

Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

УДК 338.31:338.53

Зайченко Катерина Сергіївна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри підприємництва і торгівлі
Національний університет «Одеська політехніка»*

Zaichenko Kateryna

*PhD in Economics, Associate Professor
Odesa Polytechnic National University
ORCID: 0000-0002-0975-2175*

Сулим Ірина Костянтинівна

*здобувачка вищої освіти першого (бакалаврського) рівня
Національного університету «Одеська політехніка»*

Sulym Iryna

*Applicant for higher Education of the first (Bachelor`s) Level of the
Odesa Polytechnic National University*

ОПЕРАЦІЙНИЙ ЛЕВЕРИДЖ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ФОРМУВАННЯ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

OPERATIONAL LEVERAGE AND ITS INFLUENCE ON THE FORMATION OF THE PRICE POLICY OF THE ENTERPRISE

***Анотація.** У статті проведено дослідження впливу операційного левериджу на процес формування цінової політики підприємства. Проаналізовано підходи до трактування поняття «операційний леверидж» вітчизняних та зарубіжних вчених, наведено їх порівняльну характеристику. Виділено ключові аспекти, за якими розглядається операційний леверидж, зокрема такі: можливість впливу; механізм управління; взаємозв'язок прибутку і обсягу продукції; взаємозв'язок*

структури витрат і операційного прибутку; частка постійних витрат; оцінка цінової політики; встановлення ціни. Визначено, що зарубіжні вчені розглядають операційний леверидж відповідно його впливу на ціноутворення та формування цінової політики. В той час як вітчизняними вченими – з позиції його впливу на основні показники фінансово-господарської діяльності, зокрема обсяг реалізації продукції, виручку від реалізації та операційний прибуток. Визначено, що за рахунок використання операційного левериджу підприємство здатне проводити моніторинг структури витрат і приймати управлінські рішення щодо оптимальності рівня ціни його продукції. Проведено дослідження основних етапів розробки цінової політики, що складається з шести етапів: вибір цільової політики, оцінка попиту, аналіз витрат, аналіз цін конкурентів, вибір методу ціноутворення, встановлення ціни, оцінка ефективності цінової політики. Визначено, що розрахунок операційного левериджу варто проводити на етапі аналізу витрат з метою визначення оптимальної їх структури відповідно до ресурсів, можливостей та потенціалу підприємства. Виявлено, що рівень операційного левериджу, який характеризує співвідношення постійних та змінних витрат у їх структурі, здатний відобразити оптимальність ціни та спроможність підприємства їх покривати та при необхідності впливати на управлінські рішення щодо обсягу реалізації продукції та структури витрат.

Ключові слова: операційний леверидж, ціна, цінова політика, підприємство, ефективність.

Summary. The article examines the impact of operational leverage on the process of forming the pricing policy of the enterprise. Approaches to the interpretation of the concept of "operational leverage" of domestic and foreign scientists are analyzed, their comparative characteristics are given. The key aspects of operational leverage are highlighted, including: impact; control

mechanism; the relationship between profit and output; the relationship between cost structure and operating profit; share of fixed costs; assessment of pricing policy; pricing. It is determined that foreign scientists consider operational leverage in accordance with its impact on pricing and pricing policy. While domestic scientists examine from the standpoint of its impact on key indicators of financial and economic activities, including sales, sales revenue and operating profit. It is determined that due to the use of operational leverage the company is able to monitor the cost structure and make management decisions about the optimal price level of its products. A study of the main stages of pricing policy development identify six ones: the choice of target policy, demand assessment, cost analysis, analysis of competitors' prices, choice of pricing method, pricing, evaluation of the effectiveness of pricing policy. It is determined that the calculation of operating leverage should be carried out at the stage of cost analysis in order to determine their optimal structure in accordance with the resources, capabilities and potential of the enterprise. It was found that the level of operating leverage, which characterizes the ratio of fixed and variable costs in their structure, can reflect the optimal price and ability of the company to cover them and, if necessary, influence management decisions on sales and cost structure.

