



Маркетинг

УДК 65. 658

DOI <https://doi.org/10.5281/zenodo.14760573>

**Маркетингові інноваційні технології та бізнес-аналітика ЗЕД в управлінні
ризиками транспортних підприємств**

Компанець Катерина Андріївна

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу, Державного торговельно економічного університету, м. Київ, Україна,
<https://orcid.org/0000-0002-7189-2355>

Литвишко Лілія Олександрівна

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту, Національний транспортний університет, м. Київ, Україна,
<https://orcid.org/0000-0001-9315-046X>

Ільченко Вікторія Юліанівна

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту, Національний транспортний університет, м.Київ, Україна,
<https://orcid.org/0000-0003-4318-0999>

Прийнято: 18.01.2025|Опубліковано: 29.01.2025

***Анотація.** У статті досліджуються маркетингові інноваційні технології та бізнес-аналітика зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) в управлінні ризиками транспортних підприємств України в умовах глобалізації та війни. Аналізується вплив цифрових технологій на підвищення ефективності*



управління ризиками, а також обґрунтовується необхідність інтеграції бізнес-аналітики для адаптації до нових викликів. У статті проаналізовано динаміку змін у транспортній галузі України за 2022–2024 роки, зокрема обсяги перевезень вантажів і пасажирів. Виявлено, що найбільший спад спостерігався у 2022 році через руйнування логістичних маршрутів, блокаду портів і втрату ринків. У 2023–2024 роках відзначається поступове відновлення завдяки адаптації підприємств до нових умов, розвитку альтернативних маршрутів доставки та партнерства з країнами ЄС. Запропоновано інтеграцію маркетингових інновацій (Big Data, IoT, блокчейн) та бізнес-аналітики для створення адаптивних стратегій управління ризиками. Це дозволить мінімізувати вплив кризових факторів, оптимізувати ресурси та забезпечити довгострокову конкурентоспроможність транспортних підприємств.

У статті розглядається вплив війни на діяльність транспортних підприємств України у сфері зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) та управління ризиками. Досліджено роль маркетингових інноваційних технологій і бізнес-аналітики у мінімізації ризиків, спричинених руйнуванням інфраструктури, втратою ринків і логістичних маршрутів. Запропоновано підходи до інтеграції інноваційних технологій у стратегії підприємств для забезпечення їхньої конкурентоспроможності в умовах війни. Поєднання цих підходів сприяє стабільності функціонування галузі навіть в умовах війни та створює можливості для її подальшого розвитку. **Метою** є розробка рекомендацій щодо впровадження маркетингових інноваційних технологій та бізнес-аналітики для ефективного управління ризиками в транспортних підприємствах, що здійснюють зовнішньоекономічну діяльність. **Методи дослідження:** в процесі дослідження використовувались методи бізнес-аналітики а саме: статистичний аналіз - використання даних Державної служби статистики України для оцінки обсягів перевезень; експертні оцінки - залучення фахівців для визначення критичних ризиків у транспортній галузі;



аналіз літератури – огляд наукових публікацій з теми маркетингових інновацій і бізнес-аналітики.

Ключові слова: *маркетингові інновації, інноваційні технології, управління ризиками, бізнес аналітика ЗЕД, транспортні підприємства, антикризове управління.*

Marketing innovative technologies and business analytics of foreign economic activity in risk management of transport enterprises

Kateryna Kompanets

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Hotel and Restaurant Business, State Trade and Economic University, Kyiv, Ukraine, <https://orcid.org/0000-0002-7189-2355>

Liliia Lytvyshko

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Management, National Transport University, Kyiv, Ukraine, <https://orcid.org/0000-0001-9315-046X>

Viktoriia Ilchenko

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Management, National Transport University, Kyiv, Ukraine, <https://orcid.org/0000-0003-4318-0999>

Abstract. *The article examines marketing innovation technologies and business analytics of foreign economic activity (FEA) in risk management of transport enterprises of Ukraine in the context of globalization and war. The impact of digital technologies on increasing the efficiency of risk management is analyzed, and the need*



for integrating business analytics to adapt to new challenges is substantiated. The article analyzes the dynamics of changes in the transport industry of Ukraine for 2022–2024, in particular the volume of cargo and passenger transportation. It is found that the largest decline was observed in 2022 due to the destruction of logistics routes, blockade of ports and loss of markets. In 2023–2024, a gradual recovery is noted due to the adaptation of enterprises to new conditions, the development of alternative delivery routes and partnerships with EU countries. The integration of marketing innovations (Big Data, IoT, blockchain) and business analytics is proposed to create adaptive risk management strategies. This will minimize the impact of crisis factors, optimize resources and ensure long-term competitiveness of transport enterprises.

