

Український державний університет залізничного транспорту

Кафедра маркетингу, комерційної діяльності та економічної теорії

**ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ СТРУКТУРНОГО ПІДРОЗДІЛУ
ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ НА ПРИНЦИПАХ МАРКЕТИНГУ**

Пояснювальна записка і розрахунки
до дипломної роботи

МРЕ.300.01.14.05

Розробив студент групи 215-М-Д24
спеціальності 075 «Маркетинг»
(роботу виконано самостійно, відпо-
відно до принципів академічної доб-
рочесності)

Дмитро РОМАШКО

Керівник: професор, докт. техн. наук
Юрій КАЛАБУХІН

Рецензент: доцент, канд.. екон. наук
Наталія КАМЕНЕВА

АНОТАЦІЯ

Актуальність роботи.

Головне завдання, що стоїть перед залізничним транспортом полягає у забезпеченні конкурентоспроможності пасажирських залізничних послуг на внутрішньому і міжнародному ринках, в удосконаленні тарифної політики, впровадженні нових технологій для якісного обслуговування, впровадженні інвестиційної моделі, у розмежуванні та удосконаленні системи державного регулювання, у збереженні єдиної виробничої інфраструктури.

На ринку пасажирських перевезень спостерігається подальше динамічне конкурентне середовище, у рамках якого окремі види транспорту борються за приваблення пасажирів. В цьому напрямку активно конкурують між собою автомобільний, авіаційний і залізничний види транспорту. Серед всіх видів транспорту, які здійснюють перевезення пасажирів, саме на залізничний транспорт припадає значна частка виконання соціально значущих нерентабельних пасажирських перевезень, оскільки цим видом транспорту традиційно користуються малозабезпечені верстви населення.

Розвиток економіки залізничної галузі на сучасному етапі відбувається за рахунок факторів:

- застосування механізмів структурно-інноваційного характеру;
- кращого використання ресурсів завдяки науково-технічній та інноваційній діяльності;
- наукоємне виробництво, що базується на використанні власних високих технологій та науково-технічних відкриттів.

Одним з напрямків рішення даної проблеми є важелі одержання додаткового ефекту без додаткових витрат, тобто за рахунок економії ресурсів та поточних витрат. На теперішній час у розвитку залізниці найбільш невідкладне завдання – інтенсифікація виробництва, зростання його ефективності.

Ключові слова: транспортний маркетинг, ринок пасажирських перевезень, конкурентоспроможність залізничного транспорту, ефективність пасажирських перевезень.

Мета роботи – обґрунтування доцільності та визначення особливостей щодо проведення тих чи інших заходів, спрямованих на поліпшення роботи структурного підрозділу залізничного транспорту шляхом проведення детального аналізу його господарської діяльності, а також пошук шляхів підвищення ефективності роботи залізниць за рахунок власних коштів, отримання теоретичних та практичних навичок у проведенні економічної оцінки підвищення ефективності роботи структурного підрозділу залізничного транспорту, пошуки альтернативних резервів скорочення експлуатаційних витрат, зниження собівартості робіт (послуг) з проведення економічної оцінки по впровадженню нових заходів по вдосконаленню та підвищенню ефективності роботи структурного підрозділу залізничного транспорту на принципах маркетингу.

Об’єкт дослідження – процес підвищення економічної ефективності роботи структурного підрозділу залізничного транспорту за рахунок зниження експлуатаційних витрат та собівартості послуг, що надаються пасажиром підприємствами залізничного транспорту.

Предмет дослідження – сукупність теоретичних, науково-методичних і прикладних положень щодо підвищення ефективності виробничо-господарської діяльності структурного підрозділу залізничного транспорту на принципах маркетингу.

Структура та обсяг роботи становить: 94 с., 17 рис., 20 табл., 1 додаток, 68 інформаційних джерел.

Розділи кваліфікаційної роботи:

У першому розділі кваліфікаційної роботи «Маркетингова діяльність у сфері пасажирських залізничних перевезень України» надано загальні поняття принципів маркетингу та їх сутність, розглянуто основні принципи транспортного маркетингу, надано характеристику напрямів маркетингових досліджень пасажирських залізничних перевезень в Україні на сучасному етапі, надано характеристику Пасажирської компанії АТ «Укрзалізниця», розглянуто маркетингову діяльність Пасажирської компанії АТ «Укрзалізниця», нада-

но характеристику вагонної дільниці Пасажирської компанії АТ «Укрзалізниця».

