

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра маркетингу та міжнародної логістики

Допущено до захисту
Завідувач кафедри МтаМЛ
д.е.н., проф. _____ Саєнсує М.А.
“ _____ ” _____ 2024 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавра**

зі спеціальності 075 Маркетинг
за освітньою програмою Маркетинг та міжнародна логістика

на тему: **«Удосконалення логістичної діяльності підприємства
(на прикладі ТОВ «ТЕК «ЗЕКТЕР»)»**

Виконавець:

студент факультету міжнародної
економіки
Ляхов Владислав Артурович

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник:

к.е.н., доцент

(науковий ступінь, вчене звання)
Обнявко Олександр Валентинович

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Одеса 2024

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	6
1.1. Сутність, елементи та організація логістичної діяльності підприємства.....	6
1.2. Методичні підходи до оцінювання ефективності управління логістичною діяльністю на сучасному підприємстві.....	14
1.3. Взаємозв'язок маркетингу та логістики в сучасних умовах господарювання.....	18
Висновки до розділу 1.....	29
РОЗДІЛ 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОЦЕСІВ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ТА ЛОГІСТИЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТОВ ТЕК «ЗЕКТЕР»	31
2.1. Техніко-економічна характеристика ТОВ ТЕК «ЗЕКТЕР».....	31
2.2. Аналіз маркетингового середовища та комплексу маркетингу ТОВ ТЕК «ЗЕКТЕР».....	48
2.3. Аналіз логістичній діяльності ТОВ ТЕК «ЗЕКТЕР».....	55
Висновки до розділу 2	62
РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДАЦІЇ З УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ТА ЛОГІСТИЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТОВ «ТЕК «ЗЕКТЕР»	65
3.1. Основні напрямки вдосконалення управління маркетинговою діяльністю підприємства.....	65
3.2. Економічне обґрунтування запропонованих рекомендацій для ТОВ ТЕК «ЗЕКТЕР».....	76
Висновки до розділу 3	84
ВИСНОВКИ	88
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	96

ВСТУП

Актуальність роботи. Успішне функціонування та конкурентоспроможність будь-якої організації безпосередньо залежить від грамотної взаємодії всіх підсистем підприємства, в тому числі й логістики. Запровадження пандемічного карантину змусило економіку адаптуватися до іншого режиму роботи. Однак деякі сектори (наприклад, охорона здоров'я, виробництво та продаж товарів першої необхідності) не в змозі перейти на повністю віддалений режим роботи. Логістика також ще не повністю віртуалізована. При можливому переході на дистанційний режим продовжуються поставки споживчих товарів і персональні замовлення, що ускладнює підприємствам пошук шляхів вдосконалення своєї логістичної діяльності.

Тема логістичних систем підприємств є важливим елементом цього дослідження. Це пов'язано з тим, що успішне функціонування та конкурентоспроможність будь-якої організації безпосередньо залежить від грамотної побудови логістичної системи компанії. Логістична діяльність компанії є частиною управління ланцюгами поставок, яка планує, впроваджує і управляє ефективним прямим і зворотним потоком товарів, послуг і пов'язаної з ними інформації між пунктами походження і споживання для задоволення потреб клієнтів. Логістичний менеджмент є важливим елементом роботи компанії, оскільки його діяльність впливає не тільки на внутрішні процеси, але й на відносини з клієнтами.

Проблематика управління та удосконалення логістичної діяльності знайшли своє відображення в багатьох публікаціях вітчизняних та зарубіжних дослідників. Серед яких слід виокремити : Александрова Л.А., Афанасьєва Л.Л., Ревуцьку Т.В., Ситник М.Д., Тульчинського Л.І., Флорова А.Т.. Серед зарубіжних вчених інтерес здобули роботи Аарон Ю.А., Гоберман І.М., Саюн А.О., Ходош М.С. та інших.

