

УДК 658. 5:621

**ВИБІР ЦІНОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА****Л. М. Хоменко**Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського  
вул. Першотравнева, 20, м. Кременчук, 39600, Україна. E-mail: kaffin@kdu.edu.ua

Наводяться результати порівняння альтернативних техніко-комерційних пропозицій у сфері продажу сировини і матеріалів для промислових підприємств з використанням статистичних методів, формування прибутку гірничо-збагачувального комбінату за умов прийняття обґрунтованого рішення стосовно позиціонування з урахуванням цінової політики конкурентів при проникненні на ринок за використання стратегії цінового прориву. Винайдено можливість збільшення прибутковості підприємств-постачальників залізрудних окатишів для зарубіжних металургійних заводів при проведенні переговорів з використанням аргументації на основі кореляційно-регресійного аналізу. Розглянуто динаміку вмісту заліза в концентраті та окатишах за останнє десятиріччя роботи комбінату, можливості збільшення прибутковості підприємства при встановленні ціни, формування структури витрат за умов збільшення експорту залізрудної сировини із застосуванням розрахунково-аналітичних методів техніко-комерційних пропозицій. Запропоновано в ході зовнішньоекономічних переговорів використовувати дослідження співвідношення ціни і якості залізрудної сировини із залученням кореляційно-регресійних моделей. В умовах розбудови ринкових відносин комбінату доцільно скористатися стратегією проникнення на ринок залізрудної сировини за використання цінового прориву.

**Ключові слова:** ціна, стратегія прориву, витрати, прибуток, система знижок.**ВЫБОР ЦЕНОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ****Л. Н. Хоменко**Кременчугский национальный университет имени Михаила Остроградского  
ул. Первомайская, 20, г. Кременчуг, 39600, Украина. E-mail: kaffin@kdu.edu.ua

Приводятся результаты сравнения альтернативных технико-коммерческих предложений в сфере продажи сырья и материалов для промышленных предприятий с использованием статистических методов, формирование прибыли горно-обогадательного комбината при условии принятия обоснованного решения по позиционированию с учетом ценовой политики конкурентов при проникновении на рынок с использованием стратегии ценового прорыва. Рассмотрена динамика содержания железа в концентрате и окатышах за последнее десятилетие работы комбината, возможности увеличения прибыльности предприятия при установлении цены, формировании структуры затрат по увеличению экспорта железорудного сырья с применением расчетно-аналитических методов технико-коммерческих предложений. Предложено в ходе внешнеэкономических переговоров с помощью корреляционно-регрессионных моделей исследовать соотношение цены и качества железорудного сырья.

**Ключевые слова:** цена, стратегия прорыва, расходы, прибыль, система скидок.

**АКТУАЛЬНІСТЬ РОБОТИ.** Результат ведення комерційних переговорів часто залежить не від коректності аргументів сторін, а визначається ефективністю використання психологічних прийомів переконання. Існують ефективні способи нейтралізації техніки прихованої психологічної дії під час переговорів стосовно укладання угод купівлі-продажу [1–4]. Досвідчені працівники зовнішньоторговельних і комерційних служб здатні протистояти взаємному маніпулюванню і ефективно проводити переговори. Крім ретельного дотримання загальноприйнятих морально-етичних норм під час торговельних переговорів необхідна аргументація висновків з логічного аналізу предмета обговорення. Специфічною формою комунікативної діяльності виступає органічно пов'язана з процесом переконання аргументація, як раціонально-логічна складова [1–4]. Фундаментальну компоненту переконання складає аргументація, яка спирається на раціональні докази та логічну обґрунтованість, що сильно впливають на свідомість і поведінку партнерів з переговорів. Для підтвердження раціонально-логічної складової використовуються численні статистичні методи та прикладні аспекти економічних ігор, що дозволяють структурувати процес укладання угод купівлі-продажу, виділити виграш та програш сторін, які беруть участь у даному процесі.

