

відноситься можливість гідно працювати та підвищувати рівень свого добробуту.

Література

1. Лібанова Е. Бідність в Україні: діагноз поставлено – будемо лікувати? // Дзеркало тижня. – 2002. – №13(337). – С. 10.
2. Соціальна безпека: теорія та українська практика: Монографія / І.Ф. Гнибіденко, А.М. Колот, О.Ф. Новікова, В.М. Новіков, Б.Й. Пасхавер. – К.: КНЕУ, 2006. – 291 с.

Ольга РОМАНИШИН

Тернопільський національний економічний університет

ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНОГО РИНКУ М'ЯСА

Функціонування регіональних ринків як сукупність пов'язаних техніко-технологічних і організаційно-економічних суб'єктів бізнесу на певній території з метою раціонального поєднання ресурсів споживання і продуктів виробництва на основі спеціалізації сприяє інтеграційним процесам, створенню ефективних виробництв. Різноманітність конкретних форм агропромислової інтеграції є показником якісного поглиблення процесу в цьому напрямі, відповідності вимогам ринку. Отже, процеси формування циклу виробництво-переробка-збут сільськогосподарської сировини в окремо взятій галузі в єдину інтегровану систему в межах територіального розвитку, функціонально-галузевої і продуктової структури зумовлює розгляд за окремо взятою (виробленою) структурою, так і в їхній сукупності, що дасть змогу всебічно розкрити, проаналізувати й дослідити ефективність регіонального ринку.

Розгляд регіонального ринку і виокремлення основних підходів дає змогу чітко простежити єдність галузевої, територіальної і продуктової складових, де відбувається формування спеціалізованих сировинних зон і раціональне розміщення підприємств переробної промисловості, тобто створення на цій основі інтегрованих підприємств з яскраво вираженим синергетичним ефектом у кінцевому підсумку господарської діяльності.

Специфіка регіонального ринку м'яса визначається ієрархією харчових і смакових потреб, високим ступенем локальності і автономності, інституційною та структурною стійкістю споживання м'ясопродуктів, низькою ціною еластичністю і стратегічним значенням на мезо- і мікрорівні. Волатильність регіонального ринку м'яса залежить від його ємності, відкритості, насиченості, самозабезпеченості. Значний вплив на формування регіонального ринку м'яса здійснюють такі чинники: експорт, імпорт, ступінь харчової та продовольчої безпеки, перспективи подальшого розвитку в напрямку, котрий є необхідним для задоволення потреб споживачів у якісних м'ясопродуктах.

Регіональний ринок м'яса представлений двома складовими: сировинним ринком м'яса, і ринком охолодженого м'яса і м'ясних продуктів, для яких є

необхідним проведення відповідних маркетингових досліджень. Їх результати будуть використані для вироблення напрямків вдосконалення різних аспектів маркетингової політики суб'єктів регіонального ринку м'яса. Одним з важливих етапів маркетингу є розробка його стратегії, на якій у подальшому буде ґрунтуватися план маркетингу і програма маркетингових заходів.

Характер формування ринку м'яса і м'ясних продуктів на регіональному рівні залежить від розміщення споживачів і виробників. На розміщення виробництва м'яса великий вплив робить його транспортабельність, терміни зберігання та технологічна специфічність переробки і споживання.

Дослідження показали, що хоча регіональний ринок м'яса Тернопільської області є насиченим м'ясними продуктами на відповідному рівні і задовольняє в певній мірі прийнятні показники продовольчої безпеки, але окремі м'ясні продукти не завжди є доступними основній частині населення. Тому рівень споживання за основними видами продуктів є нижчим науково-обґрунтованих (раціональних) норм споживання. Попит населення, в першу чергу орієнтується на більш дешеву продукцію, зі знизеним вмістом білків і жирів. Стан економічної доступності продовольства характеризується високим показником витрат на харчування, широкою диференціацією доходів по соціальних групах населення, зниженням купівельної спроможності середньодушових доходів населення, внаслідок випереджаючих темпів зростання споживчих цін по відношенню до реальної зарплати і їх грошових доходів. В період нестабільності і кризи підвищений інтерес населення до м'яса птиці.

