

С.І. Страпчук, здобувач³

Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва

МІСЦЕ І РОЛЬ ВИТРАТ У ФОРМУВАННІ ЕФЕКТИВНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ НА ТАКТИЧНОМУ РІВНІ

Постановка проблеми. Питання тактичного маркетингу на підприємствах зводяться до аналізу складових елементів маркетинг-міксу в його класичному варіанті: ціни, товару, розподілу та просування. Якщо ціна є елементом скоріше зовнішнього середовища, що створює прибуток, то інші складові формують витрати діяльності. Тому оптимальне співвідношення витрат і доходів підприємства через визначення рівня безбитковості з позицій маркетингу є важливою умовою виживання, конкурентоспроможності та ефективності діяльності суб'єкта господарювання.

Аналіз останніх публікацій і досліджень. В літературі з маркетингу досить часто методику аналізу безбитковості зустрічаємо в розрізі методів ціноутворення, орієнтованих на витрати [2, 3]. Є думки [5] з приводу застосування аналізу безбитковості в процесі формування й реалізації асортиментної політики. На думку І.О. Соловйова [4], формування маркетингової діяльності має базуватися на принципах випереджального впливу на рівень прибутку завдяки проведенню попереднього аналізу безбитковості, а не пасивного спостереження і констатації витрат. Ми погоджуємося з твердженням Р.В. Андрійчука [1] про те, що для генерування прибутку у зростаючих масштабах підприємство має здійснювати ефективний маркетинг, проводити кваліфіковану політику у сфері управління витратами. Ці дії передбачають визначення кількісного впливу задіяних у процесі виробництва ресурсів на величину прибутку. Отже, витрати є важливим внутрішньовиробничим показником, на рівень якого виробники мають більше шансів вплинути порівняно з ціною, що формується на ринку під впливом попиту і пропозиції.

Формулювання цілей статті. Метою написання статті є проведення операційного аналізу рівня витрат для певних видів продукції сільськогосподарських підприємств за природно-кліматичними зонами України в умовах свободи вибору сфери і напрямків діяльності для

³ Науковий керівник – Д.В. Шиян, д-р екон. наук, професор

формування ефективних маркетингових рішень на тактичному рівні на наступний період.

Виклад основного матеріалу досліджень. Для визначення беззбиткових умов виробництва нами було використано один із інструментів – операційний аналіз, що є аналізом беззбитковості. Критичний рівень витрат або доходів – це ситуація, за якої підприємство не отримує ні прибутків, ні збитків. У графічній моделі, що застосовувалася для дослідження, дохід, що отримано нижче точки беззбитковості, означає для підприємства втрати, а вище точки рівноваги – прибутки. Розподілити, яка частина загальної суми витрат, а саме виробничої собівартості, належить до постійних, а яка частина до змінних – досить складно. Тому з урахуванням існуючих проблем класифікації витрат залежно від обсягу виробництва, було прийнято рішення скористатися регресійним аналізом залежності урожайності від доходу на 1 га та витрат на 1 га. Дохід на 1 га при цьому виражено через добуток виробництва продукції на середню ціну поточного року для уникнення впливу фактора товарності.

Аналіз беззбитковості проведено по сільськогосподарських підприємствах з розподілом за природно-кліматичними зонами по пшениці, кукурудзі, соняшнику, ріпаку та цукровому буряку в рослинництві та по молоку в тваринництві. Отримані функції доходів та витрат на 1 га за лінійними трендами було об'єднано в систему рівнянь, за результатами вирішення яких визначено рівень беззбиткової урожайності та обсяг доходів або витрат на 1 га у вартісному вираженні (табл. 1).

Результати розрахунків за табл. 1 вказують на те, що найлегше подолати зону збитків при вирощуванні пшениці можна на підприємствах Полісся, оскільки тут рівень беззбиткової урожайності становить лише 15,0 ц/га. Тоді як найвище її значення було отримано у Лісостепу – 20,89 ц/га, при цьому обсяг витрат на 1 га тут є також найвищим і становить 2983,57 грн. У зоні степу точка перетину витрат і доходів на 1 га на рівні 2960,7 грн/га вказала на урожайність 19,45 ц/га.

