

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-32-38>

УДК 338.47

ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА ОПЕРАТОРІВ ПОШТОВОГО ЗВ'ЯЗКУ

RESEARCH OF THE COMPETITIVE ENVIRONMENT OF POSTAL OPERATORS

Кушнір Оксана Климівна

кандидат економічних наук, доцент,

Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2679-2782>**Кріль Оксана Василівна**

магістрантка,

Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2603-8010>**Kushnir Oksana, Kril Oksana**

Kamianets-Podilskiy Ivan Ohienko National University

У статті показано, що в умовах сучасної економіки жоден суб'єкт господарювання не здатний працювати самостійно. На нього впливає конкурентне середовище, постійна оцінка якого, дозволяє йому розвиватись. Досліджено ринок послуг поштового зв'язку, який зростає з кожним роком завдяки розвитку Інтернет-торгівлі, карантинним обмеженням, маркетингу та появи інновацій. Визначено потребу доставки товару за оптимальними критеріями: швидкість, зручність, доступність. З метою оцінки цих критеріїв проаналізовано кількість відділень та терміни доставки основних операторів поштового зв'язку, враховано програми лояльності, мобільні додатки та інші бонуси для споживача. Дослідження проведено з використанням методу аналізу та синтезу, порівняння даних, маркетингового інструментарію (SWOT-аналіз). Виявлено стратегічні напрями підвищення рівня конкурентоспроможності.

Ключові слова: конкурентоспроможність, конкурентні переваги, SWOT-аналіз, послуги поштового зв'язку, ринок поштового зв'язку.

В статье показано, что в условиях современной экономики ни одно предприятие не способно работать самостоятельно. На него влияет конкурентная среда, постоянная оценка которой позволяет ему развиваться. Исследован рынок услуг почтовой связи, который растет с каждым годом благодаря развитию Интернет-торговли, карантинным ограничениям, маркетингу и появлению инноваций. Определена потребность доставки товара по оптимальным критериям: быстрота, удобство, доступность. Для оценки этих критериев проанализировано количество отделений и сроки доставки основных операторов почтовой связи, учтены программы лояльности, мобильные приложения и другие бонусы для потребителя. Исследование проведено с использованием метода анализа и синтеза, сравнения данных, маркетингового инструментария (SWOT-анализ). Выявлены стратегические направления повышения уровня конкурентоспособности.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкурентные преимущества, SWOT-анализ, услуги почтовой связи, рынок почтовой связи.

The article showed that in the modern economy no business entity is able to work independently. It is influenced by the competitive environment, the constant assessment of which allows it to develop. In order to maintain market position and win a new market segment, it is necessary to conduct regular analysis of competitors. The market of postal services, which is growing every year due to the development of e-commerce, quarantine restrictions, marketing and the emergence of innovations, has been studied. The need for delivery of goods according to the optimal criteria: speed, convenience, availability is determined. In order to assess these criteria, the number of branches and delivery times of the main postal operators were analyzed; loyalty programs, mobile applications and other bonuses for the consumer were taken into account. The study was conducted using the method of analysis and synthesis, data comparison. To further explore the competitive advantages of postal operators, their strengths have been highlighted. Identifying weaknesses will help you see what the company needs to improve. To identify strengths and weaknesses, a SWOT analysis of leading companies was conducted. It is determined that the main

competitive advantages of Nova Poshta are fast service delivery time and implementation of innovations, Ukrposhta is a leader in the financial services market and has a large customer base. The main advantage of Mist Express is the optimal combination of delivery speed and low price. However, Nova Poshta has an advantage in the number of branches, and Ukrposhta uses domestic experience, thanks to which it has gained the trust of the consumer and a significant share in the financial services market. The strategic directions of increasing the level of competitiveness, which are connected with the European integration course of the country, were revealed. To ensure and strengthen their position in the conditions of competition, postal operators need to implement a tariff policy that would ensure profit, meet the demand for postal services, and take into account the costs of the enterprise, prices of competitors, some services and more.

