

УДК 338.443:338.49

**Левкіна Р.В.**, к.е.н., доцент (Levkina@3g.ua)<sup>©</sup>*Харківський національний технічний університет сільського господарства  
імені Петра Василенка***СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ  
ПІДПРИЄМСТВ ОВОЧІВНИЦТВА В РИНКОВИХ УМОВАХ**

*У статті зроблено висновок про можливості підвищення економічної ефективності підприємств овочівництва в контексті стабілізації їх розвитку в ринкових умовах. Це має відбуватися у процесі формування та практичної реалізації стратегій, заснованих на врахуванні виробничої та комерційної складових потенціалу даних підприємств з огляду на екологічність та соціальні ефекти. Виділено три типи стратегій підвищення економічної ефективності, що орієнтовані на збут, на виробництво та гібридні. Обґрунтування чотирьох моделей їх імплементації: інноваційної, активної, пасивної та адаптивної дозволило всебічно проаналізувати сценарії мобілізації потенційних можливостей суб'єктів овочівництва та оцінити перспективи їх розвитку в ринкових умовах.*

**Ключові слова:** *сільськогосподарські підприємства, овочівництво, стабільний розвиток, цільовий ринок, стратегії підвищення ефективності, виробничо-збутова стратегія, інновації, органічна продукція, адаптивно-інноваційна модель, овочева продукція, функціонування на ринку.*

**Постановка проблеми.** Проблема забезпечення стабільного розвитку суб'єктів ринкових відносин є однією з центральних в економічній науці та взаємопов'язана із низкою важливих наукових проблем, зокрема, підвищенням економічної ефективності діяльності даних суб'єктів. Результативне вирішення цієї проблеми потребує, в свою чергу, опрацювання дієздатних шляхів підвищення економічної ефективності діяльності суб'єктів економічних відносин, а також систем заходів стимулювання відповідних дій вказаних суб'єктів, спрямованих на досягнення ними певного економічного прогресу.

Стабілізація розвитку суб'єктів агропродовольчої сфери є головною передумовою вирішення цілої низки питань економічного, соціального та екологічного характеру. При цьому особливості виробництва у агропродовольчій сфері та усіх галузях, що входять до її складу, поряд з ускладненим протіканням процесу відтворення та визначною його роллю для дотримання продовольчої безпеки держави зумовлюють необхідність всебічного опрацювання обґрунтованих підходів до управління розвитком суб'єктів даної сфери суспільного виробництва.

Тенденції споживання продуктів харчування, характеристики основних продуктових ринків харчової продукції, а також інтеграційні прагнення України на міжнародному рівні зумовлюють необхідність створення сприятливих

передумов здійснення діяльності, для суб'єктів найбільш перспективних, з огляду на зазначені виклики, галузей агропродовольчої сфери, адже їх стабільний розвиток має стати каталізатором забезпечення стабільності всієї національної економіки та посилення конкурентних позицій української продукції на зарубіжних ринках. Однією з найбільш специфічних, складно організованих, проте, перспективних та ефективних галузей агропродовольчої сфери є овочівництво.

**Аналіз останніх досліджень.** Проблемам забезпечення ефективної діяльності товаровиробників агропродовольчої сфери в ринкових умовах, зокрема, галузі овочівництва, присвячені дослідження багатьох вчених-економістів, зокрема, В.М. Алексійчука, В.Я. Амбросова [1, 2], З.І. Гризенкової [3], А.І. Даниленка, В.І. Криворучка [4], П.М. Макаренка [5], В.О. Муковоза [6], В.П. Рудь, О.В. Ручкіна, Т.О. Рудницької [7-10], О.В. Ульяновка [8] та багатьох інших. Результати їх досліджень знайшли відображення у численних наукових працях. При цьому низка питань щодо ефективного управління розвитком підприємств-виробників продукції овочівництва в ринкових умовах господарювання потребує додаткового наукового опрацювання та усунення методологічних протиріч.

Нааявність проблеми ефективного функціонування підприємств-виробників продукції овочівництва в ринкових умовах, що є складною та багатогранною, зумовила вибір теми статті, її мети та структури.

**Мета статті** є обґрунтування стратегічних напрямів розвитку підприємств-виробників продукції овочівництва в ринкових умовах. Досягнення мети сприяє розробці теоретико-методологічних засад та прикладних рекомендацій з формування та функціонування організаційно-економічного механізму управління ефективністю підприємств-виробників продукції овочівництва.