Статистичні методи дозволяють наводити підсу-

мкову інформацію в компактній формі, що полегшує порівняння альтернативних техніко-комерційних пропозицій. Учасники зовнішньоторговельних переговорів використовують методи автоматизованого опрацювання статистичних даних як засіб обґрунтування аргументації за асиметрії інформації стосовно якісних і цінових характеристик матеріалів, що експортуються. Ознайомлення керівників з чіткими та наочними результатами статистичного аналізу техніко-комерційних пропозицій зменшує ризик недобросовісних аргументацій менеджерів із продажу і закупівлі від завищення цін з метою отримання різних преференцій від постачальників. Таким чином, застосування об'єктивних статистичних методів означає готовність вирішувати проблеми на основі обговорення якісних і кількісних властивостей предмета переговорів. Дискусія повинна зосереджуватися на економічних інтересах сторін, а не на техніці маніпулювання партнерами [1–4]. Порівняння альтернативних техніко-комерційних пропозицій у сфері продажу сировини і матеріалів для промислових підприємств з використанням статистичних методів базується на взаємній вигоді: для експортера – укладання угоди на постачання товару за ринковою ціною; для імпортера – упевненість в обґрунтованості ціни на товар із статистично доведеним співвідношенням ціни та якості.

Дослідження формування цінової стратегії, структури витрат та переговорів щодо експорту залізорудної сировини із застосуванням розрахунково-аналітичних методів техніко-комерційних пропозицій знайшли своє відображення в наукових працях учених-економістів. Проблеми вибору цінової стратегії та підвищення ефективності діяльності підприємств-постачальників досліджували відомі зарубіжні вчені: Дж. Дейли [2], Р. Дж. Долан [3], М. В. Мейер [6], Т. Т. Нэгл, Р. К. Холден [7] та вітчизняні С. Биткін, В. Литвин, А. Редько [1], Г.М. Дорожкіна [4], А.Ф. Павленко [8], В.С. Пінішко [9]. Разом із тим, недостатньо висвітлено проблему впливу чинників на цінову стратегію у процесі укладання угод купівлі-продажу на ринку залізорудних матеріалів.

Основною метою статті є обґрунтування можливості збільшення прибутковості підприємств-постачальників залізорудних окатишів для зарубіжних металургійних заводів при проведенні переговорів з використанням кореляційно-регресійного аналізу техніко-комерційних пропозицій потенційних оферентів.

**МАТЕРІАЛ І РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕНЬ.** Основним етапом процесу формування комплексу заходів стосовно організації ефективної збутової політики виступає співставлення виробничо-збутових потужностей підприємства з потребами споживачів і можливостями конкурентів. Підприємству доцільно орієнтуватися на сукупність покупців, задоволення потреб яких дозволить колективу досягти поставлених цілей. Методичні положення щодо реалізації продукції на цільовому ринку включають етапи: здійснення ситуаційного аналізу ринку з врахуванням діяльності підприємства на ньому, прогнозування обсягів реалізації продукції, вибір стратегії освоєння ринку, розробка інструментів реалізації збутової політики та укладання угод продажу, контроль за виконанням зобов'язань. За використання статистичних методів здійснюється оцінка виробничого потенціалу підприємства, який реалізується для задоволення попиту споживачів та підтримки конкурентних позицій на цільовому ринку.

Тенденції розвитку світового ринку залізорудної продукції максимально відповідають вимогам споживачів у частині підвищення якості та зниження питомих витрат окатишів на 1 т чавуну за рахунок раціоналізації складових. Ключовим вектором, на основі якого вибудовується об'єктно-орієнтована політика залізорудних підприємств стосовно стимулювання збуту, є розроблення інструментів управління ефективністю зовнішньоекономічної діяльності на основі сучасних підходів до ціноутворення.

Стратегія цінової політики – це набір практичних методів та факторів, які використовуються підприємством з метою підвищення прибутковості. Цінова стратегія та принципи визначення цін, які допомагають підприємствам ефективно розв'язувати поставлені задачі, розробляються паралельно, причому робота над ціновою стратегією – це тривалий економічний процес, оскільки неможливо виробити таку стратегію, якою можна було б користуватися потім протягом багатьох років. Стратегія цінової полі-

тики є динамічною, повинна постійно перевірятися на основі фактичних результатів і, за необхідності, – коригуватися залежно від умов, що склалися на ринку.

