

**МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

**11.13 - МР. 1787 "С" 2020.11.13. 04. ПЗ**

**ГАЛЦЬКОЇ АНАСТАСІЇ СЕРГІЇВНИ**

**2021 р.**

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ  
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

Економічний факультет

УДК 338.5:005.332.4

ПОГОДЖЕНО

Декан економічного факультету

ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри економіки

Діброва А.Д.

(підпис)

Байдала В.В.

(підпис)

2021р.

2021р.

МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему

"Система ціноутворення підприємства в конкурентному середовищі"

Спеціальність

051 – "Економіка"

Освітня програма

Економіка підприємства

Орієнтація освітньої програми

освітньо - професійна

Гарант освітньої програми

д.е.н., професор

Керівник

магістерської

к.е.н, доцент

(науковий ступінь та вчене звання)

кваліфікаційної  
роботи

Єрмаков О.Ю.

Степасюк Л.М.

(підпис)

(ПІБ)

Виконала

Галіцька А.С.

(підпис)

(ПІБ студента)

Київ – 2021

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ  
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ  
Економічний факультет

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри економіки підприємства  
ім. проф. І.Н. Романенка

д.е.н., проф. \_\_\_\_\_ Рогач С.М.

\_\_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 2020р.

**ЗАВДАННЯ**

до виконання магістерської кваліфікаційної роботи студентці

Галіцькій Анастасії Сергіївни

(прізвище, ім'я, по-батькові)

Спеціальність 051 – "Економіка"

Освітня програма Економіка підприємства

Орієнтація освітньої програми освітньо - професійна

Тема магістерської роботи: «Система ціноутворення підприємства в конкурентному середовищі»

Затверджена наказом ректора НУБіП України від "13" листопада 2020 р. №1787 «С»

Термін подання завершеної роботи на кафедру 2021.11.12

Вихідні дані до магістерської кваліфікаційної роботи: законодавчі та нормативні акти України, офіційні дані Державної служби статистики України, фінансові річні звіти ПСП «Добробут» Уманського району Черкаської області, підручники, навчальні посібники, монографії, періодичні видання.

Перелік питань, що підлягають дослідженню:

1. Теоретичні основи механізму ціноутворення на ринку сільськогосподарської продукції
2. Стан та діагностика конкурентного середовища підприємства
3. Напрями вдосконалення процесу ціноутворення на підприємстві

Перелік графічного матеріалу: таблиці, рисунки, схеми

Дата видачі завдання "13" листопада 2020 р.

Керівник магістерської  
кваліфікаційної роботи

\_\_\_\_\_ Степасюк Л.М.

Завдання прийняла до виконання

\_\_\_\_\_ Галіцька А.С.

## РЕФЕРАТ

Магістерська робота написана українською мовою, складається із вступу, 3 розділів, висновків та пропозицій. Викладена на 67 сторінках машинописного тексту, ілюстрована 23 таблицями та 17 рисунками. Список використаної літератури складає 44 джерела.

Метою магістерської роботи є узагальнення теоретичних і методичних положень щодо системи ціноутворення підприємства в конкурентному середовищі, аналіз цінової політики підприємства та основних факторів, що впливають на неї.

Для досягнення поставленої мети в роботі будуть вирішені наступні завдання:

- Розглянути теоретичні основи механізму ціноутворення на ринку сільськогосподарської продукції;
- Дослідити економічний та фінансовий стан підприємства, забезпеченість виробничими ресурсами;
- Здійснити аналіз цін на сільськогосподарську продукцію;
- Визначити вплив основних чинників на ціну;
- Розробити модель зміни ціни продукції з оцінкою найбільш достовірних факторів.

Предметом дослідження є теоретичні, методичні, практичні питання системи ціноутворення підприємства.

Об'єктом дослідження є процеси ціноутворення в ПСП «Добробут» Уманського району Черкаської області.

Інформаційною базою дослідження слугували матеріали статистичних збірників Державної служби статистики України, дані ПСП «Добробут» Уманського району Черкаської області, праці вчених-економістів, наукові публікації, результати власних розрахунків і досліджень.

Ключові слова: ціна, конкурентоспроможність, якість, собівартість

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МЕХАНІЗМУ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА РИНКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ .....	8
1.1. Суть процесу ціноутворення .....	8
1.2. Основні фактори впливу на процес ціноутворення .....	14
1.3. Методичні основи діагностики конкурентного середовища та основні методи ціноутворення .....	16
РОЗДІЛ 2. СТАН ТА ДІАГНОСТИКА КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА .....	22
2.1. Виробничі ресурси підприємства .....	22
2.2. Цінова політика підприємства .....	31
2.3. Вплив основних факторів на формування ціни .....	37
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ .....	45
3.1. Моделювання зміни ціни продукції з оцінкою найбільш достовірних факторів .....	45
3.2. Стратегія обґрунтування ціни на підприємстві .....	54
3.1. Вдосконалення економічних відносин між суб'єктами ринку .....	55
ВИСНОВКИ .....	60
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....	63
ДОДАТКИ .....	67

## ВСТУП

Україна економіка на даному етапі розвитку має одну особливість – динамічний характер, що сприяє появі нових проблем та труднощів в процесі формування ціни на продукцію сільського господарства. Саме від ціни залежить, настільки ефективною буде діяльність підприємства, тому що рівень цін впливає і на покриття витрат, понесених на реалізацію продукції, і на фінансовий результат вкінці періоду. Отримання збитку часто супроводжується помилками в процесі формування або зміни ціни, що в свою чергу може бути спричинене відсутністю необхідної методичної та теоретичної бази. Тому питання політики ціноутворення, її місце в функціонуванні підприємства, особливості, методи та чинники впливу є актуальними питаннями в системі розвитку сільськогосподарських підприємств.

Процес ціноутворення в сільському господарстві є предметом досліджень багатьох вчених. Слід виділити праці вітчизняних авторів, зокрема М. Артуса [1], Ю. П. Воскобійника [9], Довжика О.О. [16], О. Ю. Коваленко [21], Б. Й. Пасхавера [29], Є. А. Фірсова [42] та інших.

Однак, не зважаючи на значну кількість праць та досліджень, вирішення проблем ціноутворення на аграрну продукцію вимагають додаткового аналізу та вивчення.

*Метою магістерської роботи* є узагальнення теоретичних і методичних положень щодо системи ціноутворення підприємства в конкурентному середовищі, аналіз цінової політики підприємства та основних факторів, що впливають на неї.

Для досягнення поставленої мети в роботі будуть вирішені наступні завдання:

- Розглянути теоретичні основи механізму ціноутворення на ринку сільськогосподарської продукції;
- Дослідити економічний та фінансовий стан підприємства, забезпеченість виробничими ресурсами;
- Здійснити аналіз цін на сільськогосподарську продукцію;

Визначити вплив основних чинників на ціну;  
Розробити модель зміни ціни продукції з оцінкою найбільш достовірних факторів.

*Предметом дослідження є теоретичні, методичні, практичні питання*

*системи ціноутворення підприємства*

*Об'єктом дослідження є процеси ціноутворення в ПСП «Добробут» Уманського району Черкаської області.*

*Інформаційною базою дослідження слугували матеріали статистичних збірників Державної служби статистики України, дані ПСП «Добробут»*

*Уманського району Черкаської області, праці вчених-економістів, наукові публікації, результати власних розрахунків і досліджень.*

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

## РОЗДІЛ 1

# ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МЕХАНІЗМУ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА РИНКУ СІЛЬСЬКОГОСНОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ

### 1.1. Суть процесу ціноутворення

На початку даного дослідження коротко зупинимося на сутності та основних характеристиках ціни, яка виступає важливим економічним важелем ринку. В науковій літературі, найбільш типовими визначеннями ціни є наступні:

- «ціна - це економічна категорія, яка означає суму грошей, за яку продавець хоче продати, а покупець готовий купити товар чи послугу» [41];

- «ціна – це кількість грошей, за яку продавець хоче продати товар або послугу, а покупець – купити товар чи послугу» [25];

- «ціна - це сума грошей, яку покупець (споживач) сплачує продавцю або виробнику в обмін на товар або послугу» [11].

Оскільки дана категорія має законодавче закріплення, тому доцільно вказати, що згідно з Законом України «Про ціни і ціноутворення», «ціна – це виражений у грошовій формі еквівалент одиниці товару» [32].

До основних характеристик ціни, як економічної категорії, можна віднести: це фундаментальна економічна категорія ринкової економіки, яка пов'язана зі сферою обміну; використовується для визначення міри цінності певного блага у грошовій формі; бере до уваги вимоги до оцінювання благ продавців і покупців.

Отже, визначивши сутність ціни, перейдемо до з'ясування сутності політики ціноутворення (табл.1.1). Здебільшого, науковці одностайні в трактуванні даного поняття, однак, незважаючи на це, виокремлюють три підходи до її розуміння. Автори першого напрямку, вважають політику ціноутворення загальними принципами, яких дотримується підприємство в сфері встановлення цін на свої товари чи послуги.



# НУБІП УКРАЇНИ

Таблиця 1.1

## Трактування сутності політики ціноутворення в сучасних наукових джерелах

Автор	Визначення
Гаркавенко С.С.	Політика ціноутворення – «це комплекс заходів щодо визначення цін, цінової стратегії і тактики, умов оплати, варіювання цінами залежно від позиції на ринку, стратегічних і тактичних цілей фірми» [10, с. 277].
Герасимчук В.Г.	Політика ціноутворення – «це мистецтво управляти цінами та ціноутворенням, установлювати на товари (послуги) такі ціни і так їх регулювати залежно від рівня конкурентоспроможності товару (послуги) та підприємства на ринку, щоб досягти очікуваних тактичних і стратегічних цілей» [11, с.212].
Жовтяк Г.А., Непомнящий О.М.	Політика ціноутворення – «це діяльність підприємства, яка спрямована на досягнення його головної мети за допомогою цін» [17, с.48].

Джерело: розроблено автором на підставі аналізу наукової літератури [10],[11],[17].

Другий напрямок, до якого можна віднести О.Є.Мазур та Г.А.Жовтяка, представлений наступним розумінням політики ціноутворення: її сутність полягає у встановленні ціни та її коригуванні, враховуючи зміни кон'юнктури ринку, тобто «її змістом виступає процес встановлення ціни на товари та послуги» [27]; її можна охарактеризувати як «комплекс заходів ціноутворення (конкретний вид діяльності) задля задоволення потреб споживачів та отримання прибутку» [17]. Зазначимо, що більшість науковців до однієї з сутнісних характеристик політики ціноутворення відносить саме цільову спрямованість.

І, насамкінець, третій напрям підходить до трактування політики ціноутворення з точки зору комплексного підходу, розуміючи її як розробку та вибір загального напрямку в ціноутворенні, встановлення ціни з метою забезпечення прибутку, а також напрямків зміни ціни зважаючи на дію різноманітних факторів. Відповідно, в такому разі ціноутворення розуміється не лише як процес ціноутворення та діяльність зі встановлення цін, а і як визначення напрямів ціноутворення на основі певних принципів та цілей.

Таким чином, можна побачити, що представники третього напрямку найбільш повно надали характеристику змісту досліджуваного поняття.

Підеумовуючи вищезазначене, будемо розуміти політику ціноутворення на сільськогосподарську продукцію як сукупність принципів, підходів, методів до розробки концепції ціноутворення; встановлення та обґрунтування торгової надбавки, здійснення процесу управління ціноутворенням, що в повному обсязі відповідає місії певного підприємства та володіє чіткою цільовою спрямованістю. Зазначене визначення покладено в основу рис. 1.1, який передає зміст політики ціноутворення сільськогосподарського підприємства (с/г підприємства).

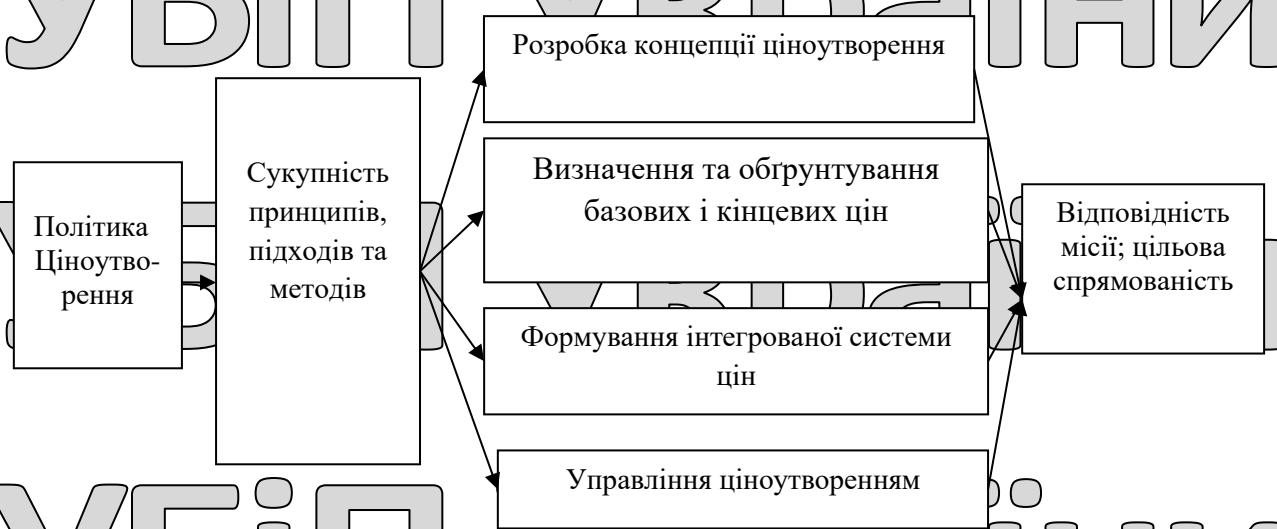


Рис. 1.1. Сутність політики ціноутворення підприємства сільськогосподарства

Джерело: [7, с.38]

Основою політики ціноутворення є певні принципи, на яких вона ґрунтується. До них можна віднести: забезпечення відповідності напрямів і змісту ціноутворення напрямам і змісту загальної економічної політики с/г підприємства та загальної стратегії його розвитку; формування політики ціноутворення з урахуванням стану і змін кон'юнктури ринку с/г товарів та відповідного сегменту ринку; відповідність політики ціноутворення видам і формам збуту; гнучкість та динамізм ціноутворення; розробка політики

ціноутворення залежно від якості товару та орієнтація на зменшення собівартості; врахування зовнішніх та внутрішніх по відношенню до с/г підприємства чинників; забезпечення узгодженості ціни з іншими елементами маркетингу та управління; комплексний характер ціноутворення.

Існує значна кількість класифікаційних ознак, відповідно до яких виділяються певні види ціноутворення.

В залежності від орієнтації підходів до ціноутворення виокремлюють політику ціноутворення, яка базується на витратному ціноутворенні; на ціннісному ціноутворенні та політика, що орієнтується на конкурентів.

Залежно від характеру участі в ціноутворенні політика ціноутворення поділяється на активну та пасивну. В залежності від визначення рівня ціни та її використання при реалізації виокремлюють політику високих, низьких та комбінованих цін. По відношенню до покупця виокремлюють політику

доступних цін; політику розподілу ринку на безкомпромісні сегменти для заможних та малозабезпечених покупців. Відносно до конкурентів існують цінові війни та більш компромісна цінова політика. Відносно до держави виділяють лояльну та незалежну цінову політику.

Основними етапами розробки політики ціноутворення с/г підприємства є наступні:

1. Збір інформації і оцінка зовнішнього середовища і внутрішнього потенціалу с/г підприємства. Аналіз зовнішнього середовища надає можливість підприємству своєчасно мати прогноз можливих перешкод, розробити певні плани на випадок виникнення непередбачених обставин, підготувати політику, яка дозволить підприємству досягти цілей і перетворити потенційні загрози на вигідні можливості. Факторами зовнішнього середовища є споживачі, постачальники, конкурентне середовище, держава, контактні аудиторії.

2. Визначення цілей цінової політики. Аналіз наукової літератури дозволяє виокремити загальні та допоміжні цілі ціноутворення с/г підприємств.

До першої групи належать: цілі, орієнтовані на збут; цілі, орієнтовані на прибуток; цілі, орієнтовані на існуюче положення. Друга група включає цілі підтримки відповідного іміджу, розширення попиту і прискорення його зростання, довгострокової або короткострокової максимізації прибутку, створення та підтримка інтересу з боку споживачів тощо.

3. Вибір методів ціноутворення. «Методи ціноутворення – це сукупність способів і прийомів, які застосовуються в процесі розробки і встановлення цін на продукцію» [17, с.43]. Більш детально ми розглянемо їх в подальших підрозділах даної роботи.

4. Виявлення ризиків в ціноутворенні. Від ризиків, які виникають в процесі ціноутворення залежить весь подальший процес реалізації товарів, тому вони є одними з найнебезпечніших. Від цього залежить рівень втрат, які понесе сільськогосподарське.

5. Реалізація і контроль ціноутворення. Реалізація ціноутворення здійснюється в основному через диференціацію цін.

Оцінка ціноутворення може здійснюватися за такими основними параметрами [28]:

- відповідність цілей ціноутворення цілям стратегії економічного розвитку підприємства;
- відповідність цілей ціноутворення прогнозованим тенденціям кон'юнктури ринку;
- відповідність вибраних типів ціноутворення по окремих видах с/г продукції системі її цілей;
- ефект, який досягається за рахунок реалізації вибраної політики ціноутворення.

Після проведення такої оцінки, можна вносити відповідні корективи в розроблену політику ціноутворення з метою її вдосконалення. Проведення на підприємстві системи цінового контролю дозволяє істотно підвищити ефективність реалізації ціноутворення.

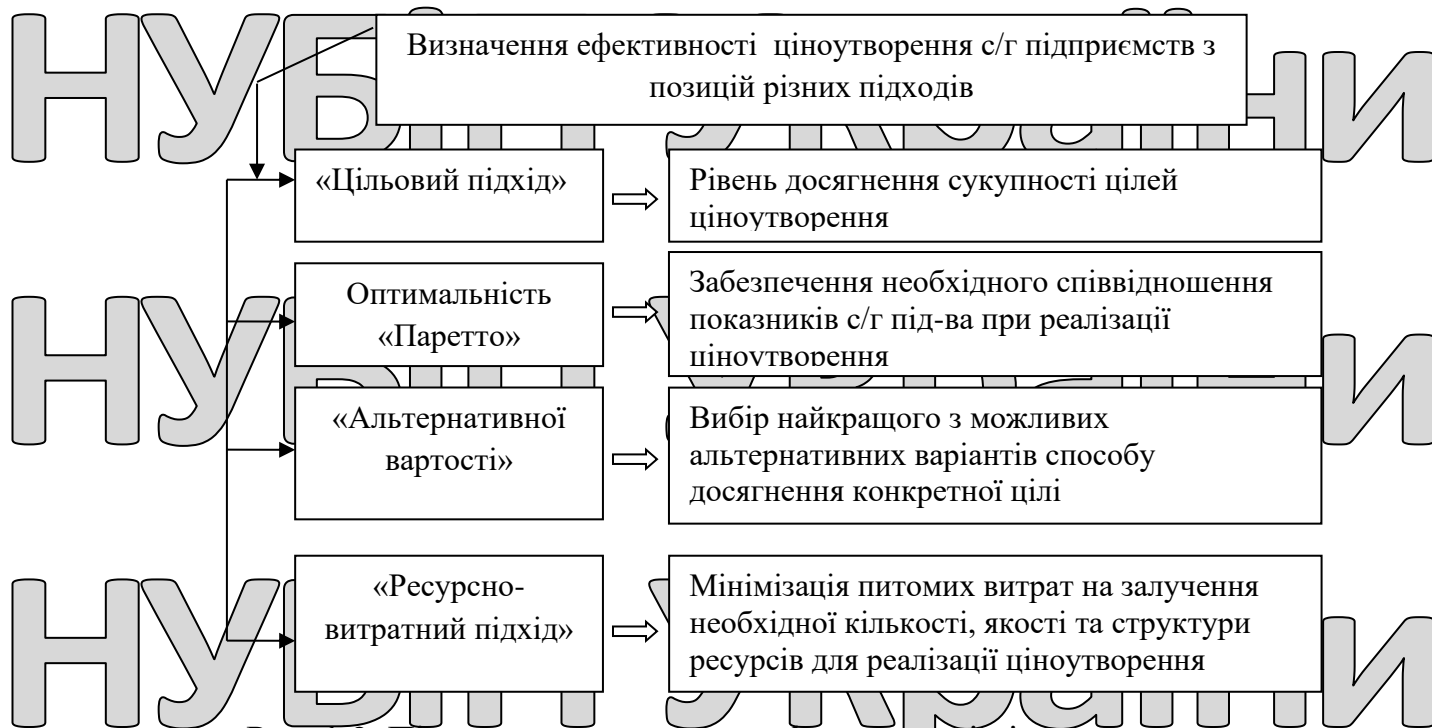


Рис. 1.2. Підходи до визначення ефективності ціноутворення

сільськогосподарських підприємств

*Джерело: сформовано автором*

Ціноутворення вважатиметься ефективним лише тоді, коли воно досягне поставленої мети. Якщо підсумувати надбання економічної літератури, можна виокремити наступні підходи до визначення ефективності ціноутворення підприємства (рис.1.2).

Отже, політика ціноутворення сукупність принципів, підходів та методів розробки концепції ціноутворення; визначення та обґрунтування торгових надбавок, управління ціноутворенням, що відповідають місії підприємства та мають певну цільову спрямованість.

Основними етапами розробки ціноутворення є: збір інформації і оцінка зовнішнього середовища і внутрішнього потенціалу с/г підприємства, визначення цілей ціноутворення, вибір методів ціноутворення, розробка цінової стратегії с/г підприємства, виявлення ризиків в ціноутворенні, реалізація і контроль процесу ціноутворення.

## 1.2. Основі фактори впливу на процес ціноутворення

Аграрне виробництво має досить специфічні особливості, які відрізняють сільське господарство від інших галузей, що в свою чергу впливає і на процес формування цін. З однієї сторони, повинно спрацьовувати саморегулювання цін, а з іншої - ціни повинні базуватися на рівні суспільно необхідних витрат праці.

Необхідною умовою розробки ефективного ціноутворення є врахування факторів, що впливають на нього. Факторами ціноутворення можна назвати ті чинники, що мають вплив на підприємство в процесі формування або зміни цін.

Проаналізувавши погляди науковців на поділ чинників, що впливають на ціноутворення, можна зробити висновки, що в більшості випадків науковці їх поділяють на зовнішні та внутрішні.

Отже, на підставі проведеного аналізу, пропонуємо, фактори, що впливають на ціноутворення с/г підприємств поділити на зовнішні та внутрішні (рис 1.3).

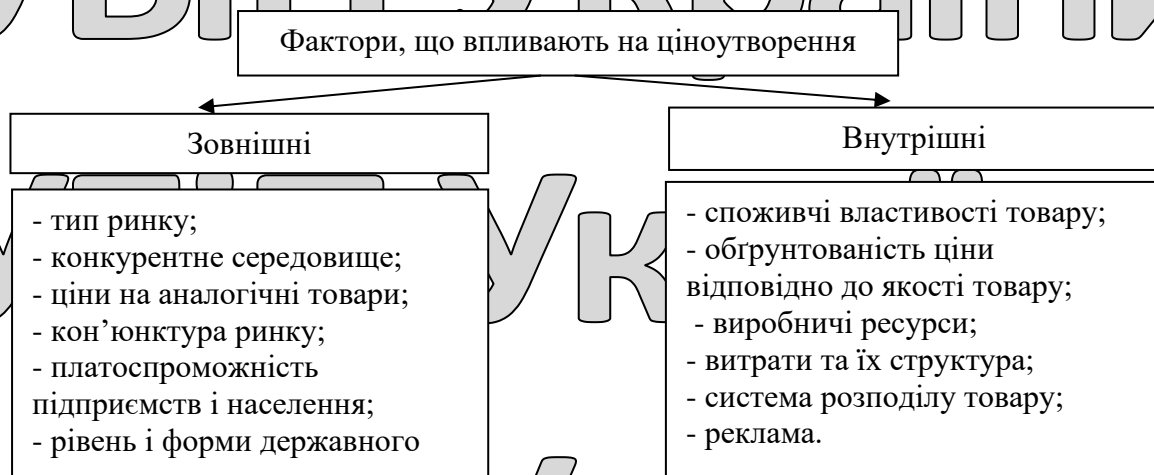


Рис. 1.3. Класифікація факторів, що впливають на ціноутворення с/г підприємства

До зовнішніх чинників впливу відносяться: тип ринку; конкурентне середовище; ціни на аналогічні товари; кон'юнктура ринку; платоспроможність підприємств і населення; рівень і форми державного регулювання.

До внутрішніх чинників впливу на ціноутворення належать: споживчі властивості товару; обґрунтованість ціни відповідно до якості товару; виробничі ресурси; витрати та їх структура; система розподілу товару; реклама.

Це загальні фактори, які притаманні будь-яким підприємствам. В свою чергу, для с/г підприємств є набір специфічних чинників, що здійснюють вплив на процес ціноутворення. До них варто віднести: диференціальна земельна рента, висока витратність виробництва с/г продукції, сезонне коливання цін, зміна погодних умов, врожайність, неможливість точно спрогнозувати собівартість продукції до моменту її фактичного виробництва тощо.

Зокрема, важливим чинником впливу на ціноутворення є земля. Коротко зупинимось на даному питанні. Земля є більш родюча, є менш родюча і, якщо одні підприємства користуються родючими земельними ділянками, то інші вимушені користуватися менш родючими, оскільки кількість родючих ділянок є обмеженою. С/г підприємства, які володіють більш родючими землями, мають більш сприятливі умови для вирощування своєї продукції, з 1 га землі вони отримують більший врожай, маючи при цьому менші витрати на одиницю продукції.

Ринкова вартість на продукцію с/г підприємств буде формуватися не за середніми витратами, як і інших галузях народного господарства, а за максимальними витратами праці, що прикладається на менш родючих ділянках землі.

Однією з головних особливостей сільського господарства є сезонне коливання цін, що досить суттєво впливає на процес формування цін на аграрну продукцію. [3, с.41]. На рівень ціни також впливає вибір каналу і місця реалізації виробленої продукції.

Отже, до основних загальних чинників впливу на ціноутворення с/г продукції відносяться зовнішні та внутрішні, специфічними виступають: земельна рента, монополія на землю, висока витратність виробництва с/г продукції, сезонне коливання цін, зміна погодних умов, врожайність,

неможливість точно спрогнозувати собівартість продукції до моменту її фактичного виробництва тощо.

### 1.3. Методичні основи діагностики конкурентного середовища та основні методи ціноутворення

Будь-яке підприємство, не виключенням є і сільськогосподарські підприємства, функціонує в певному конкурентному середовищі, чинники якого впливають на нього.

«Конкурентне середовище – це складна економічна категорія, яка характеризує взаємодію окремих суб'єктів господарювання, держави, інститутів колективного захисту, факторів зовнішнього і внутрішнього впливу на умови економічної діяльності, що визначають відповідний рівень економічного суперництва та вагомість впливу окремих економічних агентів на загальну ринкову ситуацію» [15].

В свою чергу, діагностика конкурентного середовища є способом оцінки рівня конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства, враховуючи зовнішні та внутрішні фактори. З метою діагностики конкурентного середовища потрібно пройти ряд наступних етапів (рис.1.4).

Діагностуючи конкурентне середовище, доцільно починати з ситуаційного аналізу, завдяки якому можна з'ясувати вихідну позицію господарства.

Основними напрямками ситуаційного аналізу є: SWOT-аналіз, аналіз стратегічної позиції, аналіз конкуренції, позиційний аналіз. Зокрема, безпосередній аналіз стратегічної позиції с/г підприємства можна провести за допомогою наступних засобів: матриця BCG; матриця бізнес-профілю фірми AD Little; матриця Shell international; матриця Mc Kinsey /General Electric; матриці Ансоффа і Портера. Важливою частиною аналізу конкурентного середовища с/г підприємства є дослідження ринку, який обслуговує підприємство.



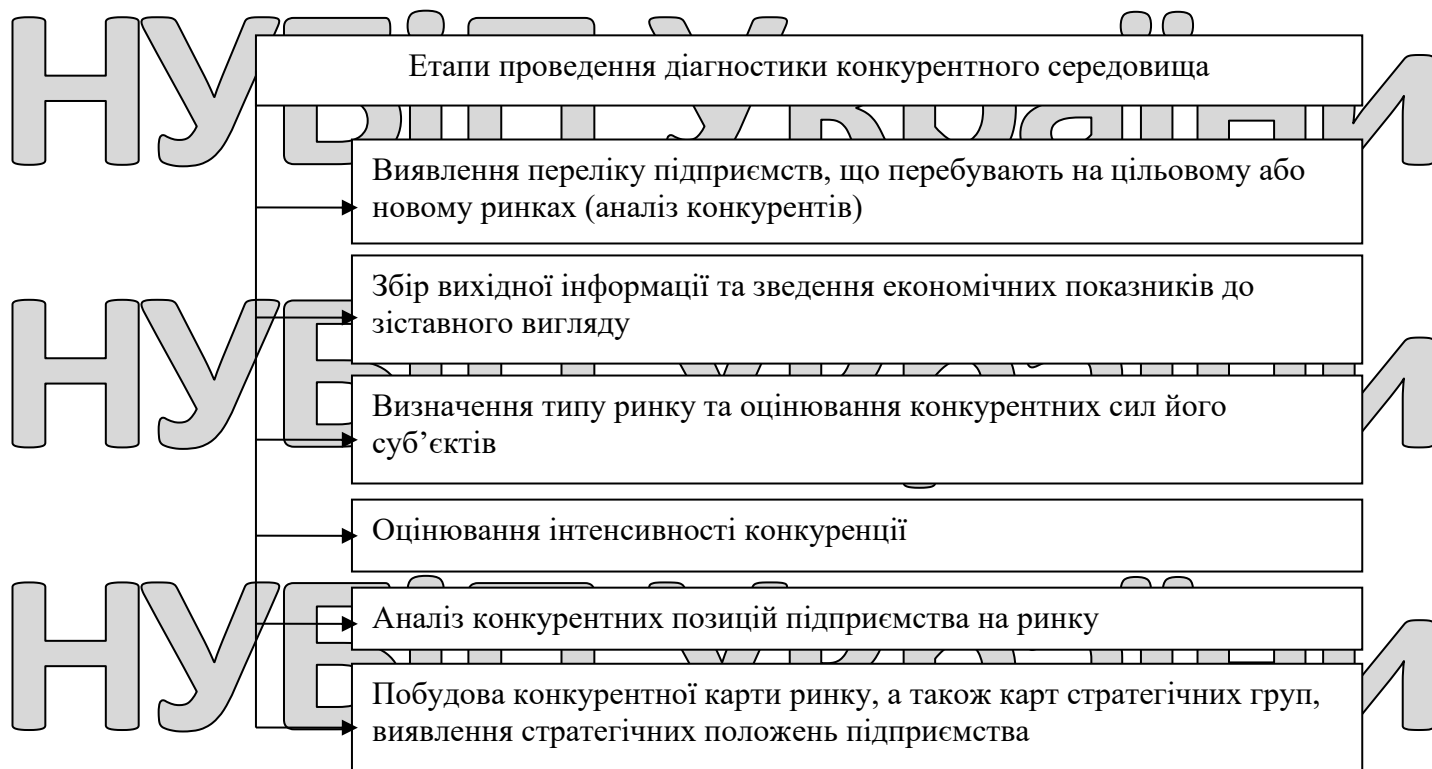


Рис.1.4. Етапи проведення діагностики конкурентного середовища

Розглянувши коротко методику діагностики конкурентного середовища, зупинимось на методах ціноутворення.

Варто зазначити, що методи ціноутворення поділяють на наступні групи :

витратні методи; методи ціноутворення, що ґрунтуються на попиті; методи, що орієнтовані на конкуренцію; методи, що орієнтовані на максимальний прибуток; параметричні методи.

Витратні методи є найбільш поширеними, їх зміст полягає в тому, що основою для визначення ціни є базові витрати на одиницю продукції, до яких додається надбавка – величина, яка покриває невраховані витрати і прибуток.

В залежності від того, які витрати обрано за базові, вони поділяється на наступні види:

- метод повних витрат (повної собівартості);
- метод виробничих витрат (виробничої собівартості);
- метод змінних витрат;
- метод змінних виробничих витрат

Окреслимо переваги та недоліки витратного ціноутворення (табл.1.2).

Таблиця 1.2

## Переваги та недоліки витратного ціноутворення

Переваги витратного ціноутворення	Недоліки витратного ціноутворення
<ul style="list-style-type: none"> <li>- опирається на справжні та легкодоступні дані і не вимагає досліджень ринку або опитування клієнтів, що дає змогу приймати рішення щодо питань ціноутворення швидше;</li> <li>- дає змогу не використовувати до інші методи, адже є найпоширенішим ;</li> <li>- доступність у користуванні;</li> <li>- має признання серед фахівців та оцінюється, як один з найсправедливіших методів, адже має в основі думку про те, що виробнику необхідно завжди покрити витрати і отримати певну нагороду.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- не враховується повністю умова формування попиту ;</li> <li>- не беруться до уваги альтернативні витрати, лише дані фактичного бухгалтерського обліку</li> <li>- використання середніх, а не граничних витрат</li> </ul>

Джерело: побудовано автором на підставі [15]

Розглянемо кожен з них більш детально. «Метод повних витрат полягає в розрахунку ціни на базі всіх витрат, які, незалежно від походження, списуються на одиницю виробу» [15, с. 29]. Відповідно, ціна вмішує в себе реальну повну собівартість виробу та надбавку – цільовий прибуток.

В даному випадку ціна розраховуються за наступною формулою:

$$Ц = B_{пов}^1 + H^1 \quad (1.1)$$

де  $B_{пов}^1$  - повні витрати на одиницю продукції, грн;

$H$  - надбавка на одиницю продукції, грн,  $H^1 = \frac{\Pi_{цль}^1}{\dots}$

$\Pi_{цль}^1$  - цільовий прибуток на одиницю продукції, грн.

Відсоток надбавки можна розрахувати відношенням цільового прибутку до суми повних витрат, виражене у відсотках.

Метод виробничих витрат (виробничої собівартості) є одним з різновидів методу повних витрат та відрізняється тим, що базові витрати не включають операційні витрати підприємства:

$$\Pi = B_{\text{вир}}^1 + H^1 \quad (1.2)$$

де  $B_{\text{вир}}^1$  – виробничі витрати на одиницю продукції, грн.

$$H^1 = \Pi_{\text{цїл}}^1 + B_{\text{он}}^1 \quad (1.3)$$

$B_{\text{оп}}^1$  – операційні витрати на одиницю продукції, грн.

$$H\% = \frac{\Pi_{\text{цїл}}^1 + B_{\text{он}}^1}{B_{\text{вир}}^1} * 100\% \quad (1.4)$$

Воп. – операційні витрати, грн.;

Ввир. – сукупні виробничі витрати, грн.

Наведений вище метод є дуже зручним у використанні, оскільки не потрібно розділяти витрати на постійні та змінні.

У випадку використання калькуляції за змінними витратами, формули

ціни будуть виглядати наступним чином:

$$\Pi = B_{\text{зм}}^1 + H^1 \quad (1.5)$$

$B_{\text{зм}}^1$  – змінні витрати на одиницю продукції, грн.;

$$H^1 = \Pi_{\text{цїл}}^1 + B_{\text{пост}}^1 \quad (1.6)$$

$B_{\text{пост}}^1$  – постійні витрати на одиницю продукції, грн.

$$H\% = \frac{\Pi_{\text{цїл}}^1 + B_{\text{пост}}^1}{B_{\text{зм}}^1} * 100\% \quad (1.7)$$

$B_{\text{пост}}^1$  – постійні витрати, грн.;

$B_{\text{зм}}^1$  – сукупні змінні витрати, грн.

Метод змінних виробничих витрат є одним з видів методу змінних витрат. При виконенні труднощів при розподілі змінних та постійних витрат використовують саме цей метод. Крім наведених вище методів ціноутворення, до витратних методів відноситься також метод встановлення цін на основі аналізу безбитковості й одержанні достатньої суми цільового прибутку.

Наступна група методів ціноутворення (ринкові) підрозділяється на наступні види:

– залежно від ставлення споживача до товару: методи з орієнтацією на споживача;

– залежно від конкурентної ситуації на ринку - методи, орієнтовані на конкурентів.

До основних методів визначення цін з орієнтацією на попит належать наступні (рис.1.5).

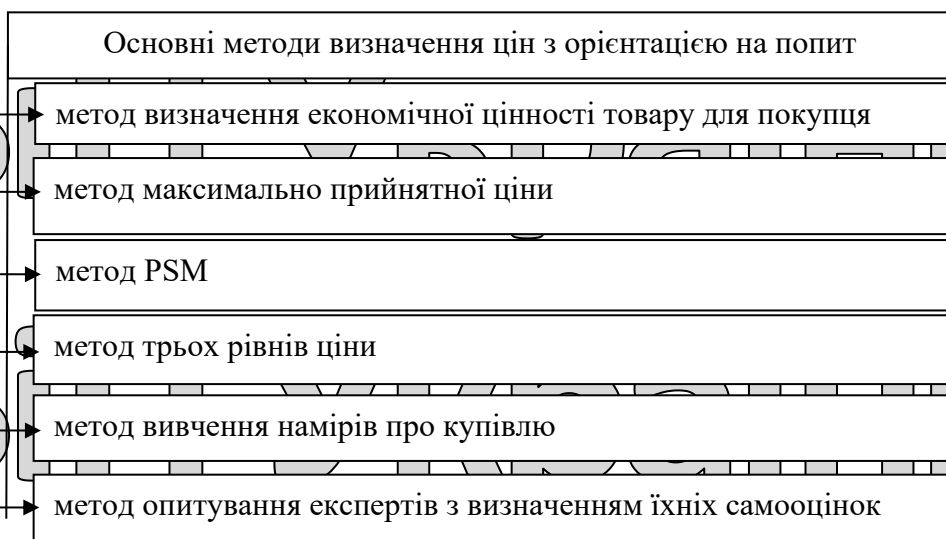


Рис.1.5. Методи визначення цін, орієнтовані на попит

Відповідно до методів ціноутворення, які ґрунтуються на конкуренції, підприємство орієнтоване не на витрати та попит, а на поточні ціни конкурентів, здійснюючи встановлення власних цін дещо вище або нижче.

Зазначені методики доцільно використовувати тим підприємствам, які не можуть точно визначити витрати на виробництво одиниці продукції, вони виходять з того, що ціни середні по галузі є прийнятними для встановлення власних цін. Найпоширенішими методами встановлення цін з орієнтацією на конкурентів є: метод лідера; метод ціноутворення на основі коефіцієнта ринкової сили, метод тендерного ціноутворення.

Наступна група методів має назву «ціноутворення з орієнтацією на максимальний прибуток», встановлюючи ціну, у більшості випадків підприємство хоче максимізувати власний прибуток, однак, зазначимо, що

максимальний прибуток можна отримати не тільки шляхом встановлення максимальної ціни, тому варто віднайти оптимальну ціну, таку, при якій при певних обсягах продажу можливим буде отримання найбільшої різниці між витратами та витратами.

Ще однією групою методів ціноутворення є встановлення цін з використанням параметричних рядів, до цієї групи належать наступні основні види методів ціноутворення (рис.1.6).

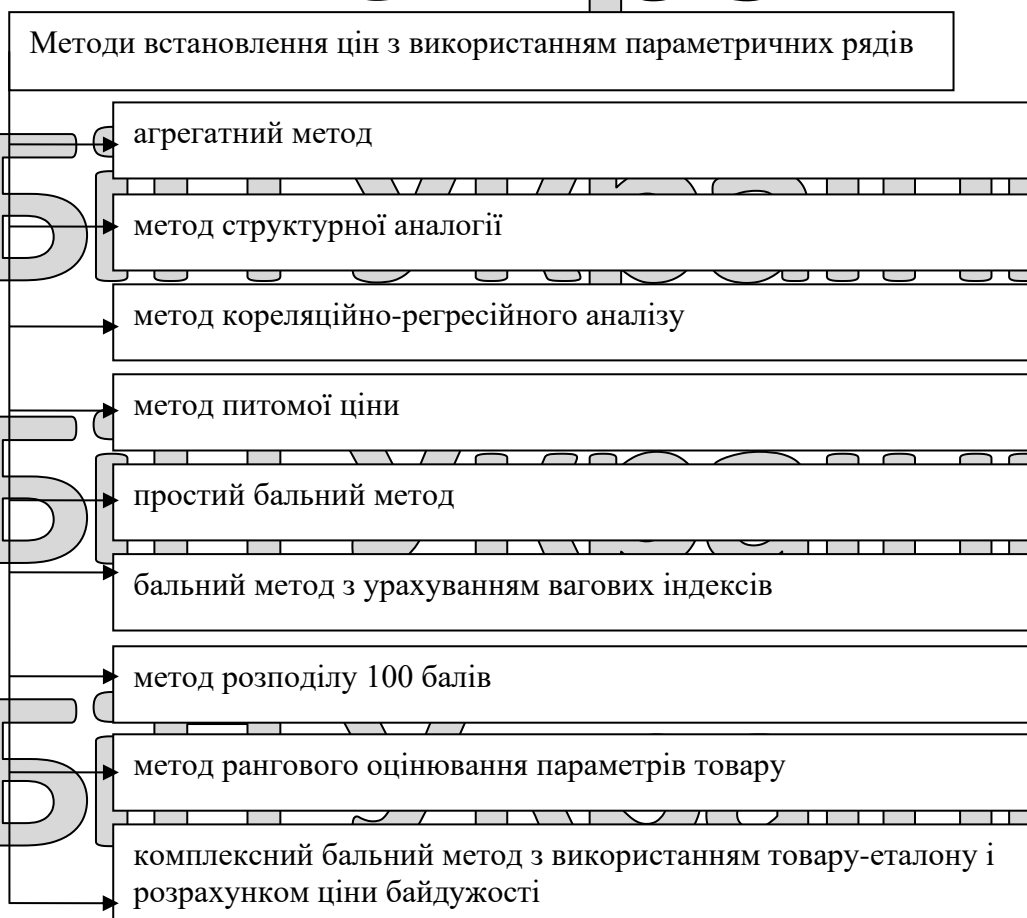


Рис.1.6. Методи встановлення цін з використанням параметричних рядів  
 Параметричне ціноутворення використовують для продукції, яка входить до складу єдиного параметричного ряду.

Отже, методи ціноутворення поділяють на наступні групи: витратні методи; методи ціноутворення, що ґрунтуються на попиті; методи, що орієнтовані на конкуренцію; методи, що орієнтовані на максимальний прибуток; параметричні методи.

# НУБІП України

## РОЗДІЛ 2

### СТАН ТА ДІАГНОСТИКА КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА

#### 2.1. Виробничі ресурси підприємства

ПСП «Добробут» розташоване в с.Тинівка, Уманського району, Черкаської області.

Черкаська область розташована в регіоні з помірно-континентальним кліматом. Зима зазвичай м'яка, з частими відлигами, а літня пора тепла, часом спекотна, опади приносяться західними вітрами.

Пересічна температура повітря  $+7,2^{\circ}\text{C}$ . Середня температура в січні становить  $-8,9^{\circ}\text{C}$ . Середня температура липня  $+27,5^{\circ}\text{C}$ . Максимальна температура піднімається до  $+45^{\circ}\text{C}$ , а мінімальна -  $37^{\circ}\text{C}$ . Період з температурою  $+10^{\circ}\text{C}$  триває 160 – 170 днів. Річні опади становлять 450-520 мм.

Основний тип ґрунтів району – малогумусні реградвані чорноземи. У південно-західній частині району є поклади бурого вугілля, у північно-західній – граніту. Район на пісок, торф, глину. Зокрема було знайдено родовища будівельного піску та бентонінової глини.

Поруч з південною межею район перетинає річка Гірський Тікич, в неї впадають множинні притоки. Річка Молочна розташована у південно-західній частині району. Також існує значна кількість штучних водойм по всій території району.

Уманський район являється інвестиційно-привабливим та економічно – розвиненим.

Зокрема район має зручне місце розташування, а саме на автошляху М-05 міжнародного значення на території України, Київ-Одеса, а також з частиною Європейського автомобільного маршруту E95. Цей автошлях об'єднує великі адміністративні, промислові й культурні центри України з морськими портами та зонами відпочинку на півдні, а також забезпечує транзитні автотранспортні перевезення між Балканськими країнами, Росією, країнами Балтії та Скандинавії.

У сільському господарстві земля постає не тільки головним засобом виробництва, але й водночас базовим ресурсом, що впливає на процес формування усіх інших. При ефективному та раціональному використанні земельних ресурсів, підприємство має всі шанси отримати кращі економічні показники, підвищити рівень рентабельності продукції рослинництва та ефективність використання усіх виробничих ресурсів. При аналізі земельних ресурсів з'являється можливість визначити структуру сільськогосподарських угідь, знайти шляхи підвищення ефективності використання сільськогосподарських земель підприємства.

Таблиця 2.1

### Склад і структура сільськогосподарських угідь ПСП «Добробут»

Угіддя	2018 р.		2019 р.		2020 р.		2020 р. у % до 2018 р
	га	%	га	%	га	%	
Всього с.г. угідь, га, у тому числі:	2068,7		2068,7		2068,7		
- рілля	2068,7	100	2068,7	100	2068,7	100	106,1
- сіножаті	-	-	-	-	-	-	-
- пасовища	-	-	-	-	-	-	-
- багаторічні насадження	-	-	-	-	-	-	-

Підводячи підсумки аналізу складу та структури земельних угідь ПСП «Добробут», слід зазначити, що за досліджуваний період 2018-2020 рр. не відбулось значних змін. Рілля займає 100% у структурі, адже такі види сільськогосподарських угідь, як сіножаті, пасовища та багаторічні насадження, у підприємстві відсутні.

Люди являються одним з найважливіших факторів виробництва, а в самому процесі виробництва становлять незамінну частину в господарствах усіх галузей.

Завданням аналізу трудових ресурсів підприємства є випередження негативних наслідків завдяки визначенню рівня забезпеченості трудовими

ресурсами, ефективності їх використання та пошуку шляхів поліпшення продуктивності праці, можливостей для уникнення дефіциту.

Напряму на виробництво впливає забезпеченість трудовими ресурсами, зокрема на обсяги і своєчасне виконання робіт, рівень використання предметів праці. Від цього всього в свою чергу залежить кількість виробленої продукції, а в результаті і отриманий прибуток, що являється кінцевим результатом ефективного управління усіма ресурсами у виробничому процесі.

Трудові ресурси – це працездатне населення, яке відповідає певній сфері діяльності за своїми віковими, фізичними і освітніми даними. До працездатного населення належать особи працездатного віку (від 16 до 60 років включно), а також особи молодші і старші від працездатного віку, які займаються трудовою діяльністю (підлітки і пенсіонери) [35].

За даними таблиці 2.2 констатуємо, що у 2020 році зменшилась кількість працівників на 7 осіб порівняно з 2018 роком, а з 2019 роком – на 1, а саме на 15% і 3% відповідно. Таке скорочення штату можна пояснити зменшенням поголів'я свиней на підприємстві. У 2019 році господарство отримало збиток у розмірі 69 тис. грн, що вразі менше показника у 2018 році – 4045 тис. грн. І хоч у 2020 році підприємство було прибутковим, однак цей показник майже на 30% менший, ніж у 2018 році.

Також значно знизилась вартість валової продукції у 2020 році, а саме на 28% у порівнянні з 2018 роком. Коефіцієнт використання фонду робочого часу за кількістю відпрацьованих людино-днів та людино-годин наближається до 1, що дозволяє зробити висновок про ефективне використання свідчить про робочого часу.



Таблиця 2.2.

## Наявність людських ресурсів та їх використання

Показник	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2020 р. у % до 2018 р.
Середньорічна чисельність працівників, осіб	46	40	39	84,78
Відпрацьовано у с.-г. виробництві, люд.-год.	90068	78400	76479	84,91
Відпрацьовано одним працівником за рік, люд.-год.	1958	1960	1961	100,15
Коефіцієнт використання трудових ресурсів, всього	0,98	0,98	0,99	101,02
Вартість валової продукції, тис. грн:				
на одного працівника, тис. грн	23234,21	19497,15	16780,19	72,22
- на 1 люд.-год., грн	505,091	487,43	430,26	85,18
Прибуток (+); збиток (-), тис. грн	257,96	248,69	219,41	85,06
Отримано прибутку (збитку) на 1 працівника, грн	4 045,00	69	1 191,00	29,44
	87 934,78	- 1 725,00	30 538,46	34,73

Аби забезпечити безперервний процес виробництва створюють так звані виробничі запаси, що значною мірою мають вплив на ефективну та раціональну діяльність господарства. Також вони становлять значну частину активів підприємства та мають велику вагу при формуванні фінансових результатів економічної діяльності.

Проведений аналіз (табл.2.3) дозволяє зробити висновок, що середньорічна вартість основних засобів має тенденцію до зростання, адже у 2020 році порівняно з 2018 роком помічало збільшення на 21 %, а середньорічна вартість оборотних засобів у 2020 р. збільшилась на 7 % у порівнянні з 2018 роком.

Таблиця 2.3.

### Основні показники забезпеченості підприємства виробничими ресурсами

Показники	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2020 р. у % до 2018 р.
Середньорічна вартість основних засобів, тис. грн	46549	51273,5	55200,5	118,59
Середньорічна вартість оборотних засобів, тис. грн	37619	38782,5	40246	106,98
Середньорічна чисельність працівників, чол.	46	40	39	84,78
Площа сільськогосподарських угідь, га	2068,7	2068,67	2068,67	100,00
в т. ч. рілля	2068,7	2068,67	2068,67	100,00
Припадає на 1 га с.-г. угідь основних засобів, тис. грн	22,50	24,79	26,68	118,59
оборотних засобів, тис. грн	18,18	18,75	19,46	106,98
Припадає на 1 працівника: основних засобів, тис. грн	1011,93	1281,84	1415,40	139,87
оборотних засобів, тис. грн	817,80	969,56	1031,95	126,19
сільськогосподарських угідь, га	44,97	51,72	53,04	117,95
в т. ч. рілля, га	44,97	51,72	53,04	117,95

Проведений аналіз дозволяє зробити висновок, що середньорічна вартість основних засобів має тенденцію до зростання, адже у 2020 році порівняно з 2018 роком помічаємо збільшення на 21 %, а середньорічна вартість оборотних засобів у 2020 р. збільшилась на 7 % у порівнянні з 2018 роком.

Ефективне господарювання неможливе без одного з ключових елементів – основного капіталу. Для характеристики економічної ефективності використання основного капіталу існує система показників. Серед цих показників і капіталозабезпеченість, і капіталоозброєність, що описують технічне оснащення господарства. А також капіталовіддача та капіталомісткість, які в свою чергу дозволяють проаналізувати ефективність використання.

Таблиця 2.4

## Показники ефективності використання основного капіталу

Показники	Роки			2020 р. у % до 2018 р.
	2018	2019	2020	
Середньорічна вартість основного капіталу, тис. грн	46549	51273,5	55200,5	118,59
Середньорічна чисельність працівників, осіб	46	40	39	84,78
Вартість валової продукції, тис. грн	23234,21	19497,15	16780,1929	72,22
Капіталоозброєність праці, тис. грн	1071,93	1281,84	1415,40	139,87
Капіталомісткість	2,00	2,63	3,29	164,20
Капіталовіддача	0,50	0,38	0,30	60,90
Норма прибутку	5,97	0,10	1,62	

За період 2018-2020 рр. вартість основного капіталу зросла на 19 %, капіталоозброєність на 40 %, чому посприяло скорочення трудових ресурсів та зростання вартості основного капіталу. Аналізуючи дані таблиці, варто зазначити, що негативним явищем є тенденція капіталомісткості до росту, а капіталовіддачі до зменшення. Також помітно, що норма прибутку зменшується, це викликано збитковістю господарства у 2019 році.

Оборотний капітал являє собою ту частину капіталу, що вкладається в сировину та робочу силу для подальшого отримання готової продукції та повертається назад в господарство протягом одного обороту .

Таблиця 2.5

## Вартість оборотного капіталу, що припадає на 100 грн основного капіталу

Показник	2018р.	2019р.	2020р.
Вартість оборотного капіталу, що припадає на 100 грн основного, грн	808,16	756,38	729,09

За даними таблиці 2.5 можна зробити висновок, що показник вартості оборотного капіталу на 100 грн основного протягом 3 аналізованих років

зменшується за рахунок того, що темп росту вартості основного капіталу випереджає темп росту вартості оборотного капіталу.

Таблиця 2.6

### Економічна ефективність використання оборотних засобів

Показник	2018р.	2019р.	2020р.
Коефіцієнт оборотності	1,60	1,65	1,26
Коефіцієнт завантаження оборотного капіталу	0,63	0,61	0,79
Тривалість одного обороту, днів	228,74	221,70	289,66

Графічно зміну показників економічної ефективності використання оборотних засобів у ПСП «Добробут» можна побачити на рисунку 2.1.



Рис. 2.1. Динаміка зміни показників економічної ефективності у ПСП «Добробут»

Отже, можна зробити висновок, що тривалість одного обороту у 2020 році порівняно з 2018 роком збільшилась на 61 день. Зазначимо, що у 2018 році обсяг виручки від реалізації на одну гривню оборотних засобів становив 1,6 грн, а у 2020 році 1,26 грн, що на 34 копійки більше ніж у 2018 році.

Графічно динаміку зміни основного і оборотного капіталу по ПСП «Добробут» можна побачити на рисунку 2.2.

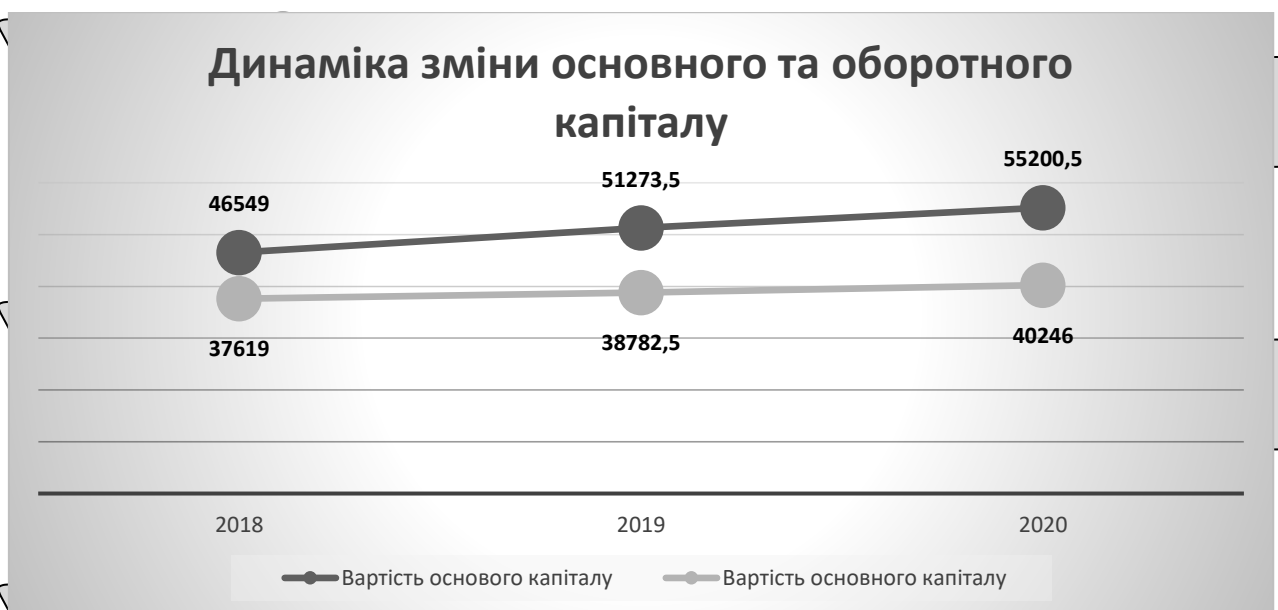


Рис. 2.2. Динаміка зміни вартості основного і оборотного капіталу ПСП «Добробут»

Для ефективного господарювання необхідно звертати увагу на такий важливий елемент як спеціалізація.

Спеціалізація сільськогосподарського виробництва – це переважний розвиток однієї або кількох галузей у виробництві товарної продукції в окремих підприємствах і регіонах (районах, областях, природно-економічних зонах)[34].

Аналізуючи дані таблиці 2.7, можна зробити висновок, що структура грошових надходжень протягом 3 років має тенденцію змінюватись, але рослинництво займає значну питому вагу кожного року, а саме 52,98 % в 2018 році, 57,29 % в 2018 році, 57,55 % в 2020 році. Це означає, що рослинництво є провідною галуззю господарства.

Однак варто звернути увагу на значні зміни в структурі надходжень за рахунок такої культури як соняшник, а саме 5,59 % в 2018 році, 18,96 % в 2019 році та 22,47 % в 2020 році, таке збільшення було можливе за рахунок зменшення виробництва інших культур – пшениці та кукурудзи на зерно. Тим часом надходження від реалізації озимої пшениці різко зменшується – 8,64% у 2018 році, 3,26% у 2019 році та 0,27 % у 2020 році. Такий стрімкий спад пояснюється передачею посівних площ під інші культури.

Таблиця 2.7

## Структура грошових надходжень від реалізації продукції

Продукція	2018 р.		2019 р.		2020р.		2020р. у % до 2018 р.
	тис.грн	%	тис.грн	%	тис.грн	%	
Продукція рослинництва	25 803,59	42,98	36 580,52	57,29	29 187,79	57,55	113,12
Пшениця	5 184,03	8,64	2 079,63	3,26	137,99	0,27	2,66
Кукурудза на зерно	14 455,02	24,08	14 413,06	22,57	17 655,33	34,81	122,14
Ріпак	-	-	3 681,60	5,77	-	-	-
Соя	3 358,33	5,59	12 106,96	18,96	11 394,47	22,47	339,29
Цукрові буряки	1 975,78	3,29	-	-	-	-	-
Цибуля ріпчаста	830,42	1,38	4 299,28	6,73	-	-	-
Продукція тваринництва	25 125,52	41,86	13 270,06	20,78	21 525,43	42,45	85,67
Продукція свинарства	25 125,52	41,86	13 270,06	20,78	21 525,43	42,45	85,67
Цукор білий кристалічний буряковий	9 100,47	15,16	13 999,83	21,93	-	-	-
Всього	60 029,57	100,0	63 850,42	100,00	50 713,22	100,0	84,48

Продукція свинарства також має тенденцію до змін 41,86 % у 2018 році, 20,78 % в 2019 році а 42,25 % в 2020 році. На зменшення частки грошових надходжень у 2019 році значною мірою впливала пожежа на фермі, під час якої було втрачено частину поголів'я.

Структуру грошових надходжень у графічному виразі можна побачити на рисунках 2.3 та 2.4.

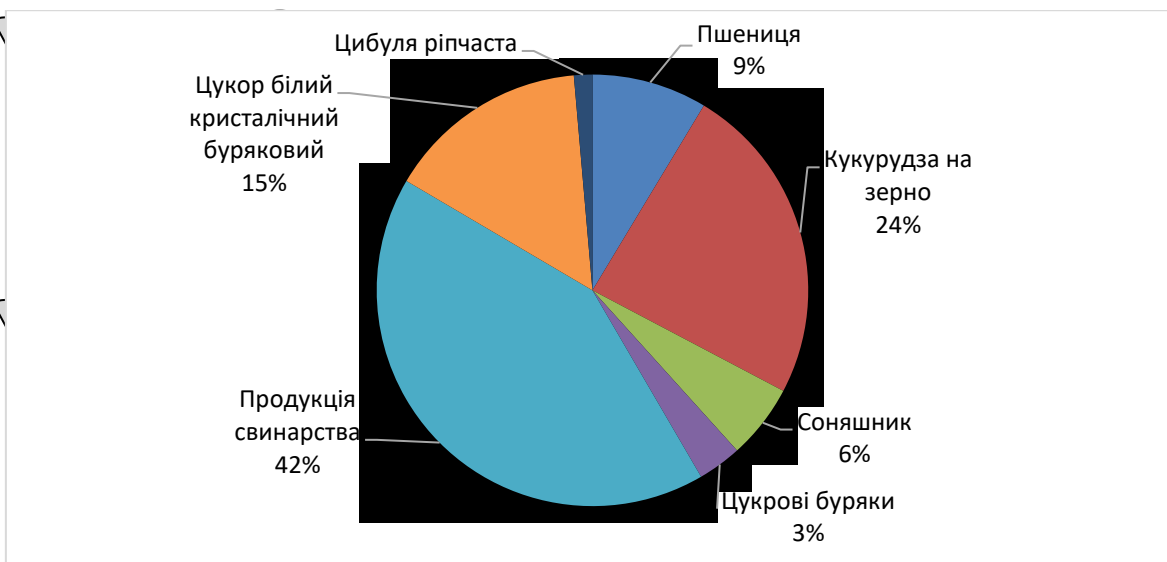


Рис 2.3. Структура грошових надходжень у 2018 р.

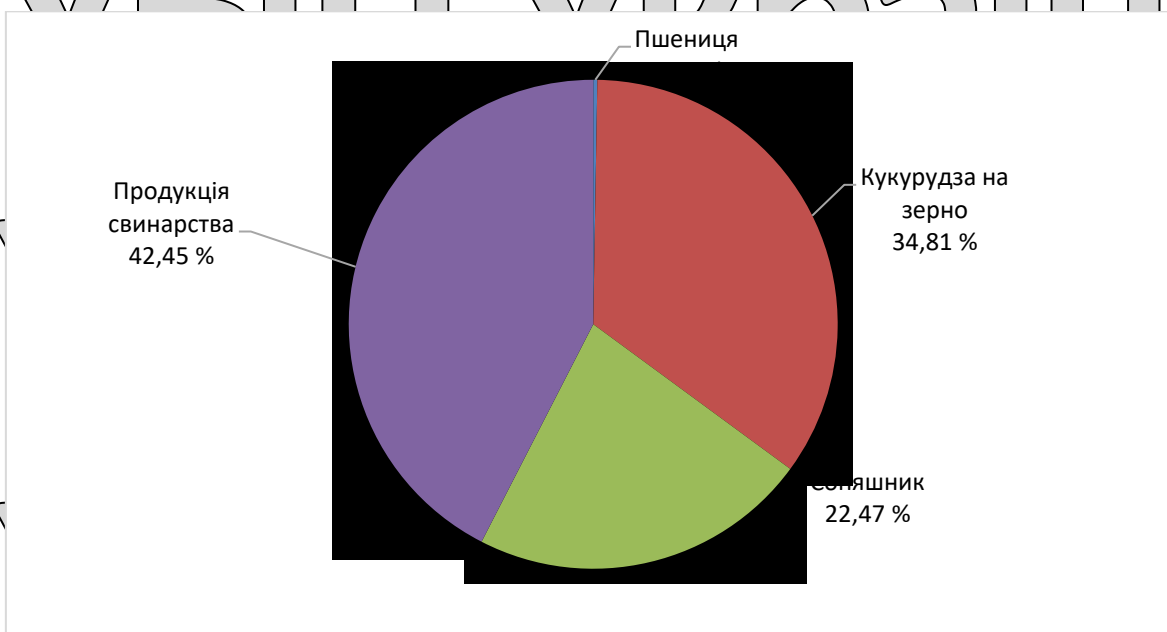


Рис 2.4. Структура грошових надходжень у 2020 р.

## 2.2. Цінова політика підприємства

Цінова політика підприємства ПСП «Добробут» предстает перед нами як раціональне та свідоме керівництво діяльністю підприємства у сфері встановлення цін. Ефективне управління ціновою політикою господарства можливе лише при логічному поєднанні наявних можливостей та поставлених цілей.

Суть цінової політики досліджуваного підприємства полягає в тому, що управлінський апарат встановлює ціни таким чином, аби отримувати

позитивний фінансовий результат вкінці періодів та досягти встановлених цілей.

На будь-який процес на підприємстві певним чином впливає виробництво продукції, а саме обсяги виробленої продукції, її якість, рівень товарності та багато інших аспектів. Тому почнемо вивчення цінової політики підприємства з аналізу виробництва сільськогосподарської продукції ПСП «Добробут». За досліджуваний період підприємство виробляло багато різних видів продукції, серед них: озима пшениця, кукурудза на зерно, соняшник, свинина, ячмінь, цибуля ріпчаста, ріпак, цукрові буряки, соя. Однак в табл.2.8 наведено лише основні види продукції, виробництво, собівартість та ціну яких ми будемо досліджувати далі в розділі.

Таблиця 2.8

### Динаміка виробництва основних видів сільськогосподарської продукції ПСП «Добробут»

Показник	Роки			
	2018	2019	2020	2020 до 2018 у %
<b>Озима пшениця</b>				
Площа посіву, га	479	401,67	0	-
Урожайність, ц	50,73	51,41	0	-
Валовий збір, ц	24300	20649,2	0	-
Реалізовано, ц	10410	4006	275	2,6
Рівень товарності, %	42,84	19,4	100	233,4
<b>Кукурудза на зерно</b>				
Площа посіву, га	792	702	1561,67	197,18
Урожайність, ц	71	80	45,41	63,96
Валовий збір, ц	56232	56160	70917	126,12
Реалізовано, ц	37312	40463	37909	101,6
Рівень товарності, %	66,35	72,05	53,46	80,56
<b>Соняшник</b>				
Площа посіву, га	539,67	561	507	93,95
Урожайність, ц	21,28	26,75	25,62	120,39
Валовий збір, ц	11485	15007,2	12989	113,1
Реалізовано, ц	3960	14788	11274	284,69
Рівень товарності, %	34,48	98,54	86,8	251,73



Продовження табл. 2.8.

	Свинина			
Вироблено, ц	6604,57	3627,51	5137,95	77,79
Реалізовано, ц	6753	3584	5915	87,59
Рівень товарності, %	102,25	98,8	115,12	112,59

Аналізуючи таблицю 2.8, можемо зробити висновок, що виробництво озимої пшениці поступово зменшувалось, що в результаті привело до того, що у 2020 р. підприємство перестало виробляти дану культуру. Однак реалізувало залишки з попередніх періодів. Площу було відведено під посіви кукурудзи на зерно, валовий збір якої у 2020 році зріс на 26%, хоча урожайність різко зменшилась. Також помітно, що кількість реалізованої кукурудзи на зерно зросла всього лиш на 2%, що свідчить про вагомю частку виробленої продукції залишається на підприємстві для власного користування, зокрема для кормів.

Варто зазначити, що значно зросла кількість реалізованої продукції такої культури, як соняшник, а саме з 3960 ц у 2018 році до 11 274 ц у 2020 році. Частково таке збільшення пояснюється зростанням урожайності та рівня товарності. Якщо розглядати такий продукцію тваринництва, то варто зазначити, що підприємство зменшує виробництва продукції свинарства, а саме на 22% у 2020 році в порівнянні з 2018 р.

Розглянемо ціни на сільськогосподарську продукцію в ПСП «Добробут» у 2018-2020 рр. та проаналізуємо їх в динаміці.

Таблиця 2.9

Динаміка ціни 1 ц сільськогосподарської продукції в ПСП «Добробут»

Продукція	Роки			2020 до 2018 у %
	2018	2019	2020	
Пшениця	497,99	519,14	501,77	100,76
Кукурудза на зерно	387,41	356,2	465,73	120,22
Соняшник	848,06	818,7	1 010,69	119,18
Цукровий буряк	87,59	-	-	-
Цибуля ріпчаста	331,9	855,75	-	-
Ріпак озимий	-	974,23	-	-
Свинина	3 720,65	3 702,58	3 639,13	97,81
Цукор	921,57	1 006,35	-	-

За даними таблиці 2.9 робимо висновок, що ціни на сільськогосподарську продукцію усіх видів, окрім свинини, мають тенденцію до зростання. Ціни 1 ц кукурудзи на зерно та соняшника у 2020 р. зросли на 20% порівняно з 2018 р.

Ціна 1 ц озимої пшениці майже не зросла, але і не зменшилась. Графічно динаміку цін можна побачити на рис.2.5.

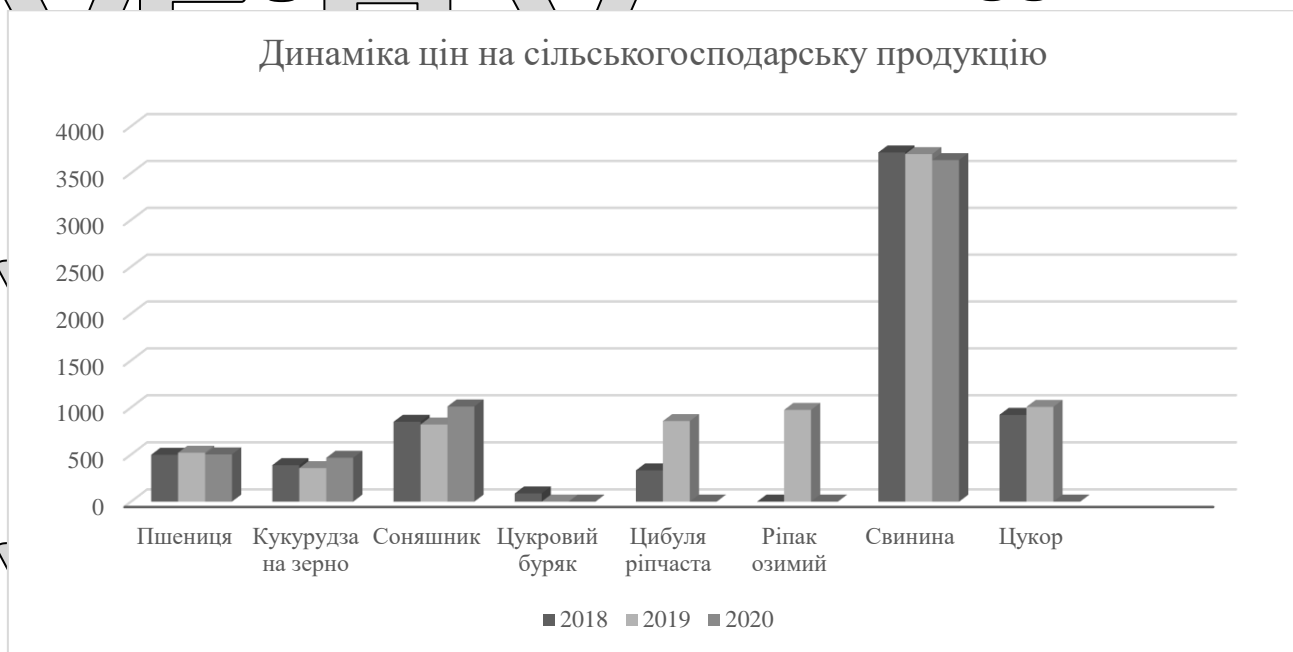


Рис.2.5. Динаміка цін на сільськогосподарську продукцію в ПСП «Добробут», 2018-2020 рр, грн

В процесі формування цінової політики ПСП «Добробут» керувалось витратним методом, тому варто почати аналіз з собівартості продукції, як основного фактору впливу на ціну.

Таблиця 2.10

### Собівартість 1 ц реалізованої продукції

Культура	Роки			2020 р. у % до 2018 р.
	2018 р.	2019 р.	2020 р.	
Пшениця	378,39	363,95	320,00	84,57
Кукурудза на зерно	295,08	259,50	306,05	103,72
Соняшник	591,67	656,41	711,64	120,28
Цукровий буряк	86,01	0	0	-
Цибуля ріпчаста	152,28	118,43	0	-
Ріпак озимий	0,00	668,70	0	-
Свинина	3777,28	3890,90	3620,46	95,85

На основі даних табл. 2.10 робимо висновок, що собівартість 1 ц реалізованої продукції загалом по підприємству зростає. Так, у 2020 році собівартість 1 кукурудзи на зерно зроста на 4% в порівнянні з 2018, а соняшника на 20%. Однак собівартість 1 ц пшениці та 1 ц свинини у 2020 році відносно 2018 року знизилась на 13% та 4% відповідно.

Розглянемо основний показник ефективності виробництва усіх видів продукції – прибуток.

Таблиця 2.11

### Прибуток на 1 ц реалізованої продукції

Продукція	Роки			2020 р.-у % до 2018 р.
	2018	2019	2020	
Пшениця	119,60	155,19	181,77	151,98
Кукурудза на зерно	92,33	96,71	159,68	172,95
Соняшник	256,40	162,29	299,05	116,63
Цукровий буряк	1,59	-	-	-
Цибуля ріпчаста	179,62	737,32	-	-
Ріпак озимий	-	305,53	-	-
Свині	- 56,64	- 188,32	18,67	-

Аналізуючи табл.2.11 можна вивчено сказати, що підприємство має позитивні показники ефективності, адже прибуток по всім видам продукції зріс. Це свідчить про те, що цінова політика, яку обрало підприємство, дає результати, які задовольняють поставлені цілі. Однак, якщо говорити про галузь тваринництва в ПСП «Добробут», то варто зазначити, що виробництво свинини на підприємстві є неприбутковим. Лише у 2020 році вдалось досягнути позитивного результату, але 18,67 грн на 1 ц реалізованої продукції – це досить низький рівень, який не забезпечить розвиток галузі надалі.

Рентабельність являється одним із найважливіших показників ефективності господарювання. Рентабельність дозволяє більш точно, ніж прибуток, оцінити результати діяльності підприємства.

# НУБІП України

Таблиця 2.12.

## Динаміка рентабельності основних видів сільськогосподарської продукції в ПСП «Добробут»

Продукція	Роки			2020 р. у % до 2018 р.
	2018	2019	2020	
Пшениця	31,61	42,64	56,80	179,71
Кукурудза на зерно	31,29	37,27	52,17	166,75
Соняшник	43,33	24,72	42,02	96,97
Цукровий буряк	1,84	-	-	-
Ріпак озимий	-	45,69	-	-
Свинина	-1,50	-4,84	0,52	-

Резюмуючи вищенаведені висновки та дані табл.2.12 зазначимо, що в 2020 р. відносно 2018 р. рентабельність виробництва озимої пшениці та кукурудзи на зерно зросла на 80% та 66% відповідно. І хоча рентабельність виробництва 1 ц соняшника знизалась на 3%, у 2020 році показник рентабельності зріс порівняно з 2019 р.

Графічно динаміку зміни рівня рентабельності 1 ц реалізованої продукції у 2018-2020 рр. можна побачити на рис. 2.6.

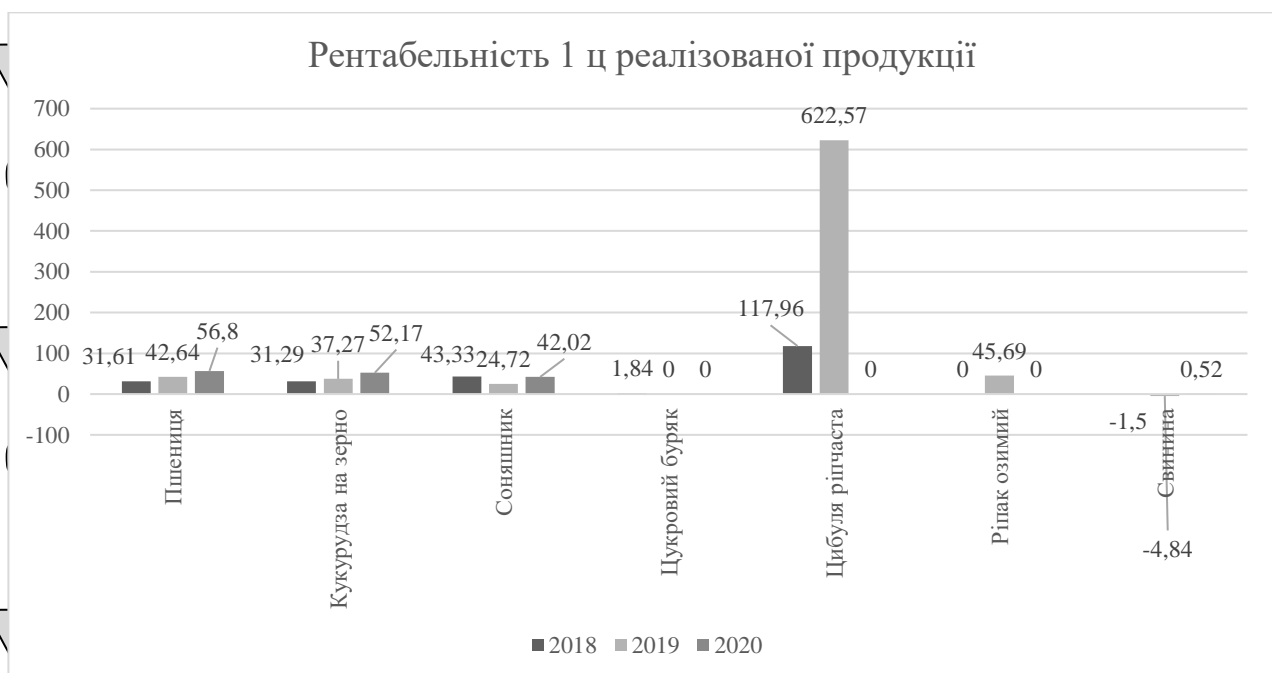


Рис.2.5. Динаміка зміни рентабельності сільськогосподарської продукції у 2018-2020 рр.

### 2.3. Вплив основних факторів на формування ціни

У 1 розділі ми з'ясували, що основними факторами впливу на ціну є: конкурентне середовище, рівень доходу потенційних покупців, ціни на ринку, витрати на виробництво продукції, якість вироблених товарів, маркетингова політика підприємства, стан логістичних ланцюгів та ін.

Розпочнемо аналіз з такого важливого чинника, як виробнича собівартість.

Таблиця 2.13

#### Структура виробничої собівартості 1 ц озимої пшениці

Стаття витрат	Роки				2019 р. до 2018 р.	
	2018		2019		грн	%
	грн	%	грн	%		
Прямі матеріальні витрати	210,26	58,49	282,14	88,73	71,88	134,18
Насіння та посадковий матеріал	21,98	6,11	20,73	6,52	-1,25	94,32
Мінеральні добрива	63,25	17,60	199,96	62,88	136,71	316,14
Нафтопродукти	35,60	9,90	39,23	12,34	3,63	110,20
Решта матеріальних витрат	89,44	24,88	22,23	6,99	-67,21	24,85
Оплата праці	20,37	5,67	17,92	5,64	-2,45	87,96
Інші витрати	128,83	35,84	17,92	5,64	-110,91	13,91
Відрахування на соціальні заходи	4,26	1,18	3,87	1,22	-0,39	90,96
Амортизація необоротних активів	55,60	15,47	4,60	1,45	-51,00	8,28
Решта інших прямих та загальновиробничих витрат	68,97	19,19	9,44	2,97	-59,53	13,69
	359,46	100,00	317,98	100,00	-41,48	88,46

Проаналізувавши дані таблиці 2.13 можна зробити висновок, що у 2019 році виробнича собівартість 1 ц озимої пшениці зменшилась на 41,48 грн (11%) порівняно з 2018 р. Таке зниження пояснюється зменшенням витрат за усіма статтями, окрім статті «Мінеральні добрива». У 2019 році найбільшу питому вагу в структурі виробничої собівартості 1 ц озимої пшениці займали витрати на мінеральні добрива, які зросли втричі порівняно з 2018 р.

Структуру виробничої собівартості і розмір статей витрат на 1 ц пшениці озимої можна побачити графічно на рисунку 2.6.

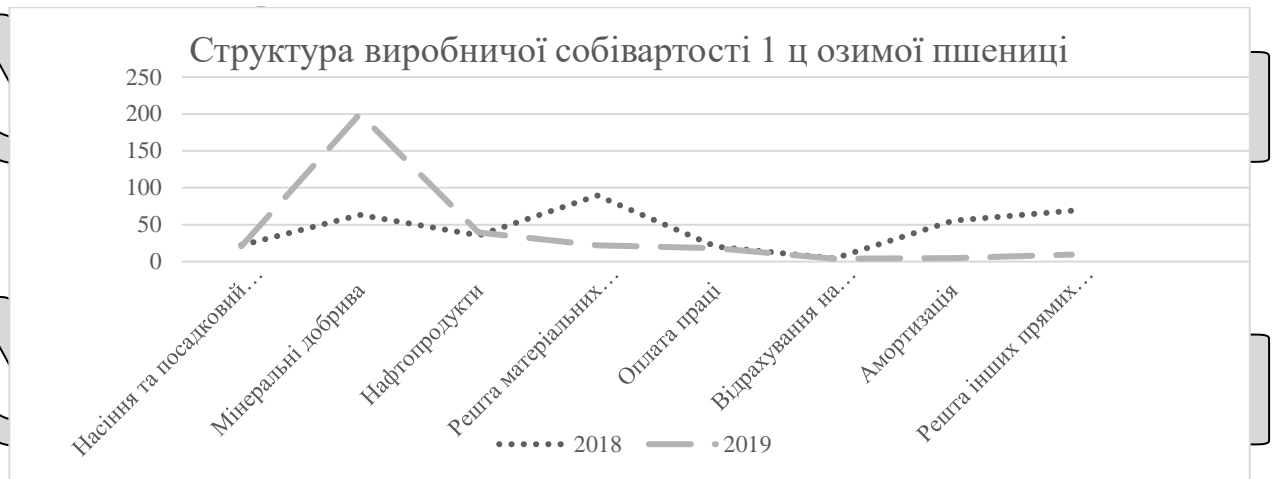


Рис. 2.6. Структура виробничої собівартості і розмір статей витрат на 1 ц пшениці озимої

Також варто зазначити, що у 2019 році зросли витрати на паливо-мастильні матеріали на 10% відносно 2018 р. Однак значно зменшились витрати за статтею «Амортизація необоротних активів», а саме на 92 %.

Таблиця 2.14

### Структура виробничої собівартості 1 ц кукурудзи на зерно

Стаття витрат	Роки						2019 р. до 2018 р	
	2018		2019		2020		р	
	грн	%	грн	%	грн	%	грн	%
Прямі матеріальні витрати	159,56	69,17	181,59	61,8	175,01	58,56	15,45	109,68
Насіння та посадковий матеріал	47,2	20,46	43,61	14,84	66,15	22,13	18,95	140,15
Мінеральні добрива	30,04	13,02	38,62	13,14	52,48	17,56	22,45	174,73
Нафтопродукти	58,86	25,52	48,86	16,63	21,67	7,25	- 37,19	36,82
Решта матеріальних витрат	23,47	10,17	50,50	17,19	34,71	11,61	11,24	147,90
Оплата праці	10,46	4,53	15,33	5,22	20,77	6,95	10,31	198,64
Інші витрати	60,68	26,3	96,9	32,98	103,06	34,49	42,38	169,85
Відрахування на соціальні заходи	2,19	0,95	3,35	1,14	4,44	1,48	2,25	202,97
Амортизація необоротних активів	12,36	5,36	28,58	9,73	26,54	8,88	14,18	214,72
Решта інших прямих та загальновиробничих витрат	46,13	20	64,98	22,11	72,08	24,12	25,95	156,26
	230,7	100	293,82	100	298,84	100	68,15	129,54

Проаналізувавши структуру виробничої собівартості і розмір статей витрат на 1 ц кукурудзи на зерно по ІСП «Добробут» можна зробити висновок, що у 2020 році найбільшу частку затрат до виробничої собівартості становлять прямі матеріальні витрати 58,56 %, з них значну питому вагу мають витрати на насіння та посадковий матеріал – 22,13% та мінеральні добрива – 17,56%. Найменшу частку в структурі собівартості у 2020 році має відрахування на соціальні заходи, що становить 1,48%.

Структуру виробничої собівартості і розмір статей витрат на 1 ц кукурудзи на зерно можна побачити графічно на рисунку 2.7.

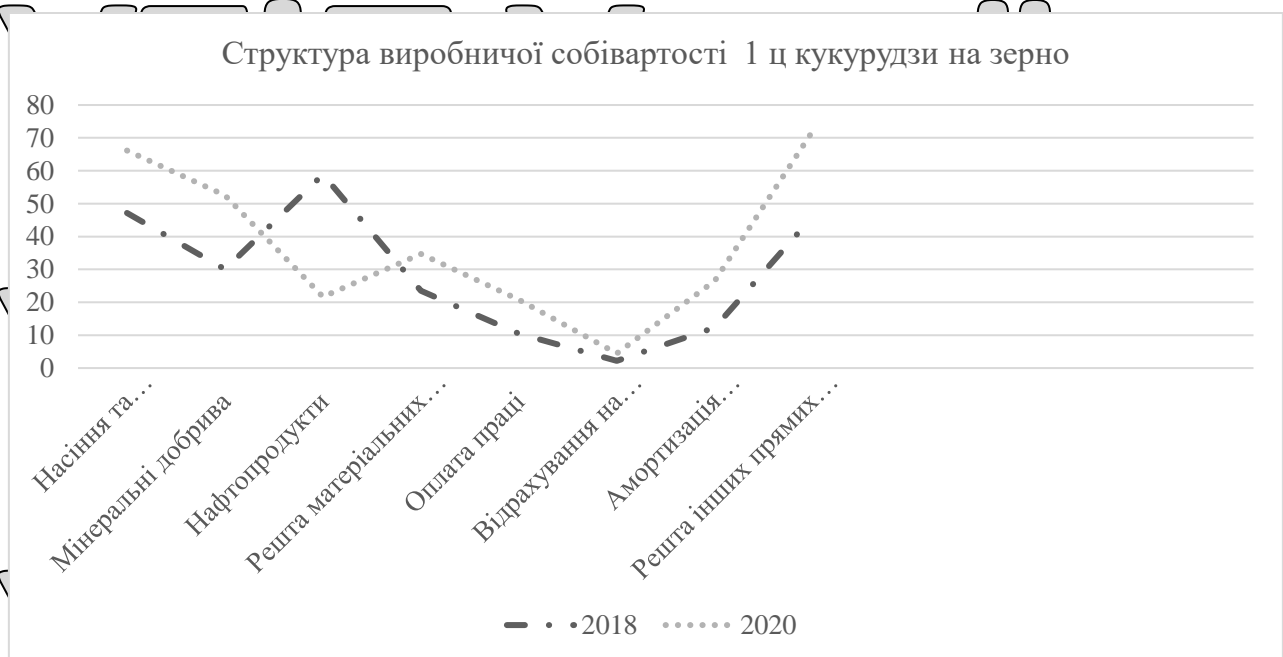


Рис. 2.7. Структура виробничої собівартості і розмір статей витрат на 1 ц кукурудзи на зерно

Варто зазначити, що усі витрати, окрім витрат на паливо-мастильні матеріали, в структурі виробничої собівартості кукурудзи на зерно зросли у 2020 році порівняно з 2018 р. Найбільше зростання відбулось за статтями «Оплата праці», «Відрахування на соціальні заходи» та «Амортизація необоротних активів», а саме на 98%, 102% та 214% відповідно.

Значно зменшилась питома вага нафтопродуктів в структурі виробничої собівартості 1 ц кукурудзи на зерно у 2020 році порівняно з 2018 роком, а саме з 26% до 7%.

Таблиця 2.15

## Структура виробничої собівартості 1 ц соняшника

Стаття витрат	Роки						2019 р. до 2018 р	
	2018		2019		2020		р	
	грн	%	грн	%	грн	%	грн	%
Прямі матеріальні витрати	353,40	56,79	470,45	69,20	427,99	62,62	74,59	121,11
Насіння та посадковий матеріал	105,96	17,03	63,17	9,29	67,13	9,82	38,83	63,36
Мінеральні добрива	26,99	4,34	171,85	25,28	201,02	29,41	174,02	744,73
Нафтопродукти	82,57	13,27	88,63	13,04	78,07	11,42	-4,50	94,55
Решта матеріальних витрат	50,81	8,16	146,80	21,59	81,77	11,96	30,96	160,95
Оплата праці	37,00	5,95	23,72	3,49	66,29	9,70	29,28	179,13
Інші витрати	231,94	37,27	185,71	27,32	189,15	27,68	42,78	81,55
Відрахування на соціальні заходи	7,73	1,24	5,13	0,75	14,16	2,07	6,43	183,12
Амортизація необоротних активів	62,17	9,99	43,65	6,42	46,96	6,87	-15,21	75,54
Решта інших прямих та загальновиробничих витрат	162,04	26,04	136,94	20,14	128,93	18,73	34,01	79,01
	622,34	100	679,88	100	683,42	100	61,08	109,81

За даними таблиці 2.16 робимо висновок, що виробнича собівартість 1 ц соняшника у 2020 р. зросла на 10% в порівнянні з 2018 р. В 2020 р. в структурі виробничої собівартості відбулись помітні зміни за статтями: оплата праці, а саме збільшення з 6% у 2018 р. до 10% у 2020 р; решта інших прямих та загальновиробничих витрат – частка зменшилась з 26% до 19%; мінеральні добрива – питома вага зросла до 29% порівняно з 4% у 2018 р. Також помітно зменшились витрати на насіння та посадковий матеріал, а саме зменшились на 27% у 2020 р. відносно 2018 р.

Структуру виробничої собівартості і розмір статей витрат на 1 ц соняшника можна побачити графічно на рисунку 2.8.



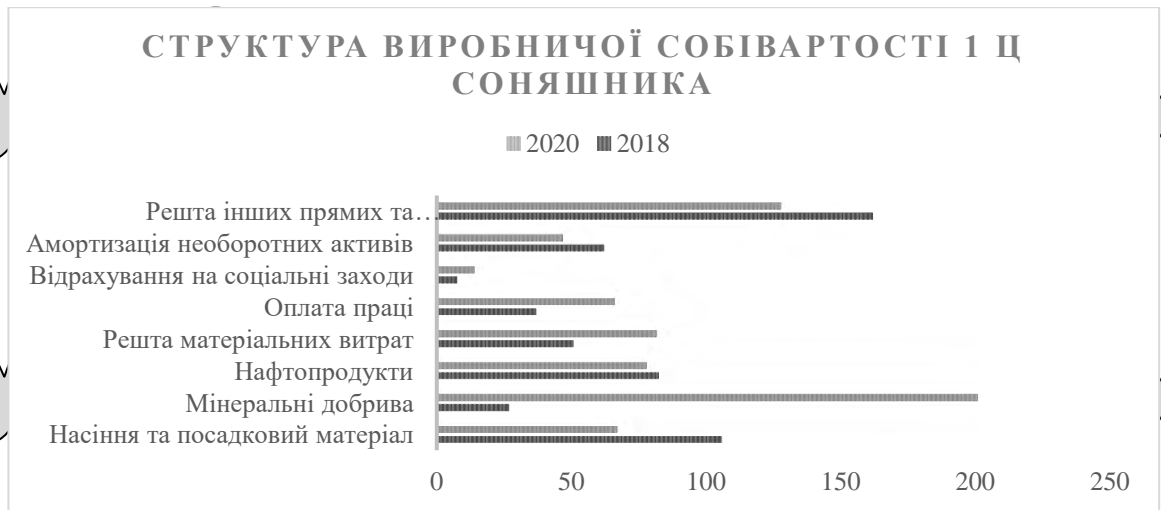


Рис. 2.8. Структура виробничої собівартості і розмір статей витрат на 1 ц соняшника

Варто звернути увагу, що зростання собівартості у 2020 році викликане збільшенням витрат на мінеральні добрива – в 7 разів, що посприяло збільшенню урожайності, оплату праці – на 80%, а також на відрахування на соціальні заходи – 83%.

Таблиця 2.16

Структура виробничої собівартості 1 ц свинини

Стаття витрат	Роки						2019 р. до 2018 р	
	2018		2019		2020		грн	%
	грн	%	грн	%	грн	%		
Прямі матеріальні витрати	3 230,31	94,12	4 627,14	90,73	3 810,08	89,44	579,77	117,95
Вартість кормів	2 622,12	76,40	3 623,97	71,06	3 142,30	73,76	520,18	119,84
Нафтопродукти	8,12	0,24	45,49	0,89	13,55	0,32	5,43	166,92
Решта матеріальних витрат	600,07	17,48	957,68	18,78	654,23	15,36	54,16	109,03
Оплата праці	121,13	3,53	253,62	4,97	210,59	4,94	89,46	173,86
Інші витрати	80,57	2,35	219,16	4,30	239,40	5,62	158,83	297,14
Відрахування на соціальні заходи	247,87	7,22	52,65	1,03	46,13	1,08	- 201,75	18,61
Амортизація необоротних активів	55,26	1,61	166,51	3,26	193,27	4,54	138,00	349,71
	3 432,00	100,00	5 099,92	100,00	4 260,06	100,00	828,06	124,13

Якщо говорити про структуру виробничої собівартості продукції тваринництва, то зазвичай найбільшу питому вагу займають витрати на корми. Тому очевидним є те, що таку ж ситуацію ми бачимо при аналізі собівартості свинини в ПСП «Добробут». Витрати на корми становлять 74% від виробничої собівартості у 2020 р., 71% у 2019 р. та 76% у 2018 р. Також варто зазначити, що собівартість загалом у 2020 р. зросла на 828,06 грн порівняно з 2018 р., однак зменшилась на 16% відносно 2019 року.

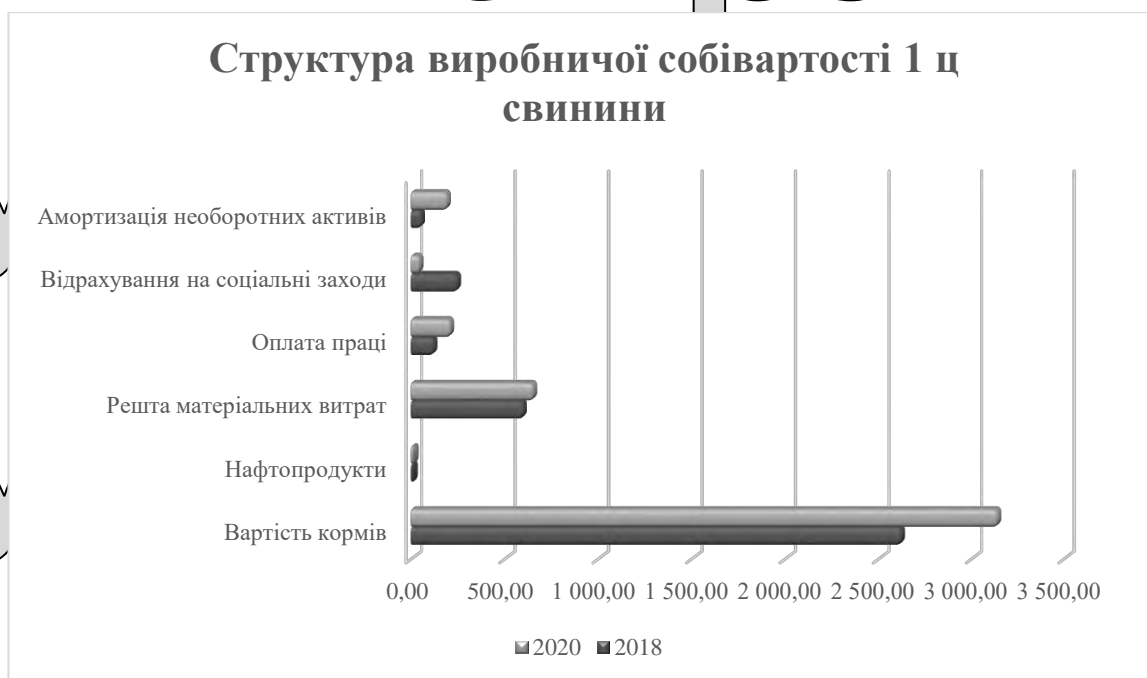


Рис.2.9. Структура виробничої собівартості і розмір статей витрат на 1 ц свинини

На рис.2.9 помітно, що у 2020 р. відбулось зростання витрат за всіма статтями, окрім відрахувань на соціальні заходи. Детальніше тваринницьку галузь ПСП «Добробут» розглянемо в 3 розділі.

Ще одним вагомим фактором при формуванні ціни є якість продукції. Якщо розглядати продукцію рослинництва, то серед показників, що будуть мати значний вплив на ціноутворення в розрізі якості товарів, будуть: коефіцієнти заїжковості та сортності, загальний коефіцієнт якості та інтегральний показник якості.

Розглянемо показники якості сільськогосподарських культур в ПСП «Добробут» на прикладі озимої пшениці (рис. 2.10).

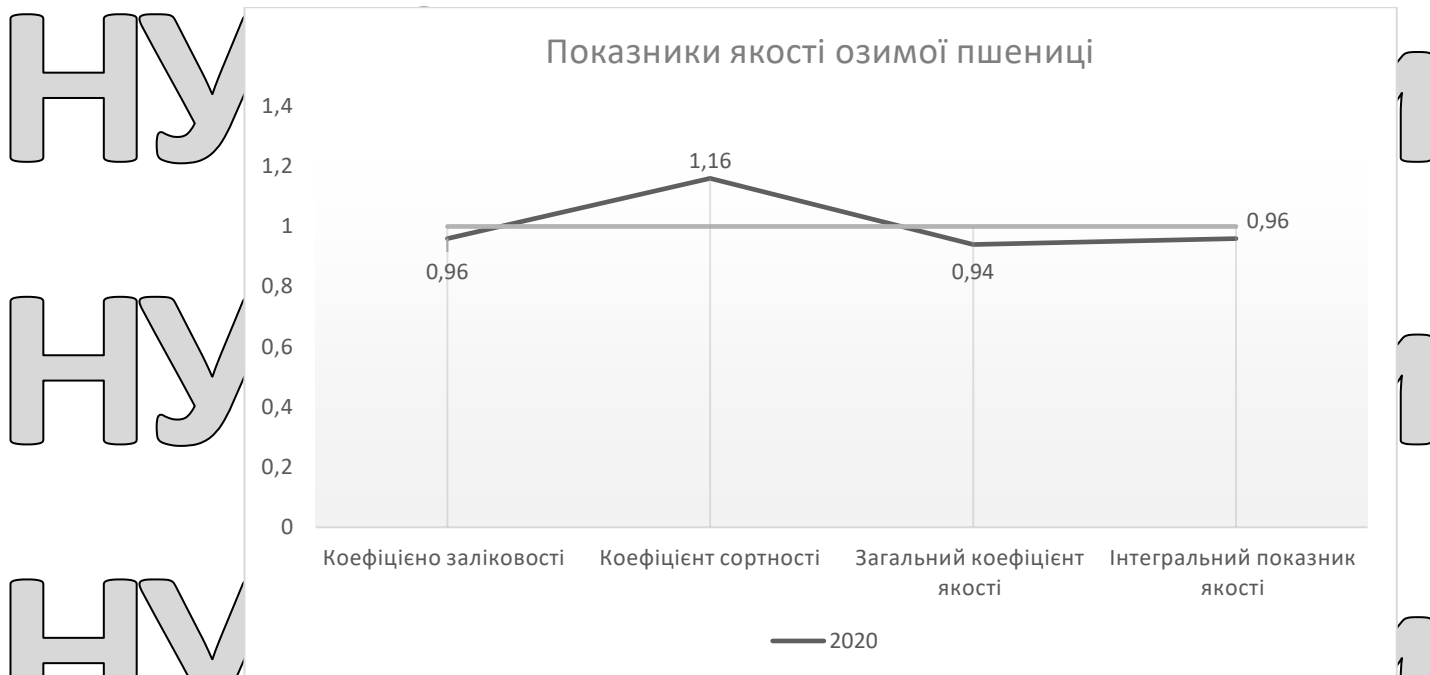


Рис.2.10. Показники якості озимої пшениці в ПСП «Добробут»

Проаналізувавши показники якості озимої пшениці в ПСП «Добробут»

можна зробити висновок, що продукцію можна вважати якісною, адже коефіцієнт сортності по культурі більше одиниці, а саме 1,16. Також варто зазначити, що коефіцієнт заліковості становить 0,96, що свідчить про те, що показники вологості та засміченості ненабагато відрізняються від базисних.

Чим вищий буде коефіцієнт заліковості, тим більше коштів отримає господарство.

У сучасних умовах господарювання покупці можуть обирати між покупцями, аналізувати та порівнювати ціни на продукції, її якість, доступність доставки або рівень доступності. Тому ще одним важливим чинником впливу на формування ціни є конкурентне середовище.

Розглянемо рівень цін на сільськогосподарську продукцію в Черкаській області, де розташоване досліджуване підприємство (табл.2.17) [14]. За даними таблиці 2.17 можна зробити висновок, що в 2020 ціни на реалізацію продукції рослинництва по ПСП «Добробут» менші від середніх цін по Черкаській області, однак ціна реалізації 1 ц свинини вища на 3% від середньої ціни.

Таблиця 2.17

Динаміка середніх цін реалізації сільськогосподарської продукції в Черкаській області в 2018-2020 рр.

Продукція	Роки								
	2018			2019			2020		
Ціна підприємства	Середня ціна по області	Відношення середніх цін до ціни підприємства	Ціна підприємства	Середня ціна по області	Відношення середніх цін до ціни підприємства	Ціна підприємства	Середня ціна по області	Відношення середніх цін до ціни підприємства	
Пшениця	497,99	452,77	90,92	519,14	412,31	79,42	501,77	506,61	100,96
Кукурудза на зерно	387,41	420,81	108,62	356,20	402,13	112,89	465,73	508,54	109,19
Соняшник	848,06	968,10	114,15	818,70	865,64	105,73	1010,69	1208,98	119,62
Цукровий буряк	87,59	69,34	79,16	0,00	0,00	-	0,00	0,00	-
Цибуля ріпчаста	381,90	373,45	112,52	855,75	526,02	61,47	0,00	0,00	-
Ріпак озимий	0,00	0,00	-	974,23	969,81	99,55	0,00	0,00	-
Свині	3720,65	3681,03	98,94	3702,58	3602,93	97,31	3639,13	3611,35	99,24

## РОЗДІЛ 3

## НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

**3.1. Моделювання зміни ціни продукції з оцінкою найбільш достовірних факторів**

Основні задачі, які вирішуються за допомогою регресійного аналізу полягають у визначенні характеру і виду залежності між факторами, що описують економічний процес, визначенні кількісних оцінок параметрів та їх статистичну достовірність. Використовуючи отримані результати, можна зробити обґрунтовані висновки щодо стану процесу у даний час і його розвитку у майбутньому.

Сутність регресійного аналізу полягає в тому, що деяку величину характеризують як функцію від змінних (факторів), які сприймають незалежними. Зазвичай функцію визначають лінійною відносно параметрів. Це обумовлено тим, що у випадку вибору лінійної моделі маємо найбільш простий алгоритм визначення параметрів, а також інтерпретація отриманих результатів є найбільш логічною і зрозумілою. Регресійний аналіз надає можливість визначити вплив як сукупності факторів на залежну змінну, так і кожного фактору окремо і оцінити його значимість за відповідними критеріями. Функціональна залежність, отримана за допомогою методів регресійного аналізу – рівняння регресії.

Нині існує багато потужних пакетів прикладних програм, які забезпечують повний статистичний цикл обробки і аналізу інформації, що включає: визначення параметрів розподілу сукупності і їх оцінка за критеріями узгодження; оцінку параметрів рівняння регресії як лінійної так і нелінійної; визначення найбільш достовірних факторів за методом головних компонент; побудову "найкращого" рівняння за методом шпатової регресії тощо. До таких пакетів відносяться "Statgraphics", SPSS, Matkad та ін.

До розрахунку залежності скористаємося пакетом аналізу даних реалізованому в MS EXCEL.

За допомогою кореляційно-регресійного аналізу у роботі було проведено дослідження взаємозв'язку ціною реалізації свиней ( $Y$ ) та факторами:

$X_1$  – поголів'я свиней, голів (фактор концентрації);

$X_2$  – вага 1 голови, реалізованої свинини, кг (фактор якості);

Вибірка містить показники 100 підприємств Черкаської області, які вирощують та реалізують свинину (критерій відбору – господарства з поголів'ям 100 голів і більше).

Регресійний аналіз надає можливість визначити вплив кожного фактору окремо та оцінити його достовірність за відповідними критеріями.

Величина  $R^2 = 1 - \frac{S_{\text{зал.}}^2}{S_Y^2}$  називається квадратом коефіцієнта множинної

кореляції, або коефіцієнтом детермінації. Вона відображає частку варіації залежної змінної, яка пояснюється незалежними змінними, включеними до рівняння регресії.

Зв'язок між значеннями функції і незалежних у нашому розрахунку  $R=0,713$ , отже, ступінь тісноти зв'язку між досліджуваними ознаками сильний.

Одиницею виміру одночасного впливу, зумовленого варіацією обраних факторів є коефіцієнт множинної детермінації ( $R^2$  дорівнює 0,509). Це означає, що ціна свинини на 50,9 % залежить від варіації досліджуваних чинників.

Коефіцієнти детермінації за окремими факторами впливу на ціну свинини обчислюємо за формулою:

$$d_i = a_i \times r_{yx_i} \times Sx_i / Sy,$$

де  $i$  – номер фактора;  $a_i$  – коефіцієнти регресії  $i$ -го фактору;  $r_{yx_i}$  – коефіцієнт кореляції ознаки  $y$  з  $i$ -тим фактором;  $Sx_i$  – стандартне відхилення  $i$ -го фактора;  $Sy$  – стандартне відхилення ознаки  $y$ .

# Вихідні дані для розрахунку та розраховані коефіцієнти детермінації

Таблиця 3.1.

	Y	X1	X2
Стандартні відхилення	82,4094	472,3062	7,3401
Парні коефіцієнти кореляції	1	0,6729	0,5999
Коефіцієнти рівняння регресії	2494,4159	0,0853	3,3626
Коефіцієнти детермінації		0,3289	0,1797

Як свідчать коефіцієнти детермінації, рівень цін реалізації свинини підприємств (Y) на 50,9 % залежать від сумарного впливу досліджуваних факторів, у тому числі: на 32,9 % від концентрації поголів'я (X<sub>1</sub>) та на 18 % від ваги 1 голови свиней, реалізованих на забій (X<sub>2</sub>) (табл.3.1).

Сумарний коефіцієнт детермінації становить: 32,9 + 18 = 50,9%

Для визначення величини чистого впливу X<sub>1</sub> на Y, якщо виключити з них вплив X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub>, ..., X<sub>n</sub>, використовується частковий коефіцієнт кореляції:

$$r_{12.34\dots n} = \frac{\text{Cov}(\eta_{1.34\dots n}, \eta_{2.34\dots n})}{\sqrt{\sigma_{\eta_{1.34\dots n}}^2 \cdot \sigma_{\eta_{2.34\dots n}}^2}}$$

$$\text{Cov}(Y, X) = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n (x_i - \bar{X})(y_i - \bar{Y})$$

Частковий коефіцієнт кореляції  $r_{yx^2 \cdot x_1} = 0,4819$ , тобто коефіцієнт кореляції ціни реалізації свинини з поголів'ям свиней (при виключеному впливі на них ваги 1 реалізованої голови свиней).

Аналогічно:  $r_{yx^1 \cdot x_2} = 0,3194$ , тобто коефіцієнт кореляції ціни реалізації свинини з вагою 1 реалізованої голови свиней (при виключеному впливі на поголів'я свиней).

Вірогідна границя часткових коефіцієнтів кореляції з рівнем ймовірності  $P = 0,95$  дорівнює  $G_r = 0,1950$ . Можна зробити висновок, що з-поміж включених у модель факторів впливу на ціну свинини вагомішим є концентрація поголів'я свиней. Вважаємо, що збільшення обсягу продукції

дасть змогу збільшити ціну реалізації продукції. Також у великих обсягах закупівлі можуть бути зацікавлені великі переробні підприємства, які можуть заплатити вищу ціну, ніж малі.

Для оцінки значимості рівняння регресії застосовується критерій Фішера, або  $F$ -критерій, який розраховується за формулою:

$$F = \frac{MS_r}{S^2},$$

де  $MS_r$  – середня сума квадратів, зумовлена регресією;  $S^2$  – середній квадрат, зумовлений залишковою варіацією. Необхідно порівняти значення  $F$ , одержане при розрахунку рівняння регресії, з  $100(1-\alpha)\%$  табличним значенням розподілу Фішера, щоб зробити висновок, чи можна на основі розрахованої величини  $F$ , прийняти або відкинути гіпотезу, що між змінними статистично достовірний зв'язок.

У розрахунках вірогідних границь використовуються значення таблиць розподілу Фішера і Стюдента з вірогідною ймовірністю  $P=0,95$ .

За критерієм Фішера рівняння є статистично значимим: розрахункове значення  $F(0,05;2;100) = 50,20$  більше за табличне 3,4.

Коефіцієнти регресії необхідно перевіряти на достовірність за допомогою  $t$ -критерію Стюдента. Граничне значення коефіцієнту Стюдента з ймовірністю  $P = 0,95$   $T_{gr} = 1,96$ . Критичні межі коефіцієнтів рівняння наведені в додатку ( $t$ -статистика). Значення  $t$ -характеристик обох факторів (5,42; 3,32) перевищують критичне значення  $t$ -критерію Стюдента.

Це означає, що статистично значимими є коефіцієнти рівняння при змінних  $X_1$ ,  $X_2$ , а також з ймовірністю 0,95 підтверджує істотність впливу цих факторів на результат. Отже, можна приступати до економічної інтерпретації результатів дослідження.

Кореляційно-регресійна модель залежності ціни реалізації свинини має вигляд:

$$Y = 2494,416 + 0,086X_1 + 3,363X_2.$$



За результатами проведеного множинного регресійного аналізу можна зробити наступні висновки.

Значення коефіцієнту рівняння регресії ( $a_1 = 0,086$ ,  $a_2 = 3,363$ ) визначає коефіцієнт збільшення змінної  $Y$  при збільшенні  $X_i$  на одиницю відносно середнього. Отже, можна зробити висновок, що для досліджуваних підприємств Черкаської області зі збільшенням поголів'я свиней у господарств на 1 голову та зростанням ваги 1 реалізованої голови свиней на 1 кг, ціна реалізації живих свиней збільшується відповідно на 0,086 та 3,363 грн відносно середніх значень у вибірці.

Значення коефіцієнтів рівняння регресії показує збільшення змінної  $Y$  при зміні  $X_i$  на одиницю відносно середньої.

Коефіцієнт еластичності показує, на скільки відсотків зміниться в середньому результативна ознака ( $Y$ ) при зміні факторної ознаки ( $X$ ) на 1 %.

$$E = f'(x) \cdot \frac{x}{y}$$

У нашому випадку для лінійної моделі рівняння запишемо :

$$E = a_i \cdot \frac{x}{y}$$

Таблиця 3.2.

**Вихідні дані для розрахунку та розраховані коефіцієнти**

**еластичності**

	$Y$	$X_1$	$X_2$
Коефіцієнти рівняння регресії	2494,416	0,0852862	3,362618
Середні значення	3067,949	1887,95	122,6772
		0,0524833	0,13446

Аналіз кореляційно-регресійного зв'язку показує, що збільшення поголів'я свиней та зростання ваги 1 реалізованої голови свиней на 1% призводить до збільшення результативної ознаки (ціни 1 ц свинини)

відповідно на 0,052 % та 0,13 % відносно середніх значень у вибірці (табл.3.2).

Отримана модель може бути використана для прогнозування показників результативної ознаки на основі відомих або очікуваних факторів (поголів'я свиней та вага 1 реалізованої голови).

Використовуючи рівняння регресії, розрахуємо прогнозу (змодельовану) ціну реалізації свинини для господарства (табл.3.3).

Таблиця 3.3.

### Моделювання зміни ціни продукції

	Факт 2020 р.	Розрахункові дані								
		Збільшення поголів'я			Збільшення ваги			Збільшення обох факторів		
		5500	6000	6500	130	142	154	10%	20%	30%
Поголів'я свиней, голів	5000									
Вага 1 реалізованої голови свиней, кг	118									
Ціна 1 ц живої маси свиней, грн	3639	3682	3724	3767	3679	3719	3758	3722	3764	3807
Повна собівартість 1 ц, грн	3620									
Рентабельність 1 ц, грн	0,5	1,7	2,9	4,0	1,6	2,7	3,8	2,8	4,0	5,1

Прогнозна (змодельована) ціна реалізації свинини для господарства свідчить, що зі збільшенням поголів'я свиней збільшується ціна реалізації і відповідно рівень рентабельності продукції. Так, при поголів'ї 5000 гол. ціна 1ц живої маси свиней становила – 3639 грн, а рівень рентабельності – 0,5%.

Збільшення поголів'я до 5500 гол., 6000 гол., 6500 гол. забезпечить збільшення ціни реалізації 1ц свинини до 3682 грн, 3724 грн та 3767 грн, а рівень рентабельності зросте до 1,7%, 2,9% та 4% відповідно.

Аналогічна ситуація прослідковується зі збільшенням ваги 1 реалізованої голови свиней. Збільшення ваги свиней із 130 кг до 154 кг призведе до збільшення ціни з 3679 грн за т до 3758 грн, а рівень рентабельності збільшиться до 3,8%.

Загальне збільшення обох факторів дасть змогу виробникам свинини отримати більшу ціну реалізації та збільшити рівень рентабельності до 5,1%.

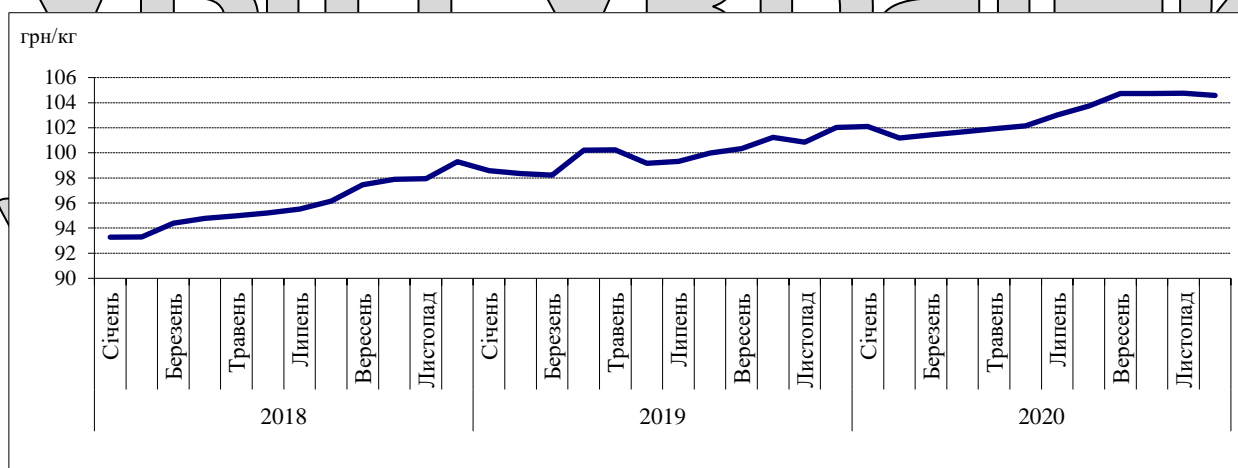


Рис.3.1. Динаміка роздрібних цін на свинину, грн./кг

Проведені дослідження дають підстави для висновку, що існує висока залежність ціни реалізації м'яса свиней сільськогосподарськими підприємствами від споживчих/роздрібних цін на свинину. Аналіз свідчить, що роздрібні ціни на свинину зростають. Проте одним із стримуючих факторів є купівельна спроможність населення, тобто доходи населення.

Збільшення доходу на душу населення приводить до пропорційного росту цін на продукти харчування.

Тому, для дослідження залежності ціни свинини від доходів населення нами було використано криву Енгеля або закон Енгеля.

З математичної точки зору еластичність функції  $Y = f(x)$ . По відношенню до  $X$  визначають як ліміт відношення відносного приросту  $y$  до відносного приросту  $X$ , коли останній приріст наближається до 0:

$$E = \lim_{x \rightarrow \infty} \frac{\frac{\Delta y}{y}}{\frac{\Delta x}{x}} = \frac{x}{y} \times \frac{dy}{dx}$$

Еластичність у по відношенню до  $x$  - це відносна величина приросту (додатна еластичність) або зменшення (від'ємна еластичність) у при відносному зростанні  $x$ .

Даними для розрахунку обрано доходи населення та роздрібні ціни на свинину у розрізі областей України за 2020 рік.

Таблиця 3.4.  
Еластичність ціни від доходів населення

Середньодушовий дохід за рік, тис. грн	Середньодушовий дохід за рік, тис. грн	Роздрібна ціна 1 кг свинини	Розрахунковий рівень ціни	Похідна	Коефіцієнт еластичності
Луганська	36,7	85,7	83,2	0,8857	0,391
Донецька	41,7	86,6	87,5	0,8223	0,392
Закарпатська	51,1	93,5	94,6	0,7019	0,379
Чернівецька	53,9	99,0	96,5	0,6660	0,372
Тернопільська	55,6	91,1	97,7	0,6443	0,367
Волинська	56,6	96,7	98,3	0,6311	0,363
Рівненська	58,8	99,9	99,7	0,6028	0,356
Івано-Франківська	60,3	102,8	100,5	0,5841	0,350
Херсонська	63,1	105,7	102,1	0,5483	0,339
Кіровоградська	63,5	103,1	102,3	0,5432	0,337
Черкаська	64,3	109,0	102,8	0,5331	0,333
Хмельницька	64,8	98,1	103,1	0,5259	0,331
Чернігівська	64,9	99,5	103,1	0,5245	0,330
Житомирська	67,2	106,7	104,3	0,4956	0,319
Миколаївська	68,3	105,5	104,8	0,4815	0,314
Вінницька	70,7	106,2	105,9	0,4508	0,301
Сумська	71,1	103,1	106,1	0,4453	0,298
Львівська	71,2	103,6	106,1	0,4449	0,298
Харківська	73,2	111,9	107,0	0,4184	0,286
Полтавська	77,5	109,2	108,7	0,3630	0,259
Київська	79,3	100,6	109,3	0,3410	0,247
Одеська	80,2	115,4	109,6	0,3295	0,241
Запорізька	81,9	118,1	110,2	0,3067	0,228
Дніпропетровська	92,1	109,4	112,7	0,1769	0,145
<b>В середньому</b>	<b>65,3</b>	<b>102,5</b>	<b>103,3</b>	<b>0,5194</b>	<b>0,328</b>

Для розрахунку коефіцієнта еластичності потрібно розрахувати рівняння залежності роздрібної ціни свинини від доходів населення.

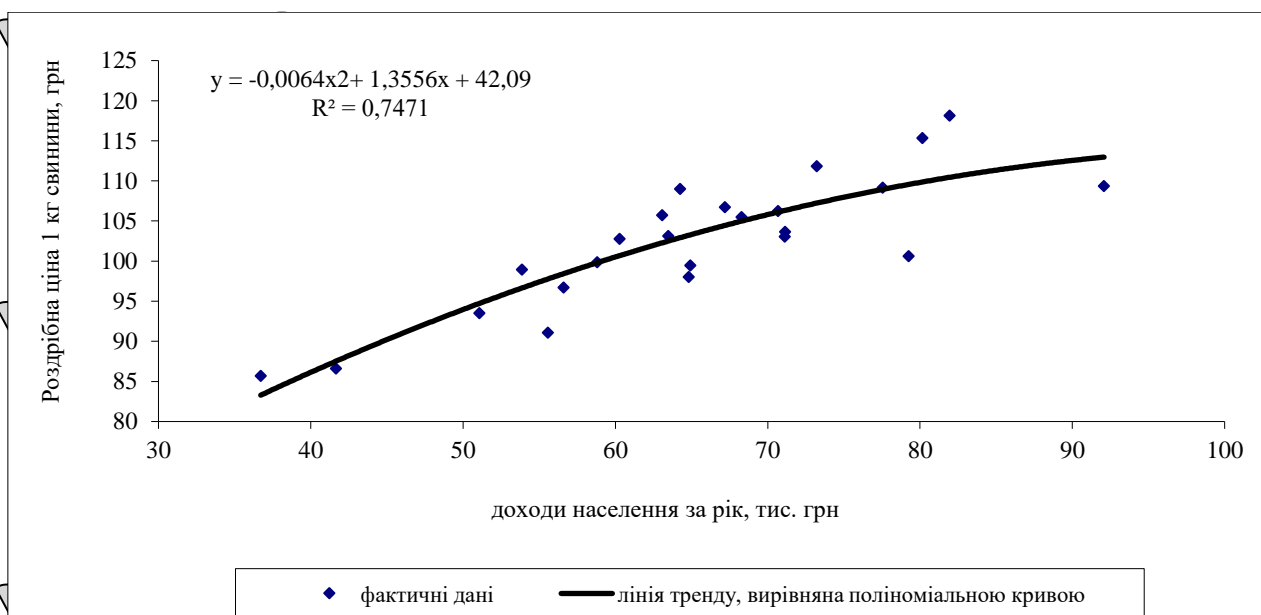


Рис.3.2. Лінія тренду залежності роздрібною ціни від доходів населення  
Розраховане нами рівняння – параболою 2-го порядку:

$$Y = -0,0064x^2 + 1,3556x + 42,09$$

Такий вид рівняння тому, що воно найкраще описує закон Енгеля – відносно меншого зростання ціни при збільшенні доходів населення (рис.3.2).

Для того, щоб визначити коефіцієнт еластичності, необхідно визначити похідну цього рівняння за змінною X:

$$Y' = 2 \cdot (-0,0064) \cdot x + 1,3556$$

Теоретично коефіцієнт еластичності у нашому випадку визначається за формулою:

$$E_x = \frac{\frac{\Delta Y}{Y}}{\frac{\Delta X}{X}} = \left( \frac{\Delta Y}{\Delta X} \right) \cdot \frac{X}{Y} = Y' \cdot \frac{X}{Y}$$

Розрахований нами коефіцієнт еластичності дорівнює  $E_x = 0,328$ , що свідчить, що при підвищенні доходів населення на 1 % роздрібна ціна на свинину підвищується на 0,328% (табл.3.4).

### 3.2. Стратегія обґрунтування ціни на підприємстві

Цінова політика являється складовою загальної економічної політики підприємства, тому мета і завдання їх повинні бути однаковими, при цьому цінова політика залежить від економічної політики підприємства загалом.

Зауважимо, що цінова політика повинна доповнювати та конкретизувати економічну політику господарства з врахуванням, в першу чергу, життєвого циклу товару та підприємства.

Цінова політика повинна формуватись з врахуванням кон'юнктури ринку відповідних товарів та змін, які відбуваються. Це дає можливість визначити відповідний сегмент ринку, на якому діє товаровиробник, характер зміни цього сегмента та цін, що йому відповідають.

Цінова політика повинна розроблятися виходячи із видів та форм збуту продукції, кількості каналів збуту, форми реалізації товарів кінцевим споживачам. При не однакових формах та напрямках реалізації цінової політики варто враховувати як споживачів (роздрібні торговельні підприємства, населення, оптових посередників), так і форми розрахунку за продукт (попередня оплата, кінцева оплата, надання товарного кредиту), а також якість товару.

Гнучкість політики ціноутворення. В умовах нестабільності ринку, особливо споживчих товарів, виробник продукції має швидко реагувати на зміни кон'юнктури ринку. Це досягається за рахунок різних знижок товару для різної групи споживачів. А це, в свою чергу, дає можливість знижувати ціну та підвищувати її стимулюючу роль в умовах ринку.

Розробка цінової політики підприємства в залежності від якості товару та ступеня його новизни для споживача. Цього можна досягти використовуючи нові технології, нове обладнання. Але при цьому слід враховувати об'єктивні причини, які призвели до збільшення собівартості продукції та витрат виробництва. Варто враховувати, що загальна тенденція повинна розвиватися в бік зниження ціни.

Враховання різної сукупності чинників, насамперед зовнішніх, які не залежать від господарства і мають вплив на його цінову політику. В такому разі дуже важливо визначити такі чинники та спрогнозувати їхні зміни в майбутньому.

В ціноутворенні, в умовах конкурентного середовища, недостатньо орієнтуватися лише на витрати виробництва. Підприємство, яке працює на конкурентному ринку та планує знизити або підвищити ціну, має думати яка буде реакція конкурентів. Більше за все, конкуренти будуть реагувати на зміну ціни, у тому випадку, коли продавців небагато, товари їхні схожі і покупці добре інформовані.

Виявити якою буде реакція конкурентів є необхідним, але непростим завданням. Одним із шляхів з'ясування відповідної реакції є аналіз дій, які підприємство може само прийняти в такій ситуації, тобто необхідно відтворити відповідний сценарій. Даний сценарій, наприклад, може включати такі основні елементи:

- визначення цілей ціноутворення, реклами та просування на ринок товарів-аналогів;
- здійснення аналізу того, як в минулому подібні дії позначилися на ціновій політиці підприємства;
- здійснення оцінки переваг та недоліків товару;
- здійснення оцінки можливостей підприємства по розширенню виробництва, зниженню виробничих витрат, збільшенню кількості працівників та оцінку ймовірності реалізації товарів.

### 3.1. Вдосконалення економічних відносин між суб'єктами ринку

На економічну діяльність аграрного підприємства важливий вплив має ціна виробленої та реалізованої продукції. Вона є і залишається важливим критерієм прийняття складивчих рішень. Незважаючи на те, що кожне господарство може самостійно встановлювати ціну на свій продукт,

існують два підходи до ринкового ціноутворення: встановлення індивідуальних або єдиних цін.

На практиці реалізація пропонує моделей ціноутворення полягає в наступному. Суть першого підходу полягає у формуванні ціни на договірній основі в результаті здійснення переговорів між покупцем та продавцем, що забезпечують узгодження інтересів двох сторін.

Різниця другого підходу відрізняється тим, що всі покупці купують товар за однаковою ціною, використання якої пов'язане з відповідними особливостями ринку конкретного товару. Статистичні дані свідчать, що більша частина українських підприємств направляють свою цінову політику на покриття витрат виробництва та одержання прибутку. Прибуток являється узагальнюючим показником ефективності діяльності будь-якого господарства. У зв'язку з цим існує необхідність постійного контролю за

прибутком, за станом та динамікою системи цін, що являється важливою функцією управління. Не має сумніву те, що ціна - це один із найважливіших елементів механізму господарювання, якому належить стимулююча та регулююча роль. Вона відображає умови товарообміну, служить орієнтиром ділової практики, забезпечує відтворення основних засобів підприємства, співвідносячи умови виробництва, попит та пропозицію, вимоги споживчого ринку. Одночасно ціна визначає і успіх конкурентної боротьби.

В ході нашого дослідження були виділені внутрішні та зовнішні чинники, які впливають на систему ціноутворення. Таких факторів було виявлено дуже багато, і в більшій мірі дані фактори не можуть контролюватися підприємством. Найбільш важливими з них є: попит, пропозиція, якість продукції, витрати виробництва.

Дуже важливу роль в організації ціноутворення відіграє вибір каналів реалізації продукції. Здійснені дослідження свідчать, що сучасні умови формують наступну ситуацію: чим менше є посередників між виробником та споживачем, тим в більшому економічному витраті залишаються ці обидві



сторони. Споживач має можливість придбати продукцію за нижчою ціною. Для виробника найбільший відсоток вартості проданої продукції залишається в підприємстві. Тому, не випадково господарства, які займаються виробництвом продукції, переробкою та торгівлею мають вищий рівень прибутковості.

Важливе місце в системі ціноутворення відводиться фактору конкурентоспроможності продукції. Знаючи показники конкурентоспроможності того або іншого продукту, можна визначити переваги виробника. Визначення заходів досягнення конкурентоспроможності продукції дає можливість виробнику привести у відповідність зі сформованими умовами стратегію та тактику поведінки на ринку, стимулює його безперервно працювати над поліпшенням якості продукції, освоювати нові її види, та також використовувати найбільш сучасні методи ціноутворення.

Дослідження різноманітних ринкових механізмів ціноутворення на продукцію дозволили нам виокремити такі моделі цін:

#### 1. Модель ціни для виробника (%)

$$Ц = C + P + Vi + Tr + K + H \quad (3.1)$$

де: Ц - ціна з урахуванням ринкової кон'юнктури;

C - питома вага виробничих витрат;

P - рівень рентабельності продукції;

Vi - інші елементи витрат (торгівельна націнка, яка необхідна для здійснення виробництва);

Tr - транспортні витрати;

K - постачальницько-збутові націнки;

H - податок на додану вартість.

#### 2. Модель ціни для закупівлі продукції переробних підприємств:

$$Ц_r = Ц_d V_p \times (Ц_{ср} : Ц_{сд}) + V_z \times (Z_r : Z_d) + V_t \times (T_r : T_d) + C \quad (3.2)$$

де: Ц<sub>r</sub> - ціна реалізації з врахуванням інфляційних процесів;

Ц<sub>д</sub> - ціна при укладенні договору;

$V_{п}$  - питома вага витрат переробки;

$V_{з}$  - питома вага заробітної плати в ціні;

$V_{т}$  - питома вага транспортних витрат в ціні;

$C$  - інші елементи ціни;

$Ц_{ср}$  - середня ціна одиниці сировини при реалізації продукції;

$Ц_{д}$  - середня ціна одиниці сировини при укладанні договору;

$З_{р}$  - середня заробітна плата при реалізації;

$З_{д}$  - середня заробітна плата при укладанні договору;

$Т_{р}$  - транспортні витрати при закупівлі сировини;

$Т_{д}$  - транспортні витрати при укладанні договору.

Розрахунок ціни закупівлі з урахуванням фактичних даних для переробного підприємства по другій моделі свідчить, що така ціна дає можливість аграрним підприємствам більш ефективно реалізовувати

свою продукцію. Вважаємо, що доцільно впорядкувати відносини між суб'єктами економічних відносин у економічній системі господарювання, яка включає промислові підприємства, постачальників енергетичних ресурсів та ін. У зв'язку з цим можливо використовувати третю модель забезпечення паритету цін.

У такій моделі основним елементом регулювання ціноутворення є індекс цін, що являє собою співвідношення індексу цін реалізації конкретної продукції до індексу цін на продукцію та послуги, надані виробникам товарної продукції.

Індекс - це відносна величина, що передбачає наявність бази для порівняння. Це може бути період: рік, місяць і навіть день, для того, щоб здійснити аналіз сезонних або інфляційних змін.

$$K_{п} = K_{с} : K_{р} \quad (3.3)$$

де:  $K_{п}$  - індекс паритетності;

$K_{с}$  - індекс цін реалізації аграрної продукції;

$K_{р}$  - індекс цін на промислову продукцію, придбану господарствами.

3. Модель паритету цін:

$$Цн = Цф \times ((100 + Кн) : (100 + Кф)) \quad (3.4)$$

де: Цн - необхідна ціна;

Цф - фактична ціна реалізації;

Кн - необхідний індекс паритетності цін;

Отже, методика розглянутого вище підходу направляє на впорядкування відносин товарного виробництва та переробки в межах АПК (1 та 2 моделі) і взаємовідносин із зовнішнім підприємницьким середовищем (3 модель).

Розглянута вище методика формування ціни на аграрну продукцію ґрунтується на складанні нормативної собівартості та прибутку з подальшим їх коригуванням на зростання ціни. Вона ґрунтується на обґрунтуванні та використанні регулювання процесу ціноутворення. Інший підхід дозволяє розрахунок рівня ціни з використанням ринкової ціни за минулий рік та враховуючи зміну паритетного індексу на товари та послуги. Даний метод дозволяє враховувати динаміку цін за певний період часу.

## ВИСНОВКИ

Резюмуючи всі проведені дослідження, можна зробити наступні висновки. Ціни та процес ціноутворення являються важливими елементами функціонування будь-якого підприємства. В умовах сучасності при ринковій економіці ціни мають досить вагомую роль, адже саме вони визначають, яку саме продукцію виробляти, для кого і в яких обсягах. Від ефективної цінової політики підприємства залежать показники ефективності господарювання, прибуток, рентабельність, а також показники фінансової стабільності господарства. Так як, на ціну впливають багато різних чинників, необхідно вивчати кожен з них. Серед таких одним з основних є собівартість продукції та її структура. Ще важливими факторами є конкурентне середовище, ціни на ринку та якість продукції.

За результатами досліджень було зроблено такі висновки:

1. ПСП «Добробут» має у своєму користуванні 2068, 7 га сільськогосподарських земель, 100% структури яких займає рілля.
2. У 2020 році зменшилась кількість працівників на 7 осіб порівняно з 2018 роком, а з 2019 роком – на 1, а саме на 15% і 3% відповідно. Таке скорочення штату можна пояснити зменшенням поголів'я свиней на підприємстві. Коефіцієнт використання фонду робочого часу за кількістю відпрацьованих людино-днів та людино-годин наближається до 1, що дозволяє зробити висновок про ефективне використання свідчить про робочого часу.
3. Середньорічна вартість основних засобів має тенденцію до зростання, адже у 2020 році порівняно з 2018 роком помічаємо збільшення на 21%, а середньорічна вартість оборотних засобів у 2020 р. збільшилась на 7% у порівнянні з 2018 роком.
4. За період 2018-2020 рр. вартість основного капіталу зросла на 19%, капіталоозброєність на 40%, чому посприяло скорочення трудових ресурсів та зростання вартості основного капіталу. Негативним явищем є тенденція капіталомісткості до росту, а капіталовіддачі до зменшення.

5. Тривалість одного обороту у 2020 році порівняно з 2018 роком збільшилась на 61 день. У 2018 році обсяг виручки від реалізації на одну гривню оборотних засобів становив 1,6 грн, а у 2020 році 1,26 грн, що на 34 копійки більше ніж у 2018 році.

6. Структура грошових надходжень протягом 3 років має тенденцію змінюватись, але рослинництво займає значну питому вагу кожного року, а саме 52,98 % в 2018 році, 57,29 % в 2018 році, 57,55 % в 2020 році. Це означає, що рослинництво є провідною галуззю господарства. Виробництво озимої пшениці поступово зменшувалось, що в результаті привело до того, що у 2020 р. підприємство перестало виробляти дану культуру. Значно зросла кількість реалізованої продукції такої культури, як соняшник, а саме з 3960 ц у 2018 році до 11 274 ц у 2020 році. Частково таке збільшення пояснюється зростанням урожайності та рівня товарності. Підприємство зменшує виробництво продукції свинарства, а саме на 22% у 2020 році в порівнянні з 2018 р.

7. Ціни на сільськогосподарську продукцію усіх видів, окрім свинини, мають тенденцію до зростання. Ціни 1 ц кукурудзи на зерно та соняшника у 2020 р. зросли на 20% порівняно з 2018 р.

8. Собівартість 1 ц реалізованої продукції загалом по підприємству зростає. Так, у 2020 році собівартість 1 кукурудзи на зерно зросла на 4% в порівнянні з 2018, а соняшника на 20%. Однак собівартість 1 ц пшениці та 1 ц свинини у 2020 році відносно 2018 року знизалась на 13% та 4% відповідно.

9. Підприємство має позитивні показники ефективності, адже прибуток по всім видам продукції зріс. Це свідчить про те, що цінова політика, яку обрало підприємство, дає результати, які задовольняють поставлені цілі. Однак, якщо говорити про галузь тваринництва в ПСП «Добробут», то варто зазначити, що виробництво свинини на підприємстві є неприбутковим. Лише у 2020 році вдалось досягнути позитивного

результату, але 18,67 грн на 1 ц реалізованої продукції – це досить низький рівень, який не забезпечить розвиток галузі надалі.

10. У 2020 р. відносно 2018 р. рентабельність виробництва озимої пшениці та кукурудзи на зерно зросла на 80% та 66% відповідно. І хоча рентабельність виробництва 1 ц соняшника знизалась на 3%, у 2020 році показник рентабельності зріс порівняно з 2019 р.

11. У структурі виробничої собівартості продукції рослинництва найбільшу питому вагу мають такі статті, як мінеральні добрива та інші матеріальні витрати, а для продукції галузі свинарства – корми.

12. Продукцію можна вважати якісною, адже коефіцієнт сортності по культурі більше одиниці, а саме 1,16. Також варто зазначити, що коефіцієнт заліковості становить 0,96, що свідчить про те, що показники вологості та засміченості ненабагато відрізняються від базисних.

13. У 2020 ціни на реалізацію продукції рослинництва по ПСП «Добробут» менші від середніх цін по Черкаській області, однак ціна реалізації 1 ц свинини вища на 3% від середньої ціни. Це свідчить про те, що підприємство може збільшити ціни на продукцію.

14. Збільшення поголів'я до 5500 гол, 6000 гол., 6500 гол. забезпечить збільшення ціни реалізації 1ц свинини до 3682 грн, 3724 грн та 3767 грн, а рівень рентабельності зросте до 1,7%, 2,9% та 4% відповідно. А збільшення ваги свиней із 130 кг до 154 кг призведе до збільшення ціни з 3679 грн за 1ц до 3758 грн, а рівень рентабельності збільшиться до 3,8%.

Загальне збільшення обох факторів дасть змогу виробникам свинини отримати більшу ціну реалізації та збільшити рівень рентабельності до 5,1%.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аргус М.М. Державна політика та фінансовий механізм ціноутворення на сільськогосподарську продукцію. автореф. дис... на здобуття наук. ступеня доктора екон. наук. К. 2011. 38 с.

2. Балабанова Л.В. Маркетинг підприємства: навч. посіб. К. Центр учбової літератури, 2019. 612 с.

3. Барилевич О. М. Особливості ціноутворення на сільськогосподарську продукцію. Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Сер. : Економіка, аграрний менеджмент, бізнес. 2013. Вип. 181(4). С. 38-44.

4. Босак І. П. Класифікація та оцінка чинників ціноутворення. Наукові записки Української академії друкарства 2012. № 2. С. 72-75.

5. Васильченко О.О., Баєва О.І. Особливості застосування методів ціноутворення на продукцію підприємств АПК України. Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету. Економічні науки. 2015. Вип. 2. № 1. С. 86–93.

6. Верхоглядова Н.О. Основи ціноутворення: Навчальний посібник. К. Кондор 2016. 251 с.

7. Власова Н. О. Формування ефективної цінової політики підприємств торгівлі на продовольчі товари. монографія. Х. ХДУХТ 2012. 376 с.

8. Власюк В.Є. Проблеми формування цінової політики підприємств. Молодий вчений. №5(45). 2017. С.521-524.

9. Воскобійник Ю.П. Функціонування цінового механізму в сучасних умовах розвитку аграрного ринку. Економіка АПК. 2012. 1. С. 185-187.

10. Гаркавенко С.С. Маркетинг: підручник. 9-е видання. К. Лібра, 2019. 720 с.

11. Герасимчук В.Г. Економіка та організація виробництва: підручник. К. Знання, 2015. 678 с.

12. Горлачук О. А. Сутність ціни та ціноутворення на сільськогосподарську продукцію. Економічний аналіз : зб. наук. праць.

Тернопільський національний економічний університет. Тернопіль: Економічна думка, 2015. Том 20. С. 23-29.

13. Гуда Н. Е. Економічна суть ціни та ціноутворення в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку. Економіка та держава. 2019. №5.

С.106-110.

14. Державна служба статистики України. [Електронний ресурс].

Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 10.10.2021).

15. Дерій Ж.В., Мініна О.В., Шадюра-Никипорець Н.Г. Ціноутворення. Чернігів: ЧНТУ, 2018. 88 с.

16. Довжик О.О. Аналіз особливостей ціноутворення в Україні та еквівалентність міжгалузевого товарообміну. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. Вип. 15. С. 61-66.

17. Жовтяк П. А. Ціноутворення. Конспект лекцій. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2016. 80 с.

18. Захарченко В. І. Економіка підприємства: навч. посіб. К. : Ліра-К, 2018. 300 с.

19. Карєба М. І. Ціни та ціноутворення: опорний конспект лекцій. Миколаїв: МДАУ, 2017. 100 с.

20. Кирилюк І.М. Особливості ціноутворення на продукцію АПК. Економіка та суспільство 2021. №26. Режим доступу:

<https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/361/346> (дата звернення 04.10.2021)

21. Коваленко О.Ю. Цінова конкурентоспроможність та особливості процесу ціноутворення на ринку сільськогосподарської продукції. Інноваційна економіка. 2013. № 3. С. 218–226.

22. Котлер Ф. Основы маркетинга : Пер. с англ. Ф.Котлер, Г. Армстронг, 7 европ. изд. К.: Вильямс. М.: 2017. 1055 с.



23. Кудейко Н.В. Стратегічний маркетинг : Навч. посібник. К.: КНТЕУ, 2015. 151 с.

24. Левкіна Р.В., Левкін А.В., Котко Я.Ю. Особливості ціноутворення на органічну аграрну продукцію. Вісник ХНТУСГ. 2016. Вип. 171. С. 26–34.

25. Литвиненко Я. В. Сучасна політика ціноутворення: навч. посібник. 4-те вид., випр. і доп. К.: МАУП, 2010. 240 с.

26. Лупак Р. Л. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. Львів : Видавництво ЛКА, 2016. 484 с.

27. Мазур О. Є. Ринкове ціноутворення: Навчальний посібник. К.: «Центр учбової літератури», 2014. 480 с.

28. Маховикова Р.А. Ціноутворення : підручник і практикум. 6-е вид., перероб. і доп. М.: Юрайт, 2014. 463 с.

29. Пасхавер Б.И. Современное состояние ценового паритета в АПК. Економіка АПК. 2012. № 1. С. 174–175.

30. Ціншко В. С. Ціно- і тарифоутворення : навч. посібник. Львів : Магнолія, 2016. 303 с.

31. Приймук О. Р. Класифікаційні ознаки методів ціноутворення на продукцію підприємства. Збірник наукових праць Державного економіко-технологічного університету транспорту. Сер. : Економіка і управління. 2013. Вип. 25. С. 259-270.

32. Про ціни і ціноутворення: Закон України від 21.06.2012 № 5007-VI // Відомості Верховної Ради, 2013. № 19-20. Ст.190.

33. Радченко О.П., Сурмай О.О. Удосконалення механізмів ціноутворення на продукцію аграрних підприємств. Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління. 2019. Том 18. Вип. 1. С. 69–80.

34. С. М. Рогач, Т. А. Гуцул, В. А. Ткачук. Економіка і підприємництво, менеджмент. Київ: ЦП «Компринт». 2018. 722 с.

35. С.В. Мочерний. Економічна енциклопедія, у трьох томах. Т.3. Київ. Видавничий центр «Академія». 2002. 952 с.

36. Сарай Н.І. Економічна діагностика. Навчальний посібник. Тернопіль: ТНЕУ, 2015. 165 с.

37. Степасюк Л.М., Суліма Н.М., Величко О.В. Практикум з економіки і фінансів підприємства. Київ. «ЦП «КОМПРИНТ». 2016. 385с.

38. Суліма Н.М., Степасюк Л.М., Величко О.В. Економіка і фінанси підприємства. Київ. «ЦП «КОМПРИНТ». 2019. 466с.

39. Сус Л. М. Особливості цінової політики та ціноутворення в Україні. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. - 2016. № 1. С. 272-275.

40. Тормоса Ю.Г. Ціни та цінова політика: навч. метод. посібник. К.: КНЕУ, 2015. 91 с.

41. Філіпішина Л.М. Формування цінової політики підприємств роздрібною торгівлі: дис... канд. екон. наук: 08.06.05. Харківський держ. ун-т харчування та торгівлі. Х., 2006. 176 с.

42. Фірсов Е.А. Развитие теории стоимости и ценообразования. Економіка АПК. 2014. № 3. С. 42-49.

43. Шкварчук Л. О. Ціни і ціноутворення: Навчальний посібник. 5-те вид., виправл. К.: «Кондор», 2016. 214 с.

44. Яркіна Н. М. Економіка підприємства: навч. посіб. Київ: Ліра-К, 2015. 498 с.

## ДОДАТКИ

Результати кореляційно-регресійного аналізу

	Y	X1	X2
Среднее	3067,949	1887,95	122,6772
Стандартная ошибка	82,40936	472,3062	7,340069
Медиана	3020,673	486,5	104,1907
Мода	#Н/Д	1198	210
Стандартное отклонение	824,0936	4723,062	73,40069
Дисперсия выборки	679130,3	22307316	5387,661
Эксцесс	1,424245	27,42784	0,922056
Асимметричность	0,592305	4,835991	1,036353
Интервал	4681,848	35091	353,9661
Минимум	1156,552	103	22,0339
Максимум	5838,4	35104	376
Сумма	306794,9	188795	12267,72
Счет	100	100	100

	Y	X1	X2
Y	1		
X1	0,672886	1	
X2	0,599944	0,614657	1

ВЫВОД ИТОГОВ

## Регрессионная статистика

Множественный R	0,713153
R-квадрат	0,508587
Нормированный R-квадрат	0,498455
Стандартная ошибка	583,6217
Наблюдения	100

## Дисперсионный анализ

	df	SS	MS	F	Значимость F
Регрессия	2	84194315	17097158	50,19508	1,08E-15
Остаток	97	33039582	340614,2		
Итого	99	67233897			

	Коэффициенты	Стандартная ошибка	t-статистика	P-значение	Нижние 95%	Верхние 95%
Y-пересечение	2494,416	123,2667	20,23593	1,38E-36	2249,766	2739,066
X1	0,083286	0,015744	5,416923	4,4E-07	0,054038	0,116534
X2	3,362618	1,013094	3,319157	0,001273	1,351908	5,373328