

## ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ПОШТОВОГО БІЗНЕСУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

*М.О. Ковач*

*Сумський державний університет*

Формування стратегії поштового бізнесу в сучасних умовах включає врахування ряду факторів, таких як технологічні зміни, змінні споживчі потреби, конкурентне середовище, а також економічні та соціальні виклики. Розглянемо основні особливості та підходи до формування стратегії поштового бізнесу відповідно на наукових досліджень [1].

Аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища:

- SWOT-аналіз - виявлення сильних і слабких сторін компанії, а також можливостей і загроз у зовнішньому середовищі; - PESTEL-аналіз - оцінка політичних, економічних, соціальних, технологічних, екологічних і правових факторів, які впливають на поштовий бізнес.

2. Визначення цілей та пріоритетів:

- стратегічні цілі - встановлення довгострокових цілей, які відповідають місії та баченню компанії; - короткострокові пріоритети - визначення основних напрямків для досягнення швидких результатів і підтримки конкурентоспроможності.

3. Технологічна інновація та цифровізація [ 2 ]:

- автоматизація процесів - впровадження автоматизованих систем для обробки пошти, управління логістикою і обслуговування клієнтів; - цифрові послуги - розвиток електронних сервісів, таких як відстеження відправлень онлайн, електронна комерція та мобільні додатки для зручності клієнтів.

4. Покращення якості обслуговування клієнтів:

- орієнтація на клієнта - впровадження програм для збору зворотного зв'язку та аналізу потреб клієнтів; - персоналізація - розробка індивідуальних рішень для різних сегментів клієнтів, включаючи корпоративних та приватних клієнтів.

5. Розширення спектру послуг:

- логістичні послуги - розвиток додаткових логістичних послуг, таких як кур'єрська доставка та управління ланцюгами постачання; - фінансові послуги - надання фінансових послуг, включаючи грошові перекази, страхування, та інші фінансові продукти.

6. Ефективне управління ланцюгами постачання [ 3 ]:

- оптимізація логістики - використання сучасних логістичних рішень для зменшення витрат і підвищення ефективності; - партнерство з іншими компаніями - співпраця з логістичними та транспортними компаніями для розширення можливостей доставки.

#### 7. Управління людськими ресурсами:

- навчання та розвиток - інвестиції у навчання персоналу для підвищення їх кваліфікації та ефективності; - мотивація та залученість - впровадження програм мотивації для підвищення задоволеності працівників та їх залученості до процесів.

#### 8. Фінансове планування та інвестиції:

- оптимізація витрат - впровадження заходів для зменшення операційних витрат і підвищення рентабельності; - інвестиції в розвиток - планування інвестицій у нові технології, інфраструктуру та розширення бізнесу.

#### 9. Впровадження екологічних ініціатив:

- екологічна відповідальність - розробка стратегій зменшення впливу на навколишнє середовище, включаючи використання екологічно чистих матеріалів та зниження викидів; - зелена логістика - впровадження рішень для зменшення вуглецевого сліду, таких як електричні транспортні засоби та оптимізація маршрутів доставки.

#### 10. Моніторинг та оцінка ефективності:

- ключові показники ефективності (KPI) - встановлення та моніторинг KPI для оцінки успішності виконання стратегічних планів; - аналіз результатів - регулярний аналіз результатів та внесення коректив у стратегію на основі отриманих даних.

Формування стратегії поштового бізнесу в сучасних умовах потребує комплексного підходу, що включає аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища, інновації, орієнтацію на клієнта та ефективне управління ресурсами. Саме така стратегія дозволить адаптуватися до швидкозмінних умов ринку та забезпечити стійкий розвиток бізнесу.

### **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ**

1. Крупська, В. О. (2013). Структура та особливості формування інноваційного потенціалу підприємств поштового зв'язку. *Інвестиції: практика та досвід*, (21), 67-72.
2. Семенча, І. Є., & Гордієнко, С. О. (2022). Формування стратегії розвитку бізнесу з урахуванням умов воєнної економіки України.
3. Венгер, О. М., & Омельчак, Д. Г. ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ (НА ПРИКЛАДІ ТОВ «НОВА ПОШТА» ВІДДІЛЕННЯ № 10). *Запорізький національний університет, 2021 Автори тез доповідей, 2021*, 373.