

into account the specialization of regions in one or a few main industries, levels of urbanization of these regions. Five types of regions were identified: two types with a high share of municipal waste, regions with a predominance of industrial waste, and two types of industrial-agrarian regions where waste of different types is generated with a significant share of agricultural waste. Regions of the same type are typically characterized by the similarity of waste management issues. These can be both traditional problems of accumulating large quantities of waste in landfills, as well as new challenges related to population migration, the formation of new administrative units (united territorial communities), which change the functioning of the current system of waste management. Significant differences in the main waste management indicators for different types require the use of similar (typical) approaches to the development of regional strategies and regional waste management plans.

**Keywords:** waste, sustainable development, circular economy, waste management efficiency, typification.

Е. Кононенко, канд. екон. наук, доц.,

В. Молодыка, магистр

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, Україна

## ТИПИЗАЦІЯ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ ПО ВОЗМОЖНОСТЯМ УСТОЙЧИВОГО УПРАВЛІННЯ ОТХОДАМИ

Устойчивое управление отходами является актуальной задачей как для современной науки, так и для управленческой практики. Поиск эффективных механизмов управления в рамках данного исследования осуществлен в соответствии с концепцией устойчивого развития и циркулярной экономики. Переход к модели устойчивого управления отходами рассматривается как поступательный процесс роста доли отходов производства и потребления, которая возвращается в производственный цикл. В связи с этим, оценка устойчивого управления отходами в регионах должна включать индикаторы динамики по основным составляющим управления отходами. Методика данного исследования основывается на нормализации показателей устойчивого управления отходами, которые были проанализированы по состоянию на определенный момент времени, а также в динамике. Было проведено группировку регионов страны по эффективности управления отходами. Выделенные четыре группы регионов имеют четко выраженную территориальную привязку, общие черты производственного профиля и структуры образования отходов. Типизация регионов Украины разработана на основе группировки, а также с учетом специализации регионов в общенациональном разделении труда, уровней урбанизации регионов. Было выделено пять типов регионов: два типа с высокой долей бытовых отходов, регионы с преобладанием промышленных отходов и два типа индустриально-аграрных регионов, имеющих смешанную структуру отходов, с существенной долей отходов сельского хозяйства. Для регионов одного типа, как правило, характерно сходство проблем по обращению с отходами. Это могут быть как традиционные проблемы накопления большого количества отходов в местах их хранения и захоронения, так и новые вызовы, связанные с миграцией населения, образованием новых административных единиц (объединенных территориальных общин), которые вносят изменения в функционирование действующей системы обращения с отходами. Существенные различия по основным показателям обращения с отходами для различных типов требуют использования подобных (типовых) подходов к разработке региональных стратегий и региональных планов управления отходами.

**Ключевые слова:** отходы, устойчивое развитие, циркулярная экономика, эффективность управления отходами, типизация.

<http://doi.org/10.17721/1728-2721.2019.75.6>  
УДК 911.3

В. Запотоцька, канд. геогр. наук, асист.,  
Л. Риндіч, магистр

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, Україна

## ГЕОГРАФІЧНІ ЗАСАДИ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЙ НОВА ПОШТА ТА УКРПОШТА У СФЕРІ ЛОГІСТИЧНОГО СЕРВІСУ НА ПРИКЛАДІ ГОЛОСІЇВСЬКОГО РАЙОНУ МІСТА КИЄВА

У дослідженні розглянуто теоретичні аспекти логістичної діяльності та логістичного сервісу, з'ясована сутність логістики сервісу та чинники її формування. Виявлено, що визначальними чинниками розвитку логістичного сервісу є концентрація населення в межах району, розвинена транспортна інфраструктура, густина шляхів сполучення, а також сформовані економічні зв'язки між учасниками логістичного процесу, що зумовлюють потребу у наданні якісного сервісу. Досліджено особливості діяльності двох великих логістичних компаній – приватної компанії "Нова пошта" та державного підприємства "Укрпошта" в межах Голосіївського району міста Києва. Виявлено, що рівень розвитку компанії прямо залежить від сервісного аспекту її діяльності, націленості на зручність розташування відділень у ліній доступності користувачів. У роботі окреслені основні напрями роботи логістичних компаній та виконано порівняльний аналіз їх діяльності. Встановлено, що в Голосіївському районі міста Києва кількість відділень "Нова пошта" перевищує більш ніж у 2 рази кількість відділень "Укрпошти". Оцінено показники територіальної концентрації та доступності відділень досліджуваних компаній. Проведене соціологічне опитування серед населення та гостей Голосіївського району щодо сервісу компаній "Нова Пошта" та "Укрпошта" за основними показниками: рівня довіри, зручності в користуванні, якості обслуговування, вартості послуг та широти спектру надаваних послуг. Аналіз виявив, що до приватної компанії "Нова пошта" населення відчуває більший рівень довіри, ніж до державного підприємства "Укрпошта". Дослідження виявило, що населення більш прихильно відноситься до компанії "Нова пошта" та високо оцінює надаваний нею спектр та якість послуг, зручність розташування відділень. За отриманими результатами, компанія "Нова пошта" займає лідируючі позиції у сфері надання транспортно-складських послуг, що зумовлено направленістю політики підприємства на надання широкого сервісного спектру споживачам та максимальне задоволення їх потреб за оптимальною ціною.

**Ключові слова:** логістична діяльність, логістичний сервіс, територіальна концентрація, доступність, Голосіївський район.

**Вступ. Постановка проблеми дослідження.** Розвиток логістичної системи виступає одним із пріоритетних напрямків діяльності в господарстві, оскільки забезпечує взаємодію всіх елементів логістичної діяльності, як в організаційному, так і технологічному планах. Розвинена логістична система країни підвищує її конкурентоспроможність на внутрішньому та міжнародному ринку загальної логістичних та сервісних логістичних послуг. На сучасному етапі розвитку логістики все більша роль відводиться логістичній сервісній діяльності, що виступає

однією з базових управлінських технологій. Нинішній ринок логістичних послуг – це ринок покупця, у зв'язку з чим система управління сервісними потоками виступає головним напрямком розвитку логістичних компаній і визначає її конкурентоспроможність на міжнародному та внутрішньому рівні. Київ має одну з найрозвиненіших логістичних систем у країні, оскільки є центром поєднання міжнародних та національних транспортних коридорів, а також ядром притягання матеріальних, фінансових, інформаційних потоків. Розвитку логістичної системи у столиці

також сприяє удосконалення системи логістики сервісу. Важливими логістичними центрами, що функціонують у столиці є компанії "Нова пошта" та "Укрпошта". Для збереження конкурентоспроможності в постійно динамічній логістичній системі міста, підприємство "Нова пошта" намагається максимально задовольнити вимоги споживачів, що спостерігається у трьох основних аспектах: розвиненій мережі відділень, зручності в користуванні та швидкості обробки замовлень. У сучасних процесах розширення та підвищення зв'язності міста важливого значення набуває доступність відділень логістичних компаній для споживачів, що характеризує одне із основних завдань сервісної логістики – підвищення попиту на пропонований товар за рахунок обслуговування споживачів та надання всього спектру підтримки під час проведення логістичних операцій. Унаслідок високого рівня конкуренції, що формується компанією "Нова Пошта", підприємство "Укрпошта" значно відстає в обсягах замовлень та доступності відділень. Це визначає актуальність перш за все сервісного аспекту в діяльності логістичного підприємства, розширенні сітки центрів обслуговування споживачів та підвищенні якості обслуговування.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженням логістики та логістичного сервісу як управлінської категорії займалися ряд вітчизняних та зарубіжних вчених. В українській науковій літературі переважно окреслюються теоретичні аспекти загальної логістичної діяльності підприємств, визначаються чинники її формування та роль у розвитку регіонів. Дослідження літератури з усіх структурних елементів логістики допомагає більш ґрунтовно підійти до окремого питання значення сервісу в логістиці. Так, у праці "Транспортно-логістичні системи підприємств: формування та функціонування", авторів В. Перебийніс та О. Перебийніс, окреслені основні теоретико-методологічні особливості діяльності логістичних систем на підприємствах. У праці зокрема особлива роль відводиться поняттю транспортної ефективності, що нерозривно пов'язане з логістичним сервісом, так як є важливим чинником розвитку надання послуг [10]. Важливим елементом логістичної діяльності на підприємствах виступає управління запасами. Даній тематиці присвячена праця В. Перебийніса та Я. Дроботя "Логістичне управління запасами на підприємствах", у якій розкриваються шляхи оптимізації управління запасами та матеріальними ресурсами на підприємствах [11]. Дослідженням аспектів сервісної логістики займався М. Григорак, у працях якого широко висвітлюється інноваційна база розвитку логістики та її сервісної складової. Зокрема вчений висловлює думку про інтелектуалізацію логістики, за рахунок чого відбувається перехід від традиційної до новітньої логістики та налагодження сервісних потоків [1].

