

Список наукових праць д.е.н., професора Райко Діани Валеріївни

1. Авторські праці

1.1. Монографії

1. Економічна оцінка споживацької привабливості інноваційних товарів : автореф. дис канд. екон. наук : 08.02.02 / Райко Діана Валеріївна ; Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т». — Харків, 2003. — 19 с. — *
2. Економічна оцінка споживацької привабливості інноваційних товарів : дис. ... канд. екон. наук : 08.02.02 / Райко Діана Валеріївна ; Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т». — Харків, 2002. — 211 с. — *
3. [Підприємство, партнер, споживач: теорія та практика взаємодії](#) = Enterprise, partner, consumer: theory and practice of cooperation : монографія / Д. В. Райко ; Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т». — Харків : Александрова К. М. ; ІНЖЕК, 2010. — 320 с. — *
4. Стратегічне управління розвитком маркетингової діяльності промислового підприємства : автореф. дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.04 / Райко Діана Валеріївна ; МОНМС України, Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т». — Харків, 2011. — 36 с. : рис., табл. — *
5. Стратегічне управління розвитком маркетингової діяльності промислового підприємства : дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.04 / Райко Діана Валеріївна ; Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т». — Харків, 2011. — 614 арк. : рис., табл. — *
6. [Стратегічне управління розвитком маркетингової діяльності: методологія та організація](#) = Strategic management of marketing activities : монографія / Д. В. Райко ; Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т». — Харків : ІНЖЕК, 2008. — 632 с. — *

1.2. Наукові статті

7. Анализ рынка ОВГЗ Украины в 1998 году / Райко Д. В., Брагин И. В. // Вестник Харьков. гос. политехн. ун-та. — Харьков, 1998. — Вып. 20. — С. 120–123. —*

8. Анализ состояния национального рынка водосчетчиков / Райко Д. В. // Вестник Харьков. гос. политехн. ун-та. Темат. вып. : Технический прогресс и эффективность производства. — Харьков, 2000. — Вып. 122, ч. 1. — С. 105–110. —*
9. [Аналіз моделей щодо визначення вартості бренду](#) / Ю. Индик, Д. В. Райко // III Університетська науково-практична студентська конференція магістрантів Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» : тези доп., 14–16 квіт. 2009 р. : у 4 ч. Ч. 1. — Харків : НТУ «ХПІ», 2009. — С. 37–39. —*
10. [Аналіз перебігу процесів господарювання та маркетингової діяльності машинобудівних підприємств](#) / О. М. Ястремська, Д. В. Райко // Социально-экономическое развитие Украины и ее регионов: проблемы науки и практики : монография / Е. В. Раевнева [и др.] ; [ред.: В. С. Пономаренко, Н. А. Кизим, Е. В. Раевнева]. — Харьков : ИНЖЭК, 2011. — Подразд.. 3.4. — С. 261–274. — *
11. [Аналіз результатів маркетингових досліджень ринку безалкогольних напоїв](#) / Райко Д. В., Балагула Д. П. // Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я : тези доп. 23-ї міжнар. наук.-практ. конф., [20-22 трав. 2015 р.] : у 4 ч. Ч. 4. — Харків, 2015. — С. 310.
12. [Аналіз та підтримка конкурентних переваг корпорації з урахуванням результатів маркетингових досліджень на прикладі товарної групи «телевізорів» ТМ «Samsung»](#) / Райко Д. В., Вознюк Я. В. // Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я = Information technologies: science, engineering, technology, education, health : тези доп. 27-ї міжнар. наук.-практ. конф. MicroCAD–2019, [15–17 трав. 2019 р.] : у 4 ч. Ч. 3. — Харків : НТУ «ХПІ», 2019. — С. 322.
13. [Вибір конкурентної позиції товарної групи промислового підприємства](#) / К. О. Молчанова, Д. В. Райко // IX Міжнар. наук.-практ.

студентська конф. магістрантів : матеріали конф., м. Харків, 7–9 квіт. 2015 р.
: у 4 ч. Ч. 4. — Харків, 2015. — С. 137–138.

14. [Види та методи просування бізнесу в Instagram](#) / Райко Д. В., Кавун М. А. // Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я = Information technologies: science, engineering, technology, education, health : тези доп. 28-ї міжнар. наук.-практ. конф. MicroCAD–2020, [28-30 жовт. 2020 р.] : у 5 ч. Ч. 3. — Харків : НТУ «ХП», 2020. — С. 249.

15. [Визначення інструментів маркетингових комунікацій та заходів, які сприятимуть досягненню проактивних цілей підприємства](#) / В. С. Мороз, Д. В. Райко // III Університетська науково-практична студентська конференція магістрантів Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» : тези доп., 14–16 квіт. 2009 р. : у 4 ч. Ч. 1. — Харків : НТУ «ХП», 2009. — С. 71–72. —*

16. [Визначення поняття готовності споживача](#) / К. Прохорова, Д. В. Райко // III Університетська науково-практична студентська конференція магістрантів Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» : тези доп., 14–16 квіт. 2009 р. : у 4 ч. Ч. 1. — Харків : НТУ «ХП», 2009. — С. 85–87. —*

17. [Визначення поняття інформаційної взаємодії](#) / О. В. Барташ, Д. В. Райко // III Університетська науково-практична студентська конференція магістрантів Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» : тези доп., 14–16 квіт. 2009 р. : у 4 ч. Ч. 1. — Харків : НТУ «ХП», 2009. — С. 5–6. —*

18. [Визначення поняття конкурентоспроможності](#) / О. Сердюк, Д. В. Райко // III Університетська науково-практична студентська конференція магістрантів Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» : тези доп., 14-16 квіт. 2009 р. : у 4 ч. Ч. 1. — Харків : НТУ «ХП», 2009. С. 91–93. —*

19. [Визначення поняття маркетингових комунікацій](#) / М. Завгороднєва, Д. В. Райко // III Університетська науково-практична

