

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра маркетингу та міжнародної логістики

Допущено до захисту
Завідувач кафедри
д.е.н., професор Саєнсус Марія Анатоліївна

(підпис)

“ ___ ” _____ 20__ р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавр

зі спеціальності 075 Маркетинг
за освітньою програмою «Маркетинг і міжнародна логістика»
на тему:
**«Маркетинговий аналіз логістичних перевезень компанії ТОВ
«ОРІОН»»**

Виконавець:

студент ФМЕ

Сюпюр Альона Іванівна

Науковий керівник:

д.е.н, професор кафедри М та МЛ

Стрій Любов Олексіївна

Одеса 2024

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	7
1.1 Сутність логістичної діяльності підприємства	7
1.2 Види логістичної діяльності та логістичних функцій.....	19
1.3 Класифікація логістичних операцій підприємства.....	29
РОЗДІЛ 2 МАРКЕТИНГОВИЙ АНАЛІЗ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ОРІОН».....	35
2.1 Характеристика досліджуваного підприємства ТОВ «Оріон».....	35
2.2 Основні напрямки логістичної діяльності підприємства.....	43
2.3 Діагностика маркетингової конкурентної логістичної позиції ТОВ «Оріон».....	56
РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ МАРКЕТИНГОВОГО АНАЛІЗУ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	73
3.1 Фактори впливу та резерви збільшення ефективності маркетингового аналізу логістичної діяльності підприємства.....	73
3.2 Вплив новітніх технологій на маркетинговий аналіз логістичної діяльності підприємств.....	79
ВИСНОВКИ.....	87
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	90

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасному світі, коли механізми матеріального постачання, виробництва і розподілу продукції почали розширюватися і стирати кордони між регіонами, державами і наддержавними утвореннями, і ланцюжки матеріальних потоків почали поступово подовжуватися і ускладнюватися, їх спеціалізація на різних рівнях стала посилюватися.

Потребу в застосуванні логістики на підприємствах пов'язують з еволюцією процесів управління і специфікою виробничих процесів на підприємствах. Що набуває особливої актуальності в умовах кризи, коли підприємствам необхідно організувати свою діяльність з мінімізацією ризиків, витрат і збитків, пов'язаних з виробничими процесами, обслуговуванням, транспортуванням.

Управління логістичними процесами спирається на загальну теорію менеджменту. На відміну від традиційного логістичного управління потрібна орієнтація всіх функцій управління в єдиний критерій ефективності діяльності підприємства, сутність якого міститься в максимізації балансу сумарних обсягів доходів і витрат, а також досягненні збалансованості логістичних потоків необхідного ступеня адаптивності організації до зовнішніх змін.

Логістичні перевезення є невід'ємною складовою діяльності будь-якої компанії, особливо тих, що займаються виробництвом та постачанням товарів. Забезпечення ефективного та економічного транспортування є ключовим завданням для забезпечення якості та своєчасності доставки, що впливає на задоволення потреб клієнтів та конкурентоспроможність компанії на ринку.

Маркетинговий аналіз логістичних перевезень дозволяє компанії визначити оптимальні шляхи організації та управління поставками, мінімізувати витрати та оптимізувати процеси. Це включає в себе аналіз вартості транспортування, вибір оптимальних маршрутів, управління запасами, розробку стратегій доставки та взаємодію з постачальниками та

партнерами по логістиці.

Викладені вище обставини зумовили актуальність і вибір теми представленої кваліфікаційної роботи.

Стан наукового дослідження. Аналіз наукових джерел показав, що питання застосування логістичного підходу до управління підприємствами як одного з інноваційних напрямів розвитку розглядали такі зарубіжні вчені, як Д. Бауерсокс, Д. Клосс, Д. Ламберт, Е. Мате., Дж. Р. Сток, Д. Тикс, Д. Уотерс, Р. Шапіро, Дж. Шерман.