*The article examines the impact of war on the activities of transport enterprises of Ukraine in the field of foreign economic activity (FEA) and risk management. The role of marketing innovative technologies and business analytics in minimizing risks caused by the destruction of infrastructure, loss of markets and logistics routes is investigated. Approaches to integrating innovative technologies into the strategy of enterprises are proposed to ensure their competitiveness in war conditions. The combination of these approaches contributes to the stability of the industry even in war conditions and creates opportunities for its further development. **The goal** is to develop recommendations for the implementation of marketing innovative technologies and business analytics for effective risk management in transport enterprises engaged in foreign economic activity. Research **methods**: the research used business analytics methods, namely: statistical analysis - using data from the State Statistics Service of Ukraine to assess transportation volumes; expert assessments - involving specialists to identify critical risks in the transport industry; Literature analysis – a review of scientific publications on the topic of marketing innovations and business analytics.*

Keywords: *marketing innovations, innovative technologies, risk management, business analytics of foreign economic activity, transport enterprises, anti-crisis management.*



Постановка проблеми. В умовах глобалізації та цифрової трансформації транспортної галузі підприємства стикаються з необхідністю впровадження інноваційних маркетингових технологій та використання бізнес-аналітики для ефективного управління ризиками у сфері зовнішньоекономічної діяльності. Однак, незважаючи на значний потенціал цих інструментів, їх застосування в українських транспортних компаніях залишається обмеженим.

Законом України "Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні" встановлено стратегічні пріоритети інноваційної діяльності на 2012-2021 роки, зокрема освоєння нових технологій високотехнологічного розвитку транспортної системи, авіа- і суднобудування. "Транспортна стратегія України до 2020 року" визначила посилення інноваційної складової в проектах розвитку транспортно-дорожнього комплексу як один із ключових напрямів[4]. Дослідження [8] свідчать, що міжнародні перевезення скоротились на 30-40% через карантинні обмеження та падіння промислового виробництва. Попри те лише близько 10% транспортних компаній в Україні мають впроваджену систему ризик-менеджменту, незважаючи на підвищений рівень ризиків у галузі, особлива в сучасних умовах війни[2]. При цьому частка інноваційно - активних підприємств у транспортній галузі України зростає протягом 2007-2022 років[1]. Це відбулося переважно за рахунок впровадження організаційних та маркетингових інновацій. Проте, незважаючи на очевидну важливість інноваційного підходу, багато транспортних підприємств в Україні стикаються з обмеженими можливостями впровадження таких технологій через недостатню обізнаність, брак фінансових ресурсів або низький рівень інтеграції цифрових інструментів. Це знижує їхню конкурентоспроможність у глобальному середовищі.

Таким чином, актуальність дослідження полягає у необхідності розробки та адаптації маркетингових інноваційних технологій та бізнес-аналітичних інструментів для управління ризиками ЗЕД транспортних підприємств.



Вирішення цієї проблеми сприятиме підвищенню їхньої ефективності, зниженню витрат і посиленню позицій на міжнародних ринках.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Наразі тема дослідження є актуальною і для наукового світу. Так проблемами застосування маркетингових інноваційних технологій присвячено праці вчених: Артемчук В.О. [10], Головчук Ю.О. [1], Дибчук Л.В. [1], Дяченко Т.О.[12], Рузакова О.В. [1] та інші. Багато досліджень наразі присвячено інноваційному розвитку та бізнес-аналітики підприємств транспортної галузі. Так автори Максимчук О.С., Кошевий М.М. в статті "Тенденції та стан інноваційного розвитку підприємств транспортної галузі України"[4] досліджують інноваційні тенденції в транспортному секторі та їх вплив на бізнес-аналітику.

Публікація "Бізнес-аналітика та її роль в управлінні конкурентоспроможністю підприємства при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності"[15] акцентує увагу на важливості бізнес-аналітики для підвищення конкурентоспроможності підприємств у зовнішньоекономічній діяльності.

