

ФОРМУВАННЯ СКЛАДОВИХ РИНКОВОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ГАЛУЗІ М'ЯСО-МОЛОЧНОГО СКОТАРСТВА

I. В. Лозинська, к.е.н., доцент, Сумський національний аграрний університет

У статті досліджується проблема формування ринкової інфраструктури для забезпечення конкурентоздатного функціонування та підвищення ефективності діяльності сільськогосподарських підприємств в галузі м'ясо-молочного скотарства. Були розглянуті питання встановлення ціни на м'ясо-молочну продукцію з урахуванням її якості та попиту на неї. Створення інтегрованих структур в галузі дасть поштовх для удосконалення виробничих відносин та підвищення продуктивності.

Ключові слова: м'ясо-молочна продукція, скотарство, сільськогосподарські підприємства, інфраструктура, оптові ринки, інтегровані об'єднання

Постановка проблеми. Найважливіша особливість формування ринкових відносин в аграрній сфері економіки полягає в тому, що сільське господарство більше, ніж будь-яка інша галузь, залежить від структури ринку, а продовольчий ринок найбільш вразливий із соціальної точки зору, оскільки його розвиток безпосередньо пов'язаний з рівнем життя в Україні [1].

Аналіз попередніх досліджень і публікацій. Тема дослідження постійно перебуває в колі інтересів економістів-аграрників. Їй присвятили свої наукові праці П.І. Гайдуцький, В.Я. Месель-Веселяк, О.М. Шпичак, С.В. Васильчак, Є.М. Кирилюк, А.М. Прощаликіна, Р.І. Тринько, В.І. Топіха, М.Д. Янків, Г.В. Черевко, В.А. Туржанський, Л.В. Молдован, О.А. Шуст, О.В. Мазуренко, М.М. Трещов та ін. Проте, на нашу думку, динамічність ситуації на ринку продукції м'ясо-молочного скотарства породжує нові проблеми, відбуваються зміни в нормативно-правовому забезпеченні, виникають нові взаємозв'язки й залежності. Проблематичним залишається формування цілісної ринкової інфраструктури: потребує удосконалення система взаємовідносин учасників ланцюга від товаровиробника сировини до споживача продукту. Особливо ця проблема загострилась після вступу України до СОТ, коли вітчизняні товаровиробники через відсутність гідного фінансування галузі не змогли конкурувати з імпортованою (не завжди належної якості) продукцією.

Постановка завдання. Саме тому постала мета даного дослідження - розробка й реалізація заходів щодо розвитку механізму функціонування ринкової інфраструктури в галузі м'ясо-молочного скотарства на основі концентрації зусиль держави й товаровиробників за для підвищення конкурентоздатності сільськогосподарських підприємств та забезпечення населення вітчизняною якісною продукцією.

Виклад основного матеріалу. Ринок продукції скотарства відрізняється від інших ринків певними особливостями. Він представлений товарами першої необхідності, які задовольняють передусім фізіологічну потребу людей у харчуванні. Якість продукції та безпечність її споживання

залежить не тільки від якості сировини і технології виробництва, а й від умов та строків зберігання і реалізації продукції. Виробництво великих обсягів сезонної продукції та продукції, що швидко псується, впливає на процес кооперації та інтеграції сфери виробництва, переробки і реалізації продукції скотарства.

Цілісність і єдність ринку скотарства забезпечується лише завдяки нерозривності процесу виробництва м'ясо-молочної продукції. Але канали їх надходження на ринок від виробника до споживача зовсім різні. Молоко і продукти його переробки потребують щоденного товаропросування. Жива худоба, яловичина та м'ясопродукти надходять на ринок менш ритмічно. Ринки молока, особливо питного, в більшій мірі локалізовані, ніж ринки продуктів м'ясного скотарства, оскільки тут неможливі перевезення на далекі відстані.

Як прийнято у цивілізованому світі, ринковими обсягами молока та м'яса ВРХ вважаються лише ті, що закупаються переробними підприємствами з подальшою реалізацією продуктів у роздрібній торгівлі.