Дослідники логістики зосереджують увагу на принципах логістичного управління. Більшість науковців наголошують на тому, що доцільно виокремлювати вантажні перевезення як фундаментальну частину логістики, яка спрямована на раціональне прийняття рішень в управлінні бізнесом.

Управління логістичною діяльністю в цілому ускладнюється тим, що в науці та практиці не існує універсального способу управління логістикою, особливо вантажною транспортною діяльністю. Це зумовлює необхідність поглиблення і розвитку даної тематики та пошуку шляхів удосконалення логістичної діяльності українських компаній.

Об'єкт дослідження – процеси управління маркетинговою та логістичною діяльністю підприємства ТОВ ТЕК «ЗЕКТЕР».

Предмет дослідження – теоретичні та методичні аспекти управління маркетинговою та логістичною діяльністю підприємства.

Метою роботи є розгляд теоретичних положень та розроблення практичних рекомендацій щодо удосконалення логістичної діяльності на підприємстві.

Відповідно до мети роботи необхідно вирішити такі завдання:

- розглянути сутність, елементи та організацію логістичної діяльності на підприємствах;
- окреслити шляхи підвищення ефективності управління логістичною діяльністю на сучасних підприємствах;
- надати загальну техніко-економічну характеристику підприємства;
- надати загальну характеристику маркетингової та логістичної діяльності підприємства
- виявити проблеми в маркетинговій та логістичній діяльності підприємства;
- внести пропозиції щодо вдосконалення маркетингової та логістичної діяльності;
- оцінити економічну ефективність запропонованих заходів з удосконалення маркетингової та логістичної діяльності.

У процесі написання кваліфікаційної роботи були використані загальнонаукові та спеціальні методів дослідження: системний та комплексний підхід, методи економіко-статистичного аналізу, групування, візуалізації за допомогою графіків і таблиць, експертних оцінок.

Для отримання аналітичної інформації були використані дані статистичних звітів та фінансової звітності підприємств, матеріали експертів у сфері маркетингу та логістики, підручники, монографії, наукові публікації та електронні джерела.

Структура роботи. Дипломна робота складається зі вступу, 3 розділів, висновків та списку використаних джерел. Зміст роботи представлений на 99 сторінках комп'ютерного тексту. Кваліфікаційна робота містить 16 таблиць та 9 рисунків. Бібліографічний список нараховує 41 літературне джерело, які викладені на 4 сторінках.

ВИСНОВКИ

Управління логістичною та маркетинговою діяльністю на підприємствах - це система різних видів діяльності, які взаємопов'язані між собою і являють собою широкий комплекс стратегічних і тактичних заходів, спрямованих на ефективне здійснення ринкової діяльності компанії та задоволення потреб споживачів у товарах і послугах, що є головною метою діяльності компанії та отримання від неї максимального прибутку.

ТОВ Транспортно-експедиторська компанія (ТЕК) «ЗЕКТЕР» - українська транспортна компанія, що здійснює міжнародні вантажні перевезення та надає комплекс логістичних послуг, включаючи складське зберігання та митне оформлення.

Компанія активно розвивається і сферами її діяльності є транспортні перевезення та широкий спектр супутніх послуг. Вона здійснює перевезення різними видами транспорту, включаючи залізничний, морський та автомобільний.

Компанія постійно розвивається і розширює спектр своїх послуг, щоб зайняти вигідну позицію на тлі конкурентів. Використовуючи найкращі транспортні схеми та технології, компанія прагне максимально задовольнити потреби клієнтів, заощаджуючи при цьому час та гроші. На сьогоднішній день компанія є провідною транспортною компанією в Україні, що забезпечує високий рівень сервісу незалежно від складності своєї діяльності. Компанія пропонує не тільки пряму доставку вантажів, а й супровід, митне оформлення, страхування від усіх ризиків та кваліфіковані брокерські послуги. Компанія здійснює перевалку зернових і олійних культур в Одесі. Виробнича діяльність компанії ТОВ «ТЕК «ЗЕКТЕР» з перевалки вантажів в Одеському морському торговому порту здійснюється на базі перевантажувального комплексу ТОВ «Новотех-Термінал», 25-26 причал ОМТП.

