

УДК 65.012.34:338.47

О. О. Богданов,
PhD, ст. викладач кафедри торговельного підприємництва, товарознавства та управління
бізнесом, Одеський національний технологічний університет
ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0002-8505-3675>

Р. А. Цикалюк,
здобувач, Міжнародний університет бізнесу і права
ORCID ID: <http://orcid.org/0009-0009-0546-6954>

О. М. Мороз,
аспірант кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі,
Одеський національний технологічний університет
ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0002-0858-6555>

Т. О. Бабан,
доцент, Державний біотехнологічний університет
ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0001-8252-901X>

DOI: 10.32702/2306-6792.2025.14.193

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ МАРКЕТИНГУ ІННОВАЦІЙ В ТРАНСПОРТНОМУ ОБСЛУГОВУВАННІ АГРОВИРОБНИКІВ: ОСОБЛИВОСТІ АНАЛІЗУ

O. Bohdanov,
PhD, Senior Lecturer, Department of Trade Entrepreneurship, Commodity Studies
and Business Management, Odesa National University of Technology

R. Tsykaliuk,
Acquirer, Higher Educational Institution " International University of Business and Law

O. Moroz,
Postgraduate student of the Department of Marketing, Entrepreneurship and Trade,
Odesa National University of Technology, Odesa National University of Technology

T. Baban,
Associate Professor, State Biotechnological University

ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC MECHANISM OF MARKETING INNOVATION IN TRANSPORT SERVICE OF AGRICULTURAL PRODUCERS: ANALYSIS OF FEATURES

Статтю присвячено особливостям аналітичної діяльності для забезпечення функціонування організаційно-економічного механізму маркетингу інновацій у транспортному обслуговуванні агровиробників. Наголошується, що постійний технологічний прогрес і модернізація управлінських процесів у сільському господарстві зумовлюють зростаючі вимоги до якості транспортних послуг, роблячи впровадження інновацій стратегічно необхідним. Метою дослідження є визначення компонентів аналізу для реалізації зазначеного механізму.

Запропонована триетапна модель аналітичної діяльності: формувальну (аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища), розвивальну (розробка стратегії, фінансове обґрунтування) та узагальнюючу (моніторинг, коригування та оцінка результатів). Доведено важливість глибокого вивчення конкурентів, зокрема за допомогою рейтингових таблиць, та аналізу внутрішнього потенціалу підприємства. В роботі підкреслено, що аналітична діяльність має враховувати сезонні, кліматичні та технологічні зміни в агровиробництві.

The article focuses on the peculiarities of analytical activity in ensuring the stable and effective functioning of the organizational and economic mechanism for marketing innovations in the transport service of agricultural producers. In the current economic conditions of Ukraine, the development of the transport industry is a priority area, as it plays a fundamental role in improving the efficiency and competitiveness of the agricultural sector. The formation of an effective marketing innovation mechanism in any sector of the economy requires the implementation of a well-structured and scientifically based set of organizational and economic measures. These measures should aim to create favorable conditions for the introduction, application, and dissemination of innovations, which are essential for modernizing logistics, enhancing service quality, and increasing productivity. In particular, the transport service of agricultural producers requires qualitative improvement, because the needs and expectations of farming enterprises are growing rapidly. These needs are shaped by the continuous enhancement of production technologies, changes in the structure of agricultural markets, and the modernization of management systems. Therefore, the introduction of innovations becomes not only relevant but also strategically necessary. The goal of developing an appropriate organizational and economic mechanism is to ensure the consistent implementation of marketing innovations that support sustainable development and increase the adaptability of transport enterprises. To implement the measures envisaged by this mechanism, a complex system of analytical actions is required. Such analytical work enables the assessment of the current industry state, identification of weaknesses, analysis of the economic and technological environment, and informed decision-making for further improvements. A competent and integrated analysis of these activities should contribute not only to enhancing the quality and efficiency of transport services for agricultural producers but also to enabling management to take a comprehensive, innovation-oriented approach to all spheres of the enterprise's operations, thereby ensuring resilience and strategic progress.

Ключові слова: організаційно-економічний механізм, аналітична діяльність, компоненти аналізу, інновації, маркетинг, транспортне обслуговування, сільське господарство, конкуренція.

