

Л.В.ШАУЛЬСКА, П.Г.ПЕРЕРВА, О.П.КОСЕНКО, Л.С.МАРЧУК, О.В.ГРЕЧАНИЙ
МЕХАНІЗМ ЦІНОУТВОРЕННЯ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ
ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ В СФЕРІ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

В статті поставлена та вирішена задача формування стратегій ціноутворення на послуги міжнародного аутсорсингу науково-технічних послуг в європейській регіональній політиці. Доведено, що для успішного і ефективного виконання поставленої задачі необхідно використання цифрових технологій, які в цей час успішно забезпечують ефективне функціонування багатьох сфер виробничо-комерційної діяльності підприємств та організацій, включаючи і стратегію і методологію ціноутворення. Визначено, що основні переваги міжнародного аутсорсингу науково-технічної продукції в Європейській регіональній політиці включають на основі активного використання цифрових технологій, методів та інструментів доступ до глобального таланту, зниження витрат, збільшення швидкості виконання завдань і підвищення конкурентоспроможності. Узагальнення існуючих переваг використання в Європейській регіональній політиці цифрових інструментів міжнародного аутсорсингу науково-технічних послуг надало змогу стверджувати, що цифрові інструменти міжнародного аутсорсингу можуть стати потужним інструментом для підтримки і зміцнення науково-технічного розвитку в Європейському регіоні, сприяючи інноваціям, зниженню витрат і підвищенню конкурентоспроможності. Доведено, що встановлення цін на міжнародний аутсорсинг може бути складною задачею, оскільки вона зазвичай вимагає урахування різних факторів, таких як рівень спеціалізації, географічне розташування, вартість праці, конкурентоздатності на ринку та інші. Цінові стратегії в системі міжнародного аутсорсингу в Європейській регіональній політиці можуть значно впливати на успіх або невдачу підприємства. Запропоновано для практичного використання в міжнародному аутсорсингу науково-технічних послуг загальні та оригінальні цінові стратегії. До оригінальних цінових стратегій віднесено: стратегію цінного пакету, стратегію аналізу цільового ринку, стратегію вартості праці та витрат на життя, стратегію додаткових послуг та значення. Результати проведеного дослідження можуть допомогти підвищити ефективність процесу ціноутворення, забезпечити конкурентоспроможність бізнес-процесів компанії та максимізувати прибуток. Вони дозволяють швидко реагувати на зміни на міжнародному ринку, використовуючи аналіз даних та автоматизовані стратегії. Однак важливо враховувати контекст та особливості міжнародного бізнесу при використанні цих методів для досягнення оптимальних результатів.

Ключові слова: стратегії ціноутворення, науково-технічна продукція, міжнародний аутсорсинг, цифровізація, європейська регіональна політика

L. V. SHAULSKA, P. G. PERERVA, O. P. KOSENKO, L. S. MARCHUK, O. V. GRECHANY
THE PRICING MECHANISM AS A FACTOR IN THE DEVELOPMENT OF INNOVATIVE
ACTIVITY MANAGEMENT SYSTEMS IN THE SPHERE OF ELECTRONIC COMMERCE

The article presents and solves the problem of pricing strategies for international outsourcing of scientific and technical services in European regional policy. It has been proven that the successful and effective implementation of the given task requires the use of digital technologies, which at this time successfully ensure the effective functioning of many spheres of production and commercial activity of enterprises and organization, including the strategy and pricing methodology. It was determined that the main advantages of international outsourcing of scientific and technical products in the European regional policy include, based on the active use of digital technologies, methods and tools, access to global talent, cost reduction, increased speed of task performance and increased competitiveness. Summarizing the existing advantages of using digital tools of international outsourcing of scientific and technical services in the European regional policy made it possible to assert that digital tools of international outsourcing can become a powerful tool for supporting and strengthening scientific and technical development in the European region, promoting innovation, reducing costs and increasing competitiveness. It has been proven that setting prices for international outsourcing can be a difficult task, as it usually requires taking into account various factors, such as the level of specialization, geographical location, labor costs, market competitiveness and others. Pricing strategies in the system of international outsourcing in the European regional policy can significantly affect the success or failure of the enterprise. General and original pricing strategies are proposed for practical use in the international outsourcing of scientific and technical services. Original pricing strategies include: value package strategy, target market analysis strategy, cost of labor and cost of living strategy, value added strategy, and value. The results of the conducted research can help increase the efficiency of the pricing process, ensure the competitiveness of the company's business processes and maximize profits. They allow you to quickly react to changes in the international market, using data analysis and automated strategies. However, it is important to consider the context and specifics of international business when using these methods to achieve optimal results.

