

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**Кафедра менеджменту і маркетингу**

**Курсова робота  
з «Економіки підприємства»**

**на тему: «ОРГАНІЗАЦІЯ ТОРГІВЛІ З ВИКОРИСТАННЯМ  
ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ»  
(на прикладі ТОВ «Нова Пошта»)**

Студента/ки ІІ курсу групи \_\_Ма 02-22\_\_  
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти  
освітньої програми  
Маркетинг і реклама  
за спеціальністю 075 Маркетинг  
Чинча А.І.

\_\_\_\_\_ (прізвище та ініціали)

Члени комісії:

\_\_\_\_\_ (підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник к.е.н., доц. Решетник Н.І.

\_\_\_\_\_ (посада, вчене звання, науковий ступінь, прізвище та ініціали)

Національна шкала \_\_\_\_\_

Кількість балів: \_\_\_\_\_ Оцінка: ЄКТС \_\_\_\_\_

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРИТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТОРГІВЛІ З ВИКОРИСТАННЯМ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ. ....	5
1.1 Поняття та класифікація інформаційних технологій у торгівлі. ....	5
1.2 Роль інформаційних технологій у підтримці діяльності торгових компаній. Тенденція розвитку інформаційних технологій у сфері торгівлі.....	9
1.3 Методика оцінки ефективності організації торгівлі.....	11
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «НОВА ПОШТА» З ВИКОРИСТАННЯМ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ. ....	16
2.1 Огляд історії та сучасного стану компанії «Нова пошта» .....	16
2.2 Використання інформаційних технологій у діяльності ТОВ «Нова пошта»..	18
2.3 Аналіз ефективності застосування інформаційних технологій компанією та доцільність розробки інформаційної системи для логістичної компанії «Нова Пошта» .....	20
ВИСНОВКИ.....	22
RESUME.....	25
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	27
ДОДАТКИ.....	28

## ВСТУП

**Актуальність теми:** В сучасному динамічному ринковому середовищі інформаційні технології (ІТ) відіграють все більш важливу роль в галузі торгівлі. Їх використання дозволяє оптимізувати бізнес-процеси, збільшити продуктивність, розширити можливості взаємодії з користувачами та отримати конкурентні переваги. Сьогодні ми живемо у час четвертої промислової революції, коли засоби автоматизації не тільки допомагають людині, а і починають діяти самостійно протягом досить великих проміжків часу. ТОВ «Нова пошта» є одним з лідерів на ринку кур'єрських послуг України та активно використовує ІТ у своїй діяльності.

Аналіз використання інформаційних технологій у цій компанії має значну актуальність, адже дозволяє: дослідити кращі практики застосування ІТ у сфері торгівлі, визначити ефективні інструменти та методи, які можуть бути використані іншими торговими компаніями, розробити рекомендації щодо вдосконалення використання ІТ у діяльності компанії «Нова пошта».

**Мета дослідження:** Дослідити теоретичні основи організації торгівлі із застосуванням інформаційних технологій, проаналізувати використання ІТ у діяльності ТОВ «Нова пошта», а також оцінити ефективність їх застосування компанією та доцільність розробки інформаційної системи для логістичної організації, розробити рекомендації щодо вдосконалення використання інноваційних технологій у діяльності підприємства «Нова Пошта».

**Завдання дослідження:** Розкрити сутність та особливості класифікації інформаційних технологій, що застосовуються у сфері торгівлі; проаналізувати роль інформаційних технологій у підтримці діяльності торгових компаній, включаючи автоматизацію процесів, оптимізацію ланцюга постачання та

покращення обслуговування клієнтів; вивчити поточні тенденції розвитку інформаційних технологій у сфері торгівлі, зокрема, використання штучного інтелекту, аналітики даних та інших інноваційних рішень; оцінити вплив інформаційних технологій на конкурентоспроможність та стратегічне планування торгових компаній.

**Об'єктом дослідження в курсовій роботі є:** Організація торгівлі.

**Предмет дослідження:** Організація торгівлі з використанням інформаційних технологій на прикладі ТОВ «Нова пошта».

**Методи дослідження:** При написанні курсової роботи використовувались такі методи дослідження як: аналіз наукової та літературної інформації щодо підприємства «Нова Пошта», системний аналіз, метод порівняльного аналізу, узагальнення та систематизація даних, а також наукове моделювання.

## **РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТОРГІВЛІ З ВИКОРИСТАННЯМ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ.**

### **1.1 Поняття та класифікація інформаційних технологій у торгівлі.**

**Торгівля** - це процес обміну товарами, послугами, цінностями та грошима. В більш загальному розумінні, це галузь підприємницької діяльності, що включає в себе купівлю та продаж товарів.

Існує два види торгівлі:

- 1) Роздрібна торгівля – торгівля товарами або надання певної послуги, де покупцем є фізична або юридична особа, яка є кінцевим споживачем.
- 2) Оптова торгівля – діяльність з придбання та переробки товарів для продажу роздрібним торговцям та іншим суб'єктам господарювання.

Організація торгівлі – комплекс заходів, спрямованих на ефективне здійснення торговельної діяльності. До них відносяться:

- Закупівля товарів: до цього пункту входить пошук постачальників, відбір товарів, укладання договорів на поставку і безпосередньо сама доставка товарів.
- Зберігання товарів: цей етап забезпечує належні умови зберігання товарів та контролює їх наявність і стан.
- Продаж продукції: це організація товарних точок, реклама продукції, обслуговування клієнтів та ціноутворення.
- Фінансова діяльність: ведення обліку доходів і витрат, здійснення платежів та управління касовими операціями.
- Маркетингова діяльність: на цьому етапі проводиться дослідження ринку, розробка маркетингових стратегій та просування продукції на ринку.
- Управління людськими ресурсами: а саме підбір, навчання та мотивація.

