

УДК 657:339.562:631.1
DOI 10.15673/fe.v18i2.3578

Павлюковець М.П.

кандидат економічних наук
відділ обліку та оподаткування
Національний науковий центр
«Інститут аграрної економіки»
вул. Героїв Оборони, 10, м. Київ, Україна, 03127
E-mail: nick_mad@ukr.net
ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0006-8949-6496>

Гнатєєва Т.М.

кандидат економічних наук, доцент
кафедра обліку і оподаткування
Одеський державний аграрний університет
вул. Пантелеймонівська, 13, м. Одеса, Україна, 65012
E-mail: hnatieva_tn@ukr.net
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6071-0889>

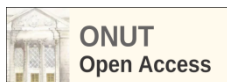
Замлинська О.В.

кандидат економічних наук, доцент
кафедра економічної теорії і економіки підприємства
Одеський державний аграрний університет
вул. Пантелеймонівська, 13, м. Одеса, Україна, 65012
E-mail: olgazamlynska@gmail.com
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6701-7198>

ДИДЖИТАЛІЗАЦІЯ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МАРКЕТИНГУ ТА ЛОГІСТИКИ В ІМПОРТІ АГРАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ

У статті обґрунтовано, що сучасна диджиталізація суттєво трансформує класичні підходи до організації маркетингової діяльності, логістики та обліково-аналітичного забезпечення імпортерських операцій аграрних підприємств. Доведено, що використання новітніх цифрових технологій безпосередньо сприяє наскрізній автоматизації рутинних бізнес-процесів, підвищенню оперативності збору й обробки первинної інформації, а також кардинальному покращенню якості обґрунтування стратегічних управлінських рішень. Визначено, що особливого значення в сучасних умовах глобальної цифрової трансформації набуває інтегроване використання спеціалізованих платформ, а саме ERP-, CRM-, WMS- та BI-систем. Дані інструменти забезпечують синергетичну консолідацію інформаційних потоків про закупівлі, міжнародну логістику, фінансові результати та загальну ефективність діяльності підприємства, що дозволяє забезпечити оперативний контроль імпортерських операцій, підвищити прозорість ланцюгів постачання та суттєво знизити рівень супутніх витрат. Обґрунтовано, що цифровізація обліково-аналітичного забезпечення створює надійні передумови для підвищення ефективності маркетингових і логістичних процесів, забезпечує безперервність формування аналітичних даних та сприяє мінімізації специфічних ризиків, пов'язаних із здійсненням імпортерської діяльності в агробізнесі. Практичне значення отриманих результатів полягає у можливості безпосереднього використання запропонованих підходів для вдосконалення архітектури системи управління імпортерськими операціями вітчизняних агропідприємств, підвищення внутрішньої прозорості їхніх бізнес-процесів та комплексної оптимізації транзакційних і логістичних витрат в умовах масштабної цифрової трансформації економіки.

Ключові слова: обліково-аналітичне забезпечення, аграрні підприємства, імпортерські операції, диджиталізація, маркетинг, логістика, ERP-системи, цифрова трансформація.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)
<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. У сучасних умовах цифрової трансформації економіки та розвитку міжнародної торгівлі аграрні підприємства активно використовують імпортерські операції для забезпечення стабільності виробництва, розширення асортименту продукції та підтримання конкурентоспроможності на внутрішньому ринку. Імпорт аграрної продукції охоплює складний комплекс бізнес-процесів, пов'язаних із маркетинговим аналізом зовнішніх ринків, вибором постачальників, укладанням

зовнішньоекономічних контрактів, організацією логістики, митним оформленням та фінансовими розрахунками.

В умовах посилення конкуренції та нестабільності зовнішнього середовища особливого значення набуває ефективність управління імпортерськими операціями. Це обумовлює необхідність формування сучасної системи обліково-аналітичного забезпечення, яка дозволяє забезпечити контроль витрат, оперативність обробки інформації та підвищення якості управлінських рішень. Диджиталізація суттєво трансформує підходи до

організації маркетингової діяльності, логістики та обліку. Використання ERP- та CRM-систем, електронного документообігу, цифрових логістичних платформ та аналітичних інструментів сприяє автоматизації бізнес-процесів, підвищенню прозорості імпортерських операцій та зниженню рівня операційних ризиків.

