

ВПРОВАДЖЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ В ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ ТОВ «НОВА ПОШТА»

Бондаренко А.Ф.,

*к.т.н., доцент, доцент кафедри маркетингу,
Сумський державний університет, м. Суми, Україна
a.bondarenko@uabs.sumdu.edu.ua*

Гордієнко В.П.,

*к.е.н., доц., доцент кафедри управління імені Олега Балацького
v.hordiienko@crkr.sumdu.edu.ua*

Мінченко М. Г.,

*к.е.н., доцент кафедри маркетингу
m.minchenko@uabs.sumdu.edu.ua*

Броннікова Л. О.,

*студентка гр..МКм-01
Сумський державний університет,
м. Суми вул. Римського-Корсакова, 2, м. Суми, 40007, Україна*

На сучасному етапі розвитку для забезпечення постійного оновлення продукції і вдосконалення виробничих процесів слід постійно виявляти поточні та майбутні проблеми, пов'язані із зміною життєвого циклу продукції й технології. Це – пошук інноваційної діяльності в різних напрямках з виділенням окремих сучасних проектів, пріоритетних на час їх актуалізації. Управління сукупністю інноваційних процесів визначає таку політику підприємства, яка формується на основі певних принципів і встановлює зв'язок між розвитком компанії і напрямками її інноваційної діяльності.

У статті розглянуто методичний підхід до визначення ефективності інноваційної політики ТОВ «Нова Пошта», проаналізовано основні економічні показники досліджуваної компанії та здійснено оцінку ефективності її інноваційної політики і визначено напрямки її вдосконалення.

Ключові слова: інновації, інвестиції, кон'юнктура симптоматика, нововведення, інноваційна система.

DOI: 10.21272/1817-9215.2020.4-7

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Інноваційна політика є складовою загальною стратегією сучасних підприємств та компаній і сприяє впровадженню в практику її основних вимог. Мета і пріоритети технічного розвитку визначаються відповідно до загальної стратегії компанії на тому чи іншому етапі її функціонування. Управління сукупністю інноваційних процесів визначає сучасну політику компанії, яка формується на основі певних принципів і встановлює зв'язок між її загальним розвитком і напрямками інноваційної діяльності.

Реалізація інноваційних рішень можлива за умови вираженої інноваційної політики, яка формує умови залучення до інноваційної діяльності певних функціональних служб компанії. Так, своєчасне розпізнання нових вимог забезпечується кваліфікованими маркетинговими дослідженнями, за результатами яких визначають напрями інноваційних змін і окреслюють пріоритетні завдання.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Дослідженнями проблематики інноваційної політики на сучасному етапі приділяється значна увага у працях вітчизняних та зарубіжних вчених, таких як: О. Амоша, В. Геєць, М. Долішній, В. Захарченко, І. Кукурудза, Б. Маліцький, В. Онищенко, В. Соловйов, Л. Федулова, М. Чумаченко, Н. Іванова, І. Дежіна, А. Дагаєв, В. Зінченко, Г. Тюльков, Е. Менсфілд, Б. Твісс та інші. Проте на сьогоднішній день не існує єдиної думки щодо стратегії розробки та впровадження інноваційної політики компанії.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою даної статті є обґрунтування сучасних механізмів інноваційної політики компанії й визначення шляхів щодо підвищення її ефективності.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Інноваційна політика є формою стратегічного управління, яка визначає цілі та умови здійснення інноваційної діяльності компанії, зосередженої на забезпеченні її конкурентоспроможності та оптимальному використанні наявного виробничого потенціалу.

В основу інноваційної діяльності компанії покладено мету отримання надприбутку та монопольного положення на ринку, головним засобом досягнення якої є найповніше задоволення існуючих та потенційних потреб споживачів, а також формування інновацією нових.

В якості методичних принципів оцінки ефективності інноваційної діяльності вважаємо за доцільне використовувати деякі принципи діагностики, а саме: принцип від загального до часткового, від попередньої до загальної оцінки, принцип сполучення статичних та динамічних оцінок, сполучення кількісних та якісних оцінок, а також принцип урахування фактору часу (таблиця 1)

Таблиця 1.1 – Принципи оцінки ефективності інноваційної діяльності

Принцип	Змістове відображення
Від загального до часткового	Здійснення оцінки ефективності інноваційної діяльності як комплексної категорії, в розрізі оцінки кожної зі складових
Від попередньої до загальної оцінки	Формалізація результатів оцінки ефективності інноваційної діяльності, які здійснюються на етапі прийняття рішення про впровадження інноваційної діяльності та на кінцевому етапі комерціалізації результатів.
Сполучення статичних та динамічних оцінок	Відображення результатів оцінки як на етапі впровадження, так і з урахуванням її розвитку на ринку.
Сполучення кількісних та якісних оцінок	З позиції авторів, базовими видами ефективності є економічна, соціальна, екологічна та технологічна ефективності, які характеризуються рядом показників, що вимірюються як кількісно, так і якісно. Тому оцінка повинна містити в собі оптимальність параметрів, які б узгоджували дані показники.
Урахування фактору часу	Здійснення оцінки з урахуванням динамічності оточуючого середовища впродовж життєвого циклу інновації

Єдиним узагальнюючим показником економічної ефективності будь-якої групи технічних нововведень слугує економічний ефект, що характеризує абсолютну величину перевищення вартісної оцінки очікуваних (фактичних) результатів над сумарними витратами ресурсів за певний розрахунковий період. Залежно від кола вирішуваних завдань величину економічного ефекту можна і треба обчислювати в одній із двох форм: народногосподарській (загальний ефект за умовами використання нововведень) і внутрішньогосподарській (ефект, одержуваний окремо розробником, виробником і споживачем технічних новин або нововведень).