Стратегія ціноутворення повинна ґрунтуватися на можливостях і сильних сторонах підприємства з урахуванням стратегічних проблем, що впливають із загроз з боку зовнішнього середовища і слабких сторін продукції підприємства, тобто її розробленню має передувати встановлення співвідношення: стратегія – середовище.

На Полтавському гірничо-збагачувальному комбінаті (ГЗК) здійснюється повний технологічний цикл: від видобування сирової руди – до виробництва залізорудних окатишів, підготовлених для металургійних заводів. Залізні руди і розкривні породи родовищ Кременчуцької магнітної аномалії за своїми мінералогічними характеристиками міцні, а тому підготовка до виїмки рудоскельної гірської маси здійснюється з попереднім розпушуванням методом підризу. Руда з кар'єру транспортується на переробний комплекс, до складу якого входять дробильна, збагачувальна фабрика та цех з виробництва окатишів. На дробильну фабрику подається руда з вмістом заліза 30%. До складу фабрики входять два корпуси сухої магнітної сепарації, які обладнані високопродуктивними стрічковими і барабанными сепараторами для забезпечення сухого збагачення руди. В корпусі сухої магнітної сепарації встановлені роторні дробарки шведського виробництва. Річна виробнича потужність дробильної фабрики по подрібненню руди складає 32 млн. т.

Фабрика складається з тринадцяти технологічних секцій, в яких переробляється подрібнена руда із вмістом заліза 31,5%. Комплекс агрегатів секцій складається із стержневих і кульових млинів, одно – і двохспіральных класифікаторів, гідроциклонів. Вологе магнітне збагачування проводиться в два етапи на високоєфективних восьмиполюсних магнітних сепараторах. На збагачувальній фабриці здійснюється робота по реконструкції і технічному переозброєнню, удосконаленню технології та автоматизації секцій. На комбінаті введена в експлуатацію дільниця з автоматизованою системою управління флотаційним доведенням концентрату. Дільниця обладнана сучасним високопродуктивним устаткуванням провідних світових виробників. Впровадження технології флотаційного доведення концентрату вирішує як стратегічне завдання підвищення якості окатишів, але й дає можливість залучати у виробництво великий відсоток «бідних» руд.

Цех з виробництва окатишів складається із чотирьох технологічних ліній обладнаних за системою «решітка – трубчаста піч – кільцевий охолоджувач» потужністю по 3 млн. т кожна. Для виробництва окатишів використовується магнетитовий концентрат збагачувальної фабрики, привізний концентрат, доломітизований вапняк та бентоніт. Концентрат надходить в цех через трубопровід у вигляді пульпи, згущується в радіальних установках і через пульпорозподільвач надходить на зневоднення з використанням дискових вакуум-фільтрів. Концентрат, вапняк та бентоніт із бункерів через вагодозуючі прилади надходять на змішування в роторні змішувачі.

Суміш матеріалів піддається окомкуванню в барабанах, які працюють в замкнутому циклі з роликівими укладачами.

В цеху функціонує автоматизована система управління технологічним процесом підготовки шихти, окомкування і опалювання окатишів, що забезпечує випуск готової продукції за вимогами споживачів. Відвантаження продукції здійснюється залізничним і річковим транспортом з використанням комплексу бункерів і конвеєрів для навантаження у вагони і баржі.

Підвищення якості будь-якої продукції порівнюється з додатковим обсягом її випуску. У повній мірі

це відноситься до роботи підприємств гірничо-металургійного комплексу країни, які виробляють залізорудний концентрат в обсязі 60 млн. т на рік [4]. До параметрів, які підвищують якість залізорудної продукції, відносять вміст заліза та міцність для окатишів, а до тих, що знижують: – шкідливі домішки (сірка, фосфор та кремній), вміст вологи (для концентрату) та дріб'язку. З використанням розрахункових методів дослідили динаміку вмісту заліза в концентраті за останнє десятиліття роботи комбінату, яка наведена на рис. 1.

