

РАЦІОНАЛІЗАЦІЯ ВИКОРИСТАННЯ ЕНЕРГЕТИЧНИХ РЕСУРСІВ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ НА БАЗІ МЕТОДОЛОГІЇ ГРАНИЧНОГО ПІДХОДУ

***Анотація** Досліджено параметри виробництва соняшника сільськогосподарськими підприємствами агарного сектору Запорізької області. Визначено, за допомогою методу граничного аналізу оптимальний розмір витрат на паливно-мастильні матеріали для рекомендованих площ посіву.*

Постановка проблеми. Визначення шляхів ефективності аграрного виробництва завжди було у центрі уваги наукових досліджень. Останнім часом дана проблема набуває нового звучання в аспекті енергозбереження, оскільки економіка України в цілому та її аграрний сектор, зокрема, демонструють стабільне зростання витрат на паливно-мастильні матеріали у виробництві товарів або послуг, який спричиняє дві групи факторів, а саме світове зростання цін на енергоносії і особливо неефективне їх використання.

Це питання турбує як аграріїв-практиків, так і вчених різних галузей науки. Певний внесок у визначення оптимального обсягу виробництва продукції з точки зору мінімізації витрат ресурсів робить мікроекономіка. У даному випадку розглядається виробнича функція з одним змінним ресурсом продукту. Застосування граничного аналізу щодо розв'язання питань енергозбереження в аграрному виробництві вважається нам досить своєчасним.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Розробкою теоретичних і практичних аспектів виробництва соняшнику займаються багато вітчизняних вчених, як економістів, так і представників технічних галузей наукових досліджень. Серед науковців економічного напрямку відзначимо В.Я. Амбросова, В. Г. Андрійчука, В. І. Бойко, П. І. Гайдуцького, М.В. Гладія, О. Д. Гудзинського, М. В. Зубця, О. В. Крисального, І.І. Лукінова, П. М. Макаренко, М. Й. Маліка, Л. О. Мармуль, П. Т. Саблука, М. Й. Хорунжого, О. М. Шпичака, В. В. Юрчишина.

Теоретичною базою для застосування граничного підходу до аналізу результатів виробництва стали праці вітчизняних та іноземних вчених у царині мікроекономіки: О. Я. Базілінської, В. Д. Базилевича, Л. О. Баластрика, Х. Р. Веріан, П. І. Гребеннікова, О. В. Мініної, А. І. Леуського, Р. С. Піндайка, Д. Л. Рубінфелда, Л. С. Тарасовича та інших. Але, разом з тим, необхідно зазначити, що використання мікроекономічного інструментарію недостатньо поширено для аналізу енергоефективності в аграрному секторі.

Мета статті. Метою статті є визначення оптимального обсягу виробництва соняшнику у великих сільськогосподарських підприємствах Запорізької області (з можливістю посіву на середній площі 1800 га) за допомогою мікроекономічного інструментарію граничного аналізу щодо мінімізації витрат паливно-мастильних матеріалів на одиницю продукції.

Виклад основного матеріалу. За умов аграрного виробництва особливо важливою стратегією розвитку підприємництва на селі є, перш за все, оптимізація параметрів сільськогосподарського виробництва в контексті максимізації прибутковості підприємства. Саме мікроекономічний інструментарій граничного аналізу виробничого процесу окремої культури (у нашому дослідженні це соняшник) дозволяє встановити економічно обґрунтовані об'єми виробництва продукції для раціональних обсягів використання виробничих ресурсів, у тому числі і нафтопродуктів. Аналіз даних виробництва соняшнику у Запорізькій області за період 2005-2009 рр. виявив залежність ефективності використання енергетичних ресурсів від розмірів сільськогосподарських підприємств. Було проведено групування сільськогосподарських підприємств за обсягами валового збору і встановлено, що більш якісно та результативно енергетичні ресурси використовують крупні господарства, з середньою площею посіву насіння соняшнику від 1750 га до 1800 га (для конкретного регіону), що підтверджено авторськими дослідженнями на основі мікроекономічного аналізу виробництва соняшнику [2]. Подальші дослідження, щодо виявлення економічно обґрунтованих можливостей виробництва, базуються на теорії виробництва, що вивчає

тенденції загального, середнього та граничного продукту ресурсу (нафтопродукту). Отже, з'ясуємо залежність обсягу виробництва насіння соняшнику в залежності від використаних нафтопродуктів. Результати розрахунків середньої та граничної продуктивності виробництва насіння соняшника наведено в табл. 1. Визначено, що коли витрати палива зростають до 26,2 л/т обсяги виробництва продукції збільшуються, подальше збільшення витрат палива призводить до скорочення обсягів виробництва продукції.

