

УДК 338.5 : 355/359 (477)

DOI: <https://doi.org/10.18664/btie.90.337179>

ФАКТОРИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ЦІНОУТВОРЕННЯ У ВОЄННИЙ ЧАС

*Хоменко Л.М., доктор філософії, ст. викладач,
Сумський державний університет*

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5690-1105>

Ярута Д. С., здобувач вищої освіти, Сумський державний університет

ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-9067-6351>



Війна ускладнює ціноутворення через руйнування, скорочення виробництва та порушення логістики. У статті проаналізовано фактори, які впливають на ціну (курс валют, ціни на споживчі товари, паливо, енергоносії, зміна харчових звичок, рівень заробітної плати тощо), динаміку їх зміни, вплив на рівень цін на ринку та розроблено рекомендації щодо ціноутворення під час війни.

Ключові слова: ціноутворення, маркетинг, фактори ціноутворення, воєнний стан, державне регулювання.

FACTORS AFFECTING PRICING IN WARTIME

**Khomenko L. M., Ph.D, Senior Lecturer, Department of Marketing,
Sumy State University**

Yaruta D. S., higher education student, Sumy State University

The article investigates the factors causing changes in prices for goods and services during wartime. The relevance of the work is due to the significant impact of price dynamics on the stability of the domestic market and the well-being of the population, which experienced serious upheavals during the pandemic and the subsequent escalation of the armed conflict. Although there are numerous publications on pricing strategies and pricing in various fields, the specifics of pricing during war under constantly changing conditions remain underexplored. The purpose of this work is analyse the factors influencing pricing during war. The dynamics of key factors affecting prices, including exchange rates, the consumer price index, fuel costs, energy and utility tariffs, wage levels, and consumer habits, were analysed for the period from February 2022 to April 2025. A sustained devaluation of the Hryvnia against the US dollar and the Euro occurred. Ukraine experienced a period of high inflation in 2022, caused by the war. However, throughout 2023, inflationary processes slowed down significantly, and in 2024–2025, a trend towards price stabilization with moderate annual growth is observed. There was a general increase in prices for all types of fuel, with a particularly significant price surge at the beginning of the full-scale invasion in 2022. After that, prices continued to rise, reaching peak values in 2023, and then stabilized at a high level with a tendency for further slight increase. Regarding utility tariffs, there has been a significant increase in electricity tariffs, while prices for natural gas and wastewater services for the population remain unchanged. This indicates a differentiated approach by regulatory bodies to tariff formation for various types of utility services, aimed at social support for the population during wartime and economic instability, while responding to changes in production and supply costs. Changes in the dietary habits of the population also occurred due to rising food prices, decreased income, and stress resulting from air raids, shelling, and blackouts. Despite a slight increase in the average wage level, the purchasing power of the population has not grown. The research results can be useful for entrepreneurs, marketers, and public administration bodies when developing pricing policies during martial law.

Key words: *pricing, marketing, pricing factors, martial law, state regulation..*

Постановка проблеми та її зв'язки з науковими чи практичними завданнями. У воєнний період ціноутворення є одним із найбільш важливих аспектів економічного управління, що впливає на стабільність внутрішнього ринку, а також не менш важливий чинник – добробут населення [1]. Економіка зазнала значних потрясінь ще в період пандемії, а початок повномасштабної війни в Україні значно підвищив нестабільність та соціальну напругу. Тому процес ціноутворення під час воєнного стану є надзвичайно

складним та багатофакторним. Руйнування інфраструктури, зменшення виробничих можливостей та порушення налагоджених логістичних ланцюгів не лише на внутрішньому ринку, але й закордонному стали рушійними в процесі ціноутворення й завдали значних коливань, що ускладнює економічне планування та відбудову країни після закінчення війни [2].

Основними проблемами, що спостерігаються в Україні щодо ціноутворення в період воєнного стану, є дефіцит товарів, спекулятивне підвищення

цін, зростання вартості на енергоносії, котрі стали незамінними в періоди знеструмлення, а також різкі коливання валютного курсу, що призводять до інфляційних процесів і надалі стають передумовою до зниження купівельної спроможності покупців. Водночас механізми державного регулювання цін, зокрема контроль цін на соціально важливі товари, не завжди є ефективним [1–2]. Це все негативно вплинуло на добробут українців: так з метою економії на харчуванні 48% населення стали частіше готувати вдома, 42% почали менше споживати продуктів, а 27% навіть пропускають деякі прийоми їжі [1].