Key words: organizational and economic mechanism, analytical activity, components of analysis, innovations, marketing, transport services, agriculture, competition.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Особливості транспортного обслуговування виробників сільськогосподарської продукції виникають через постійне вдосконалення агровиробництва в Україні, що є запорукою зростання попиту на кількість та якість послуг і транспортного обслуговування виробників сільськогосподарської продукції. Вивчення організаційно-економічних механізмів маркетингу інновацій в системі транспортного обслуговування агровиробників має спиратись на результати аналітичної діяльності для здійснення економічно ефективних заходів в процесі впровадження інновацій.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Проблемі вивчення особливостей аналізу організаційно-економічного механізму марке-

тингу інновацій в транспортному обслуговуванні виробників сільськогосподарської продукції приділяють увагу багато вітчизняних вчених, зокрема: Висоцька М. [1], Голобородько А. Ю. [3], Головчук Ю. О., Середницька Л. П. [4], Зайцев А. М., Аулін В. В., Лисенко С. В., Гудь В. З. [7], Кальченко О., Белорус А. [8], Копилова В. О., Пічугіна Ю. В. [10], Ноженко В., Ковтанець М. В., Сергієнко О. В., Ковтанець Т. М., Вакулік М. М. [12], Онищенко В., Кононенко Д., Чупін, М. [13], Смерічевський С., Райчева Л., Михальченко О. [15], Титар В. В. [16], Харченко М. В. [17]. Однак, через особливості функціонування системи транспортного обслуговування виробників сільськогосподарської продукції та значну потребу у впровадженні інновацій у цієї сфері потребують додаткового вивчення процеси, які спрямовані на ефективне функціонування організаційно-економічного механізму маркетингу інновацій в транспортному обслуговуванні агровиробників.

Таблиця 1. Етапи аналітичної діяльності для забезпечення функціонування організаційно-економічного механізму маркетингу інновацій

№	Етап	Зміст аналітичної діяльності
1	Формувальний	Аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища З'ясування цілей маркетингу інновацій
2	Розвивальний	Розробка маркетингової стратегії Фінансово-економічне обґрунтування Планування й реалізація інновацій
3	Узагальнюючий	Моніторинг і коригування стратегії Оцінка результатів

Джерело: узагальнено за [6, 11].

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ (ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ)

Метою статті є визначення компонентів аналізу заходів з реалізації організаційно-економічного механізму маркетингу інновацій в транспортному обслуговуванні виробників сільськогосподарської продукції.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

У процесі реалізації інноваційних рішень критично важливо оперативнотримувати й аналізувати інформацію про поточний стан їх впровадження. Для досягнення цієї мети розробляються та впроваджуються комплексні заходи, які включають систематичний збір даних, їх глибоку обробку та всебічний аналіз. Кожен із цих етапів аналітичної діяльності відіграє ключову роль у забезпеченні ефективного функціонування організаційно-економічного механізму управління маркетингом інновацій у сфері транспортного обслуговування виробників сільськогосподарської продукції [5]. При цьому успіх та результативність цих етапів значною мірою залежать від специфічних умов, у яких формується та розвивається інновація в певному транспортному підприємстві. Тому особлива увага приділяється адаптації механізмів аналізу до конкретних особливостей діяльності підприємства, що дозволяє підвищити точність отриманих результатів і забезпечити прийняття ефективних рішень. Здійснення аналітичної діяльності протягом життєвого циклу функціонування організаційно-економічного механізму маркетингу інновацій, що здійснюються на транспортному підприємстві, яке надає послуги із транспортного обслуговування виробників сільськогосподарської продукції поділяється на три основні етапи: формувальний, розвивальний та узагальнюючий (таблиця 1).

На етапі формування інформації для створення організаційно-економічного механізму маркетингу інновацій, що здійснюються на транспортному підприємстві, яке надає послуги із транспортного обслуговування виробників сільськогосподарської продукції потрібно проаналізувати наявну інформацію про особливості конкурентів, які вже є у підприємства, або можуть з'явитись після впровадження інновацій. Вивчення кожного конкурента бажано проводити за наступною схемою:

— виявити долю кожного конкурента на ринку;

— вивчити технічну та технологічну базу, які використовують конкуренти;

— з'ясувати наявність унікальних пропозицій на ринку від конкурентів, та провести порівняння цих пропозицій із інноваціями, які розробляються.

