

Хмельницький національний університет
Факультет економіки і управління
Кафедра фінансів, банківської справи, страхування та фондового ринку

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

Цінова політика компаній з експрес-доставки у сфері фінансових послуг за матеріалами ТОВ «НОВА ПОШТА»

Рівень вищої освіти магістр

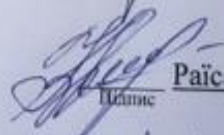
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»

Спеціальність 072 «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»

Освітня програма «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»

Шифр КвРФБС.024321.01.01.00

Виконав здобувач II курсу, група ФБСмз-24-1  Олександр АВРАМЕНКО

Керівник д-р. екон. наук, професор  Раїса КВАСНИЦЬКА

Нормоконтролер  Яна ДОУЧЕНКО

До захисту допускаю:
Завідувач кафедри фінансів,
банківської справи, страхування та
фондового ринку

 Ніла ХРУЩ

« 17 » 12 2025 р.

Хмельницький 2025

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет економіки і управління

Кафедра фінансів, банківської справи, страхування та фондового ринку

Рівень вищої освіти магістр

Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»

Шифр і найменування

Спеціальність 072 «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»

Код і найменування

Освітня програма «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»

Найменування

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри ФБСС

Ніла ХРУЩ

01 09 2025

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Авраменка Олександра Володимировича

Прізвище, ім'я, по батькові здобувача

1 Тема роботи Цінова політика компаній з експрес-доставки у сфері фінансових послуг за матеріалами ТОВ «НОВА ПОШТА»

Керівник роботи Квасницька Раїса Степанівна, д. р. екон. наук, професор

Прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, учене звання

Затверджено наказом ректора університету від 25.08.2025 р. № 65 (додаток № 17)

2 Термін подання здобувачем роботи на кафедру до 07.12.2025

3 Вихідні дані до роботи законодавчо-нормативні акти Верховної Ради України, Уряду України, міністерств, спеціальна методична та наукова література, періодичні видання за темою кваліфікаційного дослідження, фінансова звітність ТОВ «НОВА ПОШТА» за 2022-2024 рр.

4 Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)

1 Теоретичні основи фінансових послуг та цінової політики щодо них у сфері експрес-доставки.

2 Аналітичні засади функціоналу компаній з експрес-доставки у сфері фінансових послуг.

3 Розвиток фінансових послуг ТОВ «НОВА ПОШТА» та напрямів удосконалення цінової політики на них.

5 Перелік графічного матеріалу (із зазначенням обов'язкових креслень):

1. Сутнісні напрямками визначення понять «послуга» та «фінансова послуга».

2. Класифікаційний поділ фінансових послуг за різними ознаками.

3. Принципи формування цінової політики суб'єктами підприємництва.

4. Методи ціноутворення у сфері послуг.

5. Динаміка обсягів реалізованих послуг поштовими операторами України у 2022-2024 роках.

6. Динаміка обсягів грошових переказів, що здійснюються українськими поштовими операторами за послугою післяплати (накладеним платежем).

7. Стан та динаміка складових активів, пасивів та фінансових результатів ТОВ «НОВА ПОШТА» за 2022-2024 роки

8. Діючі умови та обмеження надання різних варіантів переказів ТОВ «НОВА ПОШТА».

9. Пропозиції нових потенційно можливих інноваційних фінансових послуг для ТОВ «НОВА ПОШТА».

6 Консультанти розділів кваліфікаційної роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

7 Дата видачі завдання 1 вересня 2025 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

Назва розділу кваліфікаційної роботи	Термін виконання	Примітка
1 Затвердження плану кваліфікаційної роботи	до 10.09.2025	виконано
2 Аналіз, систематизація економічної літератури, збір та обробка статистичних матеріалів, фінансової звітності за темою кваліфікаційної роботи	до 20.10.2025	виконано
3 Написання текстової частини кваліфікаційної роботи	до 30.11.2025	виконано
4 Підготовка ілюстративних матеріалів та оформлення кваліфікаційної роботи	до 7.12.2025	виконано
5 Попередній захист кваліфікаційної роботи	з 8.12.2025	виконано
6 Захист кваліфікаційної роботи	з 19.12.2025	виконано

Здобувач



Олександр АВРАМЕНКО

Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Керівник кваліфікаційної роботи



Раїса КВАСНИЦЬКА

Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

АНОТАЦІЯ кваліфікаційної роботи

Авраменка Олександра Володимировича

на тему: Цінова політика компаній з експрес-доставки у сфері фінансових послуг за матеріалами ТОВ «НОВА ПОШТА»

Практика показує, що жодна компанія, незалежно від її позиції на ринку, не може встановлювати ціни без аналізу можливих соціальних та економічних наслідків. На макрорівні зміни цін також пов'язані із соціальними, економічними та політичними змінами, тому суспільство загалом зацікавлене в глибокому аналізі закономірностей та тенденцій цих змін. Світова фінансова та економічна криза підкреслила необхідність розуміння мікроекономічних основ загальної економічної рівноваги. І навпаки, ціни не можуть бути встановлені без аналізу політичних, економічних, психологічних та соціальних факторів, що впливають на їх формування. З одного боку, ціни можуть визначатися загальною вартістю виробництва товарів; з іншого боку, рівень цін може залежати від психології поведінки покупців. Це означає, що при встановленні остаточної ціни необхідно враховувати всі фактори, що впливають на рівень цін, а ціни повинні встановлюватися таким чином, щоб приносити прибуток. Таким чином, цінова політика займає одне з головних місць у політиці розвитку суб'єктів підприємницької діяльності різних сфер економіки, в тому числі й сфери експрес-доставки. Це пов'язано з тим, що цінова політика формує передумови для конкурентного успіху, збільшення кількості споживачів, отримання прибутку, підвищення ефективності діяльності та поліпшення фінансового стану кожного суб'єкта бізнесу. Своєю чергою, дослідження особливостей формування цінової політики в сучасних умовах симбіозу різних напрямів ведення бізнесу операторами поштового зв'язку як надання поштових послуг (послуг експрес-доставки), так і надання фінансових платіжних послуг, є вкрай актуальним.

Мета кваліфікаційної роботи. Змістове обґрунтування суті цінової політики, методичного інструментарію та особливостей її формування поштовими операторами у сфері надання фінансових послуг.

Завдання дослідження. Обґрунтувати суть фінансових послуг, їх види та місце у сфері експрес-доставки; визначити зміст, цілі, функції, принципи та методи цінової політики в діяльності надавачів фінансових послуг; здійснити аналіз стану, тенденцій розвитку діяльності компаній з експрес-доставки у сфері фінансових послуг в Україні у 2021-2024 роках; дати характеристику діяльності, стану та динаміки фінансово-майнового забезпечення ТОВ «НОВА ПОШТА» за 2022-2024 роки; дослідити розвиток фінансових послуг ТОВ «НОВА ПОШТА» та напрямів удосконалення цінової політики на них.

Об'єкт дослідження. Формування цінової політики у сфері фінансових послуг ТОВ «НОВА ПОШТА».

Предмет дослідження. Теоретичні, методичні та практичні основи цінової політики поштових операторів у сфері фінансових послуг.

Методи дослідження. З метою роз'язання завдань кваліфікаційної роботи використовувались такі наукові методи: методи аналізу та синтезу; абстрактно-логічний метод, метод порівняльного аналізу; дослідження ринку та конкурентів аналіз ТОВ «НОВА ПОШТА», статистичний метод.

Наукова новизна результатів кваліфікаційного дослідження розкривається:

- подальшому розвитку підходів до визначення суті фінансових послуг поштових операторів (операторів експрес-доставки), як послуг, які надають можливість споживачам цих послуг задовольняти їх потреби з переміщення фінансових активів у просторі та часі за допомогою засобів поштового зв'язку, інформаційно-комунікаційних технологій та використання платіжних систем, що враховує саме особливості надання фінансових послуг такими надавачами, як поштові оператори (оператори експрес-доставки);

- удосконаленні підходів до генерування доходу ТОВ «НОВА ПОШТА» через запровадження нових та інноваційних фінансових послуг, які могли б запустити «НОВА ПОШТА» з NovaPay: мікрокредитування та кредитні ліміти для клієнтів малого та середнього бізнесу; інтегрована послуга «Оплата частинами» для інтернет-магазинів-партнерів; банкінг для «небанківських» клієнтів (мікро-депозити та «Скарбнички» у відділеннях ТОВ «НОВА ПОШТА»).

Апробація результатів дослідження. Участь у конференціях:

- V Міжнародній науково-практичній конференції ««Бекграунд економіки, бізнесу та HR-інжинірингу у контексті формування інноваційної парадигми стратегії сталого розвитку України у XXI столітті» (13-14 листопада 2025 р., м. Хмельницький);

- VI Всеукраїнській науково-практичній інтернет-конференції здобувачів вищої освіти та молодих учених «Розвиток інноваційного фінансового управління суб'єктами економіки в умовах реалізації євроінтеграційної стратегії України» (14 листопада 2025 р., м. Хмельницький);

- XII Міжнародної науково-практичної конференції «Стратегії, моделі та технології управління економічними системами» - SMTESM-2025 (12 грудня 2025 р., м. Хмельницький).

Структура та обсяг кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Загальний обсяг роботи 70 сторінок, в тому числі 8 таблиць, 8 рисунків. Робота містить 3 додатки. Список використаних джерел містить 41 найменування.

Ключові слова: фінансова послуга, фінансові послуги компаній з експрес-доставки, цінова політика у сфері фінансових послуг.

ABSTRACT

Oleksander Avramenko

Pricing policy of express delivery companies in the financial services sector based on materials from NOVA POSHTA LLC

Practice shows that no company, regardless of its position in the market, can set prices without analyzing the possible social and economic consequences. At the macro level, price changes are also linked to social, economic, and political changes, so society as a whole is interested in an in-depth analysis of the patterns and trends of these changes. The global financial and economic crisis has highlighted the need to understand the microeconomic foundations of overall economic equilibrium. Conversely, prices cannot be set without analyzing the political, economic, psychological, and social factors that influence their formation. On the one hand, prices can be determined by the total cost of production of goods; on the other hand, the price level may depend on the psychology of buyer behavior. This means that when setting the final price, it is necessary to take into account all factors that affect the price level, and prices must be set in such a way as to generate profit. Thus, pricing policy occupies one of the main places in the development policy of business entities in various sectors of the economy, including the express delivery sector. This is due to the fact that pricing policy creates the conditions for competitive success, an increase in the number of consumers, profit generation, increased efficiency, and improved financial condition of each business entity. In turn, research into the peculiarities of pricing policy formation in the current conditions of symbiosis between different areas of business conducted by postal operators, such as the provision of postal services (express delivery services) and the provision of financial payment services, is extremely relevant.

Purpose of the qualification work. Substantive justification of the essence of pricing policy, methodological tools, and features of its formation by postal operators in the field of financial services.

Achieving this goal requires solving the following tasks:

- justify the essence of financial services, their types, and place in the field of express delivery;
- define the content, objectives, functions, principles, and methods of pricing policy in the activities of financial service providers;
- analyze the state and development trends of express delivery companies in the field of financial services in Ukraine in 2021-2024;
- characterize the activities, state, and dynamics of the financial and property security of NOVA POSHTA LLC for 2022-2024;
- research the development of financial services of NOVA POSHTA LLC and areas for improvement of pricing policy for them. The subject of the qualification work is the theoretical and practical aspects of providing depository services in Ukraine by banking institutions.

Object of research. Formation of pricing policy in the field of financial services at NOVA POSHTA LLC.

Subject of research. Theoretical, methodological, and practical foundations of pricing policy for postal operators in the field of financial services.

Keywords: financial services, financial services of express delivery companies, pricing policy in the field of financial services.

Зміст

	С.
Вступ	6
1 Теоретичні основи фінансових послуг та цінової політики щодо них у сфері експрес-доставки	10
1.1 Суть фінансових послуг, їх види та місце у сфері експрес-доставки	10
1.2 Зміст, цілі, функції, принципи та методи цінової політики в діяльності надавачів фінансових послуг	21
2 Аналітичні засади функціоналу компаній з експрес-доставки у сфері фінансових послуг	31
2.1 Аналіз стану, тенденцій розвитку діяльності компаній з експрес-доставки у сфері фінансових послуг в Україні у 2021-2024 роках	31
2.2 Характеристика діяльності, стан та динаміка фінансово-майнового забезпечення ТОВ «НОВА ПОШТА» за 2022-2024 роки	39
3 Розвиток фінансових послуг ТОВ «НОВА ПОШТА» та напрямів удосконалення цінової політики на них	48
Висновки	60
Список використаних джерел	65
Додатки	70

ВСТУП

Одним з найважливіших аспектів економічного та соціального життя суспільства, де зустрічаються інтереси імпортерів та експортерів, виробників та споживачів, без винятку, всіх суб'єктів економічних відносин є ціна. За умови високого рівня конкуренції сучасна ринкова економіка ставить суб'єктів підприємництва в складні економічні умови. У ринковій економіці успіх суб'єкта бізнесу значною мірою залежить від того, як він встановлює ціни на свої товари та послуги. Практика показує, що жодна компанія, незалежно від її позиції на ринку, не може встановлювати ціни без аналізу можливих соціальних та економічних наслідків. На макрорівні зміни цін також пов'язані із соціальними, економічними та політичними змінами, тому суспільство загалом зацікавлене в глибокому аналізі закономірностей та тенденцій цих змін. Світова фінансова та економічна криза підкреслила необхідність розуміння мікроекономічних основ загальної економічної рівноваги. І навпаки, ціни не можуть бути встановлені без аналізу політичних, економічних, психологічних та соціальних факторів, що впливають на їх формування. З одного боку, ціни можуть визначатися загальною вартістю виробництва товарів; з іншого боку, рівень цін може залежати від психології поведінки покупців. Це означає, що при встановленні остаточної ціни необхідно враховувати всі фактори, що впливають на рівень цін, а ціни повинні встановлюватися таким чином, щоб приносити прибуток. Таким чином, цінова політика займає одне з головних місць у політиці розвитку суб'єктів підприємницької діяльності різних сфер економіки, в тому числі й сфери експрес-доставки. Це пов'язано з тим, що цінова політика формує передумови для конкурентного успіху, збільшення кількості споживачів, отримання прибутку, підвищення ефективності діяльності та поліпшення фінансового стану кожного суб'єкта бізнесу.

Своєю чергою, дослідження особливостей формування цінової політики в сучасних умовах симбіозу різних напрямів ведення бізнесу операторами поштового зв'язку як надання поштових послуг (послуг експрес-доставки), так і надання фінансових платіжних послуг, є вкрай актуальним.

Питання обґрунтування та коригування цін, а також розробки цінової політики суб'єктами господарювання широко обговорюються в науковій літературі. Зокрема, ці питання розглядаються в таких працях таких авторів, як: Василькова Н., Ващенко О., Євтушенко Н., Нікітенко К., Святненко В., Чукурна О. та інших. У працях цих авторів аналізують підходи до суті цінової політики, загальні принципи, методи та техніки встановлення цін, що застосовуються в ринкових умовах. Однак, особливості формування цінової політики поштовими операторами у сфері надання фінансових послуг залишаються відкритими, а тому потребують детального дослідження.

Метою кваліфікаційної роботи є змістове обґрунтування суті цінової політики, методичного інструментарію та особливостей її формування поштовими операторами у сфері надання фінансових послуг.

Завданнями кваліфікаційної роботи, що сприяють досягненню її мети є:

- обґрунтувати суть фінансових послуг, їх види та місце у сфері експрес-доставки ;
- визначити зміст, цілі, функції, принципи та методи цінової політики в діяльності надавачів фінансових послуг;
- здійснити аналіз стану, тенденцій розвитку діяльності компаній з експрес-доставки у сфері фінансових послуг в Україні у 2021-2024 роках;
- дати характеристику діяльності, стану та динаміки фінансово-майнового забезпечення ТОВ «НОВА ПОШТА» за 2022-2024 роки;
- дослідити розвиток фінансових послуг ТОВ «НОВА ПОШТА» та напрямів удосконалення цінової політики на них.

Предметом даної кваліфікаційної роботи є теоретичні, методичні та практичні основи цінової політики поштових операторів у сфері фінансових послуг.

Об'єктом даної кваліфікаційної роботи є формування цінової політики у сфері фінансових послуг ТОВ «НОВА ПОШТА».

В кваліфікаційній роботі використані такі методи дослідження, як: методи аналізу та синтезу; абстрактно-логічний метод, метод порівняльного аналізу; дослідження ринку та конкурентів аналіз ТОВ «НОВА ПОШТА», статистичний метод.

Інформаційна база кваліфікаційного дослідження включає є законодавчо-нормативні акти, періодична та спеціалізована література, статистичні дані діяльності поштових операторів в Україні, дані про діяльність ТОВ «НОВА ПОШТА» та Nova Pay.

Наукова новизна результатів кваліфікаційного дослідження полягає в:

- подальшому розвитку підходів до визначення суті фінансових послуг поштових операторів (операторів експрес-доставки), як послуг, які надають можливість споживачам цих послуг задовольняти їх потреби з переміщення фінансових активів у просторі та часі за допомогою засобів поштового зв'язку, інформаційно-комунікаційних технологій та використання платіжних систем, що враховує саме особливості надання фінансових послуг такими надавачами, як поштові оператори (оператори експрес-доставки);

- удосконаленні підходів до генерування доходу ТОВ «НОВА ПОШТА» через запровадження нових та інноваційних фінансових послуг, які могли б запуснути «НОВА ПОШТА» з NovaPay: мікрокредитування та кредитні ліміти для клієнтів малого та середнього бізнесу; інтегрована послуга «Оплата частинами» для інтернет-магазинів-партнерів; банкінг для «небанківських» клієнтів (мікро-депозити та «Скарбнички» у відділеннях ТОВ «НОВА ПОШТА»).

Апробацією результатів кваліфікаційного дослідження є участь у:

- V Міжнародній науково-практичній конференції ««Бекграунд економіки, бізнесу та HR-інжинірингу у контексті формування інноваційної парадигми стратегії сталого розвитку України у XXI столітті» (13-14 листопада 2025 р., м. Хмельницький);

- VI Всеукраїнській науково-практичній інтернет-конференції здобувачів вищої освіти та молодих учених «Розвиток інноваційного фінансового управління суб'єктами економіки в умовах реалізації євроінтеграційної стратегії України» (14 листопада 2025 р., м. Хмельницький);
- XII Міжнародної науково-практичної конференції «Стратегії, моделі та технології управління економічними системами» - SMTESM-2025 (12 грудня 2025 р., м. Хмельницький).

1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ ТА ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ЩОДО НИХ У СФЕРІ ЕКСПРЕС-ДОСТАВКИ

1.1 Суть фінансових послуг, їх види та місце у сфері експрес-доставки

Сфера послуг на сьогоднішній день є потужною рушійною силою економічного розвитку будь-якої країни. Про це свідчить той факт, що «сфера послуг, яка на сьогоднішній день характеризується високою оборотністю капіталу, є одним з найбільших одержувачів міжнародних інвестицій. Тому різноманітність послуг, як у виробничому, так і у фінансовому секторах, а також їх економічна орієнтація будуть продовжувати розвиватися і зростати з кожним роком. Це пов'язано з тим, що люди користуються послугами всюди: послуги використовуються в повсякденному житті, на роботі, у відпустці тощо.

Наразі глобальний сектор послуг є одним із найдинамічніших і найбільших сегментів ринку, а головними чинниками його успіху є скоординована та ефективна співпраця між компаніями в секторі послуг і попит серед клієнтів. Практика застосування соціально-економічних моделей у розвинених країнах показує, що сектор послуг відіграє дуже важливу роль у формуванні рівня освіти та культури робочої сили, задоволенні потреб членів суспільства та впливає на виробничий сектор у плані підвищення рівня задоволення потреб суспільства. Водночас радикальні перетворення в українській економіці загострили проблему недооцінки важливої ролі сектора послуг, що, в свою чергу, зумовлює необхідність визначення економічної сутності послуг у сучасних економічних умовах. Існує два підходи до визначення послуг:

- «послуги» як дії, що надають користь та допомогу іншим;
- «послуги» як продукти (результати) діяльності сервісних компаній.

При цьому, послуги як результати роботи задовольняють потреби споживачів, а вартість послуг визначається професійними та особистими якостями людей, які їх надають. Саме безпосередня робота є визначальним фактором якості та ціни послуг. Слід зазначити, що пояснення значення терміна «послуга» досі є предметом дискусій, оскільки існує багато способів розуміння цього терміна. Дослідження наукових праць вчених, експертів та практиків (таблиця А.1 Додатку А) дозволяє виділити певні підходи до визначення послуг за такими напрямками як (рисунок 1.1):

1) змістова характеристика:

- специфічний товар;
- нематеріальні активи;
- споживча вартість;

2) значущість:

- благо;
- користь;
- ефект;
- вигода;
- результати діяльності;

3) функціональне призначення:

- діяльність (дія, функція);
- процес (сукупність робіт, виробництво);

4) відносини між сторонами (надавачами та споживачами послуг).

Проаналізувавши, на основі описаних підходів, визначення поняття «послуга», можна узагальнити розуміння цього поняття як виду економічної діяльності, що реалізуються у нематеріальній формі з метою задоволення потреб членів суспільства, результатом якої є створення блага (цінності) для споживачів та забезпечення вигоди у конкретний час і в конкретному місці як для постачальників послуг, так і для їх споживачів.

Виходячи з конкретних характеристик послуг, можна виділити кілька їх ключових особливостей:

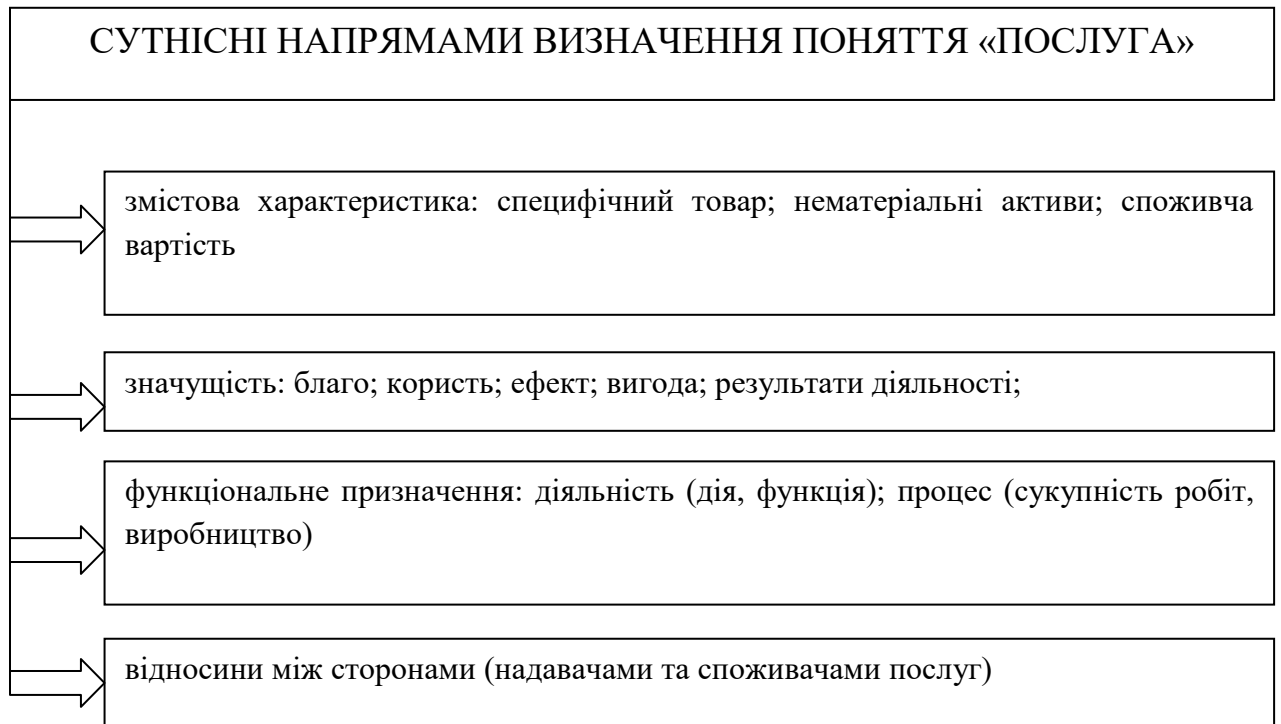


Рисунок 1.1 - Сутнісні напрями визначення поняття «послуга»

Складено автором

- нематеріальність (невідчутність, невидимість), яка визначається як неможливість показати, переглянути, випробувати, транспортувати, зберігати, упакувати або вивчити послугу до її отримання;

- нерозривність надання та споживання, що підкреслює той факт, що послуги переважно надаються та споживаються одночасно, тобто надання послуги розпочинається завжди після отримання замовлення на неї;

- неможливість зберігання, що підкреслює те, що послуги не можуть бути виконані заздалегідь і збережені для подальшого виконання;

- високий рівень невизначеності (мінливості), що відображає те, що якість надання послуг сильно варіюється залежно від багатьох факторів, таких як постачальник послуг, місце та час надання послуг, стандарти системи обслуговування, доступні постачальникам послуг, тобто рівень обслуговування клієнта конкретним постачальником послуг тощо.

Структура сфери послуг розділяється на:

- сектор виробництва матеріальних послуг (транспорт, торгівля, житлово-комунальні послуги тощо);
- сектор виробництва нематеріальних послуг (управління, військова та охоронна діяльність, освіта, охорона здоров'я, наука, мистецтво, розваги, соціальні послуги, маркетинг, аудит, кредитування, страхування тощо).

При цьому, дослідники у науковій літературі сферу послуг поділяють на три сектори:

- «- інфраструктура (транспорт, зв'язок, електро- та теплопередача);
- розподіл та обмін (торгівля, страхування, фінанси);
- соціальний та адміністративний (адміністрація, наука, освіта, охорона здоров'я, мистецтво)» [4, с.13].

Серед різних послуг, послуг розподілу й обміну, що пропонуються на даний момент їх споживачам, виділяється один вид послуг, а саме фінансові послуги, пов'язані з перетворенням фінансових ресурсів у капітал та інвестиції для фізичних та юридичних осіб, переміщенням грошових коштів та оплатою різних товарів та послуг.

Відповідно до Закону України «Про фінансові послуги та фінансові компанії», фінансові послуги – це «операція або декілька операцій, пов'язаних однією правовою метою, з фінансовими засобами, що здійснюються в інтересах інших осіб, ніж надавач такої фінансової послуги, а також послуги, прямо визначені спеціальними законами як фінансові послуги» [30]. Цим Законом також регламентовано види фінансових послуг, а саме:

- «- страхування;
- надання коштів та банківських металів у кредит;
- залучення коштів та банківських металів, що підлягають поверненню;
- фінансовий лізинг;
- факторинг;
- надання гарантій;
- торгівля валютними цінностями;
- фінансові платіжні послуги;

- фінансові послуги, що надаються в межах професійної діяльності на ринках капіталу» [30].

Варто зазначити, що «загалом визначають три основні ознаки будь-якої фінансової послуги:

- операції здійснюються на користь третіх осіб, тобто є посередницькими;
- предметом операції є фінансові активи;
- метою операції є отримання прибутку або збереження реальної вартості фінансового активу» [35, с.8].

Як і будь-які послуги, фінансові послуги мають того хто їх виконує (надає) – суб'єкта цих послуг, а також того кому вони надаються – споживача цих послуг. Так, згідно законодавства «надавач фінансових послуг – це фінансова установа, а у випадках, прямо визначених спеціальними законами, - інша юридична особа або філія іноземної юридичної особи, яка має право надавати фінансові послуги» [30]. При цьому, вартим уваги є більш розширене тлумачення цього поняття, а саме - надавач фінансових послуг розглядається як юридична особа (включаючи банки, страхові компанії, інвестиційні компанії, лізингові компанії, кредитні спілки, ломбарди та установи електронних грошей і платежів, платіжні системи), яка на підставі ліцензії надає один або кілька видів фінансових послуг, таких як кредитування, страхування, фінансовий лізинг, факторинг, переказ коштів, операції з іноземною тощо.

Споживачем фінансових послуг є «фізична особа, яка звертається за наданням фінансових послуг до надавача фінансових послуг та/або посередника або користується послугами надавача фінансових послуг та/або посередника для задоволення особистих потреб, не пов'язаних із підприємницькою або незалежною професійною діяльністю» [30].

З огляду на різноманітність та широту спектру фінансових послуг, їх класифікація заслуговує на увагу. Слід зазначити, що на сьогодні існують різні

варіанти класифікації фінансових послуг, запропоновані різними економістами (таблиця 1.1).

Таблиця 1.1 – Класифікаційний поділ фінансових послуг за різними ознаками

№ з/п	Класифікаційна ознака	Вид фінансової послуги
1	2	3
1	за типом споживача	- фінансові послуги для домогосподарств; - фінансові послуги для нефінансових корпорацій; - фінансові послуги фінансовим корпораціям; - фінансові послуги органам загального державного управління; - фінансові послуги неприбутковим організаціям.
2	за інструментом реалізації фінансових послуг	- фінансові послуги з інструментами кредитного ринку; - фінансові послуги з інструментами грошового ринку; - фінансові послуги з інструментами ринку капіталу; - фінансові послуги з похідними та структурованими фінансовими інструментами;
3	за типом надавача послуг	- банківські фінансові послуги; - фінансові послуги небанківських фінансових установ; - фінансові послуги інших надавачів послуг
4	за рівнем обов'язковості:	- обов'язкові (примусові) фінансові послуги, виконання яких є обов'язковим, незалежно від об'єктивної ситуації та суб'єктивної оцінки; - необов'язкові (добровільні) фінансові послуги, виконання яких є повністю добровільним і не обмежується жодними чинниками
5	за рухом фінансових активів	- фінансові послуги, надання яких супроводжується рухом фінансових активів; - фінансові послуги, що надаються без руху фінансових активів
6	за специфікою діяльності інституційної одиниці фінансового сектору	- традиційні фінансові послуги; - додаткові фінансові послуги; - нетрадиційні фінансові послуги
7	за технічною реалізацією	- класичні фінансові послуги; - електронні фінансові послуги
8	за диференціацією задоволення потреб споживачів	- прямі фінансові послуги; - непрямі фінансові послуги
9	за групами споживачів	- масові фінансові послуги; - спеціалізовані фінансові послуги

Кінець таблиці 1.1

1	2	3
10	за тривалістю фінансової послуги та мети її споживання	- стратегічні фінансові послуги; - поточні фінансові послуги; - оперативні фінансові послуги
11	за методом перерозподілу фінансових ресурсів	- страхові фінансові послуги; - банківські та інші фінансові послуги, крім страхових; - інвестиційні фінансові послуги; - інші фінансові послуги
12	за періодом отримання результату	- фінансові послуги з результатом через тривалий період часу; - фінансові послуги з результатом через середній термін; - фінансові послуги з результатом через короткий проміжок часу; - фінансові послуги з результатом, який отримують дуже швидко
13	за періодом постачання	- постійні фінансові послуги; - періодичні фінансові послуги
14	за правовою формою надання послуг	- фінансові послуги, надання яких оформлено договором; - фінансові послуги, надання яких передбачено законодавством
15	за засобами та методами надання фінансової послуги	- фінансові послуги, що надаються безпосередньо у фінансовій чи іншій установі; - фінансові послуги, що надаються з використанням банкоматів, терміналів, каналів зв'язків
16	за масштабом розповсюдження	- фінансові послуги, що надаються на регіональному рівні; - фінансові послуги, що надаються на національному рівні; - фінансові послуги, що надаються на міжнародному рівні.
17	за формою забезпечення розрахунків	- фінансові послуги випуск платіжних документів, платіжних карток, дорожніх чеків та/ або їх обслуговування; - клірингові послуги; - інші фінансові послуги із забезпечення розрахунків
18	за функціональним спрямуванням до суб'єктів фінансових послуг	- фінансові послуги, що надаються прямими (основними) учасниками ринку; - фінансові послуги, що надаються інфраструктурними учасниками ринку (фінансовими посередниками); - професійні учасники ринку фінансових послуг.

Складено за даними джерел [1; 10; 14; 35].

Серед великого розмаїття фінансових послуг чільне місце відводиться такому їх виду, як платіжні фінансові послуги, тобто «діяльність надавача платіжних послуг з виконання та/або супроводження платіжних операцій» [28].

Згідно Закону України «Про платіжні послуги» до фінансових платіжних послуг відносяться (рисунок 1.2):

«1) послуги із зарахування готівкових коштів на рахунки користувачів, а також усі послуги щодо відкриття, обслуговування та закриття рахунків (крім електронних гаманців);

2) послуги із зняття готівкових коштів з рахунків користувачів, а також усі послуги щодо відкриття, обслуговування та закриття рахунків (крім електронних гаманців);

3) послуги з виконання платіжних операцій із власними коштами користувача з рахунку/на рахунок користувача (крім платіжних операцій з електронними грошима), у тому числі:

- виконання кредитового переказу;
- виконання дебетового переказу;
- виконання іншої платіжної операції, у тому числі з використанням платіжних інструментів;

4) послуги з виконання платіжних операцій з рахунку/на рахунок користувача (крім платіжних операцій з електронними грошима), за умови що кошти для виконання платіжної операції надаються користувачу надавачем платіжних послуг на умовах кредиту, у тому числі:

- виконання кредитового переказу;
- виконання дебетового переказу;
- виконання іншої платіжної операції, у тому числі з використанням платіжних інструментів;

5) послуги з емісії платіжних інструментів та/або здійснення еквайрингу платіжних інструментів;

6) послуги з переказу коштів без відкриття рахунку;

7) послуги з випуску електронних грошей та виконання платіжних операцій з ними, у тому числі відкриття та обслуговування електронних гаманців» [28].

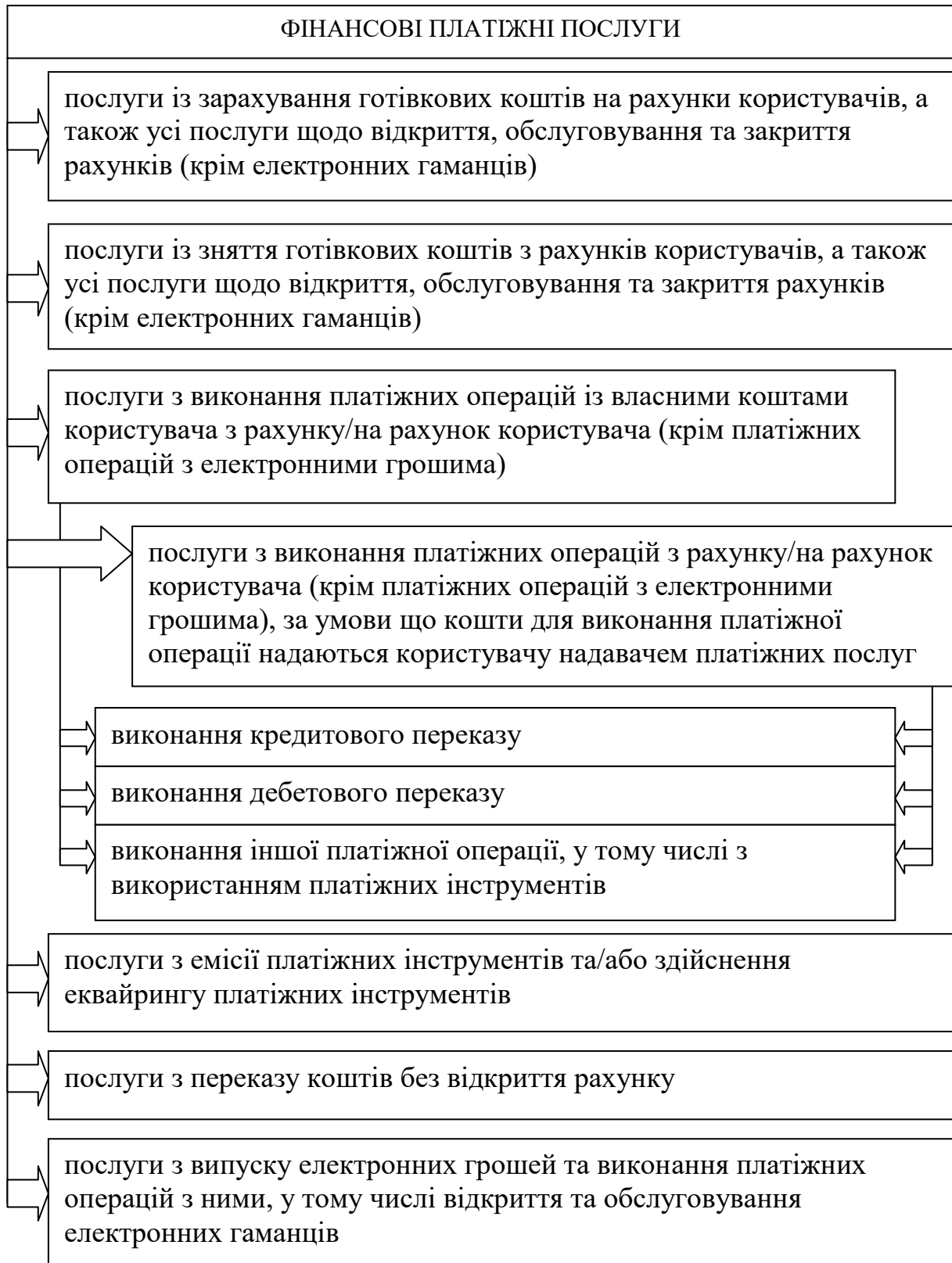


Рисунок 1.2 – Види фінансових платіжних послуг

Крім того, законодавчо виокремленні допоміжні до платіжних послуги, до яких відносяться: послуги технічного характеру, що супроводжують надання

платіжних послуг; послуги оператора платіжної системи; послуги технологічного оператора; інші послуги, визначені як допоміжні до надання платіжних послуг відповідно до законодавства.

Надавачами платіжних послуг можуть бути:

- «- банки, філії іноземних банків;
- платіжні установи (у т. ч. малі платіжні установи);
- філії іноземних платіжних установ;
- установи електронних грошей;
- фінансові установи, що мають право на надання платіжних послуг;
- оператори поштового зв'язку (в т.ч. оператори експрес-доставки);
- надавачі нефінансових платіжних послуг;
- Національний банк України;
- органи державної влади, органи місцевого самоврядування» [28].

Варто відмітити, що серед надавачів платіжних послуг виокремлюють:

- надавачів платіжних послуг для обслуговування рахунків, тобто постачальників платіжних послуг, які відкривають рахунки платників з метою здійснення платіжних операцій;
- надавачів платіжних послуг для ініціювання платіжних операцій, тобто юридичних осіб, які мають право надавати послуги з ініціювання платіжних операцій;
- надавачів платіжних послуг для надання інформації про рахунки, тобто юридичних осіб, які отримали право надавати послуги з надання інформації про рахунки.

Таким чином, серед надавачів платіжних фінансових послуг виокремлюються оператори поштового зв'язку (оператори експрес-доставки), яким є «суб'єкт господарювання, що здійснює діяльність на території України та у встановленому законодавством порядку надає послуги поштового зв'язку» [29]. Фінансові послуги для галузі поштового зв'язку є нетрадиційними та новими послугами, які вимагають відповідної реорганізації виробничого процесу їх реалізації. За своїм функціоналом фінансові послуги є інноваційним

видом послуг, які створюють можливості для підвищення ефективності діяльності поштових операторів, а також змінюють їх роль в економіці країни. Особливості фінансових послуг поштових операторів (операторів експрес-доставки) полягають у наступному:

- «— ці послуги є для них нетиповим видом продукції;
- вимагає налагодження корпоративних відносин у сфері розвитку цих послуг з організаціями з інших галузей діяльності (банками, страховими компаніями, житлово-комунальними підприємствами, постачальниками газу та енергії; акціонерними товариствами, ринками капіталу);
- заохочує розробку та застосування нового технологічного обладнання
- персональних комп'ютерів (ПК), банкоматів, пластикових карток для надання послуг (тобто нових інформаційних технологій);
- заохочення створення колективних точок доступу (КТД) у поштових відділеннях та незалежно від них, які можуть використовуватися для надання фінансових послуг та базових комунікаційних послуг. Таким чином, КТД надають можливість розширити доступ споживачів до традиційних комунікаційних послуг та нетрадиційних послуг від операторів зв'язку, включаючи фінансові послуги» [9, с.14].

Враховуючи зазначені особливості фінансових послуг поштових операторів (операторів експрес-доставки) їх змістову суть можна розглядати, як послуги, які надають можливість споживачам цих послуг задовольняти їх потреби з переміщення фінансових активів у просторі та часі за допомогою засобів поштового зв'язку, інформаційно-комунікаційних технологій та використання платіжних систем. Таким чином, сьогодні фінансові платіжні послуги є ваговою складовою діяльності поштових операторів, які формують їх доходи та прибутки.

1.2 Зміст, цілі, функції, принципи та методи цінової політики в діяльності надавачів фінансових послуг

У ринковій економіці ціна є найважливішим економічним параметром, що характеризує діяльність компанії. Кожен підприємець, встановлюючи ціни на свою продукцію, використовує ціну як визначальний фактор для досягнення поставлених цілей. Працюючи в ринковому середовищі, не можна забувати, що ціна та цінова політика компанії є ключовими елементами формування результатів її діяльності, і жодна компанія не може встановлювати ціни безпідставно, не розуміючи, як на ці ціни відреагують конкуренти, постачальники, покупці, держава та інші учасники ринку. Однак слід пам'ятати, що встановлення ціни на продукцію компанії є в значній мірі мистецтвом: низькі ціни змушують покупців асоціювати їх з товарами низької якості та низьким соціальним статусом, тоді як високі ціни роблять багатьох покупців не в змозі придбати товари і, при цьому, не гарантують відмінної якості. Тому необхідно знайти «золоту середину» у встановленні цін, щоб усі сторони у відносинах «товар-гроші» були задоволені, а для цього необхідний ретельний аналіз факторів, що впливають на формування цін, а саме шляхом впровадження цінової політики. Таким чином, «для підприємства ціна виступає найважливішим показником, оскільки впливає на розмір витрат на рекламу, прибуток, позиціонування, структуру виробництва, загальне становище підприємства на ринку» [18, с.144].