Останніми роками на основі логістичного підходу, підготовленого українськими вченими, зокрема І. А. Воркутом, А. Г. Кальченко, Т. О. Колодзєєвим, Е. В. Крикавським, В. Є. Колодзєєвим, опубліковано багато наукових праць з питань управління підприємством.

Також аналіз публікацій і досліджень останніх років показує, що проблема управління логістичними процесами є досить актуальною. Їй, зокрема, присвячені праці А. Гажинського, Є. Смирнова, С. Уварова, А. Кальченка, Є. Крикавського, Н. Чухрай, М. Окландера, Р. Ларіної. Але маркетингові аспекти логістичних перевезень підприємств досліджено недостатньо. Тема дипломної роботи бакалавра є актуальною.

Мета та завдання роботи. Метою дипломної роботи бакалавра є дослідження теоретичних, методичних основ та практичних рекомендацій щодо маркетингового аналізу логістичних перевезень компанії ТОВ «Оріон».

У відповідності зі сформульованою метою дослідження були поставлені та розв'язані такі завдання:

- проаналізувати та визначити сутність логістичної діяльності підприємства;
- визначити види логістичної діяльності та логістичних функцій;
- визначити класифікацію логістичних операцій підприємства;
- охарактеризувати досліджуване підприємство ТОВ «Оріон»;
- проаналізувати основні напрямки логістичної діяльності підприємства;
- провести діагностику маркетингової конкурентної логістичної позиції

ТОВ «Оріон»;

- розробити та запропонувати фактори впливу та резерви збільшення ефективності маркетингового аналізу логістичної діяльності підприємства;
- обґрунтувати вплив новітніх технологій на маркетинговий аналіз логістичної діяльності підприємства.

Об’єктом дослідження є маркетинговий процес логістичних перевезень компанії ТОВ «Оріон».

Предметом дослідження є теоретичні та практичні аспекти процесу застосування маркетингу в логістичних перевезеннях ТОВ «Оріон».

Інформаційною базою дослідження послужили основні положення сучасної економічної теорії та маркетингу, сучасні наукові роботи вітчизняних і зарубіжних вчених економістів, Укази Президента України і постанови Уряду з питань розвитку логістичного комплексу, законодавчі і нормативні документи щодо регулювання діяльності підприємства ТОВ «Оріон». В якості вихідної інформації використані дані державних статистичних органів, річних звітів підприємства ТОВ «Оріон», первинних документів, нормативна та довідкова література, Інтернет ресурси, особисті спостереження автора.

Методи дослідження. Методологічну основу дослідження складають сукупність методів, прийомів та принципів наукового дослідження, наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених з проблем логістичної діяльності підприємства та управління логістичними процесами. Для розв’язання задач дослідження використовувалися такі основні методи: аналізу та синтезу, економіко-статистичний аналіз, метод графічного зображення, системного моделювання, логічного узагальнення, критичного аналізу та порівняння, системного підходу та інші.

Практичне значення. Розроблені в роботі теоретичні положення і практичні рекомендації дають можливість підприємству забезпечити удосконалення системи логістичної діяльності підприємства, покращити показники ефективності логістичних перевезень, якість обслуговування, ступінь використання транспортних засобів тощо, в умовах впровадження

новітніх технологій, що дозволить суттєво підвищити ефективність логістичної діяльності підприємства, а також збільшити або стабілізувати доходи. Практичне значення. Розроблені в роботі теоретичні положення і практичні рекомендації дають можливість підприємству забезпечити удосконалення системи логістичної діяльності підприємства, покращити показники ефективності логістичних перевезень, якість обслуговування, ступінь використання транспортних засобів тощо, в умовах впровадження новітніх технологій, що дозволить суттєво підвищити ефективність логістичної діяльності підприємства, а також збільшити або стабілізувати доходи.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, загальних висновків та списку використаної літератури. Загальний обсяг роботи складається із 88 сторінок, 17 рисунків, 16 таблиць. Список літератури складається із 56 найменувань.