Крім вищезазначеного, організація торгівлі також може включати:

- Логістику: керування потоками продукції від виробників до споживачів.
- Юридичне обслуговування: забезпечення дотримання норм законодавства у галузі торгівлі.
- Інформаційні технології: використання комп'ютерних систем для автоматизації торговельних процесів.

Ефективна організація торгівлі дозволяє компаніям збільшити продажі, підвищити прибуток, мінімізувати витрати, поліпшити обслуговування клієнтів і покращити свою конкурентоспроможність на ринку.

Торгівля є важливою частиною економіки, стимулюючи виробництво і забезпечуючи людей товарами та послугами. З розвитком технологій та глобалізації з'являються нові форми торгівлі, такі як електронна комерція та міжнародна торгівля. Торговельний бізнес повинен постійно вдосконалювати свою організацію, використовувати новітні технології та адаптуватися до змін на ринку.

**Інформаційні технології** - це система методів, засобів і прийомів, що використовується для збирання, зберігання, обробки, передачі, відображення та використання інформації з метою підвищення ефективності та продуктивності праці в різних сферах життєдіяльності. У сучасному світі цифрові технології є невід'ємною частиною, вони сприяють ефективності, економічному зростанню, доступу до інформації, соціальним змінам, освіті та науці, а також забезпечують прогресивне функціонування економіки та бізнесу.

Основною метою ІТ є створення та обробка даних для людського аналізу та прийняття рішень. (Шевчук І.Б. та ін., 2020)

В економіці застосовується 4 типи інформаційних технологій, таких як:

- *Обробка даних* – технологія створена для збору, зберігання, обробки та аналізу даних. (Бухгалтерський облік, управління запасами, аналіз продажів, прогнозування) (Д. В. Риндюк та ін., 2022)
- *Управління* – тип інформаційних технологій, який створений для автоматизації та оптимізації управлінських процесів. (Планування, бюджетування, контроль, координація)
- *Підтримка прийняття рішень* – застосовується для того, аби допомогти керівникам приймати більш обґрунтовані та ефективні рішення. (Аналіз даних, прогнозування, моделювання, оптимізація)
- *Експертних систем* – застосовується в економіці для того, щоб допомогти людям у виконанні складних завдань, які потребують спеціальних знань і навичок. (Діагностика, рекомендації, консультування)

За словами Томашевського О. М. та ін., (2012) класифікація за певними критеріями та характеристиками, що впливають на вибір конкретних інформаційних технологій, може розширити можливості використання ІТ різних секторах.

Існують різні способи класифікації інформаційних технологій, що використовуються в сфері торгівлі. Найпоширенішими методами будуть наступні:

#### 1. За функціональним призначенням

**Система управління товарами (Commodity Management System, CMS)** – система, яка веде облік, складування, управління закупівлями та продажами товарів.

**Системи управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM)** – завдяки цій структурі збирають і зберігають дані про клієнтів, відстежують взаємодію споживачів і компанії, аналізують поведінку покупців і надають персоналізовані пропозиції.

**Системи електронної комерції (EC)** – система, що створена для продажу

товарів та послуг через Інтернет.

**Системи аналізу даних** – забезпечують збирання, аналіз та візуалізують інформацію про продажі, клієнтів, ринки тощо.

**Система управління ланцюгами поставок (SCM)** - система управління та контролю товарів безпосередньо від постачальників до користувачів.

2. За сферою застосування:

**Для роздрібно́ї торгівлі** – використовується у супермаркетах, магазинах, торговельних центрах та інших.

**Для оптової торгівлі** – призначені для складів, дистриб'юторів, а також оптових компаній.

**Для електронної комерції** – застосовуються для онлайн-платформ, інтернет магазинів.

3. За технологією:

**Хмарна система** – система, що не потребує встановлення програмного забезпечення, має вільний доступ через Інтернет

**Локальні системи** – призначені для локальних серверів

**Мобільні системи** – доступні для мобільних пристроїв, планшетів тощо.

4. За іншими критеріями:

**Розмір підприємства** – ІТ рішення відрізняються в залежності від розміру підприємства.

Ці класифікації допомагають ритейлерам зрозуміти, як ІТ-рішення можуть бути використані для оптимізації їхньої діяльності.

Інформаційні технології в торгівлі є головним елементом для підвищення результативності та конкурентоспроможності. Розподіл цих технологій за функціональним призначенням, сферою застосування, технологією та іншими критеріями допомагає зрозуміти їхні можливості та обирати оптимальні рішення для різних видів торговельних компаній. Використання ІТ сприяє автоматизації



бізнес-процесів, підвищенню продуктивності та покращенню обслуговування клієнтів, що робить їх невід'ємною складовою сучасної торгівлі.

## **1.2 Роль інформаційних технологій у підтримці діяльності торгових компаній. Тенденція розвитку інформаційних технологій у сфері торгівлі.**

У сучасному світі інформаційні технології (ІТ) відіграють ключову роль в оптимізації бізнес-процесів. Вони надають інструменти, які дають можливість підприємствам реалізовувати стратегії, спрямовані на пришвидшення бізнес-процесів, зменшення операційних витрат і покращення якості послуг, що надаються. Компанії застосовують ІТ-рішення для збільшення прискорення операцій, зниження витрат, збільшення продажів, а також для більшої залученості клієнтів та підвищення загальної ефективності. Від автоматизації обліку до керування постачанням, технологія стала невід'ємною частиною кожного аспекту ведення бізнесу. Зазначав Сазонець О. М. (2018)

Застосування інформаційних систем дозволяє радикально змінити стиль управління та значно покращити показники діяльності компанії.