Також компанія здійснює контейнерні перевезення по морю - один з найнадійніших і найменш витратних способів транспортування невеликих партій товару або великогабаритного вантажу. Фахівці ТОВ «ТЕК «ЗЕКТЕР» мають величезний досвід в транспортній логістиці і знають, як організувати морські контейнерні перевезення в Одесі. Забезпечивши високий рівень сервісу і надійність, ми надаємо повний комплекс послуг при доставці товару або посприяємо на будь-якому етапі транспортування.

Компанія надає послуги агентування для різних вантажів і типів суден у всіх морських і річкових портах України. Великий досвід співробітників компанії дозволяє нашим клієнтам мінімізувати портові витрати і уникнути зайвих витрат при заході суден в порт.

У списку основних партнерів компанії фігурують найбільші судноплавні компанії, представлені в Україні: Maersk Line, Safmarine, CMA CGM, MSC, ZIM Integrated Shipping Co, COSCO.

На підприємстві використовується лінійно-функціональна структура управління. Виконавчі директори та бухгалтерія є основними елементами організаційної структури, в той час як старший менеджер із ЗЕД та фахівець з портових перевезень є піделементами організаційної структури ТОВ ТЕК «ЗЕКТЕР». Відділи працюють відповідно до затверджених положень та посадових інструкцій окремих працівників. Окремої служби маркетингу на підприємстві немає.

Аналіз показників діяльності ТОВ ТЕК «ЗЕКТЕР» за 2020-2023 рр. показав наступне.

Дохід від реалізації товарів, робіт, послуг ТОВ ТЕК «ЗЕКТЕР» зріс у 2023 р. в порівнянні з 2020 р. на 843398,0 тис. грн. і склав від рівня 2020 р. 412,35%. Починаючи з 2020 року доходи від реалізації товарів, робіт та послуг ТОВ ТЕК «ЗЕКТЕР» щорічно послійно зростали.

Ще більш стрімко зростав за період 2020-2023 р.р. чистий прибуток ТОВ ТЕК «ЗЕКТЕР». Чистий прибуток ТОВ ТЕК «ЗЕКТЕР» зріс у 2023 р. в порівнянні з 2020 р. на 112281,0 тис. грн. і склав від рівня 2020 р. 3393,66%

Активи ТОВ ТЕК «ЗЕКТЕР» зросли у 2023 р. в порівнянні з 2020 р. на 227415,0 тис. грн. і склали від рівня 2020 р. 278,04%

Зобов'язання ТОВ ТЕК «ЗЕКТЕР» зросли у 2023 р. в порівнянні з 2020 р. на 31992,0 тис. грн. і склали від рівня 2020 р. 289,35%. Проте, зобов'язання ТОВ ТЕК «ЗЕКТЕР» у 2023 р. склали лише 13,77% від величини активів.

SWOT-аналіз ТОВ ТЕК «Зектер» показав наступне.

Основними стратегічними загрозами для компанії є:

- зростання собівартості виробництва, що призводить до підвищення цін на пропоновану продукцію, товари та послуги;
- відсутність довгострокової маркетингової стратегії та плану реалізації маркетингових заходів (а отже, і маркетингового бюджету).

Сильними сторонами компанії є:

- постійні зусилля з модернізації виробництва;
- постійні зусилля з модернізації виробництва;
- постійні зусилля з модернізації виробництва;
- постійні зусилля з модернізації виробництва;
- розширення асортименту продукції.

Слабкими сторонами компанії є:

- відсутність програм розвитку персоналу;
- погані зв'язки з громадськістю;
- недостатньо інформативний веб-сайт.

