

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агарков А. О. Інформаційно-консультаційне забезпечення в системі управління сільськогосподарськими підприємствами : автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04. Харків, 2010. 20 с.
2. Адизес И. К. Управление жизненным циклом корпораций. Москва: Издательство «Манн, Иванов и Фербер». 2014. 512 с.
3. Артус М. М. Формування механізму ціноутворення в умовах ринкової економіки : зб. наук. праць. Тернопіль : Економічна думка, 2002. 353 с.
4. Бабур Л. Г., Лялюк О. Г. Ціни і ціноутворення: навч. посіб. Вінниця: ВНТУ, 2004. 119 с.
5. Баздникін А. С. Ціни і ціноутворення : навч. посібн. URL: https://stud.com.ua/20436/marketing/strategiya_tsinoutvorennya (дата звернення 08.08.2020).
6. Балабанова Л. В., Сардак О. В. Цінова політика торговельного підприємства в умовах маркетингової орієнтації : монографія. Донецьк : ДонДУЕТ ім. М. ТуганБарановського, 2003. 149 с.
7. Балик У.О. Розвиток ціноутворення на засадах маркетингових стратегій машинобудівних підприємств: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Львів, 2011. 25 с.
8. Бандурка О. М., Коробов М. Я., Орлов П. І., Петрова К. Я. Фінансова діяльність підприємства : підручник. Київ : Либідь, 2003. 384 с.
9. Батрин Ю. Д. Бюджетное планирование деятельности промышленных предприятий: монография. *КИС – Компьютерные информационные системы*. URL: <http://www.cis2000.ru/Budgeting/Shares.shtml>. (дата звернення 08.09.2020).
10. Белявцев М. І., Петенко І. В., Прозорова І. В. Маркетингова цінова політика : навч. посіб. Київ : Центр навчальної літератури, 2005. 332 с.
11. Беляева И. Ю., Панина О. В. Цены и ценообразование. Управленческий аспект : учеб. пособие. М. : КНОРУС, 2004. 157 с.

12. Білошкурська Н. В. Маркетингове дослідження факторів ціноутворення на конкурентному ринку . *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2015. № 1. С. 24-31.
13. Божков Д. С. Класифікація видів цінового стимулювання споживачів і посередників. *Ефективна економіка*. 2018. № 9. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6551> (дата звернення 29.01.2021)
14. Божков Д. С. Особливості впливу різних видів маркетингу на ціноутворення. *Інвестиції: практика та досвід*. 2018. № 19. URL: <http://www.investplan.com.ua/?op=1&z=6322&i=10> (дата звернення 29.01.2021)
15. Божков Д. С., Божкова В. В. Вплив глобалізації на визначення цін на продукцію промислових підприємств. *Агросвіт*. 2021. № 3. С. 16-21. URL: <http://www.agrosvit.info/?op=1&z=3377&i=2> (дата звернення 29.01.2021)
16. Божков Д. С. Особливості презентації благодійної діяльності через ціноутворення. *Економічні проблеми сталого розвитку: матеріали всеукр. наук.-технічн. конф. студентів, аспірантів і молодих учених, присвяченої 80-річчю від дня народження професора Олега Балацького, м. Суми, 21–25 квітня 2017 р. Суми, 2017. С.246-247.*
17. Божков Д.С., Мельник Ю. М. Підходи до класифікації маркетингових цінових стратегій. *Маркетинг інновацій і інновації у маркетингу: матеріали XI між нар. наук.-практ. конф. м. Суми, 28–30 вересня 2017 р. Суми, 2017. С. 116-117. URL: http://dspace.wunu.edu.ua/jspui/bitstream/316497/23486/1/%d0%97%d0%b1%d1%96%d1%80%d0%bd%d0%b8%d0%ba%20%d1%82%d0%b5%d0%b7_%d0%9c%d0%86%d0%86%d0%9c_2017.pdf (дата звернення 29.01.2021)*
18. Божков Д.С. Взаємозв'язок між методами ціноутворення і видами маркетингу. *Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали всеукр.*

- наук.-практ. конф. студентів, аспірантів і молодих учених, присвяченої пам'яті професора Олега Балацького, м. Суми, 23–27 квітня 2018 р. Суми, 2018. С. 261-262. URL: http://lib.sumdu.edu.ua/library/docs/rio/2018/Ekonomichni_problemy_2018.pdf?fbclid=IwAR0OYZrGj1GGNxFpUg2Fuajemgmy_-GXm618YEvyZyl1vexjJXWrin15h9M (дата звернення 29.01.2021)
19. Божков Д. С., Шипуліна Ю. С. Цінність як основа визначення конкурентних цін. *Економіка, підприємництво, менеджмент: сучасний стан і обриси майбутнього*: зб. мат.-лів всеукр. наук.-практ. конф. здобувачів вищої освіти та молодих учених, Дніпро, 23 квіт. 2019 р. Дніпро. С. 147-150.
20. Божков Д. С., Шипуліна Ю. С. Дослідження складових цінності товару для споживачів. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку обліку, аналізу та контролю в соціально-орієнтованій системі управління підприємством* : матеріали 2-ї Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф., 23 квітня 2019 р. Полтава, 2019. Ч. 2. С. 346-348. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/41851> (дата звернення 29.01.2021)
21. Божков Д. С., Божкова В. В. Інструментарій маркетингового ціноутворення промислових підприємств у нових умовах господарювання. *Marketing of innovations. Innovations in marketing* : Materials of the International Scientific Internet Conference, December 2020. Bielsko-Biala, 2020. С. 111-112. URL: http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/10012/1/Marketing_innovations_2020_WSEH__%20%281%29.pdf (дата звернення 29.01.2021)
22. Божков Д. С., Мельник Ю. М. Роль нематеріальних активів у інноваційній діяльності промислових підприємств. *Маркетинг інновацій і інновації у маркетингу*: зб. тез доповідей X Міжнар. наук.-практ. конф. 29 вересня – 1 жовтня 2016 р. Суми, 2016. С. 160. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream->

