

технологіях, інфраструктурі, енергетиці, аграрному секторі та інших пріоритетних напрямках. Не менш важливим є стимулювання внутрішньої трудової міграції, оскільки значна частина працездатного населення була змушена переїхати в західні регіони України. Таким чином, кадровий потенціал стане ключовим фактором не лише для відновлення інфраструктури, але й для стабільного розвитку економіки на довгострокову перспективу.

Література

1. Державна служба статистики. <https://www.ukrstat.gov.ua/>

Климентова М.В.

здобувачка PhD,

Національний технічний університет «ХПІ»

АНАЛІТИЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ МЕТОДІВ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА НАУКОВО-ТЕХНІЧНУ ПРОДУКЦІЮ

Ціноутворення на науково-технічну продукцію є складним процесом, оскільки цей вид продукції має унікальні властивості, такі як інноваційність, висока вартість розробки та вплив на довгостроковий економічний розвиток [1, 7, 11]. Ефективне ціноутворення сприяє окупності інвестицій, конкурентоспроможності та стимулює розвиток нових технологій [2, 5, 9].

В процесі дослідження виявлено та обґрунтовано особливості ціноутворення на науково-технічну продукцію, до яких запропоновано віднести [3, 6, 12]:

- інноваційний характер науково-технічної продукції: продукт часто не має аналогів, що ускладнює ринкову оцінку, висока невизначеність щодо комерційного успіху;
- високі витрати на розробку: значні розміри вкладення у дослідження та розробки (R&D); потреба у довгострокових інвестиціях;
- обмежений обсяг технологічного ринку: науково-технічна продукція орієнтована на досить вузьку аудиторію сегменту ринку (підприємства, державні установи), має місце значна залежність від контрактних і держзамовлень;
- цінність у використанні: вартість науково-технічної продукції визначається її економічним, соціальним або технологічним ефектом.

До основних методів ціноутворення на науково-технічну продукцію пропонуємо віднести наступні методи з аналізом їх методичної сутності та особливостей використання [10, 13].

Затратні методи. Сутність: вартість визначається на основі суми витрат на розробку, виробництво та прибутку. Особливості: підходить для унікальних розробок з обмеженим доступом до ринкової інформації, простота розрахунків, але ігнорується попит і ринкова конкуренція.

Ринкові методи. Сутність: орієнтація на аналогічну продукцію конкурентів. Особливості: підходить для ринку, де є схожі рішення, враховує конкуренцію, але може недооцінювати унікальні властивості науково-технічної продукції.

Метод споживчої цінності. Сутність: ціна визначається на основі вигоди, яку отримує споживач. Особливості: орієнтований на кінцевий результат використання НТП, враховує економічний або соціальний ефект.

Ліцензійне ціноутворення. Сутність: ціна формується у вигляді роялті чи паушального платежу за право використання технології. Особливості: підходить для передачі прав на інтелектуальну власність у процесі ліцензування інтелектуально-інноваційних технологій, базується на оцінці патенту чи ноу-хау.

Метод розрахунку економічної вигоди. Сутність: оцінка вартості на основі вигоди, яку продукт приносить у довгостроковій перспективі. Особливості: використовується у високо-технологічних галузях (енергетика, медицина).

На рівень ціни науково-технічної продукції суттєвий вплив роблять наступні фактори: витрати на дослідження та розробку (вартість технологій, обладнання, зарплат і тестувань, розмір яких часто складає до 60–80 % загальної ціни); ринковий попит: готовність споживачів платити за інноваційний продукт, так як науково-технічна продукція з високою економічною вигодою має більшу цінність; технологічний рівень: чим вищий рівень інноваційності, тим складніше визначити ринкову вартість, складнощі посилює і необхідність врахування ризиків невдачі; рівень ринкової конкуренції: присутність схожих продуктів на ринку, доступність альтернатив (субституцій). Складнощі в аналітичному дослідженні ціни на науково-технічну продукцію можемо пояснити наступними положеннями: високий рівень невизначеності та непередбачуваності попиту на нові технології; практично повною відсутністю ринкових аналогів, що значно утруднює і ускладнює використання ринкових методів; довгий цикл розробки: високі витрати накопичуються до моменту виходу на ринок, має місце залежність від державної підтримки, так як далеко не всі науково-технічні розробки знаходять комерційне застосування без державних субсидій.

Наші рекомендації для ефективного ціноутворення знаходять своє відтворення в таких заходах.

1. Інтеграція методів ціноутворення на науково-технічну продукцію: комбінування затратного, ринкового та ціннісного підходів надає, на наш погляд, найточніші результати.
2. Розрахунок комерційних, технологічних і фінансових ризиків практичного використання розрахункових значень цін: врахування сценаріїв невдачі та низького попиту.
3. Залучення до процесу ціноутворення кваліфікованих експертів у сфері розробки та використання інновацій: співпраця з консультантами для оцінки технологій.
4. Моніторинг цільового технологічного ринку, на якому передбачається позиціонувати та реалізувати інноваційну продукцію: регулярний аналіз ринкових трендів і змін у законодавстві.
5. Гнучка стратегія ціноутворення: можливість змінювати ціну залежно від результатів тестових продажів.

Ціноутворення на науково-технічну продукцію є критично важливим для її комерційного успіху. Воно вимагає глибокого розуміння ринкових умов, технологічних особливостей продукту та витрат на його розробку. Інтеграція різних методів та адаптація до змін на ринку дозволяє розробникам і виробникам формувати конкурентоспроможну ціну.