Інформаційні продукти допомагають підприємцям оптимізувати та вдосконалювати систему контролю оперативної діяльності компанії, включаючи фінанси, витрати, управління запасами та складом, закупівлі та продажі, а також контроль над дебіторською заборгованістю та ціновою політикою. На сучасному ринку конкурентоспроможність зберігають тільки ті, хто постійно розвивається та застосовує нові технології.

Галузь інформаційних технологій вважається найбільш динамічною, оскільки кожного дня в цій сфері відбуваються вдосконалення. (Васьків О.М. та ін., 2020) Технічні засоби надають інтерактивний доступ користувачів до інформаційних ресурсів. Технічний прогрес зазнає змін, з'являється нове програмне забезпечення, розробляються нові, більш сучасні та простіші у використанні методи пошуку інформації та обробки даних.

Удосконалення інформаційних технологій вплинуло на появу в житті суспільства ряду корисних та цікавих речей. У повсякденні комп'ютери застосовуються як ефективні засоби виробництва, розваг і співпраці, що відкриває нові можливості у абсолютно різних напрямках людської діяльності. Розмаїття програмних та апаратних засобів, технологій і сервісів дає можливість безперервно підвищувати зручність і швидкість обробки інформації.

Однак, за наявності широкого спектру інформаційних технологій ускладнюється процес вибору найбільш корисних серед них та сприяє вивченню їх ефективного використання.

З урахуванням тенденцій розвитку та глобальної комп'ютеризації, постійного розширення доступу до певної інформації, виокремлюють наступні перспективи розвитку інформаційних технологій у сфері торгівлі:

- Електронна комерція
- Омніканальний досвід
- Аналітика даних
- Штучний інтелект (ШІ)
- Кібербезпека
- Доповнена та віртуальна реальність
- Соціальні мережі
- Стала е-комерція

Модерні ІТ-рішення дозволяють підприємствам використовувати великі обсяги даних та аналітичні інструменти для того щоб розробити більш цілеспрямовані та ефективні маркетингові стратегії. Показники з різних джерел, таких як соціальні мережі, веб-аналітика та CRM-системи, можна використовувати для кращого розуміння інтересів та потреб споживачів.

Цифрові платформи, до яких також входять соц. мережі, мобільні додатки та

онлайн-платформи, демонструють нові можливості для взаємодії з клієнтами. Ці платформи дозволяють компаніям краще контактувати зі своїми споживачами, отримувати швидкий фідбек та оперативно адаптувати свої стратегії відповідно до змін у поведінці користувачів. Автоматизовані системи здатні виконувати різнопланові завдання, починаючи від сегментації аудиторії та персоналізації повідомлень і закінчуючи управлінням рекламними кампаніями та аналізом їхньої продуктивності. Це дозволяє маркетологам більш дієво розподіляти ресурси та збільшувати рентабельність інвестицій у свої кампанії. Використовуючи ШІ для автоматизації процесів, маркетологи можуть зосередитися на стратегічних аспектах, підвищити результативність своєї професійної діяльності та залучити більшу кількість клієнтів.

ІТ в торговій сфері відіграють надзвичайно важливу роль у підтримці діяльності торгових компаній, сприяючи оптимізації процесів, збільшенню продуктивності та поліпшенню обслуговування користувачів. Розвиток інформаційних технологій у цій сфері відбувається надто стрімко, включаючи такі напрямки, як електронна комерція, аналітика даних, штучний інтелект, кібербезпека та інші. Модерні ІТ-рішення надають змогу підприємствам використовувати великі обсяги даних для розробки більш ефективних маркетингових стратегій та поліпшення взаємодії зі споживачами.

### **1.3 Методика оцінки ефективності організації торгівлі.**

Що таке ефективність? Ефективність - це «внутрішній прояв» діяльності компанії, який спрямований на підвищення продуктивності операцій та досягнення поставлених підприємством цілей.

В умовах ринкової економіки, коли результати праці одних учасників ринку залежать від чіткості та злагодженості роботи інших, питання ефективності виявляється необхідно важливим. Ключ до успіху будь-якого підприємства, в тому

числі і комерційного, полягає в постійному підвищенні його дієвості, в систематичному аналізі, розробці та впровадженні заходів, спрямованих на його підвищення. Проаналізовано підходи до оцінки методів продуктивності діяльності підприємств на основі конкретних показників, що використовуються для аналізу, порівняння та оцінки їх діяльності.

Загальновідомо, що «ефективність» є важливою ланкою в економіці. Це один з найважливіших показників людської праці. Вона характеризує результативність професійної, економічної діяльності як в якісному, так і в кількісному співвідношенні. Ефективна оцінка економічних результатів діяльності підприємства має вирішальне значення для прийняття операційних та інших стратегічних рішень, а також для досягнення адекватних фінансових результатів, які забезпечать стійке економічне становище підприємства в майбутньому.

Для великих компаній така інформація необхідна та важлива як для внутрішнього, так і для зовнішнього використання. Зокрема, акціонери, кредитори, потенційні інвестори та інші зовнішні зацікавлені сторони зазвичай зацікавлені в результатах діяльності організації.