Важливого значення має питання вдосконалення управління матеріальними потоками у промисловості, що тісно взаємопов'язані з сервісними потоками. Даному питанню присвячена праця під редакцією Є. Крикавського "Матеріальні потоки в логістиці промислового підприємства". У праці автори підійшли до розкриття досить вузького, проте важливого питання: яким чином обрати оптимальну стратегію в логістиці виробництва та постачання на промисловому підприємстві задля підвищення його ефективності [2]. М. Окландер досліджував питання адаптації підприємств до зовнішнього середовища за рахунок логістики, механізмів логістичної діяльності та сервісної взаємодії на підприємстві. Результати дослідження висвітлені у праці "Логістична система підприємства". Слід зауважити, що у праці окремий розділ присвячено методології логістичного підходу, що є передумовою впровадження нових інформаційних систем на підприєм-

стві [3]. Дослідження українських вчених також направлені на питання ролі логістичної діяльності в розвитку регіонів. Так, наприклад, питанню інноваційного розвитку регіону за рахунок удосконалення логістичних механізмів присвячено праці О. Паланта. Зокрема в роботі "Логістика транспортного комплексу регіону (перспективи інвестування та інноваційного розвитку)" широко розкривається сутність логістики як об'єкту для інвестицій у регіоні, унаслідок чого підвищується його конкурентоспроможність [9]. Питанням інтеграційних процесів в транспортно-логістичному комплексі регіонів займався В. Павлов [8]. Увагу вітчизняні вчені також приділяють дослідженню проблематики розвитку ринку логістичних послуг України. Зокрема дана тема розкривається в праці І. Смирнова "Логістика: просторово-територіальний вимір". Слід зауважити, що в праці також розкривається сутність екологічної складової логістики, що є важливим задля досягнення цілей збалансованого розвитку регіонів [13]. На сучасному етапі розвитку країни важливим є дослідження міжнародної логістики, чому присвячена спільна праця І. Смирнова та Я. Олійника "Міжнародна логістика". У праці ґрунтовно представлений доробок знань щодо історії та концепцій логістики та широко висвітлені питання інформаційного, геопросторового, митного, правового та геоінформаційного аспекту міжнародної логістики. Слід зазначити, що для розвитку логістики міжнародного рівня особливого значення набуває управління сервісними потоками, що також широко висвітлюється у працях вчених [4]. Я. Шевчук займався дослідженням автотранспортної логістичної інфраструктури. Зокрема у праці "Автотранспортна логістика: теорія і методи сучасних регіональних досліджень" дається прогноз щодо розвитку логістичної інфраструктури за регіонами України, висвітлені перспективи розвитку автотранспортної логістики та її окремих елементів у країні [16]. Питанням важливості логістичного сервісу займалася Н. Чухрай. У її праці "Логістичне обслуговування" представлені основні методологічні та теоретичні положення з логістики сервісу як структурного елементу логістичної системи [15].

Теоретичні і практичні засади логістичної діяльності досліджені у працях зарубіжних вчених: Christopher M. Logistics and supply chain management [20], Gassin T. Logistics and transport management [22], Klaus P. Towards a science of logistics [26], Stefansson G. Collaborative logistics management and the role of third-party service providers [29], Bake J., Pessoa M., Becker J. Service chain logistics management for increasing equipment uptime [17]. У працях зарубіжних вчених особлива увага приділяється менеджменту логістичної діяльності, оскільки ефективна система управління та раціональна організація процесів сервісного обслуговування є основою її розвитку. У дослідженнях перевага надається плануванню управління логістичними процесами та прогнозуванню наслідків від управлінських дій щодо логістичної сфери.

Питанню сервісної логістики присвячуються праці багатьох європейських вчених. Так, спільна праця німецьких вчених Busse C. та Wallenberg C. Innovation management of logistics service providers: foundations, review, and research agenda присвячена питанню оптимального вибору постачальників як підґрунтя для розвитку логістичного сервісу. У праці також розглядається інноваційний аспект сервісного елементу логістики [19]. Поглиблюють вивчення сервісу в логістиці та визначають основоположний аспект якості обслуговування також німецькі вчені Kersten W. і Koch J. У праці The effect of quality management on the service quality and business success of logistics service providers вчені, на прикладі діяльності німецьких логістичних компаній, встановлюють причинно-наслідкові зв'язки між якістю обслуговування та успіхом логістичного підприємства. У праці широко висвітлений аспект важливості направленості управління

компанії на якість обслуговування споживачів та партнерів, оскільки в останні роки успішними логістичними компаніями є ті підприємства, які віддають перевагу на вдосконалення якості обслуговування [25]. Подібна тематика, але на прикладі якості обслуговування у фінських логістичних компаніях, розкривається в праці вчених Jуга J., Juntunen J. та Juntunen M. Impact of service quality, image and relational aspects on satisfaction and loyalty in logistics outsourcing relationships. У роботі також, окрім аспекту якості обслуговування, висвітлено питання аутсорсингу, вибору постачальників та взаємозв'язків між структурними елементами логістичної системи підприємства, що визначає його роль на загальному ринку логістичних послуг [23]. Особливостям якості обслуговування аутсорсингових логістичних компаній присвячена праця вченого Wallenburg C. Innovation in logistics outsourcing relationships: proactive improvement by logistics service providers as a driver of customer loyalty [30]. Питанню важливості та значення обслуговування клієнтів у логістиці присвячена спільна праця польських вчених Barcik R. та Jakubiec M. The significance of customer service in logistics. У роботі визначаються основні елементи процесу обслуговування споживачів, а також окреслені його характеристики. Слід зауважити, що праця містить не тільки теоретичний, а й прикладний характер, оскільки має рекомендації для керівників логістичних компаній щодо підвищення сервісного рівня підприємства та максимального задоволення потреб споживачів [18]. Спільна праця вчених Kampf R., Lizbetinova L. та Tislerova K. Management of customer service in terms of logistics information systems є надзвичайно цікавою, оскільки в ній висвітлено питання удосконалення сервісу за рахунок підвищення доступності логістичних послуг. У роботі, на прикладі діяльності онлайн-сервісів, досліджено питання якості логістичних послуг для споживачів [24]. Дослідженню кореляції між задоволеністю та лояльністю клієнтів до компанії та часткою підприємства на загальному ринку логістичних послуг присвячена праця американських вчених Stank T., Goldsby T. та Vickery S. Logistics service performance: estimating its influence on market share [28]. У праці вчених Leuschner R. та Lambert D. Establishing logistics service strategies that increase sales пропонуються стратегії щодо покращення якості обслуговування споживачів, за рахунок чого зростає прибуток компанії. У роботі підкреслюється, що більшість логістичних компаній політику щодо задоволеності споживачів направляють на зменшення сукупних витрат клієнтів, проте важливим, на думку вчених, є збільшення ефективності логістичного підприємства та покращення його сервісного аспекту [27]. Важливість аспектів сервісної логістики розглядається також у спільній праці вчених Gajewska T., Evangelos G. Importance of logistics services attributes influencing customer satisfaction [21].