Таким чином, перед дипломною роботою бакалавра поставлено завдання проаналізувати теоретико-методичні основи маркетингового аналізу логістичної діяльності компанії ТОВ «ОРІОН» та розробити шляхи удосконалення логістичної діяльності підприємства, діяльності маркетингового менеджменту підприємства в умовах впровадження новітніх технологій.

ВИСНОВКИ

1. З теоретичних основ логістичної діяльності підприємства можна зробити наступні висновки:

Логістика націлена на оптимізацію управління рухом та зберіганням матеріальних потоків, щоб забезпечити ефективність і конкурентоспроможність підприємства. Логістика є комплексним підходом, що охоплює всі аспекти управління матеріальними потоками, включаючи закупівлю, виробництво, зберігання та розподіл продукції. Логістика відіграє стратегічну роль у досягненні конкурентної переваги, забезпечуючи оптимальне розподілення ресурсів та зниження витрат. Логістика використовує різноманітні інструменти та технології, такі як програмне забезпечення для управління ланцюгом поставок, системи автоматизації та відстеження вантажів, щоб оптимізувати процеси. Логістика повинна бути гнучкою та відкритою до змін, щоб відповідати вимогам ринку та швидко реагувати на зміни в умовах діяльності підприємства.

В цілому, розуміння теоретичних основ логістичної діяльності допомагає підприємствам ефективно впроваджувати стратегії управління ланцюгом поставок та забезпечувати успішну діяльність на ринку.

2. В практичному розділі було проведено маркетинговий аналіз логістичної діяльності підприємства ТОВ «Оріон». Після проведення маркетингового аналізу логістичних перевезень компанії ТОВ "Оріон" можна зробити наступні висновки: Дослідження ринку показало, що конкуренція в галузі логістичних перевезень є досить високою. Конкуренти пропонують широкий спектр послуг із доставки та мають різні стратегії ціноутворення. Аналіз потреб клієнтів виявив, що вони цінують якість та надійність доставки, швидкість та точність обробки замовлень, а також конкурентоспроможні ціни.

Виявлено, що сильними сторонами компанії є висока якість обслуговування, швидкість реакції на замовлення, інноваційність у використанні технологій та ефективне управління логістичними процесами.

Серед слабких сторін можна виділити нестабільність у постачанні матеріалів, недостатню автоматизацію деяких логістичних процесів та потребу у вдосконаленні системи відстеження вантажів.

На основі проведеного аналізу рекомендується компанії зосередитися на подальшому вдосконаленні системи управління запасами та впровадженні новітніх технологій для відстеження вантажів. Також важливо збільшити стабільність постачання матеріалів та розвивати стратегії для залучення нових клієнтів та утримання існуючих.

В цілому, маркетинговий аналіз дозволяє компанії отримати важливі уроки та рекомендації для подальшого розвитку своєї логістичної діяльності, щоб забезпечити конкурентоспроможність та задоволення потреб клієнтів.

3. Інновації відіграють ключову роль у підвищенні конкурентоспроможності підприємства, впливаючи на всі аспекти його діяльності. Вони можуть бути поділені на чотири типи: продуктові, процесові, маркетингові та організаційні.

Продуктові інновації стосуються введення нових продуктів або покращення існуючих. Це може включати нові технології виробництва або покращення якості продукції. Процесові інновації спрямовані на оптимізацію виробничих процесів, зменшення собівартості та підвищення ефективності виробництва. Маркетингові інновації орієнтовані на просування продукції та розширення ринків збуту. Організаційні інновації стосуються управління підприємством та організаційних методів.

Щодо системи зв'язку інновацій і логістики, можна виділити три рівні:

- 1) логістика, спрямована на інновації;
- 2) інновації у логістиці;
- 3) інноваційна логістика.