Keywords: pricing strategies, scientific and technical products, international outsourcing, digitalization

Постановка проблеми. Надзвичайно важливою проблемою багатьох підприємств є збільшення комерційного доходу та прибутку від своєї виробничо-комерційної діяльності. В ринкових умовах сьогодення прибуток підприємства формується під впливом багатьох факторів, найбільш важливим з яких є ціни на вироблену і представлену для продажу продукцію. Тому цінова політика підприємства повинна відповідати сучасним умовам ринку, на якому реалізує свою продукцію підприємство, та забезпечувати швидке реагування цінових рішень своїх економічних служб на зміну цих умов. Базові засади та напрями політики ціноутворення визначає цінова стратегія, яка визначається цілями цінової політики. Зауважимо, що складність та важливість вибору цінової стратегії підприємства зумовлена високою ринковою конкуренцією, постійно мінливим попитом покупців

та іншими не менш важливими причинами, що, на нашу думку, позначається на прибутку підприємства. Оптимальність та наукова обґрунтованість ціни значною мірою зумовлена теоретико-методичним інструментарієм її. Виходячи з цих положень можемо стверджувати, що проблема підвищення прибутку підприємств та організацій тісно пов'язана не лише з вибором та обґрунтуванням виду цінової стратегії, а і з вибором та теоретико-методичним обґрунтуванням методу розрахунку ціни [1-30]. Для успішного і ефективного виконання поставленої задачі конче необхідно використання цифрових технологій, які в цей час успішно забезпечують ефективне функціонування багатьох сфер виробничо-комерційної діяльності підприємств та організацій, включаючи і стратегію і методологію ціноутворення.

В цей час цифрові технології у всьому світі обслуговують понад 26 мільйонів різного роду інтернет-магазинів. При цьому зауважимо, що наведена на сьогодні кількість постійно зростає. В недалекому майбутньому очікується, що розмір світового ринку електронної комерції буде збільшуватиметься в середньому на 15% на рік: з 14,14 трільйона доларів США у 2022 році приблизно до 57,22 трільйона доларів США у 2032 році [1, 3, 14, 23].

Для того, щоб залишатися в пріоритетному ринковому полі, цифрові технології електронного бізнесу повинні долати надзвичайно жорстку конкуренцію, адже бути привабливішим за тисячі аналогічних компаній з усього світу — нелегке завдання. Сучасна статистика свідчить про те, що 95% цифрових бізнесів втрачають свої стартові ринкові позиції упродовж перших п'яти років виробничо-комерційної діяльності. Тому в достатній мірі виважена та науково обґрунтована бізнес-стратегія в сфері цифрових технологій – це необхідність, а стратегія ціноутворення в такого роду бізнесу є надзвичайно важливою складовою. З метою оптимізації та максимізації можливих прибутків прибутку, електронний бізнес використовує різні маркетингові стратегії ціноутворення.

Особливу важливість науково обґрунтованого встановлення цін має система аутсорсингу міжнародних корпорацій, які діє в рамках системи міжнародного аутсорсингу. Зауважимо, що в останні роки аутсорсинг в сфері науково-технічної діяльності став популярною бізнес-стратегією, оскільки підприємства, які формують свій бізнес на світовому ринку, прагнуть знизити витрати та підвищити ефективність своєї виробничо-комерційної та науково-технічної діяльності. Роблячи певні завдання чи функції зовнішнім постачальником послуг, підприємства можуть зосередитися на своїх основних компетенціях та більш ефективно розподіляти ресурси, а діяльність в науково-технічній сфері передати на аутсорсинг. Такого роду діяльність частіше всього спрямована на те, щоб найбільш ефективно забезпечити вичерпне розуміння аутсорсингу в науково-технічній сфері та довгострокових стратегій зниження витрат, пов'язаних з ним, які прямо впливають на рівень цін на послуги міжнародного науково-технічного аутсорсингу.

Метою статті є вирішення наукової проблеми розробки та обґрунтування науково-методичного інструментарію та практичних рекомендацій щодо використання цифрових технологій для формування маркетингових стратегій ціноутворення на послуги міжнародного науково-технічного аутсорсингу.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Значна кількість дослідників ставили собі за ціль проаналізувати та удосконалити сутність і специфічні особливості формування маркетингових стратегій ціноутворення на послуги міжнародного аутсорсингу науково-технічних послуг.

В існуючих економічних та маркетингових дослідженнях науковці детально розглядають сутність стратегій ціноутворення, науково-методичні положення вартості товарів та послуг [1, 7, 18],

інструменти цінової політики для підвищення обсягів доходу та прибутку підприємств та організацій [2, 5, 28], особливості практичної реалізації цінових стратегій в умовах ринкової конкуренції на міжнародному ринку [3, 17, 26], поняття, зміст, види цінових стратегій визначення цін на послуги аутсорсингу [4, 11, 29], залежність отриманих доходів промислових підприємства від обраного методу ціноутворення [3, 6, 12], методи ціноутворення на науково-технічну продукцію та інші питання, що прямо стосуються формування ринкових цін на товари та послуги [8, 13, 25]. Разом з тим, існуючі цінові стратегії та методи ціноутворення на товари та послуги в міжнародному аспекті не розглядаються як система, в рамках якої їх вибір має проводитися обґрунтовано та перевірятися фактично досягнутими ринковими результатами. Практично відсутні в цей час наукові дослідження та практичні рекомендації щодо особливостей ціноутворення на послуги міжнародного аутсорсингу в сфері науково-технічної діяльності підприємств та організацій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Міжнародна практика науково-технічної діяльності показала, що обсяги міжнародної торгівлі з використанням аутсорсингу в цей час досягли значних масштабів. Міжнародний аутсорсинг дозволяє бізнес-структурам забезпечити стабільний рівень експорту на значні періоди часу. При цьому особливість його використання полягає у тому, що цей інструмент надає можливості реалізації на міжнародному ринку у значних масштабах не тільки готові продукти та їх вузли, а ще і різного роду послуги. Необхідність та актуальність розкриття економічного змісту та сутності міжнародного аутсорсингу, як в певній мірі особливого фактору глобалізації різних національних економік в умовах жорсткої ринкової конкуренції є, на наш погляд, особливо актуальним. Втілення тенденцій міжнародного аутсорсингу в Європейську регіональну політику в умовах цифрової економіки стає так зване контрактне виробництво, сутність якого в тому, що весь процес товарного виробництва перекладається на інше підприємство. В результаті таких дій появляються контрактні продуценти, які активно розвивають власні виробничі системи на міжнародному рівні і з використанням яких обслуговують своїх контрагентів (замовників аутсорсингу). Такого роду підприємства здійснюють спеціалізацію на виготовленні продукції інших продуцентів, тобто надають виробничі та науково-технічні послуги по створенню, виробництву та ринковій реалізації на міжнародному ринку певної продукції в рамках існуючої Європейської регіональної політики. Як свідчать проведені нами дослідження, особливе значення міжнародний аутсорсинг має в науково-технічній сфері.