**Виклад основного матеріалу.** Теоретичною та методологічною основою для проведення дослідження є фундаментальні положення економічної теорії та досягнення вітчизняної і зарубіжної економічної науки з проблем ефективності діяльності підприємств агропродовольчої сфери, їх розвитку, формування та функціонування організаційно-економічних механізмів, а також організації та управління діяльністю підприємств овочівницького напрямку. Отримані висновки базуються на принципі системного осмислення об'єктивних процесів розвитку підприємств-виробників продукції овочівництва [11, 12].

Для удосконалення процесу управління ефективністю овочівництва підприємств у ринкових умовах нами запропоновано види стратегій з огляду на необхідність формування організаційно-економічного механізму стабільного їх розвитку [13]. Формалізація вказаних стратегій передбачає їх імплементацію через застосування відповідних планів дії, серед яких нами виокремлено інноваційний, активний, пасивний та адаптивний, що спрямовані на досягнення очікуваного економічного ефекту від виробничо-комерційної діяльності підприємств-виробників (табл. 1).

Виділення трьох типів стратегій підвищення економічної ефективності та чотирьох моделей їх імплементації з урахуванням особливостей та специфіки галузі овочівництва дозволило визначити та обґрунтувати їх позитивні, негативні характеристики щодо реалізації у практичній діяльності підприємств.

Таблиця 1

**Модель імплементації стратегії підвищення ефективності підприємств овочівництва в ринкових умовах**

Стратегія підвищення ефективності підприємства	Інноваційна	Активна	Пасивна	Адаптивна
Орієнтована на збут	Селекційні, біологічні, інновації для збільшення асортименту продукції, моніторинг інновацій в управлінні збутовою діяльністю	Розширення ринку збуту за рахунок вдосконалення методів продажу та вибору каналів товаропросування, розширення асортименту продукції за рахунок малопоширених культур та високопродуктивних сортів та гібридів	Орієнтація на місцевий ринок збуту, традиційні методи та канали товаропросування, традиційний асортимент.	Розширення асортименту, за рахунок екологічно чистої продукції та малопоширених культур, гнучка цінова політика, спеціалізовані канали реалізації
Орієнтована на виробництво	Техніко-технологічні, хімічні та селекційні інновації інтенсифікації виробництва	Постійне вдосконалення технологій на основі досвіду виробництва з метою зниження собівартості	Традиційні технології виробництва при обмеженому (технологічно пов'язаному) асортименті	Грунтозахисні системи землеробства, що засновані на принципах адаптивного рослинництва
Гібридна	Селекційні, біологічні, техніко-технологічні, хімічні, управлінські інновації при постійному моніторингу ринку збуту	Застосування інтенсивних технологій виробництва з одночасним розширенням ринку збуту при розширеному асортименті продукції	Традиційні технології виробництва, вузький асортимент, реалізація на місцевому ринку.	Грунтозахисні системи землеробства, у виробництві екологічно чистої продукції

Так стратегія управління ефективністю, що орієнтована на збут продукції через застосування інноваційної моделі розвитку подій, полягає у широкому застосуванні різноманітних інновацій саме у комерційній діяльності. Це пов'язано із детальним аналізом новітніх сортів та гібридів. не лише

дозволяють підвищити врожайність культур на підприємстві, але і в умовах насиченого ринку визначити явні та приховані потреби споживачів на задовольнити їх за рахунок продукції високої якості та широкого асортименту.

Біологічні інновації реалізуються шляхом знову ж таки через розширення асортименту шляхом вирощування маловідомих та мало поширених культур та формування попиту на них шляхом популяризації у засобах масової інформації. Доцільним, на наш погляд, є моніторинг та застосування інновацій в управлінні збутовою діяльністю шляхом пошуку кращих каналів збуту та застосування передових маркетингових стратегій. Розширення асортименту продукції в адаптивній моделі розвитку відбувається шляхом застосування у виробництві принципів органічного землеробства, які дозволяють запропонувати на ринок екологічно чисту (органічну) продукцію і таким чином сформувати конкурентні переваги на ринку.

Пасивна модель, на наш погляд, в сучасних ринкових умовах, є найбільш традиційною, навіть за певними характеристиками, застарілою, бо відображає насправді стратегії українських підприємств, які при достатньо вузькому асортименті "борщової" групи овочів майже не приділяють уваги важливості конкурентної боротьби, її ціновим та неціновим аспектам. Орієнтація на місцевий ринок збуту продукції, традиційні методи та канали товаропросування, вузький традиційний асортимент - це основні ознаки такої моделі, яка у нашому розумінні є доволі обмеженою.