Особливо актуальним це є для аграрних підприємств, діяльність яких характеризується високою залежністю від логістичних процесів, валютних коливань та змін ринкової кон'юнктури. У таких умовах цифровізація обліково-аналітичного забезпечення дозволяє підвищити ефективність управління імпортерськими операціями та забезпечити адаптацію підприємств до сучасних умов функціонування.

Сучасні дослідження також свідчать про активне поширення цифрових технологій у сфері агробізнесу, зокрема у системах управління постачанням, предиктивній аналітиці, автоматизації виробничих процесів, обліково-аналітичному забезпеченні маркетингових комунікацій [8-10]. Таким чином, дослідження особливостей диджиталізації обліково-аналітичного забезпечення маркетингу та логістики в імпорті аграрної продукції є актуальним науковим і практичним завданням.

Аналіз останніх публікацій по проблемі.

Проблематика цифрової трансформації маркетингу, логістики та обліково-аналітичного забезпечення підприємств є предметом досліджень багатьох вітчизняних і зарубіжних науковців. У працях Ф. Котлера та К. Келлера [1] маркетинг розглядається як система управління ринковою діяльністю підприємства, що в умовах цифровізації набуває нових форм реалізації через використання сучасних інформаційних технологій.

Дослідження Д. Бауерсокса, Д. Клосса та М. Купера [2] присвячені питанням логістичного управління та організації ланцюгів постачання. Автори підкреслюють важливість інформаційного забезпечення логістичних процесів та координації матеріальних потоків.

М. Крістофер [3] акцентує увагу на ролі цифрових технологій у трансформації логістики та підвищенні ефективності управління постачанням. У свою чергу, результати досліджень Т. Станка та інших науковців [4] свідчать про позитивний вплив використання сучасних інформаційних систем на ефективність логістичних і маркетингових процесів.

Питання цифрової трансформації бізнес-процесів досліджуються також у роботах Р. Verhoef та співавторів [5], де обґрунтовується вплив цифровізації на зміну підходів до управління підприємствами та формування нових конкурентних переваг.

Окрему увагу питанням цифровізації логістичних процесів приділено у праці М. Ngyhorak, N. Trushkina та інших дослідників [6], які розглядають трансформацію логістичних бізнес-моделей під впливом цифрових технологій. Разом з тим, питання диджиталізації обліково-аналітичного забезпечення маркетингу та логістики саме в імпорті

аграрної продукції залишаються недостатньо дослідженими. Це обумовлює необхідність подальших наукових досліджень у даному напрямі.

Формулювання цілей дослідження. Метою статті є дослідження особливостей диджиталізації обліково-аналітичного забезпечення маркетингу та логістики в імпорті аграрної продукції, а також обґрунтування ролі цифрових технологій у підвищенні ефективності управління імпортерськими операціями аграрних підприємств.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування. Імпорт аграрної продукції в сучасних умовах характеризується значною складністю організації бізнес-процесів, що обумовлено необхідністю координації маркетингових, логістичних, фінансових та облікових операцій. Особливого значення набуває оперативність обробки інформації, оскільки ефективність імпортерської діяльності значною мірою залежить від швидкості прийняття управлінських рішень.

Диджиталізація імпортерських операцій сприяє трансформації традиційних підходів до управління підприємством. Використання цифрових технологій дозволяє автоматизувати значну частину бізнес-процесів, пов'язаних із закупівлею продукції, контролем постачання, логістикою та обліком витрат.

У сфері маркетингу цифрові технології забезпечують можливість аналізу зовнішніх ринків, моніторингу цін, оцінки діяльності постачальників та прогнозування попиту. Використання CRM-систем дозволяє накопичувати інформацію про контрагентів, аналізувати результати співпраці та формувати ефективну політику закупівель.

У логістичній діяльності цифровізація проявляється у використанні електронних платформ для управління постачанням, GPS-моніторингу перевезень, систем контролю запасів та автоматизованого управління складськими процесами. Це дозволяє забезпечити прозорість логістичних операцій та знизити рівень витрат [2; 3].

Крім того, цифрові технології сприяють мінімізації ризиків, пов'язаних із затримками постачання, помилками у документації та недостатньою координацією між учасниками імпортерських операцій.

В умовах цифрової трансформації економіки суттєво змінюються підходи до організації обліково-аналітичного забезпечення підприємств. Традиційні методи ведення обліку поступово замінюються автоматизованими інформаційними системами, які забезпечують оперативність обробки даних та підвищують якість аналітичної інформації.