- download/123456789/47486/1/Melnyk_intangible_assets.pdf (дата звернення 29.01.2021)
23. Божков Д. С. Підходи до урахування ціннісних характеристик у виробництві продукції промислових підприємств. *Економіка, інноватика та сучасні бізнес-технології: актуальні проблеми та розвиток* : матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. Суми : СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2020. С. 11-13.
 24. Божков Д. С., Башук Т. О. Мерчандайзинг інноваційних будівельних товарів. *Економічні проблеми сталого розвитку* : матеріали доп. міжнар. наук.-практ. конф., присвяченої 20-річчю наукової діяльності ф-ту економіки та менеджменту СумДУ, м. Суми, 3-5 квітня 2012 р. Суми, 2012. Т.5. С. 150-151. URL: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/28749> (дата звернення 29.01.2021)
 25. Бойчук І. В., Дмитрів А. Я. Маркетинг промислового підприємства : навч посібн. URL: https://pidru4niki.com/1673042662423/marketing/peredmova_marketing_promislovogo_pidpriyemstva (дата звернення 29.01.2021)
 26. Бойчик І. М. Економіка підприємства : навч. посібн. Київ: Атака, 2004. 480 с.
 27. Бокулева М. О. Ціноутворення на продукцію машинобудівних підприємств з урахуванням поведінки споживачів: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Запоріжжя, 2010. 20 с.
 28. Бородкіна Н. О. Маркетинг: навч. посібн. Київ : Кондор, 2007. 362 с.
 29. Бугас В. В., Любенко Н. М. Мікроекономіка : навч. пос. Київ : КНУТД, 2005. 120 с.
 30. Бужимська К. О. Вдосконалення методики ціноутворення в системі внутрішнього економічного механізму підприємств молочної промисловості: дис. ... канд. екон. наук : 08.06.01. Київ, 2005. 20 с.
 31. Бутакова М. М. Ценообразование в рыночной экономике : учеб. пособ.

- Барнаул : Изд-во Алтайского ун-та, 2004. 150 с.
32. Бутенко Н. В. Маркетинг : підручн. Київ : Атіка, 2008. 300 с. URL: http://pidruchniki.ws/1510082740049/marketing/marketingova_tsinova_politika_pidpriyemstva#517.
 33. Бутенко Н. В. Основи маркетингу: підручн. URL: <https://buklib.net/books/24928/> (дата звернення 08.08.2020)
 34. Вернудіна Г. В. Ціноутворення на продукцію машинобудівного підприємства з урахуванням його конкурентної позиції: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Запоріжжя, 2010. 20 с.
 35. Власюк В.Є., Олексієвець О.О., Олішкевич К.В. Проблеми формування цінової політики підприємств. Молодий вчений, травень 2017. № 5 (45). С 521-524. <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2017/5/117.pdf>
 36. Вороніна А. В. Механізм маркетингового ціноутворення: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.06.01. Київ, 2003. 22 с.
 37. Гаврилова А. Н. Как определяется цена : методы ценообразования и ценовая политика бизнеса. URL: <http://www.elitarium.ru/cenovaja-politika-cenoobrazovanie-pribyl-zatraty-konkurencija-vyruchka-marketing/> (дата звернення 08.08.2020)
 38. Гаркавенко С. С. Маркетинг: підручник. Київ: Лібра, 2002. 712 с.
 39. Гальчинська Ю. М. Формування маркетингової цінової політики на підприємствах бурякоцукрового підкомплексу: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Київ, 2011. 20 с.
 40. Герасимчук К. Ю. Методологічні аспекти ціноутворення продукції виробничо-технічного призначення. URL: http://vlp.com.ua/files/18_32.pdf(дата звернення 08.08.2020)
 41. Гетьман О. О., Шаповал В. М. Економіка підприємства: навч. посібн. для студентів вищих навч. закладів. Київ : Центр учбової літератури, 2006. 488 с.

42. Глобальна динаміка. *Global Trade Alert*. URL: https://www.globaltradealert.org/global_dynamics/area_all/year-from_2018/year-to_2018(дата звернення 08.08.2020)
43. Горбаль Н. І., Грушак Б. Т., Дутко З. М. «Партизанський» маркетинг у міжнародних корпораціях. URL: http://VNULPM_2014_797_50.pdf
44. Горелов Д. О., Большенко С. Ф. Стратегія підприємства. Харків : Вид-во ХНАДУ. 2010. 133 с. URL: <https://buklib.net/books/36612/>
45. Господарський кодекс України : *Відомості Верховної Ради України*. 2003. № 18, № 19-20, № 21-22. Ст.144. № 436-IV від 16 січня 2003 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text> (дата звернення 08.08.2020)
46. Гречаник Н. Ю. Сутність та особливості маркетингової цінової політики. *Інноваційна економіка*. 2012. № 32. С. 205-212.
47. Григорчук Т. В. Маркетинг : навч. посібн. для дистанційного навчання. Ч.2. Київ : Видавництво Університету "Україна", 2007. URL: <https://sites.google.com/site/marketingdistance/tema-8/4-stimuluvanna-prodazu>(дата звернення 08.08.2020)
48. Гринченко Ю. Л. Ценовые стратегии на современных рынках. Какие решения предлагает маркетинг? *Маркетинг и маркетинговые исследования*. 2009. № 2 (80). С. 133.
49. Грицюк Е. О. Економіка підприємств. Київ : ДаКор, 2010.305 с.
50. Данченко Л. А. Маркетинговое ценообразование и анализ цен : уч. пособ. Москва : МЭСМ, 2004. 100 с.
51. Даян А., Троадек Е., Тродек Л. Стимулирование сбыта. Москва : Нева, 2003. 250 с.
52. Деділова Т.В. Основи маркетингу. Харків, 2011. URL: <http://buklib.net/books/37384/> (дата звернення 08.08.2020)
53. Депутати пропонують розширити перлік товарів у законопроекті про локалізацію. *Transparency International Ukraine*. URL: <https://ti-ukraine.org/news/deputaty-proponuyut-rozshyryty-perelik-tovariv-v->