У другому розділі «Аналіз пасажирських перевезень в Україні» надано результати аналізу ринку пасажирських перевезень за видами транспорту, надано результати аналізу техніко-економічних показників роботи структурного підрозділу Пасажирської компанії АТ «Укрзалізниця» за період 2018-2022 роки, надано результати аналізу основних виробничих фондів Пасажирської компанії АТ «Укрзалізниця».

У третьому розділі «Економічна оцінка заходів з підвищення ефективності господарської діяльності структурного підрозділу АТ «Укрзалізниця»» надано загальні положення ефективності діяльності підприємства, приведено методику розрахунку економічного ефекту, зроблено маркетинговий підхід до підвищення ефективності Пасажирської компанії, надано характеристику та приведено результати економічної оцінки заходу з оновлення ремонтної бази пасажирських вагонів, надано характеристику та приведено результати економічної оцінки заходу з оновлення системи кондиціонування повітря пасажирських вагонів.

Методи дослідження.

У роботі використано загальнонаукові та спеціальні методи дослідження, зокрема: індексний, порівняльний аналіз, статистичного аналізу, економічного і системного аналізу, індукції, теоретичного узагальнення, абстрактно-логічний, моделювання на основі тренду даних, абстрактно-логічний, графо-аналітичний.

ABSTRACT

Relevance of the work.

The main task facing rail transport is to ensure the competitiveness of passenger rail services in the domestic and international markets, to improve tariff policy, to introduce new technologies for quality service, to implement an investment

model, to delimit and improve the system of state regulation, to maintain a single production infrastructure.

The passenger transport market continues to experience a dynamic competitive environment, within which individual modes of transport are fighting to attract passengers. In this direction, road, air and rail transport are actively competing with each other. Among all modes of transport that carry passengers, it is rail transport that accounts for a significant share of socially significant unprofitable passenger transport, since this mode of transport is traditionally used by low-income groups of the population.

The development of the railway industry economy at the present stage is due to the following factors:

- the use of structural and innovative mechanisms;
- better use of resources through scientific and technical and innovative activities;
- knowledge-intensive production, based on the use of its own high technologies and scientific and technical discoveries.

One of the directions for solving this problem is the levers of obtaining an additional effect without additional costs, that is, by saving resources and current expenses. At present, the most urgent task in the development of the railway is the intensification of production, increasing its efficiency.

Keywords: transport marketing, passenger transportation market, competitiveness of railway transport, efficiency of passenger transportation.

The purpose of the work is to substantiate the feasibility and determine the features of carrying out certain measures aimed at improving the work of the structural unit of railway transport by conducting a detailed analysis of its economic activities, as well as finding ways to increase the efficiency of the railways at the expense of its own funds, obtaining theoretical and practical skills in conducting an economic assessment of increasing the efficiency of the work of the structural unit of railway transport, searching for alternative reserves for reducing operating costs, reducing the cost of works (services) by conducting an economic assessment of the

implementation of new measures to improve and increase the efficiency of the work of the structural unit of railway transport on the principles of marketing.

The object of the study is the process of increasing the economic efficiency of the work of the structural unit of railway transport by reducing operating costs and the cost of services provided to passengers by railway transport enterprises.

The subject of the study is a set of theoretical, scientific, methodological and applied provisions for increasing the efficiency of the production and economic activities of the structural unit of railway transport on the principles of marketing.

The structure and volume of the work is: 94 p., 17 fig., 20 tab., 1 appendix, 68 information sources.

Sections of the qualification work:

The first section of the qualification work "Marketing activities in the field of passenger railway transportation of Ukraine" provides general concepts of marketing principles and their essence, considers the basic principles of transport marketing, provides a description of the directions of marketing research of passenger railway transportation in Ukraine at the present stage, provides a description of the Passenger Company of JSC "Ukrzaliznytsia", considers the marketing activities of the Passenger Company of JSC "Ukrzaliznytsia", provides a description of the wagon section of the Passenger Company of JSC "Ukrzaliznytsia".

The second section, "Analysis of passenger transportation in Ukraine," provides the results of the analysis of the passenger transportation market by mode of transport, provides the results of the analysis of the technical and economic indicators of the structural unit of the Passenger Company of JSC "Ukrzaliznytsia" for the period 2018-2022, provides the results of the analysis of the fixed assets of the Passenger Company of JSC "Ukrzaliznytsia".

