

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

Кафедра маркетингу та міжнародної логістики

Допущено до захисту
Завідувач кафедри

(підпис)

“ ____ ” _____ 20 ____ р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня магістр**

зі спеціальності 075 Маркетинг

за освітньою програмою «Маркетинг та міжнародна логістика»

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

Виконавець:

Студент центру заочної та вечірньої форми
навчання

Носков Олександр Вікторович

/підпис/

Науковий керівник:

к.е.н., доцент

Тарасова Кристина Ігорівна

/підпис/

Одеса 2024

АНОТАЦІЯ

Носков О. В. «Удосконалення маркетингової товарної політики підприємства поштового зв'язку (на прикладі АТ «Укрпошта»)»

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності 075 «Маркетинг»

за освітньою програмою Маркетинг та міжнародна логістика

(*назва освітньої програми*)

Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2024.

У роботі розглядаються сучасні тенденції вдосконалення маркетингової товарної політики на прикладі підприємства поштового зв'язку АТ «Укрпошта».

Досліджено теоретичні аспекти формування маркетингової товарної політики, також розглянуто основні чинники, що впливають на формування маркетингової товарної політики. В роботі охарактеризовано етапи формування маркетингової політики та надано характеристику основних функцій та складових маркетингової товарної політики. Проаналізовано діяльність АТ «Укрпошта». Проаналізовано конкурентне середовище організації та оцінено її конкурентні переваги, надано багатокутник конкурентоспроможності.

Розроблено рекомендації вдосконалення маркетингової політики АТ «Укрпошта», розраховано витрати на вдосконалення маркетингової товарної політики та економічну ефективність від запровадження пропозицій.

Ключові слова: маркетинг, маркетингова товарна політика, бренд, атрибути, конкуренція, маркетингове середовище, поштовий зв'язок, асортимент.

ANNOTATION

Noskov O. V. "Improving the marketing commodity policy of the postal service enterprise (on the example of JSC Ukrposhta)"

Qualification work for obtaining a master's degree in specialty 075 "Marketing" in the educational program Marketing and International Logistics

Odessa National Economic University - Odessa, 2024.

The work examines the modern trends in improving the marketing commodity policy on the example of the postal service enterprise JSC Ukrposhta. The theoretical aspects of the formation of marketing commodity policy were studied, and the main factors affecting the formation of the marketing commodity policy were also considered. The stages of formation of the marketing policy are characterized and the main functions and components of the marketing commodity policy are described. The activities of JSC "Ukrposhta" and the competitive environment of the organization are analyzed, its competitive advantages are evaluated, and a competitiveness polygon is presented.

Recommendations for improving the marketing policy of JSC "Ukrposhta" have been developed, the costs of improving the marketing product policy and the economic efficiency of the proposals have been calculated.

Keywords: marketing, marketing product policy, brand, attributes, competition, marketing environment, postal service, assortment.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ	6
1.1. Сутність товарної політики: генезис та еволюція поняття	6
1.2. Основні завдання товарної політики	12
1.3. Управління товарною політикою підприємства	22
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ АТ «УКРПОШТА»	28
2.1. Загальна техніко-економічна характеристика діяльності підприємства.	28
2.2. Характеристика мікро- та макро- середовища	39
2.3. Характеристика товарної політики підприємства.	52
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ АТ «УКРПОШТА»	62
3.1. Загальні напрямки удосконалення товарної політики	62
3.2. Пропозиції щодо удосконалення товарної політики.	67
3.3. Економічні розрахунки для впровадження удосконалень	78
ВИСНОВКИ	85
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	88
ДОДАТКИ	97

ВСТУП

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.