Загалом, процес ціноутворення повинен органічно поєднувати економічні та соціальні аспекти суспільного життя, тобто ґрунтуватися на комплексному методологічному підході до визначення вартості та ціни товарів, де вартість визначається рівнем витрат праці, необхідних суспільству, який, своєю чергою, формується з урахуванням співвідношення попиту та пропозиції. У цьому випадку економічні та соціальні фактори ціноутворення доповнюють та обмежують один одного. З точки зору практичного застосування, цінова

політика є частиною не тільки маркетингової, операційної діяльності, а й стратегічного процесу розвитку компанії на ринку її функціонування. Цінова політика описує діяльність компанії в цільовому використанні конкретних цін. Ця політика базується на процесі формування ринкових цін з урахуванням ринкових умов. Цінова політика тісно пов'язана з комерційною діяльністю компанії і є одним з ефективних способів завоювати споживачів у певних конкурентних умовах. Досягнуті комерційні результати значною мірою залежать від неї, оскільки правильна або неправильна цінова політика матиме довгостроковий позитивний або негативний вплив на всю діяльність компанії. Зрозуміло, що основу цінової політики складає процес встановлення та зміни цін. Однак, єдиного підходу до визначення суті поняття «цінова політика» все ж не існує (рисунк 1.3). Так, в економічній літературі існує кілька підходів до визначення сутності цінової політики, за якими вона розглядається як:

1) сукупність принципів, методів, правил ціноутворення:

- «принципи і методи визначення цін на товари та послуги» [33];
- «система найбільш загальних принципів, підходів і правил, яких підприємство вирішує дотримуватися у сфері встановлення цін на свої товари і послуги» [16];

- «сукупність принципів та методів ціноутворення» [22];

2) дії, процес щодо встановлення цін:

- «дії, що спрямовані на прийняття рішень щодо формування і виконання поставлених цілей підприємства, пов'язані з формуванням та управлінням ціною» [20];

- «процес визначення рівня цін і можливих варіантів їх зміни залежно від цілей і завдань, розв'язуваних підприємством у короткостроковому плані й у перспективі» [19];

3) мистецтво управління цінами:

- «мистецтво управління цінами та ціноутворенням, мистецтво встановлювати на товари (послуги) такі ціни і так варіювати їх залежно від

становища товару і фірми на ринку, щоб поставлені цілі (стратегічні, оперативні) були досягнуті» [6; 15].



Рисунок 1.3 – Дефініційні напрями трактування суті поняття «цінова політика»

- «мистецтво управляти цінами підприємства на основі сукупності маркетингових принципів і методів ціноутворення, з урахуванням бажань і можливостей споживачів, пропозицій конкурентів, прогнозованої дії інших ціноутворюючих чинників, що допомагає підприємству отримувати запланований прибуток у довгостроковій перспективі» [7];

4) комплекс (сукупність) заходів щодо формування цін:

- «комплекс заходів, які спрямовані на формування, підтримку і зміну вартості продукції і послуг компанії» [23];
- «комплекс заходів щодо визначення відпускної ціни, знижок, умов оплати за товари та послуги, управління цінами з урахуванням побажань та можливостей споживачів, а також одночасного забезпечення прибутку підприємства-виробника чи продавця» [Павленко];
- «використання комплексу заходів з установавання рівня ціни, знижок та надбавок, умов оплати за продукцію, управління ціною та контролю з метою одержання бажаного прибутку» [27];
- «сукупність економічних та організаційних заходів, спрямованих на досягнення кращих результатів господарської діяльності, забезпечення стійкості збуту, одержання достатнього прибутку» [3];
- комплекс заходів фірми, до яких належить формування ціни, знижок, умов оплати за товар, реалізація якого покликана забезпечити задоволення потреб споживачів і отримання фірмою прибутку, а також вирішення стратегічних завдань фірми» [17];

5) комплекс рішень, керівництво щодо встановлення цін:

- «комплекс стратегічних і тактичних рішень фірми (зокрема, щодо формування ціни, надбавок і знижок, умов оплати за товар тощо), спрямованих на створення оптимального рівня й структури цін по товарам і ринкам» [18];
- «усвідомлене керівництво діяльністю з встановлення цін» [22].

На основі аналізу дефініцій них напрямів змістового трактування суті цінової політики доцільним є його розгляд саме з першої, виділеної нами, позиції «сукупність принципів, методів, правил ціноутворення» із деталізацією самого процесу ціноутворення. Отже, цінова політика підприємства – це сукупність методів, цілей та принципів управління щодо встановлення цін, умов оплати та знижок на товар чи послугу, реалізація якого передбачає задоволення потреб покупців (споживачів) та принесення прибутку суб'єкту бізнесу.

Суть цінової політики розкривається через функції, які вона виконує. Так, до функцій цінової політики відносяться:

- функція інструменту конкурентної боротьби між конкурентами, яка полягає у забезпеченні певного рівня прибутку, оскільки безпосередньо впливає на рівень реалізації продукції, робіт та послуг;
- функція елементу ринкової стратегії суб'єкта бізнесу щодо поєднання стратегій позиціонування продукту на ринку та методів визначення цінової дискримінації;
- функція впливу на формування попиту на продукцію (послуги), що є ключовою передумовою процесу продажу продукції;
- функція основи прибутковості, що передбачає встановлення цін на рівні, який одночасно задовольняє потреби покупців і сприяє досягненню запланованого прибутку та виконанню інших стратегічних і операційних завдань суб'єкта бізнесу.

Цілями цінової політики суб'єкта бізнесу можуть бути:

- відтворення та захист бізнесу, яка передбачає впровадження економічних та організаційних заходів, що забезпечують швидку та гнучку адаптацію до мінливих ринкових умов. При цьому відтворення та захист бізнесу стає важливішим за прибуток, який може бути отриманий, тому ціни можуть бути знижені, а отриманий дохід є достатнім для покриття виробничих витрат;
- збереження частки ринку, яка полягає в тому, що на ринку є багато виробників подібної продукції (послуг), а тому суб'єкт бізнесу працює в умовах високої конкуренції;
- збільшення частки ринку (зростання обсягу продажів), яка полягає у встановленні нижчих цін порівняно з поточними цінами;
- політика фіксації високого прибутку, яка використовується при розробці та просуванні абсолютно нових продуктів (послуг).

При встановленні цінової політики, необхідно вирішити певні питання, а саме:

- «– в яких ситуаціях необхідно застосовувати цінову політику;
- коли необхідно реагувати на ринкову політику конкурентів за допомогою цін;
- які заходи цінової політики необхідно вжити при виведенні нового продукту на ринок;
- які ціни на продукти з асортименту продаваних продуктів необхідно змінити;
- на яких ринках необхідно впроваджувати активну цінову політику, змінюючи цінову стратегію;
- як розподілити певні зміни цін у часі;
- які цінові заходи можуть підвищити ефективність продажів;
- як враховувати внутрішні та зовнішні обмеження у підприємницькій діяльності тощо в ціновій політиці» [15, с.212].

Цінова політика може бути:

- пасивною, яка орієнтована на встановлення цін виключно на основі витрат або залежить лише від цінових рішень конкурентів. «По суті, це «оборонна» політика, її використовують фірми-ціноотримувачі» [16, с.675]. Рішення суб'єкта бізнесу щодо ціноутворення обумовлене виключно бажанням покрити фактичні витрати і досягти бажаного прибутку в існуючих економічних умовах. Тому, пасивна цінова політика використовується, коли суб'єкт бізнесу намагається вижити або зберегти свою частку ринку.

- активну цінову політику, що зосереджена на управлінні цінами, яке використовується для досягнення бажаного обсягу продажів і відповідного середнього рівня витрат, що в кінцевому підсумку приводить компанію до бажаного рівня прибутковості. «Це «наступальна» політика, яку використовують фірми-ціношукачі» [16, с.675]. Активна цінова політика реалізується суб'єктами бізнесу, які мають певні переваги над своїми конкурентами, що дозволяє їм брати на себе ініціативу у зміні цін у галузі.

Розробка обґрунтованої цінової політики суб'єкта бізнесу є неможливою без дотримання таких найважливіших елементів методології ціноутворення,

як принципи, що включають основні положення, правила та підходи до ціноутворювального процесу. До принципів формування цінової політики відносяться [16; 34] (рисунок 1.4):

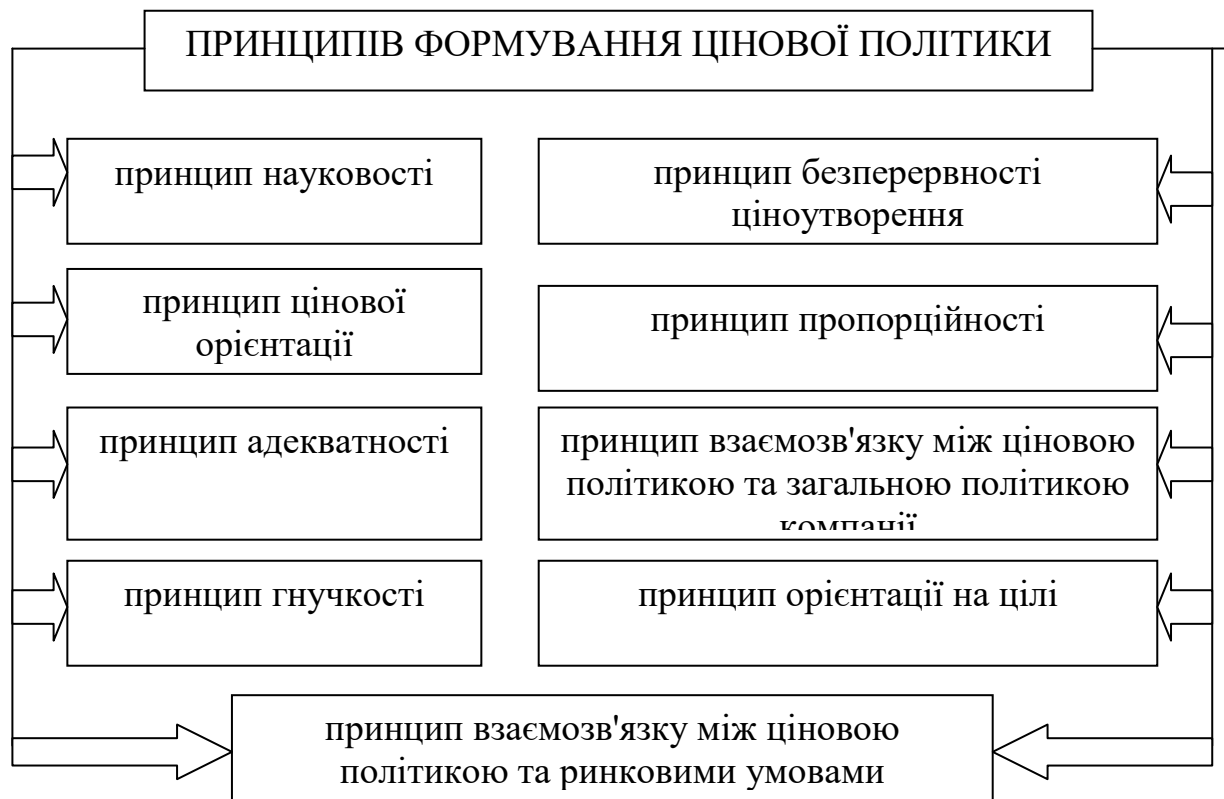


Рисунок 1.4 - Принципи формування цінової політики суб'єктами підприємництва

1) принцип науковості, який вимагає наукового обґрунтування ціноутворення, а саме розуміння та врахування економічних законів і реальної вартості поточних ринкових факторів, а також оцінок змін у найближчому майбутньому;

2) принцип безперервності ціноутворення, який:

- вимагає ціноутворення на всіх етапах виробничого та торговельного процесу;
- дозволяє зміни цін у бік зниження або підвищення в довгостроковій або короткостроковій перспективі;

3) принцип цінової орієнтації, який означає, що суб'єкти, які мають значний вплив на ціноутворення (держава, місцева адміністрація, асоціації

великих компаній тощо), повинні коригувати ціни відповідно до виконання певних завдань та досягнення певних цілей;

4) принцип пропорційності, який вимагає дотримання певних кількісних співвідношень у цінах, пов'язаних з обсягом праці, капіталом, витратами, корисністю різних товарів та необхідністю отримання приблизно однакового прибутку за однаковий капітал;

5) принцип адекватності, який вимагає об'єктивного відображення в рівні цін виробничих витрат, капіталомісткості, корисності та інших факторів відповідно до їх реального впливу на ціни;

6) принцип взаємозв'язку між ціновою політикою та загальною політикою компанії (будь-яке рішення, пов'язане з ціноутворенням, не повинно суперечити стратегічним або тактичним цілям компанії);

7) принцип взаємозв'язку між ціновою політикою та ринковими умовами (ціноутворення повинно враховувати особливості поточних ринкових умов – поведінку конкурентів та постачальників, споживчий попит тощо);

8) принцип орієнтації на цілі (завдання, які необхідно досягти за допомогою ціноутворення, повинні бути чітко визначені – наприклад, максимізація прибутку, забезпечення стабільного зростання продажів, лідерство в плані якості тощо);

9) принцип гнучкості (компанія повинна швидко реагувати на зміни внутрішніх і зовнішніх умов, які впливають на її діяльність, активно адаптуючись за допомогою коригування цін)».

На формування цінової політики впливають різні фактори, які можна розділити на :

1) зовнішні фактори , що включають:

- політична ситуація в країні;
- стан конкурентного середовища;
- поведінка покупців (клієнтів);
- ступінь доступу на ринку;
- стан цінової конкуренції;

- рівень доходів покупців (клієнтів);
- тип та кон'юнктура ринку;
- характер і рівень попиту;
- державне регулювання цін на продукцію, товари, послуги;

2) внутрішні фактори, що включають:

- витрати на виробництво та реалізацію;
- мета суб'єкта бізнесу;
- якість продукції, товарів, послуг;
- обсяг пропозиції;
- умови постачання продукції, товарів, надання послуг;
- система просування товару на ринок;
- ємність ринку та його динаміка;
- імідж товаровиробника, надавача послуг;
- ступінь досконалості управлінської системи тощо.

Як зазначено в пункті 1.1, сектор послуг має інші характеристики порівняно з сектором матеріального виробництва, тому ціноутворення в секторі послуг базується на використанні специфічних методів. Ці методи можна розділити на (рисунок 1.5):

1) метод витрат, який полягає у додаванні очікуваного відсотка прибутку до витрат на виробництво та збут. Це означає, що «продавець оцінює середні витрати, понесені для надання однієї одиниці послуги, і додає певну норму прибутку» [40];

2) ринковий метод, який передбачає ціну бізнес-послуги на основі середньої ринкової ціни на подібні послуги;

3) параметричний метод, який передбачає експертну оцінку вартості послуги на основі важливості її параметрів. Таким чином, «можна враховувати один основний параметр (метод конкретної ціни) або набір параметрів (метод точок, метод регресії)» [40];

4) метод конкретної ціни, який передбачає:

-



Рисунок 1.5 - Специфічні методи ціноутворення у сфері послуг
Сформовано автором за [2; 40].

- по-перше, визначення основних параметрів послуги, які є найважливішими для покупця;

- по-друге, вибір аналогічної базової послуги від самої компанії або її конкурентів, ціна якої буде використовуватися як основа;

5) бальний метод, який передбачає визначення низки параметрів, що описують вартість послуги. У цьому випадку кожен обраний параметр має певне значення для покупця, яке оцінюється в балах за шкалою з п'яти, десяти або ста балів за допомогою експертного методу для базових і нових послуг. На основі експертної оцінки кожному параметру присвоюється певна вага, яка відображає його внесок у загальну значимість послуги, а загальна вага всіх параметрів повинна дорівнювати 100 відсоткам.

Вибираючи метод ціноутворення, надавач послуг, в т.ч. фінансових послуг, не визначає остаточну ціну послуги. На остаточну ціну впливають вищерозглянуті внутрішні та зовнішні (дії конкурентів, попит на послугу, сегментація клієнтів тощо).

2 АНАЛІТИЧНІ ЗАСАДИ ФУНКЦІОНАЛУ КОМПАНІЙ З ЕКСПРЕС-ДОСТАВКИ У СФЕРІ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ

2.1 Аналіз стану, тенденцій розвитку діяльності компаній з експрес-доставки у сфері фінансових послуг в Україні у 2021-2024 роках

Останнім часом один із сегментів ринку логістичних послуг, а саме ринок експрес-доставки, швидко зростає і має великі перспективи. Зростаючі вимоги клієнтів, високий рівень конкуренції на ринку експрес-доставки та взаємодія із зовнішнім середовищем вимагають від операторів експрес-доставки пошуку нових шляхів розвитку, використання нових підходів та інструментів для залучення та утримання клієнтів. Необхідність розвитку ринку експрес-доставки є очевидною і зумовлена часом та потребами клієнтів. Ринок поштових та логістичних послуг, або ринок експрес-доставки, є одним із ринків, що найбільш динамічно розвиваються. Однак, як і багато інших ринків, він також зазнає впливу змін, що відбуваються на глобальному рівні, і ці зміни часто стимулюють його розвиток. також зазнає впливу змін, що відбуваються на глобальному рівні, і ці зміни часто є рушійною силою його розвитку. Формування ринку експрес-доставки відбувалося на ранніх етапах процесу глобалізації, до появи Інтернету, і в даний час одним з рушіїв розвитку ринку експрес-достав Сьогодні будь-хто може замовити товари з будь-якої точки світу за допомогою декількох кліків, а це означає, що світ змінився, а разом з ним змінилися і підходи до підприємництва та споживачів. Однією з головних тенденцій глобалізації є зростання ринку електронної комерції. «Персоналізація, мобілізація, соціальна комерція, мультиканальність, зростання показника проникнення Інтернету і збільшення частки онлайн-покупців стають головними каталізаторами зростання поштових та кур'єрських перевезень в світі» [13]. Український ринок експрес-доставки не є

винятком, оскільки його перспективи привернули увагу багатьох учасників ринку – торгових майданчиків, інтернет-магазинів, роздрібних продавців та інших. Так, ринок експрес-доставки характеризується певними тенденціями та напрямки розвитку, які представлено на рисунку 2.1.

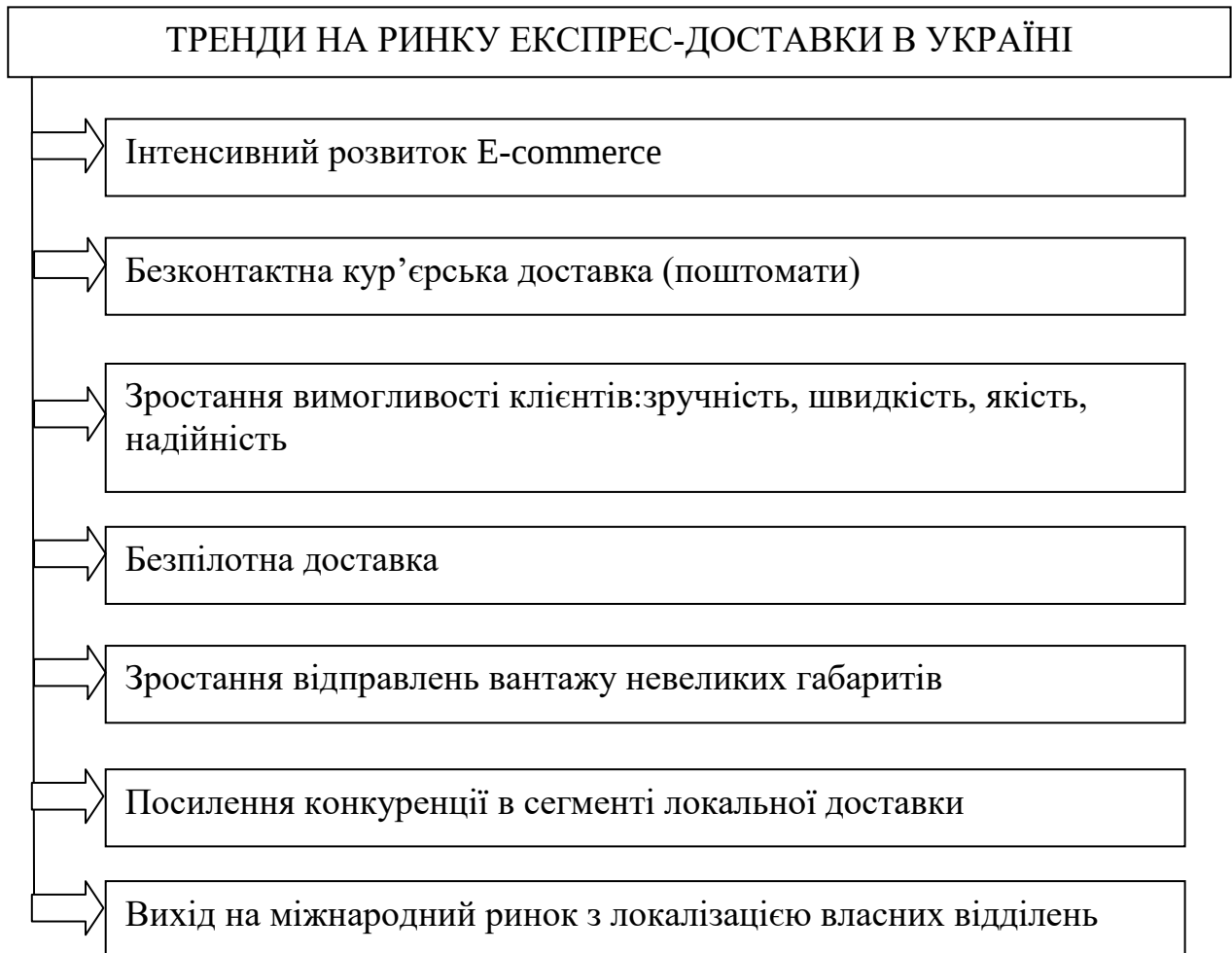


Рисунок 2.1 – Основні тренди експрес-доставки на ринку України
Джерело [13].

При цьому, у 2023 році ринок експрес-доставки в Україні оцінюється в 653 млн посилок, що характеризується зростанням у 2,6 раза, або в середньому на 16% на рік. Зростання ринку у 2024 році досягло 65 млн відправлень (10%) порівняно з 2023 роком (рисунок 2.2).