При розгляді діяльності відділу маркетингу були виділені проблеми маркетингової діяльності та маркетингового середовища ТОВ ТЕК «ЗЕКТЕР», які заважають розвитку маркетингової діяльності підприємства, через них підприємство недоотримує прибуток, втрачає потенційних клієнтів. До таких проблем, зокрема, відносяться: відсутність відділу маркетингу та слабкість рекламних заходів компанії.

Логістична діяльність компанії здійснюється через організацію та функціонування логістичної системи. Організаційну роль відіграє відділ координації логістики, який виконує управлінську функцію.

Діюча система управління ТОВ ТЕК «ЗЕКТЕР» відзначається високим ступенем контрольованості процесів, що сприяє формуванню дисциплінованого та відповідального колективу. Однією з ключових переваг управлінського механізму є швидке прийняття та реалізація рішень, що стає ключовим фактором в умовах роботи логістичної компанії.

Логістична діяльність ТОВ ТЕК «ЗЕКТЕР» включає в себе такі ключові аспекти:

- *постачання та управління постачанням:*

Вибір постачальників послуг та матеріалів для забезпечення потреб компанії у транспортуванні. Укладання контрактів із постачальниками, встановлення умов співпраці та контроль якості над постачаннями.

- *управління запасами:*

Ефективне планування запасів транспортних засобів, обладнання та інших ресурсів. Використання систем управління запасами для оптимізації запасів та зменшення затрат.

- *транспортування:*

Організація та контроль перевезень вантажів в межах України та міжнародних маршрутів. Вибір оптимальних маршрутів, транспортних засобів та партнерів для забезпечення швидкої та надійної доставки.

- *складська логістика:*

Організація складських приміщень для тимчасового зберігання вантажів. Ведення обліку товарів на складах, оптимізація процесів приймання та відвантаження товарів.

- *інформаційні технології:*

Використання сучасних інформаційних систем для автоматизації та оптимізації логістичних процесів. Впровадження систем відстеження вантажів для забезпечення їх безпеки та контролю над перевезеннями.

- *обслуговування клієнтів:*

Надання консультацій клієнтам з питань перевезень та логістики. Реагування на запити та розв'язання проблем, що виникають під час перевезень.

Конкурентами ТОВ ТЕК «ЗЕКТЕР» є такі логістичні компанії, як ТОВ «Midmoon Logistics», ТОВ «ЕА Logistic», ТОВ «АЛЬФАТРАНС», ТОВ «ЗАММЛЕР».

Найближчими конкурентами ТОВ ТЕК «ЗЕКТЕР» є такі логістичні компанії, як ТОВ «Midmoon Logistics» та ТОВ «ЕА Logistic», від яких компанія деці відстає. Тому необхідні заходи для удосконалення логістичної та маркетингової діяльності ТОВ ТЕК «ЗЕКТЕР», щоб компанія, зокрема в ціноутворенні вартості поставок, підняла показники своєї діяльності.

ТОВ ТЕК «ЗЕКТЕР» повинно постійно моніторити діяльність компаній, що мають вищі показники (ТОВ «Midmoon Logistics», ТОВ «ЕА Logistic»), так і діяльність компаній, які поки відстають за своїми показниками від ТОВ ТЕК «ЗЕКТЕР» (ТОВ «АЛЬФАТРАНС», ТОВ «ЗАММЛЕР»).

До недоліків логістичної діяльності компанії слід віднести недостатній рівень автоматизації операцій, зокрема, незастосування переваг штрих-кодування.

Для удосконалення маркетингової та логістичної діяльності ТОВ ТЕК «ЗЕКТЕР» запропоновано здійснити такі заходи.

По-перше, створити єдину маркетингову службу (відділ маркетингу), що складається з висококваліфікованих фахівців-маркетологів, і з їх допомогою подальша організація управління маркетинговою та логістичною діяльністю компанії.