Звичайно, наукових досліджень у сфері загальної логістики та сервісної логістики набагато більше, що спричинено важливістю розвитку логістичної системи для господарства будь-якої країни. Розвиток сервісної логістики спричиняє необхідність у майбутніх наукових дослідженнях та написанні праць з даної теми.

**Мета і завдання.** Метою нашого дослідження є визначення теоретичних і прикладних аспектів логістичної діяльності та логістичного сервісу на прикладі двох логістичних підприємств "Нова Пошта" та "Укрпошта" в межах Голосіївського району міста Києва, обґрунтування рекомендацій щодо удосконалення інструментарію функціонування сервісної діяльності. Відповідно до мети дослідження були поставлені наступні завдання:

- дослідити сутність та чинники формування логістичної діяльності та логістичного сервісу;

- провести аналіз функціонування сфери логістичного сервісу на прикладі двох потужних логістичних центрів "Нова Пошта" та "Укрпошта" в межах Голосіївського району міста Києва;

- окреслити проблеми та перспективи розвитку сервісного аспекту в управлінні логістикою;

- сформулювати основні рекомендації щодо удосконалення процесів управління логістичною діяльністю досліджуваних логістичних компаній.

**Методика дослідження.** Під час дослідження використовувалися як загальнонаукові, так і спеціальні методи. Серед загальнонаукових можна виокремити методи аналізу та синтезу, літературний, статистичний, математичний. Були використані наступні спеціальні методи: кейсів, системно-структурний аналіз, анкетування, картографічний. Метод аналізу та синтезу є одним із базових і полягає у розгляді об'єкту з погляду різних його структурних частин та взаємозалежності одних об'єктів з іншими. Досліджуючи логістику, ми, у першу чергу, розглядаємо її окремі елементи (транспорт, склад, матеріальний потік тощо) та визначаємо, яким чином ці елементи взаємопов'язані між собою. На всіх етапах дослідження широко використовувався літературний метод, що полягає в дослідженні джерел вітчизняних та зарубіжних авторів, інформації з електронних ресурсів. У роботі використовувався статистичний метод. За допомогою статистичного методу, досліджуючи кількісні характеристики певного явища, ми можемо визначити його прогрес чи регрес у часі. Для дослідження логістичної діяльності статистичний метод є важливим, оскільки, порівнюючи зміну кількісних показників у часі, можна визначити вектори загального розвитку логістики на майбутнє. Для визначення показників територіальної концентрації (локалізації) відділень досліджуваних підприємств у статті використовується математичний метод, що дозволяє порівняти об'єкти і виявити важливий показник, що характеризує їх діяльність. Коефіцієнт був розрахований за наступною формулою:

$$L_j = \frac{D_j}{d_j} * 100, \text{ де:}$$

$L_j$  – коефіцієнт територіальної локалізації;  $D_j$  – % відділень досліджуваної компанії в районі від загальної кількості відділень у місті;  $d_j$  – % кількості населення в районі від загальної чисельності населення в місті.

Під час роботи використовувався метод кейсів, що полягає у виокремленні ситуації та повного її розгляду, визначення проблематики та рішень. Для дослідження логістичної діяльності широко використовується системно-структурний аналіз. Логістика розглядається як множина система, де окремі елементи взаємодіють між собою. Тобто розглядаючи логістику як систему, ми досліджуємо її окремі елементи через призму його впливу на іншу структурну одиницю. Досліджуючи логістичні підприємства, які тісно взаємодіють з населенням, важливим є метод анкетування, за допомогою якого можна визначити наявні переваги та проблеми тієї чи іншої компанії.

Думка населення є вкрай важливою для дослідження, що несе в собі будь-який соціологічний характер. Сучасний світ – це світ, зручний для кожної окремої людини, тому вдосконалення логістичного сервісу, враховуючи думку населення, призведе тільки до покращення та максимальної інтеграції логістики в різні сфери господарської діяльності суспільства. Дана стаття присвячена дослідженню логістичного сервісу на прикладі двох логістичних компаній, тому було проведено соціологічне опитування серед користувачів послугами підприємств "Нова Пошта" та "Укрпошта". Опитування було проведено серед 100 жителів та гостей працездатного віку у Голосіївському районі міста Києва. Для опитування ви-

користувалися як загальні питання (наприклад, як часто опитуваний користується послугами компанії), так і конкретні питання, що стосуються сервісу досліджуваних компаній. Так, населення давало оцінку за 10-бальною шкалою основним характеристикам, за якими можна зробити висновок щодо діяльності компанії та націленості їх на споживача, а саме: зручність розташування відділень, спектр послуг, що надаються у відділеннях, рівень задоволеності платою за послуги, якість обслуговування у відділеннях. Давши оцінку різним параметрам діяльності компанії, населення виставило загальну оцінку рівня довіри до кожної компанії. Аналіз отриманих відповідей був виконаний за допомогою методу box-and-whiskers plot. Даний метод дозволяє комплексно оцінити середні бали, отримані компаніями, що розраховуються за медіаною, вищі та нижчі показники по кожному із параметрів, а також узгодженість відповідей серед респондентів. Слід зауважити, що для дослідження важливість мають саме середні бали, отримані за медіаною, а не середнім квадратичним значенням. Також для соціологічного опитування важливим показником є висока узгодженість відповідей серед респондентів, оскільки низька узгодженість серед відповідей опитаного населення є показником того, що респонденти не орієнтуються в окремому питанні і виставляє оцінку навмання.

Для дослідження різних географічних процесів, у тому числі особливостей просторового розташування об'єктів логістичної інфраструктури, важливим є картографічний метод, за допомогою якого можливо визначити диференціацію у розвитку території та наочно зобразити її.

**Виклад основного матеріалу.** Логістична діяльність є однією із пріоритетних напрямків розвитку господарської діяльності. У сьогоденні, у розвитку логістики одним із важливих аспектів виступає поняття логістичного сервісу. Слід виокремити визначення логістичного сервісу, що подається європейськими та вітчизняними вченими. За визначенням, що часто подається в європейських виданнях, логістичний сервіс – це один із найбільш значущих процесів в організації логістичної діяльності, визначається як управлінська діяльність, що направлена на задоволення індивідуальних потреб кожного споживача. Процес комплексного логістичного сервісу при цьому включає доставку, допродажне та післяпродажне обслуговування споживачів, супровідне обслуговування, фулфітмент тощо. У вітчизняній літературі під логістичним сервісом розуміють сукупність нематеріальних операцій у сфері логістики, що забезпечують максимальне задоволення попиту споживачів. Це відбувається як за рахунок управління логістичними потоками – матеріальними, інформаційними, фінансовими, так і за рахунок визначення найбільш ефективних та оптимальних витрат. Як бачимо, визначення досить схожі, проте в європейських виданнях особливого значення надається потребам кожного окремого споживача та індивідуалізація замовлень.

Сучасне логістичне підприємство, у першу чергу, орієнтується на задоволення всіх потреб кінцевого споживача, а в нинішніх умовах конкуренції лідируючі позиції на ринку займає та компанія, яка надає максимальний рівень сервісу та якості обслуговування за комфортною ціною. Поняття логістичного сервісу нерозривно пов'язане з категорією "послуги", що являє собою нематеріальну дію, що надається споживачу задля задоволення його потреб. Дуже часто поняття послуги фактично супроводжує матеріальний товар.

Слід зауважити, що вивченням аспекту логістичного сервісу була присвячена діяльність американських учених ще на початку 21 століття. Так, було досліджено, що компанії, які віддають велике значення у своїй діяльності покращенню рівня сервісу, мають вищу частку на ринку серед логістичних компаній. Це, у першу чергу, пов'язане

зі зростанням ролі конкуренції серед логістичних компаній [27]. Саме цей фактор пояснює своєрідний феномен компанії "Нова пошта" в Україні. У той час, коли підприємство "Укрпошта" була монополістом доставки в Україні, значення сервісу та індивідуального підходу до споживача була мінімальною, а компанія фактично диктувала власні умови доставки та обслуговування, незалежно від думки споживачів. Пізніше з'являється конкуруюча компанія "Нова пошта", що основну увагу у своїй діяльності концентрує саме на зручності у користуванні серед споживачів, і яка за рахунок цього виграє. Компанія "Нова пошта" – це приклад того, як змінюються загальне ведення господарської діяльності у світі та логістиці зокрема: перемагає той, що надає високий рівень сервісу за оптимальною ціною. Далі, на прикладі розвитку компаній в окремому районі міста Києва та соціологічного опитування, спробуємо дослідити фактори розвитку логістичних компаній за рахунок покращення рівня обслуговування.