Пропонуємо визначити міжнародний аутсорсинг науково-технічної продукції як процес залучення зовнішніх фахівців, команд або організацій для виконання наукових досліджень, розробки продуктів або надання послуг у сфері науки та технологій. Цей процес може включати різноманітні аспекти, такі як

аналіз даних, інжиніринг, програмування, тестування, а також консультування та стратегічне планування.

Основні переваги міжнародного аутсорсингу науково-технічної продукції в Європейській регіональній політиці включають на основі активного використання цифрових технологій, методів та інструментів доступ до глобального таланту, зниження витрат, збільшення швидкості виконання завдань і підвищення конкурентоспроможності. Однак існують і ризики, такі як проблеми з якістю, недоліки в комунікації та конфіденційність даних.

Цей підхід дозволяє компаніям ефективно використовувати ресурси, зокрема людський капітал, з

урахуванням глобального ринку праці. Він може бути особливо корисним для стартапів, малих і середніх підприємств, а також для великих корпорацій, які шукають способи зниження витрат та підвищення ефективності дослідницьких та інтелектуально-інноваційних процесів. Використання цифрових інструментів міжнародного аутсорсингу науково-технічних послуг у Європейській регіональній політиці може мати декілька значних переваг. Основні економічні переваги міжнародного аутсорсингу науково-технічних послуг в Європейській регіональній політиці наведено в табл.2/

Таблиця 2 – Переваги використання в Європейській регіональній політиці цифрових інструментів міжнародного аутсорсингу науково-технічних послуг

№№	Перевага	Економічна сутність
1	Глобальний доступ до талантів	Використання цифрових інструментів дозволяє залучати таланти з усього світу без обмежень щодо географічного розташування. Це розширює базу можливостей для отримання якісних науково-технічних послуг.
2	Дослідження та аналіз міжнародного ринку	Використання цифрових аналітичних інструментів для оцінки потенційного попиту на послуги аутсорсингу в різних регіонах світу.
3	Маркетингові дослідження	Здійснення досліджень споживчих уподобань та поведінки споживачів у цільових країнах для визначення оптимальних цінових стратегій.
4	Технології аналізу даних	Використання алгоритмів штучного інтелекту та машинного навчання для прогнозування вартості послуг та оптимізації цінової стратегії.
5	Конкурентний аналіз	Вивчення стратегій конкурентів на ринку аутсорсингу та визначення переваг та недоліків їхніх цінових підходів.
6	Зниження витрат	Міжнародний аутсорсинг через цифрові інструменти може знизити витрати на розробку і наукові дослідження через доступність більш ефективних ринків праці та зменшення адміністративних витрат
7	Системи управління цінами	Впровадження спеціалізованих програм для автоматизації управління цінами та забезпечення правильного розрахунку витрат і прибутку.
8	Гнучка цінова політика	Розвиток стратегій динамічної ціноутворення для швидкої адаптації до змін у ринкових умовах та конкурентному середовищі.
9	Швидкість інновацій	Залучення зовнішніх талантів швидше прискорює інноваційні процеси через доступ до різноманітних ідей і досвіду, що може збагатити науково-технічні розвідки та розробки
10	Збільшення конкурентоспроможності	Широкий доступ до глобальних талантів і ресурсів допомагає підприємствам збільшити конкурентоспроможність, оскільки вони можуть швидше реагувати на зміни на ринку та впроваджувати нові технології.
11	Стимулювання міжнародного співробітництва	Використання цифрових інструментів для міжнародного аутсорсингу сприяє зміцненню міжнародних партнерств та співробітництва в сфері науки та технологій
12	Контроль та аналіз результатів	Постійний моніторинг ефективності використаних цінових стратегій і вчасна коригування для досягнення поставлених цілей в області аутсорсингу.

Джерело: розроблено авторами

Узагальнюючи дані, наведені в табл.1, можемо стверджувати, що цифрові інструменти міжнародного аутсорсингу можуть стати потужним інструментом для підтримки і зміцнення науково-технічного розвитку в Європейському регіоні, сприяючи інноваціям, зниженню витрат і підвищенню конкурентоспроможності.