Саме тому дослідження факторів, що впливають на ціноутворення в період воєнного часу в Україні є актуальним для формування стійкої та адаптивної цінової політики підприємства та вимагає подальших наукових досліджень.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Вітчизняні та закордонні науковці досліджують різні аспекти ціноутворення.

Ковачева М., Шлоссер Р. та Ченаваз Р. Й. розглядають формування цін як дуже динамічний процес, що потребує постійного перегляду та диференційованого підходу до формування ціни [3–4]. Фекете Фаркас М., Віктор В. та Натан Р. Дж. досліджували особливості ціноутворення інтернет-магазинів та встановили необхідність налаштування цін для різних груп клієнтів, оскільки під час війни наміри щодо повторної покупки значно зменшились, а багато онлайн-покупців мали велике занепокоєння про конфіденційність [5].

Значна увага приділяється і ціноутворенню на «зелені» продукти. Адам Р. П., Суарді С. та Лахай М. проаналізували як малим і середнім підприємствам розробити ефективні маркетингові стратегії, щоб переконати більше клієнтів купувати такі продукти і зробити внесок в екологічну стійкість [8].

Багато досліджень присвячені стратегіям ціноутворення [7–10] та особливостям ціноутворення в різних сферах [11–13].

При цьому малодослідженими залишаються особливості ціноутворення під час воєнного стану за умов постійно змінних умов.

Формування цілей статті. Метою дослідження є аналіз факторів, що впливають на ціноутворення в період воєнного стану.

Для досягнення поставленої мети визначено наступні наукові завдання: виявлення факторів, які впливають на ціну, аналіз динаміки зміни даних факторів та їх вплив на рівень цін на ринку, розроблення рекомендацій щодо ціноутворення під час війни.

Виклад основного матеріалу дослідження. З початком повномасштабного вторгнення РФ в Україну в лютому 2022 року економіка нашої держави зазнала кардинальних змін. Розрив торговельних зв'язків, котрі налагоджувалися протягом довготривалого періоду, руйнування інфраструктури, бойові дії на значній території промислових регіонів призвели до суттєвого зниження виробництва. Масова еміграція населення, переважно працездатного віку, тобто трудових ресурсів, вплинула ще більше на погіршення промисловості. За даними ООН з початку повномасштабного збройного конфлікту з України виїхало понад 9 млн. осіб [9].

Значною проблемою стали зміни в енергетичному секторі: масовані обстріли й у результаті руйнування стратегічних об'єктів призвели до нестабільного постачання електроенергії, газу та пального, що спричинило підвищення цін на енергоносії. Загальне зростання цін в Україні було спричинене високими витратами на транспортування товарів. Порушення ланцюгів постачання продуктів харчування, медикаментів, будівельних матеріалів, призвели до їх

дефіциту, що зумовило введення державного регулювання цін на соціально важливі товари та послуги.

Від початку повномасштабної війни ВВП України зазнав різкого падіння. Так, у 2022 році він знизився більше, ніж на 30% [14]. Це свідчить про те, що наша держава набула найгірших показників серед інших країн, де також були війни. У 2023 році економіка продовжувала залишатися в кризовому стані, але почала частково відновлюватися незначними темпами завдяки допомозі інших країн. Серйозних труднощів також зазнала торгівля, особливо міжнародна, через закриття портів на Чорному морі. Ще більш сильний удар припав на

сільськогосподарський сектор, що був основним джерелом валютних надходжень до державного бюджету. Це все спричинено проблемами з логістикою й падінням виробничих обсягів.

Не менш болючим питанням стала девальвація гривні, що призвело до зміни цін на імпортні товари. Із початком повномасштабної війни курс валют, зокрема долару та євро, значно зріс, збільшивши вартість імпорту. У результаті це призвело до зростання цін на основні харчові продукти, ліки, техніку й все інше, що не виробляється в Україні [14]. Динаміка курсу валют протягом лютого 2022 – 2024 року представлено на рис. 1.

