

МАРКЕТИНГ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВО

УДК 303.4:656.8(477)

DOI: <https://doi.org/10.37734/2409-6873-2023-3-6>

ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНУ ПОШТОВИХ ОПЕРАТОРІВ УКРАЇНИ

А. М. ЗАХАРЕНКО-СЕЛЕЗНЬОВА

старший викладач,

Полтавський університет економіки і торгівлі

Анотація. Стаття присвячена дослідженню стану поштових операторів України в умовах сьогодення. **Метою статті** є аналіз діяльності поштових операторів України, місце поштових операторів в інфраструктурі ринку, особливості логістики перевезень поштових операторів, висвітлення практичного досвіду діяльності поштових операторів під час війни. **Методика дослідження.** Вирішення поставлених у статті цілей та завдань реалізовано за допомогою відповідних загальнонаукових спеціальних методів дослідження: аналізу та синтезу, систематизації та узагальнення, логічного підходу. **Результати.** Здійснено аналіз стану поштових операторів України та основні тенденції щодо розвитку інноваційних підходів до надання поштових послуг. Визначено ряд проблем, що пов'язані із труднощами логістики під час війни, помітне розширення діапазону нових послуг, відмічено консолідацію вітчизняних поштових операторів із світовим інформаційним простором. **Практична значущість результатів дослідження.** Практичний досвід поштових операторів підштовхнув їх до активного посилення маркетингової складової, рекомендовано посилювати існуючі напрямки вдосконалення маркетингу комплексно та систематично. Запропоновано поштовим операторам напрямки удосконалення роботи на ринку.

Ключові слова: поштові оператори, дослідження, маркетинг, інфраструктура, логістика перевезень.

Постановка проблеми в загальному вигляді та зв'язок із найважливішими науковими чи практичними завданнями. За останні півтора роки в Україні збільшилась зацікавленість у послугах поштових операторів. Це пов'язано із наслідками останніх подій на території країни. Велика кількість внутрішньо переміщених осіб та біженців у інші країни світу, як споживачі поштових операторів знаходяться у пошуку найбільш оптимального різновиду отримання послуг. Саме тому у поштових операторів які функціонують на території України виникає необхідність у адаптації сучасних методів підвищення управління матеріальними потоками та являє собою практичний інтерес для вітчизняної економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Необхідно визнати що дослідженням діяльності ринку послуг поштових операторів України приділяли увагу наступні науковці-теоретики: Горбаль Н.І., Шаровський Я.О., Ярошенко В.В. аналізували конкурентну ситуацію на ринку поштового зв'язку України [4], Слободянюк А., Андрушевич З. проводили дослідження конкурентних переваг операторів ринку поштового зв'язку України [18], Кушнір О.К., Кріль О.В. досліджували конкурентне середовище операторів поштового зв'язку [10], Романич І.Б. цікавився якістю послуг поштово-логістичних компаній на інноваційними концепціями їх діяльності [17], Кравчук В.І., Горячева А.Л. досліджували проблеми розвитку мар-

кетингу на підприємствах поштового зв'язку [9], Князева О.А. аналізувала стратегічні напрямки розвитку поштового зв'язку України [7]. Практичним досвідом, як саме змінилась робота поштових операторів з початку 2022 року, діляться в своїх публікаціях практики: Діана Полуніна [5], Євген Тафійчук [6], Олександр Ісаченко [12]. Зрозуміло, що час не стоїть на місці. Стрімкий розвиток подій в країні підштовхує поштових операторів до пошуку нових форм обслуговування та максимізації зусиль в своїй роботі.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Незвичайний розподіл ринку поштових операторів України, конкуренція по основних напрямках надання послуг, пошук нових форм ведення бізнесу та стимулювання зацікавленості у клієнтів. Враховуючи актуальність теми, завданням проведення дослідження та написання статті постає спроба проаналізувати тенденції що виникають у діяльності поштових операторів, пов'язати ці тенденції із викликами політичної та економічної ситуації в країні а також запропонувати новий вектор колаборації поштових операторів.

Вклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Дослідження, як пошук нових знань з метою з'ясування дійсного стану поштових операторів України починається із вивчення діяльності основних конкурентів. Послуги поштових операторів окрім економічної складової в інфраструктурі

країни виконує і соціально-значущу частину діяльності, як одна із вагомих галузей. Також галузь поштового сервісу є однією із більш розвинених секторів в інфраструктурі ринку. Науково-технічний прогрес, особливо розвиток електронних пристроїв, надає можливості поштовим операторам швидко модифікувати, покращувати, розвивати, урізноманітнювати послуги що надаються.

Головним завданням маркетингу в роботі поштових операторів полягає у сприянні інформування споживача щодо оцінки послуг підприємства. Сучасний маркетинг орієнтується не тільки на створення популярної послуги, встановлення на неї привабливої ціни і гарантування доступності для цільових споживачів. Маркетинг, для сучасного підприємства поштового оператора, повинен базуватись на принципах формування лояльності клієнта, тобто клієнтоорієнтованість на перше місце. Маркетинг поштових операторів направлений на застосування методів, засобів, підходів, заходів, як основного вектору формування особливих умов для клієнтів з урахуванням їх цінностей і потреб для схвального сприйняття поштового оператора та удосконалення процесу надання послуг.

Особливою складовою діяльності поштових операторів є проведення дослідження ринку (визначення місткості, аналіз цін на тотожні послуги, методи стимулювання та ефективні способи просування). Зважаючи на результати дослідження поштові оператори можуть розробляти і впроваджувати конкурентоспроможні пропозиції та інновації.

Українські поштові оператори знаходяться у конкурентному середовищі яке враховує два напрями надання послуг:

1) клієнтами є підприємства яким надаються послуги поставок та відправок;

2) клієнтами є споживачі як фізичні так і юридичні особи.

Ринок поштових операторів представлений багатьма компаніями, найбільш активними представниками цього ринку необхідно визнати наступну п'ятірку, основні послуги яких визначені станом на жовтень 2021 року:

1) ТОВ «Нова пошта»:

– відправлення та доставка посилок по Україні та за її межами;

– доставка з українських і закордонних інтернет-магазинів;

– фінансові послуги (грошові перекази по Україні та світу, оплата рахунків, зняття коштів із картки).

2) АТ «Укрпошта»:

– доставка по Україні (експрес і стандарт) та за її межами;

– доставка з інтернет-магазинів;

– митно-брокерські послуги;

– листи та бандеролі;

– доставка ліків;

– фінансові послуги (грошові перекази по Україні та за кордон, оплата послуг онлайн, пенсії, видача готівки, страхові послуги).

3) ТОВ «Meest»:

– відправлення та отримання посилок по Україні та за кордоном;

– доставка з українських та іноземних інтернет-магазинів;

– міжнародні грошові перекази.

4) ТОВ «Justin»:

– доставка посилок по Україні;

– доставка з українських та іноземних інтернет-магазинів;

– фінансові послуги (отримання банківських карток, оформлення страхових послуг, кредити, грошові перекази).

5) ТОВ «Делівері»:

– доставка вантажу в Україні;

– міжнародні перевезення;

– індивідуальне страхування вантажів;

– фрахт автомобілів для великих партій вантажу [5].

За даними на початок 2022 року монополістом з найбільшим покриттям є ТОВ «Нова пошта» (64%) від усього ринку, друге місце займає АТ «Укрпошта» (8%). Якщо порівнювати стартову позицію, на початок своєї діяльності ТОВ «Нова пошта» 2001 рік, основним конкурентом розглядає АТ «Укрпошта» яка з 1947 року є членом Всесвітнього поштового союзу. Тобто навіть порівнюючи такий показник як кількість відділень ТОВ «Нова пошта» – 1226, АТ «Укрпошта» – 11 000 стає зрозумілим, що за 22 роки ТОВ «Нова пошта» починаючи з нуля стрімко розвивається [13].

Маркетингоорієнтована діяльність ТОВ «Нова пошта», дослідження ринку поштових операторів України та чітка орієнтація на запити клієнтів – є основними складовими фундаменту побудови вдалого бізнесу та стрімкого завоювання першої позиції в інфраструктурі ринку даної галузі.

Грунтуючись на результатах порівняння п'ятірки поштових операторів, необхідно зазначити, що технічно майже всі вони схожі як за основними видами послуг так і за технічним забезпеченням логістики перевезень. Що дає перевагу лідерам: сильна маркетингова діяльність (додаткове фінансування в даному напрямку), сервіс, якість обслуговування, унікальні послуги з логістики перевезень для бізнес-партнерів).