Вся діяльність відділів маркетингу та продажів повинна бути розділена на окремі напрямки:

- маркетингові дослідження для кожного виду продукції; аналіз структури ринку і прогноз розвитку для конкретних видів продукції; аналіз і прогноз ємності ринку для кожного виду продукції; аналіз продукції

конкурентів; аналіз цін на продукцію і товари.

- аналіз запитів і бажань споживачів.
- визначення конкурентної позиції компанії, огляд аналізів та
- підготовка прогнозів розвитку;
- складання річних, квартальних та місячних планів продажів на основі затверджених планів; визначення кількості та асортименту продукції; контроль та облік виконання договірних зобов'язань з постачання;
- пред'явлення претензій та штрафних санкцій покупцям за порушення договірних умов;
- розробка та реалізація заходів щодо стимулювання попиту через рекламну та виставкову діяльність; розробка матеріальних стимулів як для покупців, так і для продавців; використання різних рівнів цін, кредитів, знижок тощо.
- забезпечення реалізації достатньої кількості продукції для повторного виробництва;
- укладання контрактів на поставку продукції.

Ще одним запропонованим заходом удосконалення системи маркетингу в компанії є складання обгрунтованого рекламного бюджету. Будь-яка маркетингова кампанія потребує ретельного планування. Необхідно глибоко вивчити доступні рекламні майданчики, продумати рекламний бюджет, підрахувати можливі результати, адже ефективність рекламної кампанії й окупність вкладених ресурсів залежать від грамотного розподілу коштів.

Існують такі методи розрахунку рекламного бюджету: метод фіксованого бюджету; залишковий метод; визначення бюджету на основі певного відсотка від продажів; визначення бюджету на основі певного відсотка від продажів, прийнятого в конкурентів; визначення бюджету на основі частки рекламного ринку, рівній частці товарного ринку, займаного компанією (метод рівності часток ринку; визначення бюджету на основі

кривих рекламної інтенсивності; визначення бюджету на основі цілей рекламної кампанії.

На наш погляд, для ТОВ ТЕК «ЗЕКТЕР» найбільш доцільним є визначення бюджету на основі певного відсотка від продажів.

Пропозицією удосконалення логістичної діяльності ТОВ ТЕК «ЗЕКТЕР» є впровадження системи штрих-кодування.

Сучасні інформаційні технології дозволяють реєструвати надходження та реалізацію товарно-матеріальних цінностей практично в режимі «on-line», що дозволяє управлінській системі реагувати на зміни в розмірах запасів в оптимальні строки. Така можливість реалізується завдяки потужним технічним засобам, зручному і гнучкому програмному забезпеченню, технологіям передачі даних, а також єдиній наскрізній і зручній системі кодування товарів. Найбільшою швидкістю і зручністю в цьому плані відзначаються системи штрих-кодування.

Використання в логістиці технології автоматичної ідентифікації штрихових кодів дозволяє суттєво покращити управління матеріальними потоками на всіх етапах логістичного процесу.

Сканери штрих-кодів відіграють вирішальну роль у сучасних логістичних операціях, значно спрощуючи процеси відслідковування, сортування та управління запасами. Вони дозволяють автоматизувати збір даних, що підвищує точність та знижує час обробки вантажів.

Сканери штрих-кодів дозволяють автоматично зчитувати інформацію про продукти та відправлення, що мінімізує потребу в ручному введенні даних і знижує ймовірність помилок. Це також прискорює процеси приймання та відправлення товарів, контролю запасів, а також планування доставок. Окрім того, сканери допомагають забезпечити прозорість усього ланцюга постачання, дозволяючи компаніям швидко реагувати на зміни в запасах або попиті.

Інтеграція сканерів штрих-кодів у логістичні процеси є критично важливою для підвищення ефективності та зниження витрат у сучасному

бізнесі. Планування впровадження цих технологій має враховувати специфіку операцій та потреби компанії. Важливо обрати відповідні типи сканерів, що відповідають розміру та об'єму операцій, і навчити персонал користуванню обладнанням для максимізації його потенціалу.