Стратегія, що орієнтована на виробництво у інноваційному плані реалізації спрямована на постійне оновлення матеріально-технічної бази виробництва та зберігання продукції та застосування насамперед техніко-технологічних, хімічних та селекційних інновацій інтенсифікації виробництва.

У розрізі активної та пасивної моделей реалізації даної стратегії відбувається високий (низький) рівень активності при застосуванні таких інновацій, які впливають, як правило, на рівень витрат на виробництво продукції та дозволяють вдосконалити організацію виробництва.

Вважаємо, що саме адаптивно-інноваційна модель імплементації стратегії підвищення ефективності підприємств-виробників овочів, що орієнтована на виробничо-збутову діяльність (гібридна стратегія), має найбільші можливості для підвищення ефективності діяльності підприємств та стабільного їх функціонування на ринку. Оцінка перспектив її запровадження у вітчизняних підприємствах-виробниках овочів дозволяє дійти висновку про позитивні сценарії розвитку галузі у суспільному секторі виробництва на основі підвищення рівня концентрації та ефективності виробництва [1].

Гібридні стратегії підвищення ефективності підприємств передбачають комбінування моделей стратегій, орієнтованих на збут та виробництво і вимагають специфічних методів запровадження їх практичній діяльності. Тому для збільшення власного прибутку виробник може корегувати канали збуту продукції виробленої за інноваційними технологіями, а також на обсяг збуту.

Підставою для виокремлення та доцільності обґрунтування вказаних стратегій підвищення ефективності підприємств овочівництва є результати проведених досліджень за діяльністю різних за розмірами та формою власності

підприємств-виробників.

За даними проведеного аналізу, різні за розміром та формою підприємства при використанні різних систем розподілу продукції можуть забезпечити однаковий результат. Так, відповідно до статистичних даних Харківської області щодо розвитку овочівництва у сільськогосподарських підприємствах існують певні закономірності, серед яких можливість максимізації прибутку за рахунок перерозподілу каналів збуту. Що дозволяє стабілізувати та диверсифікувати їх конкурентні позиції на ринку. Невеликі за розміром та обсягами виробництва продукції виробники повинні знижувати ціну збуту, розширювати асортимент продукції за рахунок розвитку органічного виробництва або застосовувати нестандартні збутові рішення.

Проте, практична реалізація останньої стратегії (гібридної) є доступною лише обмеженій кількості овочевих підприємств внаслідок відсутності в них належного матеріально-технічного забезпечення для проведення технологічних процесів та необхідності обов'язкових організаційних заходів, серед яких - перехідний період, що супроводжується посиленням контролем за якістю проведених заходів природного "очищення" ґрунту від залишків хімічних речовин та виробничих процесів.

Відповідно, адаптивна модель побудови гібридної стратегії характеризується комерційною діяльністю з пропозицією унікальної продукції на цільовому ринку (органічна продукція), для виробництва якої було запроваджено принципи адаптивного рослинництва, що поряд із високим рівнем ефективності дозволяє запропонувати на ринок високоякісну продукцію, виробництво якої не завдає шкоди людині та навколишньому середовищу.

**Висновки.** Підвищення рівня економічної ефективності підприємств овочівництва в контексті стабілізації їх розвитку в ринкових умовах має відбуватися у процесі формування та практичної реалізації відповідних стратегій, заснованих на врахуванні виробничої та комерційної складових потенціалу підвищення ефективності з огляду на екологічність та соціальні ефекти, що виникатимуть при їх реалізації.

А виділення трьох типів стратегій підвищення економічної ефективності, а саме орієнтованих на збут, орієнтованих на виробництво та гібридних, і обґрунтування чотирьох моделей їх імплементації: інноваційної, активної, пасивної та адаптивної дозволило всебічно проаналізувати сценарії мобілізації потенційних можливостей суб'єктів овочівництва. Дослідження та аналіз можливих переваг і недоліків реалізації кожної із стратегій відповідно до запропонованих моделей дозволило оцінити перспективи їх застосування для вітчизняних підприємств-виробників овочів.

#### Література

1. Амбросов В.Я. Зібрання наукових праць. Т.5 Економічні умови відтворення сучасних агроформувань. / В.Я. Амбросов. – Х.: ННЦ ІАЕ, 2010. – 477 с.
2. Амбросов В.Я. Великотоварні підприємства як основа впровадження інновацій / В.Я. Амбросов, Т.Г. Маренич // Економіка АПК. – 2007. – № 6. – С.39-42.