При загальному зниженні обсягів закупівлі молока на 17,6%, закупівлі від сільгоспдприємств збільшились на 22%, а від господарств населення — зменшилися на 37%. Відповідним чином змінилася інфраструктура заготівель м'яса ВРХ. На фоні загального зменшення обсягів закупленого переробними підприємствами м'яса ВРХ від господарств населення закуплена кількість продукції за останні три роки зменшилась на 29%, а кількість продукції від сільськогосподарських підприємств зросла на 16%.

Поступово підвищується якісні показники молочної сировини, реалізованої сільськогосподарськими підприємствами переробникам. Що стосується м'ясної — то тут товаровиробникам слід прикласти зусиль для підвищення якісних показників продукції (табл.1).

Головним чинником, що сформував поточну ситуацію у галузі скотарства є ціни, за якими переробники купують сировину. Вони є індикатором привабливості галузі у розрізі категорій господарств.

Таблиця 1

Структура якості м'ясної та молочної сировини від сільськогосподарських підприємств, %

Показники	М'ясо ВРХ		Молоко	
	2005	2012	2005	2012
Екстра та вищий ґатунок	22,0	14,2	16,9	36,5
I ґатунок	34,5	32,2	73,4	57,6
II ґатунок	41,3	51,0	8,7	5,6
Негатункове	2,2	2,6	1,0	0,3

Джерело: за даними Асоціації товаровиробників та переробних підприємств Сумщини

Так, наприклад, якщо у 2007-2008 рр. ціни закупівлі молока від господарств населення були нижчими за ціни для сільськогосподарських підприємств на 20%, то у 2012-2013 рр. цей розрив збільшився вже до 30%. Така ситуація свідчить про поступове охолодження попиту з боку переробників на «подвірне» молоко другого ґатунку або негатункове, що спричинило значне зниження привабливості реалізації молока особистими господарствами на переробні підприємства.

Співвідношення обсягів продажу продукції підприємствами та цінами на них свідчить про наявність певного дефіциту м'ясо-молочної сировини високих якісних кондицій та великих партій, у тому числі у охоложеному вигляді. Тобто, переробники все більше вимагають високих стандартів якості, яку у змозі забезпечити лише товарні підприємства.

На сьогоднішній день проблема реалізації продукції набуває неабиякого змісту через відсутність обґрунтованого механізму встановлення ціни на продукцію галузі скотарства. Через відсутність налагодженої системи збуту продукції сільськогосподарські підприємства змушені реалізувати

свою продукцію посередникам, які дуже часто занижують ціни, отримуючи для себе максимум прибутку та позбавляючи тим самим товаровиробника можливості навіть простого відтворення. У зв'язку з цим відбувається скорочення виробництва.

Характерною особливістю процесу реалізації сільськогосподарської продукції в Україні є невелика ємність первинного ринку сільськогосподарської продукції, тобто поставок продукції товаровиробниками безпосередньо переробним підприємствам, і зростаючий із року в рік обсяг вторинного ринку - посередництва. При цьому спрямування товаропотоків до комерційних каналів збуту з непрозорими умовами купівлі-продажу, визначення якості продукції та цін призводить до значних фінансових втрат виробників [2].

За даними чисельних досліджень, труднощі в збуті продукції у свідомості керівників виробничих підприємств вийшли на перший план у порівнянні з питаннями постачання, хоч останні постають часом досить гостро. Це пояснюється характерною для ринкових умов ситуацією, за якої пріоритетнішим є вміння реалізувати продукцію, а ніж її виробляти [3].

Таблиця 2

Структура реалізації продукції скотарства сільськогосподарськими підприємствами, %

Канал	Роки							2013 до 1995, (+/- п.в.)
	1995	1998	2002	2004	2008	2011	2013	
Заготівельним організаціям	94,8	63,3	55,2	26,0	33,6	29,5	16,2	-78,6
Населенню в рахунок оплати праці	3,5	22,3	19,5	14,3	6,7	3,6	1,2	-2,3
Прямий продаж	-	5,2	11,8	19,4	19,5	15,1	3,3	33,3
Видано пайовикам	1,9	2,0	3,3	3,4	2,8	2,5	2,6	0,7
За іншими каналами	-	7,2	10,2	28,8	37,4	49,3	76,7	76,7

Джерело: Держкомстат України

Поява численних посередників привела до завищення цін на більшість продовольчих товарів, монополізації окремих сегментів ринку, ускладнення всієї системи збуту.

