

ПАРТНЕРСТВО «НОВОЇ ПОШТИ» З УКРАЇНСЬКИМИ БІЗНЕСАМИ: ОПТИМІЗАЦІЯ ПРОЦЕСІВ ДОСТАВКИ «ОСТАННЬОЇ МИЛІ»

Жарська І. О., кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та міжнародної логістики, Одеський національний економічний університет, м. Одеса, Україна
e-mail: terana22@ukr.net
ORCID: 0000-0003-3213-6589

Хачірова Ю. С., студентка 4 курсу кафедри маркетингу та міжнародної логістики, Одеський національний економічний університет, м. Одеса, Україна
e-mail: yuliagrenz@gmail.com
ORCID: 0009-0009-4945-8913

Анотація. У статті розглянуто важливість логістики «останньої милі» у контексті сучасного ринку та визначено її ключову роль у формуванні конкурентних переваг для бізнесів. Метою роботи є аналіз партнерства ТОВ «Нова пошта» з українськими бізнесами у контексті логістики «останньої милі». Нами були використані такі методи: логічно-семантичний, аналіз, опис, порівняння, синтез тощо. Підкреслено, що ефективна логістика «останньої милі» дозволяє компаніям значно знижувати витрати, підвищувати швидкість доставки та зменшувати час, необхідний для обробки замовлень. Дослідження виявило, що саме ці фактори є критично важливими для забезпечення задоволеності споживачів, а також для зростання продажів у бізнесах-партнерах ТОВ «Нова Пошта». У статті також розглядаються останні тенденції в логістиці «останньої милі», зокрема, розвиток технологій, що полегшують доставку та повернення товарів, а також співпраця з бізнесами-партнерами «Нової Пошти». Стаття має важливе практичне значення для українських бізнесів, які прагнуть оптимізувати свої логістичні процеси.

Ключові слова: логістика, «остання миля», підприємство, партнерство, бізнес, доставка.

NOVA POSHTA'S PARTNERSHIP WITH UKRAINIAN BUSINESSES: OPTIMISING LAST-MILE DELIVERY PROCESSES

Zharska O. Iryna, candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Department of Marketing and International Logistics, Odessa National Economic University, Odessa, Ukraine
e-mail: terana22@ukr.net
ORCID: 0000-0003-3213-6589

Khachirova S. Yuliia, 4th year student of the Department of Marketing and International Logistics, majoring in Marketing, Odessa National Economic University, Odessa, Ukraine
e-mail: yuliagrenz@gmail.com
ORCID: 0009-0009-4945-8913

Abstract. The article considers the importance of last-mile logistics in the context of the modern market and identifies its key role in shaping competitive advantages for businesses. We used the following methods: logical and semantic, analysis, description, comparison, synthesis, etc. It is emphasised that effective last-mile logistics allows companies to significantly reduce costs, increase delivery speed and reduce the time required to process orders. The study found that these factors are critical for ensuring customer satisfaction and sales growth in the partner businesses of Nova Poshta LLC. The study of consumer needs highlights the main 'pains' faced by buyers and their impact on purchasing decisions. It is described that free delivery and returns, the ability to track parcels, as well as flexibility in choosing the time and date of delivery are important aspects that contribute to the growth of brand trust. The article analyses how these factors affect the consumer experience, highlighting their important contribution to increasing loyalty to companies. The article also discusses the latest trends in last-mile logistics, including the development of technologies that facilitate the delivery and return of goods, as well as cooperation with partner businesses. The case studies of companies such as Rozetka, Eldorado and Intertop demonstrate how partnership with Nova Poshta has had a positive impact on their business processes, reduced logistics costs and increased customer satisfaction. Scientific novelty. The studied trends and practical aspects of cooperation can serve as a basis for developing strategies for improving logistics processes in small and medium-sized businesses, which is critical for their competitiveness in the modern market. Practical importance. The article is of great practical importance for Ukrainian businesses seeking to optimise their logistics processes. It is emphasised that partnership with Nova Poshta LLC can serve as an effective tool for improving service and increasing sales.

Key words: logistics, «new mile», enterprise, partnership, business, delivery.

