

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ
КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач випускової кафедри

_____Тетяна КНЯЗЄВА
“ _____ ” _____ 2021 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

ЗДОБУВАЧА ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ МАГІСТР
СПЕЦІАЛЬНОСТІ 075 «МАРКЕТИНГ»
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ»

Тема: «Удосконалення маркетингової діяльності на основі логістичної концепції компанії УВК Україна»

Виконавець: Кутузова Анастасія Олегівна

Керівник: д.е.н., професор Батченко Людмила Вікторівна

Нормоконтролер: асистент Созинова Ірина Валентинівна

КИЇВ 2021

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет економіки та бізнес-адміністрування
Кафедра маркетингу
Спеціальність: 075 «Маркетинг»
Освітньо-професійна програма: «Маркетинг»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач випускової кафедри
_____ Тетяна КНЯЗЄВА
« ____ » _____ 2021 р.

ЗАВДАННЯ
на виконання кваліфікаційної роботи

_____ Кутузової Анастасії Олегівні _____

(П.І.Б. здобувача)

1. Тема роботи «Удосконалення маркетингової діяльності на основі логістичної концепції компанії УВК Україна» затверджена наказом ректора від 12.10.2021 р. №2223/ст.
2. Термін виконання роботи: з 11.10.2021 р. по 31.12.2021 р.
3. Вихідні дані роботи: статистичні дані, нормативно-правова база, електронні інформаційні джерела, матеріали періодичних видань
4. Зміст пояснювальної записки: вступ; теоретичні аспекти використання маркетингу і логістики в діяльності підприємства; аналіз діяльності компанії УВК Україна; розробка рекомендацій щодо удосконалення логістичних процесів в системі маркетингової діяльності компанії УВК Україна; висновки
5. Перелік обов'язкового ілюстративного матеріалу: точкова діаграма динаміки прибутку на період з 2014-2020 роки, Регресійний аналіз факторів напрями оптимізації складської діяльності компанії УВК Україна, принципи, на яких базується оптимізація складської діяльності компанії УВК Україна, модель логістичного центру для компанії УВК Україна, вибір системи складування для компанії УВК Україна, схема руху матеріального потоку в логістичному центрі елементи інтегрованого комплексу маркетингових комунікацій компанії УВК Україна

6. Календарний план-графік

№ пор.	Завдання	Термін виконання	Підпис керівника
1.	Видача завдання	11.10.2021	
2.	Збір та обробка статистичної інформації	12.10.2021- 17.10.2021	
3.	Вивчення стану проблем, опрацювання джерел	18.10.2021- 24.10.2021	
4.	Написання теоретичної частини	25.10.2021- 31.10.2021	
5.	Написання аналітичної частини	01.11.2021- 14.11.2021	
6.	Написання практичної частини	15.11.2021- 28.11.2021	
7.	Написання вступу та висновків	29.11.2021- 30.11.2021	
8.	Оформлення пояснювальної записки, научного та графічного матеріалу, підготовка доповіді, передзахист	01.12.2021- 05.12.2021	
10.	Проходження нормоконтролю, перевірка на плагіат, оформлення документів до захисту, рецензування роботи, подання роботи на кафедрі	06.12.2021- 12.12.2021	

7. Дата видачі завдання: 11.10.2021 р.

Керівник кваліфікаційної роботи _____ Людмила БАТЧЕНКО
(підпис керівника) (П.І.Б.)

Завдання прийняв(ла) до виконання _____ Анастасія КУТУЗОВА
(підпис здобувача) (П.І.Б.)

АНОТАЦІЯ

Пояснювальна записка до кваліфікаційної роботи «Удосконалення маркетингової діяльності на основі логістичної концепції компанії УВК Україна» 114 с., 15 рис., 22 табл., 52 літературних джерела, 4 додатки.