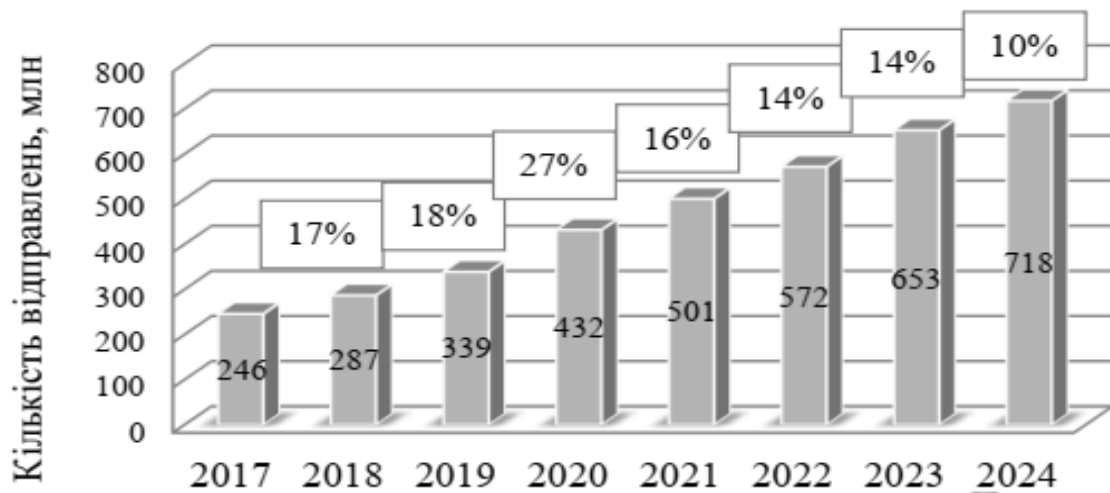


Рисунок 2.2 - Зростання ринку експрес-доставки

Джерело [13].

Що ж стосується обсягів поштової та кур'єрської доставки поштовими операторами України у грошовому еквіваленті отриманих у 2022-2024 роках, то варто відмітити, що незважаючи на падіння у 2023 році (внаслідок війни та неповних даних), обсяг реалізації у 2024 році (16557639,5 тис. грн) демонструє рекордне зростання.

Таблиця 2.1 – Динаміка обсягів реалізованих послуг поштовими операторами України у 2022-2024 рр.

Роки (квартали)	Обсяг реалізації, тис. грн	Відхилення	
		Абсолютне, тис. грн	Відносне, %
I квартал 2022	2218670,8		
II квартал 2022	2201704,7	-16966,1	-0,76
III квартал 2022	2754625	+552920,3	+25,11
IV квартал 2022	3030153,3	+275528,3	+10,0
2022 рік	10205153,8		
I квартал 2023	2730336,7	-299817	-9,89
II квартал 2023	2003541,6	-726795	-26,62
III квартал 2023	к/с	*	*
IV квартал 2023	к/с	*	*
2023 рік	4733878,3	-5471276	-53,61
I квартал 2024	3820221,5	+1816680	+90,67
II квартал 2024	3899895	+79673,5	+2,09
III квартал 2024	4116915,4	+217020,4	+5,56
IV квартал 2024	4720607,6	+603692,2	+14,66
2024 рік	16557639,5	+11823761	+249,77

Складено за даними [21].

У 2024 році обсяг реалізації послуг зріс на 11823761 тис. грн або на +249,77% порівняно з 2023 роком, що свідчить про повне відновлення ринку та значне його розширення. Обсяг реалізації за 2023 рік (4733878,3 тис. грн) значно менший, ніж у 2022 році (10205153,8 тис. грн). Це пояснюється відсутністю даних за III та IV квартали 2023 року (дані були визнані згідно чинного законодавства конфіденційними). Дані таблиці 2.1 підтверджують, що ринок поштових послуг України успішно подолав кризові явища 2023 року. 2024 рік став роком-проривом із рекордними обсягами реалізації (16,56 млрд грн), значно перевищивши довоєнні/початково-воєнні показники. Це зростання обумовлене високою адаптивністю операторів, розвитком внутрішньої електронної комерції та загальною стабілізацією логістичних процесів.

Найбільшими гравцями на ринку поштових послуг є Нова Пошта, Укрпошта, Інсайт, Делівері, Міст Експрес, Автолюкс та інші (рисунок 2.3).

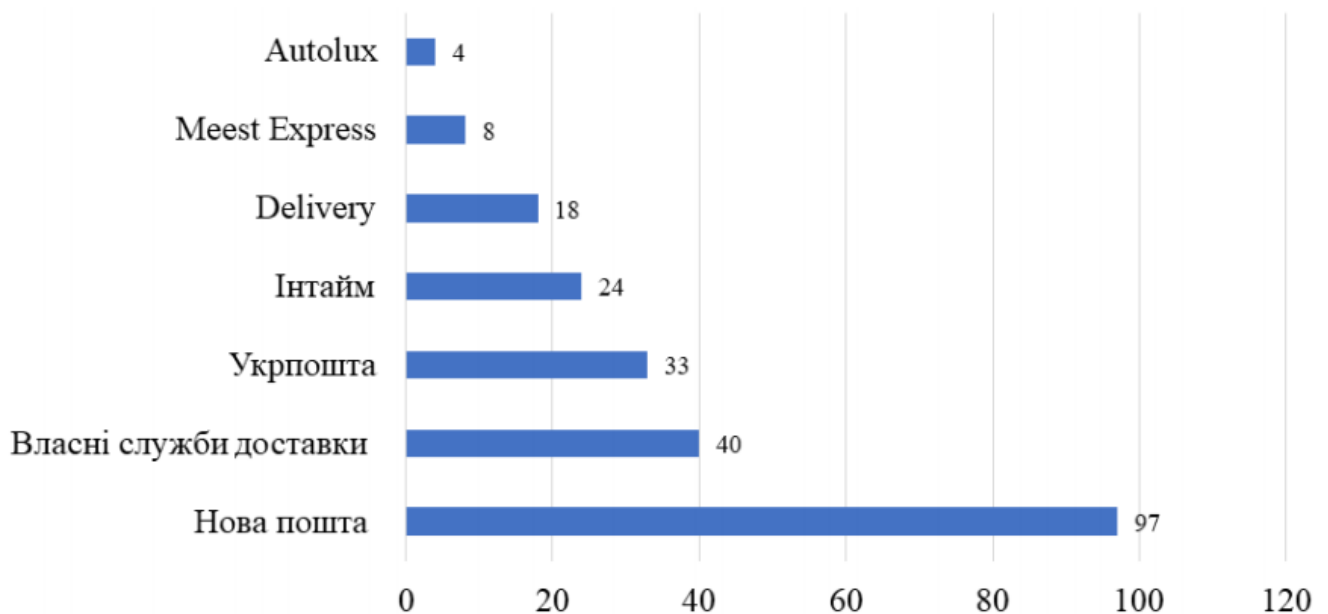


Рисунок 2.3 – Рейтинг представників експрес-доставки на ринку України

Джерело [11]

Варто відмітити, що діяльність компаній експрес-доставки в Україні сьогодні вийшла за межі традиційної логістики. Розвиток електронної комерції, який прискорився через пандемію COVID-19, спонукав логістичних операторів перетворитися на повноцінні фінансові установи, що надають послуги з

переказу грошей, еквайрингу та післядоставної оплати. Інтеграція логістичних і платіжних функцій створила унікальний сегмент ринку фінансових послуг, який потребує глибокого аналізу.

Так, компанії експрес-доставки, такі як NOVA (Нова пошта) та Укрпошта, зазвичай виступають посередниками в логістиці, але їхня роль значно розширилася. У контексті фінансових послуг, що є «діяльністю надавача платіжних послуг з виконання та/або супроводження платіжних операцій» [28], вони перетворилися на операторів інфраструктури, які забезпечують останній етап фінансового циклу електронної комерції — прийом платежів та переказ коштів продавцям. Основною фінансовою послугою, що поєднує системи доставки та оплати, є післяплата. У 2019–2024 роках ця послуга залишалася домінуючою на українському ринку електронної комерції, що вимагало від логістичних операторів мати ліцензії та створювати власну платіжну інфраструктуру (таку як NovaPay). Діяльність фінансового підрозділу компаній експрес-доставки регулюється Законом України «Про платіжні системи» та нормативно-правовими актами НБУ. Це вимагає від них дотримання суворих вимог щодо фінансового моніторингу, безпеки транзакцій та захисту прав споживачів. Зокрема, статус АТ «Укрпошта» як національного поштового оператора дозволяє їй здійснювати фінансові перекази, тоді як «Нова Пошта» створила окрему платіжну систему (NovaPay) для роботи в цьому сегменті.

Ринок експрес-доставки в Україні є висококонкурентним і постійно адаптується до економічних та безпекових реалій. На ціноутворення на цьому ринку впливає багато факторів, а регулюють його три основні сили: державна монополія на універсальні послуги (Укрпошта), домінування приватного сектору (Нова Пошта) та загальні економічні чинники в умовах війни.

Ринок експрес-доставки має чітке сегментування за ціною та швидкістю. Так, можна виділити такі три сегменти:

а) лідерство за швидкістю, технологічністю та якістю сервісу, що виправдовує вищу базову ціну (лідер ринку Нова Пошта):

1) базові тарифи (2024–2025 рр.):

- мінімальна посилка (до 2 кг): від 60-80 грн;
- посилка до 10 кг: від 110 грн;
- доставка кур'єром додається фіксована націнка до тарифу;

2) особливості:

- активно використовує поштомати, пропонуючи знижені тарифи за доставку «Поштомат-Поштомат»;

- тарифи на доставку в межах міста («Локал») значно нижчі, ніж по Україні;

б) Лідерство за ціною та найширшою мережею покриття, особливо в сільській місцевості (Національний оператор Укрпошта):

а) базові тарифи (2024–2025 рр.):

- мінімальна посилка (до 2 кг): від 40-45 грн;
- посилка до 10 кг: від 75-100 грн (залежно від тарифу Експрес/Стандарт);

2) особливості:

- пропонує два основні тарифи — «Стандарт» (дешевший, але довший термін) та «Експрес» (дорожчий, але швидший);

- залишається найдешевшим варіантом для невеликих відправлень і соціальних послуг;

в) конкуренція за рахунок спеціалізації (Meest, Delivery) або найнижчих цін на великі вантажі (Delivery).

Ціна послуг з експрес-доставки в Україні є змінною і залежить від комплексу логістичних та економічних чинників (таблиця 2.2).

Прямим індикатором розвитку внутрішньої електронної комерції (e-commerce) є обсяги грошових переказів, що здійснюються українськими поштовими операторами за послугою післяплати (накладеним платежем) (таблиця 2.3). Так дані таблиці 2.3 свідчать про те, що:

- 2021 рік був піковим за обсягами до повномасштабного вторгнення;
- 2022 рік став найкритичнішим через обвал попиту та порушення логістичних ланцюгів;

Таблиця 2.2 – Чинники впливу на рівень цін послуг експрес-доставки в Україні

Фактор	Опис та вплив фактора
Вага та габарити	Тарифи розраховуються за фактичною або об'ємною вагою (залежно від того, що більше). Оператори поділяють відправлення на чіткі вагові категорії (наприклад, до 2 кг, до 10 кг, до 30 кг).
Відстань/ Зональність	Доставка може мати різну вартість залежно від зон (по місту, по області, по Україні, а також у віддалені або прифронтові населені пункти). Деякі оператори вводять власні тарифні зони.
Тип доставки	Доставка «Відділення-Відділення» завжди дешевша, ніж «Кур'єр-Адресат» або «Поштомат». Тарифи також різняться для послуг «Стандарт» та «Експрес».
Вартість палива	Висока вартість палива та необхідність перекладати ці витрати на клієнта є регулярною причиною індексації тарифів.
Оголошена вартість (Страхування)	Додаткова комісія. Зазвичай оператори включають мінімальну страховку (наприклад, до 500 грн) у базовий тариф, але за оголошену вартість, що перевищує цей ліміт, стягується комісія (наприклад, 0,5% від суми).
Додаткові послуги - післяплата (накладений платіж)	стягується окрема комісія, яка є фінансовою послугою (наприклад, 2% від суми + фіксована ставка, як-от 20 грн)

- 2024 рік (прогнозовано/фактично) демонструє повне фінансове відновлення та високий темп зростання, підкреслюючи стійкість української електронної комерції та життєву важливість послуги післяплати.

Згідно чинного законодавства України «платіжна система – це система для виконання платіжних операцій із формальними та стандартизованими домовленостями і загальними правилами щодо процесингу, клірингу та/або виконання розрахунків між учасниками платіжної системи» [28]. На сьогодні в Україні платіжні фінансові послуги надають 57 платіжних систем, з яких 8 платіжних систем, оператором яких є небанківські установи (в т.ч. ТОВ «Нова Пошта» оператор поштового зв'язку платіжна система NovaPay) [32].

Прямим індикатором розвитку внутрішньої електронної комерції (e-commerce) є обсяги грошових переказів, що здійснюються українськими поштовими операторами за послугою післяплати (накладеним платежем).

Таблиця 2.3 – Динаміка обсягів грошових переказів, що здійснюються українськими поштовими операторами за послугою післяплати (накладеним платежем)

Період	Характеристика періоду	Основні фінансові показники (e-commerce /)	Динаміка обсягів переказів (післяплати)	Ключові оператори та їхня роль
2019–2021	Зростання та COVID-бум	Обсяг e-commerce зріс від 1,8 млрд до 3,5 млрд	Стрімке зростання. Обсяги збільшились, особливо у 2020 році через карантинні обмеження.	Nova Poshta (NovaPay) закріплює лідерство, Укрпошта активно модернізує мережу.
2022–2023	Колапс, спричинений війною	Обсяг e-commerce впав майже в 12 разів (до 300 млн дол. США).	Різке падіння. Обвал логістики та споживчого попиту. Перекази здійснювалися здебільшого на відносно безпечних територіях.	Оператори швидко адаптуються, відновлюють роботу та логістичні ланцюги.
2023–2024	Адаптація та відновлення	Фінансовий обсяг NovaPay досяг 308,5 млрд грн (за 2024 рік). Частка NovaPay у внутрішніх переказах до 32%.	Швидке та значне відновлення. Обсяги зростають на +24-31% (у порівнянні з попереднім роком), перевищуючи довоєнні показники у гривневому еквіваленті	NovaPay домінує, післяплата стає ключовим інструментом довіри та безпеки транзакцій.

Складено за [5; 12].

Пандемія COVID-19 та карантинні обмеження у 2020 році змусили мільйони споживачів перейти на онлайн-покупки, що стало основним фактором зростання обсягів поштових доставок. Збільшення обсягів свідчить про зростання довіри до онлайн-покупок і, відповідно, до послуг післяплати, які залишаються основним механізмом гарантії для покупців. Це збільшення обсягів свідчить про зростання довіри до онлайн-покупок і, як наслідок, до послуг післяплати, які залишаються основним механізмом гарантії для покупців. У 2022 році ринок електронної комерції в Україні скоротився майже в 12 разів. Багато операторів тимчасово призупинили або обмежили географічно свою діяльність, що призвело до скорочення всіх видів поштових

відправлень, включаючи післяплату. Оплата після доставки відіграє вирішальну роль у відновленні логістичного ланцюга у відносно безпечних районах, оскільки в умовах нестабільності та недовіри до нових або дрібних продавців ця послуга є єдиною надійною гарантією отримання товару. 2024 рік ознаменується повним відновленням, навіть перевищенням довоєнних фінансових показників у гривневому вираженні.

2.2 Характеристика діяльності, стан та динаміка фінансово-майнового забезпечення ТОВ «НОВА ПОШТА» за 2022-2024 рр.

NOVA (Нова Пошта) є міжнародною групою компаній, що надає приватним і бізнес-клієнтам комплекс логістичних та супутніх послуг і її материнською компанією є «Нова Пошта». Своєю чергою, «Нова Пошта» - це українська компанія, що заснована в 2001 році, яка пропонує послуги експрес-доставки документів, вантажів та посилок для фізичних осіб та підприємств. Сьогодні ТОВ «Нова Пошта» є лідером логістичного ринку країни, забезпечуючи доступну та зручну доставку для кожного клієнта.

Місія «Нова Пошта» полягає в тому, щоб зробити доставку зручною для життя та бізнесу, що передбачає впровадження нових продуктів і послуг, орієнтуючись на найкращий міжнародний досвід і стандарти, а також застосовуючи новітні технології та інноваційні рішення. ТОВ «Нова Пошта» обслуговує малий, середній та великий бізнес, має комплексні рішення для бізнесу та онлайн-покупок. У своїй діяльності ТОВ «Нова Пошта» суворо дотримується трьох основних принципів: надійність, швидкість та зручність. В Україні компанія має найдоступнішу для своїх клієнтів мережу: 13 тис. відділення, 24 тис. поштоматів та 110 терміналів і депо по всій Україні [24].

«Нова пошта» є лідером експрес-доставки в Україні, що на сьогодні характеризується такими показниками:

- щоденна доставка більше 1,5 млн посилок та вантажів по Україні;
- найшвидша доставка між містами в Україні, що складає в середньому 24 години;
- щорічна доставка більше 480 млн посилок та вантажів по Україні та всьому світу [24].

Варто відмітити, що під час масштабного вторгнення Росії в Україну «Нова Пошта» почала активно розширюватися на ринок Європейського Союзу, щоб українці за кордоном могли залишатися на зв'язку зі своїми родинами та отримувати надійні та зручні послуги доставки, як і вдома. Компанія об'єднала своїх закордонних представників під брендом «Nova Post». До квітня 2025 року в Європі було відкрито 135 відділень «Nova Post».

Наразі компанія є лідером ринку експрес-доставки в Молдові серед приватних компаній і здійснює доставку по всій країні наступного дня. Nova Post в Молдові має 21 філію та 261 поштове відділення. У 2023 році компанія доставила 1,2 мільйона посилок і вантажів, що вдвічі більше, ніж у попередньому році. Компанія відкрила 50 філій у 31 місті Польщі, а також два сортувальні термінали – у Варшаві та поблизу Жешува (місто Глогов Малопольський). У 2024 році закордонна мережа Nova Post розширилася філіями в нових країнах: Великій Британії, Іспанії та Франції. Компанія також випробовує нову модель і почала працювати без власних філій на австрійському та нідерландському ринках. У цих країнах доступні послуги кур'єрської доставки на будь-яку адресу. Наразі мережа компанії в Європі налічує понад 87000 пунктів обслуговування, 135 з яких є власними філіями Nova Post.

У 2021 році Nova Poshta заснувала авіакомпанію Supernova Airlines для забезпечення швидкої та своєчасної міжнародної доставки своїм клієнтам. У травні 2023 року компанія розпочала комерційні рейси в Європі за маршрутом Рига — Жешув. У 2024 році Supernova Airlines орендувала власний вантажний літак Boeing 737-800, отримала дозвіл на польоти в Європі та розпочала комерційні рейси. У 2025 році компанія планує отримати дозвіл на польоти до США та здійснити свій перший трансконтинентальний рейс.

Заснована в 2012 році як небанківська фінансова установа для обслуговування фінансових операцій у Новій Пошті, NovaPay на сьогодні перетворилася на компанію з широким спектром продуктів і послуг. Компанія не тільки обробляє платежі у своїх відділеннях, але й здійснює грошові перекази по всій Україні та за кордон, приймає комунальні та інші платежі, а також надає послуги інтернет-еквайрингу для бізнесу. У мобільному додатку NovaPay користувачі можуть відкрити платіжну картку і використовувати її для оплати в будь-якому місці, оплати посилок або управління кредитом.

У 2021 році NovaPay стала першою приватною небанківською фінансовою установою, яка стала повноправним членом міжнародних платіжних систем (MPS) Visa і MasterCard. Компанія сертифікована на відповідність міжнародним стандартам безпеки даних платіжних карток PCI DSS. NovaPay випускає власні корпоративні облігації. Так, до квітня 2025 року NovaPay випустила облігацій на суму 1 мільярд гривень, які може придбати будь-хто через мобільний додаток NovaPay. Наразі облігації NovaPay придбали 2000 громадян України.