- zakonoprojekti-pro-lokalizatsiyu/
54. Державна служба статистики України. *Сайт*. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 01.12.2020)
 55. Деякі питання цифрового розвитку : Постанова Кабінету Міністрів України від 30.01.2019 р. № 56. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/56-2019-%D0%BF#Text>
 56. Длігач А. О. Маркетингова цінова політика : світовий досвід, вітчизняна практика. Київ : ВД «Професіонал», 2006. 304 с.
 57. Дойль П., Штерн Ф. Маркетинг, менеджмент и стратегии. 4-е изд. – СПб. : Питер, 2007. 542 с.
 58. Должанський І. З., Загорна Т. О. Конкурентоспроможність підприємства. Київ : Центр навчальної літератури, 2006. 384с.
 59. Долина І. В., Кобелева Т. О., Кобелев В. М., Косенко О. П., Матросова В. О. Методологія ціноутворення та економічної оцінки інтелектуального потенціалу в міжнародному підприємстві. *Вісник НТУ «ХПІ» (економічні науки)*. Харків : НТУ «ХПІ», 2020. - № 5. С. 76-81.
 60. Дугіна С. І. Маркетингова цінова політика : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2005. 393 с.
 61. Дугіна С. І. Особливості урахування ризику при формуванні цінової політики. *Формування ринкової економіки*, 2010. № 23. С 135-145. <https://core.ac.uk/download/pdf/14713721.pdf>
 62. Ерухимович И. Л. Ценообразование : учеб.-метод. пособие. 2-е изд., стереотип. Киев : МАУП, 1999. 188 с.
 63. Єщенко П. С., Палкін Ю. І. Сучасна економіка : навч. посіб. Київ : Вища шк., 2005. 325 с.
 64. Жданко Є. С. Розвиток механізмів ціноутворення в управлінні виробничо-господарською діяльністю підприємства: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.00.04. Маріуполь, 2008. 20 с.
 65. Желтякова И. А. Маховикова Г. А., Пузыня Н. Ю. Цены и

- ценообразование. Краткий курс : уч. пособ. СПб. : Питер, 1999. 112 с.
66. Завьялов П. С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах : учеб. пособие. Москва : ИНФРА-М, 2012. 495 с.
67. Іваннікова М. М. Маркетингове управління лояльністю споживачів. *Маркетинг і менеджмент інновацій*, 2014, №3. С. 62-72. URL: http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2014_3_62_72_0.pdf (дата звернення 08.08.2020)
68. Ілляшенко С.М. Економічний ризик : навч. посібн. К.: Центр навчальної літератури, 2004. 220 с.
69. Історія економічних вчень : навч. посібн. / В. В. Кириленко та ін. Тернопіль : „Економічна думка”. 2007. 233 с. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/498/1/%D0%86%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D1%96%D1%8F%20%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC.%20%D0%B2%D1%87%D0%B5%D0%BD%D1%8C.pdf>
70. Карпенко Ю. М. Розвиток засобів стимулювання збуту в умовах сучасного ринку. *Науковий вісник Полісся*. 2016. № 4 (8). Ч. 2. С. 335-339.
71. Катаев А. В. Маркетинговая ценовая политика : учеб.-метод. пособ. Харьков : ХНУ имени В. Н. Каразина, 2005. 122 с.
72. Катаев А. В., Оберемок С. В. Фактори цінової чутливості споживачів: результати систематизації та верифікації актуальності в рамках концепції маркетингу довіри. *Ефективна економіка*. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/5_2018/65.pdf
73. Кеворков В. В., Леонтьев С. В. Ценовая стратегия : уч. материал. *Энциклопедия маркетинга : образовательный ресурс*. URL: <http://www.cfin.ru/marketing/kevorkov-08.shtml>.
74. Кейван О. І. Прогнозування попиту на послуги туристичних підприємств : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Херсон, 2012. 20 с.

75. Клименко С.М. Обґрунтування господарських рішень та оцінка ризиків : Навч. посіб. – К.: КНЕУ, 2005. – 249 с.
76. Коваль З. О. Аналіз ефективності цінових стратегій підприємств. URL: <http://ena.lp.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/ntb/2709/13.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (дата звернення 08.08.2020)
77. Кожушкін М. Е. Організаційний механізм формування витрат і управління ціноутворенням при виробництві трубної продукції з нержавіючих марок сталі: автореф. дис... канд. екон. наук : 08.00.04. Маріуполь, 2009. 22 с.
78. Колесникова Н. М. Методолого-практичні основи ціноутворення на залізничному транспорті України: автореф. дис... д-ра екон. наук: 08.00.04. Київ, 2008. 35 с.
79. Комітет рекомендував Раді прийняти законопроект про локалізацію. *Економічна правда*. 7 грудня 2020. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2020/12/7/668910/>
80. Концепція науково-технологічного та інноваційного розвитку України. *Відомості Верховної Ради України*. 1999. № 37. ст. 336. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/916-14#Text>
81. Корж М. В. Маркетинг : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2008. 344 с. URL: http://pidruchnyki.ws/1263111336701/marketing/tsinoutvorennya_produktsiyu_firmi#185. (дата звернення 08.08.2020)
82. Корінев В. Л., Корецький М. Х., Дацій О. І. Маркетингова цінова політика : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 200 с.
83. Корягіна С. В., Корягін М. В. Маркетинговий аудит : навч. посібн. URL: http://pidruchniki.com/1761082563040/marketing/marketingoviy_audit (дата звернення 08.08.2020)
84. Косенко О.П., Кобелева Т.О., Долина І.В., Матросова В.О., Кобелев В.М. Маркетингове та вартісне оцінювання інновацій та інтелектуального потенціалу в міжнародних проектах. *Вісник*

- Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки). Харків : НТУ "ХПІ", 2020. № 6. С. 77-83.*
85. Котлер Ф., Келлер К. Маркетинг-менеджмент. 14-е изд. СПб. : Питер. 2014. 800 с.
86. Котлер Ф. Основы маркетинга. Москва : Издательский дом "Вильямс". 2007. 656 с.
87. Крючкова О. Н., Попов Е. В. Классификация методов ценообразования. *Маркетинг в России и за рубежом*. 2002. № 4. URL: <http://masters.donntu.org/2006/kita/sosnova/library/art12.htm> (дата звернення 08.08.2020)
88. Кудлай В.Г. Теоретико-методологічні засади формування цінової політики підприємства. *Економіка*, 2006. № 1. С.97-101. URL: https://ukr-socium.org.ua/wp-content/uploads/2006/01/97-101__no-1__vol-12__2006__UKR.pdf (дата звернення 08.08.2020)
89. Кузьмина Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум. URL: <https://stud.com.ua/45292/marketing/marketing> (дата звернення 08.08.2020)
90. Кулаков І. Українські стартапи-чемпіони 2017: підсумки року. *K Fund Media*. 28 грудня 2017. URL: <https://kfund-media.com/ukrayinski-startapy-chempiony-2017-pidsumky-roku/> (дата звернення 08.08.2020)
91. Кучерова Г.Ю. Ціноутворення на нову продукцію машинобудівних підприємств: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Запоріжжя, 2011. 20 с.
92. Кушнір Т. Б., Кісляков В. Г. Цінові методи стимулювання реалізації продовольчих товарів на підприємствах роздрібної торгівлі. Харків : ХДУХТ. 2011.
93. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива. СПб. : Наука. 1996. 589 с.
94. Левицька А. В. Науково-методичні засади моніторингу процесу

- формування ціни на електроенергію тепловими енергогенеруючими підприємствами : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Одеса. 2013. 23 с.
95. Леонова М. Особистість більшості людей не змінюється протягом 50 років – дослідження. *Громадське*. 20 серпня 2018. URL: <https://hromadske.ua/posts/osobystist-bilshosti-liudei-ne-zminiuietsia-protiahom-50-rokiv-doslidzhennia> (дата звернення 08.08.2020)
96. Липсиц И. В. Ценообразование: учебник и практикум для академического бакалавриата : учеб. пособ. Москва : Юрайт, 2014. 367 с.
97. Липсиц И. В., Рязанова О. И. Управление ценами в ритейле : учебник. Москва : Эксмо, 2008. 223 с. URL: <https://port-u.ru/home/nasha-biblioteka/knigi-online/item/1940-upravlenie-tsenami-v-ritejle> (дата звернення 08.08.2020).
98. Липчук В. В. Дудяк А. П., Бугіль С. Я. Маркетинг : основи теорії та практики : навч. посіб. Львів : Магнолія плюс. 2003. 288 с. URL: https://pidruchniki.com/1667090750022/marketing/osnovni_strategiyi_tsino_utvorennia (дата звернення 08.08.2020)
99. Литвиненко Я. В. Маркетингова цінова політика : навч. посіб. Київ : Знання. 2010. 294 с. URL: http://pidruchniki.ws/11541121/marketing/chinniki_yaki_vplivayut_tsini#729. 1(дата звернення 08.08.2020)
100. Мазур О. Є. Ринкове ціноутворення : навч. посібн. Київ : «Центр учбової літератури». 2012. 480 с. URL: http://culonline.com.ua/Books/Rinkove_cinoutvorennia_Mazur2012.pdf (дата звернення 08.08.2020)
101. Мазурок П. П. Історія економічних учень у запитаннях і відповідях : навч. посіб. URL: https://pidruchniki.com/1435102137847/politekonomiya/ekonomichni_poglyadi_marshalla_kembridzhska_shkola (дата звернення 08.08.2020)

102. Маказан Е. В., Медведєва І. С. Сучасні аспекти ціноутворення в Україні : зб. наук. праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). 2012. № 18 (1). С. 255-263.
103. Макаревич А. Индустрия 4.0: Какие перемены грядут на рынке услуг. *Дело*. 17 февраля 2017. URL: <https://delo.ua/business/industrija-40-kakie-peremenu-grjadut-na-rynke-uslug-328161/> (дата звернення 08.08.2020)
104. Макконел К. Р., Брю С. Л. Экономикс : принципы, проблемы и политика. Москва : Республика. Т.2. 1992. С. 45-63.
105. Мардус Н. Ю. Цінове позиціонування товарів виробничо-технічного призначення в системі маркетингу : дис. ...на здобуття наук. ступеня к-та екон. наук: 08.00.04. Харків, 2013. 247 с.
106. Маркетинг : бакалаврський курс : навч. посіб. / За заг. ред. С. М. Ілляшенка. Суми : Університетська книга, 2004. 976 с.
107. Марутян Рена Поведінкова економіка: від гоніння до Нобелівської премії. *Matrix*. URL: <https://matrix-info.com/2017/10/25/povedinkova-ekonomika-vid-goninnya-do-nobelivskoji-premiji/> (дата звернення 08.08.2020)
108. Марцин В. С. Особливості формування цінової стратегії підприємства та оцінка етапів її моніторинг. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. Проблеми інтеграції України у світовий фінансовий простір, Вип. 1 (99). С.433-442.
109. Матвійчук М. З. Формування механізму ціноутворення у підприємствах агропромислового виробництва: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Тернопіль. 2011. 20 с.
110. Мельник А. О. Управління трансфертним ціноутворенням на підприємстві: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.00.04. Харків. 2007. 19 с.
111. Мельник Л. Г., Старченко Л. В., Карінцева О. І. Маркетингова цінова політика : навч. посіб. Суми: ТОВ «ВТД «Університетська книга»,