Загалом сучасна логістична діяльність та логістичний сервіс у Києві сформувався під впливом ряду чинників. Так, до чинників формування логістичної діяльності можна віднести природні, суспільно-географічні та економічні чинники. Природний чинник формування логістики пов'язаний із природними умовами, у яких розташований Київ. Так, наприклад, клімат, у якому знаходиться місто, є сприятливим для розвитку логістичної інфраструктури. За рахунок того, що клімат є помірно континентальним та м'яким, експлуатація доріг полегшується, а це у свою чергу зменшує фінансування на їх утримання. При цьому поверхня столиці являє собою неоднорідну рівнину із нахилом до Дніпра. У логістичній діяльності навіть незначний похил поверхні збільшує витрати на логістичну інфраструктуру, зокрема будівництво доріг. Унаслідок такої неоднорідності збільшується обсяг земляних робіт і вартість будівництва елементів логістичної інфраструктури, а також зменшує можливість відкриття логістичних сервісних центрів у місцях із великою концентрацією населення, проте важкими умовами будівництва [5]. На формування логістичної сервісної діяльності важливий вплив мають суспільно-географічні чинники. Сформована транспортна мережа міста, її видова структура, густина шляхів сполучення, як у цілому так і окремих видів, проходження основних магістралей визначена галузевою структурою господарства, його виробничою спеціалізацією, територіальною організацією, густотою населених пунктів, природними умовами, а також економіко-географічним положенням [14]. Економічні чинники в логістичній сервісній діяльності – це сукупність економічних зв'язків, що мають відношення до самої логістичної системи і визначають можливості логістичної системи здійснювати процеси постачання, підтримки виробництва, розподілу, а логістичних фірм в цілому – ефективно функціонувати на ринку. Такі показники як стан банківської, бюджетної, податкової, кредитно-фінансової систем, рівень доходів населення, ступінь ділової активності суб'єктів господарювання, політика у сфері ціноутворення значною мірою впливають на ефективність функціонування логістичної системи [12].

Оцінка логістичної діяльності та сервісної логістики крупних логістичних підприємств "Нова пошта" та "Укрпошта" була проведена на прикладі Голосіївського району міста Києва. Для початку окреслимо основні характеристики та види діяльності досліджуваних підприємств.

"Нова пошта" – це заснована у 2001 році українська компанія, що забезпечує сервіс експрес-доставки документів, вантажів і посилок для фізичних осіб та бізнесу. Мережа "Нова пошта" складається з 5248 відділень (станом на 2019 рік) та 42 сортувально-перевантажувальних терміналів. Слід зауважити, що станом на 2010 рік кількість відділень складала лише 139 і менше ніж за 10 ро-

ків компанія вийшла в лідери серед логістичних компаній, що надають послуги населенню та бізнесу. Мережа "Нова пошта" охоплює більше 1000 міст та сіл і з кожним роком ця цифра збільшується. Лідерами серед регіонів України за кількістю відділень "Нова пошта" є Київська та Дніпропетровська області. Слід зауважити, що крім доставки у відділення, компанія здійснює адресну доставку у більш ніж 28 000 населених пунктів. За кількістю відділень серед міст України лідирує Київ – у столиці розташовано понад 300 відділень компанії. У 2010 році кількість відправлень компанії склала до 1 млн штук, на 2017 рік цифра вже зросла до 145, 8 млн відправлень. Вартість доставки залежить від ваги та предмету відправлення. Так відправлення посылки вагою до 2 кг у межах України складає 50-60 грн. Окрім відправки та отримання посилок та вантажів, "Нова пошта" пропонує ряд додаткових послуг: пакування, зберігання, переадресування, зворотна доставка документів, підйом на поверх, грошовий переказ, пункт передачі, зміна даних в експрес-накладній, sms-трекінг, доставка у вихідний день, доставка в часові інтервали та грошовий переказ "Миттєвий". "Нова пошта" пропонує ряд спеціальних та додаткових логістичних послуг для корпоративних клієнтів, що враховують специфіку кожного замовлення. Наприклад, "Нова пошта" пропонує доставку товарів у мережевий ритейл. При цьому компанія бере на себе зобов'язання повного збереження вантажів та доставку вантажів в заявлені терміни. Однією із важливих логістичних послуг, що пропонує "Нова пошта" є фулфітмент – комплекс складських послуг, що забезпечує обробку замовлень. У межах фулфітменту "Нова пошта" виконує прийом товару на склад, комплектацію замовлень, оформлення супровідної документації, пакування та маркування замовлень та передачу замовлень на доставку. Також компанією пропонується ряд додаткових послуг: обробка повернень та паспортизація товару. У власності "Нова пошта" 2 фулфітмент-центри загальною площею 27000 м<sup>2</sup>. На складах автоматизована система управління WMS, що сприяє ефективній обробці замовлень у найкоротші терміни, а також відстеження статусу, інтеграції з системою клієнта та формування звітності. У 2014 році "Нова пошта" вийшла на міжнародні ринки, відкривши представництва у Молдові та Грузії. Уже за рік, восени 2015-го, компанія запустила послугу міжнародної доставки у 200 країн світу. "Нова Пошта Інтернешнл" також надає послуги міжнародної експрес-доставки для бізнес-клієнтів. У рамках міжнародної доставки компанія пропонує послуги швидкої доставки посилок вагою до 30 кг в Європу та з Європи. Доступною є доставка вантажів в Європу та з Європи, які розміщені на піддонах вагою до 1000 кг та висотою до 200 см на одне вантажне місце. Слід зауважити, що компанія пильно слідкує за збереженням товарів, що доставляються, та термінами доставки. Так підприємство зазначає, що за останніми даними частка доставленого вантажу без пошкоджень складає 99,93 %; частка вантажу без втрат – 99,993 %; частка посилок, що своєчасно надійшли до відділень – 97,85%; частка посилок, що своєчасно надійшли до дверей – 93,87 % [7].

Публічне акціонерне товариство "Укрпошта" входить до сфери управління Міністерства інфраструктури України та є національним оператором поштового зв'язку України. У 2015 році підприємство "Укрпошта" доставило 200,9 млн одиниць письмової кореспонденції, 15,4 млн посилок, 2,6 млн відправлень з оголошеною цінністю, 11,1 млн. переказів та понад 74 млн пенсій та грошових допомог. Відділення "Укрпошти" розташовані у більшості міст, селищах міського типу та селах України саме за рахунок необхідності відправлення кореспонденції та пенсій. У місті Києві розташовано понад 150 відділень "Укрпошта". Тобто кількість відділень "Нова пошта"