Література

1. Перерва П.Г. Економіка та організація інноваційної діяльності : підруч. / за ред. П.Г. Перерви, С.А. Меховича, М.І. Погорелова. Харків: НТУ «ХПІ», 2008. 1080 с.
2. Перерва П.Г. Економіка і маркетинг виробничо-підприємницької діяльності: Навч. посібник / За ред. Перерви П.Г., Гавриш О.М., Погорелова М.І. Харків: НТУ «ХПІ», 2004. 640 с.
3. ТОВАЖНЯНСЬКИЙ В.Л. Антикризовий механізм сталого розвитку підприємства / ТОВАЖНЯНСЬКИЙ В.Л.-Х.: Віровець А.П. : Апостроф, 2012. У 703 с.
4. Kocziszky G., Pererva P.G., Veres Somosi M. (2019) Compliance program : [tutorial]. Kharkov; Miskolc : NTU «KhPI». 689 p.
5. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. (2012) Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.
6. Перерва П.Г. Управління маркетингом на машинобудівному підприємстві // Навч. посібник для інж.-техн. вузів.- Харків : «Основа», 1993. — 288с.
7. Перерва П.Г., Борзенко В.І., Кобелева Т.О. Інтелектуальна власність: магістерський курс: підручник. Харків: НТУ «ХПІ», 2019. 1002 с.
8. Pererva P., Nagy S., Maslak M. (2018) Organization of marketing activities on the intrapreneurship // MIND Journal. № 5. 10 p.
9. Kocziszky G., Pererva P.G., Veres Somosi M. (2019) Compliance program: [tutorial]. Kharkov; Miskolc : NTU «KhPI». 689 p.
10. Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Визначення ризику оцінки стану кон'юнктури вітчизняного ринку асинхронних двигунів // *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012. № 1. С. 79–88.

11. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. К.: Знання, 2009. 1070 с.
12. Перерва П.Г. Управління інноваційною діяльністю підприємства // Маркетинг: підручник / За ред. О.А.Старостіної. К.: Знання, 2009. С. 461-518.
13. Побережна Н.М., Перерва П.Г. Визначення ефективності використання виробничого потенціалу машинобудівного підприємства. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2012. № 2. С. 191–198.

Клюс Ю.І.

*доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри обліку і оподаткування*

Гуменюк В. В.

*здобувач PhD,
Східноукраїнський Національний
Університет імені Володимира Даля*

МОЖЛИВОСТІ ШІ В ЕКОНОМІЧНІЙ АНАЛІТИЦІ БІЗНЕСУ ТА ДЕРЖАВИ

Останні декілька років наша країна живе в перманентній кризі — пандемія коронавірусної хвороби з 2020 року, повномасштабне воєнне вторгнення з 2022 року, що спричинило такі наслідки, як падіння економіки, доходів бюджету, масова міграція населення — внутрішня і зовнішня, мобілізація більше мільйону осіб, тягар воєнних витрат для держави, зменшення доходів громадян. Усі ці фактори негативно впливають на бізнес-середовище, функціонування підприємств, розвиток держави, на економіку країни в цілому. Тому обговорення стратегій стійкості бізнесу та крихкості держави є вкрай важливим та актуальним. Стратегія стійкості бізнесу — це сукупність підходів, методів і рішень, які підприємство реалізовує для підтримання належного рівня розвитку, утримання позицій на ринку, стабільності, підвищення конкурентоздатності в умовах криз та невизначеності [1].

Розглянемо один з напрямів розвитку і стійкості функціонування сучасного підприємства — економічну аналітику. Це отримання, накопичення, обробка та аналіз економічних і фінансових показників підприємства (галузі, сектору економіки тощо) за допомогою прийомів, методик та інструментів, з подальшим використанням їх для обґрунтування та прийняття відповідних оптимальних управлінських рішень [2].

Суб'єктам національної економіки в кризових умовах, що склалися, вкрай необхідно шукати нові технології та інструменти свого функціонування та розвитку. Зокрема, в економічній аналітиці. В цьому відношенні штучний інтелект є тим самим інноваційним технологічним рішенням, можливості якого можуть забезпечити аналіз, обробку, прогнозування і прийняття найкращих рішень. Це, в свою чергу, надасть більше можливостей бізнесу адаптуватись в несприятливому економічному середовищі. За рахунок масової цифровізації великої частини інформації останні п'ять–десять років, перехід на застосування алгоритмів AI в економічній аналітиці не потребуватиме великих трудовитрат та ресурсів. До переходу на більш технологічні методи аналітики спонукають такі фактори, як кратне зростання даних, які потребують аналізу, необхідність гнучкого та миттєвого реагування на зміни в економічній обстановці, підвищення конкурентної боротьби за позиції на ринку, яка потребує нових інструментів прогнозування та планування діяльності. Розглянемо детально які інструменти AI і як саме застосовуються в економічній аналітиці суб'єктів господарювання. Такі сервіси на базі алгоритмів ШІ як Tableau, Power BI забезпечують візуалізацію даних. Обробляючи та аналізуючи великі масиви цифрової інформації, дані рішення генерують зрозумілі графіки і діаграми замість об'ємних таблиць і рядків даних. Причому цей процес відбувається без участі людини і за короткий проміжок часу.

Машинне навчання, як основний інструмент для прогнозування багатьох економічних показників, має ключове значення в сучасній аналітиці. Здійснюючи обробку великого