Народногосподарський економічний ефект визначається через порівняння результатів від застосування технічних нововведень і всіх витрат на їхню розробку, виробництво і споживання; він відбиває ефективність однієї з груп технічних нововведень з погляду їхнього впливу на кінцеві показники розвитку економіки країни.

Внутрішньогосподарський (комерційний) економічний ефект обчислюється на окремих стадіях відтворювального циклу «наука-виробництво-експлуатація (споживання)», дає змогу оцінювати ефективність певних технічних новин і нововведень з огляду на ринкові економічні інтереси окремих науково-дослідних (проектно-конструкторських) організацій, підприємств-продуцентів і підприємств-споживачів.

За сучасних умов розбудови соціально-орієнтованої економіки стає можливим і необхідним принципово новий підхід до визначення ефективності технічних новин і нововведень. Його сутність полягає у визнанні безумовної пріоритетності критеріїв соціальної ефективності й екологічної безпеки об'єктів технічних новин і нововведень щодо критерію економічної ефективності. Процедурний механізм порівняння й вибору найліпшого з можливих варіантів технічних новин (нововведень) здійснюється у певній послідовності.

По-перше, проводиться ранжирування цілей розробки, виробництва й використання об'єктів технічних новин; до вищого рангу відносять соціальні цілі та вимоги екологічної безпеки, до нижчого – максимізацію економічної ефективності.

По-друге, можливі варіанти технічних новин однакового функціонального призначення проходять перевірку на відповідність соціальним цілям і вимогам екологічної безпеки, що їх зафіксовано в державних і міжнародних стандартах, а також у цільових нормативах соціального характеру, – якщо новини не відповідають таким цілям і вимогам, то вони мають бути відхилені незалежно від рівня їхньої економічної ефективності.

По-третє, на кінцевій стадії процесу порівняння й вибору треба розглядати тільки соціально й екологічно допустимі (і в цьому розумінні – ефективні) варіанти технічних новин чи нововведень; найліпший з них визначається вже за економічним критерієм.

Визначення і оцінка економічної ефективності організаційних нововведень, що належать до першої групи (наприклад, організація нових спеціалізованих або комбінованих виробництв; концентрація виробництва на діючому підприємстві, що веде до необхідності його розширення, реконструкції або технічного переозброєння) здійснюються так само, як і нових технічних рішень. Водночас слід урахувувати одну важливу обставину – до складу поточних витрат треба включати додатково транспортні витрати, а також втрати сировини (матеріалів) і готової продукції за їхнього транспортування і зберігання.

Ефективність безвартісних нових організаційних рішень (зокрема впровадження бригадної або іншої прогресивної форми організації та оплати праці; удосконалення окремих елементів господарського механізму – організаційних структур управління, систем планування й фінансування тощо; створення нових ринкових структур) визначають здебільшого на підставі обчислення економії поточних витрат, зумовленої здійсненням таких нововведень. У кожному конкретному випадку необхідно точно окреслювати коло показників для оцінки ефективності тієї чи іншої групи безвартісних організаційних рішень.

Слід зазначити, що ТОВ «Нова Пошта» - перший український оператор з впровадження експрес-перевезень – повного комплексу надання послуг з доставки документів, вантажів, грошових переказів. Компанія вже довгий час пропонує клієнтам зручні, доступні та якісні послуги: швидко доставку вантажів й кореспонденції по території України та за її межами. Компанія використовує в своїй діяльності нові технології та послуги з доставки товарів (вантажів): склад-склад, двері-двері, склад-двері, двері-склад. Територіальне покриття діяльності компанії нараховує понад 1052 відділень поштового зв'язку у 646 населених пунктах України.

Використання нових технологій дозволяє компанії надавати сучасні послуги – доставку товарів та вантажів з інтернет-магазинів; зберігання вантажів (певний термін); зворотня доставка (повернення); упаковка вантажу (різні види упаковки). Аналіз динаміки витрат ТОВ «Нова Пошта» за 2016-2019 рр. підтвердив зростання

економічних показників. Фінансові показники (доходи) ТОВ «Нова Пошта» у 2019 р збільшилися на 32,8%.

Конкуренція підприємств визначається за різними видами послуг. Компанія «Нова Пошта» у клієнтів асоціюється з: швидкою доставкою; високою вартістю за надання послуг; великою мережею відділень; зручністю автоматизації й інтеграцією різних сервісів.

ТОВ «Нова Пошта» постійно впроваджує нові продукти та сервіси, орієнтуючись на міжнародні стандарти, найкращий світовий досвід. Компанія «Нова пошта» перевозить вантажі, посылки і документи з України в Молдову та Грузію й у зворотних напрямках через власні представництва в цих країнах. Міжнародна система компанії працює в тестовому режимі.

Для визначення виробничого та фінансового потенціалу компанії необхідно провести комплексний економічний аналіз її діяльності.

Прибутковість компанії показує результативність діяльності з надання послуг з експрес-доставки товарів. Показники доходності послуг ТОВ «Нова Пошта» за період 2016-2019 рр. проаналізуємо в таблиці 2.