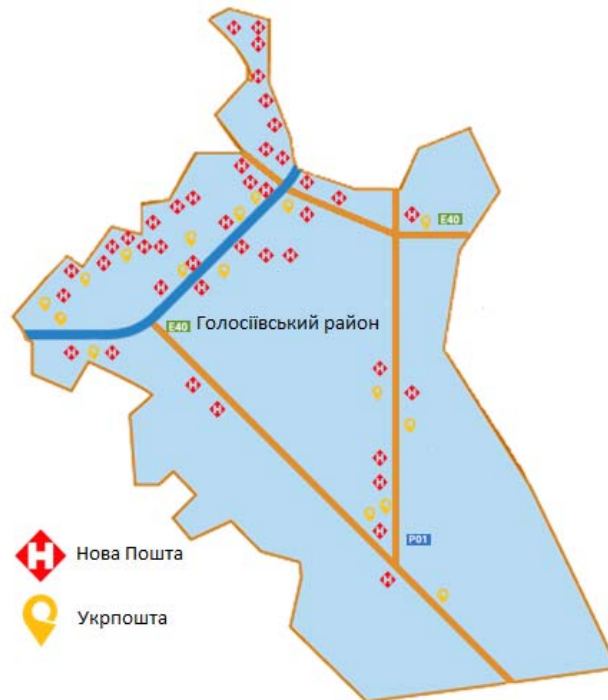
у столиці більш ніж в два рази перевищує кількість відділень "Укрпошта". Компанія пропонує ряд послуг для користувачів, що поділяються на три групи – "Укрпошта Стандарт", "Укрпошта Експрес" та "Укрпошта Smartbox". "Укрпошта Стандарт" – внутрішнє реєстроване відправлення з вкладенням паперів, документів або інших предметів (до 30 кг), оцінка вартості яких визначається відправником. Відправлення "Укрпошта Стандарт" пересилаються на всій території України. Строки пересилання відправлень "Укрпошта Стандарт" складають: до 3 днів у межах обласного центру, до 4 днів у межах області та між обласними центрами, до 5 днів між районними центрами різних областей України у тому числі містами обласного значення та до 6 днів між населеними пунктами різних областей України. Середня вартість відправлення посылки до 2 кг складає приблизно 30-40 грн. "Укрпошта Експрес" пропонує швидку доставку відправлень масою до 30 кг: 1 день у межах обласного центру, до 2 днів у межах області та між обласними центрами та до 4 днів у межах України. "Укрпошта SmartBox" – інноваційна послуга, розроблена як для фізичних так і юридичних осіб, з метою спрощення процесу замовлення, оформлення та доставки відправлень невеликого та середнього, що приймаються, перевозяться і доставляються найшвидшим способом. Надання послуги передбачає 100 % попередню оплату вартості послуги, яка включає пересилання в майбутньому відповідної кількості відправлень залежно від обраного клієнтом пакету за єдиною ціною. Зручність користування полягає в оформленні та координації відправлення в онлайн-режимі. Підприємство також пропонує послуги відправлень товарів масою понад 30 кг та міжнародну доставку. Міжнародна доставка "Укрпошти" здійснюється авіатранспортом або наземним шляхом у понад 230 країн та територій по всьому світу. "Укрпошта" пропонує послуги грошових переказів у межах України та міжнародних грошових переказів. У рамках платіжної системи "Поштовий переказ" здійснюється пересилання поштових переказів як в межах України, так і за її межі, а також приймання платежів. Для пересилання транскордонних переказів "Укрпошта" використовує Міжнародну фінансову систему Всесвітнього поштового союзу (Швейцарія) та систему Єврожиро (Данія) [6].

Цікавим для дослідження є система розташування відділень "Нова Пошта" та "Укрпошта". У Голосіївському районі міста Києва розташовано 42 відділення підприємства "Нова Пошта" та 17 відділень компанії "Укрпошта". Тобто, як бачимо, кількість відділень підприємства "Нова пошта" в районі майже в 2,5 рази перевищує кількість відділень компанії "Укрпошта", при чому значна частина Голосіївського району є незаселеною і зайнята природними зонами Голосіївського лісу та Голосіївського національного природного парку. Унаслідок цього, відділення також розташовані нерівномірно, оскільки їх розташування напряму залежить від рівня освоєності території, високої концентрації населення та житлової забудови, розвинутої транспортної мережі. Часто розміщення відділень "Нова пошта" та "Укрпошта" тяжіє до лінії розташування метрополітену – частини території, яка найбільш насичена інфраструктурою та активізовано використовується населенням. Метрополітен являє собою позавуличний транспорт, проте саме біля нього часто розташовані важливі транспортні сполучення автодоріг та розв'язки, що полегшує доступ транспортним засобам до відділень. Розташування відділень також прив'язано до автодоріг міжнародного та регіонального значення. Так, у межах Голосіївського району міста Києва проходять важливі дороги міжнародного та регіонального значення – Е40, Е95, Р01, уздовж яких розташовані відділення "Нова пошта" та "Укрпошта". За рахунок того, що територія району значною мірою зайнята природною зоною, яка не має щільного заселення населенням, відділень

логістичних центрів відносно інших районів небагато. Так, на Голосіївський район припадає 13,3 % від загальної кількості відділень компанії "Нова Пошта" в місті Києві та 11,9 % від усієї кількості відділень підприємства "Укрпошта". Як розташовуються відділення підприємств "Нова Пошта" та "Укрпошта" в межах Голосіївського району ми можемо спостерігати на Карті-Схемі 1. Також для наочності на Карті-схемі 2 ми можемо спостерігати, яким чином розташовуються відділення компаній "Нова пошта" та "Укрпошта" в межах окремої частини Голосіївського району, що зайнята під житлову забудову та вздовж якої пролягають важливі автомобільні дороги. Карта-схема охоплює площу частини лінії метрополітену Теремки-Іподрум-Виставковий центр, житлову забудову Те-

ремки-1 та Університетське містечко. У межах даної території, кількість відділень компанії "Нова пошта" майже втричі перевищує кількість відділень підприємства "Укрпошта". Відділення "Нова Пошта" розташовуються в межах щільної житлової забудови, де спостерігається найвища концентрація населення, а також уздовж доріг та поблизу станцій метрополітену, що підвищує рівень доступності до послуг компанії до максимального рівня.

Сукупність відділень компанії "Нова Пошта" також має вищий коефіцієнт локалізації в межах Голосіївського району міста Києва за відділення "Укрпошта". Для компанії "Нова Пошта" розрахований коефіцієнт склав 154,6 %, для підприємства "Укрпошта" цей коефіцієнт є нижчим і складає 138,3 %.



Карта-схема 1. Розташування відділень "Нова пошта" та "Укрпошта" в межах Голосіївського району міста Києва



Карта-схема 2. Розташування відділень "Нова пошта" та "Укрпошта" в межах окремої заселеної частини (мікрорайон Теремки 2, Голосіїво) Голосіївського району міста Києва

З метою порівняння діяльності та якості обслуговування споживачів підприємств "Нова пошта" та "Укрпошта" було проведено опитування серед жителів та гостей Голосіївського району, що користуються послугами компаній. В опитуванні респонденти мали змогу оцінити компанії "Нова Пошта" та "Укрпошта" за 10-бальною шкалою за такими параметрами:

- рівень довіри до компанії;
- зручність розташування відділень;
- якість обслуговування у відділеннях;
- спектр послуг, що надаються у відділеннях;
- рівень задоволеності платою за послуги.

В опитуванні брали участь 107 осіб. Аналіз відповідей та порівняння діяльності компаній виконано за допомогою box-and-whiskers plot. Середній бал, отриманий компаніями, був розрахований за медіаною. Узгодженість відповідей респондентів є важливим показником, оскільки даний показник відображає, наскільки оцінка параметру відповідає реальній ситуації. Узгодженість відповідей була розрахована в рамках функції box-and-whiskers plot за шириною інтерквантильного проміжку. У проведеному опитуванні узгодженими вважаються відповіді, якщо для обраного параметру ширина інтерквантильного проміжку не перевищує 3 позицій. Дані, отримані за допомогою box-and-whiskers plot, для зручності переведені в табличний варіант і представлені в табл. 1.