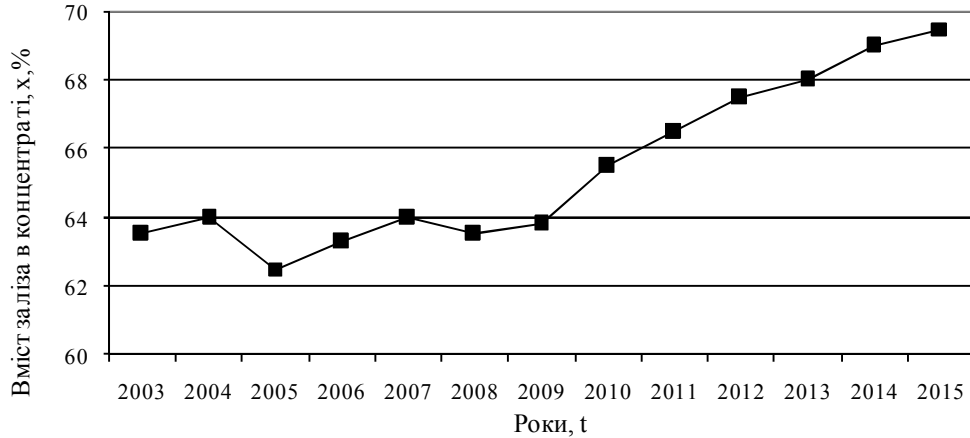


Рисунок 1 – Динаміка вмісту заліза в концентраті на комбінаті (сформовано автором на основі [4])

Тенденція зміни встановлена шляхом підбору функції зростання у формі лінійної залежності:

$$X_t = 0,4427t + 62,080 \quad (1)$$

Для отриманої залежності середній квадрат відхилення вихідних значень від розрахункових 0,8146, а середнє квадратичне відхилення 0,9026.

В порівнянні з середнім вмістом заліза в концентраті Fe= 64,74% варіація складає 0,9026 100%/64,74 = 1,39%. Слід відмітити, що похибка апроксимації особливо значна в середині базисного періоду, що

зумовлює невелику помилку прогнозу. Прогнозне значення вмісту заліза в концентраті на 2014–2015 роки складе відповідно 67,40 та 67,85%.

Підвищення якості окатишів, як кінцевої продукції комбінату, означає виживання в умовах постійного загострення конкуренції. Збільшення вмісту заліза в окатишах – загальна тенденція провідних світових виробників [5]. Динаміка вмісту заліза в окатишах комбінату за останнє десятиліття при основності 0,12–0,25, мінімальному вмісті шкідливих домішок та прийнятній для споживачів міцності, наведена на рис. 2.

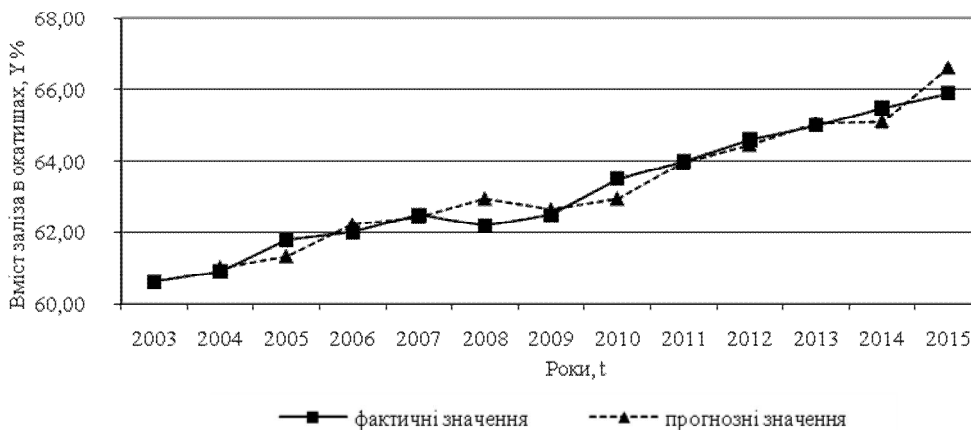


Рисунок 2 – Одночленна авторегресивна модель вмісту заліза в окатишах (сформовано автором на основі [4])