Для аграрних підприємств, що здійснюють імпортерські операції, цифровізація обліку має особливе значення, оскільки дозволяє контролювати значну кількість операцій, пов'язаних із валютними розрахунками, логістичними витратами, митним оформленням та рухом товарів.

Використання ERP-систем забезпечує інтеграцію даних про закупівлі, логістику, фінанси та складські запаси в єдиному інформаційному середовищі. Це дозволяє підприємству оперативно отримувати інформацію про витрати імпортерських

операцій, контролювати виконання контрактів та аналізувати ефективність постачання.

Подальший розвиток цифрових технологій та інтелектуальних інформаційних систем сприяє формуванню нових підходів до управління бізнес-процесами та підвищенню ефективності діяльності підприємств [7].

Одним із важливих напрямів цифровізації є впровадження електронного документообігу.

Електронні контракти, інвойси, транспортні документи та митні декларації дозволяють скоротити час обробки інформації та мінімізувати ризики помилок. Крім того, цифрові аналітичні інструменти забезпечують можливість оцінки рентабельності імпорتنих операцій, аналізу структури витрат та прогнозування фінансових результатів. Це сприяє підвищенню обґрунтованості управлінських рішень та ефективності діяльності підприємства [5; 6].

Таблиця 1

Цифрові інструменти у системі маркетингу, логістики та обліково-аналітичного забезпечення імпорتنих операцій аграрних підприємств*

Сфера використання	Цифровий інструмент	Основне призначення	Результат використання
Маркетинг	CRM-системи ринку	Аналіз постачальників та ринку	Підвищення ефективності закупівель
Логістика	GPS-моніторинг	Контроль перевезень	Зниження логістичних ризиків
Складський облік	WMS-системи	Управління складськими запасами	Оптимізація складських процесів
Облік	ERP-системи	Інтеграція облікових даних	Оперативність управління
Документообіг	Електронні документи	Автоматизація документів	Скорочення часу обробки
Аналітика	BI-системи	Аналіз витрат та результатів	Підвищення якості рішень

*Джерело: складено авторами на основі [1-4; 7; 10].

Наведена у таблиці 1 систематизація цифрових інструментів свідчить про суттєвий вплив диджиталізації на організацію маркетингових, логістичних та обліково-аналітичних процесів у сфері імпорту аграрної продукції.

Використання CRM-систем дозволяє підприємствам більш ефективно здійснювати аналіз ринку та взаємодію з постачальниками, тоді як цифрові логістичні рішення забезпечують контроль переміщення товарів та оптимізацію складських процесів.

Особливого значення набувають ERP- та BI-системи, які забезпечують інтеграцію даних та формування аналітичної інформації для прийняття управлінських рішень. Це дозволяє підвищити прозорість імпорتنих операцій, скоротити витрати та забезпечити більш ефективне управління діяльністю підприємства.

Запропонована модель відображає взаємозв'язок основних цифрових інструментів, що використовуються у системі маркетингу, логістики та обліково-аналітичного забезпечення імпорتنих операцій аграрних підприємств. Центральне місце у моделі займає обліково-аналітичне забезпечення, яке забезпечує інтеграцію інформації про маркетингову діяльність, логістичні процеси, документообіг та результати діяльності підприємства.

Використання цифрових платформ та аналітичних систем сприяє підвищенню оперативності управління, покращенню контролю витрат та формуванню інформаційної основи для прийняття управлінських рішень.

Незважаючи на значні переваги цифровізації, впровадження сучасних інформаційних технологій у

діяльність аграрних підприємств супроводжується рядом проблем. До основних із них належать значні витрати на впровадження цифрових систем, необхідність адаптації персоналу до нових умов роботи, а також ризики, пов'язані з кібербезпекою та захистом інформації. Крім того, окремі підприємства стикаються із проблемами інтеграції різних інформаційних систем, що може ускладнювати обмін даними між підрозділами та знижувати ефективність використання цифрових рішень.

Разом з тим, подальший розвиток цифрових технологій створює значні перспективи для вдосконалення обліково-аналітичного забезпечення імпорتنих операцій. Використання хмарних технологій, автоматизованої аналітики та сучасних цифрових платформ сприятиме підвищенню прозорості діяльності підприємств, скороченню витрат та покращенню якості управління.