Наслідком цього також стала поява неконтрольованих стихійних ринків м'ясо-молочної продукції. Крім того, диспаритет цін, спад попиту, звуження ринку, зростання неплатежів та інші причини також обмежують реалізацію продукції [4].

Отже, сьогодні відсутня організована, стабільна система реалізації сільськогосподарської продукції. Вітчизняні сільгоспвиробники позбавлені державної підтримки при збільшенні локального монополізму переробної промисловості та роздрібною торгівлі, що стало причиною зростання роздрібних цін на м'ясо-молочну про-

дукцію.

Одночасно зауважимо, що розвиток галузі скотарства гальмує також низька якість продукції, недосконалість діючих стандартів, що відповідають вимогам європейського рівня, низька платоспроможність населення, недосконале господарювання в ринкових умовах та інше. Все це в комплексі привело до збитковості більшості підприємств, що займаються виробництвом продукції скотарства. Однак, з іншого боку, не слід відмовлятися від вітчизняного виробництва, оскільки результатом цього буде все більше потрапляти на український ринок іноземна продукція, а це, у свою чергу, приведе до зниження зайнятості населення.

Важливу роль в стабілізації ринку продукції скотарства повинна відігравати держава. Майже

всі держави світу проводять політику самозабезпечення багатьма видами продукції тваринництва, в тому числі скотарства, через фінансування і субсидування виробників тваринницької продукції. Уряди багатьох країн розглядають таку фінансову підтримку не лише як предмет реалізації концепції самозабезпечення продовольством, але й як важливий стратегічний чинник національної безпеки. Тому доцільно було б, на наш погляд, переглянути політику низьких закупівельних цін, підвищити їх за рахунок частки переробних підприємств і торгівлі або, як прийнято на Заході, за рахунок дотацій і компенсацій. Необхідно упорядкувати відсоткові ставки на короткострокові та довгострокові кредити і захистити внутрішній ринок від імпорту м'яса і моло-

копродуктів, надати допомогу власникам товаровиробникам для виходу на зарубіжні ринки [6].

Згідно класичного формулювання, провідною ланкою у ланцюгу «виробництво - споживання» є саме система реалізації продукції, так як вона є носієм оперативної інформації про потенційні можливості споживачів придбати певний вид продукції і забезпечує ефективність як процесу товароруку, так і виробництва.

В Україні назріла необхідність створення ринкової системи збуту продукції скотарства, яка б дозволила швидко просувати продукт від виробника до споживача з найменшими втратами кількості та якості і сприяла стабілізації та подальшому розвитку діяльності сільськогосподарських підприємств.

Таблиця 3

Наявність переробних потужностей в Сумській області

Показник	Роки							2013 до 2000,%
	2000	2002	2004	2006	2008	2011	2013	
Кількість боєнь ВРХ, од.	16	12	8	5	3	2	2	12,5
Кількість м'ясопереробних підприємств, од.	18	18	14	10	9	8	7	38,9
Кількість зданої продукції, тис.т	44,3	38,6	27,5	21,5	17,5	12,4	9,4	21,2
Кількість молокопереробних підприємств, од.	16	16	16	12	11	10	8	50,0
Кількість зданої продукції, тис.т	57,7	44,2	32,5	24,1	19,2	10,5	7,7	13,3

Джерело: сайт Сумської обласної державної адміністрації

На сьогоднішній день вони мають монополізоване становище та можуть забезпечити підвищення мобільності всіх видів ресурсів комплексу завдяки поліпшенню системи заготівель, транспортування, зберігання, розподілу, обігу і є обов'язковою умовою ефективного використання обмежених ресурсів і потенційних резервів товаровиробників.

На сьогоднішній день проблема полягає у тому, що в регіонах України відсутні системи оптової закупівлі та зберігання м'ясо-молочної продукції. Саме з реорганізації оптових структур починається рух до ринку, така як саме оптова торгівля погоджує інтереси виробника товарів, продавця і покупця. Основна її мета - це безперебійне і ритмічне постачання продукції, яке задовольняє попит на неї в зручний для споживача час, у відповідності до його запитів і в межах його фінансових можливостей. Практичний досвід більшості зарубіжних країн показує, що найбільш прийнятною й оптимальною системою реалізації продукції, яка швидко псується, зокрема, продукції скотарства є та, у якій основною ланкою виступає оптовий продовольчий ринок. Уряди цих країн беруть активну участь у їх створенні, фінансовій підтримці і, через закони та нормативні акти, впливають на ефективність їх розвитку і функціонування.

