

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра менеджменту

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності 073 "Менеджмент"

за темою:

**«Управління конкурентоспроможністю послуг підприємства на
ринку поштового зв'язку»**

Виконавець
студент центру заочної та вечірньої
форми навчання

Тодосієнко Вікторія Євгенівна

/підпис/

Науковий керівник
кандидат економічних наук, доцент

Балабаш Ольга Сергіївна

/підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Розвиток економіки XXI ст. характеризується посилення конкуренції у всіх сферах господарської діяльності. Перед сучасними компаніями постає нове завдання – переглянути основи взаємодії між підприємствами та ринком споживання. Відповідно, керівництво компаній потребує сучасного інструментарію, що дасть їм змогу проводити моніторинг здатності суб'єктів господарювання до конкурентної боротьби. Саме таким інструментарієм є система оцінки та управління конкурентоспроможністю послуг підприємства.

Поштова індустрія є однією з базових основ функціонування сучасного суспільств. Вся країна залежить від поштового зв'язку, особливо в період воєнного стану, тому дуже важливим є управління конкурентоспроможністю послуг підприємства на ринку поштового зв'язку.

Мета та завдання дослідження. Метою дослідження є узагальнення теоретичних та методичних аспектів управління конкурентоспроможністю послуг на ринку поштового зв'язку, а також практичне застосування отриманих знань в процесі розробки напрямків удосконалення управління конкурентоспроможністю послуг підприємства поштового зв'язку.

Для досягнення мети дослідження необхідно вирішити наступні задачі:

- визначити поняття та сутність управління конкурентоспроможністю послуг в сучасному світі;
- розкрити специфіку ринку поштового зв'язку та процесів управління конкурентоспроможністю послуг;
- виділити методичні підходи оцінки управління конкурентоспроможністю послуг підприємства на ринку поштового зв'язку;
- провести оцінку стану вітчизняного ринку поштового зв'язку;
- надати організаційно-економічну характеристика підприємства, що працює на ринку надання послуг поштового зв'язку;
- дослідити конкурентоспроможність послуг підприємства на ринку поштового зв'язку;
- розробити напрямки удосконалення управління конкурентоспроможністю послуг на ринку поштового зв'язку.

Об'єкт дослідження – компанія Meest Пошта.

Предмет дослідження - процес управління конкурентоспроможністю послуг.

Методи дослідження. Проведення комплексного та системного дослідження передбачало використання загальнонаукових та приватно-наукових методів. Зокрема, для вивчення теоретичних засад управління конкурентоспроможністю послуг на ринку поштового зв'язку та виявлення існуючих проблем було використано методи аналізу, синтезу, спостереження, порівняння, зведення, тощо. Для оцінки стану вітчизняного ринку поштового зв'язку та дослідження конкурентоспроможності послуг оператора поштового зв'язку було використано методи PEST-аналізу, SWOT-аналізу, побудовано

конкурентну карту ринку, проведено оцінку конкурентоспроможності за допомогою зважених бальних оцінок.

Інформаційна база дослідження - наукова література вітчизняних та зарубіжних авторів, статична інформація про стан ринку поштового зв'язку в Україні, результати аналітичних досліджень щодо стану ринку поштового зв'язку, матеріали консалтингових агенцій, фактичні дані, що характеризують діяльність оператора поштового зв'язку Meest Пошта.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел (40 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 67 сторінок. Основний зміст викладено на 63 сторінках. Робота містить 24 таблиці, 8 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі **«Теоретичні засади управління конкурентоспроможністю послуг на ринку поштового зв'язку»** розглянуто поняття та сутність управління конкурентоспроможністю послуг в сучасному світі, охарактеризовано специфіку ринку поштового зв'язку та процесів управління конкурентоспроможністю послуг, виділено методичні підходи оцінки управління конкурентоспроможністю послуг підприємства на ринку поштового зв'язку.

У другому розділі **«Аналіз управління конкурентоспроможністю послуг поштового зв'язку Meest Пошта та перспективи їх вдосконалення»** проведено оцінку стану вітчизняного ринку поштового зв'язку, представлено організаційно-економічну характеристику Meest Пошта, досліджено конкурентоспроможність послуг підприємства Meest Пошта на ринку поштового зв'язку.

Запропоновано напрямки удосконалення управління конкурентоспроможністю послуг Meest Пошта на ринку поштового зв'язку та проведено оцінку їх ефективності.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. Визначивши поняття та сутність управління конкурентоспроможністю послуг в сучасному світі було зроблено висновки, що конкурентоспроможність є результатом, що фіксує наявність конкурентних переваг. Надання конкурентоспроможних послуг – обов'язкова умова конкурентоспроможності фірми. Конкурентоспроможність послуг більш повно розкривається через систему її показників. Вони є сукупністю критеріїв кількісної оцінки рівня конкурентоспроможності послуг. Основою для побудови системи показників конкурентоспроможності є аналіз взаємодії потреби і послуги, в ході якого здійснюється їх порівняння, а також виявляється ступінь відповідності один одному.