ТОВ «Нова пошта» за останні три роки демонструє вражаючий фінансовий розвиток та активність у різних сферах діяльності, що підтверджується показниками фінансових звітів компанії форма 1 та 2 (Додаток Б, В). Аналіз стану та динаміки складових активів та пасивів ТОВ «НОВА ПОШТА» за 2022-2024 роки представлено в таблиці 2.4. Так, за даними таблиці видно, що загальна сума активів підприємства з 01.01.2023 р. по 01.01.2025 р. зросла з 15754920 тис. грн до 31585793 тис. грн), тобто збільшилася вдвічі (на 100,5%). Так, у 2023 р. порівняно із 2022 р. зростання активів склало 46,63% (7346786 тис. грн), а у 2024 р. порівняно із 2023 р. — 36,72% (8484087 тис. грн). Необоротні активи зросли з 12 319 191 тис. грн до 24 548 276 тис. грн (на 52,36% у 2023 р. порівняно із 2022 р. та на 30,79% у 2024 р. порівняно із 2023 р. За складовими необоротних активів ТОВ «НОВА ПОШТА» можна зробити такі висновки:

Таблиця 2.4 – Стан та динаміка складових активів та пасивів ТОВ «НОВА ПОШТА» на 01.01.2023 – 01.01.2025 років

Стаття балансу	Абсолютні значення, тис. грн			Приріст (спад), +/-			
				Абсолютні величини, тис. грн		Відносні величини, %	
	2023 р.	2024 р.	2025р.	2024/ 2023	2025 2024	2024/ 2023	2025/ 2024
1	2	3	4	5	6	7	8
Активи							
1. Необоротні активи:							
Нематеріальні активи	76808	63849	78381	-12959	14532	-16,87	22,76
Незавершені капітальні вкладення	1660949	2765733	2230261	1104784	-535472	66,52	-19,36
Основні засоби	6840742	9327238	14269099	2486496	4941861	36,35	52,98
Інші фінансові інвестиції	3564861	6297444	7445582	2732583	1148138	76,65	18,23
Відстрочені податкові платежі	128083	157041	224993	28958	67952	22,61	43,27
Інші необоротні активи	47748	157949	299960	110201	142011	230,80	89,91
Усього за розділом 1	12319191	18769254	24548276	6450063	5779022	52,36	30,79
2. Оборотні активи:							
Запаси	422156	413811	398124	-8345	-15687	-1,98	-3,79
Виробничі запаси	417390	391015	374606	-26375	-16409	-6,32	-4,20
Товари	4766	22796	23518	18030	722	378,30	3,17
Дебіторська заборгованість: - за товарами, роботами, послуг	968844	1138305	1640041	169461	501736	17,49	44,08
- за виданими авансами	146103	160436	191580	14333	31144	9,81	19,41
- за розрахунками з бюджетом	48136	53902	54495	5766	593	11,98	1,10
- з нарахованих доходів	588549	1302772	1679191	714223	376419	121,35	28,89
Інша поточна дебіторська заборгованість	502922	155631	10615	-347291	-145016	-69,05	-93,18
Поточні фінансові інвестиції	73263	3784	90032	-69479	86248	-94,84	2279,28
Грошові кошти та їх еквіваленти	673522	1079267	2902009	405745	1822742	60,24	168,9
Витрати майбутніх періодів	11952	24544	71430	12592	46886	105,35	191,0
Інші оборотні активи	282	0	0	-282	0	-100,0	0
Усього за розділом 2	3435729	4332452	7037517	896723	2705065	26,10	62,44
Всього активів	15754920	23101706	31585793	7346786	8484087	46,63	36,72
Пасиви							
1. Власний капітал							
Зареєстрований (пайовий) капітал	4654	4654	4654	0	0	0	0
Додатковий капітал	27301	27301	27301	0	0	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	6484117	9476353	11556424	2992236	2080071	46,15	21,95

Кінець таблиці 2.4

1	2	3	4	5	6	7	8
Усього за розділом 1	6516072	9508308	11588379	2992236	2080071	45,92	21,88
2. Довгострокові зобов'язання і забезпечення							
Довгострокові кредити банків	1454745	1912643	5074709	457898	3162066	31,48	165,32
Інші довгострокові зобов'язання	2332885	3424357	4151093	1091472	726736	46,79	21,22
Усього за розділом 2	3787630	5337000	9225802	1549370	3888802	40,91	72,86
3. Поточні зобов'язання і забезпечення							
Короткострокові кредити банків	76000	0	20000	-76000	20000	-100,00	+100,0
Поточна кредиторська заборгованість за довгостроковими зобов'язання	2368731	3393971	5179333	1025240	1785362	43,28	52,60
Поточна кредиторська заборгованість за:							
- за товари, роботи, послуги	1259484	1857488	2019060	598004	161572	47,48	8,70
- з бюджетом	570842	655332	1004547	84490	349215	14,80	53,29
- зі страхування	77644	85122	121389	7478	36267	9,63	42,61
- з оплати праці	419219	595758	728202	176539	132444	42,11	22,23
- за одержаними авансами	49736	64885	111013	15149	46128	30,46	71,09
- за розрахунками з учасниками	6500	883928	896791	877428	12863	13498,89	1,46
Поточні забезпечення	435264	695705	682720	260441	-12985	59,84	-1,87
Інші поточні зобов'язання	187798	24209	8557	-163589	-15652	-87,11	-64,65
Усього за розділом 3	5451218	8256398	10771612	2805180	2515214	51,46	30,46
Всього пасивів:	15754920	23101706	31585793	7346786	8484087	46,63	36,72

Складено за даними Додатку Б.

- нематеріальні активи зменшились в 2023 р. на 16,87%, але у 2024 р. спостерігається відновлення зростання на 22,76%;
- основні засоби займають найбільшу частку активів та мають високі темпи зростання, що свідчить про активне інвестування в виробничу базу;
- інші фінансові інвестиції за аналізований період були подвоєнні, що свідчить про зростання довгострокових інвестицій;
- незавершені капітальні вкладення мали значне зростання в 2023 р. на 66,52%, але у 2024 р. спостерігається істотне зменшення на 19,36%. Це може свідчити про завершення значного обсягу будівництва/модернізації та введення об'єктів в експлуатацію;

- інші необоротні активи демонструють найвищий темп зростання за весь період 528%;

- загалом відмічається, що стратегія підприємства явно орієнтована на довгостроковий розвиток і масштабування бізнесу, що підтверджується масивними інвестиціями в основні засоби та фінансові інвестиції.

Що стосується оборотних активів, то їх величина зросла з 345729 тис. грн у 2022 р. до 7037517 у 2024 р., тобто збільшившись у 2023 р. на 26,10% та на 62,44% 2024 р. За складовими необоротних активів ТОВ «НОВА ПОШТА» можна зробити такі висновки:

- дебіторська заборгованість за нарахованими доходами продемонструвала найбільший приріст в абсолютних та відносних показниках серед дебіторської заборгованості, що свідчить про значне збільшення нарахованих, але не отриманих доходів (дивідендів, відсотків);

- грошові кошти та їх еквіваленти найбільше зросли у 2024 р. на 168,9%, що вказує на суттєве покращення ліквідності;

- поточні фінансові інвестиції різко зменшились у 2023 р. порівняно із 2022 р. на 94,84% і стрімко зросли у 2024 р. порівняно з 2023 р. на 2279,28%;

- запаси з року в рік зменшувались (у 2023 р. на 1,98% та у 2024 р. на 3,79%);

- загалом спостерігається зростання ділової активності (зростання дебіторської заборгованості за товари/послуги) та покращення ліквідності (стрімке зростання грошових коштів), а зменшення запасів та "Іншої поточної дебіторської заборгованості" є ознаками оптимізації.

Таким чином, динаміка активів свідчить про здоровий, агресивний та інвестиційно-орієнтований розвиток підприємства з одночасним зміцненням фінансової стійкості та ліквідності.

Власний капітал ТОВ «НОВА ПОШТА» зріс від 6516072 тис. грн до 11588379 тис. грн, так у 2023 р. він збільшився на 45,92% та на 21,88% у 2024 р. Єдиним джерелом зростання власного капіталу є нерозподілений прибуток, який збільшився з 6484117 тис. грн до 11556424 тис. грн. Довгострокові

зобов'язання підприємства зросли з 3787630 тис. грн на 40,91% до 9225802 тис. грн на 72,86%. Поточні зобов'язання зросли з 5451218 тис. грн до 10771612 тис. грн, у 2023 р. вони збільшилися на 51,46% та на 30,46% у 2024 р.

Таким чином, розширення активів ТОВ «НОВА ПОШТА» фінансувалося за рахунок зростання власного капіталу (реінвестованого прибутку) та агресивного залучення довгострокових зобов'язань. Відбулося суттєве зміщення балансу на користь позикового капіталу, особливо довгострокових кредитів банків. Це призвело до зниження фінансової автономії та підвищення фінансового ризику.

З метою більш детального визначення динаміки та структури фінансових результатів ТОВ «НОВА ПОШТА» у 2022-2024 роках, проведено аналіз даних Звіту про фінансові результати (додаток В) (таблиця 2.5). Так, дані таблиці 2.5 свідчать про те, що чистий дохід від реалізації зростає протягом усього аналізованого періоду з 23687034 тис. грн у 2022 р. до 44779857 тис. грн у 2024 р. При цьому, темп зростання становив 53,96% у 2023 р. та 22,79% у 2024 р, що свідчить про масштабування бізнесу, хоча темпи розширення ринку чи обсягів реалізації сповільнюються.

Собівартість реалізованої продукції за 2022-2024 рр. зростає синхронно з чистим доходом від реалізації: у 2023 р. на 48,50% та у 2024 р. на 23,27%. При цьому адміністративні витрати демонструють високі темпи зростання, які випереджають темп зростання чистого доходу від реалізації у 2024 році на 22,79%, що свідчить про суттєве розширення управлінського апарату. Різке уповільнення зростання спостерігається за витратами на збут у 2024 р. 6,07% порівняно із 2023 р. - 95,0%.

Варто відмітити, що валовий прибуток підприємства зростає, але темп зростання різко уповільнюється так як у 2023 зростання склало 77,84%, а у 2024 р. лише 21,05%. Оскільки валовий прибуток у 2024 році зростає повільніше, ніж чистий дохід від реалізації, то відмічається, що маржинальність продукції знижується.

Таблиця 2.5 – Стан та динаміка фінансових результатів і їх формуючих складових за 2022 – 2024 роки

Показник	2022 рік, тис.грн	2023 рік, тис.грн	2024 рік, тис.грн	Абсолютне відхилення (+,-) у тис. грн		Відносне відхилення (приріст/зменшення) (+,-) у %	
				2023/ 2022	2024/ 2023	2023/ 2022	2024/ 2023
Чистий дохід від реалізації	23687034	36468879	44779857	12781845	8310978	53,96	22,79
Собівартість реалізованої продукції	19276532	28625037	35284709	9348505	6659672	48,50	23,27
Валовий прибуток/ збиток	4410502	7843842	9495148	3433340	1651306	77,84	21,05
Інші операційні доходи	826191	581274	785654	-244917	204380	-29,64	35,16
Адміністративні витрати	1673172	2985829	4209338	1312657	1223509	78,45	40,98
Витрати на збут	439130	856282	908227	417152	51945	95,00	6,07
Інші операційні витрати	593974	774662	755247	180688	-19415	30,42	-2,51
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2530417	3808343	4407990	1277926	599647	50,50	15,75
Інші фінансові доходи	1138698	2706514	2953039	1567816	246525	137,68	9,11
Інші доходи	0	29003	0	29003	-29003		-100,00
Фінансові витрати	887690	1248217	2034444	360527	786227	40,61	62,99
Інші витрати	391073	857468	2489948	466395	1632480	119,26	190,38
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2390352	4438175	2836637	2047823	-1601538	85,67	-36,09
Витрати на прибуток	254392	471019	336306	216627	-134713	85,15	-28,60
Чистий прибуток	2135960	3967156	2500331	1831196	-1466825	85,73	-36,97
Сукупний дохід	2135960	3967156	2500331	1831196	-1466825	85,73	-36,97

Складено за даними Додатку В.

Фінансовий результат до оподаткування досяг максимуму в 2023 р. і склав 4438175 тис. грн, але у 2024 р. цей показник різко зменшився до 2836637 тис. грн. При цьому, темп зростання у 2023 р. порівняно у 2022 р. склав 85,67%, а темп спаду склав у 2024 р. 36,09%.

Чистий прибуток ТОВ «НОВА ПОШТА» також різко зменшився з 3967156 тис. грн у 2022 р. порівняно з 2023 р. на 85,73% та продовжив зменшуватись до 2500331 тис. грн у 2024 р. порівняно з 2023 р. на 36,97%. Чистий прибуток зменшився, незважаючи на зростання чистого доходу від реалізації та операційного прибутку. Основними причинами такого зменшення є:

- критичне зростання інших витрат підприємства на 190,38%. Ця стаття стала головною "чорною дірою" у фінансових результатах 2024 року. Вона поглинула значну частину прибутку, отриманого від операційної та фінансової діяльності.
- значне зростання фінансових витрат на 62,99%. Збільшення відсотків за кредитами з'їдає додатковий прибуток, отриманий завдяки інвестиціям.
- зростання адміністративних витрат на 40,98%, що негативно впливає на загальну ефективність.

3 РОЗВИТОК ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ ТОВ «НОВА ПОШТА» ТА НАПРЯМІВ УДОСКОНАЛЕННЯ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ НА НИХ

Сьогодні ТОВ «НОВА ПОШТА» є досить знаним надавачем фінансових послуг, що реалізуються через функціонал платіжної системи NovaPay та системи RIA. До таких фінансових послуг відносяться [24; 25]:

а) перекази, що включають такі варіанти:

1) післяплата, що передбачає відправку посилок з післяплатою та отримання оплати за них від покупця на банківську картку або готівкою у відділенні;

2) грошовий переказ «Миттєвий», що передбачає переказ грошових коштів у національній валюті між фізичними особами по Україні чи на картку будь-якого українського банку;

3) міжнародні перекази RIA, що передбачає переказ коштів через систему RIA – одного зі світових лідерів серед систем грошових переказів для фізичних осіб, який входить до групи Euronet Worldwide, має мережу більше 400 000 пунктів обслуговування в 170 країнах Європи, Америки, Східної Азії та Африки. При цьому, в умовах воєнного стану, через ТОВ «Нова Пошта» є можливість лише отримати грошовий переказ з-за кордону в Україні, а переказ за кордон є забороненим;

4) міжнародні перекази Western Union;

- міжнародні перекази MoneyGram, що дозволяє надіслати гроші з понад 200 країн і територій в будь-яке з 3500 представництв NovaPay, які працюють у ТОВ «Нова пошта» по всій Україні;

б) оплата відправлень, що включають:

1) різні способи оплати, а саме:

- оплата платіжною карткою в застосунку та бізнес-кабінеті Нової пошти;

- оплата у застосунку NovaPay з вигодою, тобто оплачуються посилки з

післяплатою карткою NovaPay і, при цьому, заощаджується до 20% вартості доставки та комісії з післяплати на 6 посилок щомісяця;

- оплата готівкою або карткою кур'єру під час адресної доставки;
- оплата платіжною карткою Visa/ MasterCard через POS-термінал, що розміщені майже у всіх відділеннях;

- оплата готівкою або карткою у відділенні, яку оформлює оператор відділення;

в) автосписання, яке передбачає списання з картки, яка додана у застосунок Нової пошти, при отриманні посилки у відділенні або в кур'єра;

- оплата посилок за близьких, що передбачає оплату посилки за іншу особу в застосунку Нової пошти чи NovaPay;

- посилка в кредит, що передбачає отримання клієнтом посилки одразу, але оплата за неї сплачується протягом зручного для клієнта строку. При цьому, вартість посилки (післяплата) або послуг Нової пошти має бути від 500 до 200 тис. грн і скористатися послугою можуть громадяни України віком від 18 до 69 років, які щонайменше раз на пів року надсилають або отримують замовлення з післяплатою;

- оплата третьою особою в бізнес- кабінеті, що передбачає можливість вибору платником своєї організації за неоплачені відправлення, що заощаджує час співробітників організації під час отримання посилок;

г) зняття грошей з картки будь-якого банку у відділеннях Нової пошти, в яких розташовані пункти NovaPay;

д) оплата інтернет, кредитних чи комунальних рахунків у відділеннях Нової Пошти , в яких розташовані пункти NovaPay із зарахуванням переказу до 3 банківських днів;

е) розстрочка через застосунок NovaPay, що передбачає оплату товарів чи послуг в розстрочку або отримання коштів на картку клієнта, а потім за умовами розстрочки повернення грошей.

За зазначеними фінансовими послугами, що надаються у відділеннях ТОВ «НОВА ПОШТА» виокремлюються певні умови та обмеження їх надання.

Так, умови та обмеження надання різних варіантів переказів узагальнено в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1 – Умови та обмеження надання різних варіантів переказів ТОВ «НОВА ПОШТА» встановлені на 01.01.2025 р.

Варіант переказу	Умови здійснення	Обмеження надання можливості переказу
1	2	3
Післяплата	Сума переказів не може перевищити: - 100 000 грн → за одну післяплату на картку NovaPay; - 29 999 грн → на інші картки; - 349 999 грн → за всі відправлення протягом одного календарного місяця;	Максимальна сума однієї післяплати - 399 999 ₪ Щоб отримати післяплату у відділенні, потрібен документ, який посвідчує особу Додати, видалити та відредагувати послугу «Післяплата» може лише відправник посилки через сервіс «Зміна даних в експрес-накладній» Відповідальність за правильність заповнення реквізитів несе замовник – «Післяплати»
Переказ «Миттєвий»	Послугу сплачує відправник 1,5% від суми, але не менше 15 грн До моменту отримання грошей, відправник має можливість відкликати переказ, але при цьому комісія не повертається. Переказ здійснюється фізичними особами виключно в гривні по території України Переказ можна відправити в застосунку NovaPay або у відділенні Нової пошти	Максимальна сума: - одного переказу, яку можна надіслати у відділенні карткою – 29 999 грн; - переказів на день 100 000 грн; - переказу, сплаченого онлайн на сайті, – 29 999 грн; - яку можна надіслати у відділенні готівкою, – 399 999,99 грн.
Міжнародні перекази RIA	Переказ доступний до виплати вже через 10 хвилин після відправки Кошти повертаються відправнику у випадку, якщо отримувач не з'являється для виплати переказу протягом 21 календарного дня.	Перекази виплачуються тільки в гривні. Сума виплати не повинна перевищувати 399 999 грн. Перекази з-за кордону здійснюється у валюті, доступній в системі RIA: в євро та доларах. Інформація щодо переказу та курсу виплати в гривні встановлюється внутрішньо-системно та повідомляється відправнику в момент переказу У відділеннях Нової пошти не можна отримати переказ з Білорусі та Росії.

Кінець таблиці 3.1

1	2	3
Міжнародні перекази Western Union	Перекази виплачуються тільки в гривні.	Сума переказу без відкриття рахунку не повинна перевищувати 399 999 грн. Обмінний курс виплати переказу встановлює міжнародна платіжна система Western Union. Інформацію щодо курсу, суми виплати та обмежень в країні, куди надсилаються гроші, відправник отримає в момент оформлення переказу. У відділеннях Нової пошти не можна отримати переказ з Білорусі та Росії. Щоб повернути кошти, відправнику потрібно відкликати переказ.
Міжнародні перекази MoneyGram	Виплата переказів в Україні у відділеннях Нової пошти здійснюється тільки в гривні Обмінний курс виплати переказу встановлюється міжнародною платіжною системою MoneyGram під час відправки грошей Відправлення переказів з-за кордону здійснюється в доступній у системі MoneyGram валюті	Один переказ не може перевищувати 10 000 доларів США або 7 000 євро в еквіваленті національної валюти – гривні. Це обмеження діє як для відправки, так і для виплати коштів. Також один клієнт може відправити та отримати до 25 000 доларів США протягом 3 місяців або 75 000 доларів США протягом 12 місяців. Отримати переказ можна протягом 90 днів. Неотримані за цей час перекази, можуть бути тільки повернені відправнику.

Складено за [37].

Що стосується такого виду фінансових послуг щодо оплати відправлень, то ТОВ «НОВА ПОШТА» пропонує різні варіанти, які узагальнено в таблиці 3.2.

Варто відмітити, що цінова політика ТОВ «НОВА ПОШТА» спрямована не лише на послуги компанії з експрес-доставки, а й на фінансові послуги. Так, можна виокремити такі особливості цінової політики ТОВ «НОВА ПОШТА» на фінансові послуги:

а) комбінована формула комісії, в якій використовується фіксована сума (20 грн для післяплати, від 15 грн для «Миттєвого» переказу) у поєднанні з відсотком від суми (2% або 1,5%), що гарантує мінімальну оплату послуги навіть для дуже малих сум;

Таблиця 3.2 – Способи, функціонал та умови надання ТОВ «НОВА ПОШТА» фінансової послуги оплата відправлень

Спосіб	Функціонал та умови надання фінансової послуги	
1	2	
Способи оплати		
Платіжною картою в застосунку та бізнес-кабінеті Нової пошти	Для розрахунку клієнту потрібно внести дані картки в своєму профілі.	Сума онлайн-оплати не може перевищувати 29 999 грн за одну операцію та за всі операції протягом дня. Онлайн-оплата може бути автоматично скасована (повернута), якщо: - змінилася вартість доставки через внесення змін в експрес-накладну: про вагу, габарити, вартість відправлення або адресу чи спосіб вручення відправлення; - відправник додав додаткові послуги або вніс у них зміни; - змінився платник послуг: з відправника на одержувача, третю особу або навпаки. Якщо платіж було автоматично скасовано, вартість послуг треба оплатити повторно.
У застосунку NovaPay з вигодою	Оплата посилки з післяплатою картою NovaPay із заощадженням до 20% вартості доставки та комісії з післяплати на 6 посилок щомісяця	
Готівкою або картою кур'єру	Під час адресної доставки.	
Платіжною картою Visa або MasterCard через POS-термінал	У відділеннях Нової пошти, в яких є пункти надання фінансових послуг NovaPay.	
Готівкою/картою у відділенні	Оплату оформлює оператор відділення Нової пошти.	
Автосписання		
Додавання клієнтом картки чи декілька карток в його профілі через бізнес-кабінет або у застосунку Нової пошти. Обрання основної картки, якщо їх декілька. Повідомлення оператора у відділенні або кур'єра, що хоче розрахуватися за допомогою «Автосписання» і кошти автоматично списуються з картки при отриманні відправлення у відділенні або у кур'єра.		Максимальна сума однієї операції – 29 999 грн. Якщо сума оплати понад 500 грн, клієнт отримує одноразовий пароль для підтвердження оплати Максимальна сума однієї операції з картки NovaPay дорівнює ліміту для інтернет-оплат, що налаштований клієнтом за його картою.
Оплата посилок за близьких,		
Оплата посилки за іншу особу в застосунку Нової пошти чи NovaPay		Послугою можуть скористатися як фізичні, так і юридичні особи. Виключення – послугу не можна оплатити під час доставки відправлення кур'єром юридичній особі. Для активації послуги мобільний застосунок потрібно оновити до останньої версії. Відправник має фізично передати посилку до поштомату, відділення або кур'єру Нової пошти. Онлайн-оплата за відправлення не може перевищувати 29 999 грн.

Кінець таблиці 3.2

1	2
Посилка в кредит	
Клієнт отримує посилку одразу, але оплата за неї сплачує протягом зручного для нього строку.	Вартість посилки (післяплата) або послуг Нової пошти має бути від 500 до 200 тис. грн. Сума кредиту — від 500 до 200 000 грн. Строк кредитування – від 1 до 36 місяців Без першого внеску Ставка — 0,00001% річних Реальна річна процентна ставка — від 51,98% до 97,71% Комісія — 3,5% на місяць Скористатися послугою «Посилка в кредит» від «НоваПей Кредит» можуть громадяни України віком від 18 до 69 років, які щонайменше раз на пів року надсилають або отримують замовлення з післяплатою
Оплата третьою особою в бізнес-кабінеті	
Вибір платником своєї організації за неоплачені відправлення. Вхід у бізнес-кабінет і в полі пошуку введення номеру експрес-накладної і натиск «Стати платником». Введення номеру телефону відправника/одержувача та номеру ЄДРПОУ. Потім натиск «Стати платником». Отримання підтвердження «Зміна платника буде внесена до ЕН», якщо запит прийнято.	Скористатися сервісом можуть: - бізнес-клієнти з договором на безготівкові розрахунки; - клієнти, у яких підключена послуга через менеджера з продажів.

Складено за [37].

б) залежність від суми фінансової послуги, тобто комісія є пропорційною сумі переказу, що є стандартною практикою для фінансових послуг (чим більша сума переказу, тим більша сума комісії);

в) розділення послуг, що відображається на:

- 1) вартості послуг з доставки, що залежить від ваги, розміру, напрямку;
- 2) вартості фінансових послуг, що передбачає комісію за післяплату (плата за грошовий переказ);

г) комісія за оголошену цінність (страхування), яка застосовується при відправленні та встановлюється:

1) для оголошеної цінності до 500 грн — комісія, як правило, входить до вартості доставки;

2) для оголошеної цінності понад 500 грн — стягується додатково 0,5% від суми оголошеної цінності;

д) спеціальні умови для бізнес-клієнтів (ФОП/ТОВ):

1) на відміну від стандартного тарифу для фізичних осіб, для бізнесу діють гнучкі тарифи, які залежать від місячного обсягу переказів (післяплати):

- знижений відсоток для великих інтернет-магазинів, які генерують значний обсяг післяплати, NovaPay може пропонувати відсоток у межах 1,5% - 1,8% або навіть нижче, залежно від договірних умов;

- відсутність фіксованої частини комісії для найбільш пріоритетних або великих клієнтів фіксована складова може бути скасована або значно зменшена, що робить вигідними як малі, так і великі перекази;

- пакетні пропозиції у вигляді єдиної знижки або вигідного тарифу для бізнес-клієнтів, який покриває як логістику («Нова пошта»), так і фінансове обслуговування (NovaPay);

2) прискорене зарахування коштів:

- зарахування «День у День» (Т+0), що передбачає зарахування на поточний рахунок ФОП/ТОВ у той самий банківський день (або на наступний, якщо переказ відбувся після операційного часу банку);

- автоматизований режим, за якого зарахування відбувається автоматично, без необхідності щоденних ручних запитів або очікування.

Аналіз змісту та вартості фінансових послуг, що надаються ТОВ «НОВА ПОШТА» через фінансове обслуговування NovaPay, дозволив виокремити певні напрями нових та інноваційних фінансових послуг, які могли б запустити «НОВА ПОШТА» з NovaPay (рисунок 3.1). Так, такими новими та інноваційними фінансовими послугами можуть бути:

1) мікрокредитування та кредитні ліміти для клієнтів малого та середнього бізнесу, адже ТОВ «НОВА ПОШТА» має унікальну інформацію про фінансові потоки та обсяги продажів своїх ключових клієнтів (онлайн-

магазинів та підприємців), що дозволяє оцінити їхню кредитоспроможність краще, ніж класичні банки.

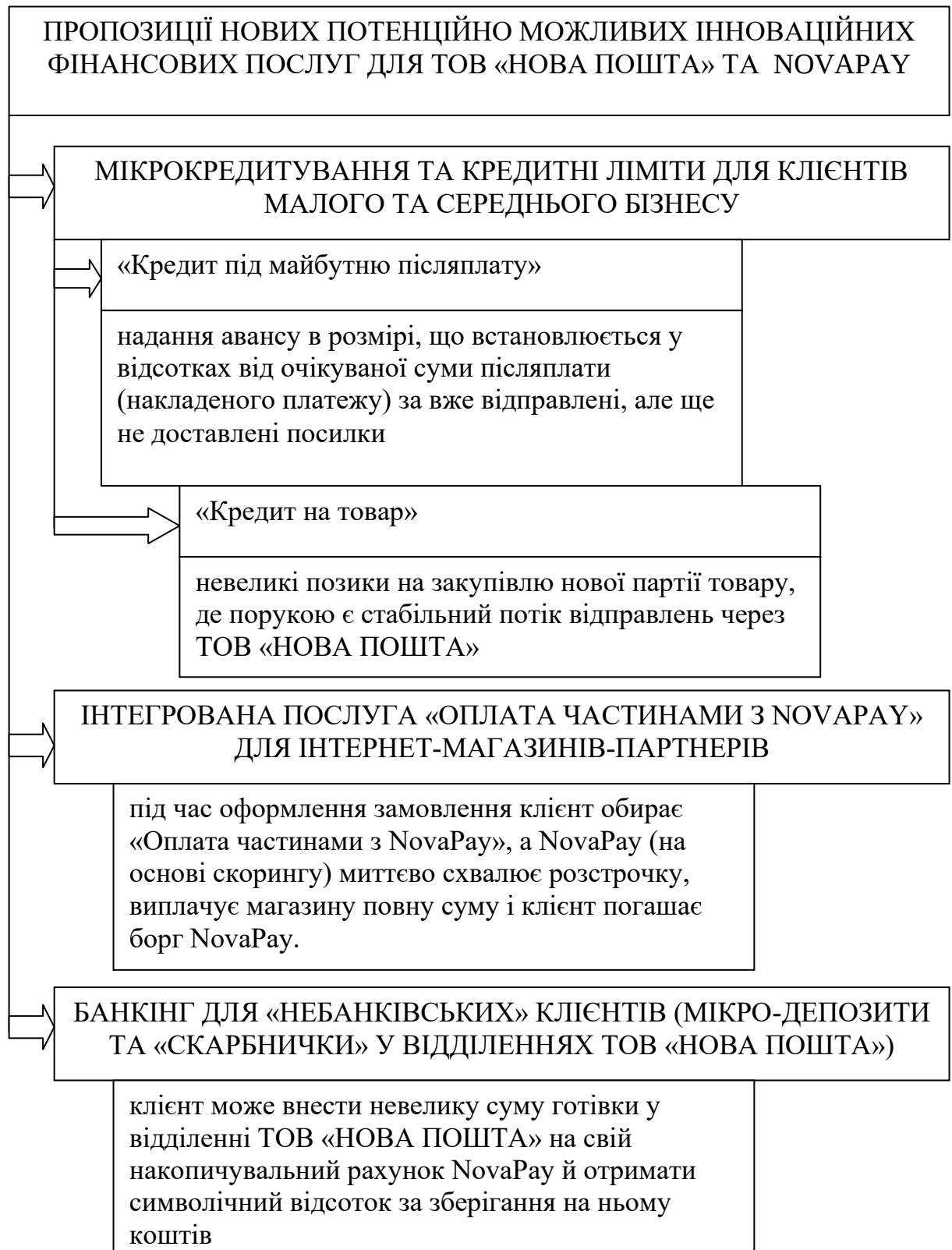


Рисунок 3.1 – Пропозиції нових потенційно можливих інноваційних фінансових послуг для ТОВ «НОВА ПОШТА» та NovaPay

Складено автором

Надання оперативних короткострокових кредитів або кредитних лімітів безпосередньо в застосунку NovaPay, що прив'язані до їхнього обсягу відправлень. Кредит під «Майбутню післяплату», який передбачає надання авансу в розмірі, що встановлюється у відсотках від очікуваної суми післяплати (накладеного платежу) за вже відправлені, але ще не доставлені посилки. Це значно покращує оборотність коштів бізнесу. «Кредит на товар», що передбачає невеликі позики на закупівлю нової партії товару, де порукою є стабільний потік відправлень через ТОВ «НОВА ПОШТА». Перевагою надання оперативних короткострокових кредитів або кредитних лімітів безпосередньо в застосунку NovaPay є можливість швидкого отримання фінансування без застави, заснованого на реальних операційних даних;

2) інтегрована послуга «Оплата частинами» для інтернет-магазинів-партнерів, уможлиблює те, що ТОВ «НОВА ПОШТА» може стати фінансовим посередником для розстрочки. Така можливість може реалізовуватись через запуск власного інструменту «Оплата частинами з NovaPay» для всіх інтернет-магазинів, які використовують її логістику. Так, під час оформлення замовлення клієнт обирає «Оплата частинами з NovaPay», а NovaPay (на основі скорингу) миттєво схвалює розстрочку, виплачує магазину повну суму і клієнт погашає борг NovaPay. Ця фінансова послуга дозволяє ТОВ «НОВА ПОШТА» не просто доставляти, а й сприяти продажам своїх партнерів, створюючи для них додаткову цінність та збільшуючи свою частку в загальному обороті електронної комерції;

3) «Банкінг для небанківських клієнтів» (мікро-депозити та «Скарбнички» у відділеннях ТОВ «НОВА ПОШТА»), враховуючи те, що багато українців досі активно користуються готівкою та мають обмежений доступ до банківських послуг, відділення ТОВ «НОВА ПОШТА» можуть виконувати роль пунктів доступу до цифрових фінансів. Так, клієнт може внести невелику суму готівки у відділенні на свій накопичувальний рахунок NovaPay й отримати символічний відсоток за зберігання на ньому коштів. Ця готівка автоматично цифровізується та стає доступною для онлайн-платежів у застосунку NovaPay,

що залучає до цифрових фінансів клієнтів, які уникають банків, і стимулює використання картки та застосунку NovaPay для безготівкових розрахунків. Ідея «Банкінгу для небанківських клієнтів» чудово використовуватиме найбільший такий актив ТОВ «НОВА ПОШТА», як її розгалужена мережа відділень та висока довіра населення, особливо в невеликих містах і селах, де банківська інфраструктура слабка. Бізнес-перевагами для ТОВ «НОВА ПОШТА» та NovaPay є:

- збільшення ліквідності та капіталу, адже кошти, внесені клієнтами, збільшують капітал ТОВ «НОВА ПОШТА» та NovaPay, який можна використовувати для кредитування або інвестицій;
- зменшення витрат на інкасацію, адже внесена клієнтами готівка замінює необхідність інкасації відділень, де накопичується готівка від післяплати;
- розширення бази користувачів через залучення нової великої групи користувачів, які раніше були поза фінансовою екосистемою компанії;
- конкурентна перевага, яка дозволить ТОВ «НОВА ПОШТА» та NovaPay зайняти нішу, яку традиційні банки не можуть покрити через високі операційні витрати на обслуговування малих відділень.

Варто відмітити, що ТОВ «НОВА ПОШТА» та NovaPay можуть генерувати дохід і забезпечувати фінансову стійкість послуги «Банкінг для небанківських клієнтів», перетворюючи готівкові надходження на прибуток. Так, може чинниками збільшення доходів від цієї фінансової послуги є (рисунок 3.2):

1) економія на операційних витратах:

- економія на інкасації (кошти, які клієнти вносять готівкою на свої рахунки (поповнення Скарбнички), залишаються у відділенні. Ці кошти NovaPay використовує для виплати післяплати (накладеного платежу) іншим клієнтам або видачі готівки з карток. Це зменшує потребу у вивезенні (інкасації) готівки, заощаджуючи мільйони на логістиці безпеки);
- зниження комісій за еквайринг (чим більше клієнтів переходить на безготівкові розрахунки (оплата доставки, комуналка, перекази) через

застосунок NovaPay, тим менше компанія платить банкам-еквайрам за обслуговування карткових транзакцій);

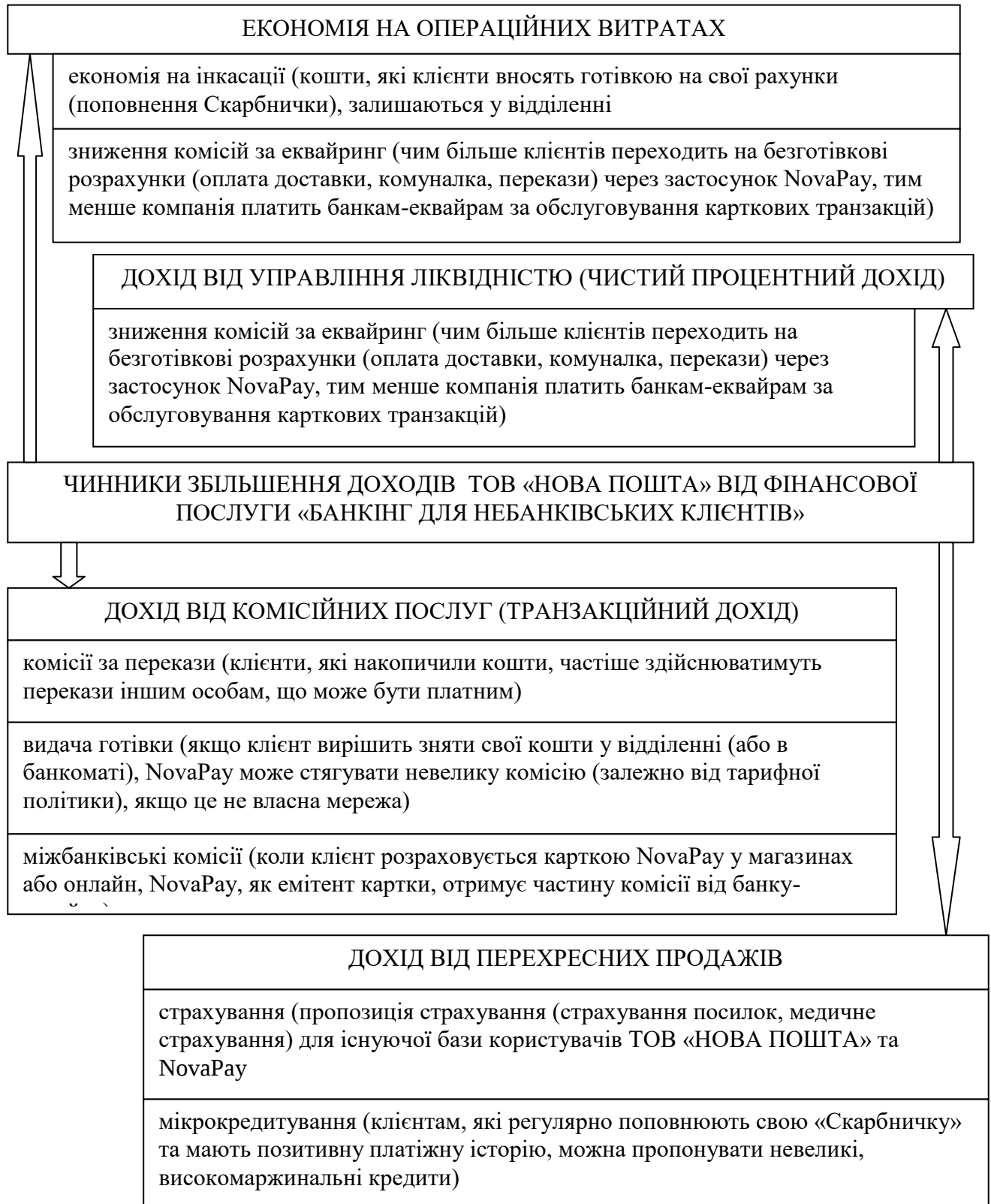


Рисунок 3.2 – Чинники збільшення доходів ТОВ «НОВА ПОШТА» від фінансової послуги «Банкінг для небанківських клієнтів»

Сформовано автором

2) дохід від управління ліквідністю (чистий процентний дохід), який отримується в результаті того, що NovaPay сплачує клієнтам невеликий відсоток на залишок на рахунку «Скарбничка», щоб стимулювати накопичення. Водночас, NovaPay інвестує або використовує ці кошти для короткострокового кредитування, отримуючи вищий дохід;

3) дохід від комісійних послуг (транзакційний дохід), який можна отримати за рахунок:

- комісії за перекази (клієнти, які накопичили кошти, частіше здійснюватимуть перекази іншим особам, що може бути платним);

- видача готівки (якщо клієнт вирішить зняти свої кошти у відділенні (або в банкоматі), NovaPay може стягувати невелику комісію (залежно від тарифної політики), якщо це не власна мережа);

- міжбанківські комісії (коли клієнт розраховується картою NovaPay у магазинах або онлайн, NovaPay, як емітент картки, отримує частину комісії від банку-еквайра);

4) дохід від перехресних продажів:

- страхування (пропозиція страхування (страхування посилок, медичне страхування) для існуючої бази користувачів ТОВ «НОВА ПОШТА» та NovaPay;

- мікрокредитування (клієнтам, які регулярно поповнюють свою «Скарбничку» та мають позитивну платіжну історію, можна пропонувати невеликі, високомаржинальні кредити).

Таким чином, фінансова вигода полягає не стільки у прямій комісії за внесення готівки (яка має бути нульовою), скільки у використанні готівки як джерела ліквідності та мотиватора для переходу на безготівкові та комісійні операції. Ця модель дозволяє NovaPay одночасно знижувати операційні витрати на логістику грошей і збільшувати чистий процентний та транзакційний дохід.

ВИСНОВКИ

Сфера послуг на сьогоднішній день є потужною рушійною силою економічного розвитку будь-якої країни. Наразі глобальний сектор послуг є одним із найдинамічніших і найбільших сегментів ринку, а головними чинниками його успіху є скоординована та ефективна співпраця між компаніями в секторі послуг і попит серед клієнтів. Серед різних послуг, послуг розподілу й обміну, що пропонуються на даний момент їх споживачам, виділяється один вид послуг, а саме фінансові послуги, пов'язані з перетворенням фінансових ресурсів у капітал та інвестиції для фізичних та юридичних осіб, переміщенням грошових коштів та оплатою різних товарів та послуг. Серед великого розмаїття фінансових послуг чільне місце відводиться такому їх виду, як платіжні фінансові послуги, тобто діяльність надавача платіжних послуг з виконання та/або супроводження платіжних операцій.

Надавачами платіжних послуг можуть бути: банки, філії іноземних банків; платіжні установи (у т. ч. малі платіжні установи); філії іноземних платіжних установ; установи електронних грошей; фінансові установи, що мають право на надання платіжних послуг; оператори поштового зв'язку (в т.ч. оператори експрес-доставки); надавачі нефінансових платіжних послуг; Національний банк України; органи державної влади, органи місцевого самоврядування.

Серед надавачів платіжних фінансових послуг виокремлюються оператори поштового зв'язку (оператори експрес-доставки). Фінансові послуги для галузі поштового зв'язку є нетрадиційними та новими послугами, які вимагають відповідної реорганізації виробничого процесу їх реалізації. За своїм функціоналом фінансові послуги є інноваційним видом послуг, які створюють можливості для підвищення ефективності діяльності поштових операторів, а також змінюють їх роль в економіці країни.

Працюючи в ринковому середовищі, не можна забувати, що ціна та цінова політика компанії є ключовими елементами формування результатів її діяльності, і жодна компанія не може встановлювати ціни безпідставно, не розуміючи, як на ці ціни відреагують конкуренти, постачальники, покупці, держава та інші учасники ринку. Процес ціноутворення повинен органічно поєднувати економічні та соціальні аспекти суспільного життя, тобто ґрунтуватися на комплексному методологічному підході до визначення вартості та ціни товарів, де вартість визначається рівнем витрат праці, необхідних суспільству, який, своєю чергою, формується з урахуванням співвідношення попиту та пропозиції. Досягнуті комерційні результати значною мірою залежать від неї, оскільки правильна або неправильна цінова політика матиме довгостроковий позитивний або негативний вплив на всю діяльність компанії.

Розробка обґрунтованої цінової політики суб'єкта бізнесу є неможливою без дотримання таких найважливіших елементів методології ціноутворення, як принципи, що включають основні положення, правила та підходи до ціноутворювального процесу. Сектор послуг має інші характеристики порівняно з сектором матеріального виробництва, тому ціноутворення в секторі послуг базується на використанні специфічних методів.

Зростаючі вимоги клієнтів, високий рівень конкуренції на ринку експрес-доставки та взаємодія із зовнішнім середовищем вимагають від операторів експрес-доставки пошуку нових шляхів розвитку, використання нових підходів та інструментів для залучення та утримання клієнтів. Необхідність розвитку ринку експрес-доставки є очевидною і зумовлена часом та потребами клієнтів. Ринок поштових та логістичних послуг, або ринок експрес-доставки, є одним із ринків, що найбільш динамічно розвиваються. Однією з головних тенденцій глобалізації є зростання ринку електронної комерції. Український ринок експрес-доставки не є винятком, оскільки його перспективи привернули увагу багатьох учасників ринку – торгових майданчиків, інтернет-магазинів, роздрібних продавців та інших. Так, ринок експрес-доставки характеризується певними тенденціями та напрями розвитку. Так, у 2023 році ринок експрес-

доставки в Україні оцінюється в 653 млн посилок, що характеризується зростанням у 2,6 раза, або в середньому на 16% на рік. Зростання ринку у 2024 році досягло 65 млн відправлень (10%) порівняно з 2023 роком. Ринок поштових послуг України успішно подолав кризові явища 2023 року. 2024 рік став роком-проривом із рекордними обсягами реалізації (16,56 млрд грн), значно перевищивши довоєнні/початково-воєнні показники. Це зростання обумовлене високою адаптивністю операторів, розвитком внутрішньої електронної комерції та загальною стабілізацією логістичних процесів.