Таблиця 1

Розрахунок середньої та граничної продуктивності виробництва соняшнику

Площа посіву, га	Витрати палива, тис.л	Загальний продукт (TP), т	Середній продукт (AP), кг/л	Зміна витрат палива, тис.л	Зміна обсягу виробництва, т	Граничний продукт (MP), кг/л
1800	15,56	1547,00	99,45	15,56	1547,00	99,45
1800	29,81	2082,00	69,83	14,26	535,00	37,52
1800	37,96	2510,00	58,21	8,15	428,00	52,53
1800	47,59	2844,00	64,40	9,63	334,00	34,68
1800	50,37	3081,90	61,18	2,78	237,90	85,64
1800	83,33	3435,40	41,22	32,96	353,50	10,72
1800	94,44	3543,80	37,52	11,11	108,40	9,76
1800	96,11	4344,00	43,12	1,67	800,20	480,12
1800	124,26	4736,20	38,12	28,15	392,20	13,93
1800	194,63	1877,40	9,65	70,37	-2858,80	-40,63

Джерело: розраховано автором

Крива загального продукту (TP) показує закономірність зміни обсягу виробництва насіння соняшнику в залежності від обсягів використаних нафтопродуктів (рис.1). Ця крива має S-образну форму внаслідок зміни віддачі від масштабу. У залежності від значень загального, середнього і граничного продуктів ресурсу при зміні обсягів витрат нафтопродуктів у виробництві насіння соняшнику можна визначити три стадії виробництва. Перша стадія – зростають і загальний, і середній і граничний продукт – це період освоєння виробничих потужностей. Деякі відхилення граничного і середнього продуктів від означених теоретичних тенденції пояснюються залежністю обсягів виробництва від інших факторів і умов виробництва в яких знаходяться підприємства області. Таким чином, при витратах палива більше 26,7л/т (53

л/га) обсяги виробництва насіння соняшника зростають. Друга стадія – від 22,1 л/т (53 л/га) до 26,2 л/т (69 л/га) спадають, але залишаються додатними середній та граничний продукт, зростає загальний обсяг виробництва – це період сталого виробництва. Третя стадія виробництва – це період спаду виробництва – скорочуються загальний, середній і граничний продукт ресурсу.

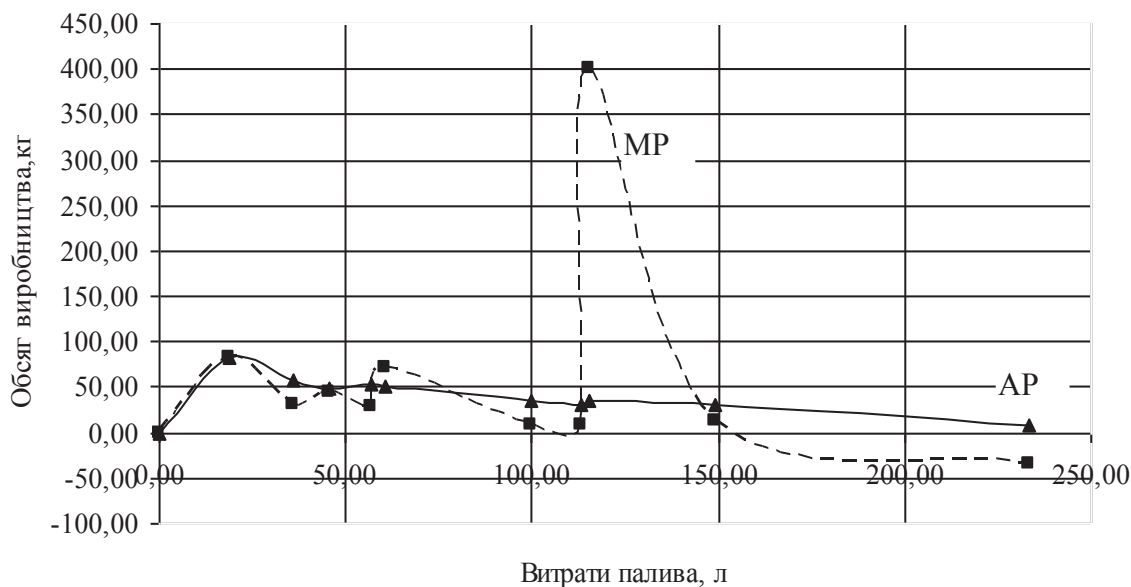
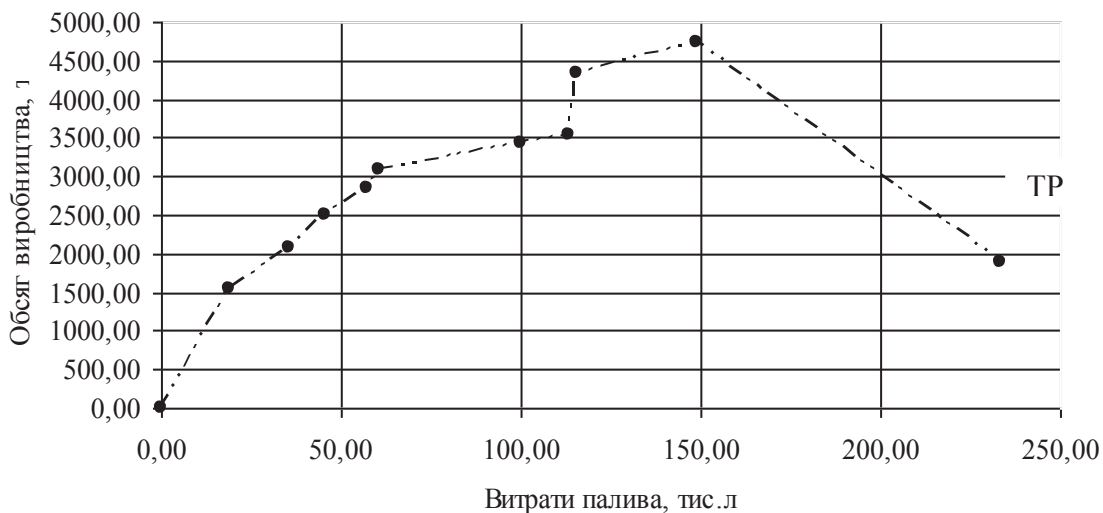