За прогнозами від НБУ, Кабінету Міністрів України та МВФ, розглядаючи післяковідну кризу 2020–2021 років, макроекономічні показники повинні були стабілізуватись у 2022–2023 роках. Тобто, згідно з даними аналітики Незалежної асоціації Банків України імовірно можливе зростання

інфляції до 3,8%, що відповідно негативно вплине на купівельну спроможність населення [1].

Можливо прогнози на 2022–2023 роки здійснились, але повномасштабна війна внесла своє коригування в політичну та економічну ситуацію в цілому та в роботу поштових операторів зокрема.

Незважаючи на війну підприємства адаптуються та стараються вистояти. Наприклад, ТОВ «Нова пошта» продовжує працювати і доставляти відправлення попри те що на травень місяць 2022 року працювало майже половина довоєнних відділень. Також підприємство в свою чергу пропонує ряд рішень які можуть допомогти відновити логістику та адаптувати роботу поштових операторів в умовах війни [6].

Грунтуючись на викликах сьогодення необхідно сконцентрувати увагу на наступних компонентах які допоможуть відновити логістику перевезень:

1. Зосередити увагу на ключових напрямках (формування нової логістичної моделі з урахуванням безпечних територій, комендантських годин, потужностей і можливостей терміналів).

2. Моніторинг ситуації, швидке реагування на зміни (оперативна зміна логістики відповідно до ситуації в регіонах країни).

3. Виокремлення завдань на які неможливо вплинути, пошук вирішення (постраждала перевага – швидкість доставки).

4. Пошук нових рішень задля підвищення ефективності надання послуг (перебудова логістичної моделі, об'єднання логістичних потоків, залучення додаткового обладнання).

5. Створення «координаційного центру» у захищеному від військових подій місці (наявність можливості топ керівникам працювати не відділено, операційні дашборди для адаптивного управління).

6. Пристосування до нових потреб клієнтів (впорядкування роботи вантажної інфраструктури).

Напередодні війни і АТ «Укрпошта» мали свої плани щодо покращення сервісу та вдосконалення інфраструктури [14]:

1. Проект повної поетапної трансформації логістики.

2. Проект оновлення моделі роботи поштових відділень у селах.

3. Оновлення та розвиток транспортної логістики.

4. Оновлення ІТ на рівні обладнання та сучасних програмних продуктів.

5. Будівництво логістично-сортувального центру «Укрпошти» «Лист West».

Ці проекти АТ «Укрпошта» відтерміновані в зв'язку із військовою ситуацією в країні. Нові реалії підштовхують поштових операторів до нестандартних рішень. У довоєнні часи АТ «Укрпошта» та ТОВ «Нова пошта» були запеклими конкурен-

тами. Сьогодні ці поштові оператори функціонують на єдиному фронті, надаючи можливість доставки гуманітарних вантажів. Для обох підприємств виникла необхідність зосередити увагу на доставці гуманітарної допомоги в Україну з-за кордону. АТ «Укрпошта», як член Всесвітньої поштової спілки налагодила логістику через пошти інших країн. В свою чергу ТОВ «Нова пошта» започаткувала проект Humanitarian Nova Poshta. Зміна пріоритетних завдань із зовнішніх (вдосконалення сервісу, залучення нових класів, перевага в конкурентній боротьбі) на внутрішні (зменшення ризиків для транспорту, пошук безпечних логістичних шляхів) [13; 14].

Необхідно зазначити, що для поштових операторів логістика перевезень формується із двох складових:

1) Логістичних каналів постачання-збуту.

2) внутрішньовиробничого транспортування.

Обидва види транспортування взаємопов'язані між собою і утворюють транспортну систему поштового оператора. В даному контексті логістика перевезень допомагає у вирішенні наступних задач: створення транспортної системи підприємства; спільне планування транспортних процесів на різних видах транспорту; забезпечення технологічної єдності транспортно-складського процесу; вибір способу транспортування і транспортного засобу; визначення оптимально економічно вигідних маршрутів.

Зміни в логістиці поштових операторів з 22 лютого 2022 року пов'язуються саме із неможливістю її повноцінного функціонування як в довоєнні часи. На безперервну роботу впливають наступні фактори:

1) Мінімізація накопичення вантажів для небажаного пошкодження.