Дослідження теорії та практики використання цифрових технологій при встановленні цін на міжнародний аутсорсинг науково-технічних послуг в Європейській регіональній політиці можуть значно полегшити процеси оцінки та управління вартістю послуг. Деякі з цих методів і інструментів, на наш погляд, включають в себе наступне:

- аналіз даних: використання цифрових інструментів для аналізу даних дозволяє оцінити

історичні та поточні витрати на аутсорсинг, а також прогнозувати майбутні витрати на основі різноманітних факторів, таких як обсяг робіт, складність завдань тощо;

- системи автоматизованого обліку: використання цифрових систем обліку дозволяє деталізувати витрати на окремі компоненти послуг аутсорсингу, що полегшує їхнє контролювання та оптимізацію;

- інструменти електронних торгів: вони дозволяють організувати ефективну конкуренцію серед потенційних постачальників послуг, що сприяє отриманню кращих умов та цінових пропозицій;

- моделі планування та оптимізації: використання цифрових моделей дозволяє прогнозувати витрати на аутсорсинг в залежності від різних сценаріїв розвитку

подій, а також шукати оптимальні варіанти співпраці з постачальниками;

- автоматизовані платформи управління контрактами: ці платформи допомагають контролювати виконання угод з постачальниками послуг, моніторити та аналізувати виконання контрактних зобов'язань, а також автоматизувати процеси платежів. Загалом, цифрові методи і інструменти встановлення цін на аутсорсинг можуть допомогти підприємствам ефективніше оцінювати, контролювати і оптимізувати витрати на аутсорсингові послуги, забезпечуючи більш прозорий та ефективний процес управління.

Встановлення цін на міжнародний аутсорсинг може бути складною задачею, оскільки вона зазвичай вимагає урахування різних факторів, таких як рівень спеціалізації, географічне розташування, вартість праці, конкурентності на ринку та інші. Цінові стратегії в системі міжнародного аутсорсингу в Європейській регіональній політиці можуть значно впливати на успіх або невдачу підприємства. Пропонуються для практичного використання загальні цінові стратегії, які ми рекомендуємо для використання в міжнародному аутсорсингу науково-технічних послуг. Рекомендації з цього приводу наведено в табл.2.

Таблиця 2 – Рекомендовані цінові стратегії в системі міжнародного аутсорсингу в Європейській регіональній політиці в умовах діджиталізації економіки

№№	Назва стратегії	Економічний зміст стратегії
1	Стратегія конкурентоспроможної ціни	Підприємство може встановлювати ціни на свої послуги або товари на рівні, який забезпечить йому конкурентоспроможність на ринку. Це може вимагати аналізу цін конкурентів та встановлення аналогічних або навіть нижчих цін
2	Диференційована стратегія ціноутворення	Підприємство може встановити різні ціни на свої продукти або послуги для різних ринків чи клієнтських сегментів. Наприклад, вартість послуг для підприємств в розвинених країнах може бути вищою, ніж для тих, що базуються в країнах з низьким рівнем доходів.
3	Стратегія низьких цін	Підприємство може вирішити конкурувати на ринку міжнародного аутсорсингу, встановлюючи низькі ціни на свої послуги або товари. Це може бути корисно для залучення нових клієнтів або збільшення своєї частки на ринку.
4	Стратегія високих цін	Ця стратегія передбачає встановлення вищих цін на продукти або послуги підприємства, що базуються на якості, бренді або інших унікальних особливостях. Вона може бути використана в тому випадку, якщо підприємство пропонує високоякісні або спеціалізовані послуги.
5	Стратегія цінного пакету	Підприємство може використовувати ціноутворення у вигляді пакетних пропозицій або знижок, щоб привернути увагу клієнтів та стимулювати продажі.
6	Стратегія динамічного ціноутворення	Підприємство може адаптувати свої ціни в залежності від зміни умов ринку, попиту та інших факторів. Наприклад, може бути встановлено динамічну ціноутворення для періодів пікового попиту або низького сезону
7	Стратегія аналізу цільового ринку	Потребує детального дослідження ринку, щоб зрозуміти, які ціни прийнятні для пропонованих послуг або продуктів. Важливо враховувати конкурентів, попит та інші фактори, що впливають на цінову політику.
8	Стратегія вартості праці та витрат на життя	Необхідно врахувати рівень зарплат та вартість праці в країні, де ви надаєте послуги, порівняно з країнами-замовниками. Вартість життя, інфляція, податки і соціальні виплати також можуть вплинути на цінову стратегію.
9	Стратегія фіксованих цін	Встановлення фіксованих цін може бути вигідним для обох сторін, оскільки це дозволяє передбачувати витрати. Проте важливо враховувати можливі зміни в обсязі робіт та умовах контракту.
10	Цінова стратегія з урахуванням ризику	Потрібно врахувати комерційні та ринкові ризики, пов'язані зі змінами валютних курсів, політичною нестабільністю, законодавством та іншими факторами, які можуть вплинути на вартість надання послуг
11	Стратегія адаптації до ринкових умов	Постійно адаптуйте свої ціни відповідно до змін на ринку та внутрішніх факторів, що впливають на вартість послуг.
12	Стратегія додаткових послуг та значення	Розгляньте можливість надання додаткових послуг або створення додаткової вартості для замовників, що може підвищити ваші можливості встановлення цін.

Джерело: розроблено авторами

Наведені вище стратегії можуть бути комбіновані або модифіковані відповідно до конкретних потреб вашого бізнесу та умов ринку. Важливо постійно аналізувати та оновлювати вашу стратегію відповідно до змін на ринку та потреб вашої компанії.