Keywords: competitiveness, competitive advantages, SWOT-analysis, postal services, postal market.

Постановка проблеми. Стан розвитку поштового зв'язку в Україні характеризується значним відставанням у споживанні послуг поштового зв'язку не тільки від промислово розвинених країн, але й від багатьох країн Європи, що розвиваються, а також відсутністю дієвих регуляторних механізмів управління, падінням деяких показників економічної діяльності та інвестиційної привабливості національного оператора. Поряд з цим ринок послуг поштового зв'язку зростає з кожним роком. Цьому сприяє розвиток Інтернет-торгівлі, карантинні обмеження, маркетинг, поява інновацій. Новітні технології швидко впроваджуються та використовуються не державними операторами поштового зв'язку, тим самим посилюючи їхні конкурентні переваги з однієї сторони. З іншої сторони, такі оператори віддають перевагу найвигіднішим послугам та діяльності у великих містах. Це призводить до дисбалансу розвитку ринку поштових послуг за географічним розташуванням, рівнем прибутковості, переліком наданих послуг. З метою збереження ринкових позицій та завоювання нового сегменту ринку, необхідно проводити регулярний аналіз конкурентів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання конкурентоспроможності послуг вивчали такі зарубіжні вчені, як А. Сміт, А. Курно, Д. Рікардо та ін. Серед вітчизняних, обґрунтування досліджуваному поняттю, дають Л. Балабанова, С. Шевельова, Л. Траченко та ін. Конкурентоспроможність ринку послуг поштового зв'язку України в сучасних умовах господарювання досліджували Горбаль Н.І., Шаровський Я.О., Ярошенко В.В., Князева О.А. та інші.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми: Ринок операторів поштового зв'язку розширюється, впроваджуються інновації, що потребує детального дослідження з метою збереження частки ринку та її розширення.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою даної статті є дослідження

конкурентного середовища на ринку операторів поштового зв'язку та виявлення переваг окремих операторів.

Виклад основного матеріалу. Сфера зв'язку є надзвичайно важливою у забезпеченні функціонування економічної, соціальної та інших сфер суспільства, що обумовлює особливу значущість послуг зв'язку. Сфера зв'язку надає широкий спектр послуг, зокрема: поштові, фінансові, рекламні та інші комерційні послуги. З поширенням Інтернет-торгівлі, а також самої Інтернет-мережі, потенційний покупець отримує можливість вибору, дізнається про інноваційні товари, які не доступні в його регіоні. Тому виникає потреба доставки товару за оптимальними критеріями: швидкість, зручність, доступність. Це породило зростання кількості операторів поштового зв'язку на ринку України, але основними серед них є: АТ «Укрпошта», ТОВ «Нова Пошта», ТОВ «Торговий дім «Міст Експрес».

З метою оцінки конкурентності послуг операторів поштового зв'язку, виділено основні критерії доставки: кількість відділень, терміни доставки, наявність програм лояльності, мобільних додатків та інших бонусів для споживача. Оцінка подана в таблиці 1.

Як бачимо, ТОВ «Нова пошта» та АТ «Укрпошта» мають найбільшу кількість відділень та поштоматів, але суттєвою перевагою ТОВ «Нова пошта» над АТ «Укрпошта» – є швидкість доставки, яка переважає в три рази. ТОВ «Торговий дім «Міст Експрес» має лише 3350 відділень, проте, завдяки швидким термінам доставки складає конкуренцію АТ «Укрпошта». У кожного з операторів поштового зв'язку доступні мобільні додатки, програми лояльності, міжнародна доставка та перевезення крупногабаритних вантажів, але фулфілмент наявний лише в ТОВ «Нова Пошта». Отже, ТОВ «Нова пошта» має найбільше конкурентних переваг та є лідером за швидкістю доставки, кількістю відділень і терміналів.

