

Луценко Ірина

канд. екон.наук, доцент кафедри менеджменту підприємств

НТУУ «КПІ імені Ігоря Сікорського», Україна

lutsenkois0802@gmail.com

Катерина Кисіль

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

освітньо-професійна програма «Менеджмент та бізнес-управління»

НТУУ «КПІ ім Ігоря Сікорського», Україна

kisel.caterina@gmail.com

СТРАТЕГІЧНЕ ПАРТНЕРСТВО ТА КОЛАБОРАЦІЯ В ЛОГІСТИЦІ ЯК ІНСТРУМЕНТИ ЕФЕКТИВНОГО ВИХОДУ НА РИНКИ ЄС

STRATEGIC PSARTNERSHIP AND COLLABORATION IN LOGISTICS AS TOOLS FOR EFFECTIVE ENTRY INTO EU MARKETS

Анотація. У сучасному розвиненому світі стратегічне партнерство в логістиці стають важливими для досягнення успіху в компанії. Використання колаборацій з місцевими компаніями дає змогу не тільки оптимізувати логістичні процеси, але й відкрити бар'єри входження до ринків Європейського Союзу. В роботі наведено приклад компанії Нова Пошта, який демонструє успішність застосування колаборацій у логістичному управлінні під час виходу на нові ринки

Abstract In today's developed world, strategic partnerships in logistics are becoming essential for achieving success in companies. Utilizing collaborations with local companies not only enables the optimization of logistics processes but also helps to overcome barriers to entry into European Union markets. The work provides an example of the company Nova Poshta, which demonstrates the effectiveness of applying collaborations in logistics management when entering new markets.

Ключові слова: колаборація, партнерство, логістичні ланцюги, експансія, конкурентоспроможність

Key words: collaboration, partnership, expansion, competitiveness

У сучасному світі, де глобалізація та діджиталізація поширюються значними темпами, міжнародна економіка все більше розвивається та стає все більш пов'язаною. У зв'язку з цим, стратегічне партнерство та колаборація в логістиці набувають особливого значення для компаній, що прагнуть вийти на нові ринки. Вхід до ринку Європейського Союзу є складним і багатограним процесом, який вимагає не тільки розуміння ринку вибраної країни та галузі, на яку підприємство хоче вийти закордоном, а й адаптацію компаній до ринку іншої країни, її культури, економічних та геополітичних обставин. Важливим питанням при цьому постає вибір логістики постачання, стратегічне партнерство стає важливим інструментом, який дозволяє компаніям оптимізувати свої ресурси, знизити витрати та підвищити ефективність бізнес-процесів.

Питання логістики є важливим елементом при розробці бізнес-моделі для виходу на міжнародні ринки. Щоб забезпечити беззбиткову діяльність, необхідно своєчасно доставляти товари, знати, звідки та коли організовувати доставку, а також обирати відповідних постачальників. Логістика охоплює широкий спектр питань, що робить її ключовим сектором європейської економіки, адже вона значно впливає на якість виробництва та послуг. Завдяки логістиці компанії можуть визначати торгові напрямки та транспортні зв'язки між країнами, а також впливати на обсяги імпорту та експорту, прибутковість розподільчої та транспортної діяльності, а також на екологічні ризики, пов'язані з цими процесами.[4] Сучасний бізнес визначається концепцією, згідно з якою конкуренція відбувається не між окремими компаніями, а між їхніми ланцюгами постачання. Успіх або невдача цих ланцюгів залежить від вибору кінцевого споживача на ринку. Логістика надає підприємствам можливості знайти рішення, які допомагають задовольнити потреби клієнтів з максимальною ефективністю та мінімальними витратами. [2]

Використання колаборації та партнерства дають можливість компаніям, які тільки вийшли або планують виходити на закордонний ринок, знаходити інноваційні рішення, нові підходи та стратегії ведення бізнесу. Ці дії стають гарантом конкурентоспроможності на нових ринках. У цьому контексті виникає потреба в концепції «партнерства в логістиці», за допомогою якої створюється такий ланцюг постачання, який базується на взаємозв'язку зацікавлених компаній, зусилля яких спрямовані на забезпечення потреб споживача. Слід зазначити, що являє собою поняття «партнерство» - це вид взаємин між різними суб'єктами, який полягає у формуванні єдиної позиції з певних питань та організації спільних дій. Специфікою партнерства є збереження кожним з партнерів відносної самостійності в основних аспектах діяльності. Тож партнерство як вид спільної діяльності полягає в рівноправності її учасників, що передбачає рівні права й обов'язки кожної зі сторін, а відтак і взаємну відповідальність. [1, с.30-32] В цьому випадку, бізнес-організації не конкурують між собою, а доповнюють одна одну. Наприклад, рішення не конкурувати на закордонному ринку з іншими компаніями, які надають схожі послуги, а почати співпрацювати з ними є доволі доцільним та прибутковим. Наприклад, з 2014 року «Нова Пошта» розпочала свою експансію, виходячи на ринок Молдови, незважаючи на складну політичну ситуацію в країні в той час. У результаті було налагоджено співробітництво з місцевими логістичними компаніями, що дозволило швидко інтегруватися в ринок поштових послуг Молдови та гарантувати високий рівень обслуговування. Вже через кілька років «Нова Пошта» стала одним із трьох найбільш популярних логістичних операторів у країні.

На наступному етапі, а саме в травні 2022 року, компанія показала свою рішучість та обізнаність у прогнозах щодо виходу на закордонні ринки, відкривши перше відділення в Польщі під брендом «Nova Post». Слід зауважити, що компанія не просто увірвалася на закордонний ринок, а здійснила колаборацію з відомою польською компанією «InPost». Це дозволило українському бренду розширити свою мережу. На сьогодні в Польщі працює 39 відділень у 25 містах та два сортувальні термінали, що забезпечує ефективну доставку послуг.