Вибір конкретної цінової стратегії в міжнародному аутсорсингу повинен враховувати багато факторів, таких як конкурентне середовище, витрати на виробництво та послуги, позиціонування бренду, потреби клієнтів та інші.

Цифрова трансформація міжнародних економічних процесів (діджиталізація) може реально вплинути на рівень цін на міжнародний аутсорсинг наукових послуг в Європейській регіональній політиці у різних напрямках. Визначимо найбільш важливі з них:

- ефективність та автоматизація: цифрові технології можуть поліпшити ефективність процесів та знизити витрати на виконання завдань, що передані на аутсорсинг. Наприклад, розробка роботизованих процесів або використання штучного інтелекту може зменшити витрати на робочу силу та збільшити продуктивність;

- глобальний доступ до ринків праці: цифрові технології роблять робочу силу більш доступною глобально. Це означає, що компанії можуть вибирати з більшого ринку праці, де вартість праці може бути нижчою, що може призвести до зниження загальних витрат на аутсорсинг;

- зміни в моделях бізнесу: цифрова трансформація може сприяти розвитку нових моделей бізнесу, таких як платформи або маркетплейси, які забезпечують прямий доступ до глобальних постачальників послуг. Це може призвести до більшої конкуренції і зниження цін на міжнародний аутсорсинг;

- якість та інновації: цифрові технології можуть також підвищити якість та інноваційність послуг, наданих через аутсорсинг. Це може стати основою для встановлення вищих цін за високоякісні послуги;

- кібербезпека та даних: зростання цифрового середовища також вимагає більш високих витрат на кібербезпеку та захист даних. Це може призвести до підвищення вартості послуг аутсорсингу, оскільки компанії можуть вимагати більш високих стандартів безпеки від своїх постачальників.

У кожному конкретному випадку вплив цифрової трансформації на рівень цін на міжнародний аутсорсинг буде залежати від багатьох факторів, таких як галузь, географічне розташування, рівень конкуренції та стратегічні цілі компанії.

Висновки. Цифрові методи формування цінової стратегії в системі міжнародного аутсорсингу наукової продукції можуть значно підвищити ефективність, точність та адаптивність цінової політики компаній. Вони можуть бути важливими для ефективного визначення цін та забезпечення конкурентоспроможності. Використання цифрових інструментів дозволяє швидше реагувати на зміни на ринку, прогнозувати тенденції та оптимізувати стратегії з урахуванням різних факторів. Такий підхід допомагає компаніям забезпечити конкурентну перевагу та підвищити ефективність свого міжнародного бізнесу.

Практичне використання розроблених пропозицій дозволяє міжнародним компаніям ефективно аналізувати ринкові умови, оптимізувати витрати та персоналізувати пропозиції для клієнтів. Використання цифрових інструментів дозволяє підвищити ефективність ціноутворення та забезпечити конкурентну перевагу на ринку міжнародного аутсорсингу.

Результати проведеного дослідження можуть допомогти підвищити ефективність процесу

ціноутворення, забезпечити конкурентоспроможність бізнес-процесів компанії та максимізувати прибуток. Вони дозволяють швидко реагувати на зміни на міжнародному ринку, використовуючи аналіз даних та автоматизовані стратегії. Однак важливо враховувати контекст та особливості міжнародного бізнесу при використанні цих методів для досягнення оптимальних результатів.