З вищезазначеного можна сказати, що системний аналіз даних ефективності діяльності підприємств дає змогу:

- оперативно та якісно оцінити результативність господарської діяльності компанії в цілому та окремо його структурних підрозділів заздалегідь;
- швидко виявити і врахувати фактори, що впливають на рівень отриманого доходу за конкретними видами уже готових товарів та послуг, а також тих послуг, що надаються;
- знайти шляхи ефективного подолання існуючих проблем на підприємстві та отримання прибутків на короткий та довгий терміни;
- виявити можливі резерви для подальшого покращення роботи

підприємства.

Наразі в науковій літературі існує низка методів, які можуть бути використані для оцінки ефективності та результативності діяльності підприємств.

**Таблиця 1 Підходи оцінювання результативності та ефективності діяльності підприємств**

Назва	Зміст
Структурний підхід Куросави	Заснований на структурі підприємства і складається з трьох компонентів: оцінювання показників економічної діяльності підприємств, якісне оцінювання і оцінювання економічних показників галузі.
Системний підхід	За якого використовується система показників для оцінювання результатів діяльності підприємства, що допомагає проаналізувати його роботу як цілісної динамічної системи, характеризує підприємство як з точки зору поточних результатів, так і його майбутніх досягнень і дозволяє провести комплексний аналіз діяльності підприємства з різних позицій (споживача, інвестора, працівника тощо).
Спосіб експрес-оцінювання ефективності	Експрес-аналіз дає огляд діяльності підприємства і дозволяє досить швидко оцінити його економічне становище. В
Бенчмаркінг	Це процес порівняння діяльності підприємства (у тому числі характеристик асортименту, послуг, методів роботи та ін.) з кращими компаніями на ринку і в галузі, з подальшим здійсненням змін для досягнення і підтримання певного рівня конкурентоспроможності, а також гарантії довгострокового функціонування на ринку. Бенчмаркінг є ефективною системою

превентивного попередження про назріваючі проблеми організацій.
---

З книжки Педченко Н.С. (2019, с.71-77)

Оскільки ефективність демонструє ступінь досягнення підприємством цілей і завдань, які були поставлені його керівництвом у певному часовому інтервалі, і, оскільки вона є комплексною характеристикою, пропонується розділити оцінку на декілька етапів (рис. 1.1).

Як зазначав Олесюк О. І. (с. 163-173) на першому етапі необхідно розрахувати та зробити аналіз динаміки окремих показників діяльності торговельного підприємства у відповідному часовому інтервалі.

*Показники розвитку підприємства* – чистий прибуток і валовий дохід від реалізації продукції, товарні запаси, оборотні активи, сукупні активи (майно), капітальні інвестиції та власний капітал;

*Показники прибутковості (фінансові результати)* – валовий прибуток, прибуток від операційної діяльності, прибуток до оподаткування, чистий прибуток; витрати на оплату праці, продуктивність роботи персоналу, середня заробітна плата персоналу.

Ці показники вважаються найбільш об'єктивним відображенням результатів розвитку та успішності торговельних компаній на ринку.

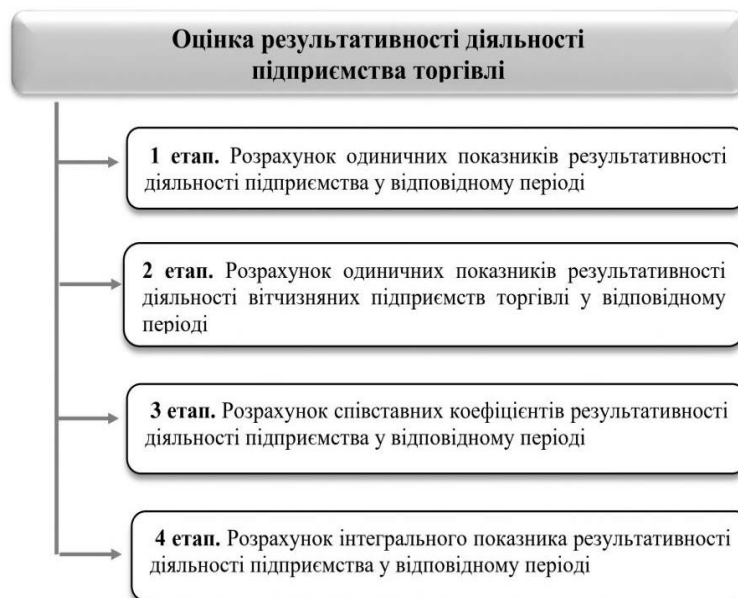
Другий етап - розрахунок одиничних показників ефективності, згаданих вище.

Третій етап - розрахунок показників діяльності підприємства, визначення 14 порівняльних коефіцієнтів результативності підприємства, як відношення фактичних показників продуктивності підприємства до показників ефективності галузі. Такі порівняння відповідають трактуванню дієвості як економічної категорії, що відображає ступінь досягнення підприємством певних цілей та

завдань. При цьому в якості цільових орієнтирів використовуються галузеві показники.

На четвертому етапі розраховуються інтегральні показники.

Ефективність - головний елемент успішної діяльності будь-якого підприємства, включаючи торгові компанії. Її оцінка вимагає системного аналізу та розрахунку різноманітних показників, що відображають рівень досягнення цілей і завдань підприємства. Підвищення ефективності діяльності вимагає постійного аналізу, розробки та впровадження заходів, спрямованих на покращення результатів і досягнення стійкого розвитку.