студентська конференція магістрантів Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» : тези доп., 14–16 квіт. 2009 р. : у 4 ч. Ч. 1. — Харків : НТУ «ХПІ», 2009. — С. 31–33. —*

20. [Визначення поняття привабливості партнерів](#) / Т. А. Гольц, Д. В. Райко // III Університетська науково-практична студентська конференція магістрантів Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» : тези доп., 14–16 квіт. 2009 р. : у 4 ч. Ч. 1. — Харків : НТУ «ХПІ», 2009. — С. 25–27. —*

21. [Визначення поняття споживацької привабливості](#) / Т. Табаченко, Д. В. Райко // III Університетська науково-практична студентська конференція магістрантів Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» : тези доп., 14–16 квіт. 2009 р. : у 4 ч. Ч. 1. — Харків : НТУ «ХПІ», 2009. — С. 102–103. —*

22. [Визначення розвитку маркетингової діяльності промислового підприємства](#) / Д. В. Райко // Маркетинг і менеджмент інновацій. — 2011. — № 3, т. 1. — С. 109–117. — *

23. [Визначення розвитку промислового підприємства](#) / Д. В. Райко // Економіка та право. — 2007. — № 3(19). — С. 110–114. — *

24. [Використання методів економіко-математичного моделювання щодо аналізу результатів економічної діяльності промислових підприємств](#) / Д. В. Райко // Механізм регулювання економіки. — 2008. — № 4(1). — *

25. [Генезис поняття асортиментної політики](#) / Д. П. Балагула, Д. В. Райко // IX Міжнар. наук.-практ. студентська конф. магістрантів : матеріали конф., м. Харків, 7–9 квіт. 2015 р. : у 4 ч. Ч. 4. — Харків, 2015. — С. 122–123.

26. [Генезис поняття готовності споживачів](#) / Д. В. Райко // Маркетинг: теорія і практика : зб. наук. пр. — Луганськ : СЛУ, 2009. — № 15. — *

27. [Генезис поняття інформаційної взаємодії в процесі маркетингу](#) / Д. В. Райко // Дослідження та оптимізація економічних процесів : тези VI

Міжнар. наук.-практ. конф. «Оптимум–2008», 3-5 груд. 2008 р., м. Харків. — Харків : НТУ «ХП», 2008. — *

28. [Генезіс поняття конкурентоспроможності](#) / Д. В. Райко // Управління розвитком. — 2008. — № 19. — *

29. [Генезіс поняття привабливості партнерів](#) / Д. В. Райко // Актуальні проблеми розвитку економіки регіону : наук. зб. — Івано-Франківськ : ПНУ, 2009. — Вип. 5(1). — *

30. [Динамічні спроможності як один з найважливіших факторів конкурентоспроможності сучасного підприємства](#) / О. М. Ястремська, Д. В. Райко // Competitiveness: problems of science and practice : monograph = Конкурентоспроможність: проблеми науки та практики : монографія / заг. ред.: В. С. Пономаренко, М. О. Кизим, О. М. Тищенко. — Харків : ВД «ІНЖЕК», 2009. — С. 168–186.

31. [Дослідження особливостей використання технологій психологічного впливу в рекламі](#) / Райко Д. В., Атаманюкова О. В. // Вісник Нац. техн. ун-ту «ХП». Економічні науки = Bulletin of the National Technical University «KhPI». Economic sciences. — Харків, 2019. — № 24. — С. 90–96. —*

32. [Загальний підхід до управління рекламною діяльністю](#) / А. Ю. Кобець, Д. В. Райко // III Університетська науково-практична студентська конференція магістрантів Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» : тези доп., 14–16 квіт. 2009 р. : у 4 ч. Ч. 1. — Харків : НТУ «ХП», 2009. — С. 47–49. —*

33. Защита прав инвестора на фондовом рынке Украины / Л. А. Кривцун, Д. В. Райко, И. В. Брагин // Вестник Харьков. гос. политехн. ун-та. — Харьков : ХГПУ, 1998. — № 1 : Исследования и оптимизация экономических процессов, вып. 19, ч. 1. — С. 98–100. —*

34. [Исследование и анализ украинского и венгерского рынка объектов интеллектуальной собственности](#) / Райко Д. В. // Трансфер технологий : монография / Перерва П. Г., Коциски Д., Сакай Д., Верешне

Шомоши М. ; ред.: П. Г. Перерва, Д. Коциски. — Харьков : НТУ «ХПИ» ; Мишкольц : Мишкольцкий ун-т, 2012. — Подразд. 2.3. — С. 74–94. — *

35. Інноваційна діяльність: тенденції розвитку та фактори впливу / Д. В. Райко // Вестник Нац. техн. ун-та «ХПИ». — Харьков, 2003. — Вып. 20, т. 1.

36. [Інформаційна взаємодія підприємства в процесі маркетингової діяльності](#) / Д. В. Райко // Інновації і маркетинг – рушійні сили економічного розвитку : монографія / ред. С. М. Ілляшенко. — Суми : Папірус, 2012. — Ч. 3, розд. 7. — С. 393–401. — *

37. [Класифікація інструментів та форм інтернет-маркетингу](#) / Райко Д. В., Єгурнова Д. С. // Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ». Економічні науки = Bulletin of the National Technical University «KhPI». Economic sciences. — Харків, 2019. — № 23. — С. 70–77. —*

38. Комплекс моделей формування складу системи «споживач – підприємство – партнер», визначення ефекту від її функціонування та формування бюджету інформаційної взаємодії / О. М. Ястремська, Д. В. Райко // Конкурентоспроможність: проблеми науки та практики : монографія / під ред. М. О. Кизима, О. М. Тищенко. — Харків : ФОП Лібуркіна Л.М. ; ВД «ІНЖЕК», 2013. — С. 302–342. —*

39. Комплексна система показників оцінки ефективності стратегічних організаційних перетворень маркетингових підрозділів виробничих підприємств / Д. В. Райко, Г. Л. Гринберг, К. С. Шапчанская // Вестник нац. техн. ун-та «ХПИ». Темат. вып. : Технический прогресс и эффективность производства. — Харьков, 2006. — Вып. 15. — С. 194–198. —*

40. [Конкурентоспроможність інтегрованих структур бізнесу](#) / Д. В. Райко // Проблеми і перспективи ринково-орієнтованого управління інноваційним розвитком : монографія / С. М. Ілляшенко [та ін.] ; заг. ред. С. М. Ілляшенко. — Суми : Папірус, 2011. — Розд. 8.2. — С. 356–381.