Зважаючи на те, що конкуренти підприємства також можуть реалізовувати інноваційні рішення, необхідно простежити їхній шлях впровадження таких змін [17]. Важливо детально вивчити досвід кожного з конкурентів у розробці та інтеграції інноваційних практик. Для формування рейтингу уваги до діяльності конкурентів потрібно заповнити відповідну таблицю (табл. 2), проставляючи пріоритети по кожному напрямку діяльності, після сумування всіх номерів пріоритетів для кожного конкурента буде отримано загальний рейтинг. За проведеними підрахунками виявляється конкурент-лідер, загальний рейтинг якого є найменшим, оскільки це означає його переваги по багатьом напрямкам дослідження чинників конкуренції.

За підсумками прикладу, показаного в таблиці 2, найменший рейтинг має конкурент ТОВ ТрейдК, тобто він є конкурентом-лідером та його дії можуть завдати найбільше впливу на підприємство, яке формує комплекс маркетингу інновацій, що здійснюються на транспортному підприємстві, яке надає послуги із транспортного обслуговування виробників сільськогосподарської продукції. За підсумками визначення рейтингу конкурентів можна з'ясувати

Таблиця 2. Приклад рейтингової таблиці для оцінки конкурентів ТОВ "Агрологістик"

Конкуренти	Доля на ринку	Технічна та технологічна забезпеченість	Наявність унікальних пропозицій	Досвід у впровадженні інновацій	Загальний рейтинг
ПП Черстків	4	1	3	1	9
ТОВ ТрейдК	1	2	1	2	6
ФОП Гергі	3	3	2	4	12
ТОВ Агромодуль	2	4	4	3	13

Джерело: складено авторами.

можливості впливу на хід впровадження інновацій з боку кожного з конкурентів.

При проведенні рейтингової оцінки конкурентів для транспортного підприємства важливо враховувати не лише компанії, що оперують у межах конкретного географічного сектору, де розташоване підприємство, але й діяльність конкурентів у секторах, які входять до зони обслуговування цього підприємства. Це означає, що при формуванні списку конкурентів необхідно провести ґрунтовний аналіз ринку пропозицій аналогічних послуг у всіх регіонах, які отримують ці транспортні послуги. Такий підхід дає змогу повноцінно оцінити ситуацію на ринку та виявити потенційну загрозу або можливості розширення.

Особливу увагу слід приділити випадкам, коли вказані підприємства розташовані в різних державах. У такій ситуації важливо оцінити не лише їхню відповідність чинному законодавству країни, де знаходиться ваше підприємство, але й дотримання норм регулювання транспортної галузі на території тих держав, де здійснюються транспортні перевезення. Це забезпечить глибше розуміння конкуренції на міжнародному рівні, гарантує дотримання правових норм і допоможе правильно вибудувати стратегію роботи на ринку, враховуючи специфіку регулювання транспортної діяльності в міжнародному контексті [14].

Для формалізації запиту на інновації для транспортного підприємства необхідно провести детальне дослідження ринку. У процесі аналізу як поточних, так і перспективних тенденцій слід враховувати зростаючий інтерес суспільства та держави до екологічно чистих транспортних засобів. Окрім цього, важливим є врахування стратегічних цілей, визначених органами місцевого самоврядування в регіонах, де планується впровадження інновацій у систему транспортних послуг. Стратегічні пріоритети розвитку цих територій можуть обумовлювати потребу у створенні принципово нових видів послуг та маршрутів, здатних задовольнити як соціально-економічні запити населення, так і вимоги місцевої влади.

При створенні комунікаційних засобів вивчення ринку, а саме засобів вивчення потреб та уподобань цільової аудиторії потрібно враховувати демографічну ситуацію в регіонах та при здійсненні репрезентативної вибірки за підсумками анкетування, інтерв'ю, або іншої форми дослідження потрібно врахувати не менш ніж 10% результатів рандомно обраних для кожної вікової групи: від 18 до 35 років, від 36 до 60 ро-

ків, старші за 60 років. У випадку, коли проводиться дослідження для інновації, очікуваний ефект якої є довготривалим (більше за 10 років), можна рандомно дослідити результати 10% респондентів віком від 18 до 35 років, 7,5% респондентів віком від 36 до 60 років, та 5% респондентів віком більше, ніж 60 років.