Для детальнішого дослідження конкурентних переваг операторів поштового зв'язку, слід

Таблиця 1

Порівняння операторів поштового зв'язку в Україні

Критерії оцінки	ТОВ «Нова Пошта»	АТ «Укрпошта»	ТОВ «Торговий дім «Міст Експрес»
Кількість відділень та поштоматів	16400	11000	3350
Термін доставки по Україні, дні	1-2	2-6	1-3
Наявність мобільного додатку	+	+	+
Програма лояльності	+	+	+
Міжнародна доставка	+	+	+
Фулфілмент	+	-	-
Доставка за часовими інтервалами	+	-	-
Перевезення крупногабаритних вантажів	+	+	+

Джерело: сформовано авторами на основі [1; 2; 3]

виокремити їх сильні сторони. Визначення слабких сторін допоможе побачити, що саме компанії необхідно вдосконалювати. Для визначення сильних та слабких сторін проведемо SWOT-аналіз компанії, якій займають лідируючі позиції.

SWOT-аналіз компанії ТОВ «Нова пошта» подано в таблиці 2.

Як бачимо, до внутрішнього середовища віднесено такі сильні сторони, як висока впізнаваність бренду, стабільне фінансове становище, кваліфікований персонал та інновації. Проте, загрозою для внутрішнього середовища виступають високі ціни на послуги та низька кваліфікація обслуговуючого персоналу. Зовнішнє середовище сприяє виникненню таких можливостей, як поява нових партнерів та розвиток Інтернет-торгівлі.

Серед лідерів операторів поштового зв'язку є АТ «Укрпошта». SWOT-аналіз компанії подано в таблиці 3.

До внутрішнього середовища належить величезний досвід роботи на вітчизняному ринку, стабільне фінансове становище, низька плинність кадрів, наявність флателії, велика частка на ринку фінансових послуг, широка клієнтська база, доставка за часовими інтервалами, низькі ціни та низька собівартість послуги. Одними з найслабших сторін є довгі терміни виконання послуги та відсутність сучасного технічного забезпечення, в тому числі, обладнання та транспорту. Зі сторони зовнішнього середовища виникають такі можливості, як використання клієнтської бази для маркетингової діяльності та захоплення нових сегментів ринку. Проте, постають загрози, основними з яких є зменшення частки ринку або вихід з нього через відсутність інновацій.

У 2008 році на ринку операторів поштового зв'язку з'являється ТОВ «Торговий дім «Міст Експрес». Зважаючи на низку переваг серед

Таблиця 2

SWOT-аналіз компанії ТОВ «Нова пошта»

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ol style="list-style-type: none"> 1. Висока впізнаваність бренду. 2. Стабільне фінансове становище. 3. Кваліфікований персонал. 4. Програма заохочень та мотивації для співробітників. 5. Налаштована електронна система документообігу та передачі даних. 6. Зручний та доступний інтерфейс. 7. Швидкий час виконання послуги. 8. Налаштовані партнерські відносини. 9. Поява інновацій (термінал КІТ2). 10. Фулфілмент. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Високі ціни на послуги. 2. Низька кваліфікація обслуговуючого персоналу. 3. Відсутня прив'язаність до бренду, система заохочень для постійних клієнтів.
Можливості	Загрози
<ol style="list-style-type: none"> 1. Розвиток Інтернет-торгівлі. 2. Поява нових партнерів. 3. Вихід конкурентів з ринку. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Цінова конкуренція. 2. Ріст частки конкурентів на ринку. 3. Конкуренти на міжнародному ринку. 4. Зростання цін на технології.

Джерело: сформовано авторами на основі [2]

Таблиця 3

SWOT-аналіз компанії АТ «Укрпошта»