Key words: *operating leverage, price, pricing policy, enterprise, efficiency.*

Постановка проблеми. Динамічний темп розвитку зовнішнього та внутрішнього середовища формує нові умови ведення підприємницької діяльності, що також залежать від впливу низки факторів. Незмінними є найбільш пріоритетні цілі, які підприємці намагаються домогтись, зокрема максимізувати рівень прибутку, оптимізувати витрати підприємства, розширити ринки збуту, підвищити обсяги реалізації, сформувати ефективну цінову політику. Їх досягнення стане можливим за рахунок запровадження комплексу інструментів, а саме фінансових, маркетингових,

управлінських, організаційних, реалізація яких забезпечить не лише стійкість функціонування підприємства, а і його розвиток. Серед таких інструментів є операційний леверидж, що не досить розповсюджений у практиці вітчизняних підприємств через складність його реалізації або недостатній рівень поінформованості. Саме тому особливої актуальності набувають дослідження, що направлені на висвітлення його широкого спектру дії у багатьох напрямках діяльності підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичний зміст економічної категорії «операційний леверидж» розглядається багатьма вітчизняними науковцями, зокрема Ю. Верлановим [5], В. Гераймович [1], В. Іванютою [4], О. Лугівською [2], П. Смірноюю [3]. Щодо аспектів запровадження концепції операційного левериджу у процес розробки цінової політики, переважно вони висвітлені у роботах зарубіжних науковців, зокрема Ахсан Хабіб [15], Марко Паганіні [16], Ченхо Се та Чуо-Сюань Лі [6] та ін.

Формулювання цілей статті. Метою дослідження є визначення впливу операційного левериджу на процес формування цінової політики.

Виклад основного матеріалу. Операційний леверидж – це базова концепція CVP-аналізу, за допомогою якого підприємство здатне визначати динаміку прибутку підприємства за рахунок зміни інших показників його діяльності (виручки, обсягу реалізації, структури витрат, ціни та ін.). Розглянемо більш детально підходи до визначення поняття «операційний леверидж» та визначимо ключовий аспект, що його характеризує (табл. 1).

Таблиця 1

**Порівняльна характеристика підходів до формулювання поняття
«операційний леверидж»**

Вчені	Змістовна характеристика («операційний леверидж – це ...»)	Ключовий аспект
Скрипник Г.О., Гераймович В.Л. [1]	потенційна можливість впливати на валовий прибуток шляхом зміни	<i>можливість впливу</i>

	структури собівартості й об'єму випуску продукції.	
Іванюта П.В., Лугівська О.П. [2]	механізм управління прибутком підприємства, який ґрунтується на оптимізації співвідношення постійних і змінних витрат.	<i>механізм управління</i>
Чорна М.В., Смірнова П.В., Бугріменко Р.М. [3]	показник, що характеризує відносну зміну прибутку внаслідок відносної зміни обсягу продажу продукції.	<i>взаємозв'язок прибутку і обсягу продукції</i>
Іванюта В.Ф. [4]	показник, що характеризує вплив структури витрат на величину операційного прибутку.	<i>взаємозв'язок структури витрат і операційного прибутку</i>
Верланов Ю.Ю., Бурлан С.А., Верланов О.Ю. [5]	частка постійних витрат у загальних витратах підприємства на виробництво й реалізацію продукції (надання послуг).	<i>частка постійних витрат</i>
Ченхо Се Чуо-Сюань Лі [6]	інструмент оцінки цінової політики бізнесу.	<i>оцінка цінової політики</i>
Ті Корлі [7]	інструмент обліку витрат, який може використовуватись для встановлення цін і забезпечення беззбитковості.	<i>встановлення ціни</i>

Джерело: систематизовано автором на основі [1-7]

Таким чином операційний леверидж є однією з найбільш значимих економічних категорій, що здатний забезпечити досягнення поставлених цілей та задач як окремого бізнес-процесу, так і підприємницької діяльності в цілому. Теоретичний базис терміну «операційний леверидж» відображено у дослідженнях вітчизняних та зарубіжних науковців. На нашу думку, ключовими ознаками вище відзначених підходів є: можливість впливу, механізм управління, взаємозв'язок прибутку і обсягу продукції, взаємозв'язок структури витрат і операційного прибутку, частка постійних витрат, оцінка цінової політики, встановлення ціни. Слід відзначити, що вітчизняні науковці вбачають у понятті «операційний леверидж» його вплив на ключові показники фінансово-господарської діяльності. В той час як зарубіжні науковці розглядають дану економічну категорію як інструмент, що має вплив на цінову політику та процес ціноутворення.