Окрім аналізу зовнішніх факторів роботи транспортного підприємства, необхідно приділити увагу ретельному внутрішньому аналізу. Враховуючи, що впровадження інновацій вимагає додаткових фінансових витрат, спеціальної підготовки персоналу та відповідності технологічних ресурсів, для адаптації внутрішнього потенціалу підприємства до вимог інноваційних процесів потрібен певний час. Також необхідно грамотно організувати спрямування ресурсів, необхідних для цих змін. Для ефективного планування складу ресурсів, потрібних для адаптації підприємства до інновацій, слід провести глибокий аналіз наявних активів, оцінити їхні сильні та слабкі сторони, а також визначити масштаб відхилення від бажаних еталонних показників.

На розвивальному етапі аналітичної діяльності для забезпечення функціонування організаційно-економічного механізму маркетингу інновацій потрібно проаналізувати розроблену маркетингову стратегію, розглянути показники ефективності в процесі створення фінансового обґрунтування організаційно-економічного механізму маркетингу інновацій, що здійснюються на транспортному підприємстві, яке надає послуги із транспортного обслуговування виробників сільськогосподарської продукції, та проаналізувати ефективність планування заходів з впровадження інновацій.

Аналіз маркетингової стратегії інновації полягає у аналізі відповідності обсягів запланованих заходів до обсягів груп споживачів, які будуть зацікавлені у використанні транспортних послуг, в процесі надання яких будуть використані результати інноваційної діяльності.

Від своєчасного аналізу фінансово-економічного забезпечення маркетингу інновацій, що здійснюються на транспортному підприємстві, яке надає послуги із транспортного обслуговування виробників сільськогосподарської продукції залежить своєчасність формування необхідних для фінансових потоків, які спрямовуються на виконання маркетингових заходів та здійснення супутніх витрат, що виникають в процесі впроваджен-

ня інновацій. Аналіз фінансового забезпечення має не тільки надавати інформацію про поточний стан фінансування комплексу заходів із впровадження елементів організаційно-економічного механізму маркетингу інновацій, що здійснюються на транспортному підприємстві, яке надає послуги із транспортного обслуговування виробників сільськогосподарської продукції, але й містити аналіз відповідності здійснених витрат до запланованих, можливості економії запланованих витрат та варіанти перерозподілу коштів у випадку виявлення економії.

Аналіз процесу планування інновації має відтворювати аналіз варіантів впровадження інновацій, які пропонувались в процесі розробки комплексу заходів із впровадження елементів організаційно-економічного механізму маркетингу інновації, з урахуванням вартості альтернативних варіантів та розрахунками витрат необхідних ресурсів. Альтернативні варіанти необхідно проаналізувати для формування уявлення про інші можливості впровадження конкретної інновації у випадку виникнення обставин, які не дозволять впровадити інновацію за основним планом.

Процес реалізації інновації супроводжується постійним коригуванням комплексу заходів із впровадження елементів організаційно-економічного механізму маркетингу інновації, оскільки за підсумками проведеного аналізу ходу впровадження можуть виникнути обставини, що потребують застосування альтернативних варіантів її впровадження. Найчастіше застосовуються не повністю альтернативні варіанти впровадження, а їхні складові, які обираються на підставі проведеного аналізу та можливості їх адаптації до умов, які виникли в процесі впровадження інновації.

На узагальнюючому етапі аналітичної діяльності маркетингу інновації виконуються заходи з розробки типового комплексу заходів із впровадження елементів організаційно-економічного механізму маркетингу інновації, який можна застосувати в процесі впровадження інновації в аналогічних умовах. При формуванні переліку необхідної аналітичної інформації для перевірки можливостей масштабування інновації створюються еталонні переліки умов та переліки можливих відступлень від еталонів. Такі переліки у транспортній сфері стосуються не тільки наявних у транспортного підприємства ресурсів, але й зовнішніх умов, таких, як інфраструктурне забезпечення. На підставі отриманих для масштабування інно-

вації даних можливі певні коригування як самого комплексу заходів із впровадження елементів організаційно-економічного механізму маркетингу інновації, так й його фінансування.