Варто акцентувати увагу, що сукупний попит на м'ясо птиці в Тернопільській області є похідним (вторинним) від попиту на ринку м'яса. Тобто, це реальний обсяг продукту, який споживачі Тернопільщини готові купувати при сформованому рівні цін. Незважаючи на позитивні виробничі показники, споживчий попит по м'ясу птиці власного виробництва в Тернопільській області забезпечений не повністю. Одним з основних питань виробництва м'яса птиці є вдосконалення виробничо-збутової діяльності товаровиробників шляхом виявлення основних факторів, що впливають на мотивацію споживача при виборі, купівлі та споживанні м'ясної продукції птахівництва. На нашу думку, до числа цих факторів слід віднести ціну на продукцію з м'яса птиці, обсяг виробництва м'яса птиці і ціну на товари-замінники (м'ясо інших видів).

На основі аналізу основних проблем, властивих м'ясному виробництву Тернопільської області, визначено основні напрямки розвитку регіонального ринку м'яса:

- 1) врахування чинників зовнішнього середовища розвитку асортименту;
- 2) вдосконалення організаційно-економічного механізму регулювання ринку м'ясної продукції з урахуванням вимог СОТ;
- 3) якість м'ясної продукції відповідно до стандартів і вимог;
- 4) використання моделей м'ясних територіально-виробничих кластерів.

Важливим чинником, що впливає на темпи розвитку такої складної ринкової системи, як регіональний ринок м'ясної продукції, є врахування взаємодії ланок ланцюжка «виробник – переробник – оптову ланку – роздрібне

ланка – споживач» між собою при розробці асортименту. Сьогодні цей чинник є вирішальним на регіональному ринку м'яса. Отже, головним завданням є забезпечення внутрішньої потреби України м'ясом тільки за рахунок власного виробництва: нарощування його обсягів, збільшення експорту та повна відмова від ввезення імпортного м'яса для внутрішніх потреб.

З метою удосконалення партнерських взаємовідносин пропонується підхід щодо врахування інтересів всього виробничого ланцюжка, що включає в себе кілька етапів:

1) створення групи з оцінки якості м'яса і м'ясних продуктів: (експерти, споживачі, оптові та роздрібні торговці, фахівці з переробки м'яса, тваринники);

2) розробка методики оцінки якості;

3) розробка методики оцінки асортиментної одиниці;

4) оцінювання вибірки зразків м'яса і м'ясних продуктів;

5) формування карти споживчих інтересів;

6) прийняття рішення за асортиментом і якістю.

Запропонована методика дасть змогу врахувати інтереси всього ланцюжка «виробник – переробник – оптова ланка – роздрібна ланка – споживач» дає можливість виробнику і переробнику включити споживача безпосередньо в процес виробництва продукції.

Література

1. Афанасьєва О.П. Системний підхід до маркетингового дослідження регіонального товарного ринку м'яса та м'ясопродуктів / О.П. Афанасьєва // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2014. – №2. – С. 95-106.

2. Місюк М.В. Формування та розвиток регіонального ринку продукції скотарства : монографія / М.В. Місюк. – Херсон : Грінь Д.С., 2013. – 343 с.

3. Пуцентейло П. Р. Конкурентоспроможність м'ясного скотарства України: теорія і практика : монограф. / П. Р. Пуцентейло. – Тернопіль: ВПЦ “Економічна думка ТНЕУ”, 2011. – 420 с.

Іван СВИНОУС, Олеся ГАВРИК

Білоцерківський національний аграрний університет

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ВИРОБНИЦТВА У ЯЄЧНОМУ ПТАХІВНИЦТВІ

Сучасне яєчне птахівництво є найбільш динамічною галуззю тваринництва, яке на основі інноваційних підходів забезпечило зростаючу динаміку розвитку, однак посилення конкуренції на внутрішньому та зовнішньому ринках зумовлює необхідність розвитку системи управління виробничими витратами. У нинішніх умовах дієве управління виробничими витратами на підприємстві можливе лише за умови його орієнтації на довгостроковий період та врахування впливу як внутрішніх факторів, так і зовнішнього середовища.