**Рис. 1 1** Послідовність оцінки результативності діяльності підприємства

## **РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «НОВА ПОШТА» З ВИКОРИСТАННЯМ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ.**

### **2.1 Огляд історії та сучасного стану компанії «Нова пошта»**

Українська логістична компанія «Нова Пошта» була заснована 13 лютого 2001 року. Ідея створення експрес-доставки по Україні виникла у двох підприємців, а саме В'ячеслава Климова та Володимира Поперешнюка. Причиною був невеликий кондитерський бізнес Володимира, який шукав способи транспортування продукції з Полтави по всій Україні. Стартовий капітал підприємства становив на той момент 7000 доларів, а команда складалась всього з 7 осіб.

Після п'яти років існування товарообіг організації почав знижуватися. Тому вона вирішила оптимізувати свою логістику та змінити маркетинговий підхід перейшовши на новий етап. У той же час компанія почала набувати великих клієнтів і конкурентів. Ці факти швидко вивели її на принципово новий рівень. Співзасновники вирішили отримати ступінь Executive MBA, щоб підвищити свою кваліфікацію.

Програма Executive MBA призначена для вдосконалення управлінських навичок. Вона є міжнародним "золотим стандартом" і визнана на світовому ринку бізнес-освіти. Власники цієї організації вирішили досягти двох цілей:

1. Забезпечити високий рівень обслуговування клієнтів.
2. Створити максимально якісну послугу.

Водночас стрімке зростання підприємства зумовило необхідність створення ключової управлінської позиції в головному офісі.

У період 2007-2008 років «Нова Пошта» вперше стала прибутковою і почала активно розвиватись, а саме відкривати нові відділення та зміцнювати свої позиції в секторі B2B. Навіть криза яка відбулась у 2008 році не змогла зупинити компанію, яка зосередилась на розвитку і після її закінчення стала більш сильною.



Статус лідера на ринку кур'єрських послуг підприємство зайняло у роки з 2009 по 2011. Значне збільшення обсягів перевезень та розширення мережі відділень демонструють успішність стратегії компанії. Ефективність процесів та активна участь у відділі електронної комерції зробили її надзвичайно важливим партнером для багатьох інтернет-магазинів.

У 2012 році компанія зробила рішучий вибір та обрала інший напрям розвитку, а конкретніше зовнішній ринок. Так стартувала Nova Posta Global.

В 2014 році ТОВ "Нова Пошта" розпочала свою міжнародну діяльність з відкриттям відділень у Грузії та Молдові. Ці події сприяли виходу підприємства у світовий логістичний сектор і ознаменували початок нової ери в розвитку компанії.

Іншим вектором розвитку було розширення спектру послуг. З'явилася можливість переказувати гроші через касу ForPost (пізніше Nova Pay) та послуги обробки замовлень. Водночас було розпочато розробку мобільного додатку, який дозволяє здійснювати грошові перекази через касу. І тут знову йшлося про підвищення продуктивності виробництва і служб доставки. Популярними також стали міні-відділення, які позбавляли клієнтів клопоту з чергами та відвідуванням відділень. Нагороду "Бізнес, що змінює країну" від Українського центру "Розвиток КСВ" підприємство отримало у 2015 році.

У 2016-2021 роках компанія досягла стабільного зростання завдяки розвитку та модернізації своєї логістичної інфраструктури. Внаслідок запровадження нових технологій та будівництва сучасних терміналів підприємство надзвичайно покращило швидкість та якість доставки, а ще збільшило обсяги відправлень. У цей період ТОВ «Нова Пошта» також активно розширювала мережу поштових відділень та вдосконалювала міжнародну доставку. Крім того, вона активно займалася благодійними та соціальними ініціативами, такими як медичне страхування співробітників та підтримка медичних закладів під час пандемії. 2022

року організація розпочала експансію на світові ринки та продовжила інвестувати в розквіт і модернізацію власної інфраструктури.

Сьогодні «Нова Пошта» залишається беззаперечним лідером на ринку швидкої, кур'єрської доставки в Україні, маючи 10 000 відділень, 12 739 поштоматів та 5 інноваційних терміналів. Вона також продовжує свій стрімкий розвиток, збільшуючи мережу та осучаснюючи інфраструктуру: у 2023 році компанія відкрила термінали в Одесі та Борисполі, а також розпочала будівництво, а згодом відкрила нову філію в Польщі. У планах є відкриття нових точок в Естонії, Латвії, Румунії, Чехії та Німеччині. Під час війни «Нова Пошта» стала одним з найважливіших логістичних партнерів української армії та гуманітарних організацій. Компанія безкоштовно перевозила гуманітарні вантажів та надавала допомогу ЗСУ. Організація бере активну участь у соціальній діяльності та підтримує українську культуру, освіту та спорт.

## **2.2 Використання інформаційних технологій у діяльності ТОВ «Нова пошта».**

Компанія є активним користувачем інформаційних технологій. Вони полегшують роботу як внутрішніх так і зовнішніх процесів. Завдяки використанню ІТ підприємство є сильним конкурентом на ринку.

Використання інформаційних технологій у внутрішньому середовищі організації:

- **Система управління замовленнями (WMS):** система, яка використовується для автоматизації прийому, обробки та відстеження всіх замовлень. Це оптимізує логістику та підвищує швидкість і точність поставок.
- **Система управління транспортом (TMS):** система Transport Management System спеціально застосовується для планування маршрутів, завантаження

та моніторингу транспортних засобів. Це дуже економить час і ресурси, а також підвищує екологічність поставок.