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 посиланнями 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-інфлюєнс 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.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абрамович І., Квасова М. Маркетингова товарна політика та її особливості в кризових умовах господарювання. *Економіка та суспільство*. 2022. № 39. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-39-8> (дата звернення: 31.12.2023).
2. Апопій В. Організація торгівлі : підручник : підручник. 3-тє вид. Київ : Центр учб. літ., 2016. 632 с.
3. Бавико О., Яновський Д. Управлінські аспекти забезпечення зростання товарообороту торговельних підприємств в умовах зростання конкуренції. *Економіка: реалії часу*. 2022. № 2. С. 22–28. URL: <http://dspace.oru.ua/jspui/handle/123456789/13407> (дата звернення: 31.12.2023).
4. Балабанова Л., Балабанова І., Холод В. Маркетинг підприємства : навч. посіб. Центр навч. літ., 2019. 612 с.
5. Болотна О. Актуальність впровадження ефективної товарної стратегії бренду на підприємстві. *Ефективна економіка*. 2016. № 7. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5095> (дата звернення: 01.01.2024).
6. Венета Л. Удосконалення товарної політики підприємства на основі маркетингу. : магістерська робота. Тернопіль, 2020. 93 с. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/40866/3/Венета.pdf> (дата звернення: 31.12.2023).
7. Вершигора Є. Маркетингова товарна політика. навчальний посібник для студентів ВНЗ. хмельниц. екон. ун-т. Тернопіль : Астон, 2015. 407 с.
8. Векслер Д. ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ. *Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва*. 2018. Т. 4, № 4. С. 74–81. URL: <https://doi.org/10.31359/2312-3427-2018-4-74> (дата звернення: 31.12.2023).
9. Впровадження проектного підходу до розробки нових видів продукції на промисловому підприємстві. *Комунальне господарство міст: науково-технічний збірник*. 2013. № 112. С. 129–134. URL: <https://eprints.kname.edu.ua/35909/1/129-134%20Гнучих%20ЛА.pdf> (дата звернення: 31.12.2023).

10. Гевко І., Гевко Б. Управління процесом розробки і освоєння виробництва нових виробів : підручник. Тернопіль : ТНТУ, 2015. 200 с.
11. Гетьман О., Шаповал В. Економіка підприємства : навч. посіб. Київ, 2021. 488 с.
12. Гончарук П. Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності потенціалу суб'єкта господарювання. *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності*. 2013. Т. 2, № 1. С. 82–85. URL: https://journals.urau.ua/tpa_pstu/article/view/18973 (дата звернення: 31.12.2023).
13. Горобець С., Наумова О. Поняття та значення інформації у маркетинговій діяльності підприємства. *Вчені записки університету КРОК. серія: економіка*. 2016. № 44. С. 159–165.
14. Горохова Т., Фоменко Ю. Маркетингова товарна політика як фактор конкурентоспроможності підприємства в посткризових умовах. *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності*. 2018. № 18. С. 163–173. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tpaeiv_2018_18_24 (дата звернення: 31.12.2023).
15. Даниленко Ю. Звідки ви отримуєте інформацію онлайн і кому довіряєте? SPEKA опитала читачів. *Speka - онлайн медіа про технології та підприємництво | SPEKA.media | SPEKA.media*. URL: <https://speka.media/zvidki-ukrayinci-otrimuyut-informaciyu-onlain-i-komu-doviryayut-doslidzennya-speka-pn8jrp> (дата звернення: 01.01.2024).
16. Дейнега І. Сучасні тренди в управлінні товарною політикою поліграфічних підприємств. *Наук. вісн. Ужгор. нац. ун-ту*. 2018. № 18. С. 140–145. URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/18_1_2018ua/30.pdf (дата звернення: 31.12.2023).
17. Діброва Т., Сидорова О. Модифікація товару на промисловому ринку. *Актуальні проблеми економіки та управління* : зб. наук. пр. молодих вчен. – Електронні текст. дані. 2013. С. 1–7. URL: <https://ela.kpi.ua/jspui/handle/123456789/12603?mode=full> (дата звернення: 31.12.2023).
18. Дудко В. Український ринок інфлюенс-маркетингу в 2020 році склав понад 336 млн грн, – дослідження IAB Ukraine – Forbes.ua. *Forbes.ua | Бізнес*,

мільярдери, новини, фінанси, інвестиції, компанії. URL: <https://forbes.ua/news/ukrainskiy-rinok-inflyuenser-marketingu-torik-sklav-ponad-336-mln-grn-doslidzhennya-06042021-1310> (дата звернення: 01.01.2024).