Компанії експрес-доставки, такі як NOVA (Нова пошта) та Укрпошта, виступають посередниками в логістиці, але їхня роль значно розширилася, вони перетворилися на операторів інфраструктури, які забезпечують останній етап фінансового циклу електронної комерції — прийом платежів та переказ коштів продавцям. Основною фінансовою послугою, що поєднує системи доставки та оплати, є післяплата. У 2019–2024 рр. ця послуга залишалася домінуючою на вітчизняному ринку електронної комерції, що вимагало від логістичних операторів мати ліцензії та створювати власну платіжну інфраструктуру (таку як NovaPay). Оплата після доставки відіграє вирішальну роль у відновленні логістичного ланцюга у відносно безпечних районах, оскільки в умовах нестабільності та недовіри до нових або дрібних продавців ця послуга є єдиною надійною гарантією отримання товару. 2024 р. ознаменується повним відновленням, навіть перевищенням довоєнних фінансових показників у гривневому вираженні.

Кваліфікаційна робота була присвячена дослідженню особливостей діяльності ТОВ «Нова Пошта», оператору поштового зв'язку – оператору експрес-доставки. Так, NOVA (Нова Пошта) є міжнародною групою компаній, що надає приватним і бізнес-клієнтам комплекс логістичних та супутніх послуг і її материнською компанією є «Нова Пошта». Своєю чергою, ТОВ «Нова Пошта» - це українська компанія, що заснована в 2001 році, яка пропонує послуги експрес-доставки документів, вантажів та посилок для фізичних осіб та підприємств. Сьогодні ТОВ «Нова Пошта» є лідером логістичного ринку країни,

що забезпечує доступну та зручну доставку для кожного клієнта. ТОВ «Нова пошта» за останні три роки демонструє вражаючий фінансовий розвиток та активність у різних сферах діяльності. Аналіз стану та динаміки складових активів та пасивів ТОВ «НОВА ПОШТА» за 2022-2024 роки свідчить, що загальна сума активів підприємства з 01.01.2023 р. по 01.01.2025 р. зросла з 15754920 тис. грн до 31585793 тис. грн. Розширення активів ТОВ «НОВА ПОШТА» фінансувалося за рахунок зростання власного капіталу (реінвестованого прибутку) та агресивного залучення довгострокових зобов'язань. Відбулося суттєве зміщення балансу на користь позикового капіталу, особливо довгострокових кредитів банків. Це призвело до зниження фінансової автономії та підвищення фінансового ризику. Чистий дохід від реалізації зростає протягом усього аналізованого періоду з 23687034 тис. грн у 2022 р. до 44779857 тис. грн у 2024 р. При цьому, темп зростання становив 53,96% у 2023 р. та 22,79% у 2024 р, що свідчить про масштабування бізнесу, хоча темпи розширення ринку чи обсягів реалізації сповільнюються.

Сьогодні ТОВ «НОВА ПОШТА» є досить знаним надавачем фінансових послуг, що реалізуються через функціонал платіжної системи NovaPay та системи RIA. До таких фінансових послуг відносяться: різні варіанти переказів; оплату відправлень; автосписання; зняття грошей з картки будь-якого банку у відділеннях Нової пошти; оплату інтернет, кредитних чи комунальних рахунки; розстрочку через застосунок NovaPay.

Цінова політика ТОВ «НОВА ПОШТА» спрямована не лише на послуги компанії з експрес-доставки, а й на фінансові послуги. Аналіз змісту та вартості фінансових послуг, що надаються ТОВ «НОВА ПОШТА» через фінансове обслуговування NovaPay, дозволив виокремити певні напрями нових та інноваційних фінансових послуг, які могли б запуснути «НОВА ПОШТА» з NovaPay. Так, такими новими та інноваційними фінансовими послугами можуть бути:

- мікрокредитування та кредитні ліміти для клієнтів малого та середнього бізнесу, адже ТОВ «НОВА ПОШТА» має унікальну інформацію

про фінансові потоки та обсяги продажів своїх ключових клієнтів (онлайн-магазинів та підприємців), що дозволяє оцінити їхню кредитоспроможність краще, ніж класичні банки;

- інтегрована послуга «Оплата частинами» для інтернет-магазинів-партнерів, уможлиблює те, що ТОВ «НОВА ПОШТА», яка може стати фінансовим посередником для розстрочки;

- банкінг для «небанківських» клієнтів (мікро-депозити та «Скарбнички» у відділеннях ТОВ «НОВА ПОШТА»), враховуючи те, що багато українців досі активно користуються готівкою та мають обмежений доступ до банківських послуг, відділення ТОВ «НОВА ПОШТА» можуть виконувати роль пунктів доступу до цифрових фінансів.

Таким чином, ТОВ «НОВА ПОШТА» та NovaPay можуть генерувати дохід і забезпечувати фінансову стійкість послуги «Банкінг для небанківських клієнтів», перетворюючи готівкові надходження на прибуток.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Амеліна А.С. Класифікація фінансових послуг / А.С. Амеліна // Порівняльно-аналітичне право. – 2019. – №1. – С.96-99.
2. Ващенко О. Розробка цінової політики підприємства в сучасних ринкових відносинах України [Електронний ресурс] / О. Ващенко // Вісник Університету «Україна». – 2025. – №13 (40). – Режим доступу: <https://economics.com.ua/s215-rozrobka-cinovoyi-politiki-pidpriemstva-v-suchasnih-rinkovih-vidnosinah-ukrayini> (дата звернення: 06.11.2025)
3. Горлачук В. В. Економіка підприємства : навч. посіб. / В. В. Горлачук, І. Г. Яненко. – Миколаїв : Вид-во ЧДУ ім. Петра Могили, 2010. – 344 с.
4. Дерев'янка І. В. Сфера послуг: сутність, структура та чинники формування попиту / І. В. Дерев'янка // Наукові записки. Серія «Економіка». – 2017. – Вип. 21. – С.12-15.
5. Дослідження українського ринку eCommerce [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.promodo.ua/ukrayinskiy-ecommerce-2024> (дата звернення: 18.11.2025)
6. Дугіна С.І. Маркетингове ціноутворення: навч. посіб. / С.І. Дугіна, Н.В. Василькова. – К.: КНЕУ, 2013. – 547 с.
7. Євтушенко Н.О. Цінова політика підприємства в умовах нестабільності / Н.О. Євтушенко, Н.В. Василькова // Економічний простір. – 2025. – № 197. – С.167-173.
8. Єдиний державний реєстр операторів поштового зв'язку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://nkek.gov.ua/diialnist/sfery-diialnosti/poshtovi-posluhy/yedyniy-derzhavnyi-reiestr-operatoriv-poshtovoho-zv'язku> (дата звернення: 17.11.2025)
9. Захарченко К.В. Ефективність розвитку фінансових послуг оператора поштового зв'язку: монографія / К.В. Захарченко, Л.А. Захарченко, Н.Ю. Потапова-Сінько. – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2012. – 256 с.

10. Золотарьова В. І. Економічна сутність, класифікація та основні види продуктів сфери послуг / В. І. Золотарьова // Економіка та держава. – 2019. – № 10. – С.103-107.

11. Карпій О. П. Тенденційний аналіз логістичних послуг ринку поштового зв'язку / О. П. Карпій, Н. І. Михайлик // Вісник Одеського національного економічного університету. – 2023. – №10 (311). – С.99-107.

12. Ключові цифри та тренди e-commerce 2024 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ua-retail.com/2024/10/kliuchovi-tsyfry-ta-trendy-e-commerce-2024/> (дата звернення: 08.11.2025)

13. Кобиліух О. Сучасні тренди на ринку експрес-доставки в Україні [Електронний ресурс] / О. Кобиліух, О. Гірна // АКАДЕМІЧНІ ВІЗІЇ. – 2022. – Вип. 12. – Режим доступу: <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.7442047> (дата звернення 16.11.2025)

14. Коваленко Ю.М. Фінансові послуги: сутність і класифікація / Ю.М. Коваленко // Світ фінансів. – 2012. – №3. – С.162-169.

15. Кудренко Н.В. Обґрунтування цінової політики підприємства / Н.В. Кудренко, Т.Ю. Редзюк, Т.М. Муравська // Економіка і суспільство. – 2017. – Вип. 13. – С.210-214.

16. Мазур О. Цінова політика як базис цінового менеджменту [Електронний ресурс] / О. Мазур. - Режим доступу: <https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/19215/1/674-676.pdf> (дата звернення: 12.11.2025)

17. Маркетинг : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. – Тернопіль: ЗУНУ, 2021. – 180 с.

18. Маркетинг для бакалаврів : навч. посіб. / уклад.: І. Буднікевич, О. Бурдяк, В. Вардеванян, Є. Венгер, О. Кифяк, І. Крупенна, І. Черданцева, І. Бабух, І. Зрибнєва, Н. Тафій, Н. Філіпчук; за ред. д.е.н., проф. І. М. Буднікевич. 2-ге видання перероблене та доповнене. – Чернівці : Чернівець. нац. ун-т, 2021. – 358 с.

19. Маркетингова цінова політика : методичні рекомендації до практичних занять з дисципліни / уклад. : О.В. Романенко, С.М. Марченко. – Київ : КНУБА. 2024. – 28 с.

20. Нікітенко К.С. Трансформація підходів до змісту поняття «цінова політика» / К.С. Нікітенко // Інтелект ХХІ . – 2020. – № 2. – С.176-179.

21. Обсяг реалізованих послуг підприємствами сфери послуг за видами економічної діяльності у 2022-2024 роках [Електронний ресурс]. – Офіційний сайт Державної служби статистики. – Режим доступу: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 12.11.2025)

22. Окландер М.А. Маркетингова цінова політика: навч. посіб / М.А. Окландер, О.П. Чукурна. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 240 с.

23. Основи ціноутворення та цінової політики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://fractus.com.ua/uk/blog/korysni-statti/prodazhi/osnovi-cinoutvorennja-ta-cinovoi-politiki/> (дата звернення: 06.11.2025)

24. Офіційний сайт Nova (Нова Пошта) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://novaposhta.ua/> (дата звернення: 05.09.2025).

25. Офіційний сайт Nova Pay [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://novapay.ua/> (дата звернення: 05.09.2025)

26. Павленко А.Ф. Маркетинг: підручник / А.Ф. Павленко, А.В. Войчак. – К: КНЕУ, 2013. – 246 с.

27. Павленко А.Ф. Маркетингова політика ціноутворення : монографія / А.Ф. Павленко, В.Л. Корінєв. – К: КНЕУ, 2004. – 332 с.

28. Про платіжні послуги [Електронний ресурс] : закон (№1591-IX) : станом на 15.11.2024 : [прийнято Верховною Радою 30.06.2021] // Офіційний сайт Верховної Ради України. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1591-20#Text> (дата звернення: 25.10.2025)

29. Про поштовий зв'язок [Електронний ресурс] : закон (№2722-IX) : станом на 21.06.2024 : [прийнято Верховною Радою 03.11.2022] // Офіційний сайт Верховної Ради України. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2722-20#Text> (дата звернення: 20.10.2025)

30. Про фінансові послуги та фінансові компанії [Електронний ресурс] : закон (№1953-IX) : станом на 30.12.2024 : [прийнято Верховною Радою 14.12.2021] // Офіційний сайт Верховної Ради України. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1953-20#Text> (дата звернення: 15.10.2025)

31. Про ціни і ціноутворення [Електронний ресурс] : закон (№5007-VI) : станом на 28.08.2025 : [прийнято Верховною Радою 21.06.2012] // Офіційний сайт Верховної Ради України. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5007-17#Text> (дата звернення: 18.10.2025).

32. Реєстр платіжної інфраструктури [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://bank.gov.ua/ua/payments> (дата звернення: 18.11.2025)

33. Розробка цінової політики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://inconsulting.com.ua/uk/inshi-poslugi/marketingov-poslugi/cenovaya-politika-ua.html> (дата звернення: 06.11.2025)

34. Святненко В. Принципи та цілі формування цінової політики підприємства / В. Святненко // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – 2013. – №121. – С. 82–85

35. Слав'юк Н. Р. Ринок фінансових послуг : навч. посіб. / Н. Р. Слав'юк, С. В. Глущенко. – Київ : НаУКМА, 2022. – 206 с.

36. Супівська Є. І в банк не ходи: які фінансові послуги надає Нова пошта [Електронний ресурс] / Є. Супівська. – Режим доступу: <https://novyny.pro/news/ekonomika/i-v-bank-ne-hodi-yaki-finansovi-poslugi-nadaye-nova-poshta-3708.html> (дата звернення: 13.10.2025)

37. Фін послуги ТОВ «НОВА ПОШТА» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://novaposhta.ua/financial-services/money-transfer/ria/> (дата звернення 27.11.2025)

38. Хоружий С. Фінансові послуги: зміст, значення та перелік / С. Хоружий // Ринок Цінних Паперів України. – 2016. – № 7-8. – С.83-92.

39. Цимбалюк І. Принцип роботи платіжних систем та їхні види [Електронний ресурс] / І. Цимбалюк. – Режим доступу: <https://rates.fm/ua-uk/payment-systems/vidi-ta-princip-roboti-platizhnih-sistem/> (дата звернення: 21.11.2025)

40. Чукурна О. Методи ціноутворення на ринку послуг [Електронний ресурс] / О. Чукурна // Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої пам'яті проф. Балацького О. Ф. (м. Суми, 24–26 квітня 2013 р.) : у 4 т. / за заг. ред. О. В. Прокопенко. – Суми : Сумський державний університет, 2013. Т. 1. – Режим доступу: <https://essuir.sumdu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/cfb3f50c-be47-492b-a755-b7ca831f1e6f/content> (дата звернення: 22.10.2025)

41. Яценко І. В. Дефініції фінансової послуги: семантичний аналіз родового поняття / І. В. Яценко // ВІСНИК УНІВЕРСИТЕТУ БАНКІВСЬКОЇ СПРАВИ. – 2020. – № 3 (39). – С.73-78.

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

Таблиця А.1 – Наукові погляди на сутність поняття «послуга»

Автор	Визначення: «Послуга» – це ...
1	2
Підхід із позиції визначення послуги за змістовою характеристикою	
Малері Р.	нематеріальні активи, що виробляються з метою збуту. Нематеріальні активи (або невідчутна цінність) – це цінність, яка не є фізичним об’єктом, але має вартість – грошову оцінку.
Коул Д.	специфічний вид товару. Найважливішою відмінною ознакою послуг є те, що в структурі товару-послуги превіають невідчутні якості.
Семенов В., Васильєва О.	специфічний товар, який представляє собою послідовність процесів взаємодії систем виробника і систем споживача в задоволенні фундаментальної користі, яка існує і має споживчу вартість тільки при нерозривному зв’язку цих систем.
Апопій В.	товар особливого виду, діяльність, благо, що задовольняє потреби індивіда, виробництва і суспільства, має споживчу вартість і вартість, результат якої може мати матеріальну і нематеріальну форми.
Тикоцький Л.	продукт праці, тотожний по своїй економічній природі матеріальним благам.
Мірзоян А.	специфічний об’єкт цивільних прав, продукт корисної дії або діяльності, що не має майнового вираження, результат якої не має юридичного значення і не може бути гарантованим, яка надається за завданням замовника і передбачає її надання особисто виконавцем і є невіддільним від нього (виконавця)
Маркс К.	особлива споживча вартість, отримана певною працею так, як і будь який інший товар; але особливість споживчої вартості послуги полягає в тому, що праця визначає послуги не як річ, а як діяльність.
Стаханов В.	продукт праці, корисний ефект якого виступає не у формі предмету, а у формі діяльності, яка направлена на предмет або на людину
Тикоцький Л.	послуги є продуктом суспільної праці і які подібні за своєю економічною природою до матеріальних благ
Щуковська О.	вид блага, що служить засобом задоволення потреб за рахунок здійснення діяльності (шляхом вчинення дій) одним суб’єктом, у корисних якостях якої і міститься суб’єктивний інтерес іншого суб’єкта, і на яку у останнього виникає право вимоги
Гаврилишин С.	особлива споживча вартість процесу праці, виражена в корисному ефекті, що задовольняє потреби людини, колективу й суспільства.
Підхід з позиції значущості	
Норманн Р.	користь, запропонована клієнту організацією сфери послуг.
Котлер Ф.	будь-який захід або вигода, що одна сторона може запропонувати іншій і які в основному невідчутні і не призводять до оволодіння будь чим. Виробництво послуг може бути, а може і не бути пов’язане з товаром у його матеріальному вигляді.
Ткаченко Л.	результат корисної діяльності, яка змінює стан обличчя або товару, які представляють економічні суб’єкти один одному за попередньою згодою

Продовження додатку А

Продовження таблиці А.1

1	2
Миронова Н.	економічне благо у формі діяльності; це дія (або послідовність дій), мета якої, підвищення споживчої корисності об'єкта, на який спрямована ця дія.
Агабаб'ян Е.	корисний ефект, який виникає в процесі продуктивної праці як цілеспрямованої діяльності. Корисний ефект є не що інше як сукупність корисних властивостей, які направлені на задоволення певної потреби людини”
Співак Л.	результати економічної діяльності, які набувають матеріально-речової форми і задовольняють певні потреби
Калачова І.	результати економічної діяльності, які не набувають матеріально-речової форми і задовольняють певні потреби – особисті, колективні, суспільні
Коюда В.	Результат діяльності (певної праці, сукупність робіт) для задоволення потреб (користі, вигоди) споживача через особливу споживчу вартість послуги у конкретному місці і у конкретний час
Підхід з позиції функціонального призначення	
Ланге О.	будь-які функції, які пов'язані... із задоволенням людських потреб, але які безпосередньо направлені на виробництво будь-яких предметів”
Данилюк Т.	діяльність, яка здійснюється для задоволення певних потреб або інших зручностей наданих будь-кому
Лавлок К.; Пащук О.	вид економічної діяльності, яка створює цінність і забезпечує визначення переваг для споживача в конкретний час і в конкретному місці в результаті відчутних або невідчутних дій, направлених на отримання послуги чи товару
Іванов М.	діяльність, направлена на задоволення потреби через надання (виробництво) відповідно до цієї потреби благ.
М'ягков П.	діяльність, результати якої не мають матеріального вираження, реалізуються і споживаються в процесі здійснення цієї діяльності
Беррі Л. (Berry L.); Вельмінов Г.	дія або зусилля, а не який-небудь предмет, прилад чи річ.
Любіцева О.; Зав'ялов П., Демидов В.	цілеспрямована діяльність, результати якої є прояв у корисному ефекті.
Кирилович Р.	корисна дія, результатом якої є або виріб, або корисний ефект. Основний зміст полягає в тому, що послуга – дія, яка здійснюється однією стороною для іншої.
Уколов Ф.	корисна дія споживчої вартості товару чи безпосередньо праці
Руделіус В.	вид діяльності, завдяки якій утворюються матеріальні чи нематеріальні вигоди або їх поєднання, які організація надає споживачеві в обмін на гроші або щось інше, що має цінність.
Моргулець О.	економічна діяльність, в результаті якої утворюються додаткові матеріальні чи нематеріальні блага (вигоди), або ж їх поєднання, які продаються і купуються на ринку, а отже є товаром, які організація надає споживачеві в обмін на гроші.
Панкрат'єва Н.	економічна діяльність яка безпосередньо задовольняє потреби членів суспільства, домашніх господарств, потреби різного роду підприємств різних форм власності, об'єднань., організацій і суспільні потреби або потреби суспільства в цілому, не втілені в матеріально-речовій формі

Кінець додатку А

Кінець таблиці А.1

1	2
Глязер Л.С.	діяльність, результат якої, як правило, не фіксується у речовій формі
Невадзе Ч.	будь-яка діяльність у вигляді обслуговування одних фізичних чи юридичних осіб іншими, яка задовольняє людські потреби, але не пов'язана безпосередньо з виготовленням продукції
Гронроус К. (Gronroos C.)	процес, що складається з серії невідчутних дій, які за необхідності виникають між споживачем і обслуговуючим персоналом, фізичними ресурсами, системою підприємства – постачальником послуг.
Челєнков А.	узгоджений процес взаємодії двох або більше суб'єктів ринку, коли одні суб'єкти впливають на інших у цілях створення, розширення чи відтворення можливостей останніх в отриманні фундаментальної користі (благ).
Гронроос К.	процес, що складається з серії невідчутних дій, які за необхідності виникають між споживачем і обслуговуючим персоналом, фізичними ресурсами, системою підприємства – постачальником послуг.
Тищенко Ю.	дія, робота, операція, результат господарської діяльності, комплекс заходів щодо надання отримувачу послуги певного, необхідного для нього блага, яке він може спожити як під час отримання послуги (транспортні послуги, побутове, медичне обслуговування), так і використовувати її результати в майбутньому (консультаційні, інформаційні послуги тощо)
Турецький Ш.	виробництво, яке: пов'язане із забезпеченням нормального користування населенням раніше придбаних промислових товарів
Підхід з позиції відносини між сторонами (постачальниками послуг та споживачами)	
Кулибанова В.	реакція виробника на запити ринку що, як наслідок, має споживчу вартість
Хілл Т.	зміна стану особи або товару, що належать певній економічній одиниці, яка виникає в результаті діяльності іншої економічної одиниці з попередньої згоди першої. Іншими словами, це сукупність робіт, що виконуються для задоволення потреб клієнта і мають певну вартість.

ДОДАТОК Б



Додаток 1

до Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1
"Загальні вимоги до фінансової звітності"Підприємство: ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ
ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "НОВА ПОШТА"

Територія: Київська

Організаційно-правова форма господарювання: Товариство
з обмеженою відповідальністюВид економічної діяльності: інша допоміжна діяльність у
галузі транспорту

Середня кількість працівників: 27819

Адреса, телефон: 03026, м. Київ, Столичне шосе, будинок 103, корпус 1, поверх 9., (0532) 69-62-24

Одиниця виміру: тис. грн. без десяткового знаку (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати
(Звіту про сукупний дохід) (форма N 2), грошові показники якого наводяться в гривнях з
копійками).

Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):

за положеннями (стандартами) бухгалтерського
обліку

за міжнародними стандартами фінансової звітності

Окремий баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31 грудня 2022 р.