Таблиця 2 – Показники доходності послуг ТОВ «Нова Пошта» за 2016-2019 рр.

Назва показника	Роки			
	2016	2017	2018	2019
Письмова кореспонденція	13408,07	3674,68	15754,65	14593,10
Грошові перекази	4126,25	5525,72	5596,99	5397,32
Посилки	4538,77	4305,72	2477,01	1994,96
Періодичні видання	5088,81	6399,12	5757,73	4697,23
Доставка з Інтернет - магазинів	11888,21	23169,3	34554,40	36696,48
Торгівельна діяльність	24280,23	10042,94	5435,24	4326,99
Зберігання вантажу	378,96	3452,00	3834,82	4189,99
Послуги електрозв'язку	207,27	302,60	1838,04	1637,08
Інші послуги	2072,63	2229,89	4713,41	1935,35
Загальна сума	68764,20	69549,00	79881,30	75424,50

Джерело: проаналізовано на основі [3].

Дослідження показало, що з 2016-2019 рр. показники прибутку компанії «Нова Пошта» збільшуються з кожним роком (рисунком 1) [3].

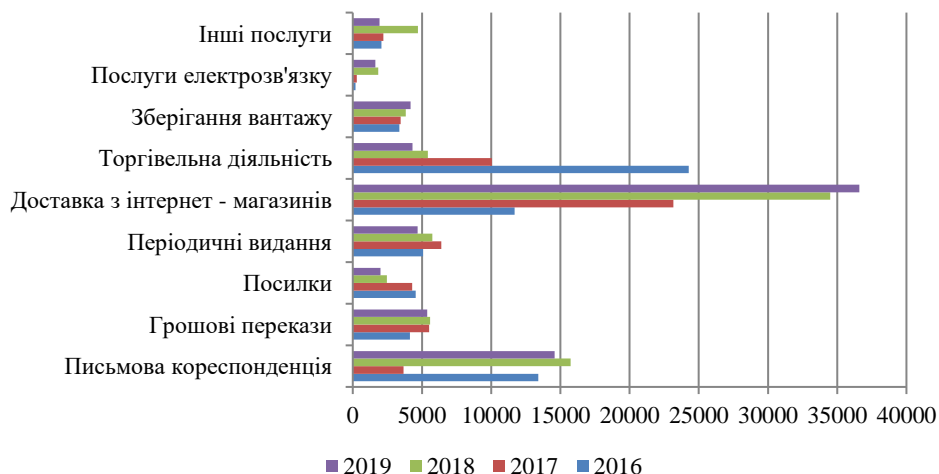


Рисунок 1 – Динаміка доходності послуг ТОВ «Нова Пошта» за 2016-2019 рр.

Проаналізуємо показники витрат ТОВ «Нова Пошта» за період з 2016-2019 рр.. Вагомі значення мають показник оплати праці, витрати купівельної вартості, витрати на утримання транспорту, сплата податків, амортизаційні витрати тощо (табл. 3).

Таблиця 3 – Показники витрат ТОВ «Нова Пошта» за 2016-2019 рр.

Назва показника	Роки			
	2016	2017	2018	2019
Заробітна плата і нарахування на ФОП	2423,92	24655,86	28060,25	26551,85
Витрати на утримання транспорту	2403,35	2555,63	2964,52	2365,23
Обслуговування технічних засобів	565,23	566,34	570,70	582,10
Опалення і електроенергія	1365,28	1689,67	1970,54	1752,32
Амортизація	1975,95	1843,74	2170,25	1624,21
Плата банку за готівку	1273,35	1240,00	1387,52	1420,20
Купівельна вартість	12224,52	12485,36	15244,21	17210,56
Податки	320,20	3284,21	3447,20	3074,00
Витрати на матеріали	730,25	794,32	848,21	872,54
Перерахунок ПДВ	850,60	904,32	1410,25	1478,14
Оплата послуг електрозв'язку	542,25	596,65	680,85	772,35
Оренда	410,20	460,20	410,20	410,20
Всього	49373,1	50628,3	58153,1	54993,7

Джерело: проаналізовано на основі [3].

Змінні витрати (закупівля матеріалів), транспортні витрати, витрати за споживання електроенергії визначаються у відсотковому значенні від наданого обсягу послуг (робіт). З аналізу бачимо, що показник характеризує ефективність діяльності компанії – в 2018 р. 105,5%, а в 2019 р. 112,8%.