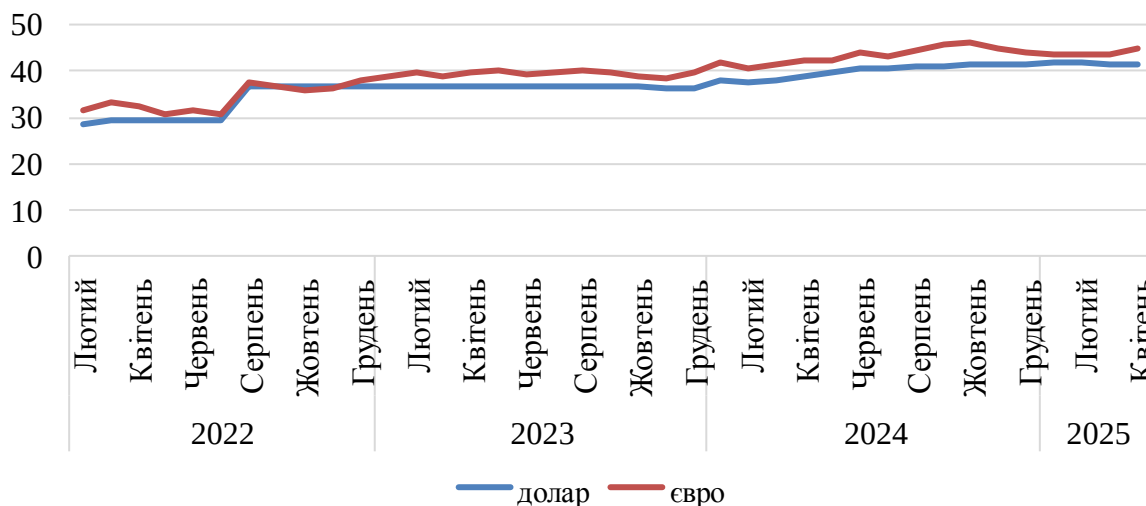


Рис. 1. Динаміка курсів валют протягом 02.2022–04.2025 [15]

На рис. 1 продемонстровано значне ослаблення гривні саме влітку 2022 року. На це вплинули кілька факторів: вичерпання валютних резервів Національного банку України, зниження зовнішньої торгівлі й руйнування стратегічних об'єктів та інфраструктури. Надалі курс долару був відносно стабільним, а от євро – досить динамічним. У результаті в кінці 2023

року знову відбулося зростання обох валют. Така тенденція значно вплинула на збільшення вартості імпортованих товарів, що спричинило інфляційний тиск в Україні.

Отже, гривня зазнала послідовної девальвації щодо долара США та євро в період з лютого 2022 року по квітень 2025 року. Це так само сприяло підвищенню цін на основні товари та послуги (рис. 2).

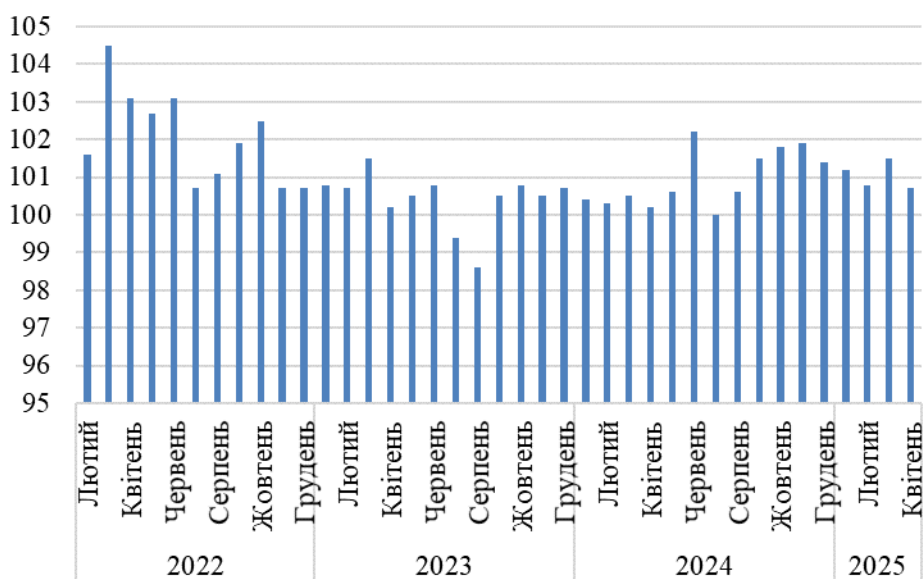


Рис. 2. Динаміка індексу споживчих цін протягом 02.2022–04.2025 [16]

З рис. 2 видно, що з початком повномасштабної війни індекс споживчих цін кардинально зріс. Надалі ситуація частково стабілізувалася, але зберігає динамічну тенденцію.