2) Активізація та адаптація складської логістики.

3) Труднощі із здійсненням логістичних операцій [12].

Українські поштові оператори щодня зіштовхуються з новими викликами які пов'язані як з військовими діями так і через економічну нестабільність не тільки в Україні а і у світі. Ці обставини пришвидшують застосування сучасних методів та технологій автоматизації, ІТ-рішень, безпечних хмарних сервісів. прозорість ланцюгів доставки – один із пріоритетних напрямів. Можливість у реальному часі користуватись інформацією про вантаж (місцезнаходження, умови транспортування). Переваги для поштового оператора є очевидними: мінімізація витрат на простоювання транспортного засобу, оцінювання роботи перевізника, контроль якості та стану вантажу. Посилюється роботизація складів та автоматизація фасування та перерозподілу вантажів (сортування посилок, переміщення вантажів у межах складського приміщення та у транспортний засіб).

Відкриті можливості для виробничих підприємств реалізації продукції на ринки інших країн через логістику поштових операторів. Наприклад Meest заснували проект Meest Fulfillment – сервіс який надає всі логістичні та поштові послуги підприємствам, що виходять на ринок США [15].

Висновки із зазначених проблем і перспективи подальших досліджень у даному напрямку. Як свідчать результати дослідження специфіка послуг поштових операторів полягає і ступені індивідуалізації та клієнтоорієнтованості відповідно до вимог споживачів.

Одним з досягнень поштових операторів за останні півтора роки є помітне розширення діапазону послуг за рахунок інноваційних видів, яких раніше вони не пропонували. Пропозиції щодо фінансових і банківських послуг стали досить актуальними.

Сьогодні підштовхнуло до активного розвитку діяльності поштових операторів в напрямку трансформації галузі в розвинену будову та консолідації із світовим інформаційним простором.

Вплив військових подій в Україні підштовхує поштових операторів до посилення маркетингової складової у формуванні стратегії підприємства. Існуючі напрямки вдосконалення маркетингу поштових операторів повинні втілюватись комплексно і системно. За результатами дослідження можна рекомендувати поштовим операторам наступні напрямки удосконалення:

1) Охоплення нових сегментів інноваційними пропозиціями.

2) Доступ споживачів до інформації щодо нових пропозицій.

3) Привернення уваги потенційних споживачів до всього асортименту послуг.

4) Пропозиції за допомогою Інтернету послуг.

5) Зниження витрат за рахунок трансакційних витрат.