Городецький М.Я. в дослідженні "Реалізація бізнес-моделі екологічного маркетингу в автотранспортних підприємствах"[13] розглядає екологічний аспект маркетингу та його зв'язок із сталим розвитком транспортних підприємств.

Стаття "Особливості використання прийомів бізнес-аналітики в адміністративному менеджменті під час Covid-19"[7] досліджує, як кризи вплину на адміністративний менеджмент, зокрема на використання бізнес-аналітики для прийняття рішень.

Сорока М.В. [9] в публікації акцентує увагу на використанні бізнес-аналітики для поліпшення екологічних показників у транспортному секторі.

Поліщук Р.В. [11] визначає, що бізнес-аналітика, як складова процесу прийняття управлінських рішень в організації відіграє важливу складову в розвитку транспортних підприємств.



Великий внесок в дослідженні в управлінні ризиками в транспортних організаціях принесли роботи Ложачевська О.М. [8], Єрофєєнко Л.В. [11], Тарашевський М.М. [3], Хобта М.О.[14] та інші.

Ложачевськ О.М. [8] в статті аналізує ризикові бар'єри, з якими стикаються підприємства в умовах міжнародної діяльності, акцентуючи увагу на важливості бізнес-аналітики для їх подолання.

У статті "Підприємницькі ризики у сфері управління транспортними організаціями" [11] розглядаються основні ризики, з якими стикаються транспортні підприємства, та можливості їх управління.

Автор Тарашевський М.М. в публікації "Стан управління ризиками на транспортних підприємствах України"[3] аналізує існуючі системи управління ризиками в українських транспортних компаніях.

Проведений аналіз дозволив виділити ключові аспекти дослідження теми, що охоплює як теоретичні, так і практичні питання впровадження маркетингових інновацій і бізнес-аналітики в управлінні ризиками транспортних підприємств України. Але наразі залишається нерозкритим в повній мірі використання маркетингових інноваційних технологій та бізнес-аналітика ЗЕД в управлінні ризиками транспортних підприємств, саме ці питання і розкриваються в нашому дослідженні.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на існуючі дослідження, питання інтеграції маркетингових інноваційних технологій та бізнес-аналітики в управлінні ризиками ЗЕД транспортних підприємств залишається недостатньо розкритим. Це стосується особливостей впровадження цих технологій у контексті сучасних викликів, таких як війна в Україні та глобальні економічні зміни. Тому основним потенційним внеском нашого дослідження передбачає застосування маркетингових інноваційних технологій в діяльності транспортних підприємств при здійсненні ЗЕД з



застосуванням прийомів бізнес аналітики для усунення ризиків, що виникають в сучасних умовах кризи.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Цілю статті є розробка рекомендацій щодо впровадження маркетингових інноваційних технологій та бізнес-аналітики для ефективного управління ризиками в транспортних підприємствах, що здійснюють зовнішньоекономічну діяльність. Для реалізації цілі було сформовано завдання:

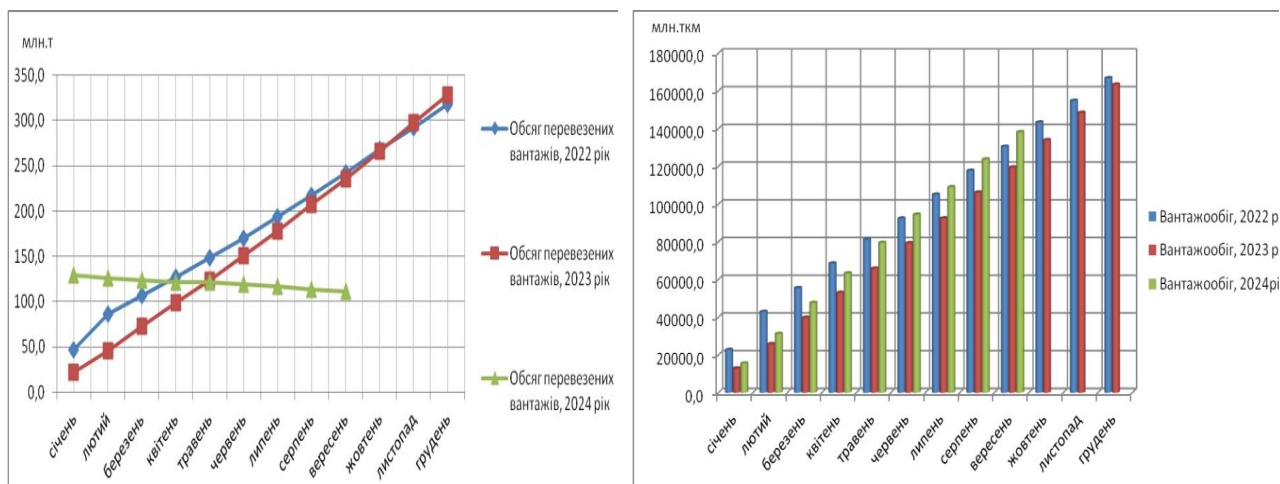
1. Визначити основні ризики, з якими стикаються транспортні підприємства в умовах війни.
2. Проаналізувати роль бізнес-аналітики у підвищенні конкурентоспроможності підприємств.
3. Розробити рекомендації щодо впровадження маркетингових інноваційних технологій для зниження ризиків.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасних умовах глобалізації та високої конкуренції на міжнародних ринках зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД) транспортних підприємств стає ключовим фактором їхнього розвитку та конкурентоспроможності. Однак ЗЕД пов'язана з численними ризиками, такими як коливання валютних курсів, нестабільність міжнародних ринків, зміни у правовому регулюванні, логістичні проблеми та кіберзагрози. Це вимагає від підприємств розробки ефективних підходів до ідентифікації, оцінки та управління цими ризиками.