Посна Н.І., Танцюра А.І. та Голєва А.С. відзначають, що «операційний леверидж є головним інструментом управління чистим фінансовим

результатом від операційної діяльності, що проявляється у раціональному співвідношенні постійних та змінних витрат» [8]. Аналізуючи динаміку топ-менеджмент підприємства приймає рішення стосовно планування певних змін його прибутку відповідно до позитивних чи негативних змін обсягу реалізації.

Серед управлінських завдань, які вирішуються підприємством, із застосуванням концепції операційного левериджу, Радіонова Н.Й. також виділяє «обґрунтування ціни, в тому числі, для забезпечення підвищення конкурентоспроможності продукції за рахунок зниження витрат і формування, на цій основі, ефективної цінової політики» [9].

Ціна є одним із факторів, що впливає на обсяг виручки підприємства, що в свою чергу і визначає його фінансовий результат. За рахунок того, що операційний леверидж відображає структуру витрат, він також дає змогу визначити, чи правильно сформована ціна продукції і чи покриваються всі витрати, що несе підприємство на її виробництво. Через неефективну цінову політику досить часто підприємства стикаються з ситуацією, коли високий рівень продажів не забезпечує покриття постійних та змінних витрат. Показники операційного левериджу дають змогу проводити контроль питомої ваги постійних витрат у їх структурі, що є дуже важливим через незалежність їх величини від обсягу продажів.

Добровольська О.В. та Дуброва Н.П. також відзначають, що однією з переваг використання концепції операційного левериджу у системі управління підприємством є «зростання його доходів за рахунок розроблення ефективної цінової та кредитної політики, що дасть можливість збільшити обсяги реалізації продукції» [10].

Економічна сутність ефективної цінової політики проявляється у визначенні такого рівня ціни, що здатний забезпечити вирішення стратегічних та тактичних цілей підприємства.

Існує досить багато підходів до визначення поняття «цінова політика», проте вважаємо, що найбільш повно його трактує Кузьмін А.В., а саме, що «цінова політика – визначення ціни на товар з урахуванням витрат виробництва, цін конкурентів, величину попиту, транспортних витрат, надбавок і знижок, митних та інших зборів, витрат на рекламу й стимулювання збутом, психологічної реакції покупців та ін.» [11].

Розглянемо основні етапи розробки цінової політики підприємства (рис. 1).