- **Мобільний додаток для кур'єрів:** кур'єри використовують мобільні застосунки для отримання завдань, сканування посилок, оновлення статусу доставки та зв'язку з диспетчерами. Ця ІТ полегшує працю кур'єрів, робить її зручнішою та ефективнішою.
- **Система управління складами (WMS):** Warehouse Management System – система що застосовується для управління запасами, оптимізації розміщення товарів на складі та автоматизації процесу комплектації замовлень. Це скорочує час збору замовлень і мінімізує помилки.
- **Штучний інтелект (ШІ):** технологія , яка використовується для прогнозування обсягів замовлень, покращення маршрутів доставки та аналізу даних від кур'єрів і складів. Це допомагає організації підвищити ефективність і приймати більш обґрунтовані рішення.
- **Робототехніка:** робототехніку використовують для сортування посилок на складах, автоматизуючи рутинні завдання і звільняючи час для більш кваліфікованої роботи працівників.

Застосування ІТ для зовнішніх комунікацій:

- **Веб-сайт:** сайт ТОВ «Нова Пошта» надає користувачам інформацію стосовно послуг, тарифів, відстеження посилок тощо.
- **Мобільний додаток для клієнтів:** мобільний застосунок дає змогу споживачам створювати замовлення, відслідковувати посилки, сплачувати доставку та спілкуватися з компанією.
- **Соціальні мережі:** організація активно користується соц.мережами для комунікації із клієнтами, а також там відбувається інформування про новини та проведення акцій.

- **Електронна пошта:** електронну пошту використовують щоб робити розсилки новин, різних акцій та висвітлювати інформації про замовлення.
- **SMS-повідомлення:** SMS-повідомлення призначені для того, щоб повідомляти користувачів про статус їхніх замовлень.

Перевагами користування інформаційних технологій є підвищення швидкості та якості доставки, мінімізування витрат, покращення обслуговування клієнтів, збільшення конкурентоспроможності, а також максимізація прозорості та контролю над бізнес-процесами.

Отже, «Нова Пошта» є активно використовує ІТ для того, щоб вдосконалити власну діяльність та покращити обслуговування своїх клієнтів. Постійне застосування новітніх технологій робить компанію однією з провідних на українському ринку логістичних послуг.

### **2.3 Аналіз ефективності застосування інформаційних технологій компанією та доцільність розробки інформаційної системи для логістичної компанії «Нова Пошта»**

У сучасному конкурентному бізнес-середовищі використання ІТ стало надзвичайно важливим для компаній. Логістична організація «Нова Пошта», яка працює в галузі доставки не є винятком. Застосування інформаційних технологій у її внутрішньому середовищі має дуже великий потенціал для підвищення ефективності та задоволення потреб споживачів.

В результаті використання інформаційних технологій ТОВ «Нова Пошта» зробила значний прогрес, що дозволив автоматизувати та оптимізувати багато процесів, а саме:

- **Швидка доставка.** Роботизація та оптимізація процесів дозволяють компанії доставляти посилки максимально швидко.
- **Якість доставки.** Використання таких систем як WMS, TMS, а також мобільних додатків для кур'єрів дозволяє «Новій пошті» гарантувати дуже високу якість доставки з мінімальними пошкодженнями та втратами.
- **Задоволеність клієнтів.** Створивши зручний для використання веб-сайт та мобільний застосунок організація має дуже високий рівень задоволеності клієнтів.
- **Економічна ефективність.** Автоматизуючи та оптимізуючи власні процеси, «Нова пошта» заощаджує свій час і ресурси та підвищує конкурентоспроможність на ринку.

ТОВ «Нова Пошта» є лідером на ринку логістичних послуг, що безперервно вдосконалює процеси та прагне надавати найкращий сервіс для своїх споживачів. Розробка інформаційної системи із застосуванням штучного інтелекту (ШІ) для компанії «Нова Пошта» може стати значним кроком вперед у цьому напрямку. Штучний інтелект здатний автоматизувати досить багато рутинних, повсякденних завдань, які зараз виконує людина, наприклад, сортування посилок, прогнозування обсягів замовлень та оптимізацію маршрутів доставки. Це дозволить працівникам витратити більше часу на більш кваліфіковані завдання та економити ресурси компанії.

З допомогою сучасних ІТ можна використовувати персоналізації клієнтського досвіду, рекомендуючи потім продукти та послуги, які можуть зацікавити постійних споживачів, цим самим підвищувати лояльність користувачів і збільшувати продажі.

ШІ також може аналізувати досить великі обсяги даних про роботу підприємства, виявляти та фіксувати закономірності, які неможливо помітити неозброєним оком. Завдяки таким діям штучного інтелекту «Нова Пошта» зможе оптимізувати процеси та підвищити продуктивність роботи.

Ще одним великим плюсом використовувати нові інформаційні технології на підприємстві є мінімізація ризику помилок, які могла б зробити людина. Це може призвести до підвищення якості послуг та зменшення кількості скарг від споживачів.

Застосування ШІ може забезпечити «Новій Пошті» конкурентну перевагу перед іншими логістичними компаніями, які не використовують цю технологію.

Тому розробка інформаційної системи для організації «Нова Пошта» з використанням штучного інтелекту є раціональним і надзвичайно важливим кроком у підвищенні конкурентоспроможності компанії на ринку та забезпеченні ефективних логістичних процесів.

## **ВИСНОВКИ**

У сучасному світі, де ринкова конкуренція з кожним днем стає все більш інтенсивною, застосування інформаційних технологій стає все більш важливим фактором успіху будь-якої компанії. У сфері логістики та доставки компанія «Нова Пошта» не тільки відповідає цим вимогам, але й є прикладом того, як інноваційні технології можуть трансформувати сучасні бізнес-моделі.