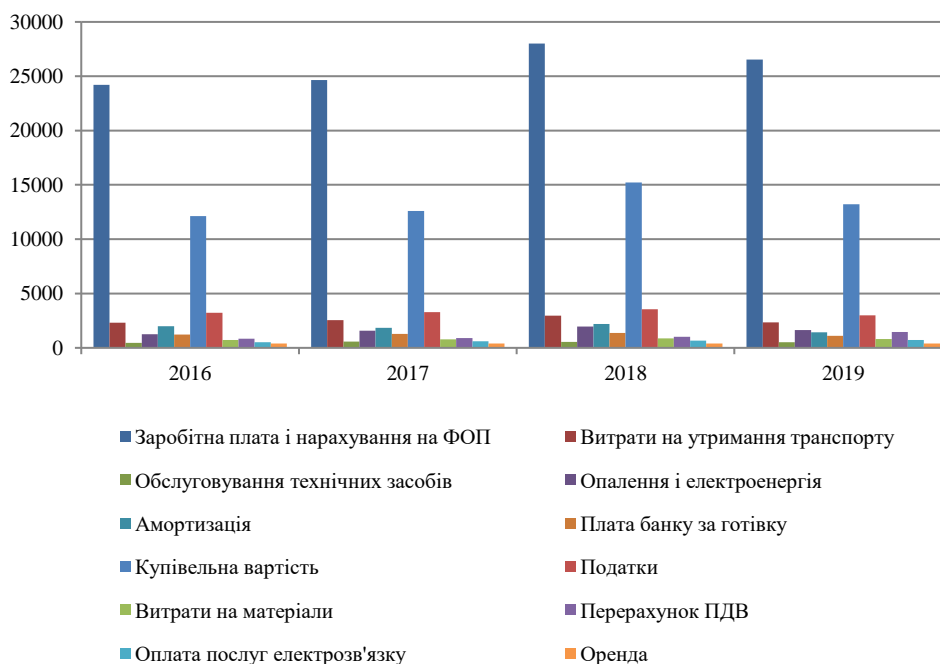


Рисунок 2 – Динаміка витрат ТОВ «Нова Пошта» за 2016-2019 рр. [3]

Аналіз динаміки витрат ТОВ «Нова Пошта» за 2016-2019 рр. констатує зростання економічних показників. Фінансові показники (доходи) ТОВ «Нова Пошта» у 2019 р збільшилися на 32,8%.

Заходи повного аналізу результативності господарської діяльності ТОВ «Нова Пошта» дозволяє забезпечити:

- комплексну оцінку діяльності компанії за періодами з виявленням резервів збільшення ефективності функціонування;
- техніко-економічне впровадження нових форм господарювання;
- визначення зваженого звіту про товаровиробників та вибір вдалого партнера для співпраці [5].

Повний аналіз та показники результативності появи витрат компанії використовують механізми економічних показників для формування звіту з інформації дослідження.

В Україні діють багато операторів поштового зв'язку. Серед найбільших конкурентів ТОВ «Нова Пошта» виділяють: агентство «Саміт», «Фактор», ЗАО «Бліц-Інформ», «ACD-експрес», «TNT-експрес», «EXmoto», банки та ін.

Конкуренція підприємств визначається за різними видами послуг. Порівняльну характеристику компаній представимо у таблиці 4 [3].

Таблиця 4 – Основні показники ідентифікації операторів на ринку кур'єрських посилок у 2019 р.

Підприємства	Показники							
	Укр-пошта	Нова пошта	Нічний експрес	Авто-люкс	Ін-Тайм	Свро Експрес	TNT	ДПЦ Україна
1. Рік заснування в Україні	1994	2001	2001	1997	2002	2003	1993	1993
2. Головний офіс	м. Київ	м. Київ	м. Київ	м. Київ	м. Запоріжжя	м. Київ	м. Київ	м. Київ
3. Автомобільний парк, од.	Понад 390	Закрита інформація	Закрита інформація	184 вантажівок (Mitsubishi, Man)	Закрита інформація	Закрита інформація	162	Закрита інформація
4. Кількість відділень, од.	Понад 14000	Більше ніж 1465	274	202	492	93	14	22
5. Кількість міст обслуговування, од.	Усі міста України	686	103	136	345	84	Закрита інформація	Закрита інформація

Джерело: проаналізовано на основі [3].

У процесі дослідження було розроблено та проведено анкетування кінцевих споживачів (відвідувачів вантажного відділення «Нової Пошти» №1, вул. Лінійна, 15, Україна, м. Суми).

Оптимальний розмір вибірки визначають виходячи з необхідної точності аналізу, вартості дослідження та часу, потрібного для його проведення. Мінімальний розмір вибірки формують, виходячи з необхідної точності результатів, враховуючи похибку вибірки. Для вибірки у 100 респондентів похибка становитиме 10%. Тому, в анкетуванні прийняли участь 100 респондентів (63% - чоловіки, 37% - жінки), за результатами опитування (анкет) побудовані графіки та діаграми (рисунок 3).

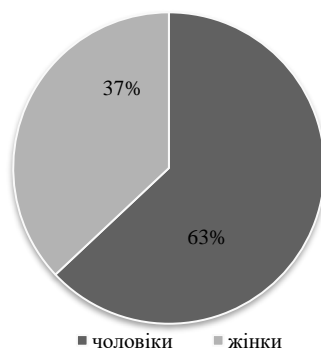


Рисунок 3 – Кількість опитаних респондентів (чоловіків/жінок)

Джерело: власне дослідження.

Опитані респонденти визначили, що компанія «Нова Пошта» у них асоціюється зі: швидкою доставкою; підвищеною вартістю на свої послуги; великою кількістю відділень компанії; зручною автоматизацією і інтеграцією з різними сервісами (рисунок 4).