41. [Концептуальна модель автоматизованої інформаційної системи маркетингу на підприємстві](#) / Д. В. Райко, Л. Е. Лебедева // Маркетинг і менеджмент інновацій = Marketing and Management of Innovations. — 2014. — № 3. — С. 142–153. —*
42. [Концептуальна модель управління маркетингом на підприємстві](#) / Д. В. Райко // Маркетинг та логістика в системі менеджменту : до 200-річчя Львівської політехніки : матеріали 11-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 3-5 листоп. 2016 р. — Львів : Вид-во «Львів. політехніка», 2016. — С. 236–238. — *
43. [Концептуальна модель формування бюджету в процесі інформаційної взаємодії в системі «споживач - підприємство - партнер»](#) / Д. В. Райко // Науковий вісник ЧНУ : зб. наук. пр. Серія: Економіка. — Чернівці : ЧНУ, 2012. — Вип. 623–626. — *
44. [Концептуальний підхід до підготовки та проведення рекламної кампанії](#) / Д. В. Райко, Л. М. Цейтлін, В. М. Зацаринний // Маркетинг і менеджмент інновацій = Marketing and Management of Innovations. — 2017. — № 4. — С. 75–88. — *
45. [Концептуальные подходы и способы к формированию решения о покупке инновационных товаров](#) / Д. В. Райко // Вісник Хмельницького нац. ун-ту. — 2005. — № 3 (66). — С. 93–95.
46. Логистические основы банковского менеджмента / А. О. Дегтярь, Д. В. Райко // Вестник Харьков. гос. политехн. ун-та. — Харьков, 1998. — Вып. 10. — С. 116–119. —*
47. [Маркетингова інформаційна система як підґрунтя розроблення стратегії розвитку підприємства](#) / Д. В. Райко, Л. М. Цейтлін // Ринково-орієнтоване управління інноваційним розвитком : монографія / ред. С. М. Ілляшенко. — Харків : ТОВ «Два полюса», 2015. — Ч. 2, розд. 8.1. — С. 265–274. — *
48. [Маркетингове забезпечення споживацької привабливості товару промислового призначення](#) / Д. В. Райко, Л. М. Цейтлін // Маркетинг і

менеджмент інновацій = Marketing and Management of Innovations. — 2016. — № 1. — С. 22–31. — *

49. [Маркетингові комунікації як інструмент інформаційної взаємодії між підприємством, партнерами, споживачами](#) / Д. В. Райко // Маркетинг і цифрові технології = Marketing and digital technologies. — 2017. — Т. 1, № 2. — С. 102–122. — *

50. [Методичне забезпечення формування стратегій інформаційної взаємодії підприємства з партнерами і споживачами](#) / Д. В. Райко // Науковий вісник БДФА. Економічні науки : зб. наук. пр. — Чернівці : Технодрук, 2009. — Вип. 4(17). — *

51. [Методичний підхід до оцінювання ефективності діяльності департаменту маркетингу підприємства](#) / Д. В. Райко // Наукові праці Нац. ун-ту харч. технологій. — 2011. — № 39. — С. 90–95. — *

52. [Методологічний підхід до оцінювання готовності споживачів](#) / Д. В. Райко // Экономика Крыма. — 2009. — № 27. — С. 12–15. — *

53. [Методологічний підхід до оцінювання конкурентоспроможності підприємства](#) / Д. В. Райко // Вісник ДДМА : зб. наук. пр. — Краматорськ, 2009. — № 3(17). — С. 193–198. — *

54. [Методологічний підхід до оцінювання привабливості партнерів](#) / Д. В. Райко // Наукові праці Нац. ун-ту харч. технологій. — 2009. — № 30. — *

55. [Методологічний підхід до формування та реалізації стратегій маркетингової діяльності підприємства](#) / Д. В. Райко // Проблеми науки. — 2009. — № 1. — С. 27–37. —*

56. [Методы экспресс-анализа коммерциализуемости результатов интеллектуального труда](#) / Райко Д. В. // Трансфер технологий : монографія / Перерва П. Г., Коциски Д., Сакай Д., Верешне Шомоши М. ; ред.: П. Г. Перерва, Д. Коциски. — Харьков : НТУ «ХПИ» ; Мишкольц : Мишкольцкий ун-т, 2012. — Подразд. 3.3. — С. 121–129. — *

57. [Модель управління маркетингом у системі менеджменту промислового підприємства](#) / Д. В. Райко, Л. Е. Лебедева // Маркетинг і менеджмент інновацій = Marketing and Management of Innovations. — 2015. — № 1. — С. 107–123. — *

58. [Моделювання бюджету інформаційної взаємодії в системі «споживач – підприємство – партнер»](#) / Л. А. Гамбаров, Д. В. Райко // Вісник Східноукраїнського нац. ун-ту. — 2012. — № 2(173). — С. 300–312. — *

59. Моделювання обсягів продажу інноваційних товарів на підприємстві / Д. В. Райко // Вестник нац. техн. ун-та «ХПИ». Темат. вып. : Технический прогресс и эффективность производства. — Харьков : НТУ «ХПИ», 2004. — Вып. 27. — С. 15–22. —*

