

Деякі дослідники поведінки споживачів дотримуються думки, що інтенсивність подразника повинна знаходитися як мінімум на нижньому рівні, щоб він міг вплинути на людину. Інші вважають, що подразники з інтенсивністю менше нижнього порога так само можуть впливати. Ця протилежна концепція отримала назву підсвідомого переконання.

Цілком природно, що реклама запозичує методи впливу на людину для підвищення власної ефективності. Проаналізувавши купівельну поведінку споживачів, можна зробити висновок, що часто люди здійснюють покупки, підкоряючись певному імпульсу: вагаються, а потім, раптом, купують. Продумана та добре зроблена реклама якраз і сприяє швидкому прояву такого імпульсу.

Висновки. Таким чином, можна зробити висновок, що реклама поступово проникає в усі сфери людського життя, вона несе в собі як негативні, так і позитивні моменти для споживачів. Проте, слід пам'ятати, що реклама має на меті залучення якомога більшої уваги до товару/послуги, а її головне завдання – швидше і дорожче продати товар.

Ефективність впливу реклами на свідомість споживачів багато в чому залежить від того, наскільки в ній враховуються особливості психічних процесів людини. Бо поріг сприйняття у різних людей відрізняється, крім того, він відрізняється в однієї людини у різні моменти доби. Символи, які один сприймає тільки на рівні підсвідомості, можуть цілком свідомо сприйматись іншим. Підвищення ефективності реклами, її психологічного впливу є одним із актуальних завдань, і тут ще багато невикористаних резервів і можливостей. Для того, щоб вплинути на свідомість споживача, треба, перш за все, привернути його увагу, що є першою ланкою в ланцюгу психологічного впливу реклами. Саме увага супроводжує такі психологічні процеси як: сприйняття покупцем рекламної інформації і переробки її у свідомості.

Використана література:

1. Альошина И. В. «Поведінка споживачем» – М., 2007 – 384с
2. Веселов С. В. Маркетинг в рекламі – М., 2008 – 376 с.
3. Матвеева Л. «Як привернути увагу до реклами»/альманах «Лабораторія маркетингу, реклами і PR». – 2006. – №5.
4. Турзаєва Ю.С., Стецура Л.Г. – Донецький національний університет економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського. Стаття «Вплив реклами на свідомість споживачів». [Електронний ресурс]/Режим доступу:http://www.rusnauka.com/12_EN_2008
5. Стаття з журналу «Известия Саратовського університета. вип. 1». – 2009 р.

Гуторов А., д.е.н, с.н.с.
 ННЦ «Інститут аграрної економіки»,
 м. Київ, Україна

РОЗВИТОК КОРПОРАТИВНИХ ІНТЕГРОВАНИХ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ

Стратегічні пріоритети щодо сталого й інклюзивного розвитку національного господарства, забезпечення економічного зростання, підвищення конкурентоспро-

можності агропромислового виробництва та його інвестиційної привабливості в умовах глобалізації актуалізують економіко-соціальні проблеми, вирішити які можливо на базі корпоратизації в системі інтеграційної багатуукладності.

Формування інтеграційної багатуукладності, що здійснюється шляхом корпоратизації для забезпечення конкурентоспроможності агропромислового виробництва є одним із ключових аспектів стратегічного бачення аграрного устрою України на засадах сталого розвитку сільських територій, визначеного у проекті Стратегії розвитку сільськогосподарського виробництва в Україні на період до 2025 року, розробленої відповідно до наказу Президента НААН від 04.02.2016 р. № 17.

Наслідком структурних трансформацій національної економіки стала диверсифікація видів економічної діяльності промислових підприємств, іншими словами, мала місце повна зворотна корпоративна вертикальна інтеграція. Так, за даними Держстату України, за 2000–2018 рр. кількість акціонерних товариств, зареєстрованих за КВЕД в аграрному секторі економіки, зменшилася у 4,7 раза, об'єднань юридичних осіб – у 3,3 раза. Також значно зменшилася кількість філій, дочірніх підприємств та інших відокремлених підрозділів, були ліквідовані спілки споживчих товариств й концерни.