Порівнюючи графік індексу споживчих цін (рис. 2) та зміну курсів валют (рис. 1), прослідковується, що саме влітку 2022 року було загострення економічної кризи. Отже, це свідчить про прямий взаємозв'язок цих двох факторів.

Отже, війна спричинила сплеск інфляції в Україні у 2022 році; у 2023 році інфляційні тенденції значно пом'якшилися, а у 2024–2025 роках ціни в цілому стабілізувалися, демонструючи лише помірне річне зростання. Така динаміка може бути пояснена як успішною реалізацією антиінфляційної політики, так і адаптацією економіки до нових умов функціонування.

Стратегічно важливими товарами для будь-якої країни є нафта та газ. Війна в Україні також серйозно вплинула на постачання цих продуктів, зокрема через бойові дії на сході нашої держави, де зберігаються найбільші запаси речовин; порушення логістичних ланцюгів, закриття портів, а також обстріли нафтопереробних підприємств в інших

регіонах. Це все призвело до дефіциту пального, спричинивши підвищення цін не лише на пальне, а й усі інші товари. Подібне явище призвело до збільшення витрат на транспортування й логістику. Крім того, значних коливань зазнав не лише український ринок нафти та газу, а й міжнародні через санкції проти російської федерації. Для України це було важким ударом, оскільки держава залежить більшою частиною від імпортного палива.

Підвищення цін на пальне, що видно з рис. 3, зумовило зріст вартості доставки товарів, а це зі свого боку збільшило ціни на товари та послуги.

Ринок пального в Україні за період лютий 2022 – квітень 2025 року характеризується значним зростанням цін, особливо у перші місяці повномасштабного вторгнення. Після цього початкового шоку, ціни продовжували зростати, досягаючи пікових значень у 2023 році, а потім стабілізувалися на високому рівні з тенденцією до подальшого незначного зростання. Це свідчить про вплив зовнішніх факторів (війни, світових цін на нафту) та внутрішніх економічних процесів на формування цін на енергоресурси.

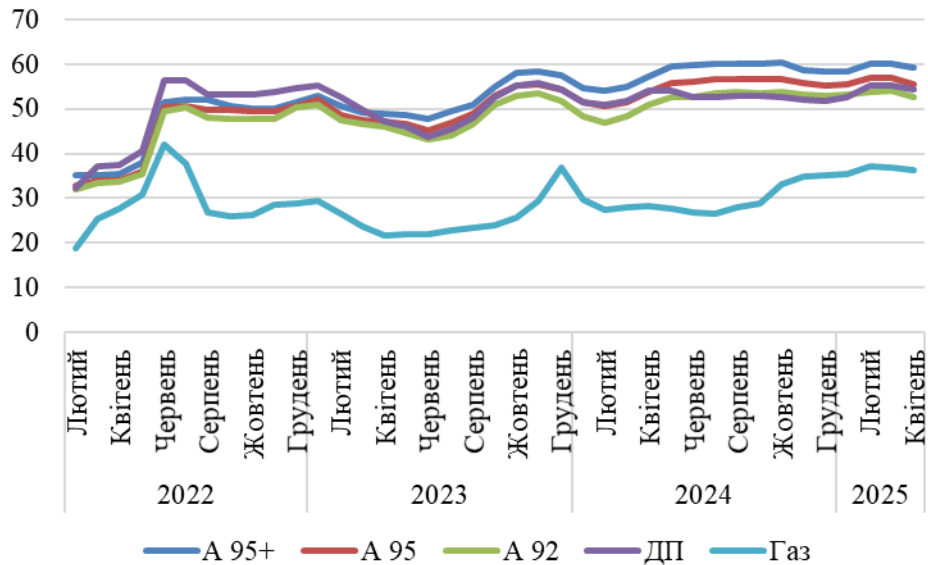


Рис. 3. Динаміка цін на пальне протягом 02.2022–04.2025 [17]

Агресор використовує всі можливі методи завдання ударів по Україні. Велика кількість обстрілів спрямована саме на знищення енергетичної інфраструктури. Через це майже всі регіони стикаються з відключеннями електроенергії, рідше газу та водопостачання. Для відновлення пошкоджених мереж потрібні були термінові інвестиції. Наслідком стало підвищення тарифів на комунальні послуги, щоб покривати витрати на відбудову. Паралельно зі збільшення цін відбувається зниження якості обслуговування.