В програмі «Зерно України -2015» в структурі посівів заплановано, що кукурудза має займати посівну площу на рівні не менше 4 млн га, що становить 12,3 % у структурі ріллі, тобто друге місце після озимої пшениці при прогнозній урожайності 54,7 ц/га у 2015 р. Досить значна кількість підприємств досягнули визначеного рівня врожайності кукурудзи, проте беззбиткова урожайність є значно нижчою. Зазначимо, що із вибірки 4793 підприємств, 50 % знаходиться в зоні лісостепу, проте рівень беззбиткової урожайності тут також є найвищим, і становить 28,6 ц/га, тоді як у Степу – 24,6 ц/га, а на Поліссі – 24,8 ц/га. Для досягнення цих рівнів підприємствам необхідно вкладення коштів на відповідних

рівнях: у Степу – 3714,12 грн/га, у Лісостепу – 4097,04 грн/га та на Поліссі – 3152,96 грн/га.

1. Залежність функції витрат та доходу на 1 га / 1 гол. і точки безбитковості виробництва сільськогосподарської продукції від зони вирощування*

Показник	Степ	Лісостеп	Полісся
Безбиткова урожайність пшениці, ц/га	$x = 19,45$	$x = 20,89$	$x = 15,00$
Витрати (доходи) на 1 га при безбитковій урожайності пшениці, грн	$y = 2960,7$	$y = 2983,57$	$y = 2171,07$
Кількість підприємств у вибірці по пшениці	3410	2722	849
Безбиткова урожайність кукурудзи, ц/га	$x = 24,63$	$x = 28,56882$	$x = 24,80727$
Витрати (доходи) на 1 га при безбитковій урожайності кукурудзи, грн	$y = 3714,1$	$y = 4097,0$	$y = 3152,9$
Кількість підприємств у вибірці по кукурудзі	1838	2435	520
Безбиткова урожайність соняшнику, ц/га	$x = 6,62$	$x = 5,72$	$x = 7,80$
Витрати (доходи) на 1 га при безбитковій урожайності соняшнику, грн	$y = 2292,1$	$y = 2324,0$	$y = 2460,4$
Кількість підприємств у вибірці по соняшнику	3651	2166	251
Безбиткова урожайність ріпака, ц/га	$x = 8,6$	$x = 10,5$	$x = 7,2$
Витрати (доходи) на 1 га при безбитковій урожайності ріпака, грн	$y = 3169,59$	$y = 3868,71$	$y = 2453,36$
Кількість підприємств у вибірці по ріпака	551	900	331
Безбиткова урожайність цукрового буряку, ц/га	$x = 173,6$	$x = 149,8$	$x = 233,5$
Витрати (доходи) на 1 га при безбитковій урожайності цукрового буряку, грн	$y = 7373,5$	$y = 6548,5$	$y = 9207,0$
Кількість підприємств у вибірці по цукровому буряку	61	558	102
Безбиткова продуктивність виробництва молока, ц/гол.	$x = 3240,6$	$x = 3086,1$	$x = 2116,7$
Витрати (доходи) на 1 гол. при безбитковій продуктивності по молоку, грн	$y = 8699,1$	$y = 7759,3$	$y = 4809,6$
Кількість підприємств у вибірці по молоку	494	951	549

* Джерело: розрахунки автора (за ф. № 50-сг)

Точка перетину доходів і витрат на 1 га по соняшнику показує досить невисокий рівень беззбиткової урожайності, що посилює інтерес виробників до її вирощування. Так, у процесі розрахунків було встановлено беззбиткову урожайність в Степу – 6,62 ц/га, в Лісостепу – 5,72 ц/га, та на Поліссі – 7,8 ц/га. У вибірку потрапили 6068 сільськогосподарських підприємств, 60 % яких зосереджено в зоні степу, 36 % – в Лісостепу та решта 4% – на Поліссі.

Не менш важливою технічною культурою є ріпак, який активно та в достатньо значних обсягах почали вирощувати лише з 2006 р. Нами розглядалася вибірка у загальній кількості 1782 підприємства України, які переважно (в 50 % випадків) зосереджені в зоні лісостепу, тоді як у Степу їх питома вага становить 31 %, а решта – 19 % на Поліссі. Рівень беззбиткової урожайності по зонах переважно стабільний в межах 7-11 ц/га, при цьому витрати на 1 га, як власне і доходи, адже при беззбитковості вони прирівнюються, – суттєво відрізняються майже в 1,5 рази. Так, у лісостепу їх значення становить 3686,7 грн/га, а на Поліссі – лише 2453,4 грн/га.

З позицій маркетингу цукровий буряк як товар має виробниче призначення досить короткого строку використання в непереробленому вигляді, тому його збут, а відтак і переробка має відбуватися в обмежені терміни. Для дослідження товарної політики вирощування цукрового буряку нами було сформовано вибірку із 721 підприємства України, які у 2012 р. отримали дохід від реалізації цієї культури. 77 % її обсягу становили підприємства, зосереджені в зоні лісостепу. Варто зауважити, що саме в цій природно-кліматичній зоні витрати на вирощування також є найнижчими при найменшій беззбитковій урожайності 149,8 ц/га, що є ознакою провідної культури в цьому регіоні. Адже щоб перейти в зону прибутків необхідно затрати найменше ресурсів та отримати найменшу урожайність, порівняно з іншими зонами.

Єдиним видом продукції тваринництва, обраного для аналізу ефективності витрат з точки зору маркетингу є молоко, оскільки м'ясо ВРХ, м'ясо свиней та яйця курячі мають точку перетину при беззбитковому рівні виробництва за межами економічно виправданих значень, тобто в зоні нижчій нуля, тому з дослідження їх було виключено. У разі формування товарної політики сільгоспвиробникам слід врахувати, що молоко як товар, має як виробниче, так і споживче призначення, відноситься до повсякденного попиту та має обмежений час використання, що обумовлює локальність ринків у переважній більшості випадків, за виключенням крупнотоварних виробництв. Для дослідження

беззбиткового рівня виробництва молока з розподілом за природно кліматичними зонами було обрано 1994 підприємства України, 48 % яких зосереджено в Лісостепу, 25 % – в Степовій зоні та 27 % – в зоні Полісся. Розрахувавши точку беззбитковості, слід зауважити, що найнижчий її рівень було отримано на Поліссі. Адже беззбиткова продуктивність склала 2116,7 ц/гол при витратах на 1 голову на рівні 4809,6 грн. Отже, сільгоспвиробники зони Полісся знаходяться в більш привабливих економічних умовах порівняно із зонами степу та лісостепу. Найвищий рівень беззбиткової продуктивності 3240,6 ц/гол було отримано в Степовій зоні при витратах на 1 голову 8699,1 грн. Тобто для досягнення прибуткового рівня необхідно підвищити продуктивність корів в 1,5 раза порівняно з підприємствами, що розміщені на Поліссі.

При розподілі підприємств на такі, що потрапили в зону прибутку і в зону збитку було встановлено чітку залежність між рівнем інтенсивності господарювання та його ефективністю (табл. 2).

2. Розрахунок мінімуму функції залежності рентабельності та величини витрат на 1 га посівної площі (1 голову худоби) у сільськогосподарських підприємствах різних природно-кліматичних зон*

	Мінімальні значення витрат на 1 га (х)					
	Степ		Лісостеп		Полісся	
	ЗП*	ЗЗ**	ЗП	ЗЗ	ЗП	ЗЗ
1	2	3	4	5	6	7
Пшениця						
х – витрати на 1 га, тис. грн/га	7,1305	9,6779	8,6426	8,4959	9,3635	3,8708
у - рентабельність реалізації, %	-18,9	-90,7	-10,7	-87,2	-8,4	-53,8
Кукурудза						
х – витрати на 1 га, тис. грн/га	12,7864	9,1467	14,6717	8,8731	13,7045	2,9737
у - рентабельність реалізації, %	10,58	-39,99	11,69	-31,42	14,10	-3,75
Соняшник						
х – витрати на 1 га, тис. грн/га	11,0117	7,0156	13,2579	4,1112	9,7146	3,2539
у - рентабельність реалізації, %	23,1	-27,8	15,1	-48,0	1,4	-34,5