У цьому випадку така організаційна структура як оптовий ринок акумулюватиме продавців та покупців в одному місці, визначаючи ринковими методами ціну та створюючи конкурентне середовище; прискорюватиме всі грошові та товарні потоки; забезпечуватиме безпеку та легалізацію реалізації продукції; надаватиме підтримку дер-

жавних, кредитних, страхових установ та організацій.

У межах реалізації Державної цільової програми створення оптових ринків сільськогосподарської продукції (3.06.2009 р. № 562) протягом 2009-2013 рр. передбачено було створення 25 оптових ринків сільгосппродукції в Україні, а на їхнє будівництво заплановано було виділення 4 млрд грн, у т. ч. 1,2 млрд грн – з державного бюджету[7]. Також з 2011 р. зведення мережі оптових ринків сільськогосподарської продукції проводиться у рамках національного проекту «Зелені ринки» – створення мережі регіональних оптових продовольчих ринків»[8].

У 2010 р. на будівництво оптових ринків сільськогосподарської продукції з держбюджету було передбачено 36 млн. грн., у 2011 р. – 198 млн. грн., у 2012 р. - 248 млн.грн. [9].

На 2013 р. у державному бюджеті кошти на пряму підтримку оптових ринків сільськогосподарської продукції не були передбачені.

Через нестачу коштів було вирішено розгорнути будівництво оптових ринків не біля кожного обласного центру, як це очікувалося раніше, а лише поблизу міст-мільйонників. Крім того, проблемами створення мережі оптових ринків сільськогосподарської продукції є висока вартість землі для розміщення таких ринків, необхідність значних обсягів інвестицій і тривалий строк їх окупності, а також бюрократичні перепони при започаткуванні бізнесу [10].

На сьогодні статус оптового ринку сільськогосподарської продукції отримали 11 юридичних осіб, які реалізують проекти зі створення таких ринків з сучасною інфраструктурою у Львівській,

Вісник Сумського національного аграрного університету

Серія «Економіка і менеджмент», випуск 8 (61), 2014

Київській, Запорізькій, Одеській, Донецькій, Харківській, Херсонській, Рівненській, Луганській, Черкаській і Миколаївській областях. Найбільш розвиненими можна вважати оптові ринки: «Шувар» у м. Львові, «Столичний» у м. Києві, «Господар» у м. Донецьку та єдиний в Україні оптовий ринок живої худоби «Чародій» у м. Жашкові Черкаської області.

Прозорий цивілізований продаж через організований оптовий ринок дозволяє товаровиробникам підвищити ціну на худобу на 10-15%. При цьому оптові покупці можуть зменшити витрати на заготівлю та завезення худоби на 5-8%, що демонструє більш високу його конкурентність порівняно з багаточисельними посередниками [11].

Попит на ринку продукції скотарства формується під впливом демографічних, економічних, вартісних факторів, тобто він залежить від кількості населення, розподілу його доходів, якості і вартості товарів, товарного асортименту, реклами. Пропозиція залежить від організаційно-економічних (розвиток інфраструктури ринку, грошова та кредитно-податкова політика держави, форми організації виробництва, взаємовідносини сільськогосподарських товаровиробників та переробних підприємств) і технологічних (догляд за тваринами, їх повноцінна годівля, технологія зберігання та переробки молочної сировини) факторів.

Інтереси учасників сільськогосподарських ринків протилежні. Виробники хочуть реалізувати свою продукцію за цінами, що перевищують виробничі витрати, проте тільки частина виробників, які господарюють в кращих умовах, мають мінімальні витрати. Якщо їх пропозиція задовольняє попит, то продукція інших виробників не знаходить збуту чи продається за цінами, нижчими від затрат. Покупець і переробник зацікавлені в найнижчих цінах, оскільки вони входять до складу виробничих витрат і впливають на результати їх господарської діяльності.