60. [Моделювання формування складу системи «споживач – підприємство – партнер», ефекту від її взаємодії та бюджету інформаційної взаємодії](#) / Д. В. Райко // Маркетинг і менеджмент інновацій. — 2013. — № 1. — С. 34–44. — *

61. [Напрями вдосконалення системи управління еколого-економічним розвитком за індексом конкурентоспроможності як основи добробуту країни, регіонів, промислових підприємств, суспільства](#) / Д. В. Райко, О. І. Подрез, В. О. Черепанова // Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПИ». Економічні науки = Bulletin of the National Technical University «KhPI». Economic sciences : зб. наук. пр. — Харків : НТУ «ХПИ», 2020. — № 6 (8). — С. 3–8. —*

62. Некоторые аспекты анализа формирования решения о покупке товаров / Д. В. Райко // Вестник нац. техн. ун-та «ХПИ». Темат. вып. : Технический прогресс и эффективность производства. — Харьков, 2001. — Вып. 24, ч. 3. — С. 184–188. — *

63. Нідерланди: тренінг тренерів // Маркетинг в Україні. — Київ, 2004. — № 4(70). — С. 4–6. — Райко Д. В. у виступі висвітлює ефективні підходи і нові технології викладання маркетингових дисциплін після проходження стажування за навчальною програмою «Train the Trainer», яка

була організована Нідерландським тренінговим центром ETCN за фінансової підтримки фонду «The Trust, Nuffic».

64. [Обґрунтування теорії стратегічного управління розвитком маркетингової діяльності промислового підприємства](#) / Д. В. Райко // Маркетинг та логістика в системі менеджменту : тези доп. 8-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 4-6 листоп. 2010 р., м. Львів. — Львів : Нац. ун-т «Львів. політехніка», 2010. — *

65. [Обоснование теории стратегического управления развитием маркетинговой деятельности промышленного предприятия](#) / Д. В. Райко // Бизнес Информ. — 2007. — № 6. — С. 130–140 ; № 7. — С. 110–112.

66. [Оплата праці керівників департаменту маркетингу: стимулювання та результати оцінки](#) / Д. В. Райко // Економіка: проблеми теорії та практики. — 2007. — Вип. 226, т. 2. — *

67. [Організаційне забезпечення маркетингової діяльності підприємства](#) / О. М. Ястремська, Д. В. Райко // Вісник Хмельницького нац. ун-ту. Економічні науки = Herald of Khmelnytskyi national university. Economical sciences. — Хмельницький, 2011. — № 2, т. 3. — С. 112–116. — *

68. [Організаційні засади розвитку маркетингової діяльності промислового підприємства](#) / Д. В. Райко // Економіка та підприємництво : зб. наук. пр. — Київ : КНЕУ. — 2012. — № 28. — *

69. [Організація маркетингового центру](#) / О. В. Поздняковська, Д. В. Райко // II Університетська науково-практична студентська конференція магістрантів Національного технічного університета «Харківський політехнічний інститут» : тези доп., 25–27 берез. 2008 р. : у 3 т. Т. 1. — Харків : НТУ «ХПІ», 2008. — С. 42–44. —*

70. [Особенности лицензирования и франчайзинга в международном трансфере технологий](#) / Райко Д. В. // Трансфер технологий : монографія / Перерва П. Г., Коциски Д., Сакай Д., Верешне Шомоши М. ; ред.: П. Г. Перерва, Д. Коциски. — Харьков : НТУ «ХПІ» ; Мишкольц : Мишкольцкий ун-т, 2012. — Подразд. 11.7. — С. 494–501. — *

71. Оцінка ефективності маркетингової діяльності промислового підприємства / Д. В. Райко // Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я : матеріали XVII міжнар. наук.-практ. конф., Харків, 20-22 трав. 2009 р. : у 2 ч. : присвячується 125-річчю НТУ «ХП». — Харків : НТУ «ХП», 2009. — Ч. 2. — С. 136. —*

72. [Оцінка результатів діяльності керівників маркетингових служб](#) / Д. В. Райко // Маркетинг і менеджмент інновацій. — 2011. — № 4 (т. 2). — С. 155–166. ; Маркетинг і менеджмент інновацій. — 2012. — № 1. — С. 123–131.

73. [Прийняття рішення щодо програми стимулювання збуту](#) / Ю. Л. Литвиненко, Д. В. Райко // Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я = Information technologies: science, engineering, technology, education, health : тези доп. 25-ї міжнар. наук.-практ. конф. MicroCAD–2017, [17-19 трав. 2017 р.] : у 4 ч. / ред. Є. І. Сокол. — Харків : НТУ «ХП», 2017. — Ч. 4. — С. 337. — *

74. [Принципи концептуального підходу до формування стратегічного управління розвитком маркетингової діяльності підприємства](#) / Д. В. Райко // Економіка: проблеми теорії та практики. — 2008. — Вип. 239, т. 4. — *

75. [Проблеми ефективності реклами з точки зору психологічного аспекту](#) / Райко Д. В., Єгурнова Д. С. // Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я = Information technologies: science, engineering, technology, education, health : наук. вид. : тези доп. 27-ї міжнар. наук.-практ. конф. MicroCAD–2019, [15-17 трав. 2019 р.] : у 4 ч. Ч. 3. — Харків : НТУ «ХП», 2019. — С. 323.

