

## ВИЗНАЧЕННЯ ОБ'ЄКТУ ЗМІН КОМПАНІЇ ТА ЙОГО ОЦІНКА

*А.В. Рябуха<sup>1</sup>, Г.М. Контева<sup>2</sup>*

<sup>1</sup> *магістрант кафедри менеджменту, НТУ «ХПІ», Харків, Україна*

<sup>2</sup> *професор кафедри менеджменту, докт. екон. наук, НТУ «ХПІ», Харків, Україна*  
[anastasiia.riabukha@emmb.khpi.edu.ua](mailto:anastasiia.riabukha@emmb.khpi.edu.ua)

У сучасних умовах господарювання компанії функціонують в умовах зміни як внутрішніх бізнес-процесів так і динамічного зовнішнього середовища та різноманітних викликів, що визначає актуальність дослідження змін та оцінку їх впливу. Дослідження проводилося на прикладі ТОВ «Нова пошта», яке має великий потенціал до розвитку та масштабування в Україні та за її межами, задля визначення об'єкту змін та пошуку напрямів розвитку компанії.

У 2014 році лідер українського ринку експрес-доставки "Нова пошта" почала міжнародну експансію, вийшовши на ринок Молдови і наразі компанія входить у трійку найпопулярніших логістичних операторів країни, з 20 відділеннями, 260 поштоматами та 34 точками обслуговування для отримання відправлень. За 2023 рік компанія доставила 1,3 мільйона відправлень, що вдвічі більше, ніж у попередньому році [1]. У травні 2022 року "Нова пошта" вийшла на ринок великих європейських країн під брендом Nova Post і було відкрито перше відділення у Польщі. "Нова пошта" стала першою українською компанією, що розпочала діяльність у Європі під час повномасштабної війни. Сьогодні у Польщі працюють 39 відділень Nova Post у 25 містах, два сортувальні термінали у Варшаві та Жешува, а також 20 000 поштоматів компанії InPost. У 2023 році компанія значно розширила свою присутність у Європі, відкривши представництва в 11 країнах та на початку 2024 року працює 86 відділень Nova Post, кур'єрська доставка, а також 35 000 партнерських поштоматів і точок обслуговування [1].

Отже, загалом плани розвитку компанії можна умовно поділити на два ключові напрями: внутрішній український ринок та глобальний ринок. На українському ринку ТОВ «Нова пошта» має зосередитися на зміцненні двох основних показників:

1. Доступність та зручність для клієнтів:

- відкриття близько 3000 нових відділень у сільських регіонах;
- встановлення 12 000 додаткових поштоматів у містах;
- впровадження нової моделі відділень у 20 містах.

2. Покращення якості надання послуг:

- підвищення рівня обслуговування у відділеннях, адресної доставки та поліпшення зворотного зв'язку з клієнтами;
- модернізація наявних продуктів і послуг та запуск нових.

Для досягнення цих цілей ТОВ «Нова пошта» необхідно інвестувати у розвиток клієнтського сервісу [2; 3].

Далі розглянемо ключові напрями розвитку ТОВ «Нова пошта» на період 2025-2029 рр.:

1. Український ринок поштових послуг:

- відкриття інноваційних терміналів у Одесі та Черкасах для збільшення обсягів обробки та швидкості обслуговування;
- модернізація сортувальних терміналів;
- додаткова автоматизація та роботизація процесів на складах;
- розширення мережі поштоматів;

– програми лояльності та персональні пропозиції для частих клієнтів, такі як знижки або прискорена обробка замовлень;

– швидше митне оформлення через автоматизацію та попереднє декларування відправлень, що особливо важливо для бізнес-клієнтів.

– використання дронів та роботизованих доставників для останнього етапу доставки в певних зонах, що може значно скоротити час і витрати.

2. Глобальний поштовий сектор:

– розширення мережі відділень у Польщі, Литві, Естонії, Латвії, Румунії, Чехії Німеччині та розвиток авіап перевезень, запуск нових маршрутів авіакомпанії SuperNova Airlines;

– партнерство з компаніями, що займаються електронною комерцією (наприклад, Amazon, AliExpress), щоб стати надійним логістичним партнером для міжнародних замовлень;

– запуск спеціалізованих рішень для B2B-сегменту, таких як «Fulfillment by Nova Poshta», де компанія бере на себе зберігання, упаковку та доставку міжнародних замовлень.

Таким чином, ці плани підкреслюють амбіції компанії "Нова Пошта" щодо розширення своєї глобальної присутності та зміцнення позицій на українському ринку логістики. Відкриття нових відділень і розвиток авіап перевезень значно покращать логістичні можливості компанії як на міжнародному, так і на внутрішньому рівнях. Впровадження нових технологій, розширення логістичних можливостей і підвищення якості обслуговування допоможуть компанії зміцнити свою позицію як лідера на ринку логістики в Україні та значно покращити її конкурентні переваги на глобальному рівні. Покращення рівня обслуговування та активне використання зворотного зв'язку створять позитивний досвід взаємодії з клієнтами та сприятимуть формуванню лояльності, що призведе до збільшення повторних замовлень. Модернізація наявних послуг та запуск нових дозволить "Новій пошті" задовольняти потреби як індивідуальних клієнтів, так і бізнес-сегменту. Водночас автоматизація процесів та відкриття інноваційних терміналів допоможуть оптимізувати операції, зменшити витрати та підвищити швидкість обробки відправлень. Використання дронів та роботизованих доставників на останньому етапі доставки забезпечить швидкість і точність, знижуючи ризики, пов'язані з людським фактором. На міжнародному рівні відкриття нових відділень у Європі та співпраця з великими компаніями електронної комерції, як-от Amazon і AliExpress, дозволить "Новій пошті" закріпити свою присутність на глобальному ринку логістики та стати надійним логістичним партнером для міжнародних замовлень. Це не лише розширить клієнтську базу, але й значно підвищить дохідність компанії.

Таким чином, втілення нововведень націлене на зміцнення позицій "Нової пошти" як провідної логістичної компанії в Україні та успішний вихід на міжнародні ринки. Очікується, що компанія зможе збільшити свою частку ринку, залучити нових клієнтів, оптимізувати внутрішні процеси, підвищити якість послуг та ефективно інтегрувати інновації для забезпечення стійкого зростання.

#### **Список літератури:**

1. Нова пошта у світі. ТОВ "Нова пошта". [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: [https://novaposhta.ua/o\\_kompanii/nova\\_poshta\\_u\\_sviti](https://novaposhta.ua/o_kompanii/nova_poshta_u_sviti)

2. *Коптева, Г.М., Нащекіна, О.М.* Концептуальні положення управління стратегічними змінами на підприємстві. Вісник Національного Технічного Університету "Харківський Політехнічний Інститут". Серія: економічні науки, 2023, №2, С. 73–77.

3. *Краснокутська Н.С., Коптева Г.М.* Бізнес-процеси підприємств торгівлі та їх вплив на економічну безпеку підприємств. Сучасні процеси трансформації у бізнесі та виробництві: теорія, методологія, практика: колективна монографія. Дніпро: Журфонд. 2019. С. 55-75.