19. Зайцева Л. Методи оцінки рівня конкурентоспроможності підприємств. *Вісник ОНУ імені І. І. Мечникова*. 2017. Т. 22, № 5(58). С. 96–102. URL: <http://dspace.luguniv.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/3838/1/09%2017%20Zaitseva.pdf> (дата звернення: 31.12.2023).

20. Звітність емітента | Укрпошта. *Ukrposhta*. URL: https://www.ukrposhta.ua/doc/issuer-reporting/richna_informatsiia_emitenta_za_2022_rik_data_opryliudnennia_24.zip (дата звернення: 31.12.2023).

21. Зозульов О. Фундаментальний маркетинг. Навчально-методичний комплекс : навч. посіб. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2022. 362 с. URL: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/51901> (дата звернення: 31.12.2023).

22. Зоріна О. Маркетинг. методичні вказівки до самостійної роботи студентів з дисципліни «маркетинг : навч. посіб. Харків : Укр. держ. акад. залізн. трансп., 2013. 94 с. URL: <http://lib.kart.edu.ua/bitstream/123456789/6615/1/Методичні%20вказівки.pdf> (дата звернення: 31.12.2023).

23. Зоріна С., Сиволовська О. Маркетингова товарна політика : навч. посіб. Харків : Укр. держ. акад. залізн. трансп., 2015. 190 с. URL: <http://lib.kart.edu.ua/bitstream/123456789/2368/1/Навчальний%20посібник.pdf> (дата звернення: 31.12.2023).

24. Іваницька С. Впровадження європейських методик тайм-менеджменту в Україні. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2018. № 21. С. 288–292. URL: <https://reposit.nupp.edu.ua/handle/PoltNTU/3153>.

25. Ілляшенко С., Пересадько Г. Маркетингова товарна політика промислового підприємства: управління стратегіями диверсифікації : монографія. Суми : Унів. кн., 2013. 328 с.

26. Іщенко С., Маслак О. Методичні аспекти визначення рівня ефективності товарної політики промислового підприємства. *Ефективна економіка*. 2014. № 9. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3316> (дата звернення: 31.12.2023).
27. Капінос Г. Операційний менеджмент : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2013. 352 с.
28. Карінцева О., Матвєєв П. Аналіз державної інноваційної політики України: проблеми та перспективи розвитку. *Механізм регулювання економіки*. 2016. № 3. С. 107–115. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/53349> (дата звернення: 31.12.2023).
29. Конспект лекцій з навчальної дисципліни «Товарознавство» : конспект лекцій / уклад. Л. Артеменко. Тернопіль : ТНТУ, 2022. 123 с. URL: <https://elartu.tntu.edu.ua/handle/lib/40726> (дата звернення: 31.12.2023).
30. Котлер Ф. Основи маркетингу. Київ : Наук. світ, 2022. 800 с.
31. Кузьминчук Н. Формування асортиментної політики виробничого підприємства. *Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ"*. 2014. № 66(1108). С. 76–83. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/items/ff03b8dc-1b99-4771-a9a9-ce9263ded481> (дата звернення: 31.12.2023).
32. Кузьминчук Н. В., Куценко Т. М., Терованесова О. Ю. Теоретичні підходи до розуміння сутності маркетингової товарної політики підприємства. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2019. № 66. URL: <https://doi.org/10.18664/338.47:338.45.v0i66.173206> (дата звернення: 31.12.2023).
33. Лісений Є., Дяченко Ю. Управління та шляхи удосконалення маркетингової товарної політики підприємства. *Економіка та суспільство*. 2021. № 32. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-32-25> (дата звернення: 31.12.2023).
34. Маркетинг. Навчальний посібник : навч. посіб. / А. Старостіна та ін. ; ред. А. Старостіна. Київ : НВП "Інтерсервіс", 2018. 216 с.
35. Мартиненко В., Щербак М. Методичні підходи до оцінки управління товарною політикою підприємства. *Сучасні проблеми економіки і підприємництва*.