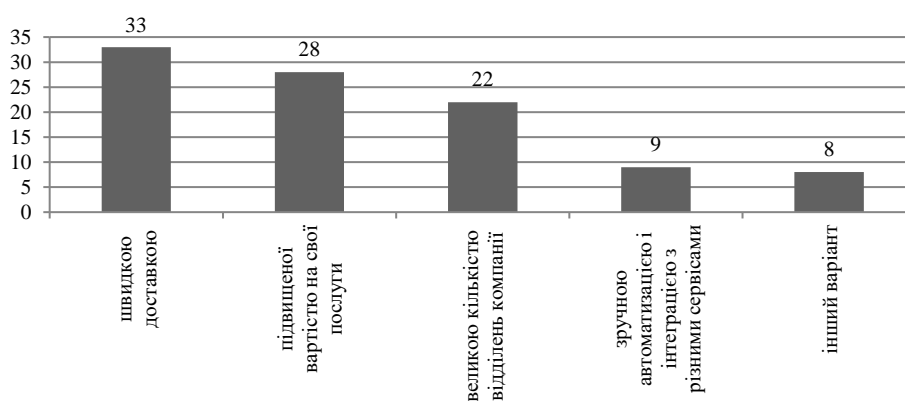


Рисунок 4 – Основні критерії вибору клієнтів, (осіб)

Джерело: власне дослідження.

Переваги використання послуг експрес-доставки компанії «Нова Пошта» проаналізовані на рисунку 5.

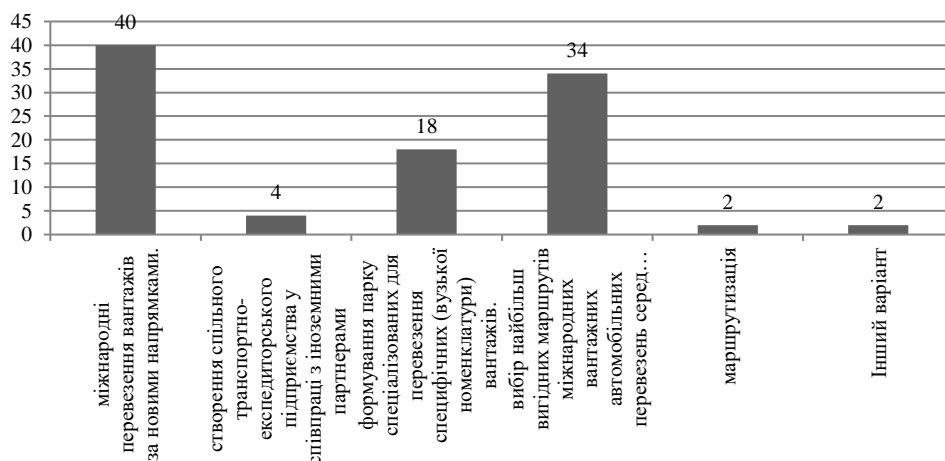


Рисунок 5 – Переваги критеріїв вибору клієнтів, (осіб)

Джерело: власне дослідження.

Сформулювавши цілі розвитку поштового оператора, необхідно запропонувати стратегію для досягнення поставленої мети. Для аналізу проаналізуємо внутрішні та зовнішні фактори впливу на діяльність компанії, щоб визначити переваги та недоліки, для цього проведемо SWOT-аналіз компанії «Нова пошта» (рисунк 6) [3].

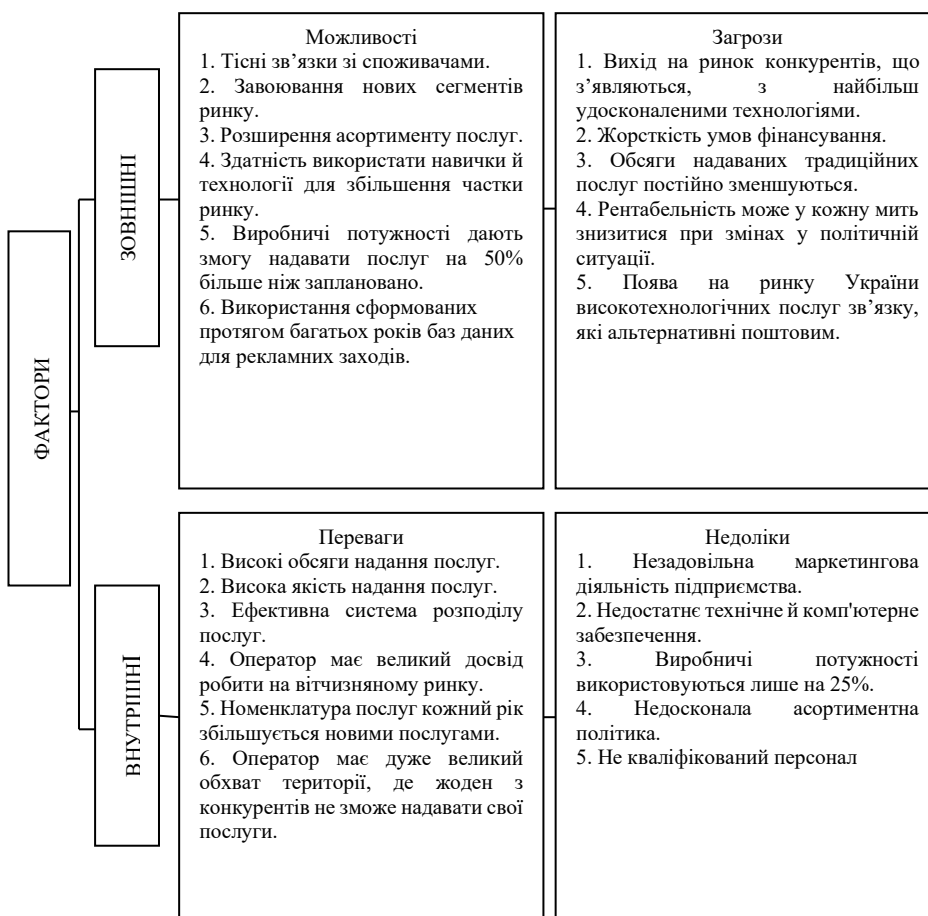


Рисунок 6 – SWOT-аналіз компанії ТОВ «Нова Пошта» [3]