Кількість корпоративних інтегрованих суб'єктів господарювання, що здійснюють свою діяльність в аграрному секторі економіки України донині точно не визначена через брак облікової інформації про пов'язаних осіб. За нашими оцінками до них афілійовано близько 2,5 тис. сільськогосподарських підприємств, що становить 10,1 % їхньої загальної кількості.

Процеси корпоратизації в аграрному секторі економіки України супроводжуються збільшенням площ землекористування корпоративних інтегрованих суб'єктів господарювання. Так, у 2004–2008 рр. процеси створення корпоративних суб'єктів господарювання в аграрному секторі економіки, що мали 50–100 тис. га землі, відбувалися прискореними темпами. Сформоване аграрне лобі робило ставку на швидке скасування мораторію на купівлю-продаж земель сільськогосподарського призначення і легалізацію власності на значну кількість земельних ділянок. Однак продовження мораторію спричинило зростання витрат на утримання цих земель та виплати орендної плати не тільки за оброблювані землі, а й за необроблювані. Наприклад, для збереження під контролем 100 тис. га сільгоспугідь щорічно потрібно було витратити декілька мільйонів доларів на сплату оренди. Як наслідок – почалися процеси оптимізації витрат інтегрованих суб'єктів господарювання, їх реструктуризація та землевпорядкування. Характерною особливістю діяльності корпоративних структур того часу був неповний обробіток контрольованих ними сільськогосподарських угідь, що вказував на мету акумуляції земельних ресурсів для подальшого перепродажу, а не здійснення агровиробництва.

У 2009–2012 рр. транснаціональні корпорації в аграрному секторі економіки України почали збільшувати площі своїх землекористувань за рахунок придбання цілісних майнових комплексів тих інтегрованих суб'єктів господарювання, чия бізнес-модель, орієнтована на швидку окупність за рахунок продажу землі,

вичерпала себе і вони опинилися на межі банкрутства [1].

Кризові явища 2014 р. остаточно довели, що «прості» спекулятивні схеми не діють в аграрному секторі економіки. Це супроводжувалося технічними дефолтами Mriya Agro Holding PLC та Agroton PLC, угодами на ринку злиттів і поглинань, підвищенням соціальної спрямованості більшості корпоративних і транснаціональних інтегрованих суб'єктів господарювання, що розглядають її як одну з конкурентних стратегій свого розвитку в Україні, беручи до уваги транснаціональний характер виробництва й збуту готової продукції.

У 2018 р. площа сільськогосподарських угідь, що перебувала у власності й користування інтегрованих суб'єктів господарювання, становила 5,6–6,4 млн га й збільшилася, порівняно з 2005 р., у 6–9 разів. Розміри UkrLandFarming PLC та Kernel Holding S. A. за площею сільгоспугідь в 2019 р. були більші 500 тис. га. Таким чином площа кожної з цих корпоративних компаній перевищує загальну площу сільськогосподарських угідь Закарпатської та Чернівецької областей; загальну площу ріллі Закарпатської, Івано-Франківської й Чернівецької областей тощо, що становить загрозу монополізації ринку прав оренди. Порівняно з 2013 р. площа землекористування інтегрованих суб'єктів господарювання зменшилася майже на 1,0 млн га за рахунок тимчасової окупації АР Крим і окремих районів Донецької і Луганської областей. Водночас це призвело до ще більшої концентрації земель і загострення конкуренції на ринку прав оренди в інших регіонах України, особливо в Західних і Центральних. До того ж за даними звіту Land Matrix Initiative в Україні під контролем іноземців (зокрема й у власності через третіх осіб) нині перебуває близько 2,4 млн га сільськогосподарських земель, а Україна займає друге місце в світі за рівнем попиту на землю [2, с. 17].