Після такого значного прориву, компанія продовжує розвиватися та поширювати бренд на ринку Європи. Протягом 2023 року «Нова Пошта» відкрила нові представництва в Литві, Чехії, Румунії, Німеччині, Словаччині, Естонії, Латвії, Угорщині та Італії. Під час кожного нового виходу на новий на той час ринок, компанія застосовувала партнерства та колаборації з національними компаніями. Наприклад, у Чехії компанія забезпечила доставку через 1400 пунктів видачі посилок, налагодивши ефективну співпрацю з місцевими постачальниками послуг. [3]

Отже, колаборація та партнерство впливають на логістику таким чином:

- Оптимізація ланцюгів постачання

Співпраця «Нової Пошти» з місцевими логістичними партнерами дозволила зменшити час доставки та знизити витрати на транспортування, що є ключовим для конкурентоспроможності на нових ринках підприємств-поштових операторів.

- Забезпечення доступу до інфраструктур

Прикладом, який демонструє це є партнерство «Нової Пошти» з «InPost» в Польщі. За допомогою нього, «Нова Пошта» має змогу використовувати вже існуючу мережу поштоматів, що значно спрощує доступ клієнтів до послуг компанії.

- Адаптуватися до місцевих умов

Колаборація з місцевими компаніями дозволяє швидше реагувати на специфічні вимоги ринку, враховуючи культурні та економічні особливості.

Отже, стратегічне партнерство та колаборація в логістиці стали невід'ємними інструментами для компаній, які прагнуть ефективно вийти на ринки Європейського Союзу. У сучасному бізнес-середовищі, підприємства повинні шукати нові шляхи для оптимізації своїх операцій і підвищення якості обслуговування. Приклад компанії «Нова Пошта» ілюструє, що завдяки колаборації з партнерами, можна не лише швидко адаптуватися до нових ринкових умов, але й забезпечити високу якість послуг, що є критично важливим для задоволення потреб клієнтів. Крім того, стратегічні партнерства дозволяють компаніям

оптимізувати витрати, використовувати існуючу інфраструктуру та впроваджувати інноваційні рішення, які підвищують ефективність логістичних процесів.

Література

1. Гармаш Т.А. Партнерство в логістиці: термінологічні аспекти / Т.А. Гармаш // Проблеми підготовки професійних кадрів з логістики в умовах глобального конкурентного середовища: Збірник доповідей. – К.: НАУ, 2017. – С. 30-32. (Матеріали конференції)
2. Корженівська Н. Л. Логістика як інструмент підвищення ефективності господарювання. Університетські наукові записки. 2005. № 4. С. 359-362.
3. Нова Пошта у світі. URL: [Нова пошта у світі - «Нова Пошта» | Доставка майбутнього \(novaposhta.ua\)](http://nova-poshta.ua)
4. Сток Дж. Р. Стратегічне управління логістикою / Дж. Р. Сток, Д. М. Ламберт; [Пер. з 4-го англ. вид.]. - М.: ИНФРА-М, 2005, XXXII. - 797 с

УДК: 65.012.34:339.9

Світлана Мішина

к.е.н., доцент, доцент кафедри соціальної економіки

ХНЕУ ім. С. Кузнеця, Україна

svitlana.mishyna@hneu.net

Анастасія Мішина

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

освітньо-професійна програма «Міжнародний бізнес»

ХНЕУ ім. С. Кузнеця, Україна

nnastyushkkaa23@gmail.com

ОПТИМІЗАЦІЯ КАДРОВИХ ПОТОКІВ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ МІЖНАРОДНОЇ КОМПАНІЇ

OPTIMIZATION OF PERSONNEL FLOWS IN THE PERSONNEL MANAGEMENT SYSTEM OF AN INTERNATIONAL COMPANY

Анотація. Розглянуто види кадрових потоків. Обґрунтовано роль оптимізації кадрових потоків в управлінні персоналом міжнародної компанії. Уточнено напрями оптимізації вхідних, вихідних та внутрішніх кадрових потоків в управлінні персоналом в мікрологістичних системах. Обґрунтовано особливості організації управління кадровими потоками в міжнародних компаніях.

Abstract. Types of personnel flows are considered. The role of personnel flow optimization in personnel management of an international company is justified. The directions of optimization of incoming, outgoing and internal personnel flows in personnel management in micrologistics systems have been clarified. The peculiarities of the organization of personnel flow management in international companies are substantiated.

Ключові слова: персонал, управління персоналом, кадрові потоки, мікрологістична система, міжнародна компанія.

Key words: personnel, personnel management, personnel flows, micrologistics system, international company.

В умовах воєнного часу та мінливого середовища функціонування підприємств, у тому числі і суб'єктів міжнародного бізнесу, актуальності набувають питання управління кадровими потоками підприємств. Використання логістичного підходу до управління персоналом обумовлене високою територіальною та професійною мобільністю персоналу в умовах військового часу та орієнтації міжнародних компаній на зовнішні ринки. Тому в сучасних умовах доцільним є розгляд саме кадрових потоків, тобто руху персоналу в оптимальному для компанії напрямі, чим і обумовлена актуальність теми дослідження.

Питання логістичного управління персоналом знайшли відображення в працях таких науковців: Криворучко О. [2], Сорока О. та Сало Я. [5]. Кадрові потоки, як об'єкт логістичного управління розглянуті у працях таких науковців, як: Бондарук О. [1], Леонтьєва І. [3] та Поліщук І. [4]