Кожен з цих рівнів відображає способи впровадження інновацій в логістичну діяльність підприємства.

Загальна мета застосування інновацій у логістиці - забезпечити оптимальне використання ресурсів, підвищити ефективність та

конкурентоспроможність підприємства на ринку. Це може включати впровадження нових технологій у сфері матеріало-товаропровідних систем, оптимізацію процесів доставки та складського управління, а також постійне вдосконалення організаційних методів управління логістикою.

Новітні технології мають значний вплив на логістичну діяльність підприємств, підвищуючи їхню ефективність та конкурентоспроможність. Серед найбільш важливих технологій можна виділити безпілотні вантажні транспортні засоби, які полегшують та прискорюють процеси доставки, зменшуючи при цьому витрати на паливо та підвищуючи безпеку. Дрони також використовуються для доставки товарів та моніторингу складських приміщень, що дозволяє підприємствам оптимізувати процеси управління запасами. 3D друк дозволяє виготовляти частини та пристрої маленького розміру, зменшуючи затрати та час на виробництво. Концепція прозорості логістичних процесів дозволяє підприємствам забезпечувати доступ до інформації про вантаж від замовлення до доставки, що підвищує рівень обслуговування клієнтів. Машинний переклад, штучний інтелект та інтернет речей допомагають автоматизувати процеси та забезпечувати більш точне та ефективне управління логістикою.

Всі ці технології сприяють покращенню якості виробництва та обслуговування, зменшенню витрат та скороченню часу на виконання різних логістичних операцій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Амітан В.Н. Логістизація процесів в організаційно-економічних системах / В.Н. Амітан, Р.Р. Ларіна, В.Л. Пілюшенко. – Донецьк: ТОВ «Юго-Восток, Лтд», 2013. – 73 с.
2. Аналіз тенденцій розвитку логістичних підприємств України в умовах турбулентності соціально-економічних процесів / М. Г. Белопольский та ін. *Efektivna ekonomika*. 2023. № 4. URL: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.4.10> (дата звернення: 16.04.2024).
3. Аналіз транспортних мереж та організації автомобільних перевезень в країнах Європи / Г. І. Нестеренко та ін. *Systems and technologies*. 2023. Т. 63, № 1. С. 88–99. URL: <https://doi.org/10.32782/2521-6643-2022.1-63.7> (дата звернення: 16.04.2024).
4. Білик В.В. Коломицева О.В. Маркетингові аспекти розвитку інновацій в регіонах Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету // Економічні науки. 2019. Вип. 52. С. 87 – 93
5. Ваховська М.Ю. Логістичні потоки: визначення, особливості, параметри [Електронний ресурс] / М.Ю. Ваховська // Вісн. Нац. ун-ту "Львів. політехніка". – Режим доступу : http://vlp.com.ua/files/04_25.pdf
6. Воробець Є., Парасій-Вергуненко І. Аналіз грошових потоків транспортно-логістичних підприємств в умовах війни. *Економіка та суспільство*. 2024. № 59. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-115> (дата звернення: 16.04.2024).
7. Вплив воєнного стану на аналіз маркетингового середовища компанії. *Naukovyy visnyk dnipropeetrovs kogo derzhavnogo universytety vnutrishnikh sprav*. 2023. Т. 6, № 127. URL: <https://doi.org/10.31733/2078-3566-2023-6-263-268> (дата звернення: 16.04.2024).
8. Гаврилюк Н. М. Формування та обґрунтування змістової моделі логістичного контролінгу в управлінні діяльністю підприємства / Н. М. Гаврилюк, Л. І. Ріщук // Розвиток національної економіки: теорія і практика:

Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції 3-4 квітня 2015 року, проведеної на базі ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника», м. Івано-Франківськ. – Тернопіль: Крок, – 2015. – Ч. 2. – С. 82–84.

