

Климентова М. В.,
аспірантка
Науковий керівник: **Кобелєва Т. О.,**
д-р. екон. наук, професорка, професорка кафедри економіки бізнесу та
міжнародних економічних відносин
Національний технічний університет
"Харківський політехнічний інститут", м. Харків

ПІДХОДИ ДО ВСТАНОВЛЕННЯ ЦІН НА АГРАРНУ ПРОДУКЦІЮ

Дослідження та аналіз методів ціноутворення на продукцію підприємств агропромислового комплексу є дуже актуальною в сучасному світі, особливо з урахуванням постійного розвитку технологій і наукових відкриттів та забезпечення продовольчої безпеки [1-12]. Визначення правильного науково обґрунтованого ціноутворення на аграрну продукцію має велике значення для забезпечення її фінансової стабільності, стимулювання подальших досліджень і розвитку інновацій [2, 4, 9]. Дослідження та вдосконалення методів ціноутворення на аграрну продукцію є важливим завданням для підтримки інноваційного розвитку та стимулювання наукових досліджень.

Методи ціноутворення на аграрну продукцію можуть бути досить різноманітними, оскільки вони враховують специфічність ринку наукових інновацій [3, 8, 12]. Існує кілька підходів до встановлення цін на сільськогосподарську продукцію, які можуть варіюватися в залежності від ринкових умов, правового середовища та економічних стратегій країни. Нами виявлено, обґрунтовано та удосконалено основні методи ціноутворення на аграрну продукцію, які використовуються в індустрії досліджень і розробок.

1. Витратний метод. Цей метод базується на витратах на виробництво наукової продукції, включаючи витрати на дослідження і розробки, матеріали, працю, обладнання та інші витрати. Після розрахунку загальних витрат на виробництво додається прибуток, і таким чином визначається ціна продукції. Цей метод враховує всі витрати, пов'язані з дослідженням, розробкою і виробництвом наукової продукції, включаючи затрати на працю, матеріали, обладнання, а також адміністративні витрати. Потім до цього додається прибуток, і отримується ціна продукції. Ціни встановлюються на основі витрат на виробництво продукції, включаючи витрати на сировину, працю, обладнання, енергію та інші фактори виробництва, а також прибуток.

2. Метод конкурентоспроможності (порівняльного аналізу). Цей метод враховує ціни конкурентів на подібні продукти або послуги на ринку. Ціни наукової продукції можуть бути встановлені на рівні, який дозволяє продукту конкурувати з аналогічними продуктами в тому ж сегменті ринку. Цей підхід передбачає встановлення цін наукової продукції таким чином, щоб вона була конкурентоспроможною в порівнянні з аналогічними продуктами конкурентів на ринку. Ціни формуються в результаті взаємодії попиту та пропозиції на ринку. Вони відображають споживчі уподобання, вартість виробництва, конкурентність інших товарів тощо.

3. Метод цінності для клієнта. Цей підхід передбачає визначення цінності, яку продукт принесе своїм користувачам. Ціна наукової продукції встановлюється з урахуванням цінності, яку клієнти приділяють рішенню, яке вирішується за допомогою цього продукту.

4. Динамічне ціноутворення. Цей метод передбачає зміну цін в залежності від різних факторів, таких як попит, сезонність, рівень конкуренції тощо. Аграрна продукція може мати гнучке ціноутворення, щоб максимізувати доходи або забезпечити доступність продукту на ринку.

5. Метод базованого на ринку ціноутворення. Цей метод використовується для продуктів, які мають унікальні характеристики або переваги і можуть встановлювати ціни, базуючись на спроможності ринку сприймати ці продукти як унікальні і цінні. В цьому випадку ціна визначається відповідно до того, наскільки готові клієнти платити за аграрну продукцію. Це може включати аналіз попиту, створення сегментів клієнтів і розробку стратегій, які максимізують прибуток від кожного сегменту.

6. Метод диференційованого ціноутворення: За цією стратегією виробник створює кілька версій продукту за різними ціновими категоріями, враховуючи різні потреби і можливості клієнтів. Цей метод може допомогти виробникам забезпечити покриття різних сегментів ринку за різними ціновими категоріями.

7. Управлінський підхід. У цьому підході встановлення цін базується на стратегіях управління підприємством. Ціни можуть бути встановлені з метою максимізації прибутку, ринкової частки або інших цілей.