Перевагами досліджуваної компанії є надання якісних послуг та обслуговування з орієнтацією на потреби споживачів. Гнучка цінова політика допомагає компанії розширити частку в сегменті та впровадити нові види послуг. Важливим фактором є те, що ТОВ «Нова Пошта» - це досвідчений поштовий оператор. Загрозливими факторами для ТОВ «Нова Пошта» є поява нових конкурентів більш привабливих для клієнтів. Тому, ТОВ «Нова Пошта» потрібно постійно удосконалювати нові технології для збереження конкурентоспроможності.

Можливостями для ТОВ «Нова Пошта» є ефективна маркетингова діяльність компанії (розширення ринку, модернізація обладнання, комп'ютерні технології). Недоліками для ТОВ «Нова Пошта» є відсутність інноваційних технологій, якими користуються компанії - конкуренти. SWOT-аналіз ТОВ «Нова Пошта» визначив, що компанія має стабільні лідируючі позиції на ринку послуг з експрес-доставки товарів. ТОВ «Нова Пошта» необхідно використовувати ефективну рекламну компанію за допомогою різних носіїв реклами, що допоможе компанії ознайомити клієнтів із асортиментом послуг, що надаються.

ТОВ «Нова Пошта» постійно впроваджує нові продукти, сервісне обслуговування за міжнародними стандартами – світовими тенденціями. Компанія «Нова пошта» перевозить вантажі, посилки і документи з України в Молдову та Грузію й у зворотних напрямках через власні представництва в цих країнах. Міжнародна система компанії працює в тестовому режимі. Оформлення відправлення між Україною та Молдовою від «Нова пошта» передбачає доставку в форматі імпорт / експорт з безготівковою оплатою, повним комплексом митно-брокерського обслуговування [8].

Серед переваг експрес-доставки ТОВ «Нова пошта» в країни Молдова та Грузія слід зазначити фіксовані терміни доставки, регулярні транспортні рейси і дзеркальні тарифи для імпорту-експорту без прихованих платежів. Завдяки власним представництвам в обох країнах, ТОВ «Нова пошта» надає можливість відправити і отримати вантаж як з адреси, так і з відділення.

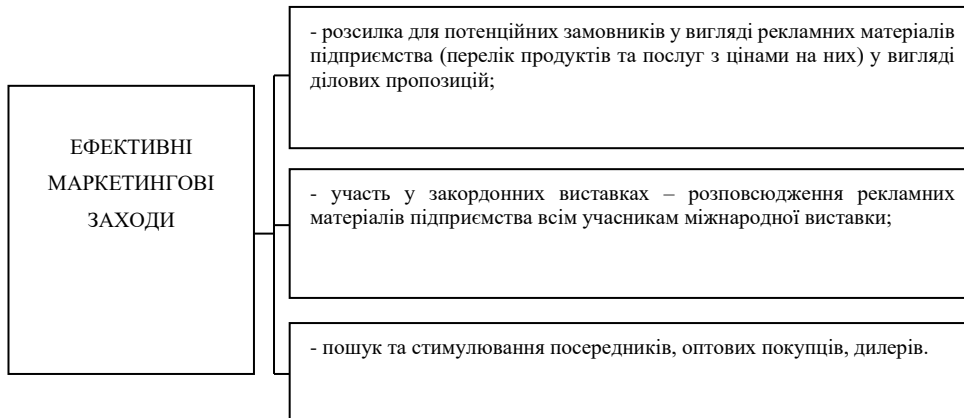


Рисунок 7 – Маркетингові заходи для впровадження ефективної діяльності ТОВ «Нова Пошта»

Для налагодження ефективної маркетингової політики, можна порекомендувати ТОВ «Нова Пошта» приймати участь в міжнародній глобальній виставці China International Import Expo (Китай), в ключовій бізнес-конференції для ринку ІТ «IT Technology Summit», (м. Київ, Україна), в єдиній в Україні B2B виставці «SIA-AutoTechService» (м. Київ, Україна) [11].

Успішність роботи суб'єктів комерційної діяльності залежить від рівня їх менеджменту та впливу зовнішніх факторів, таких як: сучасні тенденції, рівень впливу, життєвий цикл товару, можливі ризики, контроль за діяльністю на ринку.

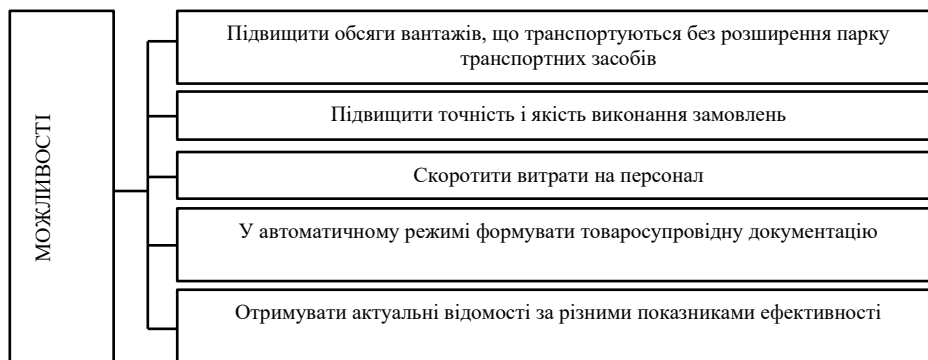


Рисунок 8 – Мінімізація витрат інноваціями [5]

В Україні ринок експрес-доставки відрізняється від «експрес ринків» розвинених країн світу – законодавчою базою, рівнем розвитку транспортної інфраструктури, конкурентним середовищем та потребами споживача [7].

