

Координаційні механізми застосовуються у порядку зростання складності організації: від найпростішого механізму до стандартизації праці та норм. При цьому, якщо стикатися зі складною працею, що не можливо стандартизувати, організація знову повертається до взаємного узгодження (найпростішого координаційного механізму). Від ступеня механічності або органічності організаційної системи застосовуються певні координаційні механізми.

Таким чином, зі збільшенням розмірів організації поглиблюються процеси поділу праці (спеціалізації). При цьому для того, щоб забезпечити належний рівень координації діяльності працівників організації потрібно залучити більшу кількість менеджерів, що мають відповідну освіту, що відповідає міжнародним освітнім стандартам, досвід, що враховує глобалізаційні процеси, та навички, сформовані під час праці в організації.

Перелік посилань:

1. Корпоративний менеджмент : учеб. пособ. / И. И. Мазур и др. – М. : Омега-Л, 2005. – 376 с.
2. Масляно П. П. Побудова мета моделі діяльності на основі загально психологічної теорії діяльності О.М. Леонтьєва / Масляно П. П., Вознюк С. С., Вознюк А. С. // Наукові вісті НТУУ «КПІ». – 2010. – № 1. – С. 53-64.
3. Мескон М. Основы менеджмента / Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. ; пер. с англ. – М. : Вильямс, 2010. – 672 с.
4. Минцберг Г. Структура в кулаке : создание эффективной организации / Г. Минцберг. – СПб.: Питер, 2005. – 512 с.
5. Продіус І. П. Удосконалення організаційної структури управління промислового підприємства / І. П. Продіус, М. П. Пріступа // Економіка: реалії часу. – 2012. – № 3-4 (4-5). – С. 17-22.
6. Смачило І. І. Принципи формування та структура механізму управління сталим розвитком підприємства / І. І. Смачило // Економіка розвитку. – 2013. – № 3 (67). – С. 79-82.

РОЛЬ АГРОХОЛДИНГА У КЛАСТЕРІ СІЛЬСЬКОЇ ТЕРИТОРІЇ

І.М. Куліш, к.держ.упр., с.н.с.

ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долишнього НАН України», м. Львів

Після тривалого періоду занепаду, під час якого основна частка продукції сільського господарства вироблялась у індивідуальних господарствах, на сьогодні в Україні зафіксоване зростання ролі сільськогосподарських підприємств. Однак, ця тенденція, на жаль, не викликана збільшенням кількості фермерських господарств чи кооперативів, малих та середніх підприємств, а лише швидким розвитком агрохолдингів.

Виражена тенденція з укрупнення земельного банку і залучення зовнішнього капіталу почала простежуватись у 2005-2010 рр. Саме це стало однією з типових причин створення крупного аграрного бізнесу того часу, метою якого здебільшого було швидке накопичення ресурсів і вихід з бізнесу власників шляхом вигідного продажу цих активів. За вказаний період земельний банк агрохолдингів зріс приблизно у 4 рази і досягнув відмітки у 4 млн га, а частка у структурі сільськогосподарських угідь, що перебувають у власності сільгосппідприємств, зросла до 18,1 %. Середньорічний приріст землі під контролем вертикально інтегрованих структур досягав більше, ніж 30 % на рік. Починаючи з 2015 р. активний розвиток агрохолдингів зупинився [1, с. 4], що стало однією з причин зменшення з 2015 р. частки продукції сільського господарства, виробленої сільськогосподарськими підприємствами (табл. 1).

Таблиця 1 – Розподіл сільськогосподарської продукції за типами виробників

	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Продукція сільського господарства (у постійних цінах 2010 р.), млрд грн	151,02	179,61	194,89	233,70	223,25	252,86	251,44	239,47
у т. ч., у сільськогосподарських підприємствах	58,00	72,76	94,09	121,05	113,08	136,59	139,06	131,92
Частка продукції сільського господарства виробленої у сільськогосподарських підприємствах, %	38,4	40,5	48,3	51,8	50,7	54,0	55,3	55,09

Джерело: власні опрацювання на підставі [2, с. 25; 3, с. 44].

На швидкий розвиток агрохолдингів України звернув увагу журнал «Forbes» оприлюднивши рейтинг вітчизняних компаній за показником ефективності в аграрному бізнесі (ЕВІТДА на 1 га) за 2015 рік.