В процесі дослідження скористалися авторегресивною моделлю для прогнозування вмісту заліза в окатишах по ряду попередніх значень. За результа-

тами розрахунків отримали одночлену модель:

$$Y_t = 1,0070 Y_{t-1}. \quad (2)$$

Встановили відсутність автокореляції залишків, для чого вчислили коефіцієнт циклічної автокореляції  $r_1 = -0,1381$ . Із додатку довідника «П'яти – і одновідсотковий рівень імовірності коефіцієнтів автокореляції» для  $n = 11 - 1 = 10$  маємо  $r_{5\%} = -0,504$  [8]. Таким чином,  $r_1$  менше  $r_{5\%}$ , а, значить, кореляція несуттєва. Аналогічно по  $r_2 = -0,1350$  кореляція несуттєва. Надійність одночленної авторегресивної моделі додатково перевірили за критерієм Дж. Наймана [10]. Отримали  $K = 2,2770$ . Із додатку довідника «П'яти – і одновідсотковий рівень суттєвості відношення до дисперсії середнього квадрату послідовної різниці» для  $n = 11-1=10$  маємо  $K_{5\%} = 1,1803$  при  $r > 0$  і  $K_{5\%} = 3,2642$  при  $r < 0$ .

Таким чином, якщо в генеральній сукупності автокореляція між залишками відсутня, то в 95% вибірок буде мати місце  $K > 1,1803$ , у випадку  $r > 0$  і  $K < 3,2642$ , у випадку  $r < 0$ . В нашому випадку значення  $K$  попадає в допустиму область при 5% рівні значимості. Гіпотеза не автокореляції залишків приймається і авторегресивне рівняння стверджується. При 95% гарантійній імовірності  $t = 2,1$  помилка прогнозу не перевищить 0,728, що складає 1,15% величини вмісту заліза в окатишах. Прогноз на 2015 роки відповідно складе 65,90%.

У відповідності з прогнозом аналітиків інвестиційного банку Morgan Stanley в результаті стабільного зростання попиту на залізорудну сировину та переходу на систему спотових угод ціни на окатиші підвищаться на 8–13% в найближчі роки. Аналітики агентства Standard Chartered припускають набагато більше зростання цін з піковою вартістю 200 доларів. В більш віддаленій перспективі на думку фахівців Rio Tinto попит на залізну руду, а відтак і на окатиші, дедалі зростатиме, а тому ціни збільшуватимуться [10]. При цьому вимога до постачальників окатишів – скорочувати питомі затрати на 1 т виплавленого металу. Під час ціноутворення цей фактор розглядається як основний, що визначає зв'язок якісних і цінових параметрів окатишів провідних

світових виробників. При ціновому аналізі необхідно врахувати фізико-хімічні властивості окатишів конкретного постачальника, які безпосередньо впливають на рівень техніко-економічних показників виробничих процесів [4, 9].

Потрібно виробити тактику переговорів у зовнішньоторговельній сфері, яка дозволить отримати результат за уникнення конфлікту з потенційними партнерами. Ефективне зближення позицій сторін досягається методом комплексної оцінки фізико-хімічних характеристик та якісних властивостей окатишів з врахуванням відстані по їх транспортуванню та перевантаженню. Предметом переговорів під час підписання договорів купівлі-продажу виступає співвідношення ціни та якості окатишів.

Для вироблення обґрунтованої позиції експортерів та імпортерів під час проведення тендерних переговорів із продажу та закупівлі окатишів доцільно проаналізувати техніко-економічні пропозиції на постачання залізорудної сировини для доменного цеху від гірничо-збагачувальних комбінатів – альтернативних постачальників. Предметом аналізу для іноземного споживача є співвідношення ціни та якості окатишів, тобто зв'язок ціни і досягнутих питомих витрат в доменному процесі за певного вмісту заліза, флюсів (CaO, MgO) та зниження кремнезему (SiO<sub>2</sub>). Запропоновані окатиші відомих вітчизняних ГЗК випробувані в реальних виробничих умовах доменного цеху металургійного заводу [4,5]. Факторами, що впливають на встановлення ціни на окатиші, визначено питомі витрати залізорудної сировини на 1т чавуну, сумарний вміст заліза та відсоток кремнезему.