V

Дата (рік, місяць, число)	Коди		
	2023	01	01
за ЄДРПОУ	31316718		
за КОАТУУ	8036100000		
за КОПФГ	240		
за КВЕД	52.29		

Форма №1 Код за ДКУД 1801001

Актив	Примітки	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4	5
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи	16	1000	104 440	76 808
первісна вартість		1001	223 320	222 084
накопичена амортизація		1002	(118 880)	(145 276)
Незавершені капітальні інвестиції	17	1005	1 544 921	1 660 949
Основні засоби	15	1010	6 171 683	6 840 742
первісна вартість		1011	8 426 565	10 178 235
знос		1012	(2 254 882)	(3 337 493)
Інвестиційна нерухомість		1015	-	-
первісна вартість інвестиційної нерухомості		1016	-	-
знос інвестиційної нерухомості		1017	-	-
Довгострокові біологічні активи		1020	-	-
первісна вартість довгострокових біологічних активів		1021	-	-
накопичена амортизація довгострокових біологічних активів		1022	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств		1030	-	-
інші фінансові інвестиції	18	1035	314 176	3 564 861
Довгострокова дебіторська заборгованість		1040	-	-
Відстрочені податкові активи	19	1045	142 680	128 083
Гудвіл		1050	-	-
Відстрочені аквізиційні витрати		1060	-	-
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах		1065	-	-
Інші необоротні активи	20	1090	27 591	47 748
Усього за розділом I		1095	8 305 491	12 319 191

Продовження додатку Б



II. Оборотні активи				
Запаси	21	1100	236 988	422 156
Виробничі запаси		1101	224 395	417 390
Незавершене виробництво		1102	-	-
Готова продукція		1103	-	-
Товари		1104	12 593	4 766
Поточні біологічні активи		1110	-	-
Депозити перестрахування		1115	-	-
Векселі одержані		1120	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	22	1125	704 235	968 844
Дебіторська заборгованість за розрахунками за виданими авансами	23	1130	100 979	146 103
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	25	1135	24 360	48 136
у тому числі з податку на прибуток		1136	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів		1140	809 390	588 549
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків		1145	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	24	1155	2 473 319	502 922
Поточні фінансові інвестиції	27	1160	-	73 263
Гроші та їх еквіваленти	26	1165	827 839	673 522
Готівка		1166	72	34
Рахунки в банках		1167	666 911	461 620
Витрати майбутніх періодів	23	1170	15 526	11 952
Частка перестраховика у страхових резервах		1180	-	-
у тому числі в:		1181	-	-
резервах довгострокових зобов'язань		1182	-	-
резервах збитків або резервах належних виплат		1183	-	-
резервах незароблених премій		1184	-	-
інших страхових резервах		1184	-	-
Інші оборотні активи		1190	-	282
Усього за розділом II		1195	5 192 636	3 435 729
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття		1200	-	-
Баланс		1300	13 498 127	15 754 920

Продовження додатку Б



Додаток 1
до Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1
"Загальні вимоги до фінансової звітності"

Дата (рік, місяць, число)		Коди		
		2024	01	01
Підприємство: ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "НОВА ПОШТА"	за ЄДРПОУ	31316718		
Територія: Київська	за КОАТУУ	8036100000		
Організаційно-правова форма господарювання: Товариство з обмеженою відповідальністю	за КОПФГ	240		
Вид економічної діяльності: інша допоміжна діяльність у галузі транспорту	за КВЕД	52.29		

Середня кількість працівників: 26 327

Адреса, телефон: 03026, м. Київ, Столичне шосе, будинок 103, корпус 1, поверх 9., (0532) 69-62-24

Одиниця виміру: тис. грн. без десяткового знаку (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма N 2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками).

Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):
за положеннями (стандартами) бухгалтерського
обліку

за міжнародними стандартами фінансової звітності

Окремий баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31 грудня 2023 р.

V

Форма №1 Код за ДКУД 1801001

Актив	Примітки	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4	5
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи	16	1000	76 808	63 849
первісна вартість		1001	222 084	235 471
накопичена амортизація		1002	(145 276)	(171 622)
Незавершені капітальні інвестиції	17	1005	1 660 949	2 765 733
Основні засоби	15	1010	6 840 742	9 327 238
первісна вартість		1011	10 178 235	13 852 844
знос		1012	(3 337 493)	(4 525 606)
Інвестиційна нерухомість		1015	-	-
первісна вартість інвестиційної нерухомості		1016	-	-
знос інвестиційної нерухомості		1017	-	-
Довгострокові біологічні активи		1020	-	-
первісна вартість довгострокових біологічних активів		1021	-	-
накопичена амортизація довгострокових біологічних активів		1022	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств		1030	-	-
інші фінансові інвестиції	18	1035	3 564 861	6 297 444
Довгострокова дебіторська заборгованість		1040	-	-
Відстрочені податкові активи	19	1045	128 083	157 041
Гудвіл		1050	-	-
Відстрочені аквізиційні витрати		1060	-	-
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах		1065	-	-
Інші необоротні активи	20	1090	47 748	157 949
Усього за розділом I		1095	12 319 191	18 769 254

Продовження додатку Б



II. Оборотні активи				
Запаси	21	1100	422 156	413 811
Виробничі запаси		1101	417 390	391 015
Незавершене виробництво		1102	-	-
Готова продукція		1103	-	-
Товари		1104	4 766	22 796
Поточні біологічні активи		1110	-	-
Депозити перестрахування		1115	-	-
Векселі одержані		1120	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	22	1125	968 844	1 138 305
Дебіторська заборгованість за розрахунками за виданими авансами	23	1130	146 103	160 436
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	25	1135	48 136	53 902
у тому числі з податку на прибуток		1136	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів		1140	588 549	1 302 772
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків		1145	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	24	1155	502 922	155 631
Поточні фінансові інвестиції	27	1160	73 263	3 784
Гроші та їх еквіваленти	26	1165	673 522	1 079 267
Готівка		1166	34	-
Рахунки в банках		1167	461 620	714 068
Витрати майбутніх періодів	23	1170	11 952	24 544
Частка перестраховика у страхових резервах		1180	-	-
у тому числі в:		1181	-	-
резервах довгострокових зобов'язань		1182	-	-
резервах збитків або резервах належних виплат		1183	-	-
резервах незароблених премій		1184	-	-
інших страхових резервах		1184	-	-
Інші оборотні активи		1190	282	-
Усього за розділом II		1195	3 435 729	4 332 452
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття		1200	-	-
Баланс		1300	15 754 920	23 101 706

Продовження додатку Б



Додаток 1
до Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1
"Загальні вимоги до фінансової звітності"

Дата (рік, місяць, число)		Коди		
		2025	01	01
Підприємство: ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "НОВА ПОШТА" Територія: Київська Організаційно-правова форма господарювання: Товариство з обмеженою відповідальністю Вид економічної діяльності: інша допоміжна діяльність у галузі транспорту Середня кількість працівників: 27 509 Адреса, телефон: 03026, м. Київ, Столичне шосе, будинок 103, корпус 1, поверх 9., (0532) 69-62-24 Одиниця виміру: тис. грн. без десяткового знаку (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма N 2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками). Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці): за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку за міжнародними стандартами фінансової звітності	за ЄДРПОУ	31316718		
	за КОАТУУ	8036100000		
	за КОПФГ	240		
	за КВЕД	52.29		

Окремий баланс (Звіт про фінансовий стан) на 31 грудня 2024 р.	
	V

		Форма №1 Код за ДКУД		1801001
Актив	Примітки	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4	5
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи	16	1000	63 849	78 381
первісна вартість		1001	235 471	274 050
накопичена амортизація		1002	(171 622)	(195 669)
Незавершені капітальні інвестиції	17	1005	2 765 733	2 230 261
Основні засоби	15	1010	9 327 238	14 269 099
первісна вартість		1011	13 852 844	20 300 793
знос		1012	(4 525 606)	(6 031 694)
Інвестиційна нерухомість		1015	-	-
первісна вартість інвестиційної нерухомості		1016	-	-
знос інвестиційної нерухомості		1017	-	-
Довгострокові біологічні активи		1020	-	-
первісна вартість довгострокових біологічних активів		1021	-	-
накопичена амортизація довгострокових біологічних активів		1022	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств		1030	-	-
інші фінансові інвестиції	18	1035	6 297 444	7 445 582
Довгострокова дебіторська заборгованість		1040	-	-
Відстрочені податкові активи	19	1045	157 041	224 993
Гудвіл		1050	-	-
Відстрочені аквізиційні витрати		1060	-	-
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах		1065	-	-
Інші необоротні активи	20	1090	157 949	299 960
Усього за розділом I		1095	18 769 254	24 548 276

Кінець додатку Б



II. Оборотні активи				
Запаси	21	1100	413 811	398 124
Виробничі запаси		1101	391 015	374 606
Незавершене виробництво		1102	-	-
Готова продукція		1103	-	-
Товари		1104	22 796	23 518
Поточні біологічні активи		1110	-	-
Депозити перестрахування		1115	-	-
Векселі одержані		1120	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	22	1125	1 138 305	1 640 041
Дебіторська заборгованість за розрахунками за виданими авансами	23	1130	160 436	191 580
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	25	1135	53 902	54 495
у тому числі з податку на прибуток		1136	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів		1140	1 302 772	1 679 191
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків		1145	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	24	1155	155 631	10 615
Поточні фінансові інвестиції	27	1160	3 784	90 032
Гроші та їх еквіваленти	26	1165	1 079 267	2 902 009
Готівка		1166	-	-
Рахунки в банках		1167	714 068	2 774 315
Витрати майбутніх періодів	23	1170	24 544	71 430
Частка перестраховика у страхових резервах		1180	-	-
у тому числі в:				
резервах довгострокових зобов'язань		1181	-	-
резервах збитків або резервах належних виплат		1182	-	-
резервах незароблених премій		1183	-	-
інших страхових резервах		1184	-	-
Інші оборотні активи		1190	-	-
Усього за розділом II		1195	4 332 452	7 037 517
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття		1200	-	-
Баланс		1300	23 101 706	31 585 793

ДОДАТОК В



ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ

Підприємство "НОВА ПОШТА"

(найменування)

Дата (рік, місяць, число)

за ЄДРПОУ

Коди

2023 01 01

31316718

Окремий звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)

За 2022 рік

І. Фінансові результати

Форма N2 Код за ДКУД

1801003

Стаття	Примітки	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4	5
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	5	2000	23 687 034	20 843 502
Чисті зароблені страхові премії		2010	-	-
премії підписані, валова сума		2011	-	-
премії, передані у перестрахування		2012	-	-
зміна резерву незароблених премій, валова сума		2013	-	-
зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій		2014	-	-
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	6	2050	(19 276 532)	(16 441 004)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами		2070	-	-
Валовий:				
прибуток		2090	4 410 502	4 402 498
збиток		2095	-	-
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань		2105	-	-
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів		2110	-	-
зміна інших страхових резервів, валова сума		2111	-	-
зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах		2112	-	-
Інші операційні доходи	7	2120	696 168	202 834
у тому числі:				
дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю		2121	-	-
дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції		2122	-	-
дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування		2123	-	-
Адміністративні витрати	8	2130	(1 673 172)	(1 923 703)
Витрати на збут	9	2150	(439 130)	(561 844)
Інші операційні витрати	10	2180	(463 951)	(508 590)
у тому числі:				
витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю		2181	-	-
витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції		2182	-	-
Фінансовий результат від операційної діяльності:				
прибуток		2190	2 530 417	1 611 195

Продовження додатку В



Стаття	Примітки	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
збиток		2195	-	-
Дохід від участі в капіталі		2200	-	-
Інші фінансові доходи	11	2220	1 138 698	1 814 806
Інші доходи		2240		
у тому числі:				
дохід від благодійної допомоги		2241	-	-
Фінансові витрати	12	2250	(887 690)	(630 813)
Втрати від участі в капіталі		2255	-	-
Інші витрати	13	2270	(391 073)	(255)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті		2275	-	-
Фінансовий результат до оподаткування:				
прибуток		2290	2 390 352	2 794 933
збиток		2295	-	-
(Витрати)/дохід з податку на прибуток	14	2300	(254 392)	(194 613)
Прибуток/(збиток) від припиненої діяльності після оподаткування		2305	-	-
Чистий фінансовий результат:				
прибуток		2350	2 135 960	2 600 320
збиток		2355	-	-

II. Сукупний дохід

Стаття	Примітки	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4	5
Дооцінка/(уцінка) необоротних активів		2400	-	-
Дооцінка/(уцінка) фінансових інструментів		2405	-	-
Накопичені курсові різниці		2410	-	-
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств		2415	-	-
Інший сукупний дохід		2445	-	-
Інший сукупний дохід до оподаткування		2450	-	-
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом		2455	-	-
Інший сукупний дохід після оподаткування		2460	-	-
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)		2465	2 135 960	2 600 320

III. Елементи операційних витрат

Назва статті	Примітки	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4	5
Матеріальні затрати		2500	3 790 551	2 133 966
Витрати на оплату праці		2505	5 345 909	5 742 731
Відрахування на соціальні заходи		2510	1 131 262	1 213 180

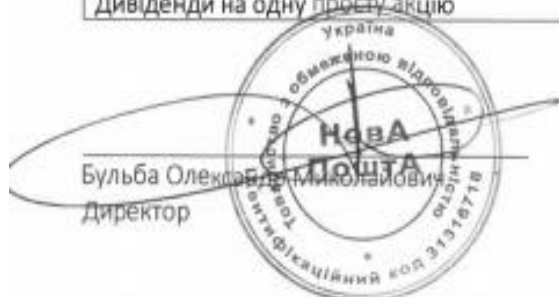
Продовження додатку В



Стаття	Примітки	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Амортизація		2515	1 769 538	1 406 127
Інші операційні витрати		2520	9 815 525	8 939 137
Разом		2550	21 852 785	19 435 141

IV. Розрахунок показників прибутковості акцій

Назва статті	Примітки	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4	5
Середньорічна кількість простих акцій		2600	-	-
Скоригована середньорічна кількість простих акцій		2605	-	-
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію		2610	-	-
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію		2615	-	-
Дивіденди на одну просту акцію		2650	-	-



Шевченко Аліна Іванівна
Головний бухгалтер

Продовження додатку В



ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ

Підприємство "НОВА ПОШТА"

(найменування)

Дата (рік, місяць, число)

за ЄДРПОУ

Коди

2024 01 01

31316718

Окремий звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)

За 2023 рік

I. Фінансові результати

Форма N2 Код за ДКУД

1801003

Стаття	Примітки	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4	5
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	5	2000	36 468 879	23 687 034
Чисті зароблені страхові премії		2010	-	-
премії підписані, валова сума		2011	-	-
премії, передані у перестрахування		2012	-	-
зміна резерву незароблених премій, валова сума		2013	-	-
зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій		2014	-	-
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	6	2050	(28 625 037)	(19 276 532)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами		2070	-	-
Валовий:				
прибуток		2090	7 843 842	4 410 502
збиток		2095	-	-
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань		2105	-	-
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів		2110	-	-
зміна інших страхових резервів, валова сума		2111	-	-
зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах		2112	-	-
Інші операційні доходи	7	2120	581 274	826 191
у тому числі:				
дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю		2121	-	-
дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції		2122	-	-
дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування		2123	-	-
Адміністративні витрати	8	2130	(2 985 829)	(1 673 172)
Витрати на збут	9	2150	(856 282)	(439 130)
Інші операційні витрати	10	2180	(774 662)	(593 974)
у тому числі:				
витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю		2181	-	-
витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції		2182	-	-
Фінансовий результат від операційної діяльності:				
прибуток		2190	3 808 343	2 530 417

Продовження додатку В



Стаття	Примітки	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
збиток		2195	-	-
Дохід від участі в капіталі		2200	-	-
Інші фінансові доходи	11	2220	2 706 514	1 138 698
Інші доходи	13	2240	29 003	-
у тому числі:				
дохід від благодійної допомоги		2241	-	-
Фінансові витрати	12	2250	(1 248 217)	(887 690)
Втрати від участі в капіталі		2255	-	-
Інші витрати	13	2270	(857 468)	(391 073)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті		2275	-	-
Фінансовий результат до оподаткування:				
прибуток		2290	4 438 175	2 390 352
збиток		2295	-	-
(Витрати)/дохід з податку на прибуток	14	2300	(471 019)	(254 392)
Прибуток/(збиток) від припиненої діяльності після оподаткування		2305	-	-
Чистий фінансовий результат:				
прибуток		2350	3 967 156	2 135 960
збиток		2355	-	-

II. Сукупний дохід

Стаття	Примітки	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4	5
Дооцінка/(уцінка) необоротних активів		2400	-	-
Дооцінка/(уцінка) фінансових інструментів		2405	-	-
Накопичені курсові різниці		2410	-	-
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств		2415	-	-
Інший сукупний дохід		2445	-	-
Інший сукупний дохід до оподаткування		2450	-	-
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом		2455	-	-
Інший сукупний дохід після оподаткування		2460	-	-
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)		2465	3 967 156	2 135 960

Продовження додатку В



III. Елементи операційних витрат

Назва статті	Примітки	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4	5
Матеріальні затрати		2500	3 522 561	3 790 551
Витрати на оплату праці		2505	8 491 614	5 345 909
Відрахування на соціальні заходи		2510	1 724 662	1 131 262
Амортизація		2515	2 317 382	1 769 538
Інші операційні витрати		2520	17 185 591	9 945 548
Разом		2550	33 241 810	21 982 808

IV. Розрахунок показників прибутковості акцій

Назва статті	Примітки	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4	5
Середньорічна кількість простих акцій		2600	-	-
Скоригована середньорічна кількість простих акцій		2605	-	-
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію		2610	-	-
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію		2615	-	-
Дивіденди на одну просту акцію		2650	-	-


 Тафійчук Євген Олександрович
 Директор операційний


 Шевченко Аліна Іванівна
 Головний бухгалтер

Продовження додатку В



ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ
Підприємство "НОВА ПОШТА" _____ Дата (рік, місяць, число)
(найменування) _____ за ЄДРПОУ

Коди		
2025	01	01
31316718		

Окремий звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
За 2024 рік

І. Фінансові результати
Форма N2 Код за ДКУД 1801003

Стаття	Примітки	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4	5
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	5	2000	44 779 857	36 468 879
Чисті зароблені страхові премії		2010	-	-
премії підписані, валова сума		2011	-	-
премії, передані у перестраховування		2012	-	-
зміна резерву незароблених премій, валова сума		2013	-	-
зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій		2014	-	-
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	6	2050	(35 284 709)	(28 625 037)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами		2070	-	-
Валовий:				
прибуток		2090	9 495 148	7 843 842
збиток		2095	-	-
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань		2105	-	-
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів		2110	-	-
зміна інших страхових резервів, валова сума		2111	-	-
зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах		2112	-	-
Інші операційні доходи	7	2120	785 654	581 274
у тому числі:				
дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю		2121	-	-
дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції		2122	-	-
дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування		2123	-	-
Адміністративні витрати	8	2130	(4 209 338)	(2 985 829)
Витрати на збут	9	2150	(908 227)	(856 282)
Інші операційні витрати	10	2180	(755 247)	(774 662)
у тому числі:				
витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю		2181	-	-
витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції		2182	-	-
Фінансовий результат від операційної діяльності:				
прибуток		2190	4 407 990	3 808 343

Продовження додатку В



Стаття	Примітки	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
збиток		2195	-	-
Дохід від участі в капіталі		2200	-	-
Інші фінансові доходи	11	2220	2 953 039	2 706 514
Інші доходи		2240	-	29 003
у тому числі:				
дохід від благодійної допомоги		2241	-	-
Фінансові витрати	12	2250	(2 034 444)	(1 248 217)
Втрати від участі в капіталі		2255	-	-
Інші витрати	13	2270	(2 489 948)	(857 468)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті		2275	-	-
Фінансовий результат до оподаткування:				
прибуток		2290	2 836 637	4 438 175
збиток		2295	-	-
(Витрати)/дохід з податку на прибуток	14	2300	(336 306)	(471 019)
Прибуток/(збиток) від припиненої діяльності після оподаткування		2305	-	-
Чистий фінансовий результат:				
прибуток		2350	2 500 331	3 967 156
збиток		2355	-	-

II. Сукупний дохід

Стаття	Примітки	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4	5
Дооцінка/(уцінка) необоротних активів		2400	-	-
Дооцінка/(уцінка) фінансових інструментів		2405	-	-
Накопичені курсові різниці		2410	-	-
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств		2415	-	-
Інший сукупний дохід		2445	-	-
Інший сукупний дохід до оподаткування		2450	-	-
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом		2455	-	-
Інший сукупний дохід після оподаткування		2460	-	-
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)		2465	2 500 331	3 967 156

Кінець додатку В



III. Елементи операційних витрат

Назва статті	Примітки	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4	5
Матеріальні затрати		2500	2 647 314	3 522 561
Витрати на оплату праці		2505	10 085 098	8 491 614
Відрахування на соціальні заходи		2510	2 036 899	1 724 662
Амортизація		2515	2 983 431	2 317 382
Інші операційні витрати		2520	23 404 779	17 185 591
Разом		2550	41 157 521	33 241 810

IV. Розрахунок показників прибутковості акцій

Назва статті	Примітки	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4	5
Середньорічна кількість простих акцій		2600	-	-
Скоригована середньорічна кількість простих акцій		2605	-	-
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію		2610	-	-
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію		2615	-	-
Дивіденди на одну просту акцію		2650	-	-

Бульба Олександр Миколайович
Директор



Шевченко Анна Іванівна
Головний бухгалтер