9. Ганжуренко І. В. Маркетинг, збут та логістика сільськогосподарської продукції в системі управління розвитком аграрного підприємства. *Bulletin of sumy national agrarian university*. 2019. № 4 (82). С. 48–51. URL: <https://doi.org/10.32845/bsnau.2019.4.9> (дата звернення: 09.05.2024).

10. Гнедіна К. В., Нагорний П. В. Ринок вантажних перевезень в Україні: аналіз сучасного стану, виклики воєнного часу та перспективи розвитку. *Підприємництво і торгівля*. 2023. № 38. С. 19–28. URL: <https://doi.org/10.32782/2522-1256-2023-38-03> (дата звернення: 16.04.2024).

11. Говорушко Т.А. Управління ефективністю діяльності підприємств на основі вартісно-орієнтованого підходу : [монографія] / Т.А. Говорушко, Н.І.Климаш. – К. : Логос, 2013. – 204 с.

12. Дзямулич М. І., Шматковська Т. О. Вплив сучасних інформаційних систем і технологій на формування цифрової економіки. Економічний форум. 2022. № 2. С. 38

13. Дороніна М. С. & Шемаєва Л. Г. Проблемні питання створення і використання логістичної системи підприємства. Вісник Держ. ун-ту “Львівська політехніка”, № 390, С. 22–26

14. Економіка логістичних систем: Монографія / М.Васелевський, І.Білик, О.Дейнега, Є.Крикавський, Л.Якимишин та ін.; За наук. ред. Є.Крикавського та С.Кубіва. – Львів: Видавництво Національного університету “Львівська політехніка”, 2018. – С.534–549.

15. Ільченко Н., Восканян З. Факторний аналіз впливу логістичних показників на рентабельність активів підприємства роздрібною торгівлі. *Економіка та суспільство*. 2023. № 57.

URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-57-96> (дата звернення: 16.04.2024).

16. Касян С.Я. Міжнародна маркетингова комунікаційна і логістична співпраця підприємств України у просторі ЄС у межах політики східного східного партнерства. «Міжнародне науково-технічне співробітництво: принципи, механізми, ефективність: Збірник наукових праць XVI Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 12-13 березня 2020 р.) Київ: КПІ імені І.Сікорського, 2020. С. 19-21

17. Клімова І.Г. Проблеми та передумови використання логістики в Україні / І.Г. Клімова // Держава та регіони. — 2016. — № 3. — С. 143—147.

18. Клімович Т. А., Ігнатов О.Є. Логістика як основа ефективного управління організацією. Формування ринкових відносин в Україні. 2012. № 12. С. 128-132

19. Козак Л. С. Сутність і методи логістичного консалтингу / Л. С. Козак, О. С. Левіщенко // Управління проектами, системний аналіз і логістика. Науковий журнал: в 2 ч. Ч. 2: Серія: «Економічні науки» – К. : НТУ, 2014. – Вип. 14. – С. 78–84.

20. Коніщева Н.Й. Управління логістичною діяльністю промислових підприємств / Н.Й. Коніщева, Н.В. Трушкі на. — 2015. — № 1 (27). — С. 114—124.

21. Корженівська Н. Л. Логістика як інструмент підвищення ефективності господарювання. Університетські наукові записки. 2005. № 4. С. 359-362.

22. Котенок А., Овчаренко Д. Аналіз рентабельності активів та власного капіталу компанії ernst and young baltic sia. *Молодий вчений*. 2023. № 11 (123). С. 120–124. URL: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2023-11-123-15> (дата звернення: 16.04.2024).