Список літератури

1. Зозульов О. Аутсорсинг як інструмент підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств в умовах глобалізації // *Економіка України*. 2018. №8. С. 16-24.
2. Pererva P.G., Kocziszky G., Szakaly D., Veres Somosi M. (2012) *Technology transfer / P.G.Pererva, Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI»*. 668 p.
3. Management of IT outsourcing projects: The Project Management Institute, Newtown Square, PA 19073-3299. 6p. [Electronic resource] – URL: http://www.pmi.org/KnowledgeCenter/~media/PDF/Surveys/pp_paravatu.ashx.
4. Кобелева Т.О., Перерва П.Г. Управління маркетингом інноваційної продукції на засадах життєвого циклу товару // *НТУ «ХП» (економічні науки)*. : зб. наук. пр. Харків : НТУ «ХП», 2016. № 28 (1200). С. 26-30.
5. Глізнуца М.Ю., Перерва П.Г. Бенчмаркінг як метод оцінювання інтелектуального потенціалу регіонів // *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2015. № 4. С. 11-19.
6. Кравчук А.В., Перерва П.Г. Ефективність як економічна категорія // *Вісник НТУ «ХП» (економічні науки)* : зб. наук. пр. Харків : НТУ «ХП», 2018. № 15 (1291). С. 137-143.
7. Перерва П.Г. Економіко-організаційні засади інноваційної та інвестиційної діяльності підприємства // *Вісник НТУ «ХП» (економічні науки)* : зб. наук. пр. Харків : НТУ «ХП», 2017. № 45 (1266). С.51-55.
8. Старостіна А.О. *Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. К.: Знання, 2009. 1070 с.*
9. Марчук Л.С., Перерва П.Г. Інтелектуальний потенціал як економічна категорія // *НТУ «ХП» (економічні науки)* : зб. наук. пр. Харків : НТУ «ХП», 2018. № 15 (1291). С. 53-63.
10. Перерва П.Г. Інформаційна діяльність підприємства: управлінська, цінова та маркетингова складові // *Вісник НТУ «ХП» (економічні науки)* : зб. наук. пр. Х.: НТУ „ХП”. 2018. № 37(1313). С. 27-32 .
11. Кобелева Т.О., Перерва П.Г. Якість інноваційної продукції як складова маркетингової політики та конкурентоспроможності підприємства // *Вісник НТУ «ХП» (економічні науки)*. : зб. наук. пр. Харків : НТУ «ХП», 2016. № 28 (1200). С. 70-74.
12. Nagy S., Pererva P., Maslak M. (2018) Organization of Marketing activities on the Intrapreneurship // *MIND JOURNAL // Wyższa Szkoła Ekonomiczno-Humanistyczna*. № 5.
13. Besprozvannykh O., Pererva P., Tiutlikova V., Kovalova V., Kudina O., Dorokhov O. (2019). Improvement of the Method for Selecting Innovation Projects on the Platform of Innovative Supermarket // *TEM Journal*, 8(2), pp. 454-461. URL: DOI: 10.18421/TEM82-19
14. Kuchinskyi, V., Pererva, P., Kobieliava, T., Garmash, S., Danko, T. (2021). Ensuring the Sustainable Development of an Industrial Enterprise on the Principle of Compliance-Safety // *Studies of Applied Economics*, 39 (5). doi: <https://doi.org/10.25115/eea.v39i5.5111>
15. Kobieliava T., Tkachova N., Pererva P., Tkachov M., Diachenko T. (2021) Management of relations with enterprise stakeholders on the basis of value approach // *Problems and Perspectives in Management*, 19(1), pp. 24-38. URL: [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.19\(1\).2021.03](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.19(1).2021.03)
16. Kuchinskyi, V., Pererva, P., Kobieliava, T., Kosenko, A., Maslak, O. (2021). Economic substantiation of outsourcing the information technologies and logistic services in the intellectual and innovative activities of an enterprise // *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*, 4 (13 (112)), 6–14. doi: <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2021.239164>
17. Nazarenko S., Pererva P., Maistro R., Danko T., Doronina M., Sokolova L. (2021). The formation of economic and marketing prospects for the development of the market of information services // *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*, 6 (13 (114)), 6–16. doi: <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2021.245251>
18. Ткачова Н.П., Перерва П.Г. Розвиток методів аналізу фактичного