Бізнес-аналітика відіграє ключову роль в сучасних реаліях війни України з РФ, а саме у забезпеченні ефективного управління ризиками зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) транспортних підприємств, адже вона дозволяє не лише ідентифікувати потенційні загрози, але й приймати обґрунтовані рішення для їх мінімізації. Використовуючи статистичний метод бізнес аналітики нами було досліджено динаміку змін в транспортній галузі. Так на основі даних Державної служби статистики[5], з використанням інструментів

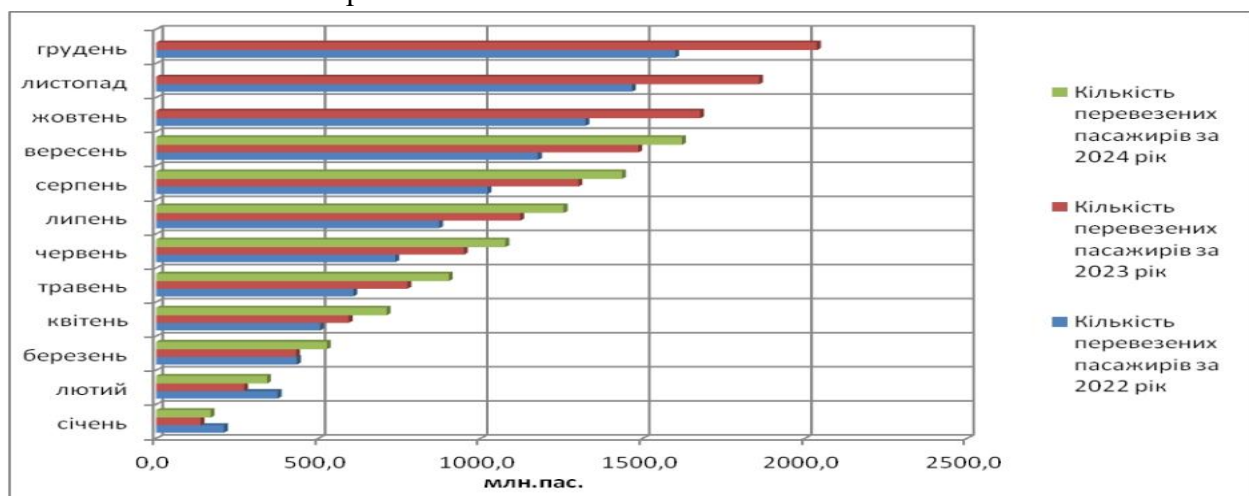


бізнес-аналітики, проведено аналіз обсягів перевезених пасажирів і вантажів в Україні за 2022, 2023 роки та січень – вересень 2024 року усіма видами транспорту (рис. 1).



Динаміка обсягу перевезених вантажів за 2022-2024 роки

Динаміка вантажообігу за 2022-2024 роки, млн.ткм



Динаміка показників перевезених пасажирів за 2022-2024 роки

Рис. 1. Аналіз обсягів перевезень пасажирів та вантажів в Україні за 2022-2024 рік.