76. [Проблеми та шляхи визначення видів витрат на маркетингові комунікації підприємства з партнерами і споживачами](#) / Д. В. Райко // Стратегія інноваційного розвитку економіки та актуальні проблеми менеджмент-бізнес освіти : зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф. — Харків : НТУ «ХП», 2009. — *

77. [Проблеми та шляхи визначення готовності споживачів в контексті маркетингу](#) / Д. В. Райко // Теорія та практика підприємницької діяльності : матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. вчених та спеціалістів. — Сімферополь : ТНУ, 2009. — *

78. [Проблеми та шляхи визначення конкурентоспроможності в контексті маркетингу](#) / Д. В. Райко // Сучасні національні економічні моделі: проблеми та перспективи розвитку : матеріали наук.-практ. Інтернет-конф., 13 берез. 2009 р., м. Сімферополь. — Сімферополь : ЦРОНІ, 2009. — *

79. [Проблеми та шляхи визначення привабливості партнерів в контексті маркетингу](#) / Д. В. Райко // Проблеми економіки підприємств у сучасних умовах : тези доп. V Міжнар. наук.-практ. конф., 19-20 берез. 2009 р., м. Київ. — Київ : НУХТ, 2009. —*

80. Проблемы повышения эффективности управления банковским портфелем / Дегтярь А. О., Райко Д. В. // Вестник Харьков. гос. политехн. ун-та. — Харьков : ХГПУ, 1998. — № 1 : Исследования и оптимизация экономических процессов, вып. 19, ч. 1. — С. 48–50. —*

81. [Прогнозування доходу промислових підприємств від проведення капіталізації витрат](#) / Д. В. Райко, О. І. Подрез // Вісник КрНУ ім. Михайла Остроградського. Серія: Економіка. — Кременчуг, 2019. — Вип. 6(119). — С. 25–34.

82. Прогнозування обсягів продажу інноваційних товарів на підприємстві / Райко Д. В. // Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я : доп. міжнар. наук.-практ. конф. (анотації), Харків, 20-21 трав. 2004 р. — Харків, 2004. — С. 643. —*

83. [Пропозиції з організації маркетингової діяльності промислового підприємства на мезоекономічному рівні](#) / Д. В. Райко // Економіка: проблеми теорії та практики. — 2008. — Вип. 237, т. 2. — *

84. [Пропозиції щодо удосконалення управління організаційною структурою маркетингової діяльності промислового підприємства](#) / Д. В.

Райко // Вісник Хмельницького нац. ун-ту. Серія: Економічні науки. — Хмельницьк : ХНУ, 2007. — № 2(91). — С. 100–109. — *

85. [Процес прийняття рішення про покупку за допомогою моделі управління вибором та поведінкою споживачів за Канеманом](#) / Райко Д. В., Мороз Н. А. // Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я = Information technologies: science, engineering, technology, education, health : тези доп. 28-ї міжнар. наук.-практ. конф. MicroCAD–2020, [28-30 жовт. 2020 р.] : у 5 ч. Ч. 3. — Харків : Планета-Прінт, 2020. — С. 250.

86. [Процес прийняття споживачем рішення про покупку з використанням міждисциплінарного підходу](#) / Д. В. Райко, Д. С. Єгурнова // Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я = Information technologies: science, engineering, technology, education, health : тези доп. 26-ї міжнар. наук.-практ. конф. MicroCAD–2018, [16-18 трав. 2018 р.] : у 4 ч. Ч. 3 / ред. Є. І. Сокол. — Харків : НТУ «ХПІ», 2018. — С. 243.

87. [Процес стратегічного управління розвитком маркетингової діяльності підприємства: обґрунтування проактивності](#) / Д. В. Райко // Економіка та право. — 2008. — № 1(20). — *

88. [Процес стратегічного управління розвитком маркетингової діяльності підприємства: уточнення етапів та формування стратегій на основі інтегральних показників в системі «споживач – підприємство – партнер»](#) / Д. В. Райко // Наукові праці ДонНТУ. Серія Економічна. — Донецьк : ДонНТУ, 2008. — Вип. 34–3(138). — *

89. Разработка экономико-математической модели оценки эффективности продвижения инновационной продукции / Райко Д. В. // Вестник Нац. техн. ун-та «ХПИ». Темат. вып. : Технический прогресс и эффективность производства. — Харьков, 2002. — Вып. 8, ч. 2. — С. 60–64.

90. [Реалізація стратегії розвитку маркетингової діяльності підприємства за допомогою інтегрованих маркетингових комунікацій](#) / Д. В. Райко // Вестник Нац. техн. ун-та «ХПИ». Темат. вып. : Технический прогресс и эффективность производства. — Харьков, 2008. — № 55(2). — *

91. [Результати маркетингових досліджень щодо доцільності формування департаменту маркетингу на підприємствах машинобудівної галузі Харківського регіону](#) / Д. В. Райко // Маркетинг в Україні. — 2012. — № 4(73). — С. 58–64. — *

92. [Розвиток промислового підприємства та його маркетингова діяльність](#) / Д. В. Райко // Економічний вісник НТУУ «КПІ» : зб. наук. пр. — Київ, 2008. — № 5. — С. 263–271. — *

93. Розробка автоматизованої інформаційної системи маркетингу на підприємстві / Райко Д. В. // Маркетинг та логістика в системі менеджменту : тези доп. X Міжнар. наук.-практ. конф. — Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2014.

94. [Розробка економіко-математичних моделей з організації маркетингової діяльності промислового підприємства](#) / Д. В. Райко // Вестник Нац. техн. ун-та «ХПИ». Темат. вып. : Технический прогресс и эффективность производства. — Харьков, 2008. — № 17. — *

95. [Розробка економіко-математичної моделі формування бюджету інформаційної взаємодії підприємства з партнерами і споживачами](#) / Д. В. Райко // Вісник Запорізького нац. ун-ту. Серія: Економічні науки. — Запоріжжя : ЗНУ, 2010. — № 2(6). — С. 144–150. — *

96. [Розробка заходів інформаційно-емоційного впливу на цільові групи щодо підвищення іміджу підприємства](#) / Д. В. Райко, Л. М. Цейтлін, Н. О. Дробаха // Бізнес Інформ = Business Inform. — 2017. — № 2. — С. 355–364. — *

97. [Розробка класифікації нетрадиційних маркетингових комунікацій](#) / Д. В. Райко, Л. М. Цейтлін, В. І. Кириленко // Маркетинг і менеджмент інновацій. — Суми, 2017. — № 2. — С. 36–46. — *