Таблиця 1. Оцінювання діяльності "Нова пошта" та "Укрпошта"

Компанія	"Нова пошта" (середній бал/узгодженість відповідей)	"Укрпошта" (середній бал/узгодженість відповідей)
Рівень довіри до компанії	8/2	6/4
Зручність розташування відділень	8/2	6/4
Якість обслуговування у відділеннях	8/1	6/3
Спектр послуг, що надаються у відділеннях	8,5/1	6/4
Рівень задоволеності платою за послуги	7/3	7/3

Згідно з даними табл. 1, найбільш узгодженими є відповіді, що стосуються діяльності компанії "Нова пошта", оскільки різниця в поставлених балах кожного параметру не перевищує 2-3 позицій. За даними опитування, до компанії "Нова пошта" користувачі відчують більший рівень довіри, ніж до компанії "Укрпошта". Середній бал серед респондентів, отриманий компанією "Нова пошта" складає 8, а компанією "Укрпошта" – 6. Відповіді щодо рівня довіри до компанії "Укрпошта" є неузгодженими, оскільки різниця в поставлених балах даного параметру сягає 4 одиниць. Користувачі високо оцінили зручність розташування відділень "Нова пошта", середній бал якої складає 8. Зручність розташування відділень "Укрпошта" була оцінена нижче – бал, отриманий підприємством, складає 6, при цьому спостерігається неузгодженість у відповідях до 4 одиниць. Згідно з результатами опитування, користувачі оцінили якість обслуговування у відділеннях "Нова пошта" на 8, у відділеннях "Укрпошта" на 6. При цьому серед відповідей щодо якості обслуговування у відділеннях "Нова пошта" спостерігається високий рівень узгодженості опитуваних, оскільки різниця в поставлених балах не перевищує однієї одиниці.

Узгодженими відповідями характеризується і спектр послуг, що надаються відділеннями "Нова пошта", при цьому середнє значення оцінки складає 8,5. При цьому, оцінка спектру послуг, що надаються відділеннями "Укрпошта" не є такою узгодженою і була оцінена 6.

Оцінювання рівня задоволеності платою за послуги проводилося за 10-бальною шкалою, де 1 – повністю незадоволені платою, ціна за послуги висока і не відповідає якості обслуговування, а 10 – повністю задоволені платою, ціна відповідає якості обслуговування. Слід зауважити, що за цим параметром "Нова пошта" отримала свій найнижчий середній бал з-поміж інших параметрів (7). Дану ситуацію можна спостерігати і серед рівня задоволеності платою за послуги компанією "Укрпошта".

В опитуванні перед користувачами також були поставлені наступні питання:

- який сервіс доставки користувач вважає найбільш зручним (серед варіантів відповідей – "Нова Пошта", "Укрпошта" та інший сервіс доставки);
- послугами якого з підприємств користувач скористався за необхідності відправлення чи отримання міжнародної доставки (серед варіантів відповідей – "Нова Пошта", "Укрпошта" та інший сервіс);

- як часто опитуваний користується послугами "Нова пошта" (серед варіантів відповідей – 1-2 рази на місяць, 1 раз на два місяці, 1 раз на півроку, 1 раз на рік, дуже часто, за першої ж потреби та ніколи не користується);

- як часто опитуваний користується послугами "Укрпошта" (серед варіантів відповідей – 1-2 рази на місяць, 1 раз на два місяці, 1 раз на півроку, 1 раз на рік, дуже часто, за першої ж потреби та ніколи не користується).

За результатами опитування, близько 90 % серед респондентів вважають компанію "Нова пошта" найбільш зручним сервісом доставки серед представлених, на "Укрпошта" припадає близько 7 % опитуваних. За результатами опитування, 66 % користувачів обрали б компанію "Нова Пошта" за потреби відправлення чи отримання міжнародної доставки. Частка "Укрпошта" складає 26 %. Серед опитуваних 28 % користуються послугами "Нова пошта" 1-2 рази на місяць, 26 % – 1 раз на 2 місяці. 7 % опитуваних ніколи не користуються послугами "Нова пошта". За результатами опитування 42 % ніколи не користуються послугами "Укрпошта". Серед опитуваних 32 % користуються послугами "Укрпошта" один раз на рік, а 14 % раз на півроку. Як бачимо, за результатами опитування користувачі надають перевагу компанії "Нова пошта" за всіма параметрами. Для компанії "Укрпошта" є доцільним перегляд стратегії щодо розташування відділень, зручності надаваних послуг. У першу чергу, компанія "Нова пошта" зробила акцент на швидкість доставки незалежно від місця розташування населеного пункту. Другий параметр, за яким виграв компанія "Нова пошта", це поєднання простоти у користуванні та зручності розташування відділень. Компанія "Укрпошта" завжди була лідером у доставці кореспонденції та пенсій. Проте на сучасному етапі інформатизації простору, дана ніша стає все менш популярною за рахунок переведення кореспонденції в електронний вигляд.

На сучасному етапі розвитку логістичної діяльності та логістичного сервісу існує низка проблем, вирішення яких є першочерговим задля найбільш оптимального функціонування логістичної системи в цілому. Першочергового вирішення потребує проблема транспортно-логістичної інфраструктури, зокрема реконструювання існуючих доріг, поліпшення їх транспортно-експлуатаційного й технічного стану. При цьому основну увагу слід приділити необхідності будівництва нових швидкісних

автомобільних трас у межах транспортних коридорів, важливим є також збільшення кількості під'їзних шляхів до сільської місцевості. Оскільки ринок логістичних послуг міста Києва все ще перебуває у процесі формування, на сучасному етапі розвитку логістичної діяльності господарства регіону є ряд проблем, пов'язаних із впровадженням нової техніки та сучасних технологій організації перевезень, запровадженням ресурсо- й енергозберігаючих технологій, зменшення питомих паливно-енергетичних витрат. Частка транспортних засобів є застарілою, тому є доцільним придбання нових вантажних автомобілів та заміна автобусів новими автобусами великої місткості. Проблема транспортно-логістичної інфраструктури є базовою, оскільки розвиток логістичного сервісу формується на існуючій логістичній системі, і чим на більшому рівні ця система знаходиться, тим ефективнішим буде працювати сервіс у логістиці. Логістична діяльність та сервісні операції мають розвиватися випереджаючими темпами, перебуваючи водночас у функціонально-структурному балансі з іншими базовими галузями господарства. Розвиток логістики сервісу є необхідною умовою зростання та розвитку усього господарського комплексу України.

**Висновки.** Дослідивши діяльність двох крупних логістичних підприємств, "Нова Пошта" та "Укрпошта", що є лідерами серед логістичних компаній не тільки в місті Києві, а й в Україні в цілому, важко переоцінити важливість ефективної сервісної діяльності логістики.

Оперуючи результатами соціологічного дослідження і ознайомившись із особливостями розташування відділень компаній, можна дійти висновку, що поняття логістичного сервісу є не простим словосполученням, а ефективним механізмом для розвитку підприємства, основна діяльність якого направлена на надання логістичних послуг населенню. Уся сукупність послуг логістичного сервісу – виробничого характеру, транспортних, вантажно-розвантажувальних, експедиційних, інформаційних, – формує нову сучасну логістику. У сучасній логістиці перемагає те підприємство, яке постійно впроваджує та вдосконалює у своїй логістичній діяльності сервісні операції. Конкурентоздатність логістичного підприємства сьогодення формується за рахунок сфери логістичного сервісу.

Розташування відділень для обслуговування користувачів логістичних компаній є яскравим прикладом сформованості рівня надання сервісних послуг. Чим зв'язаніше представлена сітка відділень логістичного підприємства, чим вона доступніша і орієнтована, у першу чергу, на концентрацію населення, тим більш конкурентним є саме підприємство. Якщо брати загальну тенденцію, то для розміщення відділень компаній важливу роль відіграє існуюча система метрополітену та сітка доріг. Зазвичай відділення розташовані поруч зі станціями метро, уздовж проходження доріг міжнародного, регіонального та місцевого значення. У цілому це є закономірним явищем, оскільки саме уздовж доріг розташовуються основні інфраструктурні елементи різних сфер життєдіяльності населення, як в соціальному, так і економічному планах. Окрім того, важливим для розміщення відділень є зручність для під'їзду автотранспортних засобів.