МАРКЕТИНГ, ЛОГІСТИКА, ЕФЕКТИВНІСТЬ, ЛОГІСТИЧНІ ПРОЦЕСИ, МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ, СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ, ЛОГІСТИЧНІ ПОСЛУГИ, ПЕРЕВЕЗЕННЯ

Об'єктом дослідження роботи є процес реалізації логістичної концепції в удосконаленні маркетингової діяльності компанії, а предметом – концептуальне, методичне й організаційне забезпечення механізму удосконалення маркетингової діяльності компанії шляхом використання логістичної концепції.

Метою кваліфікаційної роботи є систематизація теоретичних засад та розробка прикладного інструментарію щодо удосконалення логістичних процесів в системі маркетингової діяльності компанії.

Методи дослідження: система загальнонаукових і спеціальних методів, що включають системний підхід, метод порівняльного аналізу, графічної візуалізації, фінансового і стратегічного аналізу.

Методологічну основу дослідження склали дослідження провідних науковців з питань удосконалення маркетингової діяльності логістичних підприємств.

Досліджено: існуючу систему організації маркетингової та логістичної діяльності в компанії, визначено основні недоліки і запропоновано рекомендації по удосконаленню логістичних процесів.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в вирішенні науково-прикладного завдання маркетингового забезпечення функціонування компанії на основі логістичної концепції шляхом формування та впровадження

стратегічних напрямів удосконалення логістичних процесів для забезпечення покращення маркетингової діяльності компанії.

Значущість виконаної роботи та висновки: ефективність наукових досліджень та практичних рекомендацій полягає у тому, що вони прийняті до розгляду компанією УВК Україна для впровадження в маркетингову діяльність підприємства з метою удосконалення логістичних процесів.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГУ І ЛОГІСТИКИ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА .	10
1.1. Роль маркетингу в діяльності підприємства	10
1.2. Теоретичні аспекти взаємозв'язку маркетингу і логістичних процесів підприємства	23
1.3. Логістичний підхід як фактор підвищення ефективності маркетингової діяльності	31
Висновки до першого розділу.....	38
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ УВК УКРАЇНА	40
2.1. Загальна характеристика компанії УВК Україна	40
2.2. Аналіз фінансового стану підприємства	43
2.3. Аналіз основних аспектів управління маркетинговою діяльністю компанії УВК Україна	50
Висновки до другого розділу.....	66
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА РЕКОМЕНДАЦІЙ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ ЛОГІСТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ В СИСТЕМІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ УВК УКРАЇНА	68
3.1. Формування стратегічних напрямів удосконалення логістичних процесів в системі маркетингової діяльності підприємства ...	68
3.2. Розробка рекомендацій щодо удосконалення логістичних процесів в системі маркетингової діяльності підприємства	82
3.3. Механізм впровадження рекомендацій щодо оптимізації логістичних процесів в системі маркетингової діяльності підприємства ...	87
3.4. Оцінка ефективності запропонованих заходів	95
Висновки до третього розділу.....	100
ВИСНОВКИ	102
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	105
ДОДАТКИ	110

ВСТУП

Обґрунтовуючи актуальність використання принципів і методів логістики в діяльності підприємства, слід врахувати кардинальні зміни, що відбулися в останні десятиріччя у сфері реалізації послуг. До них можна віднести: перетворення ринку продавця на ринок покупця, посилення конкурентної боротьби між суб'єктами господарювання, поступове поширення концепції маркетингу з її орієнтацією на споживача і як результат – зростання насиченості, широти, глибини послуг.

Ускладнилося прогнозування попиту, зросли матеріальні запаси, збільшилися складські і транспортні витрати. Гостро постала проблема раціонального планування, оптимізації витрат підприємства. Виникла необхідність у посиленні координації між взаємопов'язаними видами діяльності, тобто організації управління єдиним потоковим процесом.

Отже, вирішення проблем, що виникли останнім часом, пов'язуються з поширенням використання концепції логістики.

Таким чином, сучасне зовнішнє середовище господарювання підприємств потребує адекватних підходів до управління діяльністю підприємства.

