

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

Кафедра маркетингу та міжнародної логістики

**РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня магістр**

зі спеціальності 075 «Маркетинг»
(шифр та найменування спеціальності)

за освітньою програмою «Маркетинг та міжнародна логістика»
(назва освітньої програми)

на тему: «Удосконалення маркетингової товарної політики підприємства
поштового зв'язку (на прикладі АТ «Укрпошта»)»
(назва теми)

Виконавець:
студент центру заочної та вечірньої
форми навчання
Носков Олександр Вікторович

/підпис/

Науковий керівник:
к.е.н., доцент
Тарасова Кристина Ігорівна

/підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність дослідження. Основою успішного функціонування будь-якого підприємства є товарна політика. Для досягнення вагомої конкурентної переваги необхідно постійно вивчати ринкове середовище, поведінку споживача та працювати над виявленням потреб та пріоритетів.

Ключовою функцією маркетингової товарної політики є максимальне задоволення потреб споживачів. Основним вектором діяльності є розробка послуг або продуктів, що задовольняють цільову аудиторію підприємства. Використовуючи товарну політику, компанія може зосередитися на розробці та просуванні дійсно якісних товарів або послуг. Проблеми формування, вдосконалення, та реалізації маркетингової товарної політики розглядали такі українські вчені як: Л. Балабанова, С. Ілляшенко, М. Окландер, Є. Вершигора, С. Іщенко, О. Руденко, О. Сенишин, І. Абрамович, В. Нечаєв, В. Карпенко, В. Хурдей та ін.

Особливої актуальності набуває питання формування товарної політики на підприємствах поштового зв'язку в умовах висококонкурентного середовища. Проблема ефективної товарної політики підприємств поштового зв'язку вимагає детального вивчення та аналізу аспектів вдосконалення товарної політики, що й зумовило актуальність теми, вибір об'єкта і предмета, мету та завдання дослідження.

Метою дослідження є теоретичне обґрунтування та надання практичних рекомендацій щодо вдосконалення товарної політики АТ «Укрпошта».

Завдання. Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні завдання:

1. Охарактеризувати сутність, генезис поняття товарної політики
2. Окреслити основні завдання товарної політики.
3. Розглянути основні фактори та етапи управління товарною політикою підприємства.
4. Провести техніко-економічний аналіз досліджуваного підприємства.
5. Охарактеризувати стан мікро- та макро- середовища компанії.
6. Визначити особливості товарної політики підприємства.
7. Сформулювати загальні напрямки удосконалення товарної політики
8. Надати пропозиції щодо удосконалення товарної політики.
9. Провести аналіз економічної ефективності наданих рекомендацій.

Об'єктом дослідження в роботі є процес управління маркетинговою товарною політикою. **Предметом дослідження** є теоретичні та методологічні засади формування сучасної маркетингової товарної політики на підприємстві.

Методи дослідження: В процесі дослідження використано систему методів, що включає наступні. Для визначення теоретичних аспектів товарної політики використано методи порівняння, аналізу та синтезу.

Аналіз товарної політики здійснено за допомогою методів аналізу та синтезу, статистико-математичних методів. Шляхи вдосконалення товарної політики на підприємстві за допомогою системно-структурного та прогностичного методів. Висновки сформовано за допомогою методів узагальнення та наукової абстракції. Оформлення результатів здійснювалося за допомогою графічного та табличного методів.

Інформаційна база дослідження. Закони України, підзаконні акти, фінансова та статистична звітність АТ «Укрпошта», внутрішні накази та документація АТ «Укрпошта», монографії та підручники, наукові статті, аналітичні доповіді вітчизняних та зарубіжних вчених в сфері маркетингової товарної політики, електронні internet-ресурси.

Публікації. За результатами дослідження опубліковано тези доповідей: на Всеукраїнській науково-практичній конференції «Глокалізаційні аспекти інноваційного розвитку економіки» (Одеса, 2022) та конференції "Маркетингові технології в умовах євроінтеграційних процесів» на базі ХНУ в 2023 році.

Структура та обсяг роботи. Основний зміст роботи (вступ, три розділи, висновки та пропозиції) викладено на 84 стор. друкованого тексту, що містить 28 таблиць, 15 рисунків. Список використаних джерел з позиції займає 9 стор., додатків - 20 стор.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі *«Теоретичні основи маркетингової товарної політики підприємства»* проаналізовано теоретичні аспекти формування маркетингової товарної політики; розглянуто основні чинники, що впливають на формування маркетингової товарної політики; охарактеризовано етапи формування маркетингової політики та надано характеристику основних функцій та складових маркетингової товарної політики.

У другому розділі *«Аналіз товарної політики АТ «Укрпошта»* проаналізовано сучасний загально-економічний стан досліджуваної організації; здійснено аналіз маркетингового середовища організації, проведено STEP-аналіз та SWOT-аналіз; досліджено конкурентне середовище організації та оцінено її конкурентні переваги, надано багатокутник конкурентоспроможності; проаналізовано стан маркетингової товарної політики і організації.

У третьому розділі *«Шляхи удосконалення товарної політики АТ «Укрпошта»* запропоновано практичні рекомендації щодо покращення маркетингової товарної політики організації, запропонованим заходом є впровадження послуги доставки вантажів за допомогою поштоматної мережи.