The third section, "Economic assessment of measures to improve the efficiency of the economic activity of the structural unit of JSC "Ukrzaliznytsia", provides the general provisions of the efficiency of the enterprise, provides the methodology for calculating the economic effect, makes a marketing approach to

improving the efficiency of the Passenger Company, provides a description and results of the economic assessment of the measure to update the repair base of passenger cars, provides a description and results of the economic assessment of the measure to update the air conditioning system of passenger cars.

Research methods.

The work uses general scientific and special research methods, in particular: index, comparative analysis, statistical analysis, economic and system analysis, induction, theoretical generalization, abstract-logical, modeling based on data trends, abstract-logical, graph-analytical.

Факультет економічний

Кафедра маркетингу, комерційної діяльності та економічної теорії

Освітній рівень: здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти

Спеціальність: 075 Маркетинг

Освітня програма: Маркетинг

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри,
професор, д-р екон. наук

_____ Олена ЗОРИНА

« ____ » _____ 2026р.

ЗАВДАННЯ НА ДИПЛОМНУ РОБОТУ

1 Тема «Підвищення ефективності структурного підрозділу залізничного транспорту на принципах маркетингу»

керівник Калабухін Юрій Євгенович, докт. техн. наук, професор

затверджені розпорядженням по економічному факультету

від « 17 » лютого 2025 року № 67/25

2 Строк подання студентом закінченої роботи « 01 » січня 20 26 року

3 Вихідні дані Довідник показників роботи регіональних філій

акціонерного товариства «Укрзалізниця»»

Фінансова звітність

Періодичні видання

Пояснювальна записка до техніко-економічних розрахунків структурного підрозділу Пасажирської компанії АТ «Укрзалізниця»

4 Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) 1 Маркетингова діяльність у сфері пасажирських залізничних перевезень України

2 Аналіз пасажирських перевезень в Україні

3 Економічна оцінка заходів з підвищення ефективності господарської діяльності структурного підрозділу АТ «Укрзалізниця»

5 Перелік графічного матеріалу

1 Результати аналізу динаміки перевезення пасажирів за видами транспорту

| |
|--|
| 2 Результати аналізу динаміки пасажирообігу за видами транспорту |
| 3 Структура пасажирських перевезень за кількістю перевезених пасажирів |
| 4 Структура пасажирських перевезень за пасажирообігом |
| 5 Динаміка зміни обсягових показників вагонної дільниці |
| 6 Динаміка зміни якісних показників вагонної дільниці |
| 7 Витрати, доходи від підсобно-допоміжної діяльності вагонної дільниці |
| 8 Структура пасажирських вагонів Пасажирської компанії АТ «Укрзалізниця» за типами у 2023 році |
| 9 Структура пасажирських вагонів Пасажирської компанії АТ «Укрзалізниця» за віком у 2023 році |
| 10 Графік зміни економічного ефекту за роками розрахункового періоду |

6 Консультанти окремих розділів

| Розділ | Прізвище, ініціали, посада та науковий ступінь консультанта | Підпис, дата | |
|--------|---|----------------|------------------|
| | | завдання видав | завдання прийняв |
| | | | |
| | | | |

7 Дата видачі завдання «___» _____ 2025 року.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

| Назва етапів | Строк виконання етапів | Примітка |
|--|------------------------|----------|
| 1 Маркетингова діяльність у сфері пасажирських залізничних | 15.11.2025 | |
| 2 Аналіз пасажирських перевезень в Україні | 30.11.2025 | |
| 3 Аналіз динаміки показників вагонної дільниці Пасажирської компанії АТ «Укрзалізниця» | 10.12.2025 | |
| 4 Економічна оцінка заходів з підвищення ефективності господарської діяльності структурного підрозділу АТ «Укрзалізниця» | 20.12.2025 | |
| Висновки | 25.12.2025 | |
| Графічна частина | 02.01.2026 | |

