

<https://doi.org/10.5281/zenodo.14986292>.

13. Pererva P. G., Kocziszky G., Somosi Veres M., Kobieliava T. O. Compliance program : [tutorial]. – Kharkov-Miskolc : LTD «Planeta-prynt», 2019. – 689 p.

14. Канцедал Н. А., Лега О. В., Морозов Є. О. Цифровізація логістики: нові технології для покращення управління та оптимізації // Економічний простір. – 2025. – № 199. – С. 45–51. – DOI: <https://doi.org/10.30838/EP.199.45-51>.

УДК 338.5:001.8(477)

НАУКОВО-МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ЦІНИ НАУКОВОЇ ПРОДУКЦІЇ

Климентова Марія Віталіївна,

аспірант,

Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»

Україна, м. Харків

Анотація. У доповіді досліджено підходи до формування ціни наукової продукції, що має специфічні характеристики у порівнянні з іншими видами товарів та послуг. Розглянуто фактори, які впливають на визначення вартості результатів науково-дослідної діяльності, зокрема інноваційність, унікальність, ступінь новизни та рівень науково-технічного ризику. Проаналізовано економічні, ринкові та ціннісні підходи до ціноутворення у сфері науки. Запропоновано узагальнену систему критеріїв, що забезпечує обґрунтованість визначення ціни наукової продукції. Зроблено висновок про необхідність комплексного використання різних методів ціноутворення з урахуванням стратегічних інтересів держави, бізнесу та наукових установ.

Ключові слова: наукова продукція, ціноутворення, вартість знань, інноваційний продукт, науково-технічний прогрес.

Abstract. The report investigates approaches to the formation of the price of scientific products that have specific characteristics in comparison with other types of goods and services. Factors that affect the determination of the cost of research results, in particular, innovation, uniqueness, degree of novelty and level of scientific and technical risk, are considered. Economic, market and value approaches to pricing in the field of science are analyzed. validity of determining the price of scientific products. It is concluded that it is necessary to use various pricing methods in a comprehensive manner, taking into account the strategic interests of the state, business and scientific institutions.

Keywords: scientific products, pricing, cost of knowledge, innovative product, scientific and technological progress.

У сучасних умовах науково-технічного прогресу та цифрової економіки результати наукової діяльності набувають стратегічного значення для розвитку національної економіки та підвищення її конкурентоспроможності. Наукова продукція відрізняється від традиційних товарів тим, що вона має інтелектуальну природу, не завжди матеріальне втілення, а її цінність визначається не лише витратами на створення, але й унікальністю, новизною та можливістю комерційного використання.

Актуальність проблеми полягає у тому, що відсутність єдиних методичних підходів до формування ціни наукової продукції призводить до складнощів у комерціалізації результатів досліджень, уповільнює процес трансферу технологій і знижує інноваційну активність підприємств та наукових установ.

Науково-методичні підходи до формування ціни наукової продукції – це система принципів і методів, що враховують витрати, попит та конкуренцію для встановлення адекватної вартості наукових розробок, послуг або результатів досліджень. Вони включають витратні методи (на основі собівартості), методи ціноутворення за рівнем попиту (орієнтація на сприйняття цінності покупцем) та методи, що базуються на аналізі цін конкурентів.

Пропонується науково-методичний огляд наукових підходів до формування ціни наукової продукції. В цьому плані зауважимо, що визначення ціни наукової продукції є багатофакторним процесом, що базується на поєднанні економічних, інноваційних та ринкових аспектів. Виділяють кілька основних підходів:

1. **Затратний підхід.** Базується на обчисленні фактичних витрат на виконання науково-дослідних робіт, включаючи заробітну плату науковців, вартість обладнання, матеріалів, енергії та накладних витрат. Ціна формується шляхом додавання прибуткової надбавки. Недоліком є обмежене відображення реальної ринкової цінності результатів, особливо у випадках високої інноваційності.

2. **Ринковий підхід.** Визначається через аналіз попиту і пропозиції на аналогічні наукові розробки, ліцензії, патенти чи технології. Перевагою є орієнтація на реальний ринок, однак, складність виникає через унікальність більшості наукових результатів та відсутність прямих аналогів.

3. **Ціннісний підхід (вартісно-орієнтований).** Оцінка базується на потенційній економічній вигоді від впровадження наукового продукту у

виробництво чи бізнес-процеси. Вартість визначається як частка очікуваного економічного ефекту, згенерованого використанням інновації. Такий підхід найточніше враховує стратегічну значущість наукових результатів.