Слід зазначити, що за умов ринкової економіки кожне підприємство працює на ринку для споживача. Саме він своїми грошима оцінює результати господарювання підприємств, які конкурують із подібними чи не подібними до себе, змагаючись за споживача. Перемога в такій боротьбі визначається бажанням і можливостями пристосуватися до вимог і потреб ринку.

Сукупність прийомів і методів, конкретний інструментарій, який використовується підприємством для досягнення поставленої мети, вирішення відповідних завдань складають систему засобів маркетингу. До неї належать прийоми і методи планування продукції, визначення цін, використання товарних знаків, виробничих марок, розподілу, рекламування, аналізу маркетингової діяльності тощо. Саме використання цього інструментарію

дозволить підприємству зайняти свою нішу на ринку, бути конкурентоспроможним.

Все це обумовлює актуальність роботи.

Вагомий внесок в дослідження питань, пов'язаних з вдосконаленням логістичних процесів підприємств внесли такі вітчизняні і зарубіжні вчені як Дж. Бернет, С. Моріарті, Л.А. Мороз, В.Л. Музикант, М.А. Окландер, І.І. Поліщук, У. Уеллс, С.В. Скибінський, Н.І. Чухрай.

Проблемам управління маркетинговою діяльністю підприємств присвячено праці: С. Ілляшенка, Є.В. Ромата, Ф. Котлера та інших.

Метою дослідження є аналіз теоретичних аспектів та розробка практичних рекомендацій щодо удосконалення логістичних процесів в системі маркетингової діяльності підприємства, в тому разі на основі логістичної концепції.

Для досягнення поставленої мети в роботі поставлено і вирішено наступні задачі:

- розглянуто теоретичні аспекти маркетингу і логістики в діяльності підприємства;
- оцінено та проаналізовано фінансове становище компанії УКВ Україна;
- проаналізовано основні аспекти управління маркетинговою діяльністю компанії УКВ Україна;
- розроблено рекомендації щодо удосконалення логістичних процесів в системі маркетингової діяльності компанії УКВ Україна;
- запропоновано механізм впровадження рекомендацій щодо оптимізації логістичних процесів в системі маркетингової діяльності підприємства та оцінено ефективність запропонованих заходів.

Об'єктом роботи є процеси управління маркетинговою та логістичною діяльністю компанії УКВ Україна.

Предметом дослідження є теоретичні положення та практичні аспекти управління логістичними процесами в системі маркетингової діяльності підприємства, яке працює на ринку логістичних послуг.

Під час виконання роботи були використані загальнонаукові методи: метод аналізу, узагальнення, порівняння.

Розроблені пропозиції доцільно використовувати у маркетинговій діяльності підприємства.

ВИСНОВКИ

Для розвинених ринкових відносин стають актуальними процеси інтеграції маркетингу і логістики, що утворюють взаємодію двох концепцій управління.

Затверджена формула «маркетинг формує попит, а логістика його реалізує» вже не одноразово була використана на практиці. Об'єднання всіх цих процесів містить великий резерв підвищення ефективності, оскільки дозволяє задіяти всі канали для контролю і реалізації виробничої і маркетингової діяльності. Враховуючи той факт, що однією з важливих умов підвищення конкурентоспроможності підприємств є надання товарів споживачам в потрібні терміни, в потрібному місці і з мінімальними витратами, становиться ясна необхідність логістичного підходу до управління підприємством.

Компанія УВК Україна є підприємством – оператором на ринку логістичних послуг і здатна надавати своїм споживачам максимально повний комплекс послуг за доступними цінами. Підприємство надає комплексні логістичні послуги, здійснює митне оформлення, управління ланцюгами поставок.

Основною стратегічною задачею компанії УВК Україна є наступна: зайняти позиції лідера у галузі логістики на території України.

Аналізуючи організаційну структуру необхідно відзначити, що компанія УВК Україна відповідає централізована структура управління з розвинутими функціональними підрозділами.