Поширення цифрових технологій у країнах Європейського Союзу підтверджується результатами міжнародних досліджень цифрової економіки та суспільства, які свідчать про зростання ролі цифрових рішень у сфері управління підприємствами [9].

Цифровізація обліково-аналітичного забезпечення імпорتنих операцій створює передумови для підвищення ефективності управління діяльністю аграрних підприємств. Використання сучасних інформаційних технологій дозволяє забезпечити оперативність отримання даних, підвищити точність облікової інформації та покращити координацію між структурними підрозділами підприємства.

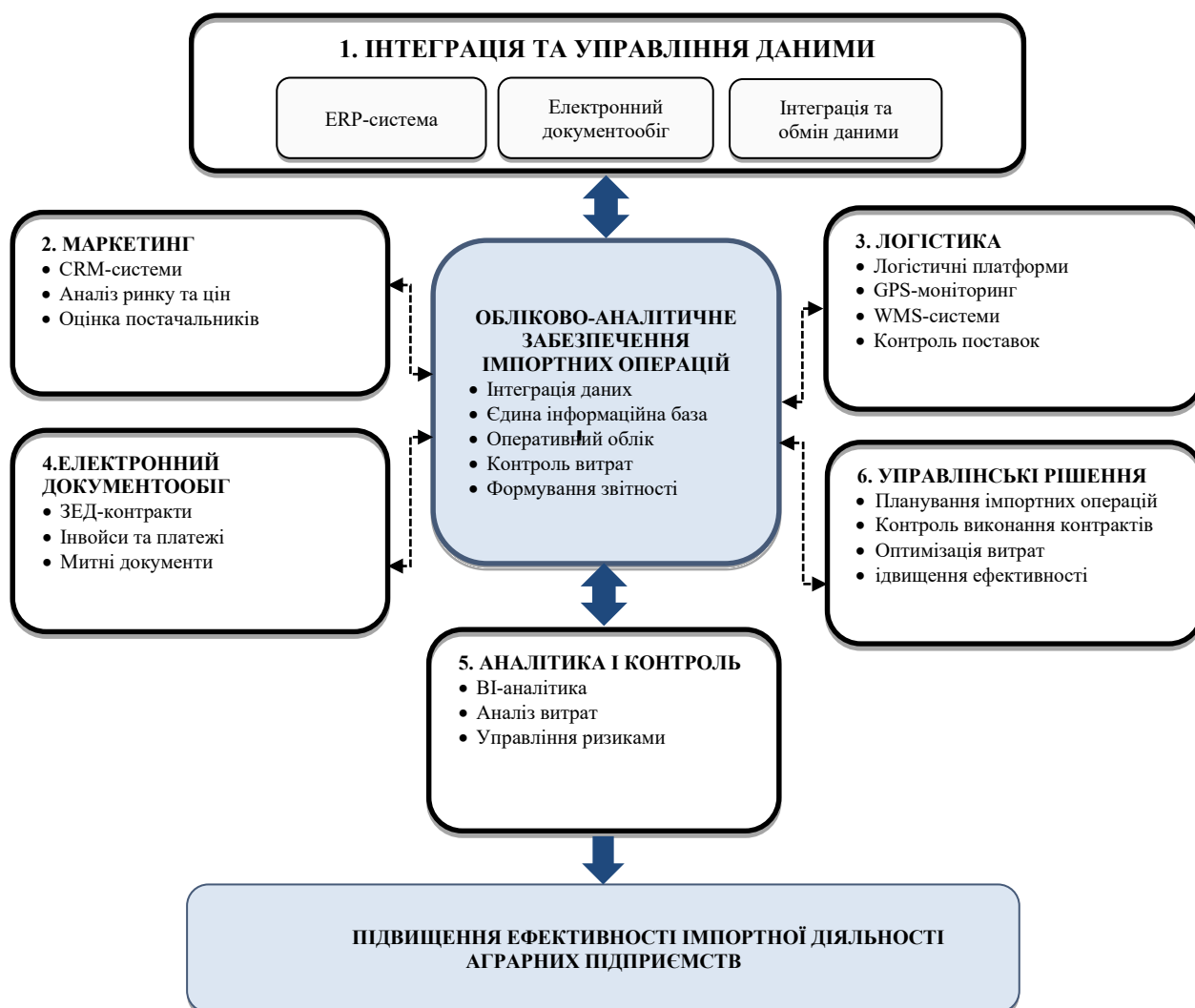


Рис. 1. Цифрове середовище обліково-аналітичного забезпечення імпортних операцій аграрних підприємств*

**Джерело: сформовано авторами*

Однією з ключових переваг є автоматизація процесів обробки інформації. Це дозволяє скоротити обсяг ручної роботи, мінімізувати ризик помилок та забезпечити оперативне формування звітності. Особливого значення це набуває у сфері імпортних операцій, де підприємства працюють із великим обсягом документів та значною кількістю контрагентів.