98. Розробка комплексної методики оцінки діяльності керівників з маркетингу і створення ефективною мотиваційною системи / Д. В. Райко, О. В. Жовдак // Вестник Нац. техн. ун-та «ХПИ». Темат. вып. : Технический

прогресс и эффективность производства. — Харьков, 2006. — Вып. 15. — С. 98–105. — *

99. [Розробка концепції стратегічного управління розвитком маркетингової діяльності підприємства](#) / Д. В. Райко // Вісник Харків. нац. ун-ту ім. В. Каразіна. — 2008. — № 5, т. 2. — *

100. [Розроблення класифікації інструментів нетрадиційних маркетингових комунікацій](#) / Д. В. Райко, Л. М. Цейтлін, В. І. Кириленко // Маркетинг і менеджмент інновацій = Marketing and Management of Innovations. — 2017. — № 2. — С. 36–46. — *

101. [Роль маркетингу в забезпеченні життєдіяльності промислового підприємства](#) / Д. В. Райко // Маркетинг інновацій і інновації у маркетингу : зб. тез доп. IV Міжнар. наук.-практ. конф., 29 верес. – 1 жовт. 2010 р., м. Суми. — Суми : Папірус, 2010. — *

102. [Система «споживач – підприємство – партнер» у контексті соціально-економічного розвитку регіону](#) / В. С. Пономаренко, О. М. Ястремська, Д. В. Райко // Социально-экономическое развитие Украины и её регионов: проблемы науки и практики : монография / ред. В. С. Пономаренко, Н. А. Кизим, Е. В. Раевнева. — Харьков : ФЛП Либуркина Л. М. ; ИД «ИНЖЭК», 2009. — Розд. 3.3. — С. 206–224. — *

103. [Соціальна відповідальність як інструмент управління сталим розвитком промислового підприємства](#) / Д. В. Райко, О. І. Подрез // Проблеми економіки. — 2020. — № 1(43). — С. 173–189. — *

104. [Соціально-економічний розвиток регіону на прикладі системи «споживач – підприємство – партнер»](#) / Д. В. Райко // Актуальні проблеми розвитку економіки України в контексті глобалізаційних процесів : тези доп. Міжнар. наук.-практ. конф. молодих вчених. — Харків : НТУ «ХП», 2009. — *

105. [Стратегія стійкого розвитку: проблеми та шляхи вирішення](#) / Д. В. Райко, О. І. Маслак, М. В. Маслак // Вісник Нац. техн. ун-ту «ХП». Економічні науки = Bulletin of the National Technical University «KhPI». Economic sciences. — Харків : НТУ «ХП», 2020. — № 3. — С. 131–134. — *

106. [Суперечності зовнішнього та внутрішнього середовища як](#)

[джерело розвитку соціально-економічної системи на основі маркетингової діяльності](#) / Е. І. Моторіна, Д. В. Райко // II Університетська науково-практична студентська конференція магістрантів Національного технічного університета «Харківський політехнічний інститут» : тези доп., 25–27 берез. 2008 р. : у 3 т. Т. 1 / НТУ «ХПІ». — Харків : НТУ «ХПІ», 2008. — С. 33–35. —*

107. [Сутність визначення асортиментної політики](#) / Райко Д. В., Тарасенко І. Ю. // Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я : тези доп. 23-ї міжнар. наук.-практ. конф., [20-22 трав. 2015 р.] : у 4 ч. Ч. 4. — Харків, 2015. — С. 313.

108. [Схеми співробітництва та роль маркетингового центру у їх регулюванні](#) / Д. В. Райко // Вісник економічної науки України. — 2008. — № 1(13). — С. 100–103. — *

109. [Теоретичні аспекти розвитку підприємства](#) / Д. В. Райко, О. І. Подрез // Маркетинг інновацій і інновації у маркетингу : матеріали 11-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 28-30 верес. 2017 р. / заг. ред. С. М. Ілляшенко. — Суми : Триторія, 2017. — С. 148–149. — *

110. Управление воздействием на окружающую среду / М. А. Цейтлин, Д. В. Райко // Экология химической техники и биотехнологии : сб. науч. тр. : в 2 т. — Харьков : ХГПУ, 1997. — Т. 2 : Экология и ресурсосбережение. — С. 125–137.

111. [Управління конкурентоспроможністю продукції підприємства](#) / Райко Д. В., Молчанова К. О. // Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я : тези доп. 23-ї міжнар. наук.-практ. конф., [20-22 трав. 2015 р.] : у 4 ч. Ч. 4. — Харків, 2015. — С. 312.

112. [Фактори впливу реклами на формування свідомості споживачів при виборі бренду](#) / Райко Д. В., Атаманюкова О. В. // Молодь опановує маркетинг : зб. матеріалів Всеукр. міжвуз. наук.-студентської конф., 24-25 трав. 2019 р. — Київ : Українська Асоціація Маркетингу, 2019.

113. [Фінансові інновації як інструмент управління сталим розвитком промислових підприємств](#) / Д. В. Райко, О. І. Подрез // Сучасні проблеми

управління підприємствами: теорія та практика : матеріали міжнар. наук.-практ. конф., 18-19 берез. 2019 р. — Харків : Панов А. М., 2019. — С. 89–90.

114. [Формування департаменту маркетингу промислового підприємства](#) / Д. В. Райко // Маркетингові аспекти управління інноваційним розвитком : монографія / ред. С. М. Ілляшенко. — Суми : Папірус, 2014. — Розд. 3, підрозд. 3.6. — С. 197–205. — *

115. [Формування і реалізація стратегій інформаційної взаємодії промислового підприємства в процесі маркетингової діяльності](#) / Д. В. Райко // Маркетинг та логістика в системі менеджменту : тези доп. 9-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 8-10 листоп. 2012 р., м. Львів. — Львів : Нац. ун-т «Львівська політехніка», 2012. — С. 349–350. — *

116. [Формування інструментів управління промисловими підприємствами за теоретичним і функціональним підходами](#) / Д. В. Райко, О. І. Подрез // Бізнес Інформ. — 2018. — № 3(482). — С. 386–393. — *

117. Формування маркетингових заходів щодо просування промислових товарів на ринку на прикладі товарної групи водолічильників / Райко Д. В. // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. — 2002. — № 1.