Було здійснено обґрунтування запропонованих рекомендацій в умовах оптимістичного, оптимального і песимістичного прогнозів, розрахунки показали, що одержаний від цих заходів чистий прибуток при будь-якому сценарії перевищує витрати. Тобто запропоновані заходи мають практичний характер і можуть покращити систему маркетингу та логістики ТОВ ТЕК «ЗЕКТЕР».

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Біловський К.Е. Стан та перспективи розвитку ринку логістичних послуг в Україні. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2016. № 4. Т. 2. С. 25-29.
2. Варес А.Ю., Вострецов С.С. Маркетинговая логістика. *Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Карамзіна*. 2015. № 535 с. 84-88.
3. Гук О.В., Кучма О.Ю. Необхідність застосування інноваційних процесів для розвитку сучасного підприємства. *Економіка та суспільство*. 2021. Вип. 31. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/703/676> (дата звернення 25.03.2024).
4. Егоращенко І. В. Логістика: Конспект лекцій. Одеса, 2015. 131 с.
5. Іванов Ю. Б. Ефективність маркетингової діяльності підприємств в сучасних умовах підвищеної динамічності та ризикованості підприємництва. *Економіка: реалії часу*. 2014. № 1. С. 155-160.
6. Клімова І.Г. Проблеми та передумови використання логістики в Україні. *Держава та регіони*. 2016. № 3. С. 143–147.
7. Клочко Т. С. Механізм управління ефективністю підприємства на основі бенчмаркінгу. *Наукові інновації та передові технології*. 2022. №4 (6). С. 251-257.
8. Князева Т. В, Казанська О. О. Маркетингова стратегія: виклики та можливості в умовах цифровізації. *Економіка та суспільство*. 2022. Випуск 46. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2028> (дата звернення 25.03.2024).
9. Кобелєв В. М., Василюк К. О. Методичні підходи щодо оцінки ефективності маркетингової діяльності підприємства. *Вісник НТУ «ХПІ»*. 2018. № 19 (1295). С. 98-103.

10. Кондратюк Я. Штрих-код - просте отримання штрих-коду в Україні. URL: <https://uatm.ua/ua/shtrikh-kod/poluchenie-shtrih-koda.html> (дата звернення 25.03.2024).
11. Конкурентні стратегії: процеси створення та реалізації: монографія / за наук. ред. д.е.н., проф. Н. А. Хрущ. К.: Освіта України, 2010. 316 с.
12. Конкурентоспроможність підприємства: навчальний посібник / І. А. Дмитрієв, І. М. Кирчата, О. М. Шершенюк. Х.: ФОП Бровін О. В., 2020. 340 с.
13. Коноплянникова М. А. Управління маркетинговою діяльністю: поняття, принципи, підходи. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. Вип. 17. С. 332-336.
14. Котлер Ф. Маркетинг 4,0. Від традиційного до цифрового. К.: Країна мрій, 2018. 224 с.
15. Красовська О. Ю. Інтернет–маркетинг як сучасний інструмент 106 комунікації підприємства. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2018. № 1 (63) . С. 67-71.
16. Кустріч Л. О. Маркетингова конкурентна стратегія як необхідний елемент системи управління підприємством. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер.: Економічні науки*. 2019. Вип. 33. С. 112-116.
17. Латунова Д.А. Аналіз ринку логістичних провайдерів України. *Економічні проблеми сталого розвитку: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції імені проф. Балацького О.Ф., м. Суми, 27 травня 2015 р.* / за заг. ред. О.В. Прокопенко, М.М. Петрушенка. Суми : СумДУ, 2015. 118 с.
18. Малюта Л. Я., Шерстюк Р. П. Курс лекцій з дисципліни «Логістика». Тернопіль: Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя, 2017. 139 с.
19. Маркетинг: навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.]; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль: ЗУНУ, 2021. 180 с.
20. Маркетингова діяльність підприємств: підручник за заг. ред.