23. Крикавський Є. В. (2005). Логістичне управління: підручник. Львів: Видавництво Нац. ун-ту “Львівська політехніка”

24. Крикавський Є.В. Логістика. Основи теорії: підруч. для ВНЗ / Є.В. Крикавський. Нац. унт "Львівська політехніка". — Л.: ІнтеллектЗахід, 2014. — 414 с.
25. Ларіна Р. Р. Сутність і види логістичних систем. Available at: <http://mail.ukrkniga.org.ua/ukrknigatext/743/6/>
26. Логістика : навчальний посібник для студентів галузі знань 0306 "Менеджмент і адміністрування" всіх форм навчання / К. В. Мельникова, Т. О. Колодізева та ін. ; за заг. ред. докт. екон. наук, професора Ястремської О. М. — Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. — 272 с.
27. Лучанська І. В. Характеристика основних елементів логістики [Електронний ресурс] / І.В. Лучанська // Нові наукомісткі технології виробництва матеріалів, виробів широкого вжитку та спеціального призначення. — Режим доступу : https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/4285/1/20160428-29_TEZY_V3_P192.pdf
28. Македон В. В., Ільченко Н. О. Кон'юнктура світового ринку ІТ-послуг в умовах економіки 4.0. Ефективна економіка. 2021. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8525>
29. Македон В. В., Холод О. Г., Ярмоленко Л. І. Модель оцінки конкурентоспроможності високотехнологічних підприємств на засадах формування ключових компетенцій. Академічний огляд. 2023. № 2(59). С. 75–89. DOI: 10.32342/2074-5354-2023-2-59-5
30. Моделювання транспортно-логістичних схем вантажних перевезень в умовах глобальних ризиків / О. Шарко та ін. *Problems of friction and wear*. 2023. № 3(100). С. 94–105. URL: [https://doi.org/10.18372/0370-2197.3\(100\).17899](https://doi.org/10.18372/0370-2197.3(100).17899) (дата звернення: 16.04.2024).
31. Науменко М.О. Морозова Л.В. Удосконалення організаційної та функціональної структури логістичного забезпечення Збройних сил України. «Бізнес Інформ». ХНСУ, 2016. Випуск № 3. С. 279 – 284
32. Науменко М. О. Логістика як інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Вісник економіки транспорту і*

промисловості. 2018. № 61.
URL: <https://doi.org/10.18664/338.47:338.45.v0i61.127733> (дата звернення: 09.05.2024).

33. Паласюк Б. Логістичне управління підприємством: сутність і основні принципи / Б. Паласюк // Галицький економічний вісник. – 2012. – № 3(36). – С. 166-170.

34. Пічугіна М. А., Шрамко Н. В. Логістична підтримка проєктної діяльності підприємства. *Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. 2022. № 23. С. 142–147. URL: <https://doi.org/10.20535/2307-5651.23.2022.264652> (дата звернення: 09.05.2024).

35. Пожуєв О. В. Логістика, як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємств України. *Вісник Приазовського державного технічного університету. Сер.: Економічні науки*. 2011. Вип. 22. С. 118-123

36. Сенік Ю. Аналіз проблематики організації транспортних перевезень молочної сировини. *Економіка та суспільство*. 2023. № 54. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-54-85> (дата звернення: 16.04.2024).

37. Сергієнко О. А., Мащенко М. А., Швець А. Д. Аналіз маркетингових інструментів удосконалення стратегії управління продажами компанії. *Efektivna ekonomika*. 2024. № 1. URL: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.1.23> (дата звернення: 16.04.2024).

38. Смирнов С.О., Касян С.Я. Логістика дистрибуції та конкурентний бенчмаркінг в агропродуктовій сфері. *Вісник Дніпропетровського університету // «Економіка»*. 2015. Вип. 9 (3). С. 134-144

39. Товариство з обмеженою відповідальністю оріон, єдрпоу 31622381. *Бухгалтерська та бюджетна звітність українських підприємств та організацій, фінансовий аналіз звітності*.

URL: https://zvitnist.com/31622381_TOVARYSTVO_Z_OBMEZHENOU_VDP_OVDALNSTU_ORION#zvit (дата звернення: 09.05.2024).