Дослідження «Forbes» показало, що ефективність вітчизняних підприємств коливається від \$ 700 у «Сварог Вест Груп» (80000 га) до \$ 124 в «Астарта» (245000 га) [4]. Для порівняння доцільно навести розмір холдингу, що має середній показник ефективності – це «Вінницька аграрно-промислова група», його ЕВІТДА на 1 га становить \$ 347 (42848 га). Таким чином, ефективність агрохолдингу не залежить від обсягів земель, що перебувають у оренді, а лише від природно-кліматичних умов та менеджменту.

На сьогодні достовірні статистичні показники обсягів орендованих агрохолдингами земель відсутні, аналітики наводять різні дані: від 15 % від загальної площі орних земель [5, с. 4], до майже 50 % сільськогосподарських угідь України, саме стільки становитимуть 17 млн га орендованих земельних паїв [6] (згідно з офіційною статистикою, загальна кількість сільськогосподарських угідь в Україні становить 36,42 млн га [7, с. 220]).

Станом на початок 2016 р. в Україні діяло понад 250 агрохолдингів різного розміру. При цьому необхідно підкреслити, що оскільки в Україні немає ринку земель сільськогосподарського призначення, усі агрохолдинги орендують землі на досить тривалі терміни, отже, індивідуальні селянські господарства – орендодавці ще досить довго не матимуть можливості самостійно обробляти свої ділянки. Відповідно, хоча агрохолдинг входить до кластеру сільської території і чинить вплив на її розвиток, він сповільнює розвиток сільськогосподарської кооперації і погіршує умови розвитку малих та середніх підприємств, у зв'язку зі схильністю великих холдингів до поглинання успішних підприємств, що працюють у полі їх інтересів.

Функціонування агрохолдингів має специфічний негативний вплив на сільську спільноту, який зумовлений тим, що внаслідок отримання певного стабільного прибутку від здачі землі в оренду, жителі села, за рідким винятком, перестають шукати власну виробничу «нішу» на ринку. Не виправдовуються і очікування поліпшення ситуації із сільською зайнятістю, оскільки, агрохолдинг має кошти для впровадження нової техніки та інновацій, внаслідок чого неминуче скорочується кількість робочих місць. Звільненим селянам складно започаткувати підприємство сільськогосподарського напрямку, не лише через низьку конкурентоспроможність порівняно з агрохолдингом, а й тому, що землі сільськогосподарського призначення в околицях великих компаній здебільшого вже перебувають у довгостроковій оренді останніх.

Перелік посилань:

1. *История агрохолдингов в Украине // Крупнейшие агрохолдинги Украины. – 2015. – К. : Ассоциация «Украинский клуб аграрного бизнеса», 2015. – 6 с.*
2. *Статистичний щорічник України за 2013 рік / Державна служба статистики України / [за ред. О. Г. Осауленка]. – Київ : Державна служба статистики України, 2014. – 533 с.*
3. *Сільське господарство України за 2015 рік / Державна служба статистики України / [за ред. О. М. Прокопенка]. – Київ : Державна служба статистики України, 2016. – 360 с.*
4. *Рейтинг 20 найефективніших агрокомпаній України [Електронний ресурс] // Журнал FORBES. – 2015. – № 8. – Режим доступу : <http://forbes.net.ua/ua/magazine/forbes/1399408-rejting-20-najefektivnishih-agrokompanij-ukrayini#20>.*
5. *Дем'яненко С. І. Агрохолдинги в Україні: добре чи погано? Німецько-український аграрний діалог / С. І. Дем'яненко. – К. : Інститут економічних досліджень та політичних консультацій, 2008. – 20 с.*
6. *Івченко В. Справедлива ціна за державну землю / Вадим Івченко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.epravda.com.ua/columns/2015/08/10/554451>.*
7. *Сільське господарство України. 2014 : статистичний збірник / [відп. за вип. О. М. Прокопенко]. – К. : Державна служба статистики України, 2015. – 379 с.*

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ

О.О. Лихолат, здобувач вищої освіти

Науковий керівник: **Т.Л. Зубко**, к.е.н., доцент

Київський національний торговельно-економічний університет

На сьогоднішній день маркетинг займає чільне місце в розвитку економік усіх країн світу, в тому числі і України. Маркетинг – це підприємницька діяльність, яка здійснює просування товарів та послуг від виробника до споживача.

У діяльності будь-якого підприємства маркетинг виконує суттєвий перелік функцій. Основними функціями маркетингу є: