

УДК 338.439.4: 338.5

Кукіна Н.В., к.е.н., доцент  
Васильченко О.О., ст. викладач

Таврійський державний агротехнологічний університет,

## КОН'ЮНКТУРНИЙ АНАЛІЗ СТРАТЕГІЇ ЦІНОУТВОРЕННЯ: МІКРОЕКОНОМІЧНИЙ АСПЕКТ

**Анотація.** У статті проведено аналіз попиту і пропозиції сільськогосподарської продукції аграрного підприємства та визначено основні тенденції формування ціни з урахуванням типу ринкової структури. Визначено напрями і заходи мікроекономічного характеру з удосконалення стратегії ціноутворення щодо підвищення економічних результатів сільськогосподарського виробництва.

**Ключові слова:** ціна, витрати, прибуток, ринкова структура, рівень рентабельності, коефіцієнт еластичності, диференціювання цін.

**JEL code classification: D49**

Kukina N.V., PhD in Economic sciences, Associate Professor,  
Vasylchenko O.O., Senior Lecturer,

## CONJUNCTIONAL ANALYSIS OF PRICING STRATEGY: MICROECONOMIC ASPECTS

**Abstract.** The article analyzes the demand and supply of agricultural products of agrarian enterprises and outlines the main tendencies of price formation taking into account the type of market structure. The directions and measures of the microeconomic nature of improving the pricing strategy for increasing the economic results of agricultural production are determined.

The purpose of the article is to substantiate theoretical and methodological principles and promising practical directions of improving the pricing strategy in agricultural enterprises on the basis of microeconomic analysis.

The methodological and organizational-economic issues related to the scientifically grounded pricing formation on the principles of improving the pricing strategy by the limit indicators of production, the formation of economically justified demand differentiation, and the identification of the nature of price elasticity for agricultural enterprises are disclosed. In other words, the microeconomic aspect of choosing a pricing strategy is investigated.

It is established that the nature of demand elasticity in the market is very influential on the price strategy of the enterprise. Under the conditions of the elastic demand, the company is advised to reduce the price of the goods, which provides a significant increase in sales revenue and increases the profitability. It was found that the opportunity to segment the market provides the ability of the enterprise to discriminate the price of products. Using such a method of pricing allows you to establish seasonally justified prices and provide additional profit.

**Key words:** price, cost, profit, market structure, profitability level, coefficient of elasticity, price differentiation.

**Постановка проблеми.** Аграрний сектор України має особливе значення у формуванні ефективної ринкової економіки. Специфіка галузі проявляється в її великих масштабах, особливих умовах виробництва та реалізації продукції, значному диспаритеті цін між галузями, низькому рівні прибутковості діяльності. Це вимагає від суб'єктів ринкового господарювання дотримуватись постійно високого рівня конкурентоспроможності за рахунок чинників організаційно-економічного характеру, а саме застосування

якісної системи ціноутворення.

Якісна система ціноутворення продиктована об'єктивними причинами економічного порядку. Воно позитивно впливає на економічну та соціальну ефективність аграрних формувань. Через реалізацію якісної системи ціноутворення стабілізується фінансовий стан сільгоспвиробників і більш повно задовольняється попит на продукцію. Правильне ціноутворення сприяє більш рівномірному надходженню доходів за періодами року, збільшенню річної маси прибутку.

У зв'язку з цим пошук економічних методів формування власної ціни на засадах соціально виправданої стратегії ціноутворення щодо забезпечення стабільної прибутковості сільськогосподарських підприємств зумовлює необхідність застосування методів мікроекономічного аналізу.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Вивченню проблем організації та ефективного ціноутворення в сільському господарстві присвячені роботи відомих учених-економістів: О.М. Баріловича, Ю.П. Воскобійника, К.В. Кравець, Л.В. Молдавана, Б.І. Пасхавера, О.М. Шпикача та ін.

Разом з тим, деякі аспекти цієї багатопланої проблеми залишаються недостатньо вивченими і потребують дослідження. Зокрема, це низка методичних і організаційно-економічних питань, пов'язаних з науково-обґрунтованим формуванням ціни на засадах удосконалення стратегії ціноутворення граничними показниками виробництва, формуванням економічно виправданої диференціації попиту, виявленням характеру цінової еластичності для сільськогосподарських підприємств, інакше кажучи, дослідженням мікроекономічного аспекту вибору стратегії визначення ціни.

**Формування цілей статті.** Метою статті є обґрунтування теоретико-методичних засад і перспективних практичних напрямів удосконалення стратегії ціноутворення в сільськогосподарських підприємствах на основі мікроекономічного аналізу.

**Виклад основного матеріалу.** Діяльність будь-якого підприємства відбувається в економічній ситуації, яка постійно змінюється. В залежності від галузі ринку, ступеня державного регулювання підприємство знаходиться в умовах тієї чи іншої ринкової моделі у чистому вигляді або в змішаних формах. У процесі своєї діяльності будь-яке господарство визначає доцільність виробництва і реалізації. Разом з цим воно прагне з'ясувати, чи буде прибутковою або збитковою його діяльність на даному ринку.

Будь-яке підприємство, виходячи зі своїм товаром на той чи інший ринок повинно ретельно вивчити ситуацію, яка склалась на ньому, а потім ухвалювати певне рішення по подальших діях.

Найпростішою моделлю ринку є чиста

конкуренція. Проте, в сучасному світі ідеальну модель чисто конкурентного ринку зустріти досить важко з точки зору охоплення нею всієї економічної системи. Даний тип ринку в основному має локальний характер і застосовується для тієї продукції, яку можна характеризувати як масову, однорідну, стандартизовану, до якої відноситься і продукція сільського господарства. Однак, сучасні сільськогосподарські підприємства у своїй виробничій діяльності намагаються постійно застосовувати новітню технологію по вирощуванню нових сортів продукції рослинництва, розводити нові породи худоби та застосовувати нові механізовані та автоматизовані системи догляду за нею. Через це сучасний ринок сільськогосподарської продукції часто набуває ознак монополізованого ринку. Проте, не дивлячись на можливість монополізації, ринок сільськогосподарської продукції є високо конкурентним [1].

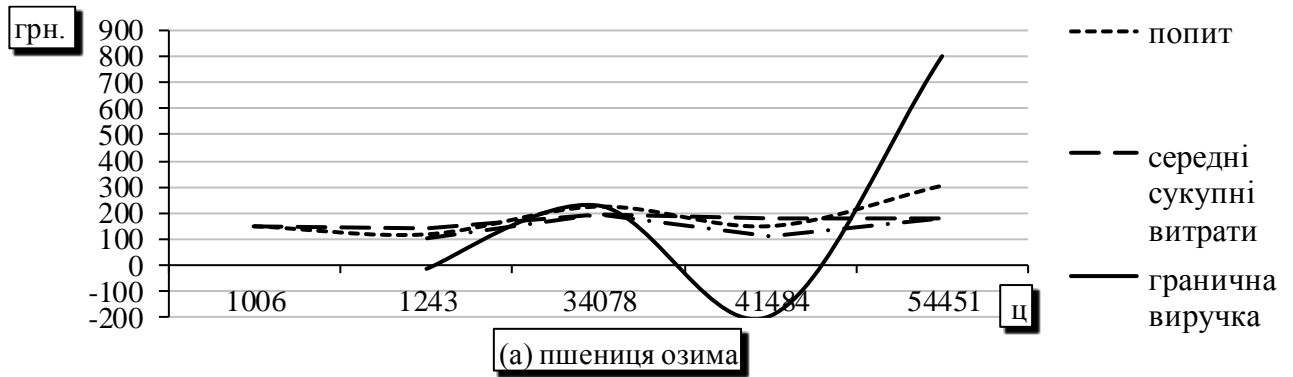
Для визначення типу ринку необхідно порівняти попит та граничну виручку. А для визначення оптимальних обсягів виробництва продукції, при яких підприємство має можливість отримати максимальний прибуток або мінімальні збитки, необхідно порівняти граничну виручку і граничні витрати, ціну реалізації продукції та середні сукупні витрати [8].

Знаючи характер попиту на продукцію, ціни реалізації та витрати, можна визначити, в якій мірі ринок продукції підприємства є конкурентним. З цією метою розраховують показники середніх витрат на одиницю продукції, граничних витрат та граничної виручки. Крім того, застосування методики граничного аналізу з метою визначення оптимальних обсягів виробництва та обсягів реалізації сільськогосподарської продукції дозволяє маніпулювати ринковою ціною з метою одержання максимального прибутку або, у разі збиткової діяльності підприємства, звести негативний результат до мінімуму. Це такі обсяги виробництва, при яких гранична виручка співпадає з граничними витратами [8].

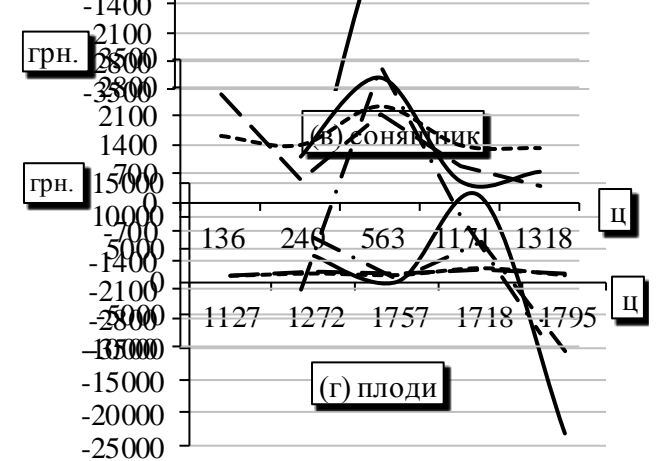
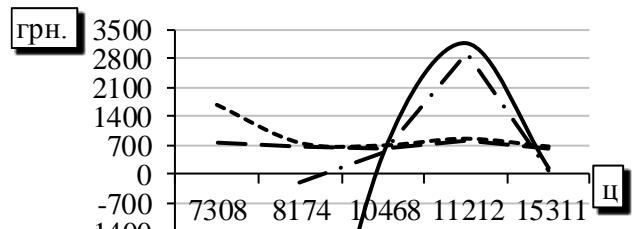
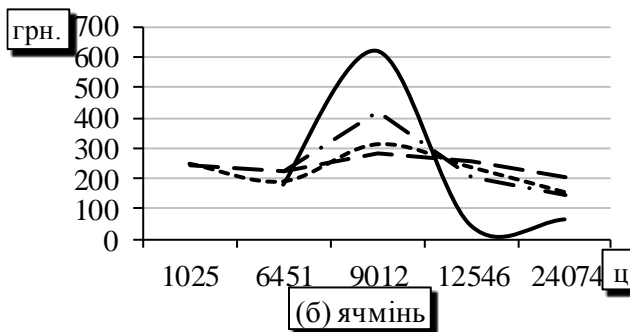
Для визначення типу ринку необхідно порівняти попит та граничну виручку. А для визначення оптимальних обсягів виробництва продукції, за яких підприємство має можливість отримати максимальний прибуток,

або мінімальні збитки, необхідно порівняти граничну виручку і граничні витрати, а також ціну реалізації продукції та середні су-

Визначення типу ринку основних видів реалізації основних видів продукції підприємства наведено на рисунку 1.



купні витрати [8].



(д) м'ясо ВРХ

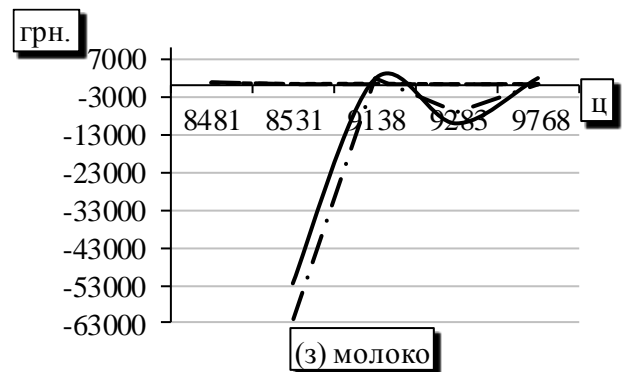
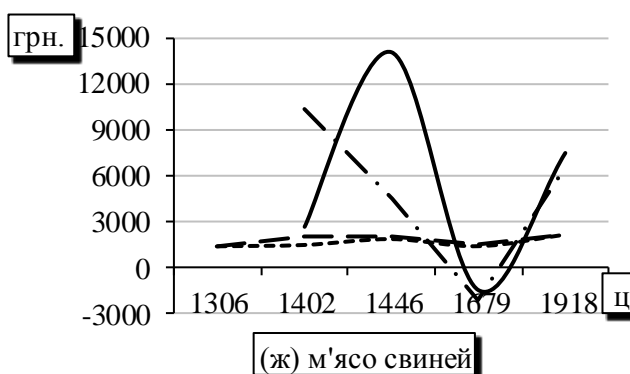


Рис.1. Попит, середні сукупні витрати, гранична виручка та граничні витрати на індивідуальних ринках основних видів продукції підприємства  
Джерело: побудовано авторами на базі досліджень

Рисунок характеризує ринок, ситуація на якому значно відхиляється від умов досконалого ринку тому, що: реалізація продукції відбувається за різними цінами. Через це попит на основні види продукції не є досконало еластичним; продукція пропонується у певному діапазоні цін (від найбільшої до найменшої); гранична виручка не співпадає з ціною реалізації продукції (за умов досконалої конкуренції гранична виручка дорівнює граничним витратам). Крім того, слід зазначити, що крім СБК «Дружба» на ринку функціонує і багато інших підприємств, які пропонують такі ж види продукції. Тому ринок, на якому функціонує підприємство, можна вважати монополюсно конкурентним.

З рисунку 1 видно також, що на всіх ринках існують оптимальні обсяги виробництва основних видів продукції. Так, оптимальний обсяг виробництва пшениці озимої складає 48000 ц, ячменю – 6450 ц, насіння соняшнику – 10450 ц, плодів – 560 ц, м'яса ВРХ – 1750 ц, м'яса свиней – 1900 ц, молока – 9100 ц.

Реалізація продукції на недосконало конкурентному ринку дозволить підприємству формувати цінову стратегію у напрямі підвищення доходності діяльності за рахунок еластичності та диференціації попиту.

У підприємницькій діяльності широко застосовують методику встановлення цін, виходячи з попиту. У цьому випадку, розраховуючи ціни, користуються коефіцієнтами еластичності попиту [2].

Розглянемо застосування коефіцієнтів

еластичності при прийнятті рішення підприємством про зміну ціни на прикладі виробництва м'яса ВРХ. За даними фінансової звітності було з'ясовано, що у 2016 р. підприємство реалізовувало м'ясо ВРХ за ціною 2101,63 грн. за 1 ц; прямі витрати на 1 ц (середні сукупні витрати) становили 1739,3 грн. Відповідно, прибуток від реалізації 1 ц склав 362,33 грн. При цьому підприємство реалізувало 1718 ц продукції, тому загальна величина прибутку від реалізації м'яса ВРХ становила 622,48 тис. грн.

У разі зниження ціни з 2101,63 грн. до середнього рівня по району, а саме до 1929,89 грн. та збільшення обсягу реалізації до рівня ринкового попиту – до 2182 ц, коефіцієнт еластичності попиту на м'ясо ВРХ матиме значення 2,79. При зниженні ціни додатковий обсяг реалізації становитиме 392 ц.

Поряд із сукупними існують середні витрати – витрати на виробництво та реалізацію одиниці продукції. До середніх змінних витрат виробництва м'яса ВРХ на підприємстві належать витрати на корми та нафтопродукти – 844,17 грн. Середні постійні витрати становлять 894,13 грн. Сукупні постійні витрати дорівнюють 1536115,34 грн. Виходячи з цього прибуток фірми становитиме відповідно 754,754 грн.

Отже при еластичному попиті підприємству вигідно встановити більш низьку ціну реалізації продукції, що дозволить йому отримати більшу величину виручки за рахунок різкого збільшення обсягу реалізації (табл. 1).

Таблиця 1

### Економічний ефект від застосування стратегії орієнтації на попит на м'ясо ВРХ

Показники	2016 р.	Проект	Відхилення (+,-)
Обсяг реалізації, ц	1718	2110	+392
Ціна реалізації 1 ц, грн.	2101,63	1929,89	-171,74
Виручка від реалізації продукції, тис. грн.	3610,6	4072,1	+461,5
Витрати на виробництво та реалізацію, тис. грн.	2988,1	3317,3	+329,2
Прибуток від реалізації, тис. грн.	622,5	754,8	+132,3
Рівень рентабельності, %	20,83	22,75	+1,92

Таким чином, за умов високої еластичності попиту зменшення ціни реалізації продукції дозволить збільшити прибуток та рівень рентабельності виробництва м'яса ВРХ.

Значення цінової еластичності дозволяє визначити також оптимальну ціну продажів, що максимізує прибуток або мінімізує збитки за наступною формулою [2]:

$$P = \frac{MC}{1 + 1/E_D}, \quad (1)$$

Визначення оптимального значення ціни, яке дозволить підприємству максимізувати прибуток, здійснено по ячменю, спираючись на величину коефіцієнта еластичності попиту. Коефіцієнт еластичності попиту на ячмінь становить (-2,12).

Оптимальний обсяг випуску ячменю, відповідно до рисунку 1, становить 6450 ц. При цьому величина граничних витрат дорівнює 222,4 грн. Отже, розмір оптимальної ціни реалізації 1 ц ячменю дорівнюватиме 420,97 грн.

Знаючи оптимальні ціни, обсяги виробництва та реалізації можна визначити величину максимального прибутку від реалізації основних видів продукції підприємства. Величина максимального прибутку від реалізації ячменю становитиме 703429,5 грн.

Порівняти результати виробництва і реалізації ячменю у поточному році з можливими варіантами продажу його оптимального обсягу за оптимальними цінами можна, використовуючи показники, наведені в таблиці 2.

Таблиця 2

### Застосування стратегії забезпечення заданого обсягу продажу ячменю з орієнтацією на попит

Показники	2016 р.	Проект	Відхилення (+,-)
Ціна реалізації 1 ц, грн.	313,00	420,97	107,97
Обсяг реалізації, ц	9012	6450	-2562
Виручка від реалізації, тис. грн.	2820,8	2715,3	-105,5
Витрати на виробництво і реалізацію, тис. грн.	2538,7	2011,9	-526,8
Прибуток від реалізації, тис. грн.	282,1	703,4	421,3
Рівень рентабельності, %	11,11	34,96	23,85

Таким чином, за даними таблиці 2 можна зробити висновок про доцільність застосування даного методу ціноутворення при реалізації продукції підприємства.

Одним з варіантів застосування ринкових методів ціноутворення є проведення диференціації цін, яка передбачає продаж одного й того ж продукту різним покупцям за різними цінами [2].

Підприємство має всі можливості застосувати цінову диференціацію по молоку. Можна запропонувати два варіанти застосування такої політики і обрати саме той варіант, який дасть можливість отримати найбільш

більшій прибуток (табл. 3,4). При розрахунку бралась до уваги зміна попиту та ціни на молоко впродовж року. У зимовий період попит на молоко з боку споживачів зростає і, відповідно, зростають реалізаційні ціни.

25,7% загального обсягу реалізації молока підприємство продає приватним підприємцям та на ринку. При цьому ціна реалізації для них встановлюється значно вище тієї, за якою молоко реалізується на переробне підприємство. Отже, результати застосування стратегії диференціювання цін одержані саме для цього обсягу продукції, а саме для 2180 ц.

Таблиця 3

### Економічний ефект від диференціювання цін на молоко при однаковому обсязі реалізації на протязі року

Показники	I кв.	II кв.	III кв.	IV кв.	Всього за рік
Обсяг реалізації, ц	545	545	545	545	2180
Ціна реалізації 1 ц, грн.	912,3	678,15	644,12	843,5	x
Виручка від реалізації, тис. грн.	497,2	369,6	351,0	459,7	1677,5
Витрати на виробництво і реалізацію, тис. грн.	397,5	397,5	397,5	397,5	1590,0
Прибуток (збитки) від реалізації, тис. грн.	99,7	-27,9	-46,5	62,2	87,5

Таблиця 4

## Економічний ефект від диференціювання цін на молоко при різному обсязі реалізації на протязі року

Показники	I кв.	II кв.	III кв.	IV кв.	Всього за рік
Обсяг реалізації, ц	762	465	295	658	2180
Ціна реалізації 1 ц, грн.	912,3	678,2	644,1	843,5	x
Виручка від реалізації, тис. грн.	695,2	315,4	190,0	555,0	1755,6
Витрати на виробництво і реалізацію, тис. грн.	555,8	339,2	215,1	479,9	1590,0
Прибуток (збитки) від реалізації, тис. грн.	139,4	-23,8	-25,1	75,1	165,6

Розрахунки, наведені в таблиці 3, дозволяють зробити висновок, що при реалізації різних обсягів молока по періодах року за єдиною реалізаційною ціною, підприємство має можливість отримати прибуток у розмірі 87,5 тис. грн. при середньому рівні собівартості 729,36 грн. за 1 ц.

Дані таблиці 4 свідчать, що продаж продукції у різних обсягах з орієнтацією на попит споживача за різними цінами дозволяє підприємству отримати прибуток.

Порівнюючи результати розрахунків таблиць 3 та 4, можна зробити висновок, що диференціювання цін при різному обсязі продажу дає більший ефект ніж при однаковому обсязі продажу на протязі року.

**Висновки.** Спираючись на методику граничного аналізу визначено оптимальні обсяги виробництва та реалізації сільськогосподарської продукції, які дозволяють регулювати ціну на ринку з метою одержання максимального прибутку. Це такі обсяги виробництва, за яких гранична виручка співпадає з граничними витратами. Так, оптимальний обсяг виробництва озимої пшениці дорівнює 48000 ц, ячменю – 6450 ц, насіння соняшнику – 10450 ц, плодів – 560 ц, м'яса ВРХ – 1750 ц, м'яса свиней – 1900 ц, молока – 9100 ц. Встановлено, що сільськогосподарські підприємства реалізують будь-який вид про-

дукції на недосконало конкурентному ринку, що дозволяє формувати цінову стратегію в напрямі підвищення доходності діяльності за рахунок еластичності та диференціації попиту.

Встановлено, що характер еластичності попиту на ринку значно впливає на цінову стратегію підприємства. В умовах еластичного попиту підприємству вигідно знижувати ціну товару, що забезпечує значний приріст виручки від реалізації продукції. В СБК «Дружба» застосування такого методу формування ціни на м'ясо ВРХ при зниженні її на 171,74 грн. сприятиме підвищенню величини прибутку на 132,3 тис. грн. Застосування еластичності при встановленні оптимальної ціни на ячмінь обґрунтовує зростання ціни реалізації на 107,97 грн. за центнер. Це забезпечить підвищення рівня рентабельності на 23,85%.

Виявлено, що можливість сегментації ринку забезпечить здатність підприємства дискримінувати ціну продукції. З цією метою застосовано метод диференціювання ціни на молоко в умовах нерівномірного обсягу реалізації. застосування такого методу формування ціни в СБК «Дружба» дозволить встановлювати обґрунтовані сезонні ціни та забезпечити прибуток у розмірі 165,6 тис. грн.

## Список літератури

1. Васильченко О.О. Методологічні засади визначення шляхів збільшення прибутковості підприємства. / О.О. Васильченко. // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки) / За ред. М.Ф. Кропивка. – Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія "Люкс", 2012. – № 2 (18). – С.45-56.
2. Васильченко О.О. Баєва О.І. Особливості застосування методів ціноутворення на продукцію підприємств АПК України. / О.О.Васильченко, О.І. Баєва. // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). / За ред. Л. В. Синяєвої. – Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія "Люкс", – 2015. - №1 (29). – С. 86-93.
3. Звіт про основні економічні показники роботи сільськогосподарських підприємств («СБК «Дружба») за 2012 рік / Форма № 50-с.г. (річна)
4. Звіт про основні економічні показники роботи сільськогосподарських підприємств («СБК «Дружба») за 2013 рік / Форма № 50-с.г. (річна)