Інноваційні системи надають можливості управлінню процесом експрес-доставки товарно-матеріальних цінностей за схемою «постачальник–склад–клієнт» [8].

Функціональні можливості інноваційних систем визначається елементами, які входять до її складу (рисунок 9).

Компанія «Нова Пошта» продовжує розширювати послуги експрес-доставки в Україні та на міжнародному рівні – впроваджуючи «діджитал-інструменти», якими вже користується на ринку України [2].

На сьогоднішній день ринок послуг експрес-доставки розширюється швидкими темпами. Важливим напрямом покращення експрес-доставки в компанії ТОВ «Нова Пошта» є зниження собівартості послуг за рахунок впровадження інноваційних систем (технологій).

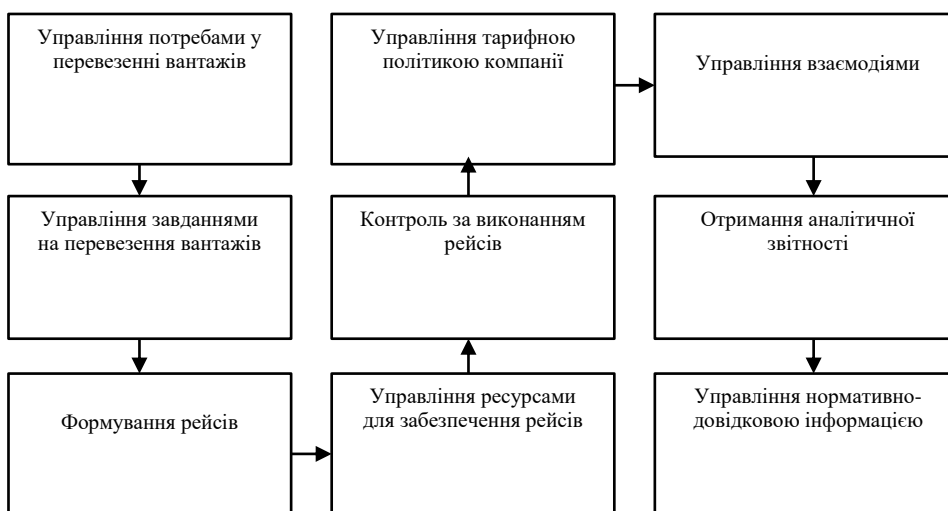


Рисунок 9 – Основні можливості системи інноваційних систем [1]

В компанії планується встановлення інноваційних систем для ефективної логістики всіх експрес-мереж в період 2020-2021 рр. У таблиці 5 визначена загальна вартість витрат на встановлення інноваційних систем в ТОВ «Нова Пошта».

Таблиця 5 – Загальна вартість витрат на встановлення систем, тис. грн

Витрати	2020 р.	2021 р.	Разом
Система FMS-T			
Установка датчиків для легкових автомобілів	3200	1400	4600
Установка датчиків для вантажних автомобілів	4400	3400	7800
Вартість програмного забезпечення	7800	6400	15200
Система «1С: Підприємство. TMS Логістика. Управління перевезеннями»			
Покупка ліцензійного програмного забезпечення	13000	3000	16000
Установка програмного забезпечення	1200	-	1200
Сервісне обслуговування	2200	1200	3400
Навчання користувачів системи	1800	900	2700

Особливостями системи FMS-T – є висока точність контролю витрат палива (безперервне вимірювання кількості палива в баку, запис усередненого значення кожні 2 хв.)

Вартість послуг по встановленню інноваційних систем свідчить, що найбільш витратним є програмне забезпечення систем. Проведемо аналіз економічного обґрунтування визначених систем (таблиця 6).

Таблиця 6 – Результати доцільності впровадження інноваційних систем

Показник	Система FMS-T	Система «ІС: Підприємство. TMS Логістика. Управління перевезеннями»	Виручка від реалізації послуг
Зміна чистого доходу від реалізації послуг, %	1,5	0,9	2,4
Абсолютне значення чистого доходу від реалізації послуг, тис. грн	$583 \cdot 0,015 = 87,5$	$583 \cdot 0,009 = 52,5$	140

Дослідження показало, що показник зміни чистого доходу від реалізації послуг системи FMS-T більший на 0,6% (1,5%). Тому, впровадження системи FMS-T результативніше для компанії ніж система «ІС: Підприємство. TMS Логістика. Управління перевезеннями». Але ТОВ «Нова Пошта» може впровадити 2 інноваційні системи та розширити свої можливості та показники конкурентоспроможності (таблиця 7).