Рис.1 Виробництво соняшнику з одним змінним ресурсом «витрати палива»

За теорією мікроекономіки криві AP та MP перетинаються і середній обсяг продукції на одиницю витраченого ресурсу повинен бути максимальним.

Проте аналіз наявної графічної інформації (рис.1) дозволяє визначити, що маємо декілька точок перетину кривих AP та MP , які протиречать класичній теорії граничного аналізу. Аргументом на противагу теорії є відмінність базових умов виробництва в підприємствах області, які включені в групу за площею посіву соняшнику, а саме якісний і кількісний склад машино-тракторного парку, продуктивність праці, організаційно-економічні умови виробництва. Отже, за методикою мікроекономіки, обираємо з наявних точок перетину кривих граничного та середнього продукту ресурсу, найбільш найближчу до теоретично обґрунтованого графічного її виразу точку якою є саме 43,12 кг/л (22,1 л/т), що характеризує досягнення максимально ефективного використання ресурсу - нафтопродукти.

Екстенсивна межа використання нафтопродуктів дорівнює за мікроекономічною теорією, максимуму кривої AP (в наших дослідженнях 22,1 л/т), інтенсивна – нульовому значенню кривої MP – 26,2 л/т. Таким чином, за теорією граничного аналізу максимальний прибуток досягається при виборі обсягу виробництва в межах екстенсивного ($AP=\max$) та інтенсивного ($MP=0$) використання змінного ресурсу – витрати нафтопродуктів, а саме від 22,1л/т до 26,2л/т.

Необхідно зазначити що, рекомендовані оптимальні обсяги виробництва насіння соняшнику на заданій площі та оптимальні обсяги витрат нафтопродуктів на одиницю продукції можуть бути уточнені подальшими дослідженнями, оскільки на обсяги виробництва продукції впливає не лише один змінний ресурс – нафтопродукти, а і ціла низка виробничих факторів. Одним із напрямків послідуєчих досліджень буде використання розглянутого мікроекономічного підходу для господарств з площею посіву соняшнику менше ніж 1500 га., у зв'язку з тим що дані господарства складають 75-78% всіх господарств області.

Висновки. Проведені дослідження дозволяють визначити наступне. Найбільш ефективно використання ресурсів і отримання максимального прибутку досягається крупними сільськогосподарськими підприємствами при

вирощуванні насіння соняшнику на площі близько 1800 га. Застосовуючи інструментарій граничного аналізу встановлено, що максимальний прибуток і оптимальний обсяг витрат нафтопродуктів досягається при виробництві соняшнику від 38,12 кг/л до 43,12 кг/л.

***Аннотація.** Исследованы параметры результаты производства подсолнечника сельскохозяйственными предприятиями Запорожской области. Определено, с помощью метода предельного анализа оптимальный размер затрат на горюче-смазочные материалы для рекомендованных площадей посева.*

***Summary.** Parameters are investigational results of production of sunflower the agricultural enterprises of the Zaporozhia area. It is certain, with a help the method of maximum analysis optimum size of expenses on fuel materials for the recommended areas of sowing.*

Література.

1. Базілінська О.Я. Мікроекономіка/ О.Я. Базілінська, О.В.Мініна – Київ, 2005. – 352 с.
2. Захарченко О.Г. Мікроекономічний аспект оптимізації обсягу виробництва соняшника в контексті енергозбереження / О.Г.Захарченко // Збірник наукових праць Таврійського Державного агротехнологічного університету (економічні науки).- 2011.-№1(13). – С. 194-202.

УДК 658.8

*Зінов'єв І.Ф.
д.е.н., доц.
Класичний приватний університет*

УПРАВЛІНСЬКИЙ ЦИКЛ ЯК ПІДХІД ДО ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ МАРКЕТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

***Анотація.** У статті виявлено значення процесу стратегічного планування маркетинговою діяльністю на підприємстві. Розкрито сутність і призначення управлінського циклу у системі прийняття маркетингових рішень. Визначено особливості та процедуру управлінського циклу як підходу до технології організації системи маркетингу у процесі стратегічного планування маркетинговою діяльністю підприємства.*