Використання цифрових платформ сприяє підвищенню прозорості логістичних процесів. Завдяки системам GPS-моніторингу та електронного контролю перевезень підприємства мають можливість відстежувати переміщення продукції у режимі реального часу, що дозволяє оперативно реагувати на можливі затримки або порушення умов постачання. Крім того, цифрові аналітичні інструменти забезпечують можливість оцінки ефективності імпортних операцій, аналізу структури витрат та прогнозування фінансових результатів. Це дозволяє керівництву підприємства приймати більш

обґрунтовані управлінські рішення та підвищувати ефективність використання ресурсів.

Важливою перевагою цифровізації є також можливість інтеграції різних інформаційних систем у єдине цифрове середовище. Це забезпечує взаємозв'язок маркетингових, логістичних та облікових процесів без необхідності дублювання інформації та сприяє підвищенню ефективності управління імпортною діяльністю.

У сучасних умовах цифрові технології стають одним із ключових факторів підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств. Їх використання дозволяє не лише автоматизувати окремі бізнес-процеси, але й формувати нові підходи до управління імпортною діяльністю. Використання цифрових систем сприяє скороченню часу обробки інформації та підвищенню швидкості прийняття управлінських рішень. Це є особливо важливим для імпортних операцій, які характеризуються високою динамічністю та значною залежністю від змін зовнішнього середовища.

Цифрові технології також забезпечують можливість більш ефективного контролю витрат. Автоматизований аналіз витрат на транспортування, митне оформлення, зберігання продукції та валютні операції дозволяє підприємствам виявляти найбільш витратні етапи імпортерних процесів та визначати напрями їх оптимізації. Окремого значення набуває використання цифрової аналітики для прогнозування результатів діяльності. Сучасні інформаційні системи дозволяють аналізувати тенденції ринку, оцінювати ефективність співпраці з постачальниками та формувати прогнози щодо майбутніх витрат і фінансових результатів.

Таким чином, використання цифрових технологій у системі обліково-аналітичного забезпечення маркетингу та логістики сприяє підвищенню ефективності імпортерної діяльності аграрних підприємств, забезпечує оперативність формування аналітичної інформації та створює умови для прийняття більш обґрунтованих управлінських рішень. маркетингу та логістики сприяє підвищенню ефективності імпортерної діяльності аграрних підприємств, забезпечує покращення якості управлінських рішень та створює умови для адаптації підприємств до сучасних умов функціонування.

Висновки та перспективи подальших досліджень. У результаті проведеного дослідження встановлено, що диджиталізація суттєво трансформує підходи до організації маркетингової діяльності, логістики та обліково-аналітичного забезпечення імпортерних операцій аграрних підприємств. Використання сучасних цифрових технологій сприяє автоматизації бізнес-процесів, підвищенню оперативності обробки інформації та покращенню якості управлінських рішень.

Визначено, що особливого значення в умовах цифрової трансформації набуває використання ERP-,

CRM-, WMS- та BI-систем, які забезпечують інтеграцію інформації про закупівлі, логістику, фінанси та результати діяльності підприємства. Це дозволяє забезпечити більш ефективний контроль імпортерних операцій, підвищити прозорість бізнес-процесів та знизити рівень витрат. Обґрунтовано, що цифровізація обліково-аналітичного забезпечення створює передумови для підвищення ефективності маркетингових і логістичних процесів, забезпечує оперативність формування аналітичної інформації та сприяє мінімізації ризиків, пов'язаних із імпортерною діяльністю.