Під час проведення оцінювання результатів інноваційної діяльності проводиться порівняння отриманих результатів із еталоном, який було вироблено в процесі створення організаційно-економічного механізму маркетингу інновації. Порівняння з еталонним зразком виконується як у кількісних, так й у якісних показниках.

ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Організаційно-економічний механізм маркетингу інновацій в системі транспортного обслуговування виробників сільськогосподарської продукції має особливості, які виявляються шляхом проведення аналітичної діяльності в процесі впровадження цього механізму в дію. Для проведення аналітичних заходів потрібно чітко розмежування етапів та компонентів аналітичної діяльності, оскільки для транспортного підприємства, що надає послуги виробникам сільськогосподарської продукції важливо створювати такі алгоритми діяльності, які мають відображати сезонні та природно-кліматичні особливості, що враховуються в процесі надання послуг.

Транспортне обслуговування виробників сільськогосподарської продукції виконується з урахуванням технологічних змін у сільськогосподарському виробництві, властивостей технічних засобів та інноваційних продуктів, які впроваджуються або вже впроваджені в концепцію виробництва. Тому аналітична діяльність, спрямована на сприяння реалізації організаційно-економічного механізму маркетингу інновацій в системі транспортного обслуговування виробників сільськогосподарської продукції має враховувати ці зміни та їх потенційний вплив на попит транспортних послуг.

Література:

1. Висоцька М. Авіатранспортна галузь як базовий елемент національного господарства та системи міжнародних економічних відносин. Український журнал прикладної економіки та техніки. 2024. № 18. С. 111—117. DOI: <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2024-1-18>.
2. Галькевич М. Формування конкурентних переваг транспортної галузі: світовий досвід.

Інфраструктура ринку. 2020. Випуск 49. С. 13—18. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct49-3>.

3. Голобородько А. Ю. Сутність економічного розвитку підприємства. Економіка та управління підприємствами. 2022. № 4 (54). С. 140—147. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2022-4-140-147>.

4. Головчук Ю. О., Середницька Л. П. Бенчмаркінг у стратегічному управлінні інноваційним розвитком підприємства. Бізнес Інформ. 2020. № 5. С. 419—426. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-5-419-426>.

5. Жам О., Рудика В., Воронько-Невіднича Т., Бебко С., Шиковець К., Квіта Г. Діагностика стратегічного управління фінансово-економічним розвитком підприємства. Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice. 2023. № 5 (52). С. 162—172. DOI: <https://doi.org/10.55643/fcaptr.5.52.2023.4214>.

6. Загірняк Д. М., Залуїна О. М., Чумакова А. Г. Забезпечення конкурентоспроможності транспортних послуг. Вісник КрНУ імені Михайла Остроградського. 2021. Випуск 1 (126). С. 17—21. DOI: <https://doi.org/10.30929/1995-0519.2021.1.17-21>.

7. Зайцев А. М., Аулін В. В., Лисенко С. В., Гудь В. З. Організація, принципи та система транспортного забезпечення сільськогосподарських підприємств. Центральнотраїнський науковий вісник. Технічні науки. 2025. Випуск 11(42). Частина 1. С. 223—229. URL: [https://mapiea.kntu.kr.ua/pdf/11\(42\)_I/27.pdf](https://mapiea.kntu.kr.ua/pdf/11(42)_I/27.pdf).

8. Кальченко О., Белорус А. Сучасні проблеми розвитку транспортного сектору України. Проблеми і перспективи економіки та управління. 2021. № 2 (26). С. 99—107. DOI: [https://doi.org/10.25140/2411-5215-2021-2\(26\)-99-107](https://doi.org/10.25140/2411-5215-2021-2(26)-99-107).

9. Ковбатюк М. Адаптивне стратегічне планування як дієвий інструмент розвитку бізнес-структур в умовах сучасних викликів. Збірник наукових праць ДУІТ. Серія "Економіка і управління". 2023. № 53. С. 67—73. DOI: <https://doi.org/10.32703/2664-2964-2023-53-67-73>.