Здобувач другого (магістерського) рівня

вищої освіти

Дмитро РОМАШКО

Керівник

Юрій КАЛАБУХІН

Зміст

| | |
|---|----|
| Вступ | 6 |
| 1 Маркетингова діяльність у сфері пасажирських залізничних перевезень України | 11 |
| 1.1 Загальні поняття принципів маркетингу та їх сутність | 11 |
| 1.2 Основні принципи транспортного маркетингу | 14 |
| 1.3 Характеристика напрямів маркетингових досліджень пасажирських залізничних перевезень в Україні на сучасному етапі | 18 |
| 1.4 Характеристика Пасажирської компанії АТ «Укрзалізниця» | 23 |
| 1.5 Маркетингова діяльність Пасажирської компанії АТ «Укрзалізниця» | 26 |
| 1.6 Характеристика вагонної дільниці Пасажирської компанії АТ «Укрзалізниця» | 28 |
| 2. Аналіз пасажирських перевезень в Україні | 31 |
| 2.1 Аналіз ринку пасажирських перевезень за видами транспорту | 31 |
| 2.2 Аналіз техніко-економічних показників роботи структурного підрозділу Пасажирської компанії АТ «Укрзалізниця» за період 2018-2022 роки | 42 |
| 2.3 Аналіз основних виробничих фондів Пасажирської компанії АТ «Укрзалізниця» | 54 |
| 3 Економічна оцінка заходів з підвищення ефективності господарської діяльності структурного підрозділу АТ «Укрзалізниця» | 61 |

| | | | | | | | | |
|-----------|------|-----------|--------|------|---|---------|------|---------|
| | | | | | МРЕ. 300.01.14.05 ПЗ | | | |
| Змн | Арк. | № докум. | Підпис | Дата | | | | |
| Розроб. | | Ромашко | | | Підвищення ефективності структурного підрозділу залізничного транспорту на принципах маркетингу | Літ. | Арк. | Арк/шіт |
| Перевір. | | Калабухін | | | | 4 | 94 | |
| Реценз. | | Каменева | | | | УкрДУЗТ | | |
| Н. контр. | | Мкртичян | | | | | | |
| Затверд. | | Зоріна | | | | | | |

| | |
|--|----|
| 3.1 Загальні положення ефективності діяльності підприємства | 61 |
| 3.2 Методика розрахунку економічного ефекту | 64 |
| 3.3 Маркетинговий підхід до підвищення ефективності Пасажирської компанії | 67 |
| 3.4 Характеристика заходу з оновлення ремонтної бази пасажирських вагонів | 68 |
| 3.5 Характеристика заходу з оновлення системи кондиціонування повітря пасажирських вагонів | 77 |
| Висновки | 84 |
| Перелік використаних джерел | 87 |
| Додаток А | 95 |

| | | | | | | |
|------|------|----------|--------|------|--|------|
| | | | | | | Арк. |
| | | | | | | 5 |
| Змн. | Арк. | № докум. | Підпис | Дата | | |

Список використаних джерел

- 1 Бойко О. В., Шевченко Л. М. Інноваційні моделі управління пасажирськими перевезеннями на залізничному транспорті. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2021. № 73. С. 45–53.
- 2 Мельник С. О. Стратегічне управління конкурентоспроможністю залізничного транспорту України. Економіка залізничного транспорту. 2019. № 12. С. 15–22.
- 3 Савчук О. В., Мороз Ю. П. Вплив тарифної політики на попит у секторі пасажирських залізничних перевезень. Науковий вісник НГУ. 2021. № 4. С. 34–40.
- 4 Полякова О.Ю., Ткаченко В.М. (2020). Конкурентні стратегії на ринку пасажирських автоперевезень України. Харків: ХНАДУ. 192 с.
- 5 Григоренко І. П., Сидоренко Т. В. Ефективність впровадження високошвидкісного руху в Україні: економічний аналіз. Збірник наукових праць УкрДУЗТ. 2022. Вип. 185. С. 89–98.
- 6 Федоренко В. О. Інвестиційна модель розвитку залізничної інфраструктури в умовах конкуренції. Інвестиції: практика та досвід. 2022. № 22. С. 55–61.
- 7 Бараш Ю. С. Теоретично-методичний підхід до визначення конкурентоспроможності послуг, що надаються пасажирськими видами транспорту / Ю. С. Бараш, А. А. Покотілов, Т. Ю. Чаркіна // Вісн. ДНУЗТ. –2011. – Вип. 38. – С. 233–237.
- 8 Котлер Ф., Армстронг Г., Харіс Л., П'єр Ч. Основи маркетингу. / Переклад з англ. за ред. С. М. Ілляшенка. – Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2022. – 672 с.
- 9 Ілляшенко С. М. Маркетинг: теорія та практика. В 2 ч. Ч. 1. Основи маркетингу. Маркетингові дослідження. Стратегії маркетингу. – Суми : Університетська книга, 2020. – 378 с.
- 10 Шевченко Д. А. Основи маркетингу: навчальний посібник. – Київ :

Центр учбової літератури, 2023. – 408 с.