JEL Classification: M 010, M 110, O 100

Постановка проблеми. У сучасних умовах зростання електронної комерції та підвищених очікувань споживачів щодо швидкості та зручності доставки логістика «останньої милі» стає критичним елементом успішного функціонування бізнесу. Однак багато компаній стикаються з проблемами ефективної організації цього етапу, що включають високі витрати на доставку, труднощі з управлінням поверненнями та необхідність забезпечення своєчасної доставки в умовах мінливого попиту. У цьому контексті партнерство з логістичними операторами, такими як «Нова Пошта», може стати стратегічним інструментом для подолання цих викликів, проте залишається питання: як саме така співпраця впливає на оптимізацію процесів «останньої милі» та конкурентоспроможність бізнесів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останні дослідження вчених присвячені широкому колу питань сучасних тенденцій логістики. Зокрема, О. Завадська та К. Оксенюк дослідили роль сучасних інформаційних технологій у транспортній та складській логістиці, підкресливши їх вплив на прискорення операційних процесів [1].

С. Свічинський і О. Шимко проаналізували проблеми доставки «останньої милі» у сфері електронної комерції та запропонували шляхи для підвищення її ефективності [2]. Є. Тяжкун розкрив сучасні тенденції інтеграції маркетингу та логістики, акцентуючи на важливості співпраці логістичних операторів з ритейлерами [3]. З. Я. Шацька та О. С. Стужний розглянули еволюцію логістичних концепцій у контексті технологічних змін, що дозволяє ефективніше адаптуватися до сучасних викликів [4]. Д. Даценко вивчив використання камер схову як інструменту вирішення проблем «останньої милі» в Україні та їх потенціал для оптимізації доставки [5].

О. Россолов проаналізував критерії вибору каналів доставки кінцевими споживачами, що впливає на ефективність логістики «останньої милі» [6].

Відокремлення невирішених раніше частин загальної проблеми. Попри значні досягнення ТОВ «Нова пошта» у сфері логістики, недостатньо досліджено, як саме партнерство між «Новою Поштою» та українськими бізнесами сприяє оптимізації процесів «останньої милі» та яким чином це впливає на операційну ефективність компаній і лояльність споживачів.

Мета дослідження. Метою роботи є аналіз партнерства ТОВ «Нова пошта» з українськими бізнесами у контексті логістики «останньої милі». Завдання дослідження полягає у розкритті визначення логістики «останньої милі»: описати тенденції логістики «останньої милі» загалом і, зокрема, у контексті підприємства ТОВ «Нова пошта»; навести приклади бізнесів-партнерів ТОВ «Нова пошта» та визначити, як це партнерство впливає на ефективність їхнього бізнесу.

Основний матеріал. Логістика «останньої милі» означає завершальний етап транспортування товару від розподільчого центру чи складу до кінцевого споживача [2]. Цей процес є особливо важливим у забезпеченні якості обслуговування, оскільки саме на цьому етапі формується загальне враження клієнта про надійність та ефективність постачальника. Основне завдання «останньої милі» полягає в тому, щоб забезпечити доставку швидко, точно і з мінімальними витратами, навіть у складних міських умовах чи при високому рівні сезонного попиту. В умовах сучасного ринку швидка та зручна доставка вже не є просто додатковою опцією, а є критично важливим фактором конкурентоспроможності, що може визначати вибір споживача. Оператори, які ефективно управляють цим етапом, отримують значні переваги, оскільки забезпечують кращу клієнтоорієнтованість та підвищують рівень лояльності.

Сутність конкурентної переваги логістики «останньої милі» полягає у можливості створювати безшовний досвід доставки, який відповідає індивідуальним очікуванням споживачів [5]. Оскільки доставка в межах «останньої милі» часто передбачає безпосередню взаємодію з клієнтами, успішне її виконання дозволяє компаніям зміцнювати довіру та залучати нових споживачів. Відмова від традиційної централізованої логістики на користь децентралізованих моделей, таких як поштомати, дозволяє прискорити доставку та оптимізувати витрати. Використання сучасних технологій, зокрема автоматизованих камер зберігання і систем відстеження посилок, дає можливість скоротити час очікування, уникнути логістичних затримок і зменшити витрати. Завдяки такому підходу компанії отримують стратегічну перевагу над конкурентами, підвищуючи ефективність процесів і забезпечуючи високу якість обслуговування.