10. Копилова В. О., Пічугіна Ю. В. Проблеми та перспективи розвитку транспортно-логістичних систем України. Причорноморські економічні студії. 2024. Випуск 86. С. 92—97. DOI: <https://doi.org/10.32782/bses.86-15>.

11. Морозова О. Г. Планування як основа сталого розвитку підприємства в умовах глобалізації. Наукові перспективи. 2021. № 12 (18). С. 338—344. DOI: [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2021-12\(18\)-338-344](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2021-12(18)-338-344).

12. Ноженко В., Ковтанець М. В., Сергієнко О. В., Ковтанець Т. М., Вакулік М. М. Оцінка

ризиків впровадження перспективних технічних рішень на транспорті. Вісник Східноукраїнського національного університету ім. Володимира Даля. 2021. № 4 (268). С. 82—87. URL: <https://dspace.snu.edu.ua/handle/123456789/1338>.

13. Онищенко В., Кононенко Д., Чупін М. Інструменти стратегічного аналізу в управлінні підприємством: огляд, класифікація, критерії вибору. Acta Academiae Beregsiensis. Economics. 2023. № 4. С. 493—506. DOI: <https://doi.org/10.58423/2786-6742/2023-4-493-506>.

14. Покотило Т. Управління організаційними змінами як складова забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Економіка та суспільство. 2020. № 22. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2020-22-91>.

15. Смерічевський С., Райчева Л., Михальченко О. Проблеми і перспективи модернізації транспортного комплексу національної економіки. Економіка та суспільство. 2022. № 38. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-76>.

16. Титар В. В. Системний аналіз транспортної системи національної економіки. Агросвіт. 2024. № 22. С. 167—172. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2024.22.167>.

17. Харченко М. В. Транспортно-логістична інфраструктура та її місце в соціально-економічній системі підприємств України. Економічний простір. 2020. № 153. С. 83—88.

References:

1. Vysots'ka, M. (2024), "Air transport carrier as a basic element of the national state and the system of international economic transport", *Ukrains'kyj zhurnal prykladnoi ekonomiky ta tekhniky*, vol. 18, pp. 111—117. DOI: <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2024-1-18>.

2. Hal'kevych, M. (2020), "Formation of competitive advantages of the transport industry: light evidence", *Infrastruktura rynku*, vol. 49, pp. 13—18. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct49-3>.

3. Holoborod'ko, A. Yu. (2022), "The essence of economic development of enterprise", *Ekonika ta upravlinnia pidpryemstvamy*, vol. 4 (54), pp. 140—147. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2022-4-140-147>.

4. Holovchuk, Yu. O. and Serednyts'ka, L. P. (2020), "Benchmarking for strategic management of innovative development of enterprise", *Biznes Inform*, vol. 5, pp. 419—426. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-5-419-426>.

5. Zham, O., Rudyka, V., Voron'ko-Nevidnycha, T., Bebko, S., Shikovets', K. and Kvita, H. (2023), "Diagnosis of strategic management of financial

and economic development of enterprise", Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice, vol. 5 (52), pp. 162—172. DOI: <https://doi.org/10.55643/fcaptop.5.52.2023.4214>.

6. Zahirniak, D. M., Zalunina, O. M. and Chumakova, A. H. (2021), "Ensuring the competitiveness of transport services", Visnyk KrNU imeni Mykhajla Ostrohrads'koho, vol. 1 (126), pp. 17—21. DOI: <https://doi.org/10.30929/1995-0519.2021.1.17-21>.

7. Zajtsev, A. M., Aulin, V. V., Lysenko, S. V. and Hud', V. Z. (2025), "Organization, principles and system of transport security of rural enterprises", Tsentral'noukrains'kyj naukovyj visnyk. Tekhnichni nauky, vol. 11 (42), no. 1, pp. 223—229, available at: [https://mapiea.kntu.kr.ua/pdf/11\(42\)_I/27.pdf](https://mapiea.kntu.kr.ua/pdf/11(42)_I/27.pdf). (Accessed July 2, 2025).