Аналіз фінансового становища компанії УВК Україна дозволив зробити висновок про те, що хоча на цей час основні показники діяльності

підприємства знаходяться в межах норм, але по багатьом з них існує тенденція до зниження. Показники прибутку й рентабельності збільшуються, це вказує на здатність підприємства розвиватися, збільшувати здатність платити по своїх обов'язках.

Слід підкреслити, що успішна діяльність підприємства залежить не тільки від діяльності самої компанії і її співробітників, але і від протидії комплексів маркетингу, застосовуваних різними підприємствами, від тенденцій і подій. Фактори, які впливають на ринковий стан та обумовлюють стратегію і тактику маркетингу являють собою маркетингове середовище. Як показали результати аналізу, розглянуті чинники макросередовища надають негативний вплив на діяльність підприємства, а чинники мікросередовища та внутрішнього середовища – позитивний.

Серед принципів, на яких ґрунтується маркетингова діяльність компанії УВК Україна слід відзначити наступні: гнучкість в управлінні; мінімум неліквідних активів; індивідуальний підхід до клієнта; швидкість у прийнятті рішень.

В сучасних умовах, які характеризуються жорсткою конкуренцією як з боку вітчизняних, так і іноземних компаній, перед компанією УВК Україна стоять наступні задачі. А саме: здійснення роботи щодо оптимізації складської діяльності; удосконалення системи управління маркетинговою діяльністю, зниження витрат. Саме тут є резерв для підвищення ефективності діяльності суб'єкта господарювання.

Розширення масштабів діяльності компанії УВК Україна призводить до зниження ефективності логістичних процесів в системі його маркетингової діяльності за рахунок складської складової, яка відіграє значну роль у роботі сучасного підприємства. Ефективність складського господарства і розвинена інфраструктура безпосередньо впливає на успішну збутову політику підприємства та його конкурентоспроможність на ринку.

Тому перед підприємством постає задача створення нового логістичного центру, який забезпечить: стандартизацію транспортних та складських систем; автоматизацію завдань із переміщення логістичних продуктів; інформатизацію процесів прийняття рішень та інтеграцію інформаційних систем; координацію дій учасників дистрибуційних мереж.

Запровадження нового логістичного центру змушує компанію

УВК Україна активізувати комунікативну політику, що представляється доцільним завдяки інтеграції елементів в єдину систему маркетингових комунікацій, та внесення коригуючих змін до плану маркетингу підприємства.

Оцінка ефективності запропонованих заходів з врахуванням специфіки роботи підприємства довела доцільність запровадження автоматизованого складського комплексу з терміном окупності 3 роки, що дозволить оптимізувати логістичні процеси в системі маркетингової діяльності компанії УВК Україна.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Беркутова Т.А. Оцінка ефективності функціонування служби маркетингу на підприємстві. Київ, 2017. 322 с.
2. Бернадська Ю.С. Марочкіна С.С., Смотров Л.Ф. К.: Наука, 2015. 281 с.
3. Білинська М. М., Радиш Я. Ф., Рожкова І. В.. Державне управління реформуванням системи охорони здоров'я в Україні : навч.-наук. вид. авт. кол. К. ; Львів : НАДУ, 2012. 240 с.
4. Божкова В.В. Стратегічні аспекти комунікаційної політики в інноваційній діяльності промислових підприємств: монографія. Суми: ТОВ «ТД «Папірус», 2018. 362 с.
5. Болюх М.А., Бурчевський В.З., Горбаток М.І. Економічний аналіз: Навч. посібник; вид. 2-ге, перероб. і доп. К.: КНЕУ, 2015. 556 с.
6. Бочко О.Ю. Сучасний стан рекламного ринку України. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки.* 2010. Вип. 4 (40). URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vchtei/2010_4/NV-2010-V4_38.pdf. (режим доступу 15.10.2019).
7. Васильев Г.А., Поляков В.А. Концепция управления рекламной деятельностью. *Маркетинг.* 2005. № 5. С. 62-70.
8. Васюта В.Б. Підвищення ролі матеріально-технічної бази як фактор ефективного функціонування підприємства. URL: http://www.rusnauka.com/39_VSN_2014/Economics/10_182500.doc.htm (дата звернення 13.11.2021)
9. Великий тлумачний словник сучасної української мови / уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел. К. ; Ірпінь : ВТФ «Перун», 2009. 1736 с.
10. Воркут Т.А. Тенденції розвитку ринку вантажних автомобільних перевезень в Україні. *Системні методи керування, технологія та організація виробництва і експлуатації автомобілів: Зб. наук. пр.* К.: НТУ, ТАУ. 1999. Вип.7 . С.110-114.