Внутрішнє використання інформаційних технологій на підприємстві відображається у впровадженні систем управління замовленнями, транспортом і складом, мобільних застосунків для кур'єрів, штучного інтелекту та робототехніки. Ці інструменти автоматизують та покращують повсякденні процеси, забезпечують надзвичайно швидку та ефективну доставку, мінімізують кількість помилок та підвищують загальну операційну результативність.

Зовнішнє застосування інноваційних технологій на «Новій пошті» включає створення зручних і функціональних веб-сайтів, мобільних додатків для користувачів, а також активне використання соціальних мереж та електронної пошти для кращої взаємодії зі споживачами. Ці канали комунікації дозволяють клієнтам зручно та надзвичайно швидко робити замовлення, відстежувати статус доставки та самої посилки і отримувати оперативну підтримку.

Однак дуже важливим кроком для подальшого розвитку ТОВ «Нова Пошта» є розробка інформаційних систем з використанням штучного інтелекту, що дасть змогу організації ще ефективніше оптимізувати процеси, аналізувати досить великі обсяги даних, персоналізувати обслуговування своїх клієнтів і мінімізувати ризик помилок. Також відкриваються нові можливості для розвитку організації, що дозволять «Новій пошті» зберегти лідерство на ринку логістики та дистрибуції.

Тому використання інформаційних технологій та розвиток інформаційних систем із застосуванням штучного інтелекту є ключовим рішенням для «Нової пошти» не тільки для збереження своєї конкурентоспроможності, а й для забезпечення сталого зростання та розвитку в майбутньому.

## РЕЗЮМЕ

У цій курсовій роботі вся увага зосереджена на використанні інформаційних технологій у діяльності ТОВ «Нова Пошта», провідного постачальника логістичних послуг в Україні. Вона містить аналіз теоретичних основ організації торгівлі з використанням ІТ, а також безпосереднє їх застосування компанією «Нова Пошта» та оцінка ефективності від застосування.

В наш час використання інформаційних технологій, а також розробка інформаційних систем що містить штучний інтелект, стали не просто важливими, але й оптимальними стратегіями для будь-якої компанії. Це не лише допомагає залишатися конкурентоспроможним на ринку, але й гарантує стабільний ріст та розвиток у майбутньому.

У першому розділі розглядається важливість інформаційних технологій у торгівлі та їхній вплив на бізнес-процеси організації, зазначається, що ІТ є важливим інструментом для покращення операцій, таких як контроль операцій і розробка маркетингових стратегій. Також в даному розділі описані методи оцінки ефективності, такі як системні підходи та банчмаркінг, які можуть допомогти компаніям покращити свою діяльність у торгівлі. Загалом висвітлено роль технологій у підвищенні конкурентоспроможності та оптимізації процесів у секторі.

У другому розділі висвітлено ключові етапи розвитку компанії, такі як стратегічні переходи та визначення цілей, які дозволили підприємству зберегти своє лідерство на ринку швидкої доставки в Україні. У ньому висвітлено, як використання різних ІТ-систем і додатків сприяло вдосконаленню внутрішніх процесів, оптимізації робочих процесів і підвищенню конкурентоспроможності компаній. Також підкреслюється важливість використання ІТ для зовнішньої комунікації з користувачами і показується, як ці технології сприяють підвищенню якості послуг



і задоволенню потреб споживачів. Розглядаються перспективи розробок, спрямованих на підвищення ефективності та конкурентоспроможності логістичних процесів компаній, зокрема розвиток інформаційних систем з використанням штучного інтелекту (ШІ).

Отже, постійне використання та впровадження нових інформаційних технологій дасть змогу ТОВ «Нова Пошта» зміцнити свою конкурентоспроможність на ринку, підвищить її ефективність та забезпечить постійний, стабільний розвиток у майбутньому.

## **RESUME**

This term paper focuses on the use of information technology in the activities of Nova Poshta LLC, a leading provider of logistics services in Ukraine. It contains an analysis of the theoretical foundations of trade organization using IT, as well as its direct application by Nova Poshta and an assessment of the effectiveness of its use.

Nowadays, the use of information technology and the development of information systems containing artificial intelligence have become not only important, but also optimal strategies for any company. It not only helps to remain competitive in the market, but also guarantees stable growth and development in the future.

The first section discusses the importance of information technology in trade and its impact on an organization's business processes, noting that IT is an important tool for improving operations, such as controlling operations and developing marketing strategies. This section also describes performance measurement methods, such as systems approaches and benchmarking, that can help companies improve their trade performance. Finally, the role of technology in enhancing competitiveness and optimizing processes in the sector is highlighted.

The second section highlights the key stages of the company's development, such as strategic transitions and goal setting, which allowed the company to maintain its leadership in the express delivery market in Ukraine. It highlights how the use of various IT systems and applications has helped to improve internal processes, optimize workflows, and increase the company's competitiveness. It also emphasizes the importance of using IT for external communication with users and shows how these technologies contribute to improving the quality of services and meeting customer needs. The prospects for developments aimed at improving the efficiency and competitiveness of companies' logistics processes, including the development of information systems using artificial intelligence (AI), are considered.

Thus, the continuous use and implementation of new information technologies will allow Nova Poshta to strengthen its competitiveness in the market, increase its efficiency and ensure continuous, stable development in the future.