Джерело: сформовано авторами на підставі даних [5]

Тобто у 2022 році спостерігався суттєвий спад обсягів перевезених вантажів через руйнування логістичних маршрутів, інфраструктури, а також



блокаду морських портів. У 2023 році обсяги перевезень частково відновилися завдяки адаптації підприємств до нових умов, наприклад, налагодженню альтернативних шляхів доставки (особливо залізницею та автотранспортом) та розвитку "зернового коридору". У 2024 році спостерігається поступове зростання обсягів перевезень. Це пов'язано з відновленням частини інфраструктури, збільшенням обсягів гуманітарних вантажів, експортом сільськогосподарської продукції та розширенням партнерства з країнами ЄС.

Війна спричинила руйнування інфраструктури, втрату традиційних ринків і логістичних маршрутів, що призвело до значного скорочення обсягів перевезень вантажів і пасажирів у 2022 році. Виходячи з проведеного дослідження та реальної ситуації на ринку транспортних послуг при виконанні ЗЕД нами було виділено та оцінено по бальній системи ризики, які наразі перешкоджають розвитку транспортній галузі. (табл.1). Найвищий бал 5 ставились тому ризику якій несе більшу загрозу і для інноваційній діяльності. Для складання аналізу було залучено експертів в транспортній галузі, а саме науковці та практики Національного транспортного університету, викладачі кафедри менеджменту[6].

Таблиця 1

Головні ризики транспортної галузі України в контексті війни.

Ризики транспортної галузі України в контексті війни з РФ	Бал (1-5)
1. Інфраструктурні ризики	
Руйнування транспортної інфраструктури (залізничні шляхи, дороги, мости, порти, аеропорти).	5
Відсутність доступу до портів та морських маршрутів через блокаду.	5
Нестача ресурсів для відновлення пошкодженої інфраструктури.	4
Застосування маркетингових інноваційних технологій:	
- Розробка інтерактивних карт транспортної доступності в реальному часі для клієнтів.	4
- Використання big data для пріоритетного планування відновлення найбільш завантажених маршрутів.	5
Всього балів по середньому	4,6
2. Логістичні ризики	
Перебої в ланцюгах поставок через активні бойові дії або окупацію територій.	5



Тривалі затримки перевезень через перевантажені альтернативні маршрути, наприклад, через західні кордони.	4
Нестабільність транспортних коридорів через постійні зміни умов роботи.	4
Застосування маркетингових інноваційних технологій:	
- Впровадження CRM-систем для прогнозування ризиків і сповіщення клієнтів про статус перевезень.	4
- Розробка мобільних додатків для моніторингу та оптимізації маршрутів в реальному часі.	5
Всього балів по середньому	4,4
3. Економічні ризики	
Коливання валютних курсів, що впливає на вартість послуг і ресурсів.	3
Падіння доходів підприємств через зниження обсягів перевезень.	3
Висока вартість страхування вантажів та транспорту в умовах воєнного ризику.	3
Застосування маркетингових інноваційних технологій:	
- Використання аналітики великих даних для оптимізації цінових стратегій і прогнозування змін ринку.	4
- Автоматизація процесів розрахунку вартості послуг і пропозиція динамічного ціноутворення.	4
Всього балів по середньому	3,6
4. Ризики безпеки	
Ризик обстрілів та атак на транспортні засоби та інфраструктуру.	5
Зростання кіберзагроз для логістичних систем.	4
Втрати вантажів і техніки через бойові дії або крадіжки.	5
Застосування маркетингових інноваційних технологій:	
- Впровадження технологій блокчейн для моніторингу безпеки вантажів.	5
- Застосування IoT (Інтернет речей) для відстеження транспорту та вантажів у режимі реального часу.	5
Всього балів по середньому	4,8
5. Соціальні ризики	
Дефіцит кваліфікованого персоналу через мобілізацію, міграцію або небезпеку роботи в зоні конфлікту.	4
Зниження мотивації та продуктивності працівників через нестабільні умови праці.	4
Нестабільність транспортних коридорів через постійні зміни умов роботи.	4
Застосування маркетингових інноваційних технологій:	
- Використання платформ для дистанційного навчання персоналу та підвищення кваліфікації.	4
- Розробка мотиваційних програм через гейміфікацію в корпоративних системах.	4
Всього балів по середньому	4