Виробництво продукції скотарства здійснюється великою кількістю товаровиробників при значно меншій кількості оптових покупців. У зв'язку з цим виникає необхідність ефективної ринкової системи збуту продукції, в існуванні якої зацікавлений також споживач.

Територіальне відмежування виробників тваринницької продукції та її споживачів впливає на існування між ними посередницької ланки. Світова практика свідчить, що виробники, як правило, захищаються шляхом створення кооперативних закупівельних, збутово-маркетингових

організацій і злиття свого капіталу з капіталом переробних підприємств.

Основним соціально-економічним принципом організації продовольчого ринку має бути його біполяризація. Цей принцип вимагає, щоб усі оператори аграрного ринку з боку пропозиції реально відчували оцінку свого товару чи послуг з боку кінцевого споживача. Тому аграрний ринок в ідеальному варіанті повинен мати біполярну структуру. На одному полюсі – інтегрований виробник, на другому – кінцевий споживач.

Інтегрований виробник може мати різні форми. Цілком реально інтегрувати всі ланки агропромислово-торгівельного ланцюга від початкової (ферми) до кінцевої (роздрібною торгівлі) на основі контрактної інтеграції. Саме ця форма інтеграційних зв'язків найбільш поширена у світі. Багато сільськогосподарських підприємств організували власну переробку виробленої ними продукції та створили власну збутову мережу для продажу продуктів переробки.

Однією з можливостей призупинення економічного спаду на ринку продукції скотарства є прискорення формування в інфраструктурі цього ринку нових господарських систем, спроможних до стійкої й ефективної праці в нових економічних умовах. Повніше використання потенціалу сільськогосподарських товаровиробників можливо реалізувати через інтеграцію дрібних і середніх приватних господарств з господарствами суспільного сектора. Важливе значення у цьому напрямі має створення кооперативних структур із заготівлі, доставки, переробки та збуту продукції скотарства. Кооперація повинна стати органічною складовою ринку такої продукції.

Одним із різновидів інтегрованих об'єднань підприємств є корпорація, яка об'єднує товаровиробників і переробників сировини з метою взаємовигідного поєднання їхніх інтересів у спільному виробництві, заготівлі, переробці й реалізації готової продукції. Окрім того, до її складу можуть входити обслуговуючі підприємства, фінансові установи, страхові товариства, інші фізичні й юридичні особи, в тому числі зарубіжні інвестори (рис.1).

Основою розвитку такої корпорації є розробка економічного механізму взаємовідносин, спрямованих на забезпечення рівних можливостей отримання вигоди пайовиками від спільної діяльності, зацікавлення всіх членів інтегрованого формування у зміцненні економіки та ведення галузей за принципом розширеного відтворення із залученням нових суб'єктів господарської діяльності на взаємовигідних засадах.