Щодо логістики поштових операторів під час війни – це досвід який допомагає швидко орієнтуватися та налагодити оптимальне управління логістичними потоками в екстрених ситуаціях.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Taranenko O. Ukraine express delivery market industry analysis. *Economic analysis*. 2020. No. 30(4). P. 84–92. DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2020.04.084> (дата звернення: 05.08.2023).
2. Чміль Г. Л., Верзілова Г. Р. Місце маркетингової діяльності у забезпеченні економічного зростання торговельного підприємства. *Підприємництво та інновації*. DOI: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/10.27> (дата звернення: 05.08.2023).
3. Вовчанська О., Іванова Л. Особливості реалізації інструментів маркетингу в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. 2022. № 38. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-32> (дата звернення: 05.08.2023).
4. Горбаль Н. І., Шаровський Я. О., Ярошенко В. В. Конкурентна ситуація на ринку поштового зв'язку України. *Бізнес Інформ*. 2019. № 5. С. 123–128. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2019-5-123-128> (дата звернення: 05.08.2023).
5. Полуніна Д. Доставка «день у день» і покриття по всій країні: топ поштових операторів України. URL: <https://thepage.ua/ua/business/top-5-ukrayinskih-poshtovij-operatoriv-rejting-na-den-poshti> (дата звернення: 05.08.2023).
6. Тафійчук Є. Кейси військового часу: як адаптувати логістику під нові потреби. URL: <https://mind.ua/openmind/20240775-kejsi-vijskovogo-chasu-yak-adaptuvati-logistiku-pid-novi-potrebi> (дата звернення: 05.08.2023).
7. Князева О. А. Стратегічні напрямки розвитку поштового зв'язку України. *Актуальні проблеми економіки*. 2016. № 10. С. 88–97. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape_2016_10_11 (дата звернення: 05.08.2023).
8. Коссе І. Євроінтеграція поштою: чи відповідає директивам ЄС закон про поштовий зв'язок. URL: <https://www.eurointegration.com.ua/experts/2022/11/8/7150159/> (дата звернення: 05.08.2023).
9. Кравчук В. І., Горячева А. Л. Проблеми розвитку маркетингу на підприємствах поштового зв'язку. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2019. Випуск 10. Ч. 3. С. 49–51.
10. Кушнір О. К., Криль О. В. Дослідження конкурентного середовища операторів поштового зв'язку. *Економіка та суспільство*. 2021. № 32. С. 54–67. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-32-38> (дата звернення: 05.08.2023).
11. Мальчик М. В. та ін. Маркетингово-логістичні процеси в економіці: теорія та практика : монографія / за ред. Мальчик М. В. Нац. 104 ун-т вод. госп-ва та природокористування. Рівне : НУВГП, 2015. 197 с.
12. Ісаченко О. Зберегти та забезпечити: як змінилася логістика в Україні під час війни. URL: <https://mind.ua/openmind/20241674-zberegiti-ta-zabezpechiti-yak-zminilasya-logistika-v-ukrayini-pid-chas-vijni> (дата звернення: 05.08.2023).
13. Офіційний сайт ТОВ «Нова Пошта». URL: <https://novaposhta.ua> (дата звернення: 05.08.2023).
14. Офіційний сайт АТ «Укрпошта». URL: <https://www.ukrposhta.ua/ua> (дата звернення: 05.08.2023).
15. Офіційний сайт «Торговий дім «Міст Експрес». URL: <https://ua.meeest.com> (дата звернення: 05.08.2023).
16. Про поштовий зв'язок : Закон України від 04.10.2001 № 2759-III. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2759-14> (дата звернення: 05.08.2023).
17. Романич І. Б. Якість послуг поштово-логістичної компанії та інноваційні концепції її діяльності. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2018. Випуск 29. Ч. 2. С. 9–14.
18. Слободянюк А., Андрушкевич З. Дослідження конкурентних переваг операторів ринку поштового зв'язку України. *Збірник тез Економічного науково-практичного форуму «Підприємництво і маркетинг у формуванні національної безпеки за умов сучасних глобальних викликів»*. Хмельницький : ХНУ, 2022. С. 244–246.