Джерело: сформовано авторами за допомогою експертів [6]



Найбільш критичними є інфраструктурні та ризики безпеки, оскільки вони безпосередньо впливають на можливість функціонування транспортної галузі та забезпечення її стабільної роботи. Застосування маркетингових інноваційних технологій допомагає не лише мінімізувати вплив ризиків, але й створює можливості для розвитку транспортної галузі навіть в умовах війни. Впровадження технологій big data, блокчейну, IoT, CRM та мобільних додатків дозволяє підвищити ефективність управління, забезпечити прозорість процесів і зберегти конкурентоспроможність підприємств.

Управління бізнес-процесами в транспортних підприємствах передбачає їх постійне поліпшення та оптимізацію, тому найважливішими інструментами процесного управління є підходи і методи вдосконалення бізнес-процесів, які керуються за допомогою адміністративних систем управління з використанням прийомів бізнес-аналітики[7]. Бізнес-аналітика стає невід'ємною частиною інноваційного управління транспортними підприємствами. Вона дозволяє інтегрувати маркетингові інноваційні технології в стратегії підприємства, сприяючи підвищенню його адаптивності до викликів глобального ринку. Це забезпечує ефективне управління ризиками, оптимізацію ресурсів та довгострокову конкурентоспроможність на міжнародному рівні. Тобто, виділимо основні підходи до управління ризиками в здійсненні транспортними підприємствами ЗЕД та з використанням маркетингових інноваційних технологій (рис 2)



ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ В ЗДІЙСНЕННІ
ТРАНСПОРТНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ ЗЕД ІЗ ВИКОРИСТАННЯМ
МАРКЕТИНГОВИХ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

