

**Додаток до матеріалів
Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції**

**«КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТА ІННОВАЦІЇ:
ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ»**

на честь 95-річчя ХНЕУ ім. Семе́на Кузне́ця

присвячена видатному вченому-економісту О. Г. Ліберману

Тези доповідей

**21 листопада 2025 року
м. Харків, Україна**

**Харків
2025**

УДК 338.5:004

Управління ціноутворенням на ІТ-продукти та послуги для міжнародних клієнтів в умовах трансформації цифрової економіки України

Дзеніс Олексій Олександрович,

канд. екон. наук, доцент кафедри міжнародної економіки і менеджменту,
ХНЕУ ім. С. Кузнеця (м. Харків, Україна),
e-mail: oleksiy.dzenis@hneu.net;

Широкий Роман Валерійович,

студент 2 року навчання другого (магістерського) рівня вищої освіти,
ННІ міжнародних відносин, ХНЕУ ім. С. Кузнеця (м. Харків, Україна),
e-mail: romanchemp@gmail.com

В умовах стрімкого розвитку цифрової економіки питання ціноутворення на ІТ-продукти та послуги набуває особливого, стратегічного значення. Вартість інформаційних технологій сьогодні є не лише економічним показником, а й важливим індикатором інноваційного потенціалу, рівня цифрової зрілості підприємства, його технологічної спроможності та здатності забезпечувати стале зростання у конкурентному середовищі. Український ІТ-сектор, який демонструє динамічні темпи розвитку та активно інтегрується у світовий ринок, зіштовхується з необхідністю формування ефективних моделей ціноутворення, що відповідали б глобальним стандартам ведення бізнесу, вимогам міжнародних клієнтів і внутрішнім особливостям економіки.

Формування вартості ІТ-продуктів визначається багатьма чинниками: рівнем технологічної складності розробки, ступенем унікальності розробленого рішення, наявністю елементів інтелектуальної власності, брендовою впізнаваністю компанії, рівнем персоналізації продукту під потреби конкретного клієнта, обсягом післяпродажного обслуговування, витратами на дослідження, розробки та тестування, а також кадровими і часовими ресурсами.

Окрім того, важливу роль відіграють фактори зовнішнього середовища – податкова політика, валютна стабільність, економічна безпека, рівень цифровізації державного сектора та наявність високотехнологічної інфраструктури.

Як зазначає Васильцова С. [1], цифрова економіка формує абсолютно нову парадигму господарювання, в якій ціна стає не просто грошовим еквівалентом витрат, а інформаційним сигналом, що передає ринку відомості про інноваційність, конкурентоспроможність та технологічний рівень підприємства.

В умовах високої динаміки ринку IT-послуг саме гнучке ціноутворення дозволяє підприємствам не лише зберігати стабільність, а й швидко реагувати на зміни попиту, впроваджувати нові продукти, експериментувати з бізнес-моделями та залучати інвестиції. Ціна в цифровій економіці є частиною комунікаційної стратегії, засобом позиціонування бренду, способом управління поведінкою споживачів та інструментом підвищення лояльності клієнтів [5].

Сучасні підходи до управління ціноутворенням у сфері IT-бізнесу передбачають використання інноваційних гнучких моделей, зорієнтованих на конкретні потреби замовників, масштаб проекту та рівень його невизначеності. Найпоширенішими серед них є моделі «time and material» (ціна формується на основі витраченого часу та ресурсів), «fixed price» (фіксована вартість проекту, погоджена заздалегідь) та «subscription-based pricing» (підписна модель, що передбачає регулярні платежі за користування програмним продуктом або сервісом) [4]. Як зазначається у дослідженнях [3], саме такі підходи забезпечують баланс між гнучкістю ціни, економічною доцільністю та прозорістю фінансових розрахунків. Вони дозволяють IT-компаніям мінімізувати ризики, пов'язані з непередбаченими витратами, і забезпечити стабільне отримання прибутку в довгостроковій перспективі.

Важливою характеристикою цифрової економіки є підвищений рівень конкуренції, де успіх компанії залежить не лише від якості її

продукту, а й від здатності оперативно адаптувати цінову політику до змін ринкових умов. На думку Лімана [2], ефективність ціноутворення у сучасних умовах безпосередньо залежить від рівня автоматизації управлінських процесів та використання аналітичних технологій.

Застосування систем Big Data, Machine Learning, Business Intelligence і Predictive Analytics надає підприємствам можливість глибше аналізувати ринкові тенденції, прогнозувати поведінку споживачів і оптимізувати цінову стратегію в реальному часі. Автоматизовані інструменти дозволяють компаніям проводити моніторинг конкурентних пропозицій, виявляти цінові тренди, аналізувати еластичність попиту і визначати найвигідніші рівні цін на основі комплексних алгоритмів [4].

Особливої уваги заслуговує експортний сегмент українського ІТ-ринку, який є одним із найрозвиненіших у Східній Європі. Значна частина українських компаній працює з клієнтами із США, Канади, Великої Британії, Німеччини, Польщі та країн Балтії.

У цьому контексті постає потреба врахування валютних ризиків, особливостей міжнародного оподаткування, законодавчих обмежень, різниці в договірному праві, а також рівня довіри між сторонами. Васильцова [1] зазначає, що цифровізація економічних процесів не лише розширює можливості для експорту ІТ-послуг, але й створює нові виклики, зокрема щодо забезпечення податкової прозорості, захисту прав інтелектуальної власності, регулювання трансакцій у цифровому середовищі та застосування міжнародних стандартів фінансової звітності.

Водночас ціноутворення у сфері ІТ не може ґрунтуватися виключно на принципі мінімізації витрат або зниження цін. За твердженням Васильцової [1], конкурентоспроможність ІТ-компанії визначається не рівнем ціни, а рівнем цінності, яку вона здатна створити для свого клієнта. Ця цінність може мати різний характер – технологічний (інноваційність продукту), організаційний (ефективність про-

Література

1. Васильцова С. Подвійне ціноутворення. Як інформаційні технології змінюють правила гри. *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки)*. 2024. № 4.
 2. Ліман В. Динамічне ціноутворення в українському інтернет-рітейлі. *Вимірювальна та обчислювальна техніка в технологічних процесах*. 2024. № 1. С. 231–236.
 3. Шаульська Л. В. Моделі ціноутворення на інноваційну продукцію в системі економічної оцінки конкурентоспроможності підприємств електронної торгівлі. *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки)*. 2024. № 1. С. 130–136.
 4. Юхименко-Назарук І. Економічний потенціал України та монетизація цифрових послуг в ЄС: взаємозв'язок та перспективи. *Via Economica*. 2024. № 6. С. 16.
- DOI: 10.32782/2786-8559/2024-6-16
5. Яворський П., Таран С., Шепотило О., Гаманюк О. Інтеграція України у Єдиний цифровий ринок Європейського Союзу. Потенційні економічні переваги. Київ : ГО «Український центр європейської політики», 2020. 53 с.