2007. 240 с.
112. Михасюк І. Р., Швайка Л. А. Державне регулювання економіки : підручн. Львів: Магнолія плюс; видавець СПД ФО “В.М. Піча”, 2006. 220 с.
113. Мороз Л. А., Чухрай Н. І. Маркетинг : підручн. 2-е вид. Львів : Інтелект-Захід, 2002. 244 с.
114. Мочерний С. В., Довбенко М. В. Економічна теорія. URL: https://pidruchniki.com/19991130/ekonomika/ekonomichna_teoriya
115. Набок І. І. Ціноутворення на інноваційний продукт машинобудівного виробництва: автореф. дис... канд. екон. наук : 08.00.04. Запоріжжя. 2008. 20 с.
116. Найт Ф. Риск, неопределенность и прибыль. М.: Дело, 2003. – 360 с.
117. Нападовська Л. В. Особливості формування цільової собівартості та ціноутворення в умовах глобалізації. *Економічні науки. Серія «Облік і фінанси»*. Вип. 7 (25). Ч. 2. 2010. С. 339-349
118. Національна бібліотека України ім. В. І. Вернадського. *Сайт бібліотеки*. URL: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis64r_81/cgiirbis_64.exe (дата звернення 08.08.2020)
119. Нэгл Т. Стратегия и тактика ценообразования. Руководство для принятия решений, приносящих прибыль. СПб. : Питер, 2001. 543 с.
120. Новиков В. А. Практическая рыночная экономика. Толкование 4000 терминов : Словарь. Москва : Флинта. 1999. 371 с.
121. Ноздрева Р. Б., Крылова Г. Д., Соколова М. И. Маркетинг : учеб. пособ. Москва : Проспект, 2005. 230 с.
122. Оверченко М. Нобелевскую премию по экономике присудили за анализ цен на активы. *Vedomosti.ru*. URL: <https://www.vedomosti.ru/finance/articles/2013/10/14/nobelevskuyu-premiyu-po-ekonomike-prisudili-za-poluchil>
123. Окландер М. А., Литовченко І. Л., Ботушан М. І. Маркетингові комунікації промислових підприємств в умовах інформаційної

- економіки : монографія. Київ : Знання. 2011. 102 с. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/147035496.pdf> (дата звернення 08.08.2020)
124. Окландер М. А., Чукурна О. П. Маркетингова цінова політика: навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури. 2011. 240 с. URL: <http://westudents.com.ua/knigi/280-marketingova-tsnova-poltika-oklander-ma-.html> (дата звернення 08.08.2020)
125. Окландер Т. О. Маркетингові дослідження цінових ризиків промислового підприємства. *Проблеми економіки*, 2012. № 3. С 141-146.
126. Окландер Т.О., Войтко В.В. Формування процесів ціноутворення та вартісної оцінки потенціалу промислових інновацій з урахування фактору ризику. *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки)*. Харків : НТУ "ХПІ", 2020. № 5. С. 82-86.
127. Орлов О. О., Рясних Є. Г. Два напрями ціноутворення на нову продукцію. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*, 2017. № 2, т. 2. С. 34-36.
128. Оснач О. Ф., Пилипчук В. П., Коваленко Л. П. Промисловий маркетинг : підручн. URL: https://pidruchniki.com/11570718/marketing/strategiyi_tsinoutvorennya (дата звернення 08.08.2020)
129. Основи ціноутворення : навч. посіб. Верхоглядова Н. І., Ільїна С. Б., Іваннікова Н. А. та ін. Київ : Кондор, 2006. 252 с.
130. Павленко А. Ф., Войчак А. В. Маркетинг : підручн. Київ : КНЕУ, 2003. 246 с.
131. Павленко А. Ф. Корінець В. Л. Маркетингова політика ціноутворення : монографія. Київ : КНЕУ. 2004. 332 с.
132. Павлова Л. М. Шляхи удосконалення механізмів ціноутворення на продукцію аграрних підприємств : автореф. дис. ... канд. екон.

- наук. 08.00.04. Херсон. 2012. 20 с.
133. Пархоменко Н. О. Прогнозування цін на підприємствах харчової промисловості: автореф. дис... канд. екон. наук : 08.00.04. ; Луганськ. 2009. 20 с.
134. Патентування як ознака інноваційності країни – перше дослідження від Innolytics Group. URL: <https://www.imena.ua/blog/patent-innovations-ua/>
135. Перерва П. Г. Маркетингове ціноутворення та його вплив на якість та конкурентоспроможність продукції. *Вісник НТУ «Харківський політехнічний інститут»*. 2017. № 46 (1267). С. 18-23.
136. Перетворення нашого світу: Порядок денний у сфері сталого розвитку до 2030 року. Резолюція Генеральної Асамблеї ООН. URL: <http://sdg.org.ua/ua/resources-2/344-2030-2015> (дата звернення 01.01.2021)
137. Петенко И. В. Ценообразование. Основной курс : учеб. пособие. Донецк : ДонГАУ, 1999. 250 с.
138. Петросян А. А. Некоторые аспекты тактического ценообразования. *Маркетинг в России и за рубежом*. 2003. № 3.
139. Петруня Ю. Г. Маркетинг : навч. посіб. 2-ге вид. Київ : Знання. 2010. 351 с.
140. Пінішко В. С. Ціни і ціноутворення : навч. посіб. Львів : Інтеллект-Захід. 2010. 488 с.
141. Пляскіна А. І. Стратегія гнучкого ціноутворення на кінцеву продукцію підприємств молочної галузі: автореф. дис... канд. екон. наук : 08.00.04. Київ. 2008. 20 с.
142. Подмешальська Ю. В. Стратегічне ціноутворення на машинобудівних підприємствах: автореф. дис... канд. екон. наук : 08.00.04. Запоріжжя. 2009. 20 с.
143. Пономаренко І. В. Цифровий маркетинг як ефективний інструмент підвищення рівня конкурентоспроможності компанії. *Проблеми*