Косенко О. П. 2-ге вид., зі змінами і доповненнями. Харків: ТОВ «Оберіг», 2023. 1155 с.

21. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст [монографія] за заг. ред. д.е.н., проф. Н. В. Карпенко. Київ: Центр учбової літератури, 2016. 252 с.

22. Маркетинговий аналіз внутрішніх та зовнішніх факторів. інструменти та поради. URL: <https://hub.kyivstar.ua/news/marketyngovuj-analizvnutrishnih-ta-zovnishnih-faktoriv-instrumenty-ta-porady/> (дата звернення 25.04.2024).

23. Мельникова К. В. Теоретичні принципи логістичного обслуговування споживачів. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економіка і суспільство*. 2017. № 8. С. 309–312

24. Окландер М. А., Кірносова М. В. Маркетингова товарна політика: навч. посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2020. 248 с.

25. Петухова О. М., Ткачук О. С. Удосконалення організації логістичних процесів на складі підприємства. *Ефективна економіка*. 2018. №1. URL: <https://cutt.ly/qxkyYZx> (дата звернення 25.04.2024).

26. Підкопаєва Д. П. Формування стратегічного портфеля шляхом побудови матриці Бостонської консультативної групи. *Управління розвитком*. 2014. №14. С. 63-65.

27. Полякова О. М., Шраменко О. В. Сучасні тенденції розвитку транспортно-логістичної інфраструктури в Україні і світі. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2017. Вип. 58. С. 126-134. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vetp_2017_58_17.

28. Савчук А. Ефективність маркетингової діяльності підприємств. *Вісник КНТЕУ*. 2015. № 5. С. 27-38.

29. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг: навч. посібник. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.

30. Скіцько В. І. Логістика в індустрії 4.0. *Економіка та держава*. 2016. №4. С. 28-33.

31. Статистика роздрібного товарообігу в Україні. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/trade/retail/> (дата звернення 15.04.2024).
32. Тарасенко Ю. В. Економічна сутність та значення логістики для діяльності підприємства. *Економічна наука*. 2015. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/5_2015/30.pdf (дата звернення 15.04.2024).
33. Терещенко І. О., Кібальник В. О. Маркетингові аспекти стратегічного управління підприємством. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 20. С. 56–60.
34. Топ-10 продуктових мереж України за кількістю працюючих магазинів у 2023 році. URL: <https://rau.ua/novyni/top-10-produktovih-merezh2023/> (дата звернення 25.04.2024).
35. Ус М. І. Інтернет-маркетинг як інструмент маркетингових комунікацій та складова комерційної діяльності підприємства. *Економіка і суспільство*. 2018. № 15. URL: <http://economyandsociety.in.ua> (дата звернення 07.03.2024).
36. Храпкіна В. В. Управління конкурентоспроможністю підприємств. *Причорноморські економічні студії*. 2020. Вип. № 50. С. 245-248.
37. Цифровий маркетинг – модель маркетингу ХХІ сторіччя: монографія / авт. кол.: М.А. Окландер, Т.О. Окландер, О.І. Яшкіна [та ін.]; за ред. д.е.н., проф. М.А. Окландера. Одеса: Астропринт, 2017. 292 с.
38. Череп А. Маркетинг: навч. посібн. Київ: Кондор, 2021. 728 с.
39. Чухрай Н.І. Логістичне обслуговування: Підручник. Львів: Видавництво НУ «Львівська політехніка», 2016. 292 с.
40. Шульга Л. В., Терещенко І. О., Шарлай О. В. Сучасні маркетингові стратегії управління підприємством. *Ефективна економіка*. 2020. №9. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8192> (дата звернення: 07.03.2024).
41. Як успішно залучати клієнтів за допомогою email-маркетингу – кейс АТБ. URL: <http://surl.li/jauzq> (дата звернення 07.04.2024).