2019. № 23. С. 149–155. URL: <http://sb-keip.kpi.ua/article/view/164999> (дата звернення: 31.12.2023).

36. Медіаспоживання українців в умовах повномасштабної війни. Опитування ОПОРИ. *ОПОРА - Громадянська мережа - вибори в Україні - Election in Ukraine*. URL: https://www.oporaua.org/polit_ad/mediaspozhyvannia-ukrayintsiv-v-umovakh-povnomasshtabnoyi-viini-opituvannia-opori-24068 (дата звернення: 01.01.2024).

37. Методичний посібник для проведення лекційних занять з дисципліни “Економіка організації і планування виробництва” / уклад. Г. Нагорняк. Тернопіль : ТНТУ, 2017. 216 с.

38. Мова, мікроблогери, МСБ. Як війна змінила інфлюенс-маркетинг в Україні. *Vector*. URL: <https://vctr.media/ua/mova-mikroblogeri-msb-yak-vijna-zminila-inflyuens-marketing-v-ukrayini-157526/> (дата звернення: 01.01.2024).

39. Нечаєв В. Промисловий маркетинг : навч.-метод. посіб. для самост. вивчення дисципліни : навч. посіб. Кривий Ріг : Мінерал, 2016. 185 с.

40. Носков О. Актуальність інновацій в умовах військового стану. *Глокалізаційні аспекти інноваційного розвитку економіки: збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих вчених*, м. Одеса, 20 жовт. 2022 р. 2022. С. 47–48.

41. Носков О. Конкурентне середовище операторів поштового зв'язку України в умовах військового стану. *Маркетингові технології в умовах євроінтеграційних процесів*, м. Хмельницький, 20 груд. 2023 р. 2024. С. 145–147.

42. Огляд українських служб доставки. *Хорошоп*. URL: <https://horoshop.ua/ua/blog/obzor-ukrainskikh-sluzhb-dostavki/> (дата звернення: 31.12.2023).

43. Окландер М., Кірносорова М. Маркетингова товарна політика : підручник. Київ : Центр учб. літ., 2020. 246 с.

44. Опорний конспект лекцій для вивчення дисципліни “товарна політика” : конспект лекцій. Тернопіль : ТНТУ, 2020. 61 с. URL:

<http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/37738/1/Опорний%20конспект%20лекцій.pdf> (дата звернення: 31.12.2023).

45. Опорний конспект лекцій з курсу “Маркетингові стратегії в товарній інноваційній політиці” для студентів 5 курсу спеціальності “Маркетинг” за рівнем “Магістр : конспект лекцій / уклад. Н. Андрєєва. Одеса : ОНЕУ, 2022. 206 с.

46. Паблодська І., Заблудська І. Товарна політика підприємства: механізм формування : монографія. Вид-во СНУ ім. В.Даля, 2018. 240 с.

47. Платіжний сервіс Нової Пошти готується конкурувати з PayPal. *Мінфін - все про фінанси: новини, курси валют, банки*. URL: <https://minfin.com.ua/2021/12/21/77609323/> (дата звернення: 31.12.2023).

48. Портер М. Конкурентна перевага. Як досягати стабільно високих результатів. Київ : Наш Формат, 2019. 624 с.

49. Поштомати. *Комплексне рішення оптимізації складського простору*. URL: <https://hold.com.ua/ua/pochtomaty> (дата звернення: 01.01.2024).

50. Про особливості роботи акціонерного товариства “Укрпошта” в умовах воєнного стану. *Офіційний вебпортал парламенту України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/305-2022-п#Text> (дата звернення: 31.12.2023).

51. Про поштовий зв'язок. *Офіційний вебпортал парламенту України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2722-20#Text> (дата звернення: 31.12.2023).

52. Райко Д., Шипуліна Ю. Маркетингова товарна політика : навч. посіб. Суми : Триторія, 2022. 158 с.

53. Річні звіти | Укрпошта. *Укрпошта*. URL: https://www.ukrposhta.ua/doc/annual-reports/ukrposhta_financial_statements_2021.pdf (дата звернення: 31.12.2023).

54. Руденко О., Сергієнко О. Сучасні підходи до маркетингової товарної політики, рекламного креативу, мерчандайзингу як запорука ефективного менеджменту. *Економіка та суспільство*. 2021. № 32. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-32-43> (дата звернення: 31.12.2023).

55. Сам собі листоноша: чи зможуть поштомати підкорити Україну. *Асоціація ритейлерів України – The profile association of retail market players*. URL: <https://rau.ua/novyni/postmaster-ukraine/> (дата звернення: 01.01.2024).
56. Сенишин О., Кривешко О. Маркетинг : навч. посіб. Львів : Львів. нац. ун-т ім. Ів. Франка, 2020. 347 с.
57. Сидорук Ю. Маркетинговий менеджмент на підприємстві: теоретичні засади. *Ефективна економіка*. 2013. № 11. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2013_11_40 (дата звернення: 31.12.2023).
58. Скопенко Н., Євсєєва-Северина І. Формування товарної інноваційної політики підприємств молочної галузі. *Економіка, менеджмент і маркетинг*. 2021. Т. 27, № 1. С. 69–79. URL: <https://dspace.nuft.edu.ua/jspui/handle/123456789/39073> (дата звернення: 31.12.2023).
59. Статут АТ "Укрпошта". Редакція від 15.08.2023. *Укрпошта | Головна пошта країни*. URL: https://www.ukrposhta.ua/doc/statutory-documents/Statut_at_ukrposhta_21082023.pdf (дата звернення: 31.12.2023).
60. Стратегічне управління маркетинговою діяльністю підприємства щодо формування та реалізації товарної політики / Д. Райко et al. *Вісник Національного технічного університету «ХПІ» (економічні науки)*. 2021. № 3. Р. 49–58. URL: <https://doi.org/10.20998/2519-4461.2021.3.49> (date of access: 31.12.2023).
61. Тардаскіна Т., Станкевич І., Івасілевич С. Маркетинговий інструментарій визначення конкурентних переваг операторів поштового зв'язку. *Проблеми економіки транспорту*. 2018. № 15. С. 73–83. URL: <https://doi.org/10.15802/pte.v0i15.136503> (дата звернення: 01.01.2024).
62. Троян А. Особливості асортиментної політики підприємства в сучасних умовах господарювання. *Ефективна економіка*. 2014. № 1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2014_1_55 (дата звернення: 31.12.2023).
63. Турчіна С. Особливості управління товарною політикою промислового підприємства. *Інфраструктура ринку*. 2018. № 19. С. 367–372. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2018/19_2018_ukr/63.pdf (дата звернення: 31.12.2023).