У сучасному середовищі електронної комерції споживачі все частіше очікують від бізнесу гнучкості та швидкості в обслуговуванні. Однією з найважливіших проблем для клієнтів є вартість доставки. Безкоштовна доставка, особливо з можливістю отримання у поштоматах

або відділеннях, часто стає вирішальним фактором під час вибору магазину. Дослідження показують, що високі витрати на доставку або необхідність сплати за повернення можуть стати причиною відмови від покупки. Тому бізнеси, які співпрацюють з логістичними операторами для надання безкоштовної доставки та спрощених процедур повернення, мають вищі шанси залучити клієнтів та підвищити обсяги продажів.

Ще одним фактором для споживачів є незручність у відстеженні замовлень. Сучасні покупці прагнуть мати доступ до інформації про статус своєї посилки у будь-який момент. Логістичні оператори, такі як «Нова Пошта», надають послуги трекінгу в режимі реального часу, що дозволяє споживачам зменшити невизначеність та уникнути неприємних несподіванок, пов'язаних із затримками доставки. Відстеження також сприяє покращенню комунікації між клієнтом і компанією, підвищуючи рівень задоволеності обслуговуванням.

Гнучкість у виборі часу та місця отримання також є важливою для сучасного споживача. Доставка на наступний день, можливість обрати конкретний день чи часовий інтервал отримання допомагають клієнтам краще планувати свій час і уникати незручностей. У великих містах з високою мобільністю, таких як Київ чи Дніпро, саме така гнучкість є ключовим фактором зручності для покупців. Додатково послуга «легкого повернення», що дозволяє здійснити повернення товару без зайвих труднощів, робить покупку менш ризикованою для клієнта і стимулює його скоріше приймати рішення про придбання. Усе це сприяє покращенню користувацького досвіду та зміцненню відносин між споживачами і бізнесами.

Саме ці фактори підкреслюють, що якісна логістика «останньої милі» не лише вирішує проблеми споживачів, а й слугує інструментом утримання клієнтів та стимулювання їхньої лояльності.

У ТОВ «Нова пошта» цей процес логістики «останньої милі» є стратегічним компонентом бізнесу та охоплює кілька напрямів [7]. Клієнти мають можливість обрати отримання замовлення в одному з численних поштоматів або відділень по всій країні, а також користуватися адресною доставкою, коли кур'єри доставляють посилки безпосередньо додому або в офіс. Використання IT-рішень для оптимізації маршрутів дозволяє економити час і знижувати витрати, а також надає можливість відстежувати доставку в реальному часі через мобільний застосунок або сайт.

ТОВ «Нова пошта» активно розвиває партнерські програми, які включають безкоштовну доставку з магазинів-партнерів до поштоматів та відділень. Ця пропозиція особливо вигідна для малого та середнього бізнесу, оскільки вона створює стимули для покупок, знижуючи фінансові бар'єри для клієнтів. Завдяки зручності та швидкості доставки, покупці можуть обрати найближче відділення або поштомат для отримання замовлення. Послуга «Легке повернення» є ще одним важливим елементом, який дозволяє покупцям без зайвих труднощів повернути товар [8]. Це рішення не лише мінімізує бар'єри для покупки, але й підвищує лояльність клієнтів до бізнесу.

ТОВ «Нова пошта» є другим за величиною оператором камер схову в Європі, поступаючись лише InPost у Польщі, який має понад 20 000 поштоматів. Для порівняння, DPDHL у Німеччині володіє близько 9 000 камер схову. Мережа поштоматів «Нової Пошти» активно розвивається і включає, зокрема, 3056 поштоматів у Києві, 1150 у Дніпрі, 608 у Львові, 474 у Запоріжжі та 464 в Одесі [7]. Широка мережа відділень і поштоматів забезпечує високу доступність послуг для клієнтів у різних містах, скорочуючи час доставки та підвищуючи ефективність обслуговування.

ТОВ «Нова Пошта», як один з провідних логістичних операторів в Україні, активно розвиває партнерські програми, що дозволяють різним бізнесам оптимізувати свої логістичні процеси. Серед численних партнерів компанії слід виділити такі відомі бренди, як Rozetka, Eldorado та Intertop. Кожен із цих бізнесів виграє від співпраці з «Новою Поштою» не лише у фінансовому вимірі, але й у підвищенні рівня обслуговування клієнтів.