11. Гаркавенко С.С. Маркетинг: підручник 4-те вид. К.: Лібра, 2009. 720 с.
12. Гой І.В. Логістика у системі стратегічного управління підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2006. №4,Т.1. С.102-105.
13. Голов С.Ф. Бухгалтерський облік та фінансова звітність в Україні: навчально-практичний посібник. Дніпропетровськ: Баланс - Клуб, 2017. 768 с.
14. Головка Т.В., Сагова С.В. Стратегічний аналіз: Навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни. За ред. М.В. Кужельного. К.: КНЕУ, 2002. 198 с.
15. Горачук В.В., Гойда Н.Г. Методичні підходи до визначення задоволеності пацієнтів (їхніх представників) медичною допомогою у закладі охорони здоров'я. URL: http://www.nbu.gov.ua/old_jrn/chem_biol/sped/2012_1/015-18.pdf. (дата звернення 18.11.2021)
16. Денисенко М.П. Організація та проектування логістичних систем. Підручник: К.: Центр учбової літератури, 2010. 336 с.
17. Доповідь Всесвітнього економічного форуму. URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_Global_Risks_Report_2019.pdf. (дата звернення 06.10.2021)
18. Зозулев А.В., Солнцев С.А. Маркетингові дослідження: Теорія, методологія, статистика: Навч. посібник. К.: Знання України, 2015. 643 с.
19. Зростаюча геополітична невизначеність перевізників та фахівців з логістики. Інноваційні транспортні рішення. URL: <https://www.trans.eu/ua/blog/innovacijni-cyfrovi-rishennia> (дата звернення 09.11.2021)
20. Казанська О. О. Антикризова стратегія розвитку логістичної інфраструктури: державний аспект. *Інвестиції: практика та досвід*. 2018. № 1. С. 82-85. <http://www.investplan.com.ua/?op=1&z=5873&i=14>

21. Кальченко А.Г. Логістика: навч. посібник. К.: КНЕУ, 2015. 148 с.
22. Карк І.М. Роль інтегрованої логістики в управлінні підприємством. *Актуальні проблеми економіки*. 2014. №2. С. 166-171.
23. Кононенко О. Аналіз фінансової звітності: навч. посібник. Харків: Фактор, 2015. 144 с.
24. Ковальова І.В. Управління логістичними потоками в галузевій економіці регіону. *Вісник Алтайського ГАУ*. 2016. №10 (144). С. 157-160
25. Коробов М.Я. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємств: навч. посібник; 3-тє вид., перероб. і доп. К.: Знання, КОО, 2014. 294 с.
26. Крикавський Є.В., Чухрай Н.І. Логістика: компендіум і практикум: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. К.: Кондор, 2009. 340 с
27. Кредисов А.І. Маркетинг: навчальний посібник. К.: Наукова думка, 2015. 328с.
28. Кривов'язюк І.В. Реінжиніринг логістичних бізнес-процесів і систем як основа їх самовдосконалення та розвитку. *Економіка: реалії часу*. 2013. № 2. С. 87 -94.
29. Крюков А.Ф. Управління маркетингом: навч. посібник. М.: КНОРУС, 2015. 225с.
30. Крылов А., Зуенкова О. Рекламная стратегия: постановка задачи и оценка эффективности. URL: <http://www.marketing.spb>. (дата звернення 17.10. 2019).
31. Липчук В.В. Маркетинг: основи теорії та практики: навчальний посібник; за загальною редакцією В.В.Липчука. Львів: «Новий Світ-2000», «Магнолія плюс». 2014. 288 с.
32. Лехан В.М, Крячкова Л. В., Волчек В. В.. Управління змінами в системі охорони здоров'я України: історія та уроки пілотних регіонів: навчальний посібник. Дніпропетровськ, 2016. 53с.
33. Литовченко І. Інтернет-маркетинг як інструмент антикризових програм підприємства. *Маркетинг в Україні*. 2017. №5. С. 49–53.