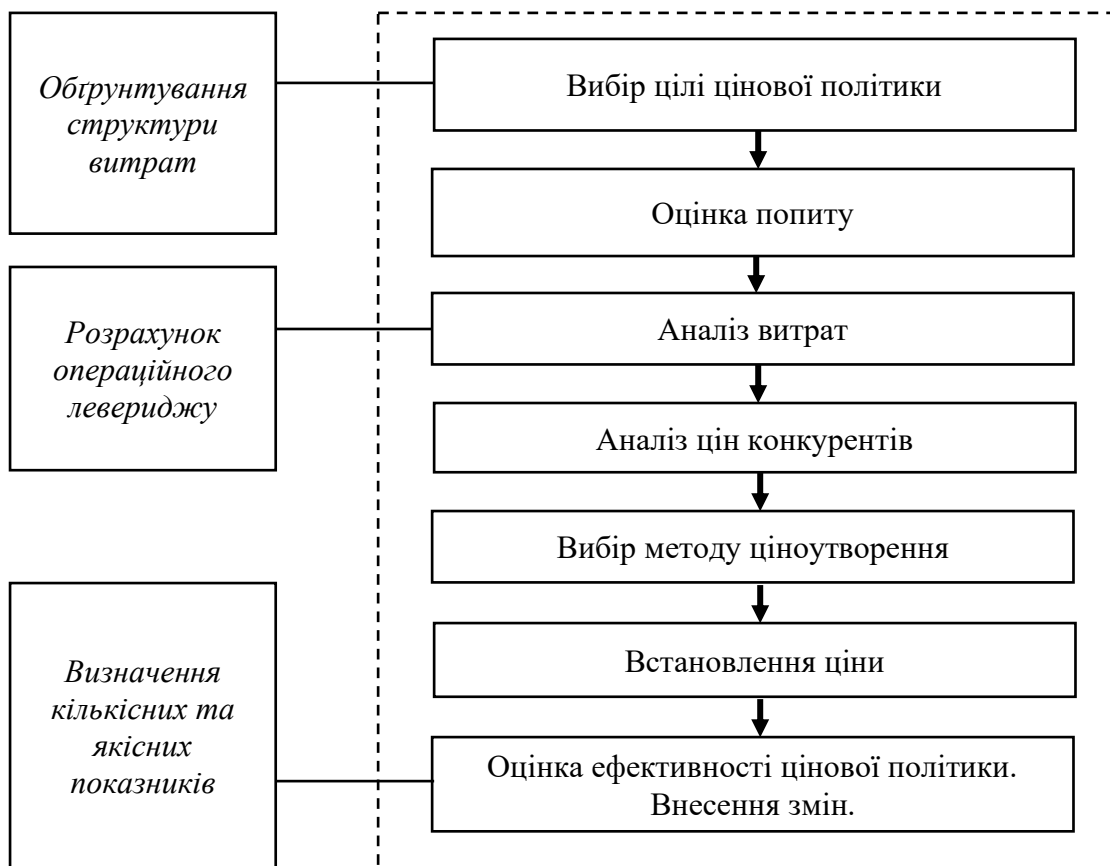


Рис. 1. Етапи розробки цінової політики

Джерело: побудовано автором на основі [12-14]

Розробка цінової політики – багатоетапний процес, визначення яких залежить від сфери діяльності та ресурсного забезпечення підприємства. Попри це зазвичай виділяють такі основні етапи: вибір цілі цінової політики, оцінка попиту на продукцію, аналіз витрат та цін основних конкурентів,

вибір методики ціноутворення та проведення оцінки ефективності цінової політики на предмет того, на скільки досягається визначена ціль цінової політики.

Саме на першому етапі, відповідно до обраної цілі, керівництво оцінює ресурси та власні можливості, необхідні для забезпечення її досягнення. Серед основних цілей цінової політики виділяють такі: забезпечення існування підприємства, максимізація прибутку, утримання існуючого положення на ринку. Кожна з вище зазначених цілей обирається підприємством відповідно до стану ринку, рівня конкурентної боротьби, споживчого потенціалу та ін. Саме тому на даному етапі доцільно провести обґрунтування витрат відповідно до усіх вище відзначених факторів, структура яких має вплив на ефективність функціонування підприємства в цілому.

Після проведення оцінки попиту, що сформувався на ринку, варто проаналізувати витрати. Ці два етапи є підґрунтям для визначення ціни продукції, адже вони забезпечують визначення мінімального та максимального її рівня. З точки зору впливу операційного левериджу, даний етап є важливим через визначення рівня виробничого ризику, залежності між операційним прибутком та обсягом реалізації, а також між маржинальним та операційним прибутком. Високий рівень операційного левериджу свідчить про необхідність підприємству підвищувати обсяг реалізації, щоб гарантувати покриття всіх своїх постійних витрат. Це також вказує на те, що підприємство використовує власні основні засоби для стабільного його функціонування, що відображає високий ступінь залежності від них. Таким чином у нього є всі можливості для збільшення прибутку. Якщо рівень операційного левериджу низький, це свідчить про те, що підприємство використовує змінні активи для стабільного функціонування підприємства, що буде негативно впливати на рівень маржинального прибутку.

Наступні три етапи пов'язані з проведенням аналізу цін на продукцію у основних конкурентів, визначення методу, за яким буде встановлюватись ціна, та останній – оцінки ефективності цінової політики. Отримані результати є відображенням ефективності запровадження цінової політики та відповідності поставленій цілі на першому етапі.

Висновки. Операційний леверидж досить активно використовується зарубіжними підприємствами, що доводить його ефективність у підприємницькій діяльності. Рівень операційного левериджу надає змогу контролювати структуру витрат. При ціноутворенні та формуванні цінової політики операційний леверидж забезпечує визначення оптимальної ціни, яка забезпечить їх покриття та отримання прибутку. Рівень операційного левериджу показує, на скільки прийнятним є рівень маржинального прибутку для покриття постійних витрат та операційного – для покриття усіх витрат підприємства. Саме тому необхідно і надалі проводити дослідження основних теоретичних та практичних аспектів операційного левериджу для подальшого їх застосування вітчизняними підприємствами.