Партнерство з «Новою Поштою» дозволяє інтернет-магазину ТОВ «Розетка. UA», одному з найбільших онлайн-ритейлерів в Україні, значно знизити витрати на логістику та зосередитися на основних аспектах бізнесу [9]. Завдяки інтеграції з системою доставки «Нової Пошти», Rozetka забезпечує своїм клієнтам безкоштовну доставку при замовленнях на певну суму, що, зі свого боку, стимулює покупців до збільшення обсягу покупок. Така співпраця сприяє не тільки зростанню продажів, але й формує позитивний імідж компанії, адже швидка та безкоштовна доставка є важливим фактором, який впливає на рішення споживачів.

Аналогічно, ТОВ «Ельдорадо», великий гравець на ринку електроніки, отримує значні переваги від партнерства з «Новою Поштою» [10]. Завдяки швидкій доставці товарів до поштоматів та відділень, ТОВ «Ельдорадо» може пропонувати своїм клієнтам можливість отримати покупку у зручний для них час та у зручному місці. Це особливо актуально для покупців, які обирають електроніку, адже для них важливо, щоб процес доставки був максимально простим і зрозумілим. Співпраця з «Новою Поштою» також дозволяє ТОВ «Ельдорадо» зменшити час очікування клієнтів, що позитивно впливає на загальний рівень задоволеності.

Крім того, партнерство з «Новою Поштою» позитивно позначається на ТОВ «Інтертоп Україна», яке спеціалізується на продажу взуття та одягу [11]. Використання послуг «Нової Пошти» дозволяє Intertop забезпечити ефективну логістику, що включає безкоштовну доставку та легке повернення товарів. Це особливо важливо у сегменті моди, де клієнти часто потребують можливості повернення або обміну товару. Завдяки цій послугі, клієнти Intertop відчують більшу впевненість у своїх покупках, що сприяє зростанню конверсії та зменшенню рівня відмов.

Поєднання широкої мережі поштоматів, безкоштовної доставки та послуги «Легке повернення» створює конкурентну перевагу для ТОВ «Нова пошта» та її партнерів. Бізнеси отримують можливість розширювати аудиторію і стимулювати продажі, тоді як клієнти насолоджуються зручністю, гнучкістю та прозорістю логістичних послуг.

Висновки. Загалом партнерство з ТОВ «Нова Пошта» створює нові можливості для бізнес-партнерів. Це не лише сприяє зростанню обсягу продажів, але й дозволяє компаніям забезпечити високу якість обслуговування, що є критично важливим у сучасному конкурентному середовищі. Партнери отримують доступ до нових технологій, які допомагають оптимізувати логістичні процеси, зменшити витрати та підвищити ефективність. Отже, співпраця з «Новою Поштою» не лише відповідає сучасним вимогам ринку, але й формує нові стандарти якості обслуговування у сфері електронної комерції.