Під час визначення конкретної ціни на окатиші орієнтиром для учасників зовнішньоторговельних переговорів слугують два види цін: опубліковані та розрахункові. До першого виду належать ціни з фірмових джерел інформації, у тому числі ціни пропозицій ГЗК, наведені в табл. 1.

Таблиця 1 – Зміна цін на окатиші в результаті проведення тендера

Підприємство постачальник	Ціна пропозиції на тендер, (грн./т) *	Ціна, в ході тендера, (грн./т)	Знижка, надана на тендері, %
Північний ГЗК	2030	1910	5,9
Полтавський ГЗК	2080	1900	8,6
Центральний ГЗК	2060	1920	6,8

\* – постачання без оплати мита

Базисні ціни на товар згідно із специфікацією – певної якості, фізико-хімічних характеристик та якісних властивостей окатишів – відіграють роль відправної точки, з якої розпочинається уторговування цін під час переговорів щодо укладання угоди. Довідкові ціни зазвичай є завищеними порівняно з цінами реальних угод. Під час переговорів ціни пропозиції знижуються на 5–10% залежно від товару [1, 4]. В ході переговорів імпортер домагається отримання знижки з ціни пропозиції. Розмір знижки при уторговуванні ціни визначається численними факторами: кон'юнктуру світового ринку окатишів; завантаження виробничих потужностей ГЗК; тра-

діціями торгівлі, які прийняті в окремих країнах; характером відносин між продавцем і покупцем; традиціями зарубіжної фірми. Потрібно детально оцінювати пропозиції покупця і висувати аргументи на основі підготовленої документації про світовий ринок окатишів, ціни конкурентів та ціни попередньої угоди. Тільки після погодження знижки з ціни пропозиції доцільно розпочинати переговори про знижки за обсяги, терміни постачання та інше. Збільшення обсягів закупки окатишів конкретною фірмою відносно початкового запиту веде до обґрунтованого прохання знизити ціну, так як затрати на одиницю продукції під час виробництва більшої кі-

лькості зменшуватимуться. Подовження строку постачання дає підстави для отримання знижки з ціни.

Учасники зовнішньої торгівлі повинні користуватися загальноприйнятими методичними підходами при обґрунтуванні цін та порядку їх узгодження. Завчасна і серйозна підготовка до успішного ведення переговорів з іноземними партнерами вимагає системного підходу: збір і аналіз матеріалів щодо кон'юнктури ринку, аналітична розвідка конкурентного середовища з використанням методів статистичного аналізу, розрахунок складових зовнішньоторговельної ціни, особливості застосування конкретного товару, наприклад, окатишів для отримання чавуну в доменному виробництві. Залежність ціни на окатиші від їх питомих витрат при виплавці чавуну за використання залізорудної сировини Полтавського ГЗК апроксимується експоненціальним рівнянням:

$$Y = 1885,324 e^{-0,7945 x}, \quad (3)$$

де  $Y$  – ціна за 1т окатишів,  $x$  – фактичні питомі витрати кг/т чавуну.

Контроль відповідності запропонованих іноземними фірмами цін на окатиші з підвищеним вмістом заліза дозволив виявити потенційну можливість проведення додаткових переговорів з метою подальшої роботи комбінату в області реконструкції флотажного устаткування. Здійснення системного аналізу залежності між ціною та якістю залізорудної сировини з використанням кореляційно-регресійних та авторегресивних моделей дозволяє аргументовано проводити утворювання ціни і дає можливість істотно збільшити прибутковність підприємства.