За даними Міністерства фінансів тарифи на електроенергію після 01.06.2023 зросли до 264,0 коп. за 1 кВт/год, попередній становив 168,0 коп. за 1 кВт/год, з ПДВ [18]. А от роздрібні ціни на природний газ для населення від ТОВ ГК «Нафтогаз України» залишаються незмінними – 7,9600 грн. за 1 м³, з ПДВ [19]. Тарифи на централізоване водопостачання та водовідведення теж лишаються такими ж. Наприклад, для Сумської області від КП «Міськводоканал» Суми разом ціна становить 32,652 грн. за 1 м³, з ПДВ. Проте з 1 липня 2023 року відбулося зростання цін на водопостачання та водовідведення для більшості водоканалів

на 20-30%. Але вже з 03.07.2023 Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сферах енергетики та комунальних послуг, змінила своє рішення та повернула ціни до попередніх, що діяли з 01.01.2022 [20].

Також значно зросли ціни на продовольчі товари. Однією з головних причин стало закриття портів Чорного моря та припинення експорту зерна й інших товарів. Обстріли, руйнування інфраструктури теж сильно обмежують можливість збирати врожай і доставляти його до точок збуту. Із метою стабілізації ситуації, особливо в умовах економічної кризи, держава ввела регулювання цін на товари першої необхідності. До них входили [21]: крупа гречана, цукор, борошно пшеничне вищого сорту, мікаронні вироби вітчизняного виробництва, молоко пастеризоване жирністю 2,5%, хліб пшенично-житній, яйця, птиця, вода мінеральна негазована, масло вершкове жирністю 72%, батон, олія соняшникова рафінована.

Через недоступність окремих товарів, частина населення почала купувати дешевші продукти та загалом змінювати харчові звички. Українці почали більше заощаджувати, зокрема на

рибі й морепродуктах, адже ціни на товари першої необхідності зросли

Ключовими факторами зміни харчових звичок стало підвищення цін на продукти харчування, зменшення доходу та стрес у результаті повітряних тривог, обстрілів та блекаутів [21–22].

Порушення ланцюгів постачання товарів є серйозною проблемою для України. Оскільки на території багатьох регіонів велись та продовжують відбуватися військові дії, багато полів заміновані, що впливає на зменшення врожайності. Також велика кількість нездетонованих снарядів призводить до зупинки виробництва або до його евакуації.

Війна стала причиною невизначеності не лише для споживачів, а й для власників бізнесу та інвесторів. Через збройний конфлікт у підприємців знизився рівень довіри до фінансової стабільності країни, що значно зменшує інвестиції й навпаки призводить до капіталовтрат. Тому багато бізнесів припиняють свою роботу, щоб не зазнати збитків. У результаті це призводить до підвищення цін на товари й послуги.

Разом усе вплинуло на середню заробітну плату. На початку війни через припинення роботи багатьох підприємств, масові звільнення рівень зарплати значно знизився. Це пов'язано зі зменшенням робочих місць і в результаті обсягів виробництва товарів. Не менш серйозно вплинула девальвація гривні. Згодом ситуація стабілізувалася, але через високий рівень інфляції зросли ціни і купівельна спроможність населення не зросла.

Висновки з дослідження і перспективи, подальший розвиток у даному напрямку. Війна в Україні стала причиною глибоких економічних потрясінь, що суттєво вплинули на процес ціноутворення. Постійні обстріли призвели до руйнування інфраструктури, переривання зв'язків постачання товарів, значного зростання інфляції та девальвації

національної валюти – гривні. У сумі ці фактори спричинили нестабільність внутрішнього ринку, зростання цін на товари та послуги першої необхідності, а також погіршення добробуту населення.