При цьому слід виокремити компанію "Нова Пошта", яка розміщує свої відділення, максимально прив'язуючи їх до населення: житлових масивів, місць широкого використання, станцій метро. Фактично компанія стала одним із лідерів у логістиці країни лише за рахунок формування якісного сервісу населенню: швидка доставка, повна інформатизація всіх операцій доставки-отримання, піша доступність до відділень. Окрім цього, процес розбудови сітки компанії "Нова Пошта" по Києву йде випереджаючими темпами, так як постійно відкриваються нові відділення та поштомати. Унаслідок усіх зазначених

факторів можна дійти висновку, що є загроза монополізації компанією "Нова пошта" логістичного ринку Київського регіону та України загалом. "Нова пошта" виграє серед користувачів послугами за рахунок зручності в користуванні, розвиненій мережі відправлень та швидкості доставки. При цьому ціна на послуги компанії "Нова пошта" є вищою. Так за відправку посилки до 2 кг у межах України користувачу необхідно заплатити 50-60 грн при доставці компанією "Нова пошта" та 30-40 грн при доставці "Укрпошта". Незважаючи на це, для доставки населення обирає саме компанію "Нова пошта", так як швидкість і зручність доставки переважає над дешевшою вартістю послуг. Фактично користувач обирає послугу за так звану "комфортною ціною", коли якість отриманої послуги нівелюється з платою за неї. Слід зазначити, що "Нова пошта" має широкий спектр послуг для юридичних осіб та підприємців. Маючи в своєму арсеналі фулфітмент-центри, компанія може конкурувати з великими логістичними центрами, що займаються значними вантажними перевезеннями. В останні роки компанія "Нова пошта" відкрила представництво в Молдові та Грузії, що стало основою для її розвитку не тільки як національної, а й міжнародної компанії.

Компанія "Укрпошта" завжди вигравала за рахунок доставки кореспонденції та пенсій. Офіційне листування серед державних установ також проводиться за сумнішцем даної компанії. Проте таке явище як випереджуюча інформатизація суспільства та простору – це лише питання часу, і з кожним днем листування та кореспонденція переходить в електронний режим. Унаслідок цього підприємству "Укрпошта" є доцільним переглянути напрямки та стратегію своєї діяльності саме у напрямку розвитку якості сервісу, оскільки, за результатами соціологічного опитування і показниками розташування відділень, компанія має низький рівень сервісу та доступності відділень, що призводить з кожним роком до втрати конкурентоспроможності та користувачів.

Розвиток логістичної діяльності підприємств має призвести до покращення міжнародного рівня країни в цілому та посилення її конкурентоспроможності. При цьому ефективність єдиної та злагодженої логістичної системи відчує на собі і населення, для якого отримання логістичних послуг стане більш зручним та незалежним від розташування населеного пункту.

#### Список використаних джерел:

1. Григорак М.Ю. Інтелектуалізація ринку логістичних послуг: концепції, методологія, компетентність [Текст]: [монографія] / Григорак М. Ю.; Нац. авіац. ун-т. – Київ: СІК ГРУП Україна, 2017. – 513 с.
2. Крикавський Є.В. Матеріальні потоки у логістиці промислового підприємства [Текст]: монографія / Є.В. Крикавський, Н.М. Васильов, В.А. Фалович; Нац. ун-т "Львів. політехніка". – Львів: Вид-во Львівської політехніки, 2015. – 249 с.
3. Окландер М.А. Логістична система підприємства [Текст] / М.А. Окландер. – О.: Астропринт, 2004. – 312 с.
4. Олійник Я.Б., Смирнов І.Г. Міжнародна логістика: Навч. посіб., 2011.
5. Олійник Я.Б., Шлищенко П.Г., Степаненко А.В., Масляк П.О. Географія: Навч. посіб., 2006.
6. Офіційний сайт ПАТ "Укрпошта" [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://ukrposhta.ua>
7. Офіційний сайт ТОВ "Нова Пошта" [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://novaposhta.ua>
8. Павлов В. І. Транспортно-логістичний комплекс регіону: інтеграційні процеси: Монографія / В. І. Павлов, С. М. Бортнік, 2005.
9. Палант О. Ю. Логістика транспортного комплексу регіону (перспективи інвестування та інноваційного розвитку): Монографія / О. Ю. Палант, 2012.
10. Перебийніс В.І., Перебийніс О.В. Транспортно-логістичні системи підприємств: формування та функціонування: Монографія, 2005.
11. Перебийніс В. І., Дробот Я. А. Логістичне управління запасами на підприємствах: Монографія, 2012.
12. Сергеев В.І. Логістика в бізнесі: Учебник, 2001.
13. Смирнов І. Г. Логістика: просторово-територіальний вимір: Монографія / І. Г. Смирнов, 2004.
14. Топчієв О.Г. Основи суспільної географії: Навч. посіб., 2001.
15. Чухрай Н. Логістичне обслуговування: Підручник, 2006.
16. Шевчук Я. В. Автотранспортна інфраструктура: теорія і методи сучасних регіональних досліджень: Монографія / Я. В. Шевчук, 2011.

17. *Bake J., Pessoa M., Becker J.* Service chain logistics management for increasing equipment uptime, 2018.

18. *Barcik R., Jakubiec M.* The significance of customer service in logistics, 2013.

19. *Busse C., Wallenberg C.* Innovation management of logistics service providers: foundations, review, and research agenda, 2011.

20. *Christopher M.* Logistics and supply chain management. Fifth edition, 2016.

21. *Gajewska T., Evangelos G.* Importance of logistics services attributes influencing customer satisfaction, 2015.

22. *Gassin T.* Logistics and transport management, 2005.

23. *Juga J., Juntunen J., Juntunen M.* Impact of service quality, image and relational aspects on satisfaction and loyalty in logistics outsourcing relationships, 2012.

24. *Kampf R., Lizbetinova L., Tislerova K.* Management of customer service in terms of logistics information systems, 2017.

25. *Kersten W., Koch J.* The effect of quality management on the service quality and business success of logistics service providers, 2010.

26. *Klaus P.* Towards a science of logistics/ P. Klaus, S. Müller, 2012.

27. *Leuschner R., Lambert D.* Establishing logistics service strategies that increase sales, 2013.

28. *Stank T., Goldsby T., Vickery S.* Logistics service performance: estimating its influence on market share, 2011.

29. *Stefansson G.* Collaborative logistics management and the role of third-party service providers, 2006.

30. *Wallenberg C.* Innovation in logistics outsourcing relationships: proactive improvement by logistics service providers as a driver of customer loyalty, 2009.

#### References:

1. *Hryhorak M. YU.* Intelktualizatsiia rynku lohistychnykh posluh: Monohrafiia/M. YU. Hryhorak, 2017.

2. *Krykavskiy YE. V.* Materialni potoky u logistytsi promyslovoho pidpriemstva: Monohrafiia/YE. V. Krykavskiy, (N.M. Vasylytsiv, V.A. Falovych)/Za nauk. red. prof. Krykavskoho YE. V., 2015.

3. *Oklander M. A.* Lohistychna systema pidpriemstva: Monohrafiia / M. A. Oklander, 2004.

4. *Oliinyk YA. B., Smyrnov I.H.* Mizhnarodna lohistyka. Navchalnyi posibnyk, 2011.

5. *Oliinyk YA. B., Shyshchenko P. H., Stepanenko A. V., Masliak P.O.* Heohrafiia: Navchalnyi posibnyk, 2006.

6. Ofitsiinyi sait PAT Ukrposhta [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu: <https://ukrposhta.ua>

7. Ofitsiinyi sait TOV Nova poshta [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu: <https://novaposhta.ua>

8. *Pavlov V. I.* Transportno-lohistychnyi kompleks rehionu: integratsiyni protsesy: Monohrafiia/V. I. Pavlov, S. M. Bortnik, 2005.

9. *Palant O. YU.* Lohistyka transportnoho kompleksu rehionu (perspektyvy investuvannya ta innovatsiynoho rozvytku): Monohrafiia/O. YU. Palant, 2012.

10. *Perebyinis V. I., Perebyinis O. V.* Transportno-lohistychni systemy pidpriemstv: formuvannya ta funktsionuvannya: Monohrafiia, 2005.

11. *Perebyinis V. I., Drobotia YA. A.* Lohistychno upravlinnia zapasamy na pidpriemstvakh: Monohrafiia, 2012.

12. *Serheev V. I.* Lohistika v biznese: Uchebnik, 2001.

13. *Smyrnov I. H.* Lohistyka: prostorovo-terytorialnyi vymir: Monohrafiia/I. H. Smyrnov, 2012.