Список літератури

1. Завадська О., Оксенюк К.. Сучасні інформаційні технології в розрізі транспортної та складської логістики. Економічний форум. 2024. Т. 1, № 4. С. 142–147. URL: <https://doi.org/10.36910/6775-2308-8559-2023-4-18> (дата звернення: 30.10.2024).
2. Свічинський С., Шимко О. Огляд поточної ситуації і шляхів підвищення ефективності доставки останньої милі у секторі електронної комерції. Сучасні технології в машинобудуванні та транспорті. 2023. Т. 2, № 21. С. 198–204. URL: <https://doi.org/10.36910/automash.v2i21.1225> (дата звернення: 30.10.2024).
3. Тяжкун Є. Інтеграційна взаємодія маркетингу та логістики: сучасні тенденції. Економіка та суспільство. 2024. № 59. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-72> (дата звернення: 30.10.2024).
4. Шацька З. Я., Стужний О. С. Еволюція концепцій логістики в контексті трансформації технологічних укладів. Ефективна економіка. 2024. № 4. URL: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.4.63> (дата звернення: 30.10.2024).
5. Даценко Д. Посилочні камери схову – як ефективний спосіб вирішення проблеми останньої милі доставки в Україні. Вісник Національного транспортного університету. 2023. Вип. 1, №. 55. URL: <https://doi.org/10.33744/2308-6645-2023-1-55-098-107> (дата звернення: 30.10.2024).
6. Россолов О. Оцінка ознак вибору каналу доставки кінцевими споживачами в рамках логістики останньої милі. Інноваційні матеріали і технології в металургії та машинобудуванні. 2021. № 1. URL: <https://doi.org/10.15588/1607-6885-2021-1-11> (дата звернення: 30.10.2024).
7. ТОВ "Нова пошта". Офіційний сайт компанії. URL: <https://novapost.com/uk-ua/> (дата звернення: 30.10.2024).
8. Послуга «Легке повернення. ТОВ "Нова пошта"». URL: https://novaposhta.ua/lpb/?utm_source=site&utm_medium=referral&utm_campaign=npu_lpb (дата звернення: 30.10.2024).
9. ТОВ «Розетка. UA». Офіційний сайт магазину. URL: <https://rozetka.com.ua/> (date of access: 30.10.2024).
10. ТОВ «Ельдорадо». Youcontrol. URL: https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/13917349/ (дата звернення: 30.10.2024).
11. ТОВ «Інтертоп Україна». Youcontrol. URL: https://youcontrol.com.ua/ru/catalog/company_details/41097426/ (дата звернення: 30.10.2024).

References

1. Zavadzka, O. & Okseniuk, K. (2024). Modern information technologies in the context of transport and warehouse logistics. *Ekonomichnyj forum*, 1(4), 142-147. Retrieved from <https://doi.org/10.36910/6775-2308-8559-2023-4-18> (accessed 30 October 2024). [In Ukrainian].
2. Svichynskyi, S., & Shymko, O. (2023). Overview of the current situation and ways to improve the efficiency of last mile delivery in the e-commerce sector. *Suchasni tekhnolohii v mashynobuduvanni ta transporti*, 2(21), 198-204. Retrieved from <https://doi.org/10.36910/automash.v2i21.1225> (accessed 30 October 2024). [In Ukrainian].
3. Tyazhkun, E. (2024). Integration interaction of marketing and logistics: modern trends. *Ekonomika ta suspil'stvo*, 59. Retrieved from <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-72> (accessed 30 October 2024). [In Ukrainian].
4. Shatska, Z. Y., & Stumnyi, O. S. (2024). Evolution of Logistics Concepts in the Context of Transformation of Technological Facilities. *Efektivna ekonomika*, 4. Retrieved from <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.4.63> (accessed 30 October 2024). [In Ukrainian].
5. Datsenko, D. (2023). Parcel lockers – as an effective way to solve the problem of the last mile of delivery in Ukraine. *Visnyk Natsional'noho transportnoho universytetu*, 1(55). Retrieved from <https://doi.org/10.33744/2308-6645-2023-1-55-098-107> (accessed 30 October 2024). [In Ukrainian].
6. Rossolov, O. (2021). Evaluation of the attributes of choosing a delivery channel by end users in the framework of last mile logistics. *Innovatsijni materialy i tekhnolohii v metalurhii ta mashynobuduvanni*, 1. Retrieved from <https://doi.org/10.15588/1607-6885-2021-1-11> (accessed 30 October 2024). [In Ukrainian].
7. Nova Poshta LLC (2024). Official website of the company. Retrieved from <https://novapost.com/uk-ua/> (accessed 30 October 2024). [In Ukrainian].
8. Easy Return Service (2024). Nova Poshta LLC. Retrieved from https://novaposhta.ua/lpb/?utm_source=site&utm_medium=referral&utm_campaign=npu_lpb (accessed 30 October 2024). [In Ukrainian].
9. Rozetka. UA (2024). Official website of the store. Retrieved from <https://rozetka.com.ua/> (accessed 30 October 2024). [In Ukrainian].
10. Eldorado LLC (2024). Youcontrol. Retrieved from https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/13917349/ (accessed 30 October 2024). [In Ukrainian].
11. Intertop Ukraine LLC (2024). Youcontrol. Retrieved from https://youcontrol.com.ua/ru/catalog/company_details/41097426/ (accessed 30 October 2024). [In Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 06.12.2024

Прийнята до публікації 10.12.2024