REFERENCES

1. Taranenko O. (2020). Ukraine express delivery market industry analysis. *Economic analysis*, no. 30(4), pp. 84–92. DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2020.04.084> (accessed August 5, 2023).
2. Chmil H. L., & Verzilova H. R. Mistse marketynhovoї diialnosti u zabezpechenni ekonomichnoho zrostantia torhovelnoho pidpriemstva. *Pidpriemnytstvo ta innovatsii*. DOI: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/10.27> (accessed August 5, 2023).
3. Vovchanska O., & Ivanova L. (2022). Osoblyvosti realizatsii instrumentiv marketynhu v umovakh voiennoho stanu. *Ekonomika ta suspilstvo*, no. 38. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-32> (accessed August 5, 2023).
4. Horbal N. I., Sharovskyi Ya. O., & Yaroshenko V. V. (2019). Konkurentna sytuatsiia na rynku poshtovoho zviazku Ukrainy. *Biznes Inform*, no. 5, pp. 123–128. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2019-5-123-128> (accessed August 5, 2023).
5. Polunina D. Dostavka "den u den" i pokryttia po vsii kraini: top poshtovykh operatoriv Ukrainy. Available at: <https://thepage.ua/ua/business/top-5-ukrayinskih-poshtovij-operatoriv-rejting-na-den-poshti> (accessed August 5, 2023).
6. Tafiichuk Ye. Keisy viiskovoho chasu: yak adaptuvaty lohistyku pid novi potreby. Available at: <https://mind.ua/openmind/20240775-keisy-vijskovogo-chasu-yak-adaptuvati-logistiku-pid-novi-potrebi> (accessed August 5, 2023).
7. Kniazieva O. A. (2016). Stratehichni napriamky rozvytku poshtovoho zviazku Ukrainy. *Aktualni problemy ekonomiky*, no. 10, p. 88–97. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape_2016_10_11 (accessed August 5, 2023).
8. Kosse I. Yevrointehratsiia poshtoiu: chy vidpovidaie dyrektyvam YeS zakon pro poshtovyi zviazok. Available at: <https://www.eurointegration.com.ua/experts/2022/11/8/7150159/> (accessed August 5, 2023).
9. Kravchuk V. I., & Horiacheva A. L. (2019). Problemy rozvytku marketynhu na pidpriemstvakh poshtovoho zviazku. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnogo universytetu*, vol. 10, is. 3, pp. 49–51.
10. Kushnir O. K., & Kril O. V. (2021). Doslidzhennia konkurentnoho seredovyscha operatoriv poshtovoho zviazku. *Ekonomika ta suspilstvo*, no. 32, pp. 54–67. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-32-38> (accessed August 5, 2023).
11. Malchuk M. V. ta in. (2015). Marketynhovo-lohistrychni protsesy v ekonomitsi: teoriia ta praktyka: monohrafiia / za red. Malchuk M. V. Nats. 104 un-t vod. hosp-va ta pryrodokorystuvannia. Rivne: NUVHP, 197 p.
12. Isachenko O. Zberehty ta zabezpechyty: yak zminylasia lohistyka v Ukraini pid chas viiny. Available at: <https://mind.ua/openmind/20241674-zberehti-ta-zabezpechiti-yak-zminilasya-logistika-v-ukrayini-pid-chas-vijni> (accessed August 5, 2023).
13. Ofitsiyni sait TOV "Nova Poshta". Available at: <https://novaposhta.ua> (accessed August 5, 2023).
14. Ofitsiyni sait AT "Ukrposhta". Available at: <https://www.ukrposhta.ua/ua> (accessed August 5, 2023).
15. Ofitsiyni sait "Torhovy dim "Mist Ekspres". Available at: <https://ua.meest.com> (accessed August 5, 2023).
16. Pro poshtovyi zviazok: Zakon Ukrainy vid 04.10.2001 No. 2759-III. Available at: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2759-14> (accessed August 5, 2023).
17. Romanych I. B. (2018). Yakist posluh poshtovo-lohistrychnoi kompanii ta innovatsiini kontseptsii yii diialnosti. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnogo universytetu*, vol. 29, is. 2, pp. 9–14.
18. Slobodianiuk A., & Andrushkevych Z. (2022). Doslidzhennia konkurentnykh perevah operatoriv rynku poshtovoho zviazku Ukrainy. *Zbirnyk tez Ekonomichnoho nauково-praktychnoho forumu "Pidpriemnytstvo i marketynh u formuvanni natsionalnoi bezpeky za umov suchasnykh hlobalnykh vyklykiv"*. Khmelnytskyi: KhNU, pp. 244–246.

Angela Zakharenko-Seleznyova, Poltava Universiti of Economics and Trade. Study of the state of postal operators of Ukraine.

Annotation. The article is dedicated to the study of the state of postal operators of Ukraine in today's conditions. **The purpose of the article** is to analyze the activities of postal operators of Ukraine, the place of postal operators in the market infrastructure, the peculiarities of the logistics of postal operators' transportation, highlighting the practical experience of postal operators during the war. **Methodology of research.** The solution of the goals and tasks set in the article is implemented with the help of appropriate general scientific special research methods: analysis and synthesis, systematization and generalization, logical approach. **Findings.** An analysis of the state of postal operators of Ukraine and the main trends in the development of innovative approaches to the provision of postal services was carried out. A number of problems related to the difficulties of logistics during the war were identified, a noticeable expansion of the range of new services was noted, and the consolidation of the native postal operators with the global information space was noted. **Practical value.** As evidenced by the results of the research, the specificity of postal operators' services lies in the degree of individualization and client orientation in accordance with consumer requirements. One of the achievements of postal operators over the past year and a half is a significant expansion of the range of services due to innovative types that they did not offer before. Proposals for financial and banking services have become quite relevant. The influence of military events in Ukraine is pushing postal operators to strengthen the marketing component in the formation of the company's strategy. The existing directions for improving the marketing of postal operators should be implemented comprehensively and systematically. The practical experience of postal operators encouraged them to actively strengthen the marketing component, it is recommended to strengthen the existing areas of marketing improvement comprehensively and systematically. Postal operators are offered ways to improve their work on the market.

Keywords: postal operators, research, marketing, infrastructure, transport logistics.