64. Тюха І., Ковальська В. Основні напрями підвищення товарної політики підприємства при виході на зовнішні ринки. *Молодий вчений*. 2017. № 12(52). С. 782–786. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2017/12/178.pdf> (дата звернення: 31.12.2023).
65. Удод К. Класифікація методів формування оптимального товарного асортименту компанії. *Участь молоді у розвитку економіки та суспільства України* : матеріали IV Всеукр. науково-практ. конф. студентів, аспірантів та молодих уч., 14-15 берез. 2013 р. : тези доп., м. Київ. 2013. С. 128–130. URL: <https://dspace.nuft.edu.ua/jspui/handle/123456789/21546> (дата звернення: 31.12.2023).
66. Уляницький Д. Битва за 450 млн посилок з Новою Поштою та Укрпоштою. Як працює ринок доставки в Україні – інтерв'ю CEO поштового оператора Meest – Forbes.ua. *Forbes.ua* | Бізнес. URL: <https://forbes.ua/company/noviy-kerivnik-meest-pro-te-yak-vin-khoche-vidibrati-chastku-rinku-u-novoi-poshti-ta-ukrposhti-11012022-3097> (дата звернення: 31.12.2023).
67. Фінансова звітність | Поштові & Транспортні послуги. *Meest* **【Україна】** *Поштові & Транспортні послуги*. URL: <https://meest.com/uploads/elFinder/UA/2021/062021/pdf/Zvit-2020.pdf> (дата звернення: 31.12.2023).
68. Фінансова звітність ТОВ "Нова Пошта". URL: <https://novaposhta.ua/partners/id/10016> (дата звернення: 31.12.2023).
69. Хурдей В., Даценко В., Семенова Л. Вплив маркетингової товарної політики на поведінку споживачів в умовах кризи. *Економічний простір*. 2021. № 165. С. 96–100. URL: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/165-17> (дата звернення: 31.12.2023).
70. Череп О., Коцербуба А. Формування системи маркетингової товарної політики. *Економічні науки*. 2021. № 1(290). С. 320–323. URL: <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/?p=6941> (дата звернення: 31.12.2023).
71. Шабага Т. Проблеми формування товарної політики підприємства. *Бізнес-навігатор*. 2014. № 1. С. 160–163. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bnav_2014_1_32 (дата звернення: 31.12.2023).

72. Шквиря Н. Механізм реалізації маркетингової товарної стратегії підприємства. *Проблеми глобалізації та моделі сталого розвитку економіки: матеріали V міжнародної наук.-практ. інтернет-конференції, м. Сєвєродонецьк, 15-16 квітня 2016р.*, м. Сєвєродонецьк. 2016. С. 144–147. URL: <http://elar.tsatu.edu.ua/bitstream/123456789/8440/1/1.pdf> (дата звернення: 31.12.2023).

73. Шквиря Н. Розробка товарної стратегії підприємства. *Економічна аналітика: сучасні реалії та прогностичні можливості* : зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф., 19 квіт. 2019 р. 2019. С. 67–71. URL: <http://elar.tsatu.edu.ua/handle/123456789/7411> (дата звернення: 31.12.2023).

74. Щебликіна І., Грибова Д. Основи менеджменту : навч. посіб. Мелітополь : Вид. будинок Мелітоп. міськ. друк., 2015. 483 с. URL: <http://elar.tsatu.edu.ua/handle/123456789/14971> (дата звернення: 31.12.2023).

75. 30+ influencer marketing statistics you should know. *Shopify*. URL: <https://www.shopify.com/blog/influencer-marketing-statistics> (date of access: 01.01.2024).

76. Hubspot | software, tools, resources for your business. *HubSpot | Software, Tools, Resources for Your Business*. URL: <https://www.hubspot.com/hubfs/2023%20State%20of%20Marketing%20Report.pdf> (date of access: 01.01.2024).

77. Influencer marketing and programmatic direct mail - paperplanes. *paperplanes*. URL: <https://paperplanes.co.uk/influencer-marketing-and-programmatic-direct-mail/> (дата звернення: 01.01.2024).

78. Linqia – influencer marketing, elevated. *Linqia*. URL: <https://www.linqia.com/wp-content/uploads/2023/09/Linqia-2023-State-of-Influencer-Marketing-Report.pdf> (date of access: 01.01.2024).

79. Pest-аналіз в системі маркетингового аналізу аграрних підприємств. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2023. № 3. С. 260–264. URL: <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2023/07/2023-318-40.pdf> (дата звернення: 31.12.2023).

80. Plusone research. URL: <https://plusone.com.ua/research/> (date of access: 31.12.2023).