Керівництво ГЗК повинне також приймати обґрунтоване рішення стосовно позиціонування на ринку з визначенням стратегії ціноутворення. Із трьох стратегій, які широко застосовуються у виборі ціни, комбінат може обрати одну із наступних:

1. встановлюється ринкова ціна за загально визнаною у сфері виробництва залізорудної сировини. При цьому підприємство працює в умовах нецінової конкуренції. Продаж окатишів на рівні конкурентів запобігає зниженню ціни, яка покриває граничні витрати підприємства. За таких умов на ринку відсутня цінова диференціація і підприємство може використовувати нецінові підходи стимулювання попиту;

2. вибирається нижча ціна в порівнянні з ринковою, тобто стратегія проникнення на ринок. Підприємство намагається збільшити обсяги продаж у порівнянні з конкурентами. За використання цієї стратегії ціноутворення успіх можливий тільки за умов еластичного попиту на залізорудну сировину;

3. встановлення ціни вище ринкової. Обумовлюється використання наведеної стратегії високою якістю окатишів. За такого підходу керівники ГЗК повинні звертати основну увагу щодо раціоналізації співвідношення «ціна–якість». Встановлення високих цін в умовах збільшення витрат на залізорудну сировину підвищеної якості приводить до скорочення обсягу продаж, але багато комбінатів успішно використовують саме такий підхід у ціноутворенні [6, 8].

Одним з ефективних методів визначення ціни окатишів може стати і метод забезпечення фіксованого обсягу прибутку, що виступає різновидом методики розрахунку вартості на основі собівартості. На світовому ринку на зміну цінової конкуренції виходить нецінова, яка ідентифікує сукупність якісних характеристик залізорудної сировини. Конкурентну боротьбу на ринку виграє підприємство, яке пропонує вищу якість продукції. За збільшення ролі ціна виступає і найвпливовішим критерієм максимізації прибутку. Ціни відображають і коливання попиту в різні періоди року, коли витрати й прибуток розподілені нерівномірно.

**ВИСНОВКИ.** Вибір цінової стратегії підприємства істотно впливає на стратегію управління підприємством, вносячи свої корективи, оскільки функціонування інтегрованої системи взаємодії дає змогу співвідносити стратегічні дії, орієнтовані на внутрішні проблеми, зі стратегічними можливостями підприємства.

В умовах розбудови ринкових відносин комбінату доцільно скористатися стратегією проникнення на ринок залізорудної сировини за використання цінового прориву. Процес розрахунків витрат для умов роботи підприємств необхідно здійснювати у повній відповідності з міжнародною оцінкою пропозицій покупця, висунутими аргументами на основі підготовленої документації про світовий ринок окатишів, цін конкурентів та попередньої угоди.

Ефективність управління доходами можна підвищити за рахунок використання якіснішого прогностування і готовності знижувати обсяги пропозиції заради досягнення раціонального балансу. Тотальна якість – це ключ до створення споживчої цінності й досягнення високого рівня задоволення споживачів. Постійне удосконалення системи тотальної якості окатишів – задача кожного співробітника ГЗК. Працівники служб збуту, планово-економічної, обліково-фінансової повинні паралельно з дослідженням ринку, рекламою продукції та маркетинговою стратегією впроваджувати пропозиції по ефективному задоволенню металургійних підприємств високоефективною залізорудною сировиною за прийнятною ціною.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Биткін С. Використання розрахункових цін у комерційних переговорах щодо імпорту вогнетривких матеріалів/ С. Биткін, В. Литвин, А. Редько// Економіка України. – 2011. – № 4. – С. 39–44.
2. Дейли Дж. Эффективное ценообразование – основа конкурентного преимущества – М.: Вильямс, 2004. – 304 с.
3. Долан Р. Дж., Саймон Г. Эффективное ценообразование. – М.: Экзамен, 2005. – 416 с.
4. Хоменко Л. М. Організація маркетингу гірничо-збагачувального комбінату при збільшенні експортних поставок/ Л. М. Хоменко, Г. М. Дорожкіна// Вісник Хмельницького національного університету: Економічні науки. – Хмельницький: ХНУ, 2013. – № 6 Т.1 (206) – С. 153–159.
5. Дорожкіна Г. М. Цінова стратегія туристичного підприємства/Г. М. Дорожкіна// Вісник Кремен-

чущького національного університету імені Михайла Остроградського. Серія «Економічні науки». – Кременчук: КрНУ, 2014. – №1 (3). – С. 141–148.