Література

1. Скрипник Г.О., Гераймович В.Л. Інвестування: навч. посіб. Київ: ЦП «Компринт», 2015. 307 с.
2. Іванюта П.В., Лугівська О.П. Управління ресурсами та витратами: навч. посіб. / За ред. С. М. Іванюти. Київ: Центр навч. літерат., 2009. 320 с.
3. Чорна М.В., Смірнова П.В., Бугріменко Р.М. Управління витратами : навч. посіб. Харків, 2017. 166 с.
4. Іванюта В.Ф. Методологічні підходи щодо визначення беззбитковості аграрного виробництва: розділ монографії. URL: <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/6276> (дата звернення: 15.05.2022).

5. Верланов Ю.Ю. Управлінський облік: сучасна теорія і практика : навчальний посібник. Миколаїв : ЧДУ ім. Петра Могили, 2015. 340 с.
6. Hsieh, Chengho & Lee, Chuohsuan. The Role of Operating Leverage in Pricing Decisions. *The Journal of Cost Analysis & Management*. 2007. №9. P. 29-36. URL: https://www.researchgate.net/publication/272121889_The_Role_of_Operating_Leverage_in_Pricing_Decisions. (дата звернення: 20.05.2022).
7. Tee Corley Operating Leverage: Do You Know Your Break-Even Point? URL: <https://leverage.com/financing/operating-leverage/> (дата звернення: 05.06.2022).
8. Посна Н.І., Танцюра А.І., Голева А.С. Операційний леверидж як важливий інструмент управління операційним прибутком підприємства. *Економіка і підприємництво: організаційно-методологічні аспекти обліку, фінансів, аудиту та аналізу*. Вип. 19. Том 2. Полтава. 2019. С. 72-75.
9. Радіонова Н.Й. Вплив механізму виробничого левериджу на управління витратами промислового підприємства. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2018. № 1. С. 119-124. URL: <http://vsed.oneu.edu.ua/collections/2018/65/pdf/119-124.pdf>. (дата звернення: 06.06.2022).
10. Добровольська О.В., Дуброва Н.П. Сутність операційного левериджу та методика його розрахунку. *Причорноморські економічні студії*. 2021. Випуск 62. С. 124-128. URL: http://bses.in.ua/journals/2021/62_2021/22.pdf. (дата звернення: 01.06.2022).
11. Гальчинська Ю.М. Обґрунтування механізму ціноутворення та формування маркетингової цінової політики. *Інвестиції: практика та досвід*. 2014. № 6. С. 27-30.

12. Гросул В., Филипенко О. Процес формування цінової політики підприємств роздрібною торгівлі продовольчими товарами. *Схід*. 2010. № 7 (107). С. 22-27.
13. Zaichenko K., Probnyak O. Optimization of cash flows at the enterprise. *Science of post-industrial society: globalization and transformation processes: II Correspondence International Scientific and Practical Conference (Vinnytsia-Vienna, 19th November, 2021)*. Vinnytsia, 2021. P. 81-83.
14. Обозна В. В. Цінова політика в системі управління збутовою діяльністю на підприємстві. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2017. Вип. 1(2). С. 7-12. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/evzdia_2017_1\(2\)_3](http://nbuv.gov.ua/UJRN/evzdia_2017_1(2)_3). (дата звернення: 27.05.2022).
15. M.d. Babar, Ahsan Habib Product market competition and operating leverage. *The Journal of Corporate Accounting and Finance*. 2022. Vol. 1–28 URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1002/jcaf.22558>. (дата звернення: 07.06.2022).
16. Marco A. Paganini Potential and Real Operating Leverage. *International Journal of Economics and Finance*. 2019. Vol. 11. No. 8. URL: <https://pdfs.semanticscholar.org/7339/cc5c5c60dfd4f8feba6f30f52d3e23b354dc.pdf>. (дата звернення: 15.06.2022).