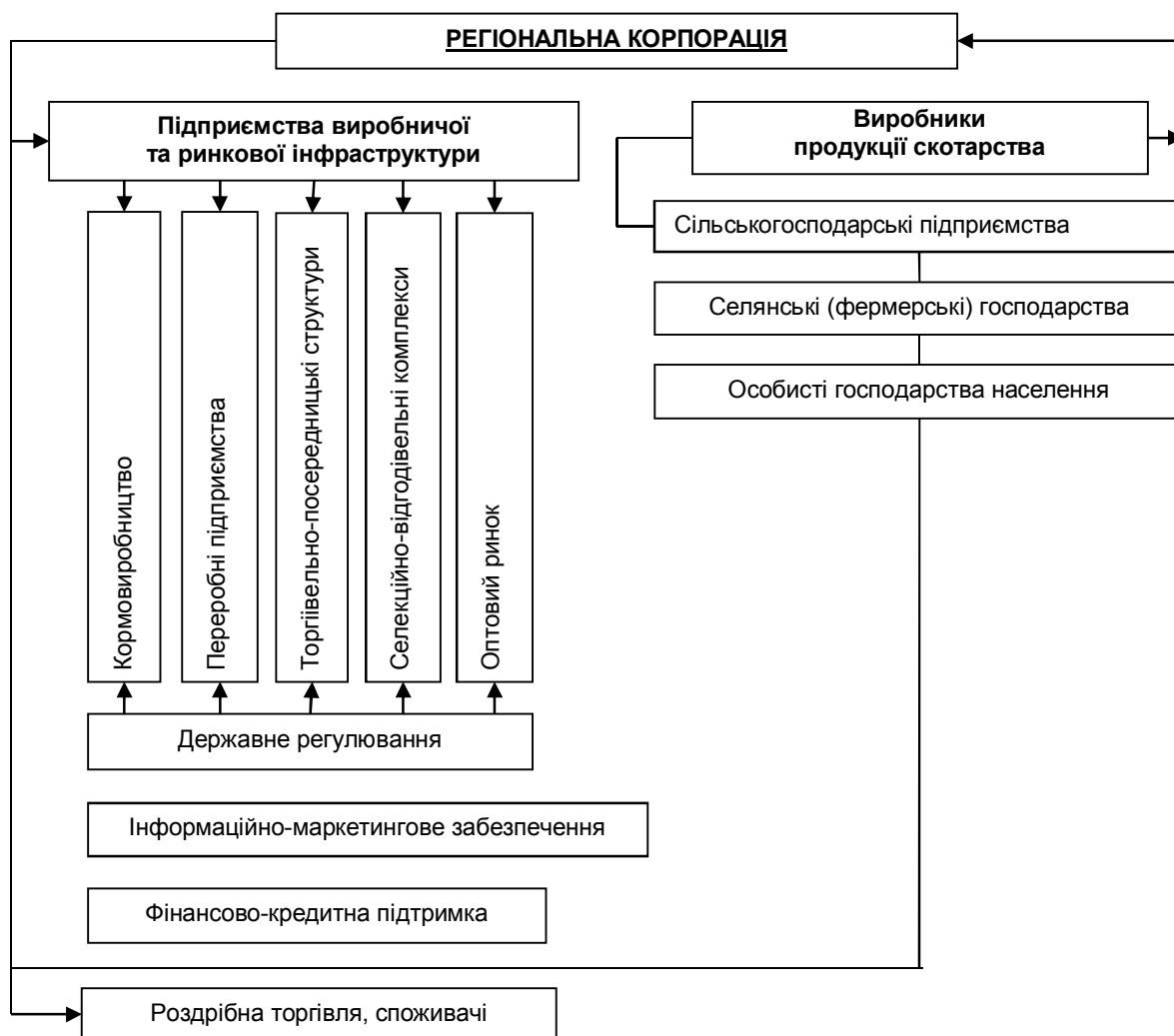


Рис. 2.- Схема організаційно-структурної моделі регіональної корпорації

Джерело: розробка автора

Висновки. Отже, відновлення повноцінного функціонування галузі скотарства неможливе без розвитку виробничої та ринкової інфраструктури, яка повинна забезпечувати повноцінний та збалансований розвиток основного виробництва. Саме інфраструктура як комплекс галузей і видів

діяльності, що мають єдине функціональне призначення й володіють певними загальними ознаками здатна задовольнити різнопланові потреби товаровиробників та забезпечити технічний та організаційний рівень розвитку основного виробництва.

Список використаної літератури:

1. Васильчак С.В. Теоретико-методологічні принципи розвитку аграрного ринку // Агроінком. – 2005. - №9-10. – С.2-5
2. Кирилюк Є. М., Прощаликіна А. М., Трансформація структури економічних відносин на аграрному ринку України Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=1323>
3. Пчелянська Г.О. Роль ринкової інфраструктури в системі ціноутворення // Економіка: проблеми теорії та практики: Збірник наукових праць. – Випуск 230: В 3 т. – Т II. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2007. – С. 342-349
4. Туржанський В. А. Формування регіонального ринку тваринницької продукції / В. А. Туржанський // Вісник Хмельницького національного університету : Економічні науки. – 2007. – № 6. – Т. 3. – С. 212-215
5. Статистичний збірник «Сільське господарство України» / За ред. Н.С. Власенко. – К., 2012. – 386 с.
6. Шуст О.А. Функціонування тваринництва України: сучасний стан та проблеми вирішення / О.А. Шуст // Економіка та управління АПК: Збірник наукових праць / Білоцерківський національний аграрний університет. – Біла Церква, 2011. – Вип. 5 (85). – С. 37–42.
7. Оптові продовольчі ринки в Україні: процес пішов // Пропозиція - 2011. - №11 - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.propozitsiya.com/?page=149&itemid=3740&number=127>
8. «Про затвердження переліку проектів із пріоритетних напрямів соціально-економічного та культурного розвитку (національні проекти) Постанова КМУ від 8 грудня 2010 р. № 1256 - <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1256-2010-%D0%BF>