2. Розкриття специфіки ринку поштового зв'язку та процесів управління конкурентоспроможністю послуг свідчить, що, незважаючи на війну, український ринок послуг поштового зв'язку продовжує розвиватися. Основними трендами ринку послуг поштового зв'язку в Україні є інтенсивний розвиток E-commerce; поширення безконтактної кур'єрської доставки (поштоматів); зростання вимогливості клієнтів до зручності, швидкості, якості та надійності доставки; зростання відправлень вантажу невеликих габаритів; посилення конкуренції в сегменті локальної доставки; активний вихід крупних національних операторів поштового зв'язку на міжнародний ринок з локалізацією власних відділень.

3. Виділивши методичні підходи оцінки управління конкурентоспроможністю послуг підприємства на ринку поштового зв'язку було зроблено висновки, що проведення дослідження потребує комплексного використання загальнонаукових і приватно-наукових методів. До загальнонаукових методів, що будуть використані при проведенні дослідження, належать системний аналіз, декомпозиція, метод порівнянь, експертні методи, методи моделювання і статистичних досліджень, аналіз, синтез та інші. Приватно-наукові методи застосовуються для вивчення більш вузьких або специфічних проблем у певній сфері. В ході проведення дослідження будуть використані такі приватно-наукові методи, як PEST-аналіз, оцінка привабливості галузі за методом А. Дж. Томпсона та А.Д. Стрікланда, побудовано конкурентну карту ринку (карту стратегічних груп операторів поштового зв'язку), проведено аналіз конкурентоспроможності послуг на ринку поштового зв'язку (на підставі вивчення офіційної статистичної інформації, новинних стрічок, матеріалів консалтингових і рейтингових агентств, галузевих оглядів), використано SWOT-аналіз, побудовано матриці можливостей та матриці загроз.

4. Проведена оцінка стану вітчизняного ринку поштового зв'язку свідчить, що в Україні діє ліберальний режим реєстрації поштового оператора, найнижчі тарифи на посилки в Європі, при цьому є 100% покриття поштовим зв'язком країни, навіть під час війни (поштовий зв'язок відсутній тільки на окупованих територіях та в зонах активних бойових дій). Присутність відразу декількох потужних операторів на українському ринку створює конкурентні умови та захищає клієнтів. У 2022 році, із початком повномасштабного вторгнення, в Україні спостерігалось різке падіння ринку послуг поштового зв'язку (на 36,9% в порівнянні з 2021 роком), проте у 2023 році ринок відновлюється, і у 2024 році прогнозується його подальший розвиток. Особливе значення для розвитку поштової індустрії та надання якісних послуг користувачам має створення зручних мобільних додатків, які спрощують життя українців, удосконалення онлайн-інтерфейсів, підвищення швидкості та якості обслуговування під час відправлення та отримання посилок.

5. Надана організаційно-економічна характеристика підприємства, що працює на ринку надання послуг поштового зв'язку свідчить, що компанія Meest Пошта надає широкий спектр послуг поштового зв'язку для приватних клієнтів та для бізнесу. Meest Пошта є одним з трьох найбільших операторів поштового зв'язку України, забезпечує доставку вантажів, документів та грошових переказів по Україні та більш, ніж у 170 країн світу. За період 2021-2023 років фінансовий

стан Meest Пошта покращився. Збільшення доходу Meest Пошта навіть в умовах повномасштабного вторгнення у 2022 році обумовлено специфікою роботи компанії – дохід збільшився за рахунок зростанням обсягу міжнародних відправлень та активізацією надання послуг поштового зв'язку на території Західної України. Негативними тенденціями в роботі компанії у 2021-2023 роках є зменшення операційного та чистого прибутку, зниження рентабельності роботи та ліквідності. Проте компанія має ресурси для подальшого розвитку та підвищення конкурентоспроможності.

6. Дослідивши конкурентоспроможність послуг підприємства на ринку поштового зв'язку було зроблено висновки, що основними конкурентами Meest Пошта на українському ринку послуг поштового зв'язку є компанії «Укрпошта» та Нова Пошта. Для послуг компанії Meest Пошта слабкими місцями в порівнянні з конкурентами є швидкість доставки; швидкість обслуговування у відділеннях; менша кількість відділень, ніж у компаній Нова Пошта та «Укрпошта»; недостатня обізнаність споживачів про можливості компанії Meest Пошта. Стратегічними активами компанії Meest Пошта для підвищення конкурентоспроможності послуг виступають відома торгова марка компанії, досвід роботи на ринку, низька вартість послуг в порівнянні з основними конкурентами, наявність власних фінансових ресурсів для розвитку компанії, активне використання в роботі інформаційних технологій.