40. Холодний Г.О. Маркетингова логістика як основа концепції ефективного підприємництва. Вісник Херсонського національного технічного університету . 2019. № 4. С. 181-186

41. Цифрова трансформація економіки: мікро- та макроаспекти: колективна монографія / за заг. ред. Н. А. Мазур, д.е.н., проф.; Кам'янець-Подільськ. нац. ун-т ім. І. Огієнка. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2022. 440 с.

42. Чеверда С. Аналіз моделей формування оптимального портфеля проєктів аутсорсингової компанії. *Наука і техніка сьогодні*. 2023. № 13(27). URL: [https://doi.org/10.52058/2786-6025-2023-13\(27\)-400-416](https://doi.org/10.52058/2786-6025-2023-13(27)-400-416) (дата звернення: 16.04.2024).

43. Чухрай Н.І. Логістичне обслуговування: Підручник. – Львів: Видавництво НУ «Львівська політехніка», 2016. – 292с.

44. Шандрівська О.Є. Логістичний менеджмент. Теоретичні основи : [навч.-метод. посіб.] / О.Є. Шандрівська, В.В. Кузяк, Н.І. Хтей. –Львів : Львівська політехніка, 2014. – 195 с.

45. Шевчук Н. А., Мацишина О. В. Аналіз впливу логістичних затрат в кластерах індустріального симбіозу. *Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. 2022. № 23. С. 105–111. URL: <https://doi.org/10.20535/2307-5651.23.2022.264642> (дата звернення: 16.04.2024).

46. Шлапак О.А. Формування комунікаційного середовища організації на основі комунікаційної логістики. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. 2019. Вип. 34. С. 101-104.

47. Akdoğan M. Ş., Durak A. Logistic and marketing performances of logistics companies: a comparison between germany and turkey. *Procedia - social and behavioral sciences*. 2016. Vol. 235. P. 576–586. URL: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.11.084> (date of access: 16.04.2024).

48. Analysis of logistics costs of the enterprise / U. Plekan et al. *Journal of mechanical engineering and transport*. 2023. Vol. 17, no. 1. P. 114–120. URL: <https://doi.org/10.31649/2413-4503-2023-17-1-114-120> (date of access: 16.04.2024).

49. Caldas M. A. F., Fernandes Cordeiro F., Guimarães J. A. A marketing - logistic appraisal of a retailer - distributor company. *IFAC proceedings volumes*. 1997. Vol. 30, no. 19. P. 127–130. URL: [https://doi.org/10.1016/s1474-6670\(17\)42287-7](https://doi.org/10.1016/s1474-6670(17)42287-7) (date of access: 16.04.2024).

50. Casper R., Sundin E. Reverse logistic transportation and packaging concepts in automotive remanufacturing. *Procedia manufacturing*. 2018. Vol. 25. P. 154–160. URL: <https://doi.org/10.1016/j.promfg.2018.06.069> (date of access: 16.04.2024).

51. Chowdhury R., Crost B., Hoffmann V. Marketing fortified rice: effects of aspirational messaging and association with free distribution. *Food policy*. 2022. Vol. 112. P. 102346. URL: <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2022.102346> (date of access: 16.04.2024).

52. Constructing a smart destination framework: a destination marketing organization perspective / E. Sorokina et al. *Journal of destination marketing & management*. 2022. Vol. 23. P. 100688. URL: <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100688> (date of access: 16.04.2024).

53. D'Attoma I., Ieva M. The role of marketing strategies in achieving the environmental benefits of innovation. *Journal of cleaner production*. 2022. Vol. 342. P. 130957. URL: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.130957> (date of access: 16.04.2024).

54. Dolia O. Analysis of the state of modern scientific opinion on the issue of organizing passenger transportation by various modes of transport. *International science journal of engineering & agriculture*. 2022. Vol. 1, no. 2. P. 23–39. URL: <https://doi.org/10.46299/j.isjea.20220102.3> (date of access: 16.04.2024).