34. Люханова Светлана Валерьевна. Строеие транспортно-логистической системы. URL: <https://marklog.ru/stroenie-transportno-logisticheskoy-sistemy>. (дата звернення 19.10.2021)
35. Мних Є.В. Економічний аналіз: підручник. К.: Центр навчальної літератури, 2015. 412 с.
36. Наливайко А.П. Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрямки розвитку: монографія. К.: КНЕУ, 2017. 227с.
37. Окландер М.А. Маркетинг и логистика в предпринимательстве. Одесса: АП НТ и ЭИ, 2014. 186 с.
38. Окландер М.А., Яшкіна О.І., Литовченко І.Л. та ін. Маркетингові технології економічного зростання: монографія; за ред. д.е.н., проф. М.А.Окландера. Одеса: Астропрінт, 2016. 376 с.
39. Окландер М.А. Логістика: підручник для студ. ВНЗ. Одеський держ. економ. ун-т. К.: Центр учбової літератури, 2008. 346 с.
40. Офіційний сайт компанії Turkish Airlines. URL: <https://www.turkishairlines.com> (дата звернення 21.10.2021)
41. Пастухова В. В. Аналіз систем стратегічного управління підприємством: методологічний аспект. *Фінанси України*. 2006. № 10. С. 69–74.
42. Петренко М. І. Оцінка ділової активності підприємства. *Проблеми підвищення ефективності інфраструктури*. 2010. №26. С. 26-29.
43. Погайдак А.Б. Управління якістю послуг у контексті підвищення якості життя. *Сталий розвиток економіки*. 2012. № 1 (11). С. 41-48.
44. Радченко Г.А., Казанська О.О., Хороших В.В. Маркетингова інформаційна система в умовах сучасних екосистем споживання. *Інфраструктура ринку: Електронний науково-практичний журнал*. Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій, Одеса. 2021. Вип. 55. С.174-182.<https://doi.org/10.32843/infrastuct55-21>
45. Ромат Е. В. Реклама: учебник. К. : НВФ «Студцентр», 2017. 480 с.

46. Салига К.С., Лозова О.А. Економічне обґрунтування витрат на рекламу: монографія. Запоріжжя: КПУ, 2015. 64 с.
47. Скалюк Р.В., Лоїк О.І. Оцінка інвестиційної привабливості підприємства Р.В. Скалюк. *Вісник Хмельницького національного університету*. Х. : 2016. № 1. С. 115–122.
48. Стрій Л.О. Маркетинг ХХІ століття. Концептуальні зміни та тенденції розвитку: монографія; за науковою редакцією проф. А.К. Голубєва. Одеса: ВМВ, 2014. 320 с.
49. Телєтов О.С. Маркетингові дослідження: Навчальний посібник. К.: Знання України, 2014. 299 с.
50. Ушакова І.А., Ястрєнська Є.Г. Аналіз фінансового стану підприємства. *«Бізнес інформ»*. 2015. №10. С.32-37.
51. Щєрбина В.В Теоретичні аспекти реінжинірингу бізнес-процесів транспортно-логістичних компаній. *Розвиток методів управління та господарювання на транспорті*. 2015. Вип. 4. С. 19-35
52. Юдіна Н. В. Визначення циклічних залежностей в економіці України на основі аналізу окремих макроекономічних показників. *Економічний Вісник НТУУ «КПІ»*. №13(2016). URL: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/80084/75643>. (дата звернення 01.12.2021)