5. Звіт про основні економічні показники роботи сільськогосподарських підприємств («СБК «Дружба») за 2014 рік / Форма № 50-с.г. (річна)
6. Звіт про основні економічні показники роботи сільськогосподарських підприємств («СБК «Дружба») за 2015 рік / Форма № 50-с.г. (річна)
7. Звіт про основні економічні показники роботи сільськогосподарських підприємств («СБК «Дружба») за 2016 рік / Форма № 50-с.г. (річна)
8. Макаренко П.М. Мікроекономіка : Навчальний посібник / П.М. Макаренко, Т.В. Попова, О.О. Васильченко. – Мелітополь : Видавництво – поліграфічний центр «Люкс», 2013. – 432 с.
9. Мікроекономіка : підруч. / За ред. В. Д. Базилевича. – [2-ге вид., перероб. і доп.]. – Київ : Знання, 2008. – 679 с.
10. Цены и ценообразование: Учебник для вузов / Под.ред. В.Е.Есипова – 3-е изд. Испр. И доп.-СПб.:Питер, 2000.-464с.
11. Bergstrom, Theodore C., Hal R. Varian, *Workouts in Intermediate Microeconomics*, 3 rd ed., W.W. Norton, 1993.
12. *Principles of Microeconomics (Second Edition)*, ed. by Lee Coppock, Dirk Mateer, W.W. Norton & Company: New York, 2017.
13. *The Ultimate Guide to Teaching Essentials of Economics*, ed. by Lee Coppock, Wayne Geerling, Kim Holder, Dirk Mateer, Brian O'Roark, James Tierney, Norton & Company: New York, 2017.

#### **Reference:**

1. Vasylychenko, O.O. (2012) Metodolohichni zasady vyznachennia shliakhiv zbilshennia prybutkovosti pidpriemstva. *Zbirnyk naukovykh prats Tavriiskoho derzhavnogo ahrotekhnolohichnoho universytetu (ekonomichni nauky) / Za red. M.F. Kropyvka. – Melitopol: Vyd-vo Melitopolska typohrafiia "Liuks", № 2 (18), p.45-56.*
2. Vasylychenko, O.O. Baieva, O.I. (2015) Osoblyvosti zastosuvannia metodiv tsinoutvorennia na produktsiiu pidpriemstv APK Ukrainy. / O.O.Vasylychenko, O.I. Baieva. // *Zbirnyk naukovykh prats Tavriiskoho derzhavnogo ahrotekhnolohichnoho universytetu (ekonomichni nauky). / Za red. L. V. Syniaievoi. – Melitopol: Vyd-vo Melitopolska typohrafiia "Liuks", №1 (29), p. 86-93.*
3. Zvit pro osnovni ekonomichni pokaznyky roboty silskohospodarskykh pidpriemstv («SBK «Druzhba») za 2012 rik, Forma № 50-s.h. (richna)
4. Zvit pro osnovni ekonomichni pokaznyky roboty silskohospodarskykh pidpriemstv («SBK «Druzhba») za 2013 rik, Forma № 50-s.h. (richna)
5. Zvit pro osnovni ekonomichni pokaznyky roboty silskohospodarskykh pidpriemstv («SBK «Druzhba») za 2014 rik, Forma № 50-s.h. (richna)
6. Zvit pro osnovni ekonomichni pokaznyky roboty silskohospodarskykh pidpriemstv («SBK «Druzhba») za 2015 rik, Forma № 50-s.h. (richna)
7. Zvit pro osnovni ekonomichni pokaznyky roboty silskohospodarskykh pidpriemstv («SBK «Druzhba») za 2016 rik, Forma № 50-s.h. (richna)
8. Makarenko, P.M. (2013) *Mikroekonomika : Navchalnyi posibnyk* [P.M. Makarenko, T.V. Popova, O.O. Vasylychenko]. *Melitopol : Vydavnytstvo – polihrafichnyi tsentr «Liuks», 432 p.*
9. *Mikroekonomika: pidruch.* (2008) [Za red. V. D. Bazylevycha] [2-he vyd., pererob. i dop.]. *Kyiv : Znannia*, 679 p.
10. *Tseny y tsenoobrazovanye: Uchebnyk dlia vuzov / Pod.red. V.E.Esyova – 3-e yzd. Yspr. Y dop.-SPb.:Pyter, 2000.-464 p.*
11. Bergstrom, Theodore C., Hal R. Varian (1993) *Workouts in Intermediate Microeconomics*, 3 rd ed., W.W. Norton, 1993.
12. *Principles of Microeconomics (Second Edition)*, ed. by Lee Coppock, Dirk Mateer, W.W. Norton & Company: New York, 2017.
13. *The Ultimate Guide to Teaching Essentials of Economics*, ed. by Lee Coppock, Wayne Geerling, Kim Holder, Dirk Mateer, Brian O'Roark, James Tierney, Norton & Company: New York, 2017.