Разом з тим, впровадження цифрових технологій супроводжується рядом проблем, серед яких значні витрати на автоматизацію, необхідність адаптації персоналу та ризики кібербезпеки. Незважаючи на це, подальший розвиток цифрових технологій створює значні перспективи для вдосконалення системи управління імпортерними операціями аграрних підприємств. Практичне значення отриманих результатів полягає у можливості використання запропонованих підходів для вдосконалення системи управління імпортерними операціями аграрних підприємств, підвищення прозорості бізнес-процесів та оптимізації витрат в умовах цифрової трансформації економіки. Напрямок подальших досліджень є обґрунтування теоретико-методологічних засад (зокрема методології формування динамічної собівартості імпортерованої продукції) та розробка практичних рекомендацій щодо інтеграції інструментів штучного інтелекту, технологій блокчейн та предиктивної аналітики в єдину цифрову екосистему обліково-аналітичного забезпечення, що дозволить трансформувати систему управління імпортерними та експортерними операціями аграрних підприємств у високоадаптивну, прозору та стійку до зовнішніх шоків модель.

Література

1. Kotler P., Keller K. Marketing Management. 15th ed. Pearson Education Limited, 2016. 714 p.
2. Bowersox D. J., Closs D. J., Cooper M. B. Supply Chain Logistics Management. 4th ed. New York: McGraw-Hill, 2013. 496 p.
3. Christopher M. Logistics and Supply Chain Management. 5th ed. Pearson UK, 2016. 328 p.
4. Stank T. P., Daugherty P. J., Ellinger A. E. Marketing-Logistics Integration and Firm Performance // *The International Journal of Logistics Management*. 1999. Vol. 10. No. 1. pp. 11–24.
5. Verhoef P. C., Broekhuizen T., Bart Y., Bhattacharya A., Dong J. Q., Fabian N., Haenlein M. Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda // *Journal of Business Research*. 2021. Vol. 122. pp. 889–901. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.022>
6. Hryhorak M., Trushkina N., Popkowski T., Molchanova K. Digital transformations of logistics customer service business models // *Intellectualization of Logistics and Supply Chain Management*. 2020. Vol. 1. P. 57–75. DOI: <https://doi.org/10.46783/smart-scm/2020-1-6>
7. Porter M. E., Heppelmann J. E. How smart, connected products are transforming competition // *Harvard Business Review*. 2014. Vol. 92. No. 11. P. 64–88.
8. Klerkx L., Jakku E., Labarthe P. A review of social science on digital agriculture, smart farming and agriculture 4.0: New contributions and a future research agenda // *NJAS – Wageningen Journal of Life Sciences*. 2019. Vol. 90–91. Iss. 1. P. 1–16. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.njas.2019.100315>
9. Digital Economy and Society Index (DESI). *European Commission*. URL: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/desi> (дата звернення: 02.04.2026)

10. Zamlynskyi V., Shchurovska A., Trishyn F. Analysis of data collection problems in integrated structures and their impact on the accuracy of predictive analytics in building business processes // *Economy of Ukraine*. 2025. Vol. 68. Iss. 6(763). P. 39-57. DOI: <https://doi.org/10.15407/economyukr.2025.06.039>

11. Шерстюк О. Л., Гнатєва Т. М., Ткачук Г. О. Маркетингові комунікації: сутність і завдання для бухгалтерського обліку. Актуальні проблеми інноваційної економіки та права. 2024. № 4. С. 14-19.

Стаття надійшла 12.04.2026

Стаття прийнята до друку 26.04.2026

Доступно в мережі Internet 15.07.2026

Pavliukovets M.

Accounting and Taxation Department

National Scientific Centre

"Institute of Agrarian Economics"

Heroiv Oborony str., 10, Kyiv, Ukraine, 03127

E-mail: nick_mad@ukr.net

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0006-8949-6496>

Hnatieva T.

Ph.D., Associate Professor

Department of Accounting and Taxation

Odessa State Agrarian University

Panteleimonovskaya, str.13, Odesa, Ukraine, 65012

E-mail: hnatieva_tn@ukr.net

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6071-0889>

Zamlynska O.