11 Крикавський Є. В., Чиханська Ю. І., Гаврильчик Н. В. Маркетинг: Основи теорії та практики: підручник. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2019. – 484 с.

12 Чиханська Ю. І., Гаврильчик Н. В., Потебня М. В. Сучасний маркетинг: підручник. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2024. – 420 с.

13 Вовк І. П., Костюк Я. О., Сороко В. М. Основи маркетингу: навчальний посібник. – Тернопіль : ТНЕУ, 2021. – 320 с.

14 Єрмошенко М. М., Єрмошенко О. Ю., Пірогова Н. В. Маркетинг: навчальний посібник. – Київ : КНЕУ, 2022. – 511 с.

15 Портер М. Є. Конкурентна стратегія: Методика аналізу галузей та діяльності конкурентів / Пер. з англ. – Київ : Наш формат, 2020. – 456 с.

16 Лаба В. Г., Пилип'як А. Г. Цифровий маркетинг: інтеграція в традиційні принципи: монографія. – Львів : «Бескид Біт», 2023. – 215 с.

17 Марченко А. В., Сігаєва В. В. Основи маркетингу в умовах цифровізації: навчальний посібник. – Харків : Вид. «Діса плюс», 2021. – 288 с.

18 Сенишин О.С. Маркетинг: Навч. посібник / О.С. Сенишин, О.В. Кривешко. – Львів: Львівський національний університет імені Івана ранка, 2020. – 347 с.

19 Балацький Є.О. Маркетинг: Навч. посібник / Є.О. Балацький, А.Ф. Бондаренко. – Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2015. – 397 с.

20 Лаврова Ю.В. Маркетинг. Класичні положення і особливості застосування на транспорті: конспект лекцій / Ю.В. Лаврова – Харків: Изд-во ХНАДУ, 2012. – 227 с.

21 Шканова О.М. Маркетинг послуг: Навч. посібник / О.М. Шканова. – К.: Кондор, 2012. – 220 с.

22 Ткаченко В.А. Маркетинг послуг: Навч. посібник / В.А. Ткаченко. – К.: ЦУЛ, 2014. – 244 с.

23 Дзьобань О. П., Іванов В. М., Мазур О. Й. Маркетинг на транспорті: навчальний посібник. – Київ: ЦП «Компринт», 2020. – 260 с.

- 24 Князевич А. А., Савчук О. В., Захарченко О. В. Маркетингові дослідження на транспорті: монографія. – Харків: ХНАДУ, 2021. – 192 с.
- 25 Петренко Н. О., Кравченко М. В. Стратегічний маркетинг транспортних послуг: підручник. – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2019. – 318 с.
- 26 Савчук О. В., Баштаннік В. О. Маркетингове управління транспортним підприємством: монографія. – Харків: Мадрид, 2022. – 168 с.
- 27 Шрамко Н. В., Уваров В. С., Ніколаєнко А. В. Інструменти транспортного маркетингу в умовах цифровізації: навчальний посібник. – Дніпро: Акцент ПП, 2023. – 144 с.
- 28 Ковальова М. П., Мельник О. Г. Маркетинг логістичних та транспортних послуг: навчальний посібник. – Київ: КНУТД, 2021. – 212 с.
- 29 Герасимчук Н. А., Онищенко С. П., Борисюк І. В. Маркетингова політика транспортно-експедиторських компаній: монографія. – Луцьк: Вежа-Друк, 2020. – 180 с.
- 30 Мірошніченко Н. Ф., Ткаченко О. В. Маркетинг пасажирських перевезень: навчальний посібник. – Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2023. – 175 с.
- 31 Дмитренко Г. А., Кузьмін О. Є., Мельничук О. П. Цифровий маркетинг на транспорті: сучасні тренди та технології: монографія. – Київ: Ліра-К, 2022. – 156 с.
- 32 Войтович І. В., Корнієнко В. В. Маркетингові комунікації в транспортній сфері: монографія. – Тернопіль: ТНТУ ім. І. Пулюя, 2021. – 112 с.
- 33 Шевчук Т. А., Олійник А. М., Козловський І. Р. Управління маркетингом на автомобільному транспорті: навчальний посібник. – Львів: Новий Світ-2000, 2020. – 188 с.
- 34 Федоренко В. Г., Гончарук В. М., Сидоренко О. В. Маркетинг у залізничному транспорті: проблеми та перспективи: колективна монографія. – Київ: УкрНТЕК, 2022. – 210 с.
- 35 Ковальчук М. В., Петренко О. М. Маркетинг транспортних послуг: теорія та практика. Київ: КНЕУ, 2020. 320 с.