- інноваційно-інвестиційного розвитку*. 2018. № 15. С. 57-65.
URL: <https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/12447/1/Ponomarenko.pdf>
144. Про встановлення повноважень органів виконавчої влади та виконавчих органів міських рад щодо регулювання цін (тарифів). Постанова Кабінету Міністрів України від 25 грудня 1996 р. № 1548.
URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1548-96-%D0%BF#Text>
145. Про захист економічної конкуренції : Закон України від 11.01.2001 р. № 2210–III. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2210-14>.
146. Про місцеве самоврядування в Україні : Закон України від 21 травня 1997 р. № 280/97-ВР. *Відомості Верховної Ради України*. 1997. № 24. ст.170. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/280/97-%D0%B2%D1%80#Text>
147. Про положення про державне регулювання цін (тарифів) на продукцію виробничо-технічного призначення, товари народного споживання, роботи та послуги монопольних утворень. Постанова Кабінету Міністрів України від 22 лютого 1995 р. № 135. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/135-95-%D0%BF#Text> (дата звернення 08.08.2020)
148. Про ціни й ціноутворення : Закон України від від 21.06.2012 № 5007-VI зі змінами і доповненнями. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5007-17#Text> (дата звернення 08.08.2020)
149. Примак Т. О. Маркетинг : навч. посіб. Київ : МАУП, 2004. 228 с.
URL: <http://readbookz.net/book/146/4123.html> (дата звернення 08.08.2020)
150. Примак Т. О. Маркетингові комунікації : навч. посіб. Київ : Ельга, Ніка Центр, 2003. 280 с.
151. Продукт «Управление ценой». *Сайт Competera*. URL: <https://competera.ru/products/price-management> (дата звернення

08.08.2020)

152. Пуха Ю. Индустриальная революция 4.0. Октябрь 2017. URL: <https://www.pwc.ru/ru/assets/pdf/industry-4-0-pwc.pdf> (дата звернення 08.08.2020)
153. Райзберг В. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Современный экономический словарь. Москва : ИНФРА-М, 2012. 511 с.
154. Райко Д.В., Подрез О. І. Формування інструментів управління промисловими підприємствами за теоретичним і функціональним підходами. Бізнес Інформ, 2018. Харків : НДЦ індустріальних проблем розвитку НАН України, Харківський національний економічний університет ім. С.Кузнеця. № 3. С. 385-393.
155. Ревуцька О. Є. Регулювання ціноутворення на залізничному транспорті України: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Київ. 2010. 21 с.
156. Рене Моборн, Кім Ві Чан. Стратегія блакитного океану. Як створити безхмарний ринковий простір і позбутися конкуренції. Вид-во: Клуб сімейного дозвілля, 2016. 384 с.
157. Рижков О. Конфлікт чи спільність інтересів. *Пропозиція*. 2008. №3. С. 23-25.
158. Ромат Є. В. Державний маркетинг. Енциклопедія державного управління : у 8 т. Київ : НАДУ, 2012. С. 260.
159. Ромат Є. В. Маркетинг у державному управлінні. *Маркетинг в Україні*. 2003. №4. С. 32-35.
160. Ромат Є. В. Маркетинг у публічному управлінні. *Вісник КНТЕУ*. 2016. № 4. С. 56-67.
161. Рябченко І. М. Теоретико-методичні засади маркетингового ціноутворення на машинобудівних підприємствах : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Суми, 2015. 20 с.
162. Салимжанов И. К. Цены и финансы: их взаимосвязь. *Финансы*. 2000. № 2. С. 53-56.

163. Салин В. Л. Ценообразование : учеб. пособ. СПб. : ОЦЭиМ. 2003. 300 с.
164. Святненко В. Ю. Принципи та цілі формування цінової політики підприємства. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія Економіка*. 2011. Вип. 121-122. С. 81-84.
165. Синяева И. М., Романенкова О. М., Земляк С. В., Синяев В. В. Коммерческая деятельность : ученик. URL: https://stud.com.ua/73460/marketing/svyatkova_znizhka (дата звернення 08.08.2020)
166. Скачков О. М. Удосконалення методів ціноутворення в умовах невизначеності ринкової кон'юнктури: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.00.04. Київ. 2007. 16 с.
167. Словарь основных маркетинговых терминов и понятий. URL: <http://www.glossostav.ru/word/2032/>
168. Словник української мови : в 11 т. АН УРСР. / за ред. І. К. Білодіда. Київ : Наукова думка. 1970-1980. Т. 1. С. 381.
169. Солошенко М. В. Контрактно-ценовая политика в маркетинге : курс лекций – слайд лекция. *Энциклопедия маркетинга* : образовательный ресурс. URL: <http://www.marketing.spb.ru/read/kurs1/29.htm>.
170. Старостіна А. О. Ризик-менеджмент: теорія та практика: Навч. посіб / А. О. Старостіна, В. А. Кравченко. – К.: Кондор, 2004. – 200 с
171. Стороженко О. М. Адміністративно-правова кваліфікація зловживань монопольним становищем на ринку України: монографія. Київ : КНТЕУ, 2009. 141 с.
172. Струк Н.П. Удосконалення процесу ціноутворення на послуги підприємств газотранспортної і газорозподільної систем: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Івано-Франківськ. 2010. 19 с.
173. Сусллова Т. О. Аналіз теоретичний підходів до визначення понять «маркетингова цінова політика» та «маркетингова цінова стратегія». *Научно-практический журнал Экономика Крыма*. 2011. № 4 (37). С.