Ph.D., Associate Professor

Department of Economic Theory and Business Economics

Odessa State Agrarian University

Panteleimonovskaya, str.13, Odesa, Ukraine, 65012

E-mail: olgazamlynska@gmail.com

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6701-7198>

DIGITALIZATION OF ACCOUNTING AND ANALYTICAL SUPPORT OF MARKETING AND LOGISTICS IN THE IMPORT OF AGRICULTURAL PRODUCTS

The article is devoted to the study of the theoretical, methodological and practical principles of digital transformation of information support systems for foreign economic activity of enterprises of the agro-industrial complex. It has been determined that in modern conditions of global digital transformation, the integrated use of specialized platforms, namely ERP-, CRM-, WMS- and BI-systems, is of particular importance. These tools provide synergistic consolidation of information flows on procurement, international logistics, financial results and overall efficiency of the enterprise. This allows for operational control of import operations, increasing the transparency of supply chains and significantly reducing the level of associated costs. It has been substantiated that the digitalization of accounting and analytical support creates reliable prerequisites for increasing the efficiency of marketing and logistics processes, ensures the continuity of the formation of analytical data and helps minimize specific risks associated with the implementation of import activities in agribusiness. At the same time, the work identifies that the implementation of digital technologies is accompanied by a number of constraining problems, among which significant financial costs for automation, the need for long-term adaptation and staff training, as well as significant risks in the field of cybersecurity and commercial data protection have been highlighted. Despite the existing barriers, it has been substantiated that the further evolutionary development of digital technologies creates significant prospects for optimizing the management system for import operations of agricultural enterprises. The practical significance of the results obtained lies in the possibility of directly using the proposed approaches to improve the architecture of the import operations management system of domestic agricultural enterprises, increase the internal transparency of their business processes, and comprehensively optimize transaction and logistics costs in the context of the large-scale digital transformation of the economy.

Key words: accounting and analytical support, agricultural enterprises, import operations, digitalization, marketing, logistics, ERP systems, digital transformation.

References

1. Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
2. Bowersox, D. J., Closs, D. J., & Cooper, M. B. (2013). *Supply Chain Logistics Management* (4th ed.) McGraw-Hill.
3. Christopher, M. (2016). *Logistics and Supply Chain Management* (5th ed.) Pearson UK.

4. Stank, T. P., Daugherty, P. J., & Ellinger, A. E. (1999). Marketing-Logistics Integration and Firm Performance. *The International Journal of Logistics Management*, 10(1), 11–24.
5. Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Dong, J. Q., Fabian, N., & Haenlein, M. (2021). Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda. *Journal of Business Research*, 122, 889–901. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.022>
6. Hryhorak, M., Trushkina, N., Popkowski, T., & Molchanova, K. (2020). Digital transformations of logistics customer service business models. *Intellectualization of Logistics and Supply Chain Management*, 1, 57–75. DOI: <https://doi.org/10.46783/smart-scm/2020-1-6>
7. Porter, M. E., & Heppelmann, J. E. (2014). How smart, connected products are transforming competition. *Harvard Business Review*, 92(11), 64–88.
8. Klerkx, L., Jakku, E., & Labarthe, P. (2019). A review of social science on digital agriculture, smart farming and agriculture 4.0: New contributions and a future research agenda. *NJAS – Wageningen Journal of Life Sciences*, 90–91(1), 1–16. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.njas.2019.100315>
9. *Digital Economy and Society Index (DESI)*. European Commission. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/desi> (Retrieved April 02, 2026).
10. Zamlinskyi, V., Shchurovska, A., & Trishyn, F. (2025). Analysis of data collection problems in integrated structures and their impact on the accuracy of predictive analytics in building business processes. *Economy of Ukraine*, 68(6(763)), 39–57. DOI: <https://doi.org/10.15407/economyukr.2025.06.039>
11. Sherstiuk, O. L., Hnatieva, T. M., & Tkachuk, H. O. (2024). Marketynhovi komunikatsii: sutnist i zavdannia dlia bukhhaltenskoho obliku. *Aktualni problemy innovatsiinoi ekonomiky ta prava*, 4, 14–19.

Received 12 April 2026

Approved 26 April 2026

Available in Internet 15.07.2026

Цитування згідно ДСТУ 8302:20

Павлюковець М.П., Гнатєва Т.М., Замлинська О.В. Діджиталізиція обліково-аналітичного забезпечення маркетингу та логістики в імпорті аграрної продукції // Економіка харчової промисловості. 2026. Т.18, вип. 2. С. 73–79. doi 10.15673/fie.v18i2.3578

Cite as APA style citation

Pavliukovets, M., Hnatieva, T. & Zamlinska, O. (2026). Digitalization of accounting and analytical support of marketing and logistics in the import of agricultural products. *Food Industry Economics*, 18(2), 73–79. doi 10.15673/fie.v18i2.3578