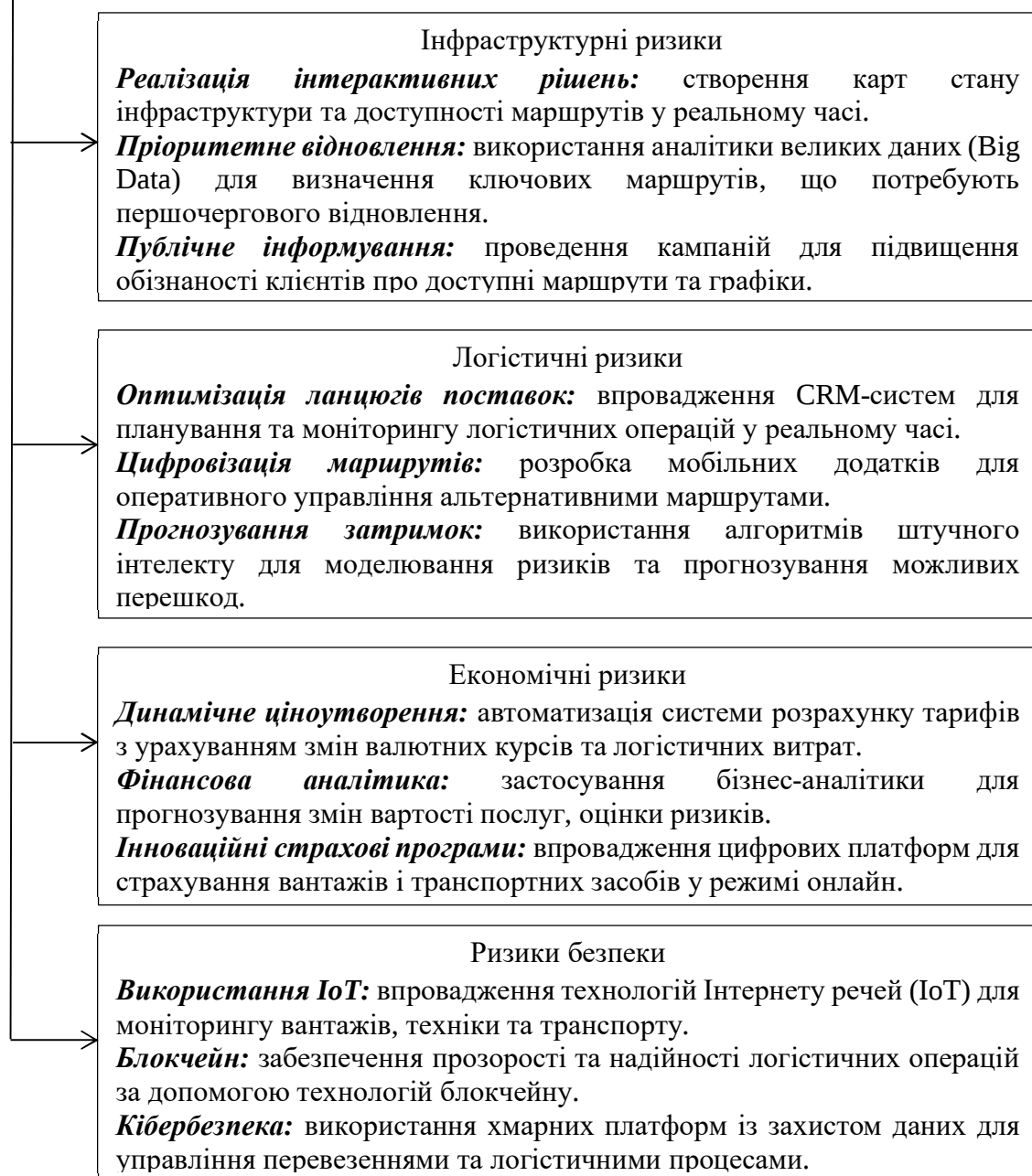


Рис. 2. Основні підходи до управління ризиками в здійсненні транспортними підприємствами ЗЕД із використанням маркетингових інноваційних технологій

Джерело: сформовано авторами



Поєднання маркетингових інноваційних технологій з бізнес-аналітикою дозволяє мінімізувати ризики ЗЕД транспортних підприємств, підвищити ефективність операцій та адаптуватися до складних умов війни. Ці підходи створюють конкурентні переваги, забезпечуючи стабільність функціонування галузі.

Висновки. У процесі дослідження було виявлено, що транспортні підприємства України стикаються з численними ризиками в умовах війни, серед яких найкритичнішими є інфраструктурні ризики, ризики безпеки, валютні коливання, нестабільність міжнародних ринків та логістичні проблеми. Ці фактори суттєво ускладнюють зовнішньоекономічну діяльність (ЗЕД) і потребують термінового управління.

Бізнес-аналітика виявилася ключовим інструментом для підвищення конкурентоспроможності транспортних підприємств. Використання аналітичних даних дозволяє ідентифікувати потенційні загрози, оцінювати їх вплив та розробляти стратегії для їх мінімізації. Це особливо важливо в умовах війни, коли швидкість реагування на зміни є критично важливою.

Розроблені рекомендації акцентують увагу на необхідності впровадження сучасних маркетингових інноваційних технологій, таких як Big Data, IoT, блокчейн та CRM-системи. Ці технології можуть допомогти знизити ризики, підвищити ефективність операцій та забезпечити прозорість бізнес-процесів.

Транспортні підприємства повинні адаптувати свої стратегії управління ризиками до нових реалій, враховуючи виклики війни. Це передбачає не лише впровадження нових технологій, але й постійне вдосконалення бізнес-процесів через застосування методів бізнес-аналітики. Поєднання маркетингових інновацій з бізнес-аналітикою створює конкурентні переваги для транспортних підприємств. Це забезпечує стабільність функціонування галузі навіть в умовах кризових ситуацій та сприяє розвитку нових ринків і партнерств.



У статті також зазначено, що залишаються невирішеними питання щодо повного використання потенціалу маркетингових інновацій та бізнес-аналітики в управлінні ризиками ЗЕД транспортних підприємств. Подальші дослідження можуть зосередитися на розробці більш детальних стратегій інтеграції цих технологій у практику управління ризиками.