55. Drljača M., Sesar V. Supply chain transportation management. *Transportation research procedia*. 2023. Vol. 74. P. 338–345. URL: <https://doi.org/10.1016/j.trpro.2023.11.153> (date of access: 16.04.2024).

56. Gumenna-Derii M. Accounting of the material resources and analysis of the efficiency of logistics operations in construction industry. *Oblik i finansi*. 2023. No. 1(99). P. 130–134. URL: [https://doi.org/10.33146/2307-9878-2023-1\(99\)-130-134](https://doi.org/10.33146/2307-9878-2023-1(99)-130-134) (date of access: 16.04.2024).

57. Hrytsenko N. Comprehensive analysis of the operation of the transport system of ukraine in the field of passenger transportation. *Black sea economic studies*. 2023. No. 80. URL: <https://doi.org/10.32782/bses.80-13> (date of access: 16.04.2024).

58. Huang Y.-C. How marketing strategy, perceived value and brand image influence WOM outcomes–The sharing economy perspective. *Journal of retailing and consumer services*. 2022. Vol. 68. P. 103071. URL: <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2022.103071> (date of access: 16.04.2024).

59. Hulchak O., Tochyhin M. Analysis of research in the field of freight transport in the conditions of a sustainable city. *The national transport university bulletin*. 2023. Vol. 1, no. 55. URL: <https://doi.org/10.33744/2308-6645-2023-1-55-079-088> (date of access: 16.04.2024).

60. I F. Analysis of the impact of route, road and operational factors on the transport energy efficiency of urban passenger transportation. *The national transport university bulletin*. 2022. Vol. 1, no. 51. P. 399–407. URL: <https://doi.org/10.33744/2308-6645-2022-1-51-399-407> (date of access: 16.04.2024).

61. Increasing the efficiency of logistics processes of truck transportation in the odessa region / T. M. Melenchuk et al. *Key title: Zbìrnik naukovih prac' Odes'koï deržavnoï akademii tehničnogo regulûvannâ ta âkosti*. 2022. No. 2(21). P. 42–49. URL: <https://doi.org/10.32684/2412-5288-2022-2-21-42-49> (date of access: 16.04.2024).

62. Kalaivani R., Visalakshidevi E. M. A generalized novel approach to transportation problem using multi partite-graph method. *Measurement: sensors*. 2024. P. 101060. URL: <https://doi.org/10.1016/j.measen.2024.101060> (date of access: 16.04.2024).

63. Karpil O., Mykhailyk N. Trend analysis of logistics services in the postal communication market. *Scientific bulletin of odessa national economic university*. 2023. Vol. 10, no. 311. P. 99–107. URL: <https://doi.org/10.32680/2409-9260-2023-10-311-99-107> (date of access: 16.04.2024).

64. Methods to analyze traffic demand formation in intelligent transportation and logistic regional network / S. Lyapin et al. *Transportation research procedia*. 2020. Vol. 45. P. 522–529. URL: <https://doi.org/10.1016/j.trpro.2020.03.061> (date of access: 16.04.2024).

65. Ngo Q.-H. The effectiveness of market orientation in the logistic industry: A focus on SMEs in an emerging country. *Heliyon*. 2023. Vol. 9, no. 7. P. e17666. URL: <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e17666> (date of access: 16.04.2024).

66. Pan M. (., Ryan A. Segmenting the target audience for transportation demand management programs: an investigation between mode shift and individual characteristics. *International journal of sustainable transportation*. 2023. P. 1–22. URL: <https://doi.org/10.1080/15568318.2023.2201941> (date of access: 16.04.2024).

67. Port marketing from a multidisciplinary perspective: a systematic literature review and lexicometric analysis / T. Mandják et al. *Transport policy*. 2019. Vol. 84. P. 50–72. URL: <https://doi.org/10.1016/j.tranpol.2018.11.011> (date of access: 16.04.2024).