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ol style="list-style-type: none"> 1. Висока впізнаваність бренду. 2. Великий досвід роботи на вітчизняному ринку. 3. Стабільне фінансове становище. 4. Низька плинність кадрів. 5. Наявність флателії. 6. Велика частка на ринку фінансових послуг (виплата та доставка пенсій). 7. Широка клієнтська база. 8. Тенденція до розширення (поштомати). 9. Доставка за часовими інтервалами. 10. Низькі ціни. 11. Низька собівартість послуги. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Довгі терміни виконання послуги. 2. Практично відсутня маркетингова діяльність. 3. Відсутність сучасного технічного забезпечення на відділеннях. 4. Низька кваліфікація персоналу. 5. Відсутні програма заохочень та мотивації для співробітників. 6. Застаріле обладнання, транспорт.
Можливості	Загрози
<ol style="list-style-type: none"> 1. Використання клієнтської бази для маркетингової діяльності. 2. Вихід на нові сегменти ринку. 3. Лідери на ринку фінансових послуг. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Зменшення частки на ринку, або вихід з нього, через відсутність інновацій. 2. Використання застарілого обладнання. 3. Витіснення з ринку конкурентами.

Джерело: сформовано авторами на основі [3]

Таблиця 4

SWOT-аналіз компанії ТОВ «Торговий дім «Міст Експрес»

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ol style="list-style-type: none"> 1. Охоплення міжнародного ринку. 2. Партнерські відносини. 3. Доступні ціни на послуги. 4. Швидка доставка. 5. Добре фінансове становище. 6. Кваліфікований персонал. 7. Електронна система документообігу та передачі даних. 8. Доставка за часовими інтервалами. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Відсутність рекламної кампанії в Інтернеті. 2. Мала кількість відділень. 3. Відсутні прив'язаність до бренду. 4. Нестача персоналу.
Можливості	Загрози
<ol style="list-style-type: none"> 1. Лідер по співпраці з міжнародними ринками. 2. Розвиток Інтернет-торгівлі. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Поява, або ж об'єднання конкурентів. 2. Посилення вимог з боку держави щодо співпраці з міжнародними ринками. 3. Відсутність інновацій.

Джерело: сформовано авторами на основі [4]

конкурентів, доцільно провести SWOT-аналіз компанії. Результати подані в таблиці 4.

За результатами проведеного аналізу, виділено такі сильні сторони у ТОВ «Торговий дім «Міст Експрес», як: охоплення міжнародного ринку, партнерські відносини, доступні ціни на послуги, швидка доставка, електронна система документообігу. Слабкі сторони полягають у відсутності рекламної кампанії, малій кількості відділень, нестачі персоналу. Зовнішнє середовище сприяє співпраці з міжнародними ринками, що веде за собою розвиток Інтернет-торгівлі.

Висновки з проведеного дослідження. Досліджено переваги на ринку операторів поштового зв'язку. При порівнянні таких показників, як: кількість відділень, терміни

доставки, наявності інших зручностей для споживача, визначено, що лідерами є ТОВ «Нова Пошта», АТ «Укрпошта», ТОВ «Торговий дім «Міст Експрес». Проведено SWOT-аналіз лідерів ринку. Визначено, що основними конкурентними перевагами ТОВ «Нова Пошта» є швидкий час виконання послуги та впровадження інновацій. АТ «Укрпошта» є лідером на ринку фінансових послуг та має в доступі велику клієнтську базу. Основною перевагою ТОВ «Торговий дім «Міст Експрес» є оптимальне поєднання швидкості доставки та низької ціни. Проте, ТОВ «Нова Пошта» має перевагу в кількості відділень, а АТ «Укрпошта» використовує вітчизняний досвід, завдяки якому отримала довіру від споживача.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Про поштовий зв'язок : Закон України від 04.10.2001 № 2759-III. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2759-14>
2. Офіційний сайт ТОВ «Нова Пошта». URL: <https://novaposhta.ua/ru>
3. Офіційний сайт АТ «Укрпошта». URL: <https://www.ukrposhta.ua/ua>
4. Офіційний сайт «Торговий дім «Міст Експрес». URL: <https://ua.meest.com/ru>

REFERENCES:

1. Pro poshtovyi zviyazok [About postal service]. Available at: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2759-14>
2. Nova Poshta [Nova Poshta]. Available at: <https://novaposhta.ua/ru>
3. Ukrposhta [Ukrposhta]. Available at: <https://www.ukrposhta.ua/ua>
4. Meest Express [Meest Express]. Available at: <https://ua.meest.com/ru>