118. [Формування маркетингових підрозділів на підприємствах Харківського регіону](#) / Д. В. Райко // Формування ринкової економіки : зб. наук. пр. — Київ : КНЕУ ім. В. Гетьмана, 2013. — № 30. — С. 188–198. — *

119. [Формування системи інтегрованих маркетингових комунікацій на підприємстві](#) / Райко Д. В., Дорохов В. А. // Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я : тези доп. 23-ї міжнар. наук.-практ. конф., [20-22 трав. 2015 р.] : у 4 ч. Ч. 4. — Харків, 2015. — С. 311.

120. [Формування системи маркетингових комунікацій на підприємстві](#) / В. А. Дорохов, Д. В. Райко // IX Міжнародна науково-практична студентська конференція магістрантів : матеріали конф., м. Харків, 7–9 квіт. 2015 р. : у 4 ч. Ч. 4. — Харків, 2015. — С. 130–131.

121. Формулювання особливостей стратегічного управління розвитком маркетингової діяльності підприємства / Д. В. Райко //

Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я : матеріали XVI міжнар. наук.-практ. конф., Харків, 4-6 черв. 2008 р. : у 2 ч. Ч. 2. — Харків : НТУ «ХПІ», 2008. — С. 194. —*

122. [Формулювання особливостей стратегічного управління розвитком маркетингової діяльності підприємства, що полягають у розгляді системи «споживач – підприємство – партнер» за властивостями](#) / Д. В. Райко // Вісник економічної науки України. — 2007. — № 2(12). — С. 134–138. — *

123. [Чинники впливу на розвиток промислового підприємства](#) / Д. В. Райко, Л. М. Цейтлін // Маркетинг і менеджмент інновацій = Marketing and Management of Innovations. — 2015. — № 3. — С. 149–159. — *

124. [Економико-математическое моделирование финансовых взаимоотношений в трансферной системе «предприятие – партнер – потребитель»](#) / Райко Д. В. // Трансфер технологий : монография / Перерва П. Г., Коциски Д., Сакай Д., Верешне Шомоши М. ; ред.: П. Г. Перерва, Д. Коциски. — Харьков : НТУ «ХПИ» ; Мишкольц : Мишкольцкий ун-т, 2012. — Подразд. 10.4. — С. 427–453. — *

125. [Approach to assessment of prerequisites for implementation of strategic directions of innovative development of industrial enterprises](#) / Illiashenko S., Illiashenko N., Shypulina Y., Raiko D., Bozhkova V. // Восточно-Европейский журнал передовых технологий = Eastern-European journal of enterprise technologies. — 2021. — Vol. 3, iss. 13(111). — P. 31–46. — DOI: doi.org/10.15587/1729-4061.2021.233520.

126. [Creation of the image and brand of the enterprise on the basis of marketing as a philosophy of management](#) / D. Raiko, V. Cherepanova // Baltic Journal of Economic Studies. — 2019. — Vol. 5, No 2. — P. 191–205. — DOI: <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2019-5-2-191-205>. — *

127. [Development of scientific and methodological approach to quantitative and qualitative assessment of intellectual property management in industrial enterprises](#) / Diana Raiko, Viktoriia Cherepanova, Ihor Sylka, Olha Podrez, Irina Fedorenko // Восточно-Европейский журнал передовых технологий = Eastern-European Journal of Enterprise Technologies. — 2021. —

Vol. 2, iss. 13(110). — P. 28–41. — DOI: doi.org/10.15587/1729-4061.2021.230262.

128. [Development of strategic management of marketing activity of an industrial enterprise](#) / D. V. Raiko // Вісник Нац. ун-ту «Львівська політехніка». — 2014. — № 811 : Логістика. — С. 287–292. — *

129. [Evaluation of quality level in managing the development of industrial enterprises](#) / D. Raiko, O. Podrez, V. Cherepanova, I. Fedorenko, Yu. Shypulina // Восточно-Европейский журнал передовых технологий = Eastern-European Journal of Enterprise Technologies. — 2019. — Т. 5, № 3(101). — С. 17–32. — DOI: 10.15587/1729-4061.2019.177919. — *

130. [Formation of relations between the enterprise and consumers as the basis of the industrial enterprise development](#) / D. V. Raiko, L. M. Tseitlin // Managing economic growth: marketing, management, and innovations : [monografie] / eds. S. M. Illiashenko, W. Strielkowski. — 1st ed. — Prague, 2016. — Pt. 2. — P. 284–303. — *

131. [Managing costs of an industrial enterprise when using secondary resources](#) / D. Raiko, O. Podrez, V. Cherepanova, O. Melnikov, A. Kharchenko // Восточно-Европейский журнал передовых технологий = Eastern-European journal of enterprise technologies. — 2020. — Vol. 4, iss. 3(106). — P. 53–65. — DOI: doi.org/10.15587/1729-4061.2020.208764.

132. [Methodological provisions for conducting empirical research of the availability and implementation of the consumers' socially responsible intentions](#) / Potrashkova L., Raiko D., Tseitlin L., Savchenko O., Nagy Szabolcs // Маркетинг і менеджмент інновацій = Marketing and Management of Innovations. — 2018. — № 3. — С. 133–141. — *

2. Навчальні видання

2.1. Підручники, навчальні посібники

133. Вступ до спеціальності «Маркетинг» : навч. посіб. / С. М. Ілляшенко, Ю. С. Шипуліна, Д. В. Райко. — Суми : Триторія, 2020. — 124 с.