8. Метод державного регулювання. У деяких випадках держава втручається у процес формування цін, щоб забезпечити стабільність ринку, захистити виробників від несправедливої конкуренції або забезпечити доступність продуктів для споживачів.

9. Метод "мінімакс" - це стратегія в грі або прийнятті рішень, яка спрямована на мінімізацію максимальних можливих втрат чи ризиків. У контексті ціноутворення на аграрну продукцію, метод "мінімакс" може використовуватися для мінімізації можливих втрат, пов'язаних з встановленням занадто низької ціни на продукт, яка не відображає його реальну вартість і може призвести до збитків.

10. Сезонні фактори та погодні умови. У деяких випадках ціни можуть змінюватися в залежності від сезонних факторів, таких як врожайність, попит на ринку, погодні умови тощо.

Кожен з цих методів має свої переваги та недоліки, і вибір конкретного підходу може залежати від ряду факторів, включаючи ринкові умови, конкуренцію, характеристики продукту та стратегічні цілі підприємства. У більшості випадків комбінується декілька підходів, а фактори, що впливають на ціни на сільськогосподарську продукцію, можуть бути складними і різноманітними.

Ефективне ціноутворення на аграрну продукцію часто вимагає постійного аналізу ринкових умов, змін витрат та стратегічних цілей компанії для забезпечення конкурентоспроможності та прибутковості продукту. Під час визначення методів ціноутворення на аграрну продукцію важливо враховувати

ряд факторів, таких як витрати на дослідження та розробку, конкуренція на ринку, цінність продукту для клієнтів та стратегічні цілі підприємства.

У даній доповіді розглянуто різні підходи до встановлення цін на аграрну продукцію. Виокремлено основні підходи до цього процесу, включаючи ринковий, вартісний, управлінський, державне регулювання та сезонні фактори та погодні умови. Кожен з цих підходів має свої особливості та може бути використаний в різних ситуаціях, залежно від конкретних умов ринку та стратегічних цілей. Врахування цих підходів допомагає виробникам, споживачам та регуляторам ринку краще розуміти механізми формування цін на аграрну продукцію і приймати обґрунтовані рішення.

Список використаних джерел

1. Перерва П.Г., Борзенко В.І., Кобелева Т.О. Інтелектуальна власність: магістерський курс: підручник. Харків: НТУ «ХПІ», 2019. 1002 с.
URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/286988829.pdf>
2. Витвицька О.Д. Інноваційний розвиток підприємств аграрного сектору: монографія. Київ: Аграр Медіа Груп. 2012. 407 с.
3. Кобелева Т. О. Комплаєнс-безпека промислового підприємства: теорія та методи: монографія. Харків: Планета-Принт, 2020. 354с.
4. Витвицька О.Д. Вдосконалення механізмів соціально-економічних мотивацій підприємницької діяльності: автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.06.02 / Ін-т регіональних досліджень НАН України. Л., 2000. 18с.
5. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. (2012) Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.
6. Витвицька О.Д., Даценко М.С., Даценко С.М., Розвиток ринку сільськогосподарської техніки. Економіка АПК. 2010, №10. С. 103-108.
7. ТОВАЖНЯНСЬКИЙ В.Л. Антикризовий механізм сталого розвитку підприємства /ТОВАЖНЯНСЬКИЙ В.Л. Х.: Віровець А.П.: Апостроф, 2012. 703 с.
8. Витвицька О. Реалізація мотивацій підприємницької діяльності (вітчизняний та зарубіжний досвід). Регіональна економіка. 2000. №1. С.127-132
9. Перерва П.Г., Шаульська Л.В., Кобелева Т.О. Формування та використання системи моніторингу підприємницьких ризиків як запорука сталого розвитку бізнес-структур. *Економіка і організація управління*. № 1 (49), 2023. С.45-56
10. Витвицька О.Д., Козупиця Є.С. Інноваційні зміни та стимулювання розвитку галузі бджільництва в Україні. Актуальні проблеми інноваційної економіки. 2016. № 4. С. 44-48.
11. Pererva P.G., Kocziszky G., Veres Somosi M. (2019) Compliance program: [tutorial]. Kharkov; Miskolc : NTU "KhPI". 689 p.
12. Витвицька О.Д. Роль комерціалізації інноваційної продукції у забезпеченні розвитку економіки. Агроінком. 2010. №10-12. С. 12-18.