- стану конкурентних переваг підприємства // Економіка розвитку. 2011. № 4 (60). С. 116-120.
19. Kosenko A., Pererva P. (2014) Technological Market Conjuncture: Risk Assessment Commercialization of Intellectual Property // *Club Economics in Mishkolc: Theory, Methodology, Practice*. International Advisory Board: University of Mishkolc Faculty of Economiks. Volume 10. №1. P.55-62.
 20. Kobieliava T.O., Tkachov M.M., Tkachova N.P., Pererva P.G. (2017) Determination of marketing characteristics of market capacity for electrical automation. // *Менеджмент і маркетинг інновацій*. №3. С.79-86.
 21. Tkachev M.M., Kobieliava T.O., Pererva P.G. (2016) Evaluation of holder profits violation of their exclusive rights // *Scientific bulletin of Polissia*. № 4 (8), ч. 2. С. 240-246.
 22. Kosenko A.V., Tkachev M.M., Kobieliav V.M., Pererva P.G. (2018) Innovative compliance of technology to combat corruption // *Innovative management: theoretical, methodical, and applied grounds* / S.M. Illiashenko, W.Strielkowski (eds.). 1st edition. Prague: Prague Institute for Qualification Enhancement. P.285-295.
 23. Kobieliava T.O., Tkachov M.M., Tkachova N.P., Pererva P.G. (2017) Modeling the marketing characteristics of market capacity for electrical automation // *Marketing and Management of Innovations*. №4. С.67-74.
 24. Compliance program of an industrial enterprise. Tutorial. (2019) / [P.G Pererva et al.] // Edited by prof. P.G.Pererva, prof. Gy.Kocziszky, prof. M.Somosi Veres. Kharkov-Miskolc: NTU "KhPI". 689 p.
 25. Tkachov M.M., Kobieliava T.O., Pererva P.G. (2016) Evaluation of holder profits violation of their exclusive rights // *Scientific bulletin of Polissia*. № 4 (8). P. 27-35.
 26. Tovazhnyanskiy V., Kobeleva T., Gladenko I., Pererva P. (2010) Antikrizisnyy monitoring of finansovo-ekonomicheskikh indexes of work of enterprise // *Business Studies*. Volume 7.- Numer 2. Miskolc Press. S. 171-183.
 27. Kosenko O., Tkachov M., Pererva P. (2017) Compliance program of an industrial enterprise: the essence and content // *Balance and Challenges*. X. *International scientific conference*. Miskolc-Lillafured: University of Miskolc. P.87-93.
 28. Kosenko O., Tkachov M., Pererva P. (2015) Economic problems of Intellectual Property // *9-th international scientific conference "Balance and Challenges"*. Miskolc-Lillafured. 2015.- S. 113-124.
 29. 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>.
 30. Schimpf K., Pererva P., Gladenko I. (2010) Monitoring of Efficiency of Innovative Activity of Industrial Enterprise // *"Club of Economics in Miskolc" TMP*. Miskolc : Miskolc Press. Number 2. Volume 6. P. 63-68.
- References (transliterated)**
1. Zozulov O. Aut-sorsynh yak instrument pidvyshchennya konkurentospromozhnosti vitchyznyanykh pidpryyemstv v umovakh hlobalizatsiyi [Outsourcing as a tool for increasing the competitiveness of domestic enterprises in the conditions of globalization] // *Економіка України*. 2018. №8. S. 16-24.
 2. Pererva P.G., Kocziszky G., Szakaly D., Veres Somosi M. (2012) Technology transfer / Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.
 3. Management of IT outsourcing projects: The Project Management Institute, Newtown Square, PA 19073-3299. 6p. [Electronic resource] – URL: http://www.pmi.org/KnowledgeCenter/~media/PDF/Surveys/pp_paravatu.ashx.
 4. Kobyelyeva T.O., Pererva P.G. Upravlinnya marketynhom innovatsiyanoi produktsiyi na zasadakh zhyttyevoho tsykladu tovaru [Management of marketing of innovative products on the basis of the product life cycle] // *Visnyk Natsional'noho tekhnichnoho universytetu "KhPI" (ekonomichni nauky) : zb. nauk. pr.* [Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" : Sb. sciences Ave]. Kharkiv. : NTU «KhPI», 2016. no 28 (1200). pp. 26-30.
 5. Gliznutsa M.Yu., Pererva P.G., Benchmarkinh yak metod otsynuyannya intelektualnoho potentsialu rehioniv [Benchmarking as a method of assessing the intellectual potential of the regions] // *Marketynh i menedzhment innovatsiy* [Marketing and innovation management]. 2015. no 4. pp. 11-19.
 6. Kravchuk A.V., Pererva P.G. Efektyvnist yak ekonomichna katehoriya [Efficiency as an economic category] // *Visnyk NTU "KhPI" (ekonomichni nauky) : zb. nauk. pr.* [Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" : Sb. sciences Ave]. Kharkiv : NTU "KhPI", 2018. no 15 (1291). pp. 137-143.
 7. Pererva P.G. Ekonomiko-orhanizatsiyni zasady innovatsiyanoi ta investytsiyanoi diyalnosti pidpryyemstva [Economic and organizational principles of innovative and investment activity of the enterprise] // *Visnyk NTU "KhPI" (ekonomichni nauky)* [Bulletin of NTU "KhPI" (Economic Sciences)]: *zb. nauk. pr.* Kharkiv : NTU "KhPI", 2017. no 45 (1266). pp.51-55.
 8. Starostina A.O. Marketynh: teoriya, svitovyy dosvid, ukrayinska praktyka: pidruch [Marketing: theory, world experience, Ukrainian practice: under the leadership]. Kiev: Znannya, 2009. 1070 p.
 9. Marchuk L.S., Pererva P.G. Intelektualnyy potentsial yak ekonomichna katehoriya [Intellectual potential as an economic category] // *Visnyk NTU "KhPI" (ekonomichni nauky) : zb. nauk. pr.* [Bulletin of NTU "KhPI" (economic sciences). : Coll. of science Ave], Kharkiv : NTU "KhPI" 2018. no 15 (1291). pp.53-63.
 10. Pererva P.G. Informatsiyna diyalnist pidpryyemstva: upravlinska, tsinova ta marketynhova skladovi [Information activity of the enterprise: management, price and marketing components] // *Visnyk NTU "KhPI" (ekonomichni nauky)* [Bulletin of NTU "KhPI" (economic sciences). : Coll. of science Ave], Kharkiv : NTU „KhPI”. 2018. no 37(1313). pp.27-32.
 11. Pererva P.G., Kobyelyeva T.O. Yakist innovatsiyanoi produktsiyi yak skladova marketynhovoyi polityky ta konkurentospromozhnosti pidpryyemstva [Quality of innovative products as a component of marketing policy and competitiveness of the enterprise] // *Visnyk NTU "KhPI" (ekonomichni nauky)*. : *zb. nauk. pr.* [Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" : Sb. sciences Ave] – Kharkiv: NTU «KhPI», 2016. – no 28 (1200). – pp. 70-74.
 12. Nagy S., Pererva P., Maslak M. (2018) Organization of Marketing activities on the Intrapreneurship // *MIND JOURNAL // Wyzsza Szkoła Ekonomiczno-Humanistyczna* no 5.
 13. Besprozvanykh O., Pererva P., Tiutlikova V., Kovalova V., Kudina O., Dorokhov O. (2019). Improvement of the Method for Selecting Innovation Projects on the Platform of Innovative Supermarket. *TEM Journal*, 8(2), pp. 454-461. URL: DOI: 10.18421/TEM82-19
 14. Kuchynskiy, V., Pererva, P., Kobieliava, T., Garmash, S., Danko, T. (2021). Ensuring the Sustainable Development of an Industrial Enterprise on the Principle of Compliance-Safety. *Studies of Applied Economics*, 39 (5). doi: <https://doi.org/10.25115/eea.v39i5.5111>
 15. Kobieliava T., Tkachova N., Pererva P., Tkachov M., Diachenko T. (2021) Management of relations with enterprise stakeholders on the basis of value approach. *Problems and Perspectives in Management*, 19(1), pp. 24-38. URL: [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.19\(1\).2021.03](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.19(1).2021.03)
 16. Kuchynskiy, V., Pererva, P., Kobieliava, T., Kosenko, A., Maslak, O. (2021). Economic substantiation of outsourcing the information technologies and logistic services in the intellectual and innovative activities of an enterprise. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*, 4 (13 (112)), 6–14. doi: <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2021.239164>
 17. Nazarenko S., Pererva P., Maistro R., Danko T., Doronina M., Sokolova L. (2021). The formation of economic and marketing prospects for the development of the market of information services. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*, 6 (13 (114)), 6–16. doi: <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2021.245251>
 18. Tkachova NP, Pererva P.G. Rozvytok metodiv analizu faktychnoho stanu konkurentnykh perevah pidpryyemstva [Development of methods of analysis of the actual state of competitive advantages of the enterprise] // *Economics of development*. [Development economics] 2011. no 4 (60). pp. 116-120.
 19. Kosenko A., Pererva P. (2014) Technological Market Conjuncture: Risk Assessment Commercialization of Intellectual Property // *Club Economics in Mishkolc: Theory, Methodology, Practice*. International Advisory Board: University of Mishkolc Faculty of Economiks. Volume 10. no 1. pp.55-62.
 20. Kobieliava T.O., Tkachov M.M., Tkachova N.P., Pererva P.G. (2017) Determination of marketing characteristics of market capacity for electrical automation. // *Менеджмент і маркетинг інновацій*. no 3. С.79-86.
 21. Tkachev M.M., Kobieliava T.O., Pererva P.G. (2016) Evaluation of holder profits violation of their exclusive rights // *Scientific bulletin of Polissia*. no 4 (8), ч. 2. pp. 240-246.
 22. Kosenko A.V., Tkachev M.M., Kobieliav V.M., Pererva P.G. (2018) Innovative compliance of technology to combat corruption // *Innovative management: theoretical, methodical, and applied*