References

1. Skrypnyk, Gh.O., Gherajmovych, V.L. (2015). *Investuvannja [Investment]* Kyiv: СР «Компринт» [In Ukrainian].
2. Ivanyuta, P.V., Luhivs'ka, O.P. (2009). *Upravlinnya resursamy ta vytratamy [Resource and cost management]* In Ivanyuta S.M. (Eds.) Kyiv: Tsentr navchal'noyi literatury [In Ukrainian].

3. Chorna, M.V., Smirnova, P.V., Buhrimenko, R.M. (2017). *Upravlinnia vytratamy [Cost management]* Kharkiv [In Ukrainian].
4. Ivanyuta, V.F. (2008). *Metodolohichni pidkhody shchodo vyznachennya bezzbytkovosti ahrarnoho vyrobnytstva: rozdil monografii [Methodological approaches to determining the break-even point of agricultural production]*. Retrieved from: <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/6276> [In Ukrainian].
5. Verlanov, Yu.Yu. (2015). *Upravlins'kyi oblik: suchasna teoriya i praktyka [Management accounting: modern theory and practice]* Mykolayiv: CHDU im. Petra Mohyly [In Ukrainian].
6. Chengho, H. & Chuohsuan, L. (2007). The Role of Operating Leverage in Pricing Decisions. *The Journal of Cost Analysis & Management*. Issue. 9. Retrieved from: https://www.researchgate.net/publication/272121889_The_Role_of_Operating_Leverage_in_Pricing_Decisions [In English].
7. Tee Corley Operating Leverage: Do You Know Your Break-Even Point? URL: <https://leverage.com/financing/operating-leverage/> [In English].
8. Posna, N.I., Tantsyura, A.I., Holyeva, A.S. (2019). Operating leverage as an important tool for managing operating profit of the enterprise. *Economics and entrepreneurship: organizational and methodological aspects of accounting, finance, audit and analysis*. (Issue 19 Vol. 2). P. 72-75 [In Ukrainian].
9. Radionova, N.Y. (2018). The influence of the mechanism of production leverage on the cost management of industrial enterprises. *Bulletin of socio-economic research* Vol. 1. p. 119-124. Retrieved from: <http://vsed.oneu.edu.ua/collections/2018/65/pdf/119-124.pdf> [In Ukrainian].
10. Dobrovol's'ka, O.V., Dubrova, N.P. (2021). The essence of operational leverage and methods of its calculation. *Black Sea Economic Studies*. Issue

62. p. 124-128. URL: http://bses.in.ua/journals/2021/62_2021/22.pdf [In Ukrainian].
11. Hal'chyns'ka, YU.M. (2014). Substantiation of the pricing mechanism and formation of marketing pricing policy. *Investments: practice and experience*. Issue 6. p. 27-30 [In Ukrainian].
12. Hrosul, V., Fylypenko, O. (2010). The process of forming the pricing policy of food retailers. *East*. Issue 7 (107). p. 22-27 [In Ukrainian].
13. Zaichenko, K., Probnnyak, O. (2021). Optimization of cash flows at the enterprise. *Science of post-industrial society: globalization and transformation processes: II Correspondence International Scientific and Practical Conference (Vinnytsia-Vienna, 19th November, 2021)*. p. 81-83 [In English].
14. Obozna, V.V. (2017). Price policy in the management system of sales activities at the enterprise. *Economic Bulletin of the Zaporozhye State Engineering Academy*. Issue 1(2). p. 7-12. Retrieved from: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/evzdia_2017_1\(2\)__3](http://nbuv.gov.ua/UJRN/evzdia_2017_1(2)__3) [In Ukrainian].
15. Babar, M. d., & Habib, A. (2022). Product market competition and operating leverage. *Journal of Corporate Accounting & Finance*, 1–28. doi: <https://doi.org/10.1002/jcaf.22558>. Retrieved from: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1002/jcaf.22558> [In English].
16. Marco, A. Paganini (2019). Potential and Real Operating Leverage. *International Journal of Economics and Finance* Vol. 11. Issue. 8. Retrieved from: <https://pdfs.semanticscholar.org/7339/cc5c5c60dfd4f8feba6f30f52d3e23b354dc.pdf> [In English].