Продовження табл. 2

1	2	3	4	5	6	7
Ріпак						
х – витрати на 1 га, тис. грн/га	8,2766	8,1402	12,3453	6,8728	14,0905	9,6915
у - рентабельність реалізації, %	1,4	-69,8	4,0	-42,1	8 ,8	-102,7
Цукровий буряк						
х – витрати на 1 га, тис. грн/га	38,0974	16,4470	26,5589	11,8254	25,0623	9,2031
у - рентабельність реалізації, %	-34,7	-88,7	-11,0	-46,9	-8,8	-18,9
Молоко						
х – витрати на 1 гол, тис. грн/га	14,661	13,9871	18,1675	11,1950	12,151	9,2598
у - рентабельність реалізації, %	0,6	-81,2	4,9	-77,4	5,9	-69,9

* ЗП – зона прибутковості; **ЗЗ – зона збитковості

* Джерело: розрахунки автора (за ф. № 50-сг)

Таким чином, за результатами розрахунків, наведених в табл. 2, при прийнятті маркетингових рішень, пов'язаних з вибором асортиментної політики для сільськогосподарських підприємств, що знаходяться в зоні прибутків, є два шляхи розвитку – низько інтенсивний, який забезпечує економію коштів, проте показники ефективності при цьому є невисокими, або ж впровадження високоінтенсивного виробництва, що потребує значних інвестицій, але в подальшому принесе суттєві позитивні результати. Для виробників, що перебувають на даний момент у зоні збитків маркетинговим рішенням є утримання в зоні низькоінтенсивного виробництва, або ж вихід з ринку.

Висновки. Таким чином, сільськогосподарські підприємства у разі розробки маркетингових рішень щодо номенклатури продукції на наступний період мають враховувати зональні особливості господарювання. Рівень інтенсивності виробництва чітко розмежує підприємства двох зон – прибутковості та збитковості, оскільки в зоні збитків маємо низькоінтенсивне виробництво, тоді як у зоні прибутків, навпаки, показники інтенсивності зростають. А залежність між витратами на 1 га 1 гол. та ефективністю реалізації, що виражена через

рентабельність, дає змогу виробникові визначитися, або нарощувати обсяги виробництва тієї чи іншої культури збільшуючи при цьому інвестування в галузь, або залишатися на рівні попереднього року чи взагалі вийти з ринку.

Бібліографічний список: 1. Андрійчук Р.В. Методичні підходи до аналізу рентабельності та беззбитковості виробництва продукції та оптимізації її асортименту / Р.В. Андрійчук // Економіка АПК. – 2007. – № 5. – С. 133. 2. Гаркавенко С.С. Маркетинг: підручник. – К.: Лібра, 2004. – 712 с. 3. Котлер Ф. Маркетинг в третьем тысячелетии: как создать, завоевать и удержать рынок; пер. с англ. В.А. Гольдича и А.И. Оганесовой; науч. ред. Б.А. Соловьев. – М.: ООО «Издательство АСТ», 2000. – 272 с. 4. Соловійов І.О. Контролінг-збут в підсистемі маркетинг-логістики // Вісник аграрної науки Причорномор'я. Вип. 1. – Т. 1. – 2010. – С. 71-73. 5. Якимчук К.Д. Маркетингова логістика та її значення в стратегії сталого розвитку соціуму. Режим доступу: <http://www.info-library.com.ua/libs/stattya/40-stattya/173-marketingova-logistika-ta-yiyi-znachennja-v-strategiyi-stalogo-rozvitku-sotsiumu.html>

Страпчук С.И. Место и роль расходов в процессе формирования эффективной маркетинговой политики на тактическом уровне. Рассмотрено использование операционного анализа расходов деятельности сельскохозяйственных предприятий с целью определения их критического уровня в разных природно-климатических зонах для принятия маркетинговых решений о возможных вариантах дальнейшего производства продукции.

Strapchuk S. The place and role of the costs in the form of marketing campaigns at the tactical level. We consider the use of the operating cost analysis of agricultural enterprises to determine their critical levels in different climatic zones to make marketing decisions on options for further production.