Загалом інтегровані суб'єкти господарювання корпоративного типу значно краще забезпечені основними й оборотними засобами виробництва порівняно з іншими сільгосптоваровиробниками. Технологічні рішення базуються на використанні вискоєфективних систем виробництва й переробки продукції, застосуванні GPS комплексів та робототехніки, що дає змогу не лише повністю контролювати виробничий процес, а й забезпечити якість кінцевої продукції, що відповідає світовим стандартам. Структура посівних площ корпоративних структур в аграрному секторі економіки в цілому є оптимальною з погляду раціонального співвідношення сільськогосподарських культур у сівозмінах різних ґрунтово-кліматичних зон України, ліпшою порівняно з сільськогосподарськими підприємствами.

Застосування кращого насіння, дотримання повного комплексу агротехнічних заходів вирощування забезпечує вищу врожайність основних сільськогосподарських культур в інтегрованих суб'єктах господарювання порівняно з господарствами інших категорій. Протягом 2011–2018 рр. корпоративні суб'єкти господарювання зібрали з одного гектара, порівняно з сільгосппідприємствами України, у середньому на 30–40 % більше ячменю, на 15–25 % – пшениці, на 10–20 % – зерна кукурудзи, на 5–10 % – насіння соняшнику. Розрив між ними і фермерськими господарствами є ще значнішим.

Протягом 2012–2016 рр. рівень концентрації виробництва продукції

тваринництва істотно підвищився, переважно за рахунок його зниження через збитковість в малих і середніх за розмірами сільгосп підприємствах.

Незважаючи на прогресивні технології утримання худоби, її породний склад та автоматизацію технологічних процесів, продуктивність у молочному скотарстві в агрокорпораціях не набагато перевищує аналогічні показники в сільгосп підприємствах, є нижчою, ніж у США, Данії, Фінляндії та інших країнах-лідерах з виробництва молока коров'ячого.

Дещо аналогічна ситуація склалася і в яєчному птахівництві. Так, значне поголів'я курок-несучок сконцентроване на птахофабриках Avangardco IPL, що входить до UkrLandFarming PLC. Породно-видова структура поголів'я нині сформована так, що забезпечує майже максимальну біологічну продуктивність птиці, а компанія є лідером з виробництва яєчної продукції в Україні. Зміна породної структури стада в 2015 р. завдяки заміні курок-несучок кросу хай-лайн на ломан браун і браун нік без чіткого дотримання технології призвела до зниження середньої річної несучості в 2016 р. на 24,3 %, дещо погіршивши конкурентні переваги Avangardco IPL. Частина вироблених яєць курячих в компанії Avangardco IPL переробляють на яєчні продукти на ТОВ «Імперово Фудз», виробляючи сухий білок зі здатністю до збивання, сухий білок гелеутворюючий, яєчний порошок, сухий жовток простий і ферментований, що відповідають міжнародним стандартам якості ISO 22000:2005, ISO 9001:2008 і FSSC 2200.

Безумовно, будь-які структурні зміни на макрорівні мають як позитивні, так і негативні наслідки. У цьому контексті ми поділяємо думку президента НААН Я. Гадзала, висловлену на парламентських слуханнях «Регулювання обігу земель сільськогосподарського призначення: пошук української моделі» 21.12.2016 р., що нині в аграрному секторі економіки сформувався специфічний уклад: від корпоративних інтегрованих суб'єктів господарювання («агрохолдингів») до малих господарств, для яких державою не створені умови для саморозвитку [3, с. 3].

Висновки та пропозиції. Дослідження показало, що причинами бід вітчизняної аграрної сфери є не корпоративні інтегровані суб'єкти господарювання, а невиважена державна політика, брак стратегії розвитку корпоратизму в економіці, інтеграційних відносин в контексті гарантування продовольчої безпеки держави, хибна орієнтація на примат малого виробництва над великим, а також надмірна дерегуляція агропромислового виробництва, що взагалі не узгоджується із моделлю економічного розвитку України.

Використана література:

1. Гуторов А. О. Розвиток аграрного виробництва в умовах агроекономічної інтеграції. Управління розвитком. 2017. № 1–2 (187–188). С. 33–42.
1. За результатами міжнародного звіту. *Землевпорядний вісник*. 2017. № 1. С. 16–17.
2. Яка вона, Українська модель ринку сільгоспземель. *Землевпорядний вісник*. 2017. № 1. С. 29.