Розраховано економічний та соціальний ефект від впровадження запропонованих заходів.

ВИСНОВКИ

1. Товарна політика є основою успішного функціонування будь-якого підприємства. Вона служить ефективним інструментом збуту, комунікації та задоволення споживчого попиту. Товарна політика фіксує головні фактори, завдяки котрим підприємство невпинно підвищує обсяг продажів та займає все більшу частку ринку. В умовах високої конкуренції маркетингова товарна політика виконує роль орієнтиру на досягнення цілей, що покладені на підприємство.

Нині управління товарною політикою є процесом, від якого залежить само існування суб'єкта господарювання. Для прийняття коректних управлінських рішень необхідно постійно займатися оцінками товарної політики та ефективності діяльності підприємства. Довгострокова стратегія управління вирішує ключові проблеми, що стосуються функціонування в висококонкурентному середовищі та в будь-яких умовах, що напряду впливають на діяльність фірми чи будь-якої установи.

2. Удосконалення товарної політики дозволяє інноваційно розвинути та надавати поштові послуги на сучасному рівні. Також завдяки удосконаленню покращиться взаємодія з клієнтом, позитивно змінюється клієнтський досвід й як результат: формування високої лояльності споживача до компанії

3. АТ «Укрпошта» є державним поштовим підприємством, утворене ще в 1947 році, реорганізоване в Українське державне підприємство поштового зв'язку (УДППЗ) «Укрпошта» на початку 1994 року.

4. Мета діяльності АТ Укрпошта: одержання прибутку від здійснення господарської діяльності шляхом надання послуг поштового зв'язку. Особливістю діяльністю поміж інших поштових підприємств України можна назвати те, що компанія є учасником Всесвітнього поштового союзу з 1947 року, та здійснює поштові операції з більшістю національних поштових операторів світу.

Також, держава поклала на АТ Укрпошта низку важливих зобов'язань соціального характеру, такі як: доставка пенсій, соціальних допомог, розповсюдження друкованих періодичних видань за передплатою, забезпечення якісного надання поштових послуг, організація доступності фінансових послуг.

5. Основним видом діяльності Укрпошти є надання універсальних поштових послуг населенню, комерційним підприємствам, державним організаціям.

Як державне підприємство поштового зв'язку АТ «Укрпошта» має велике суспільне та соціальне значення. Розглянуто структуру компанії, проаналізовано фінансову звітність. Введення в дію військового стану

призвело до падіння доходів та ускладнило операційну діяльність поштового оператора зв'язку.

6. За результатами аналізу звітності та фінансових показників за 2018-2022 рр. встановлено, що рентабельність активів зменшилася до -58.5%; рентабельність власного капіталу дорівнює -291,23%. Підсумки 2022 р. стосовно чистої рентабельності продажу вказують на падіння до -61,98%.

Тобто незважаючи на ефективну роботу операційних підрозділів компанії бачимо негативний вплив як незадовільної стратегії розвитку підприємства так і зовнішніх чинників впливу.

7. З проведеного дослідження дізналися про значне збільшення витрат компанії та низьку вигідність провадження діяльності. Таким чином, проведене дослідження вказує на те, що можна удосконалити не тільки товарну політику а й інші аспекти діяльності. Проведено огляд та аналіз товарної політики, розглянуті основні проблеми та негативні тенденції у діяльності підприємства. Запропоновано впровадити доставку та зберігання вантажів за допомогою поштоматів, окреслено фактори саме такого вибору з посиленнями на зарубіжний досвід та розглянути переваги двох основних постачальників рішень для побудови поштоматної мережі: Omnic та ТОВ «Модерн Експо».

Розглянуте впровадження покращення в комунікативну політику підприємства шляхом використання мікро-інфлюенс маркетингу, як головного тренду останнього року в рекламі та просуванні брендів.

За результатами розрахунків економічної ефективності та доцільності перевагу отримав варіант від ТОВ «Модерн Експо». Проведено розрахунок прибутковості, прораховано терміни окупності: оптимістичний, песимістичний та ймовірний (середнє значення).

8. При оптимістичному доході АТ «Укрпошта» отримає 5 676 000 грн., а при ймовірному значенні проект дозволить отримати 528 000 грн. чистого прибутку, таким чином можна назвати рекомендацію рентабельною та прибутковою.

9. Також прорахована економічна обґрунтованість інтеграції CRM-системи у діяльність контакт-центру та підрозділу кур'єрської доставки. Оглянуто головні недоліки існуючого стану речей на підприємстві. Спрогнозовано обсяги прибутку. При витратах на інтеграцію 343 764 грн. на рік та оптимістичному сценарії зростання прибутку на 30%, підприємство отримає 3 097 025 грн. доходу та окупність за 1,5 місяці. При ймовірному сценарії зростання прибутку на 15% рівень доходу буде дорівнювати 1 548 512 грн. Окупність в такому разі складає 3,5 місяці, що є гарним результатом. АТ «Укрпошта» підвищить ефективність надання послуг поштового зв'язку та конкурентоспроможність в умовах сучасного ринку фінансово-логістичних послуг України.