8. Kal'chenko, O. and Belorus, A. (2021), "Current problems in the development of the transport sector of Ukraine", Problemy i perspektyvy ekonomiky ta upravlinnia, vol. 2 (26), pp. 99—107. DOI: [https://doi.org/10.25140/2411-5215-2021-2\(26\)-99-107](https://doi.org/10.25140/2411-5215-2021-2(26)-99-107).

9. Kovbatiuk, M. (2023), "Adaptive strategic planning as an active tool for the development of business structures in the minds of current leaders", Zbirnyk naukovykh prats' DUIT. Seriya "Ekonomika i upravlinnia", vol. 53, pp. 67—73. DOI: <https://doi.org/10.32703/2664-2964-2023-53-67-73>.

10. Kopylova, V. O. and Pichuhina, Yu. V. (2024), "Problems and prospects for the development of transport and logistics systems in Ukraine", Prychornomors'ki ekonomichni studii, vol. 86, pp. 92—97. DOI: <https://doi.org/10.32782/bses.86-15>.

11. Morozova, O. H. (2021), "Planning as the basis for the development of enterprise in the minds of globalization", Naukovi perspektyvy, vol. 12 (18), pp. 338—344. DOI: [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2021-12\(18\)-338-344](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2021-12(18)-338-344).

12. Nozhenko, V., Kovtanets', M. V., Serhienko, O. V., Kovtanets', T. M. and Vakulik, M. M. (2021), "Assessment of risks in the development of promising technical solutions in transport", Visnyk Skhidnoukrains'koho natsional'noho universytetu im. Volodymyra Dalia, vol. 4 (268), pp. 82—87, available at: <https://dspace.snu.edu.ua/handle/123456789/1338>. (Accessed June 23, 2025).

13. Onyschenko, V., Kononenko, D. and Chupin, M. (2023), "Tools for strategic analysis in business management: overview, classification, selection criteria", Acta Academiae Beregsiensis. Economics, vol. 4, pp. 493—506. DOI: <https://doi.org/10.58423/2786-6742/2023-4-493-506>.

14. Pokotylo, T. (2020), "Management of organizational changes as warehouses to ensure the

competitiveness of the enterprise", Ekonomika ta suspil'stvo, vol. 22. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2020-22-91>.

15. Smerichevs'kyj, S., Rajcheva, L. and Mykhal'chenko, O. (2022), "Problems and prospects for modernization of the transport complex of the national economy", Ekonomika ta suspil'stvo, vol. 38. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-76>.

16. Tytar, V. V. (2024), "System analysis of the transport system of the national economy", Ahrosvit, vol. 22, pp. 167—172. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2024.22.167>.

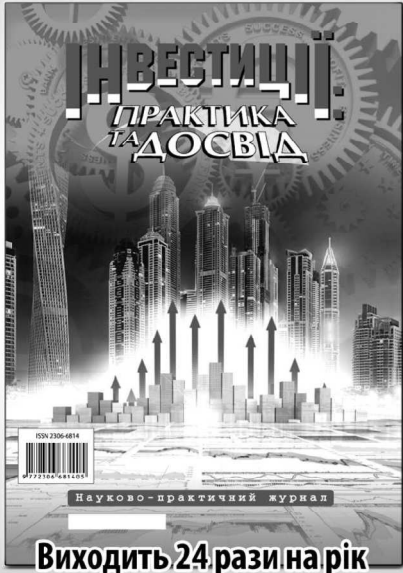
17. Kharchenko, M. V. (2020), "Transport and logistics infrastructure has its place in the socio-economic system of enterprises in Ukraine", Ekonomichnyj prostir, vol. 153, pp. 83—88.

Стаття надійшла до редакції 10.07.2025 р.

ІНВЕСТИЦІЇ.

ПРАКТИКА ТА ДОСВІД

<https://nayka.com.ua>



Передплатний індекс: 23892

Виходить 24 рази на рік

Журнал включено до переліку наукових фахових видань України (Категорія «Б») з

ЕКОНОМІЧНИХ НАУК та ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ

(Наказ Міністерства освіти і науки України № 886 від 02.07.2020)

Спеціальності - 051, 071, 072, 073, 075, 076, 281, 292