Список використаних джерел

1. Дибчук Л.В., Головчук Ю.О., Рузакова О.В., Використання цифрових технологій у маркетингу транспортних послуг. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2024. № 86 URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/2110006>
2. Єрофеєнко Л.В. Підприємницькі ризики у сфері управління транспортними організаціями URL: <http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/24228/1/%D0%84%D1%80%D0%BE%D1%84%D1%94%D1%94%D0%BD%D0%BA%D0%BE%20%D0%9B.%D0%92.%20%D1%82%D0%B5%D0%B7%D0%B8%20%D0%A5%D0%9D%D0%95%D0%A3.pdf>
3. Тарашевський М. М. Стан управління ризиками на транспортних підприємствах України. *Бізнесінформ* 2020. № 8. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2020-8_0-pages-125_133.pdf
4. Максимчук О. С. , Кошевий М. М. Тенденції та стан інноваційного розвитку підприємств транспортної галузі України. URL: http://confcontact.com/2014_04_25_ekonomika_i_menedgment/monography/25_Maksimchuk.htm
5. Статистичні дані за період 2022-2024 роки. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/tr.htm
6. Національний транспортний університет. Кафедра менеджменту. URL: <http://new.ntu.edu.ua/pidroz dili/kafedri/kafedra-menedzhmentu/>



7. Городецький М.Я., Литвишко Л. О., Компанець К. А., Особливості використання прийомів бізнес-аналітики в адміністративному менеджменті під час Covid-19. *Електронний фаховий науково-практичний журнал з економічних наук «Інфраструктура ринку»*. 2021. № 55. С. 104-108. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastructure55-17> URL: http://market-infr.od.ua/journals/2021/55_2021/19.pdf
8. Ложачевська О.М., Компанець К.А., Ільченко В.Ю., Ризиковий бар'єр в галузі міжнародного бізнесу. *«Економіка та суспільство»* 2021. Вип..31. URL:<https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/734> DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-31-51>
9. Сорока М.В. Роль бізнес-аналітика за покращення екологічного становища транспортного комплексу. *Тенденції та перспективи розвитку економіки і права ХХІ століття очима молоді: матеріали VI Міжвузівської студентської наукової конференції*, 20 травня 2022 р. Харків : ХНПУ ім. Г.С. Сковороди, 2022. С. 127-130. URL: <https://dspace.hnpu.edu.ua/handle/123456789/7369>
- 10.Артемчук В.О. Маркетингові підходи в бізнес-аналітики як інструмент адміністративного управління логістичним сектором України під час війни. *Молодий вчений модерну – фундамент розвитку освіти, науки та бізнесу в Україні: матеріали III Всеукраїнської науково-практичної онлайн-конференції*, 22 червня 2022 р. Дніпро : КЗВО «ДАНО» ДОР», 2022. С. 27-31. URL: <http://surl.li/dwogj>
- 11.Поліщук Р.В. Бізнес-аналітика, як складова процесу прийняття управлінських рішень в організації. *Наукова конференція професорсько-викладацького складу, аспірантів, студентів та співробітників відокремлених структурних підрозділів університету*. – К.: НТУ, 2022, Вип. 78 – С. 277-278. URL: <http://surl.li/dwoht>



12. Дяченко Т.О., Литвишко Л.О. Розвиток маркетингових послуг: стратегії та бізнес-планування на основі маркетингових показників та аналітики. *Науковий журнал «Автомобільні дороги і дорожнє будівництво»*. Вип. 116, Частина 2. Київ, 2024. С. 324-334. DOI:10.33744/0365-8171-2024-116.2-324-334. URL: http://publications.ntu.edu.ua/avtodorogi_i_stroitelstvo/116.2/324.pdf
13. Городецький М.Я., Компанець К.А., Ільченко В.Ю. Реалізація бізнес-моделі екологічного маркетингу в автотранспортних підприємствах. *Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського. Серія «Економічні науки» : науковий журнал*. 2021. № 2(75). С. 19-26. DOI : 10.33274/2079-4819-2021-75-2-19-26.
14. Хобта М.О., Компанець К.А., Ільченко В.Ю. Застосування системного аналізу в дослідженні ризиків природоохоронної діяльності автотранспортних підприємств. *Наукові інновації та передові технології*. 2022. № 2 (4) URL: http://perspectives.pp.ua/index.php/nauka/issue/archivefile:///C:/Users/user/Downloads/%D0%B6%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B0%D0%BB-2_4_.pdf [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2022-2\(4\)-174-187](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2022-2(4)-174-187)
15. Цвік В.Г., Волинець Я.Є, Литвишко Л.О., Бізнес-аналітика та її роль в управлінні конкурентоспроможністю підприємства при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності. *Менеджмент та маркетинг як фактори розвитку бізнесу : матер. II Міжнар. наук-практ. конфер.*, 17 - 19 квітня 2024 р., НУКМА, м. Київ. Том 2. С. 145-147. URL: <http://surl.li/jteoqw>