- 247-251. URL:
http://ecrimea.crimea.edu/arhiv/2011/econ_4_2011/econ_4_2011.pdf (дата звернення 08.08.2020)
174. Тарасевич В. М. Ценовая политика предприятия : учебн. Под общ. ред. Г. Л. Багиева. 3-е изд. СПб. : Питер. 2010. 317 с.
175. Тарасов В. И. Ценообразование : учеб. пособ. Минск : Книжный Дом. 2005. 256 с.
176. Татарникова А. А., Батрацкая Ю. С. Ценообразование : метод. рекомендации по курсу лекций. Томск : Центр учебно-методической литературы ТГПУ. 2004. 126 с.
177. Тимошик Н. С. Формування цінової політики автобусобудівних підприємств: автореф. дис... канд. екон. наук : 08.00.04. Львів. 2009. 23 с.
178. Тиравский В. Зарубежные инвестфонды стали главными спонсорами украинских стартапов. *UBR*. 24 марта 2018. URL: <https://ubr.ua/market/startup-time/zarubezhnye-investfondy-stali-hlavnymi-sponsorami-ukrainskikh-startapov-3867281> (дата звернення 08.08.2020)
179. Томашпольский С. Ценообразование в торговле. Харьков : Фактор, 1999. 62с.
180. Тормоса Ю. Г. Ціни та цінова політика : навч. посібн. Київ : КНЕУ. 2001. 122 с.
181. Трацевский И. П., Грекова И. Н. Ценообразование : учеб. пособ. Минск : Новое издание. 2000. 160 с.
182. Турченко М. О., Швець М. Д. Маркетинг : підручн. Київ : Знання. 2011. 318 с.
183. Уткин Э. А. Цены. Ценообразование. Ценовая политика. Москва : Тандем. 2000. 224 с.
184. Фатхутдинов Р. А. Инновационный менеджмент : учебн. для вузов. 5-е изд. СПб. : Питер. 2005. 448 с.
185. Фатхутдинов Р. А. Стратегический маркетинг : учебн. 5-е изд. – СПб.

- : Питер. 2008. 368 с.
186. Федорищева А. М. Цінова політика та її вплив на формування ціни. *Економіка та підприємництво*. 2010. №1. С. 422.
187. Філоненко М. Психологія особистісного становлення майбутнього лікаря : монографія. URL: https://pidruchniki.com/2015060965013/psihologiya/psihologichni_osoblivosti_osobistosti_osobistisnogo_stanovlennya_fahivtsya (дата звернення 08.08.2020)
188. Хруцкий В. Е., Корнеева И. В. Современный маркетинг. Настольная книга по исследованию рынка : учеб. пособ. 3-е изд., перераб. и доп. Москва : Финансы и статистика. 2005. 559 с.
189. Цацулин А. Н. Цены и ценообразование в системе маркетинга. Москва : Филинь. 1997. 294 с.
190. Ценовая стратегия : определение. Глоссарий. RU : служба тематических толковых словарей. URL: <http://goo.gl/FuhJcM>.
191. Ценовая стратегия маркетинга : определение. *Знание : образовательная сеть*. URL: http://economylit.online/obschie-raboty_719/tsenovaya-strategiyamarketinga-34394.html.
192. Цены и ценообразование : учебник / Е. К. Васильева и др. Под ред. В. Е. Есипова. 4-е изд., доп. и перераб. СПб. : Питер. 2004. 560 с.
193. Цены и ценообразование / под ред. В.Е. Есипова. СПб.: Питер, 2007. С. 23.
194. Цены и ценообразование: Учебник для вузов / Под ред. И. К. Салимжанова. Москва : ЗАО «Финстатинформ», 2001. 304 с. URL: <http://www.bibliotekar.ru/cena-cenoobrazovanie-2/index.htm> (дата звернення 08.08.2020)
195. Ціннісні орієнтації та моральні мотиви. *Сайт Osvita.ua*. URL: <http://ru.osvita.ua/vnz/reports/culture/10707/> (дата звернення 08.08.2020)
196. Чайка І. П. Холістичний маркетинг і його значення у функціонуванні вищого навчального закладу. *Маркетинг і*