36 Зоріна О.І. Маркетинг транспортних послуг: Навч. посібник / О.І. Зоріна, В.А. Волохов, І.В. Волохова та ін.; за ред.. О.І. Зоріної. – Харків: УкрДУЗТ, 2018. – 305 с.

37 Вачевський М.В. Маркетинг у сфері транспортних послуг: Навч. посібник / М.В. Вачевський, В.Г. Скотний. – К.: ЦНЛ, 2011. – 232 с.

38 Лисенко В. М. Транспортний маркетинг у системі забезпечення якості пасажирських перевезень. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2020. № 3. С. 120–130.

39 Стасюк О. М., Чмирьова Л. Ю., Федяй Н. О. Ринки вантажних та пасажирських перевезень в Україні: проблеми та тенденції. Ефективна економіка. 2020. № 9. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8199> (16.10.2021).

40 Кіндзерський Ю.В., Шульга М.О., Заблоцький М.Б. та ін. (2021). Трансформація ринку пасажирських перевезень в умовах децентралізації та цифровізації. Київ: ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України». 278 с.

41 Дмитриченко М.Ф., Батраченко О.В., Сиротюк М.М. (2022). Розвиток ринку пасажирських залізничних перевезень в Україні: стан, проблеми, перспективи. Київ: Дніпровський національний університет залізничного транспорту. 215 с.

42 Бойко А.О., Савчук В.С. (2023). Сучасний стан та тенденції розвитку ринку пасажирських автомобільних перевезень в Україні. Вісник економіки транспорту і промисловості, (81), 21–34. <https://doi.org/10.18664/338.47:338.45.v0i81.276381>

43 Коваленко О.В., Мельник О.М. (2022). Вплив пандемії COVID-19 на динаміку ринку пасажирських перевезень міським електричним транспортом. Ефективна економіка, (3). <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2022.3.68>

44 Завадська Л.В., Петренко Л.М. (2021). Конкурентне середовище на ринку пасажирських перевезень: регіональний аспект. Бізнес Інформ, (3), 134–140. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-3-134-140>

45 Шевчук В.Я., Кравченко М.П. (2020). Державне регулювання ринку пасажирських перевезень: проблеми та шляхи вдосконалення. Публічне управління та регіональний розвиток, (8), 757–772. <https://doi.org/10.34132/pard2020.08.05>

46 Тимошенко О.Г., Прокопенко О.В. (2024). Стратегічні напрями розвитку ринку пасажирських перевезень з урахуванням європейського досвіду. Інфраструктура ринків, (71), 156-162. <https://doi.org/10.32782/infrastruct71-24>

47 Баранник Н.В., Сидоренко О.О. (2019). Маркетингові комунікації на ринку пасажирських авіаперевезень України. Маркетинг і цифрові технології, 3(4), 62-74. <https://doi.org/10.15276/mdt.3.4.2019.6>

48 Ткачук Р. М., Гончарук І. В. Маркетингові дослідження ринку пасажирських перевезень України (2017-2023 рр.). Бізнес-інформ. 2023. № 8. С. 210-217.

49 Ярова В.В., Велієва В.О. Теорія економічного аналізу: навч. посібник для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальностей: 051 «Економіка», 073»Менеджмент», 281 «Публічне управління та адміністрування». Харків. ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. 2021.115 с.

50 Конспект лекцій з дисципліни «Економічний аналіз» для студентів усіх форм навчання / Укл. Н.І. Синькевич, О.Р. Мазуренок., - Тернопіль, ТНТУ імені Пуляю, 2021. – 100 с.