6. Мейер М. В. Оценка эффективности бизнеса. – М.: Вершина, 2004. – 360 с.

7. Нэгл Т. Т., Холден Р. К. Стратегия и тактика ценообразования. – СПб: Питер, 2001. – 544 с.

8. Павленко А. Ф., Корінев В. Л. Маркетингова політика ціноутворення. – К.: КНЕУ, 2004. – 408 с.

9. Пінішко В. С. Ціни і ціноутворення – Львів: «Інтелект – Захід», 2006. – 488 с.

10. Dercon S. Risk Sharing and Public Transfers/ S. Dercon, P. Krishnan// *The Economic Journal*, March, 2003, pp. 87–94.

#### COST ASPECTS FOR THE EXECUTION AND CONCLUSION OF THE PURCHASE AND SALE AGREEMENT

**L. Homenko**

Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi National University

vul. Pershotravneva, 20, Kremenchuk, 39600, Ukraine, E-mail: kaffin@kdu.edu.ua.

**Purpose.** The article demonstrates the results of comparing alternative technical and commercial proposals in the sphere of raw and material sales for industrial enterprises. **Methodology.** Statistical methods have been used, comparing the profit of a mine with those of a processing plant, considering an acceptance of a justified decision of positioning according to a pricing policy of competitors in case of a market penetration using the strategy of the price break. **Results.** The dynamics of the iron content in the concentrate and the pellets over the last decade of work of the plant, the possibilities of profit increases of the enterprise due to price setting, the formation of an expenditure structure for the increased iron ore export by the use calculations and analytical methods of the technical and commercial proposals have been examined. **The practical value.** The research of value and quality of the iron ore is suggested in conditions of foreign economical negotiations with the help of correlation and regression models. References 10, tables 1, figures 2.

**Key words:** price, breakthrough strategy, expenses, profit, discounts.

#### REFERENCE

1. Bytkin, S., Lytvyn, V. and Redko, A. (2011), «Estimated prices for business talks on imports of refractory materials», *Ekonomika Ukrainy*, no. 4, pp. 39–44.

2. Dejli, Dzh. (2004), *Jejektivnoe cenoobrazovanie – osnova konkurentnogo preimushhestva* [Efficient pricing – the basis of competitive advantage], Viljams, Moscow, Russia.

3. Dolan, R. Dzh. and Sajmon, G. (2005), *Jejektivnoe cenoobrazovanie* [Efficient pricing], Jekzamen, Moscow, Russia.

4. Homenko, L. M. and Dorozhkina, H. M. (2013), «Marketing Organization mining and processing plant by increasing exports», *Transactions of Khmelnytsky National University: Economic sciences*, no. 6 (206), vol. 1, pp. 153–159.

5. Dorozhkina, H. M. (2014), «Pricing strategy tourism enterprises», *Transactions of Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi National University. Series «Economic Sciences»*, no. 1 (3), pp. 141–148.

6. Mejer, M. V. (2004), *Ocenka jeffektivnosti biznesa* [Evaluating the effectiveness of business], Vershina, Moscow, Russia.

7. Njegl, T. and Holden, R. (2001), *Strategija i takтика cenoobrazovanija* [Strategy and tactics of pricing], Piter, St Petersburg, Russia.

8. Pavlenko, A. F. and Koriniev, V. L. (2004), *Marketingova polityka tsinoutvorennia* [Marketing pricing policy], KNEU, Kiyv, Ukraine.

9. Pinishko, V. S. (2006), *Tsiny i tsinoutvorennia* [Prices and pricing], Intellect – Zakhid, Lviv, Ukraine.

10. Dercon, S. and Krishnan, P (2003), «Sharing and Public Transfers», *The Economic Journal*, March, pp. 87–94.

Стаття надійшла 10.10.2015