результатом використання даної моделі є реалізація місії, що полягає в задоволенні зростаючої потреби в м'ясі й м'ясопродуктах тільки за рахунок внутрішнього виробництва (виробництво регіону, а також сусідніх регіонів в повному заміщенні імпорту), за умови того, що ціна і якість продукції внутрішнього виробництва не поступається імпортованій, а також регулярне збільшення частки експорту продукції АПК у країни, що є основними споживачами м'яса.

Відповідно до моделі кооперації організаційно-економічних зв'язків нами запропонована структурна модель балансу надходження й витрати м'ясопродуктів (рис. 1), з метою оптимального поєднання внутрішніх і зовнішніх джерел і ефективних напрямків їх розподілу на виробниче споживання й продаж при зведенні втрат до мінімуму.

Ключове завдання регулювання м'ясного ринку – забезпечити задоволення потреб регіону за рахунок внутрішніх джерел, шляхом вирощування й відгодівлі худоби й птиці, закупівель м'ясопродуктів у великих і середніх тваринницьких, фермерських і особистих підсобних господарств.

Напрямки витрати передбачають виробниче споживання, включаючи створення резервів; втрати м'ясопродуктів при холодильній обробці, транспортуванні й перетримуванні м'ясопродуктів; продаж в роздрібній торгівлі й громадському харчуванні, на сільськогосподарському ринку усередині регіону й за його межами.

Ефективному функціонуванню ринку сприяє розвинена ринкова інфраструктура, що здійснює зберігання, продаж, рух товарів та інші необхідні операції й послуги. Функцію зберігання на ринку здійснюють сільськогосподарські підприємства, особисті підсобні господарства, скотобазы, холодокомбінати, спеціалізовані склади, підприємства роздрібної торгівлі. Функцію реалізації продукції забезпечують підприємства оптової й роздрібної торгівлі, торговельні біржі, розподільні центри, ярмарки, виставки, торгові дома та ін.

Як показали дослідження для підвищення ефективності планування й здійснення всіх виробничих і збутових функцій, необхідно застосовувати принцип інформаційної достатності. Суб'єкти ринку повинні мати можливість одержувати достовірну інформацію. Важливий високий рівень транспортної забезпеченості для переміщення худоби, м'ясної сировини й м'ясопродуктів.

Необхідними елементами ринкової інфраструктури є фінансово-кредитне, а також правове забезпечення, з використанням підтримки державних і місцевих органів влади, можливостей удосконалювання діяльності при дотриманні податкового, трудового, екологічного, цивільного та ін. законодавства.

Нами виявлено, що конкурентні переваги ресурсного потенціалу підприємств, що працюють на ринку м'ясопродуктів, формує сукупність із 5-ти груп факторів (рис. 2).



Рис. 1. Модель процесу надходження й витрачання м'ясопродуктів.

Найбільшу роль відіграють організаційно-економічні можливості (блок 1): сучасне технічне оснащення виробництва, зберігання й упакування; маркетингове й логістичне забезпечення; системи управління якістю; кваліфікація персоналу; низькі виробничі витрати. Конкурентні переваги ресурсного потенціалу підтримує регулювання розміщення держзамовлення; правове й інформаційне забезпечення; страхування з держпідтримкою; пільгове оподаткування (блок 2).



Рис. 2. Структурна модель формування конкурентного ресурсного потенціалу на ринку м'ясопродуктів.

Для фінансової стабільності підприємств, їх розвитку, істотне значення має наявність інвестиційних ресурсів, партнерські відносини з фінансовими інститутами (банками, фондами, страховими компаніями), доступність пільгового кредитування (блок 3).

На сучасному ринку значну роль у формуванні конкурентних переваг ресурсного потенціалу м'ясопереробних підприємств відіграє забезпеченість сировиною в достатньому обсязі і якості, за доступними цінами, що прямо пов'язане з якістю виробленої продукції, витратами на її виробництво. Необхідна чітка організація тваринництва в регіоні, племінна справа, утримування й відгодівля худоби й птиці у фермерських і особистих підсобних господарствах (блок 4).

Конкурентні переваги ресурсного потенціалу підприємств залежать від побудови взаємини зі споживачами, наскільки вони інформовані про продукцію й організацію, чи будуть вони рекомендувати цю продукцію друзям і знайомим (блок 5).

IV. Висновки. Важливими факторами формування конкурентоспроможності підприємств на ринку м'ясопродуктів виступають форми й методи взаємини зі споживачем, урахування особливостей сприйняття, поінформованості, сприяння й мотивації сегментів споживачів; програми просування, стимулювання й формування лояльності; досягнутий характер партнерства.