—*

134. Инфраструктура товарного рынка = Infrastructure of Commodity Market : учеб. пособие / Е. Н. Ястремская, Д. В. Райко ; Харьков. нац. эконом. ун-т. — Харьков : ИНЖЭК, 2006. — 216 с. : табл., рис. — (Учебное издание).

— *

135. Логистика : учеб. пособие для студ. экон. спец. / Л. М. Цейтлин, Д. В. Райко ; Нац. техн. ун-т «Харьков. политехн. ин-т». — Харьков : НТУ «ХПИ», 2007. — 148 с. —*

136. Маркетинговые исследования : учеб. пособие / Д. В. Райко ; Нац. техн. ун-т «Харьков. политехн. ин-т». — Харьков : НТУ «ХПИ», 2004. — 109 с. — *

137. Моделирование поведения потребителей при принятии решения о производстве и продвижении инновационных товаров : учеб. пособие для студ. экон. спец. / Д. В. Райко ; Нац. техн. ун-т «Харьков. политехн. ин-т». — Харьков : НТУ «ХПИ», 2007. — 118 с. — *

138. [Організація та управління в природоохоронній діяльності](#) : навч. посіб. / Н. М. Самойленко, Д. В. Райко, В. І. Аверченко ; Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т». — Харків : Лідер, 2018. — 174 с. —*

139. Основы бизнеса : учеб. пособие / В. Я. Заруба, З. П. Конохова, Д. В. Райко ; Нац. техн. ун-т «Харьков. политехн. ин-т». — Харьков : НТУ «ХПИ», 2004. — 74 с. — *

140. [Управління інноваційною діяльністю: магістерський курс](#) : підручник / П. Г. Перерва, С. М. Ілляшенко, М. І. Погорелов [та ін.] ; ред. П. Г. Перерва [та ін.]. — Харків : НТУ «ХП», 2011. — Ч. 1. — 614 с. — *

141. [Управління інноваційною діяльністю: магістерський курс](#) : підручник / П. Г. Перерва, С. М. Ілляшенко, Н. І. Чухрай [та ін.] ; ред. П. Г. Перерва [та ін.]. — Харків : НТУ «ХП», 2011. — Ч. 2. — 623 с. — *

142. Финансы. Деньги и кредит : учеб. пособие для студ. всех спец. / Н. В. Сухорукова, Д. В. Райко, А. А. Харченко, В. А. Черепанова ; Нац. техн. ун-т «Харьков. политехн. ин-т». — Харьков : НТУ «ХПИ», 2004. — 168 с. —

+

2.2. Навчально–методичні видання

143. [Дослідницький тренінг: маркетинг інновацій і інновації в маркетингу](#) : навч.-метод. посіб. / В. Я. Заруба, Д. В. Райко, О. О. Антонець, Р. О. Нестеренко, І. А. Парфентенко, Д. В. Райко, О. І. Савченко ; ред.: В. Я. Заруба, Д. В. Райко ; Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т». — Харків : Щедра садиба плюс, 2015. — 110 с. — Дод. тит. арк. англ. — *

144. Маркетингова політика розподілу : навч.-метод. посіб. / Д. В. Райко. — Харків : НТУ «ХП», 2010. — 70 с. —*

145. Методичні вказівки до виконання комплексної курсової роботи з програми підготовки «Бакалавр» за напрямком 0501 «Економіка і підприємництво» спеціальності 6.050.108 «Маркетинг» / Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т» ; уклад. Д. В. Райко [та ін.]. — Харків : НТУ «ХП», 2006. — 71 с.: рис. — *

146. [Методичні вказівки до виконання курсового проекту зі спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини» з дисципліни «Міжнародний бізнес»](#) / уклад. І. М. Посохов, Д. В. Райко ; Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т». — Харків : НТУ «ХП», 2017. — 13 с. — *

147. Методичні вказівки до проведення державного іспиту з програми підготовки бакалавра за напрямом 0501 «Економіка і підприємництво» спеціальності 6.050.108 «Маркетинг» / Заруба В. Я., Конохова З. П., Райко Д. В. — Харків : НТУ «ХП», 2007. — 20 с. —*

148. Методичні вказівки до виконання дипломної роботи бакалавра за напрямом підготовки 6.030507 «Маркетинг» / Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т» ; уклад.: В. Я. Заруба, З. П. Конохова, Д. В. Райко [та ін.]. — Харків : НТУ «ХП», 2007. — 24 с. — *

149. Методичні вказівки до виконання комплексної курсової роботи з програми підготовки «Бакалавр» за напрямком 0501 «Економіка і підприємництво» спеціальності 6.050.108 «Маркетинг» / НТУ «ХП» ; уклад.: Д. В. Райко [та ін.]. — Харків : НТУ «ХП», 2006. — 72 с. — *

150. Методичні вказівки та індивідуальні домашні завдання з дисципліни «Інфраструктура товарного ринку» / Райко Д. В. — Харків : НТУ

«ХПШ», 2012. — 40 с.

151. [Методичні положення формування і реалізації стратегій розвитку маркетингової діяльності промислових підприємств](#) / Д. В. Райко // Менеджмент підприємницької діяльності : матеріали VII Всеукр. конф. студентів, аспірантів, докторантів. — Сімферополь : ТНУ, 2009. — *

3. Наукові дослідження здобувачів наукового ступеня, виконані під керівництвом Д. В. Райко

152. Формування інструментів управління сталим розвитком промислових підприємств [Рукопис] : дис. ... д-ра філософії : 05-051 / О. І. Подрез ; наук. кер. Д. В. Райко ; НТУ «ХПШ». — Харків, 2020. — 357 с. —*

*— наявність видання у фонді НТБ НТУ «ХПШ»

+— наявність видання у фонді Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського

Список станом на 6.10.21

Укладач: Непран Н. В.