9. Гриценко М. «Розвиток ринкової інфраструктури» Проект USAID «АгроІнвест» -[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://galinfo.com.ua/news/103128.html>

10. Трещов М.М. Розвиток інфраструктури аграрного ринку в регуляторному середовищі держави як один з основних шляхів підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств. - Економічний простір. - 2009.- №2. – С. 80

11. Молдован Л.В. Організація сільськогосподарського ринку // Науковий вісник Національного аграрного університету / Редкол.: Д.О. Мельничук (відп. ред.) та ін. – К. – 2006. – Вип. 97. – С.35-41

Лозинская И.В. Формирование составляющих рыночной инфраструктуры для повышения эффективности в отрасли мясо-молочного скотоводства

В статье исследуется проблема формирования рыночной инфраструктуры для обеспечения конкурентного функционирования и повышения эффективности деятельности сельскохозяйственных предприятий в отрасли мясо-молочного скотоводства. Характерной особенностью процесса реализации сельскохозяйственной продукции в Украине является небольшая емкость первичного рынка сельскохозяйственной продукции, т.е. поставок продукции товаропроизводителями непосредственно перерабатывающим предприятиям, и возрастающий из года в год объем вторичного рынка - посредничества. При этом направление товаропотоков к коммерческим каналам сбыта с непрозрачными условиями купли-продажи, определение ими качества продукции и цен приводит к значительным финансовым потерям производителей.

Создание интегрированных структур в отрасли даст толчок для усовершенствования производственных отношений и повышения производительности. Одним из разновидностей интегрированных объединений может быть корпорация, которая объединяет товаропроизводителей и переработчиков сырья с целью взаимовыгодного объединения их интересов в общем потоке производства, заготовки, переработки и реализации готовой продукции. Кроме того, в ее состав могут входить обслуживающие предприятия, финансовые учреждения, страховые общества, другие физическое и юридическое лица, в том числе зарубежные инвесторы, которые обеспечат функционирование экономического механизма взаимоотношений, направленных на обеспечение равных возможностей получения выгоды пайщиками от общей деятельности; интерес всех членов интегрированного формирования в укреплении экономики и ведение областей по принципу расширенного воспроизведения с привлечением новых субъектов хозяйственной деятельности на взаимовыгодных началах.

Ключевые слова: мясо-молочная продукция, скотоводство, сельскохозяйственные предприятия, инфраструктура, оптовые рынки, интегрированные объединения

Lozynska I. Forming components of market infrastructure to increase the efficiency branch meat and dairy cattle

This paper examines the problem of the formation of market infrastructure for competitive performance and efficiency of agricultural enterprises in beef and dairy cattle. Characteristic feature of the process of agricultural production in Ukraine has a small capacity of the primary agricultural product market, ie producers supply products directly to processors, and increasing year by year the volume of secondary market - mediation. Thus the direction of trade flows to commercial channels with opaque conditions of sale, determining the quality of products and prices leads to significant financial loss.

The creation of integrated structures in the area will give impetus to the improvement of industrial relations and increase productivity. One of the varieties of integrated joint enterprise is a corporation that integrates producers and processors of raw materials for the purpose of mutually combining their interests in joint production, harvesting, processing and sale of finished products. In addition, its membership may include service enterprises, financial institutions, insurance companies, and other physical and legal entities, including foreign investors, ensuring the functioning of the economic mechanism of the relationship to ensure equal opportunities for shareholders to benefit from synergies, the interest of all of members of forming integrated in strengthening the economy and driving fields on the basis of expanded reproduction in terms of new business entities on mutually beneficial terms.

Keywords: meat and dairy products, cattle, farms, infrastructure, wholesale markets, integrated union

Дата надходження до редакції: 25.04.2014 р.

Рецензент: к.е.н., доцент Данько Ю.І.