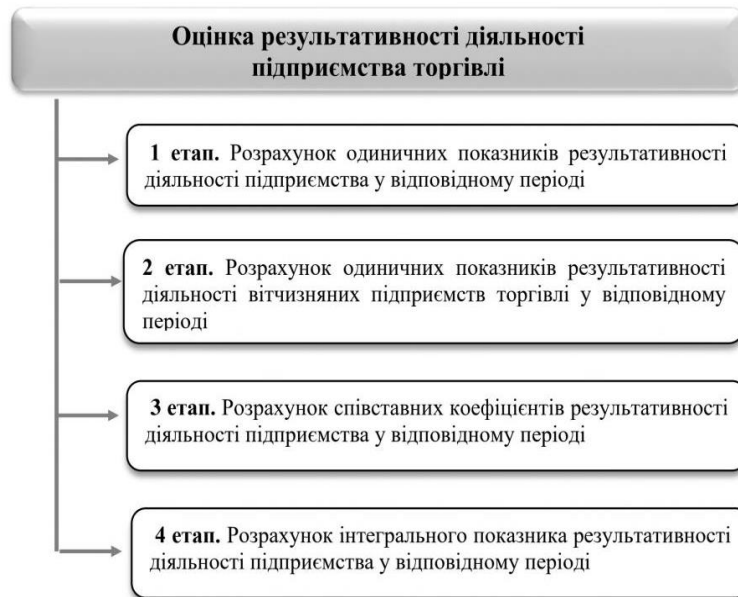
## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Тенденція розвитку сучасних інформаційних систем та технологій URL: [https://pidru4niki.com/74264/informatika/tendentsiyi\\_rozvitku\\_suchasnih\\_informatsiynih\\_sistem\\_tehnologiy](https://pidru4niki.com/74264/informatika/tendentsiyi_rozvitku_suchasnih_informatsiynih_sistem_tehnologiy)
2. Торгівля, як вид діяльності URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/>
3. Поняття роздрібної та оптової торгівлі URL: <https://tax.gov.ua/arhiv/tijden-tematicnih-konsultatsiy/tijden-tematicnih-konsultatsiy-dlya-p/informatsiyno-rozyasnyu>
4. Педченко Н.С.(2019) Підходи до оцінки ефективності та результативності діяльності торговельного підприємства: сучасний погляд Випуск 1. (135) 71-77  
URL: [https://ird.gov.ua/sep/sep20191\(135\)/sep20191\(135\)\\_071\\_Shymanovska-DianyachL,PedchenkoN.pdf](https://ird.gov.ua/sep/sep20191(135)/sep20191(135)_071_Shymanovska-DianyachL,PedchenkoN.pdf)
5. Явдак М.Ю. (2012) Критерії оцінки результативності діяльності підприємства 70-74 URL: [https://business-inform.net/export\\_pdf/business-inform-2011-12\\_0-pages-70\\_74.pdf](https://business-inform.net/export_pdf/business-inform-2011-12_0-pages-70_74.pdf)
6. Історія компанії «Нова Пошта»  
URL: [https://novaposhta.ua/istoriya\\_kompanii](https://novaposhta.ua/istoriya_kompanii) (дата звернення 17.04.24)
7. Офіційний сайт ТОВ «Нова Пошта» сьогодні  
URL: [https://novaposhta.ua/o\\_kompanii/nova\\_poshta\\_sogodni](https://novaposhta.ua/o_kompanii/nova_poshta_sogodni) (дата звернення 17.04.24)
8. Логістика - Комплексні рішення з автоматизації  
URL: <https://sytecs.com.ua/ua/galuzevi-rishennya/lohistyka/>
9. Шевчук І.Б., Старух А.І., Васьків О.М., (2020) Інформаційні технології в бізнесі 9-20, 22-34
10. О. М. Томашевський, Г. Г. Цегелик, М. Б. Вітер, В. І. Дубук (2012) Інформаційні технології та моделювання бізнес-процесів 51,82
11. Д. В. Риндюк В. А. Пешко (2022) Навч. посібник Інформаційні технології 27
12. Сазонець О. М. (2018) Інформаційні системи і технології в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю навч. посіб. 256
13. Олексюк О.І. Технологія оцінки результативності діяльності підприємства // Збірник наукових праць ЧДТУ. Серія: Економічні науки. Вип. 22., 169 - 173.

## ДОДАТКИ

**Таблиця 2 Підходи оцінювання результативності та ефективності діяльності підприємств**

Назва	Зміст
Структурний підхід Куросави	Заснований на структурі підприємства і складається з трьох компонентів: оцінювання показників економічної діяльності підприємств, якісне оцінювання і оцінювання економічних показників галузі.
Системний підхід	За якого використовується система показників для оцінювання результатів діяльності підприємства, що допомагає проаналізувати його роботу як цілісної динамічної системи, характеризує підприємство як з точки зору поточних результатів, так і його майбутніх досягнень і дозволяє провести комплексний аналіз діяльності підприємства з різних позицій (споживача, інвестора, працівника тощо).
Спосіб експрес-оцінювання ефективності	Експрес-аналіз дає огляд діяльності підприємства і дозволяє досить швидко оцінити його економічне становище. В
Бенчмаркінг	Це процес порівняння діяльності підприємства (у тому числі характеристик асортименту, послуг, методів роботи та ін.) з кращими компаніями на ринку і в галузі, з подальшим здійсненням змін для досягнення і підтримання певного рівня конкурентоспроможності, а також гарантії довгострокового функціонування на ринку. Бенчмаркінг є ефективною системою превентивного попередження про назріваючі проблеми організацій.



**Рис. 1 2** Послідовність оцінки результативності діяльності підприємства