**Джерела та література:**

1. Богданова О. В. Проблемы межотраслевого обмена в мясном подкомплексе / О. В. Богданова // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2003. – № 11. – С. 20-22.
2. Гончаров В. Д. Вопросы развития мясного подкомплекса / В. Д. Гончаров, В. Маримян // Экономика сельского хозяйства. – 1987. – № 6. – С. 16-23.
3. Данкверт С. А. Рынок животноводческой продукции и его регулирование / С. А. Данкверт // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2004. – № 1. – С. 7-11.
4. Дейнеко Л. В. Економічні проблеми розвитку харчової промисловості України та її регіонів : дис. ... док. екон. наук : 08.10.01 / Л. В. Дейнеко; Рада по вивч. продуктив. сил України. – К., 1999. – 440 с.
5. Кузубов М. В. Аналіз і оцінка ситуації на ринку агропродовольчих товарів в Україні / М. В. Кузубов // Економіка АПК. – 2002. – № 6. – С. 88-91.
6. Мостенська Т. Л. Особливості формування попиту і пропозиції на ринку харчових продуктів / Т. Л. Мостенська // Економіка АПК. – 2003. – № 1. – С. 113-119.
7. Романенко І. П. Роль державної підтримки у формуванні конкурентоспроможності підприємств агропромислового комплексу / І. П. Романенко // Економіка і регіон. – 2006. – № 4 (11). – С. 106-112.

**Амельченко Т.В., Витковский О.С.****УДК 338.49(477.75):379.81/85****РАЗВИТИЕ ПЕШЕХОДНОГО ТУРИЗМА В СФЕРЕ УСЛУГ РЕКРЕАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА АРК****Введение.**

Процессы глобализации с каждым днем набирают темпы, это отражается не только в образовательной области, но и в области туризма.

Туризм – наиболее динамично развивающаяся отрасль мирового хозяйства.

Крым является регионом с высоким рекреационным потенциалом, где следует развивать индустрию туризма и отдыха. Для этого имеется богатый историко-культурный фонд, неповторимые природно-ландшафтные и биологические особенности, что позволяет выявить определенные закономерности и наметить пути дальнейшего совершенствования данной сферы деятельности.

Следуя этим критериям, в СССР на территории региона была создана структура организованного пешеходного туризма, которая состояла из турбаз и стоянок на территории горного Крыма и ЮБК, поэтому в настоящее время существуют огромный потенциал его развития.

**Актуальность данной статьи** заключается в возрождении структуры пешеходного туризма, которая с максимальной выгодой использовала природно-климатический и ландшафтный потенциал региона. Данная структура позволит получить при продуманном вложении финансовых ресурсов и создании необходимых кадров выгодный и развивающийся источник дохода для региона и страны в целом.

**Изученность проблемы:** исследованием данной проблемы занимались Банранов А.В., Степанов С.А., Степанова Е.С., Комарчук П., Артюхова И.В. и др. Но многие вопросы не достаточно изучены до сих пор.

**Изложение основного материала:**

Согласно анализу советского периода в 1971-1975 на развитие материальной базы туризма профсоюзами было выделено 0,5 млрд. руб.; количество турбаз, гостиниц, кемпингов доведено почти до 1 тыс. (количество мест возросло со 150 тыс. до 300 тыс.); объём туристско-экскурсионных услуг возрос с 260 млн. руб. в 1970г. до 1 млрд. в 1975г. По размаху туристского движения СССР занимало одно из первых мест в мире. В 1975 г. число лиц, проводивших отпуск и каникулы за пределами постоянного места жительства, достигло 140-150 млн. чел. (оценка, включая поездки в дома отдыха, пансионаты, санатории, пионерские лагеря и др.), что составило около 20% от всего числа туристов в мире.

Согласно государственной политике по охране здоровья, развитие туристического движения носило ярко выраженный социальный характер.

По данным статистики, в 1975г. в длительных и кратковременных самостоятельных путешествиях, походах, самостоятельно выезжали в места организованного отдыха, в пригородные зоны, в др. города с оздоровительными, познавательными, социальными, спортивными и др. целями - 75-80 млн. чел. Социальная структура туристического потока в то время отражена в таблице 1.

**Таблица 1.** Социальная структура туристского потока (70-е гг.).

	рабочие промышленных предприятий и служащие	инженерно-технические работники и творческая интеллигенция	студенты и учащиеся	рабочие совхозов, колхозники	пенсионеры	прочее
Процентное соотношение	33%	28%	18%	9%	4%	8%

По совокупным затратам на отдых, связанный с перемещением в места его проведения, население расходовало в год 13-14 млрд. руб. (1975г.), или около 5,5% ко всему фонду потребления товаров и услуг. По затратам туризм занимал одно из первых мест в структуре потребления населением товаров и услуг.

Создание данной структуры широкое развитие получило в 50е годы, в тот период на территории региона уже располагалось 7 турбаз, способных одновременно принять немногим более 700 чел., а к 1990 г.