

Тетяна Куценко, Марина Мащенко, Ігор Момотков

## ОБҐРУНТУВАННЯ ВИКОРИСТАННЯ НЕЙРОТЕХНОЛОГІЙ ЯК ІНСТРУМЕНТУ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РИНКОВИХ І ЦІНОВИХ РІШЕНЬ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР

У статті обґрунтовано використання нейротехнологій як інструменту підвищення ефективності ринкових і цінових рішень підприємницьких структур в умовах цифрової трансформації економіки. Доведено обмеженість традиційних підходів до маркетингового аналізу, які не враховують підсвідомі, емоційні та когнітивні чинники поведінки споживачів. Встановлено, що застосування нейротехнологій дозволяє отримувати об'єктивні дані про реакції споживачів на маркетингові стимули та підвищувати точність прогнозування їх поведінки. Систематизовано напрями використання нейромаркетингових інструментів у формуванні цінових рішень, зокрема визначення порогових значень ціни, оцінку ефективності психологічних стратегій ціноутворення та аналіз впливу ціни на сприйняття якості продукту. Обґрунтовано можливості використання нейротехнологій у прийнятті ринкових рішень, пов'язаних із сегментацією, позиціонуванням і комунікаціями. Розроблено концептуальний підхід до інтеграції нейроповедінкових даних у систему маркетингового управління, який передбачає поєднання нейроаналітичного та управлінського рівнів, використання цифрово-аналітичної інфраструктури та механізму зворотного зв'язку. Доведено, що запропонований підхід забезпечує підвищення ефективності маркетингових рішень, зростання залученості споживачів і формування конкурентних переваг підприємств.

**Ключові слова:** нейротехнології, нейромаркетинг, ринкові рішення, цінові рішення, поведінка споживачів, готовність платити, цифровий маркетинг, маркетингове управління, Big Data, штучний інтелект.