4. **Комбінований підхід.** Передбачає поєднання затратного, ринкового та ціннісного методів. Найбільш поширений у практиці трансферу технологій, коли враховуються як витрати, так і майбутні вигоди, а також рівень попиту на ринку.

5. **Інституційно-правовий підхід.** Орієнтується на нормативно-правові акти, державну політику у сфері науки й інновацій, стандарти та регламенти. У цьому випадку ціна часто формується в умовах державного фінансування або замовлення.

У таблиці 1 наведено порівняння науково-методичних підходів до формування ціни наукової продукції, визначено їх сутність, основні переваги та найбільш суттєві недоліки.

Таблиця 1.

Порівняння підходів до формування ціни наукової продукції

Підхід	Сутність	Переваги	Недоліки
<i>Затратний</i>	Визначення ціни на основі фактичних витрат на створення наукової продукції з додаванням прибуткової надбавки.	Проста методика; прозорість розрахунків; враховує витрати установи.	Не враховує ринковий попит; занижує вартість у разі унікальних чи проривних результатів.
<i>Ринковий</i>	Орієнтація на ціни аналогічних розробок, патентів чи ліцензій на ринку.	Враховує кон'юнктуру ринку; забезпечує комерційну конкурентність.	Часто відсутні прямі аналоги; складність оцінки унікальних розробок.

Підхід	Сутність	Переваги	Недоліки
<i>Ціннісний (вартісний)</i>	Ціна формується на основі очікуваного економічного ефекту від впровадження розробки.	Відображає реальну економічну користь; стимулює інноваційність.	Складність прогнозування майбутніх вигід; високий рівень ризику.
<i>Комбінований</i>	Поєднання затратного, ринкового та ціннісного підходів.	Найбільш обґрунтований; дозволяє врахувати всі ключові фактори; гнучкий у використанні.	Складність методики; потреба у великому обсязі інформації.
<i>Інституційно-правовий</i>	Формування ціни відповідно до державних норм, замовлень чи стандартів.	Враховує державні пріоритети; застосовується у бюджетному фінансуванні та тендерах.	Може ігнорувати ринкові реалії; ціна часто нижча за реальну вартість інновації.

Формування ціни наукової продукції є складним і багатовимірним процесом, що не може обмежуватися лише економічними показниками. Важливим є врахування унікальності знань, можливостей їх практичного застосування, рівня наукового ризику та довгострокових вигід для суспільства. Найбільш ефективним є комбінований підхід, який поєднує витратні та ринкові фактори з оцінкою потенційної економічної цінності. Таким чином, оптимізація системи ціноутворення на наукову продукцію сприятиме розвитку ринку інтелектуальної власності, прискоренню комерціалізації інновацій та забезпеченню стійкого економічного зростання.

У результаті проведеного автором дослідження найбільш ефективних та широко використовуваних методів ціноутворення на наукову продукцію можемо стверджувати, що цінові стратегії є надійним та ефективним засобом досягнення конкурентних переваг підприємства, а ціноутворення становить дуже важливий елемент маркетингової політики. Виявлено основні відмінності в підходах, їх переваги та

недоліки, при дослідженні та розумінні проблем ціноутворення на наукову продукцію. Дослідники (в особливій мірі вітчизняні) найбільшу увагу приділяють загально-теоретичним факторам ціноутворення, витрат, методам розрахунку ціни замість того, щоб визначити, як конкретній організації поводити себе в довгостроковому періоді і які найбільш раціональні рішення приймати в поточному періоді часу, щоб ефективно забезпечити покриття всіх витрат на свою виробничо-комерційну діяльність та підвищити конкурентоспроможність як самого підприємства, так і продукції, яку воно виробляє. Дослідження теорії та методів ціноутворення мають за мету знаходження оптимального рішення практичних проблем у різного роду наукової продукції, що виробляється в результаті інноваційної діяльності підприємства, надасть змогу відповісти на ті нагальні проблеми теорії і практики ціноутворення в сфері інноваційної та інтелектуальної діяльності підприємств та організацій, на які українська наука ще не в повній мірі сформувала відповіді через своє абстрагування від сьогодення, від тих реалій, з якими стикається підприємство в своїй виробничо-комерційній діяльності та на своєму цільовому ринку.

Список використаних джерел

1. Pererva P. G., Kocziszky G., Somosi Veres M., Kobielieva T. O. Compliance program : [tutorial]. – Kharkov-Miskolc : LTD «Planeta-Print, 2019. – 689 p.
2. Канцедал Н. А., Лега О. В., Морозов Є. О. Цифровізація логістики: нові технології для покращення управління та оптимізації // Економічний простір. – 2025. – № 199. – С. 45–51. – DOI: <https://doi.org/10.30838/EP.199.45-51>.
3. Kosenko A. V., Tkachev M. M., Kobieliev V. M., Pererva P. G. Innovative compliance of technology to combat corruption // Innovative management: theoretical, methodical, and applied grounds / S. M. Illiashenko, W. Strielkowski (eds.). – 1st edition. – Prague, 2018. – P. 285–295.
4. Pererva P. G., Kobielieva T. O., Shaulska L. V. Entrepreneurial Risks: Essence, Classification and Management Opportunities // Економічний журнал Одеського політехнічного університету. – 2023. – № 1 (23). – С. 43–50. – URL: <https://economics.net.ua/ejopu/2023/No1/43.pdf>.
5. Sikorska M., Kocziszky György, Pererva P. G. Compliance service at guest services enterprises // Менеджмент розвитку соціально-економічних систем у новій економіці : матеріали Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. – Полтава, 2017. – С. 389–391.
6. Кобелєва Т. О. Комплаєнс-безпека промислового підприємства: теорія та методи : монографія. – Харків : Планета-Принт, 2020. – 354 с.

7. Перерва П. Г., Борзенко В. І., Кобелєва Т. О. Інтелектуальна власність: магістер. курс : підручник – Харків : НТУ «ХПІ», 2019. – 1002 с.

8. Nagy S., Sikorska M., Pererva P. Current evaluation of the patent with regarding the index of its questionnaire // Сучасні підходи до креативного управління економічними процесами : матеріали 9-ї Всеукр. наук.-практ. конф., 19 квіт. 2018 р. – Київ, 2018. – С. 21–22.

9. Пешков А., Лега О. Аналіз фінансової стійкості вітчизняних підприємств в умовах невизначеності // Цифрова економіка та економічна безпека. – 2024. – № 1 (10). – С. 151–158. – URL: <https://doi.org/10.32782/dees.10-27>.

10. Pererva P. G., Kobieliava T. O., Shaulska L. V. Entrepreneurial Risks: Essence, Classification and Management Opportunities // Економічний журнал Одеського політехнічного університету. – 2023. – № 1 (23). – С. 43–50. – URL: <https://economics.net.ua/ejopu/2023/No1/43.pdf>.

11. Сіренко І., Лега О. Мінімізація ризиків договірної політики при укладенні ЗЕД-контрактів // Цифрова економіка та економічна безпека. – 2024. – № 1 (10). – С. 159–163. – DOI: <https://doi.org/10.32782/dees.10-28>.

12. Pererva P. G., Kocziszky G., Szakaly D., Veres Somosi M. Technology transfer. – Kharkiv-Miskolc : NTU «KhPI», 2012. – 668 p.

13. Балан О. С., Перерва П. Г., Лега О. В. Розвиток методів формування собівартості та ціни науково-інформаційної продукції в системі менеджменту «розумного підприємства» // Енергозбереження. Енергетика. Енергоаудит. – 2024. – № 9 (199). – С. 72–81. – DOI: 10.20998/2313-8890.2024.09.06.

14. Податкова звітність як стратегічний інструмент ділових комунікацій і прийняття управлінських рішень / Н. Ю. Єршова, О. В. Лега, О. С. Прокопишин та ін. // Актуальні питання економічних наук. – 2025. – № 9. – С. 1–19. – DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.14986292>.

УДК 339.138:001.8]:[005.336.3:378.4]]

ДОСЛІДЖЕННЯ МЕТОДІВ ВАРТІСНОГО ОЦІНЮВАННЯ БРЕНДУ УНІВЕРСИТЕТУ

Мирошник Тетяна Олегівна,
аспірант,

Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»
Україна, м. Харків

***Анотація.** У доповіді досліджено економічну сутність та сучасні методи вартісного оцінювання бренду університету. Розглянуто витратний, ринковий та доходний підходи, а також обґрунтовано необхідність їх комплексного використання з урахуванням специфіки освітньої сфери. Запропоновано адаптацію міжнародних*