3. Грызенкова З.И. Направление углубленной специализации в овощеводстве // Научно-технический бюллетень УНИИОБ. – 1982. – № 5. – 45 с.
4. Криворучко В.І. Овочівництво України в умовах перехідної економіки / В.І. Криворучко, В.М. Скупий. – К.: ІАЕ УААН, 1999. – 56 с.
5. Макаренко П.М. Агробізнес в овочепродуктовому підкомплексі України: монографія / П.М. Макаренко, В.І. Криворучко [та ін.]. – К.: Нива, 1997. – 138 с.
6. Муковоз В.О. Специалізація та концентрація овочівництва в умовах переходу до ринку / В.О. Муковоз, Д.М. Юр'єв, В.В. Білецький // Овочівництво і баштанництво. – Харків, 1998. – Вип. 13. – С. 3-8.
7. Роганіна В.Є. Економічна ефективність виробництва овочів у господарствах Харківської області / В.Є. Роганіна // Вісник СНАУ. Сер. "Економіка та менеджмент". – 2009. – Вип. 12 (38). – С.56-60.
8. Економічна ефективність виробництва овочів: монографія / О.В. Ульяновченко, В.С. Роганіна, В.П. Рудь, О.О. Кіях, Ю.Ю. Черненко. – Харків: Віровець А.П. "Апостроф", 2011. – 288 с.
9. Яровий Г.І. Перспективи українського овочівництва у період глобалізації / Г.І. Яровий, В.П. Рудь, О.О. Кіях // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства: Економічні науки. – Вип. 66. – Харків: ХНТУСГ. – 2007. – С.390-402.
10. Яковенко К.І., Рудь В.П. Особливості розвитку товарного овочівництва в умовах перехідної економіки // Економіка АПК. – 2001. – № 2. – С. 90-97.
11. Левкіна Р.В. Формування організаційно-економічного механізму стабільного розвитку аграрних підприємств / Р.В. Левкіна // Технологический аудит и резервы производства. Экономические науки. – № 5/3(13). – 2013. – С. 16-18.
12. Левкіна Р.В. Особенности организационно-экономического механизма эффективного функционирования аграрных предприятий / Вестник ФГОУ ВПО «Курская государственная сельскохозяйственная академия». Серия «Экономика и менеджмент». – Вип. 7, 2013. – С. 48-57.
13. Левкіна Р.В. Особливості виробничої компоненти організаційно-економічного механізму стабільного розвитку аграрних підприємств / Р.В. Левкіна // Вісник ПДАА. Сер. «Економічні науки». — Вип. 12. — 2013. — С. 76-82.

#### Аннотация

*В статье сделан вывод о возможности повышения экономической эффективности предприятий овощеводства в контексте стабилизации их развития в рыночных условиях. Это должно происходить в процессе формирования и практической реализации стратегий, основанных на учете производственной и коммерческой составляющих потенциала данных предприятий учитывая экологичность и социальные эффекты. Выделены три типа стратегий повышения экономической эффективности, ориентированных на сбыт, на производство и гибридной. Обоснование черырех моделей их*

имплементации: инновационной, активной, пассивной и адаптивной позволило всесторонне проанализовать сценарии мобилизации потенциальных возможностей субъектов овощеводства и оценить перспективы их развития в рыночных условиях.

**Ключевые слова:** сельськохозяйственные предприятия, овощеводство, сбалансированное развитие, целевой рынок, стратегия повышения эффективности, производственно-сбытовая стратегия, инновации, органическая продукция, адаптивно-инновационная модель, продукция овощеводства, функционирование на рынке.

### Summary

*The article concluded that opportunities to increase the economic efficiency of enterprises in the context of Horticulture Development in stabilizing market conditions. This should be done in the development and practical implementation strategies based on consideration of industrial and commercial components of the potential of companies with regard to environmental and social effects. Three types of strategies for increasing economic efficiency, targeted marketing, production and Hybrid. Justification of the four models of implementation: innovative, active, passive and adaptive allowed to fully analyze scenarios mobilize the potential of subjects Horticulture and assess the prospects of development in market conditions*

**Key words:** agricultural enterprises, sustainable development, niche market, strategy of efficiency increase, production and distribution strategy, innovation, organic products, adaptive-innovative model, horticultural products, function on the market.

Рецензент – к.е.н., доцент Поперечний С.І.