Держава намагається урівноважити ситуацію, тому ввела зміни у регулювання цін на деякі види товарів та послуг. Це допомогло частково стримати інфляцію, проте мало й свої негативні наслідки, одним із них є дефіцит товарів на ринку.

Наслідки подібних процесів стали для українців черговим викликом. Велика частина населення значно відчула зростання рівню інфляції та регулярно підвищення цін на товари та послуги, і призвело до зменшення купівельної спроможності.

Загалом, війна в Україні стала серйозним випробуванням, котре торкнулося всіх сфер життя, зокрема й економіки. Для подальшого розвитку, забезпечення стабільності та подолання наслідків необхідні спільні зусилля всіх складових: держави, бізнесу та громадян. Саме тому ця робота може бути корисною для підприємців та маркетологів під час розроблення цінової політики у воєнний період.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Більше половини українців почали купувати дешевші продукти під час війни – опитування. *Слово і Діло: веб-сайт.*

URL: <https://www.slovoidilo.ua/2024/10/17/novyna/suspilstvo/bilshe-polovyny-ukrayincziv-pochaly-kupuvaty-deshevshi-produkty-vijny-opytuvannya>

2. Вже понад 9,5 мільйона українців виїхали закордон з кінця лютого, – ООН. 24 Канал: веб-сайт. URL: https://24tv.ua/skilki-ukrayintsiv-viyihali-zakordon-cherez-viynu-dani-onn_n2108645

3. Kovacheva, M. V. Dynamic pricing in data-based marketing. *У 12th International Scientific Conference "Techsys*

2023” – *Engineering, Technologies And Systems*. AIP Publishing. 2024. 3078, 070006. URL:

<https://doi.org/10.1063/5.0208310>.

4. Schlosser R., Chenavaz R. Y. Joint dynamic pricing and marketing- mix strategies for revenue management applications with stochastic demand. *International Transactions in Operational Research*. 2023. Vol. 3(32). PP. 1566–1592.

URL: <https://doi.org/10.1111/itor.13352>.

5. Fekete Farkas, M., Victor, V., & Nathan, R. J. Consumer response towards personalised pricing strategies in online marketing. *International Journal of Technology Marketing*. 2021. Vol. 15(2-3). PP. 223-265. URL: <https://doi.org/10.1504/ijtmkt.2021.10038457>.

6. Adam, R. P., Suardi, S., & Lahay, M. Pricing strategy and marketing distribution channels on customer satisfaction and purchasing decision for green products. *Uncertain Supply Chain Management*. 2023. Vol. 11(4). PP. 1467–1476. URL: <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2023.7.022>

7. Завербний А., Ніценко Д. Цінові стратегії підприємства: сутність, види, проблеми формування. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 44. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-44-2>

8. Kochevoy M., Kolesnik O., Vlasova H. Pricing as a marketing planning tool. *Economic scope*. 2024. Vol. 190. P. 275–279. URL: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/190-50>

9. Буторіна В. Б., Свідер О. П. Аналіз маркетингових цінових стратегій підприємства. *International Humanitarian University Herald. Economics and Management*. 2021. Вип. 49. С. 61–69. URL: <https://doi.org/10.32841/2413-2675/2021-49-11>

10. Хоменко Л. М., Луценко І. В., Летуновська Н. Є., Макерська В. О. Маркетингове ціноутворення у системі планування бізнес-стратегії

взаємовідносин з клієнтами малих та середніх підприємств. *Здобутки економіки: перспективи та інновації*.

2025. Вип. 17. №443. URL:

<https://doi.org/10.5281/zenodo.15319916>

11. Вакуленко І. А., Мінченко М. Г., Хоменко Л. М. Витрати на інноваційну діяльність як драйвер інтенсифікації трансферу інновацій в сфері енергетики. *Інфраструктура ринку*. 2022. № 69. С. 8–13. URL:

<https://doi.org/10.32782/infrastructure69-2>

12. Zhang T., Choi T.-M., (Edwin) Cheng T.-C. Competitive Pricing and Product Strategies in the Presence of Consumers’ Social Comparisons. *European Journal of Operational Research*. 2023. Vol. 2(312). PP. 573–586. URL: <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2023.06.023>