51 Конспект лекцій з дисципліни «Економічний аналіз» для студентів усіх форм навчання / Укл. Н.І. Синькевич, О.Р. Мазуренок., - Тернопіль, ТНТУ імені Пуляю, 2021. – 100 с.

52 Ковальчук К.Ф. Аналіз господарської діяльності: теорія, методика, розбір конкретних ситуацій. / К.Ф. Ковальчук. – Київ: ЦНПЛ, 2022. – 328 с.

53 Єршова Н. Ю. Економічний аналіз [Електронний ресурс] : навч. посібник / Н. Ю. Єршова ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Електрон. текст. дані. – Харків, 2023. – 190 с. – Представлено: с. 1-26 ; 186-190. – URI: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/66910>.

54 Економічний аналіз [Електронний ресурс] : методичні рекомендації до практичних завдань для студентів спеціальності 051 «Економіка» освітньої програми «Економіка підприємства» першого (бакалаврського) рівня / уклад. М. П. Мартіянова, Н. М. Усенко. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2024. – 84 с.

55 Технології економічного аналізу [Електронний ресурс] рекомендації до виконання курсової роботи: навч. посіб. для здобувачів ступеня бакалавр за освіт. програмою «Економічна аналітика» спеціальності 051 «Економіка» / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; уклад.: М.М. Дученко, І.В. Шостак – Електрон. текст. дані (1 файл). – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2025. – 51 с.

56 Синькевич Н.І. «Економічний аналіз»: Курс лекцій. – Тернопіль: ТНТУ імені Івана Пулюя, 2018 р. – 97 с.

57 Серединська В.М. Економічний аналіз. Навчальний посібник / В.М. Серединська, О.М. Загородна, Р.В. Федорович. – Тернопіль: Видавництво Астон, 2010. – 624 с.

58 Волкова Н.А. Економічний аналіз: Навч. посібник. / Н.А Волкова, Р.М. Волчек, О.М. Гайдаєнко. – Одеса: ОНЕУ, ротапринт. – 2015. – 310 с.

59 Парасій-Вергуненко І.М. Аналіз господарської діяльності [Електронний ресурс]: підручник / І.М. Парасій-Вергуненко: за ред. Л.М. Кіндрацької. – К.: КНЕУ, 2016. – 629 с.

60 Тринька Л. Я., Липчанська (Іванчук) О. В. Економічний аналіз: навч.-метод. посіб. / Л. Я. Тринька, О. В. Липчанська (Іванчук). – Київ : Алерта, 2013. – 568 с.

61 Теорія економічного аналізу : навч. посіб. / О. І. Дацій [та ін.]. – Дніпропетровськ : Біла К.О., 2014. – 235 с.

62 Дикань В.Л. Техніко-економічний аналіз діяльності підприємств залізничного транспорту: підручник / В.Л. Дикань, В.В. Компанієць, І.Л. Назаренко. – Харків: УкрДАЗТ, 2013. – 504 с.

63 Довідник основних показників роботи регіональних філій АТ «Укрзалізниця» (2010-2024 рр.). – К.: Укрзалізниця, 2025. – 41 с.

64 Офіційний сайт Міністерства транспорту України: [Електрон. ресурс]. – Режим доступу:

https://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publ8_u.htm

65 Економіка залізничного транспорту: навч. посіб. / М. В. Макаренко, В. П. Яновська, В. І. Творонович, О. Р. Приймук та ін.; кер. кол. авт. і наук. ред. В. П. Яновська. – 2-ге вид., перероб. – К. : Проф. книга, 2019. – 376 с.

66 Матусевич О. О. Засоби підвищення ефективності залізничних пасажирських перевезень та методи їх реалізації / О. О. Матусевич // Зб. наук. пр. Держ. економіко-технологічного ун-ту трансп. Сер. «Економіка і управління». – Київ : ДЕГУТ, 2013. – Вип. 23–24. – С. 142-149.

67 Павленко С. К., Кравчук А. В. Методика оцінки ефективності структурних підрозділів залізничного транспорту. Економіка та держава. 2023. № 5. С. 67-72.

68 Шевчук А. М., Білик І. Р. Методи техніко-економічного обґрунтування інноваційних рішень на залізничному транспорті. Економіка і прогнозування. 2024. № 1. С. 88-99.