- grounds / S.M. Illiashenko, W.Strielkowski (eds.). 1st edition. Prague: Prague Institute for Qualification Enhancement. pp.285-295.
23. Kobieliava T.O., Tkachov M.M., Tkachova N.P., Pererva P.G. (2017) Modeling the marketing characteristics of market capacity for electrical automation // Marketing and Management of Innovations. no 4. pp.67-74.
 24. Compliance program of an industrial enterprise. Tutorial. (2019) / [P.G Pererva et al.] // Edited by prof. P.G.Pererva, prof. Gy.Kocziszky, prof. M.Somosi Veres. Kharkov-Miskolc: NTU "KhPI". 689 p.
 25. Tkachov M.M., Kobieliava T.O., Pererva P.G. (2016) Evaluation of holder profits violation of their exclusive rights // Scientific bulletin of Polissia. no 4 (8). pp. 27-35.
 26. Tovazhnyanskiy V., Kobeleva T., Gladenko I., Pererva P. (2010) Antikrizisnyy monitoring of finansovo-ekonomicheskikh indexes of work of enterprise // Business Studies. Volume 7.- Numer 2. Miskolz Press. pp. 171-183.
 27. Kosenko O., Tkachov M., Pererva P. (2017) Compliance program of an industrial enterprise: the essence and content // Balance and Challenges. X. International scientific conference. Miskolc-Lillafured: University of Miskolc. pp.87-93.
 28. Kosenko O., Tkachov M., Pererva P. (2015) Economic problems of Intellectual Property // 9-th international scientific conference "Balance and Challenges". Miskolc-Lillafured. 2015 - pp. 113-124.
 29. Pererva P.G., Kobieliava T.O., Shaulska L.V. Entrepreneurial Risks: Essence, Classification and Management Opportunities // Ekonomichnyy zhurnal Odeskoho politekhnichnoho universytetu. 2023. № 1(23). С. 43-50. URL: <https://economics.net.ua/ejopu/2023/No1/43.pdf>.
 30. Schimpf K., Pererva P., Gladenko I. (2010) Monitoring of Efficiency of Innovative Activity of Industrial Enterprise // "Club of Economics in Miskolc" TMP. Miskolc: Miskolz Press. Number 2. Volume 6. pp. 63-68.

Надійшла (received) 17.02.2024

Відомості про авторів / About the Authors

Шаульська Лариса Володимирівна (Shaulska Larysa) – доктор економічних наук, професор, професор кафедри економіки підприємства Київського національного університету імені Тараса Шевченка, м.Київ, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7919-6733>, e-mail: l.shaulska@donnu.edu.ua

Перерва Петро Григорович (Pererva Petro) – доктор економічних наук, професор, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», завідувач кафедри економіки бізнесу та міжнародних економічних відносин, м.Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6256-9329>; тел.: (067) 940-16-81; e-mail: pgpererva@gmail.com

Косенко Олександра Петрівна (Kosenko Oleksandra) - доктор економічних наук, професор, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», м.Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4028-7697> професор кафедри економіки і маркетингу; тел.: (096) 366-58-67; e-mail: kosenkoalexandra1@gmail.com

Марчук Леся Сергіївна (Marchuk Lesia) — старший викладач кафедри економіки бізнесу та міжнародних економічних відносин, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»; м.Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7108-1632>; email; Lesia.Marchuk@emmb.khpi.edu.ua

Гречаний Олександр Володимирович (Hrechanyi Oleksandr) – аспірант кафедри маркетингу Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана, м.Київ, Україна; (067)6198961; ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-0473-7861>; e-mail: finexp@ukr.net