13. Марусей Т. В., Семенець І. В. Готельний бізнес: особливості та стратегії ціноутворення. *Ефективна економіка*. 2024. № 1. URL: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.1.53>

14. МВФ прогнозує Україні «мінус» 35% ВВП за підсумками року. *Укрінформ - актуальні новини України та світу: веб-сайт*. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3591065-mvf-prognozue-ukraini-minus-35-vvp-za-pidsumkami-roku.html>

15. Архів курсів - Курси Національного банку України. *Міністерство фінансів України: веб-сайт*. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/exchange/archive/nbu/>

16. Індекс інфляції в Україні 2025. *Міністерство фінансів України: веб-сайт*. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/index/inflation/>

17. Ціни на бензин, дизпаливо, газ на АЗС України. *Міністерство фінансів України: веб-сайт*. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/markets/fuel/>

18. Тарифи на електроенергію у 2025 році. *Міністерство фінансів України: веб-сайт*. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/tariff/electric/>

19. Тарифи на газ для населення в 2025. Міністерство фінансів України: веб-сайт. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/tariff/gas/>
20. Тарифи на водопостачання та водовідведення. Міністерство фінансів України: веб-сайт. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/tariff/water/>
21. Попереджати про подорожчання та не ставити подвійні націнки. Як держава регулює ціни під час війни. *Еспресо.Захід*: веб-сайт. URL: <https://zahid.espreso.tv/poperedzhati-pro-podorozhchannya-ta-ne-staviti-podviyni-natsinki-yak-derzhava-regulyue-tsini-pid-chas-viyni>
22. Подорожчання товарів та послуг в Україні: вплив війни на зростання цін. Інститут аналітики та адвокації: веб-сайт. URL: <https://iaa.org.ua/articles/the-rise-in-price-of-goods-and-services-in-ukraine-the-impact-of-the-war-on-price-growth/>

REFERENCES

1. Bilshе polovyny ukrainsiv pochaly kupuvaty deshevshi produkty pid chas viiny – opytuvannia [More than half of Ukrainians started buying cheaper products during the war – survey. *Slovo i Dilo: veb-sait*. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2024/10/17/novyna/suspilstvo/bilsh-polovyny-ukrayincziv-pochaly-kupuvaty-deshevshi-produkty-viiny-opytuvannya>
2. Vzhe ponad 9,5 miliona ukrainsiv vyikhaly zakordon z kintsia liutoho, – OON [Over 9.5 million Ukrainians have left the country since late February – UN]. 24 Kanal: veb-sait. URL: https://24tv.ua/skilki-ukrayintsiv-viyihali-zakordon-cherez-viynu-dani-oon_n2108645
3. Kovacheva M. V. (2024) Dynamic pricing in data-based marketing. In 12th International Scientific Conference “Techsys 2023” – Engineering, Technologies And Systems. AIP Publishing. 3078, 070006. URL: <https://doi.org/10.1063/5.0208310>
4. Schlosser R., Chenavaz R. Y. (2023) Joint dynamic pricing and marketing-mix strategies for revenue management applications with stochastic demand. *International Transactions in Operational Research*. Vol. 3(32), pp. 1566–1592. URL: <https://doi.org/10.1111/itor.13352>.
5. Fekete Farkas M., Victor V., Nathan R. J. (2021). Consumer response towards personalised pricing strategies in online marketing. *International Journal of Technology Marketing*. Vol. 1(1), URL: <https://doi.org/10.1504/ijtmkt.2021.10038457>
6. Adam R. P., Suardi S., Lahay M. (2023). Pricing strategy and marketing distribution channels on customer satisfaction and purchasing decision for green products. *Uncertain Supply Chain Management*. Vol. 11(4), pp. 1467–1476. URL: <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2023.7.022>
7. Zaverbnyi A., Nitsenko D. (2022). Tsinovi strategii pidpriemstva: sutnist, vydy, problemy formuvannia [Enterprise pricing strategies: essence, types, problems of formation]. *Economics and Society*. Vol. 44. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-44-2>
8. Kochevoy M., Kolesnik O., Vlasova H. (2024). Pricing as a Marketing Planning Tool. *Economic scope*. Vol. 190, P. 275–279. URL: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/190-50>
9. Butorina V., Svider O. (2021). Analiz marketynhovykh tsinovykh strategii pidpriemstva [Analysis of marketing price strategies of enterprises]. *International Humanitarian University Herald. Economics and Management*. Vol. 49, pp. 61-69. URL: <https://doi.org/10.32841/2413-2675/2021-49-11>
10. Khomenko L. M., Lutsenko I. V., Letunovska N. Ye., Makerska V. O. (2025). Marketynhove tsinoutvorennia u systemi planuvannia biznes-strategii vzaiemovidnosyn z kliientamy malykh ta serednikh pidpriemstv [Marketing pricing in the system of business strategy planning for