- менеджмент інновацій*, 2013, №3. С. 53-60. URL: https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2013_3_53_60.pdf
(дата звернення 08.08.2020)
197. Чеботар С. І., Ларіна Я. С., Луцій О. П., Шевчик М. Г., Буряк Р. І., Боняр С. М., Рябчик А. В., Прус О. М., Рафальська В. А. *Маркетинг : навч. посібн.* Київ : «Наш час». 2007. 504 с. URL: <http://www.info-library.com.ua/books-text-9603.html>
198. Чи потрібен Україні протекціонізм? Український інститут майбутнього. URL: <https://uifuture.org/publications/24726-chy-potriben-ukraini-protekcionism/>
199. Чубань В.С. *Організаційно-економічний механізм біржової діяльності у формуванні ринкового ціноутворення на продукцію сільського господарства: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04.* Дніпропетровськ. 2010. 20 с.
200. Чукурна О. П. *Методологія управління ціновим ризиком в системі маркетингу.* Економіст, квітень 2013. № 4. С.55-59.
201. Шевченко С. В. *Цінова політика сільськогосподарських підприємств в умовах ринку: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04.* Полтава. 2011. 20 с.
202. Шаш Н. *Ценообразование : пособие.* Москва : Юрайт, 2006. 157 с.
203. Шинкаренко В. Г., Легкий С. А. *Обоснование этапов процесса ценообразования на автотранспортные услуги. Економіка транспортного комплексу.* 2009. № 14. С.93-101.
204. Шкарлет С. М., Ільчук В. П. *Інноваційний розвиток підприємства : підручн.* URL: https://pidruchniki.com/85836/ekonomika/innovatsiyuniy_rozvitok_pidpriyemstva (дата звернення 08.08.2020)
205. Шкварчук Л. О. *Ціни і ціноутворення : навч. посібн. 2-е вид.* Київ : Кондор, , 2005. 214 с.
206. Шкварчук Л. О. *Ціноутворення : підручн.* Київ : Кондор. 2006. 460 с.

207. Шукліна В. В. Латеральний маркетинг як стратегічний інструмент підприємства. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2013. Вип. 1 (48). С. 176-180.
208. Шуляк П. Н. Ценообразование : учебно-практ. пособ. 12-е изд., перераб. и доп. Москва : Дашков и Ко, 2009. 192 с.
209. Шумпетер Й. Теория экономического развития (Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры). Москва : Издательство «Прогресс». 1982. 454 с.
210. Эванс Дж. Р., Берман Б. Маркетинг. URL: <http://economics-lib.ru/books/item/f00/s00/z0000038/st068.shtml>
211. Экономика предприятия : учебн. / Под. ред. Н. А. Сафронова. Москва : Юрист, 1998. 581 с.
212. Эйдельман Д. Нобелевская премия по экономике за ДМП-модель: от теории занятости до сайтов знакомств. *Livejournal*. URL: <https://davidaidelman.livejournal.com/764185.html>
213. Эткинсон Дж., Уилсон П. Стратегический маркетинг. Ситуации, примеры. Москва : Юнити, 2001. 471 с.
214. Bozhkova V. V., Bozhkov D. S. Methodological approaches to pricing and price adjustments in the marketing system / Illiashenko, S.M., Strielkowski, W. (eds.). *Managing economic growth: marketing, management, and innovations*: 1st edition, Prague Institute for Qualification Enhancement. Prague, 2016. Pp. 538-545. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/49597/1/Illiashenko_mono_prague_2016.pdf (дата звернення 08.08.2020)
215. Bozhkova V., Shypulina Yu., Bozhkov D. Influence of modern globalization challenges on communication activities of business entities. *Mind Journal*. 2019. № 7. DOI: 10.36228/MJ.7/2019.9. URL: https://mindjournal.wseh.pl/sites/default/files/article/09-19/vliyanie_sovremennyh_globalizacionnyh_vyzovov_na_kommunikacionn

- uyu_deyatelnost_subektov_hozyaystvovaniya.pdf. (ICI Journals Master List / ICI World of Journals (ICV 2018: 100), CEEOL, PBN/POL-index, ERIH PLUS, BazHum, CEJSH, Google Scholar).
216. Bozhkov D. S., Bozhkova V. V., Chykalova A. S. Application of digital technologies in marketing activities of Ukrainian commodity producers. *International Marketing and Management of Innovations*. 2020. № 2. URL: http://immi.ath.bielsko.pl/wp-content/uploads/IMMI_2020_02.pdf.
217. Herve Moulin Theorie des jeux pour l'economie et la politique. HERMANN, Paris. Collection MÉTHODES. 1981. URL: <http://www.pseudology.org/lokhotron/GamesTheory.pdf>
218. Oliver Orlov, Kathrin Dumanska, Nataliya Ponomaryova, and Dmytro Kobets. Company's strategic success as the basis of its potential sustainability. Web of Conferences, «The International Conference on Sustainable Futures: Environmental, Technological, Social and Economic Matters (ICSF 2020)», 2020. Vol. 166, 12002. (Scopus) <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202016612002>
219. Raiko D., Podrez, O., Cherepanova, V., Melnikov, O., & Kharchenko, A. (2020). Managing costs of an industrial enterprise when using secondary resources. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*, 4(3 (106), 53–65. <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2020.208764> (дата звернення 08.08.2020)
220. Peter K. Schott Across-product versus within-product specialization in international trade. *The Quarterly Journal of Economics*. Volume 119, Issue 2, May 2004, Pages 647–678, <https://doi.org/10.1162/0033553041382201> URL:<https://academic.oup.com/qje/article-abstract/119/2/647/1894523> (дата звернення 08.08.2020)
221. The World Factbook. Central Intelligence Agency, Washington, D.C. URL: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/xx.html> (дата звернення 08.08.2020)

222. Tiffanie Wen The subtle science of selling – a six-step guide. *BBC Future*. URL:
<https://www.bbc.com/future/article/20150428-the-subtle-science-of-selling>
(дата звернення 09.08.2020).
223. Ju-Young Kim, Martin Natter, Martin Spann (2009) Pay What You Want: A New Participative Pricing Mechanism. *Journal of Marketing*: January 2009, Vol. 73, No. 1, pp. 44-58.
224. What is "patentleft". *Word Finder*. URL:
<https://findwords.info/term/patentleft> (дата звернення 10.12.2020).
225. World Population Ageing 2015 // United Nations. Department of Economic and Social Affairs Population Division. New York, 2015. 164 p.
URL:
http://www.un.org/en/development/desa/population/publications/pdf/ageing/WPA2015_Report.pdf (дата звернення 10.12.2020).