Таблиця 7 – Фінансові результати діяльності ТОВ «Нова Пошта»

Показник	Система FMS-T	Система «ІС: Підприємство. TMS Логістика. Управління перевезеннями»
Чистий дохід від реалізації послуг, тис. грн	87600	52600
Собівартість наданих послуг, тис. грн	23600	23500
Валовий прибуток, тис. грн	63800	28800
Операційні витрати, тис. грн	9400	3400
Прибуток від реалізації наданих послуг, тис. грн	54300	25700
Податок на прибуток підприємства (15%), тис. грн. ($p \cdot 5 \cdot 0,15$)	290,7	65,8
Чистий прибуток, тис. грн	53929,5	25564,5
Рентабельність реалізації, %	54	48

Показники фінансових результатів після впровадження інноваційних систем з експрес-доставки товарів принесуть компанії «Нова Пошта» дохід. Операційні витрати склали – 9400 тис. грн та 3400 тис. грн.

У 2021 р. ТОВ «Нова Пошта» планує нарощувати загальний обсяг експрес-доставок в Молдову та за її межі, та в Грузію – в 2,5 рази. Тому, інноваційні проекти впровадження систем є результативними та прибутковими для ТОВ «Нова Пошта».

На перспективу в планах компанії «Нова Пошта» розширювати міжнародну мережу з впровадженням існуючих налагоджених каналів.

ВИСНОВКИ

На сьогоднішній день всі підприємства застосовують механізми маркетингової діяльності, поєднуючи ефективну управлінську діяльність з мистецтвом ведення бізнесу. Основною задачею є взаємозв'язок між виробниками та споживачами. Боротьба та конкуренція за споживача орієнтує підприємства постійно вивчати потенційних споживачів, їх вимоги та потреби до якісних конкурентоспроможних товарів.

Основними завданнями маркетингової діяльності підприємства є аналіз ринку, вивчення клієнтів, планування збуту, формування товарного асортименту, встановлення цін, розробка та дизайн упаковки, налагодження каналів збуту та реалізації продукції, забезпечення комунікацій на ринку (між виробниками та споживачами), надання якісного сервісного обслуговування.

Зауважимо, що оцінюючи конкурентоспроможність підприємства, можна вирішити певні завдання: визначити її рівень у відповідний момент, періодичність її змін, виявити слабкі місця й резерви. В Україні ринок експрес-доставки відрізняється від «експрес ринків» розвинених країн світу – законодавчою базою, рівнем розвитку транспортної інфраструктури, конкурентним середовищем та потребами споживача.

Важливим напрямом покращення експрес-доставки в компанії ТОВ «Нова Пошта» є зниження собівартості послуг за рахунок впровадження інноваційних систем (технологій). У 2021 р. ТОВ «Нова Пошта» планує нарощувати загальний обсяг експрес-доставок в Молдову та за її межі, та в Грузію – в 2,5 рази. Тому, інноваційні проекти впровадження систем є результативними та прибутковими для ТОВ «Нова Пошта». В перспективі (планах) компанії «Нова Пошта» розширювати міжнародну мережу з впровадженням існуючих налагоджених каналів.

SUMMARY

At the current stage of development for securing the continuous improvement of products and in detailing the viral processes at the production facilities, there have been continually emerging problems and problems related to the changing technology of life. For example, the price of innovative activity in different directions from the visions of innovative projects, which are prioritized for an hour of actualization. The management of the innovation process is based on the establishment of the innovation policy of the enterprise, which is formed on the basis of principles and will establish links between the development of the enterprise and through the direct.

The article has a methodical approach to the value of the effectiveness of the innovative policy of LLC "Nova Poshta" It is designated directly in detail the innovation policy in the activity of LLC "Nova Poshta".

Keywords: innovation, investment, opportunistic symptomatology, innovation, innovation system.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» від 08.09.2011, №3715-VI.
2. Безус А.М., Шафранова К.В., Безус П.І. Роль інноваційного розвитку у стійкості підприємства / А.М. Безус, К // Науково-фаховий журнал «Інвестиції: практика та досвід». 2018. №8. С. 22-25.
3. Офіційний сайт компанії Нова Пошта в Україні. URL: <https://novaposhta.ua>.
4. Сергєєва О.Р. Теоретико-методичні засади інноваційної політики суб'єктів підприємництва/О.Р.Сергєєва// Управлінська, фінансова та маркетингова діяльність підприємств в умовах нестійкої економіки: монографія/ за заг. ред. К.Ф.Ковальчука – Дніпропетровськ: Пороги, 2016. С. 353-361.
5. Сіденко С. В. Інноваційна стратегія України / С. В. Сіденко // Стратегія розвитку України. 2017. №1. С. 3-6.
6. Управління інноваціями: навч. посібник / О.І. Гуторов, Л.І. Михайлова, І.О. Шарко, С.Г. Турчіна, О.В. Киричок. – Вид. 2-ге, доп. – Харків: «Діса плюс», 2016. 266 с.

7. Інноваційний розвиток підприємства: навч. посіб. / Пугач А.М., Демчук Н.І., Довгаль О.В., Крючко Л.С., Тягло Н.В. – ФОП Швець В.М., 2018. 348 с.
8. Арестенко В.В., Арестенко В.В. Перспективні напрями розвитку ринку маркетингових досліджень у системі SOCIAL MEDIA MARKETING / В.В. Арестенко, В.В. Арестенко // Науково-виробничий журнал «Інноваційна економіка». Тернопіль, 2017. №1-2 67. С. 109-113.
9. Безус А.М. Стратегія підвищення інноваційної діяльності підприємства / А.М. Безус, М.Г. Чуйок // Ефективна економіка. 2018. №1. URL: esponu.nayka.com.ua.