customer relationships of small and medium enterprises]. *Achievements of Economics: Prospects and Innovations*, Vol. 17(443). URL: <https://doi.org/10.5281/zenodo.15319916>

11. Vakulenko I., Minchenko M., Khomenko L. (2022). Vytraty na innovatsiinu diialnist yak draiver intensyfikatsii transferu innovatsii v sferi enerhetyky [Costs on innovative activities as a driver of the transfer innovations intensification in the energy field]. *Market Infrastructure*. Vol. 69, pp. 8-13. URL: <https://doi.org/10.32782/infrastruct69-2>

12. Zhang T., Choi T.-M., (Edwin) Cheng T.-C. (2023). Competitive Pricing and Product Strategies in the Presence of Consumers' Social Comparisons. *European Journal of Operational Research*. Vol. 2(312), pp. 573–586. URL: <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2023.06.023>

13. Marusei T. V., Semenets I. V. (2024). Hotelnyi biznes: osoblyvosti ta stratehii tsinoutvorennia [Hotel business: Peculiarities and pricing strategies]. *Efficient Economy*. Vol. (1). URL: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.1.53>

14. MVF prohnozuie Ukraini «minus» 35% VVP za pidsumkamy roku [IMF forecasts Ukraine's GDP to be "minus" 35% by year-end]. *Ukrinform: veb-sait*. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3591065-mvf-prognozue-ukraini-minus-35-vvp-za-pidsumkami-roku.html>

15. Arkhiv kursiv - Kursy Natsionalnoho banku Ukrainy [Archive of exchange rates - Exchange rates of the National Bank of Ukraine]. *Ministerstvo Finansiv Ukrainy: veb-sait*. URL: <https://index.minfin.com.ua/exchange/archive/nbu/>

16. Indeks inflitsii v Ukraini 2025 [Inflation index in Ukraine 2025].

Ministerstvo Finansiv Ukrainy: veb-sait. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/index/inflation/>

17. Tsiny na benzyn, dyzpalyvo, haz na AZS Ukrainy [Prices for gasoline, diesel fuel, gas at Ukrainian gas stations]. *Ministerstvo Finansiv Ukrainy: veb-sait*. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/markets/fuel/>

18. Taryfy na elektroenerhiu u 2025 rotsi [Electricity tariffs in 2024]. *Ministerstvo Finansiv Ukrainy: veb-sait*. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/tariff/electric/>

19. Taryfy na haz dlia naselennia v 2025 [Gas tariffs for the population in 2025]. *Ministerstvo Finansiv Ukrainy: veb-sait*. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/tariff/gas/>

20. Taryfy na vodopostachannia ta vodovidvedennia [Tariffs for water supply and sewerage]. *Ministerstvo Finansiv Ukrainy: veb-sait*. <https://index.minfin.com.ua/ua/tariff/water/>

21. Poperedzhaty pro podorozhchannia ta ne stavtyt podviini natsinky. Yak derzhava rehuliuie tsiny pid chas viiny [Warn about price increases and do not apply double markups. How the state regulates prices during the war]. *Espresso.Zahid: veb-sait*. URL: <https://zahid.espresso.tv/poperedzhati-pro-podorozhchannya-ta-ne-staviti-podviyni-natsinki-yak-derzhava-regulyue-tsini-pid-chas-viyni>

22. Podorozhchannia tovariv ta posluh v Ukraini: vplyv viiny na zrostantnia tsin [The rise in price of goods and services in Ukraine: The impact of the war on price growth]. *Instytut analityky ta advokatsii: veb-sait*. URL: <https://iaa.org.ua/articles/the-rise-in-price-of-goods-and-services-in-ukraine-the-impact-of-the-war-on-price-growth/>