7. Розроблені напрямки удосконалення управління конкурентоспроможністю послуг компанії Meest Пошта на ринку поштового зв'язку спрямовані на розширення мережі відділень для збільшення доступності надання послуг; збільшення швидкості обслуговування під час надання послуг у відділеннях; формування позитивного іміджу та розширення обізнаності споживачів про мобільний додаток та інші можливості компанії Meest Пошта; є активізація співпраці з маркетплейсами (Пром, Bigl, Епіцентр Маркетплейс, Алло Маркетплейс) – щоб покупці на цих маркетплейсах при купівлі товарів обирали доставку Meest Пошта.

Розроблені пропозиції потребують фінансування у розмірі 1154 тис. грн. Фінансування буде здійснюватися за рахунок власних коштів компанії Meest Пошта.

Для оцінки впливу заходів управління конкурентоспроможністю послуг компанії Meest Пошта на обсяг надання послуг було використано метод експертних оцінок. В якості експертів виступатимуть заступник директора Департаменту продаж, заступник директора Департаменту маркетингу, заступник директора Департаменту логістики. Проведене прогнозування свідчить про збільшення обсягу надання послуг з доставки посилок та документів для приватних осіб та для бізнесу по Україні на 2,37%.

Оцінка впливу розроблених заходів на показники роботи компанії Meest Пошта свідчить про зростання обсягу надання послуг на 2995,68 тис. грн. або на 0,74%. При цьому зростання прибутку становитиме 922,02 тис. грн. (на 1,44%).

Конкурентоспроможність послуг Meest Пошта після реалізації розроблених рекомендацій підвищиться за рахунок таких критеріїв, як: швидкість доставки, зручність розміщення відділень, швидкість обслуговування у відділеннях,

зручність користування мобільним додатком та використання партнерської системи та франчайзингу для розширення мережі відділень. Відповідно, розроблені пропозиції є ефективними та доцільними до реалізації.

АНОТАЦІЯ

Тодосієнко В.Є. «Управління конкурентоспроможністю послуг підприємства на ринку поштового зв'язку».

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 073 «Менеджмент»

Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2024.

У роботі розглядаються теоретичні засади управління конкурентоспроможністю послуг на ринку поштового зв'язку, розглянуто поняття та сутність управління конкурентоспроможністю послуг в сучасному світі, охарактеризовано специфіку ринку поштового зв'язку та процесів управління конкурентоспроможністю послуг, виділено методичні підходи оцінки управління конкурентоспроможністю послуг підприємства на ринку поштового зв'язку.

Проведено оцінку стану вітчизняного ринку поштового зв'язку, представлено організаційно-економічну характеристику Meest Пошта, досліджено конкурентоспроможність послуг підприємства Meest Пошта на ринку поштового зв'язку.

Запропоновано напрямки удосконалення управління конкурентоспроможністю послуг Meest Пошта на ринку поштового зв'язку за рахунок розширення мережі відділень, підвищення швидкості обслуговування у відділеннях, активізації роботи з маркетплейсами. Проведено оцінку ефективності запропонованих заходів та визначено їх вплив на конкурентоспроможність послуг підприємства.

Ключові слова: конкурентоспроможність, конкурентоспроможність послуг, поштовий зв'язок, ринок поштового зв'язку, конкурентоспроможність послуг поштового зв'язку

ANNOTATION

Todosienko V.E. «Management of the competitiveness of enterprise services on the postal market»

Qualifying work on obtaining a bachelor's degree in the specialty «073 Management»

Odessa National Economics University. – Odessa, 2024.

The paper examines the theoretical principles of managing the competitiveness of services in the postal market, examines the concept and essence of managing the competitiveness of services in the modern world, characterizes the specifics of the postal

market and the processes of managing the competitiveness of services, identifies methodological approaches to assessing the competitiveness of enterprise services in the postal market connection

An assessment of the state of the domestic postal market was carried out, the organizational and economic characteristics of Meest Poshta were presented, and the competitiveness of Meest Poshta's services on the postal market was investigated.

Directions for improving the competitiveness of Meest Poshta services in the postal market by expanding the network of branches, increasing the speed of service in branches, and intensifying work with marketplaces are proposed. The effectiveness of the proposed measures was evaluated and their impact on the competitiveness of the company's services was determined.

Key words: competitiveness, competitiveness of services, postal communication, postal market, competitiveness of postal services