14. *Topchiiev O. H.* Osnovy suspilnoi heohrafi: Navchalnyi posibnyk, 2014.

15. *Chukhrai N.I.* Lohistychno obsluhovuvannya: Pidruchnik, 2006.

16. *Shevchuk YA. V.* Avtotransportna infrastruktura: teoriia i metody suchasnykh rehionalnykh doslidzhen: Monohrafiia/ YA. V. Shevchuk, 2011.

17. *Bake J., Pessoa M., Becker J.* Service chain logistics management for increasing equipment uptime, 2018.

18. *Barcik R., Jakubiec M.* The significance of customer service in logistics, 2013.

19. *Busse C., Wallenberg C.* Innovation management of logistics service providers: foundations, review, and research agenda, 2011.

20. *Christopher M.* Logistics and supply chain management. Fifth edition, 2016.

21. *Gajewska T., Evangelos G.* Importance of logistics services attributes influencing customer satisfaction, 2015.

22. *Gassin T.* Logistics and transport management, 2005.

23. *Juga J., Juntunen J., Juntunen M.* Impact of service quality, image and relational aspects on satisfaction and loyalty in logistics outsourcing relationships, 2012.

24. *Kampf R., Lizbetinova L., Tislerova K.* Management of customer service in terms of logistics information systems, 2017.

25. *Kersten W., Koch J.* The effect of quality management on the service quality and business success of logistics service providers, 2010.

26. *Klaus P.* Towards a science of logistics/ P. Klaus, S. Müller, 2012.

27. *Leuschner R., Lambert D.* Establishing logistics service strategies that increase sales, 2013.

28. *Stank T., Goldsby T., Vickery S.* Logistics service performance: estimating its influence on market share, 2011.

29. *Stefansson G.* Collaborative logistics management and the role of third-party service providers, 2006.

30. *Wallenberg C.* Innovation in logistics outsourcing relationships: proactive improvement by logistics service providers as a driver of customer loyalty, 2009.

Надійшла до редколегії 17.12.19

V. Zapototska, PhD Geography, Assistant Professor,  
L. Ryndich, MSc.  
Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

## GEOGRAPHICAL PRINCIPLES OF ACTIVITY OF NOVA POSHTA AND UKRPOSHTA COMPANIES IN THE SPHERE OF LOGISTIC SERVICE ON THE EXAMPLE OF HOLOSIIVSKYI DISTRICT OF KYIV

*The study examines the theoretical aspects of logistics and logistics service, clarifies the essence of service logistics and factors of its formation. It is found out that the process of complex logistics service in this case includes delivery, pre-sales and after-sales customer service, support services, fulfillment and more. It is determined that the modern logistic enterprise, first of all, is focused on meeting all the needs of consumers, and the leading position in the market is occupied by the company that provides the maximum level of service and quality of service at a comfortable price in the current conditions. It is revealed that the determining factors for the development of logistics service are the concentration of people within the area, the developed transport infrastructure, the density of connections routes, as well as the economic links between the participants of the logistics process, which determine the need for quality service.*

*The article describes in detail the features of the activity of two large logistics companies – the private company Nova Poshta and the state-owned enterprise Ukrposhta within the Holoziivskiy district of Kyiv. It is revealed that the level of development of the company depends directly on the service aspect of its activity, the focus on the convenience of location of offices within walking distance of users. In the research the main directions of work of logistics companies are outlined and the comparative analysis of their activity is made. It is revealed that the system of location of the branches Nova Poshta and Ukrposhta within the Holoziivskiy district of Kyiv has 42 offices of the Nova Poshta enterprise and 17 offices of the Ukrposhta company. At the same time, a large part of the Holoziivskiy district is uninhabited and occupied by the natural zones of the Holoziivskiy Forest and the Holoziivskiy National Nature Park. As a result, the offices are unevenly located, and their location depends on the level of development of the territory, high concentration of people and housing development, developed transport network. For the most part, the offices of Nova Poshta and Ukrposhta tend to be subway-oriented, the part of the territory that is most heavily populated by infrastructure and actively used by the people. For the most part, the offices of Nova Poshta and Ukrposhta divisions tend to the subway line – the part of the territory that is most heavily populated by infrastructure and actively used by the citizenry. Offices locations are also linked to international and regional highways. Thus, important roads of international and regional importance E40, E95, R01, are located within the Holoziivskiy district of Kyiv, along which are offices Nova Poshta and Ukrposhta. There is small amount of the offices of logistics centers in comparison with other districts of the city due to the fact that the territory of the district is largely occupied by a natural area, which is not densely populated. Thus, the Holoziivskiy district accounts for 13,3% of the total number of offices of Nova Poshta in Kyiv and 11,9% of the total number of offices of Ukrposhta. The set of sections of the company Nova Poshta also has a higher coefficient of localization within the Holoziivskiy district of Kyiv than the offices of Ukrposhta. The calculated coefficient was 154,6% for Nova Poshta, the coefficient is lower and is 138,3% for Ukrposhta.*

*A sociological survey regarding the service of Nova Poshta and Ukrposhta companies on the main indicators (such as level of trust, ease of use, quality of service, cost of services and the breadth of the range of services provided) was conducted among the population and guests of the Holoziivskiy District. The analysis revealed that the private company Nova Poshta has a higher level of trust than the state-owned Ukrposhta. The study found that the people is more supportive of the company Nova Poshta and highly appreciates its range and quality of services, convenience of location of offices. According to the results obtained, Nova Poshta is a leader in the provision of transport and warehousing services, because the focus of the enterprise policy on providing a wide service spectrum to consumers and maximally satisfying their needs at the optimum price.*

**Keywords:** logistic activity, logistic service, territorial concentration, accessibility, Holoziivskiy district.

В. Запотоцкая, канд. геогр. наук, асист.,  
Л. Рындиш, магистр  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, Україна

## ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИЙ НОВАЯ ПОЧТА И УКРПОЧТА В СФЕРЕ ЛОГИСТИЧЕСКОГО СЕРВИСА НА ПРИМЕРЕ ГОЛОСЕЕВСКОГО РАЙОНА ГОРОДА КИЕВА

*В работе были исследованы теоретические аспекты логистической деятельности и логистического сервиса, рассмотрены сущность логистики сервиса и факторов ее формирования. Выявлено, что определяющими факторами развития логистического сервиса являются концентрация населения в пределах района, расширенная транспортная инфраструктура, плотность путей, а также стабильная экономическая ситуация среди участников логистического процесса. Исследованы особенности деятельности крупных логистических компаний – частной компании "Новая почта" и государственного предприятия "Укрпочта" на примере Голосеевского района города Киева. В работе обозначены основные направления работы логистических компаний и выполнен сравнительный анализ их деятельности. Выявлено, что уровень развития компании напрямую зависит от сервисного аспекта ее деятельности, нацеленности на удобство расположения отделений в пешей доступности пользователей. Выявлено, что в Голосеевском районе города Киева количество отделений "Новая почта" превышает более чем в 2 раза количество отделений "Укрпочты". Оценены показатели территориальной концентрации (локализации) и доступности отделений исследуемых компаний. Проведен социологический опрос среди населения и гостей Голосеевского района по сервису компаний "Новая Почта" и "Укрпочта" по основным показателям уровня доверия, удобства в пользовании, качества обслуживания, стоимости услуг и широты спектра предоставляемых услуг. Анализ выявил, что к частной компании "Новая почта" население испытывает больший уровень доверия, чем к государственному предприятию "Укрпочта". Исследование показало, что население более благосклонно относится к компании "Новая почта" и высоко оценивает предоставляемый ею спектр и качество услуг, удобство расположения отделений. По полученным результатам, компания "Новая почта" занимает лидирующие позиции в сфере предоставления транспортно-складских услуг, что обусловлено направленностью политики предприятия на предоставление широкого спектра услуг потребителям и максимальное удовлетворение их потребностей по оптимальной цене.*

*Ключевые слова: логистическая деятельность, логистический сервис, территориальная концентрация, доступность, Голосеевский район.*

<http://doi.org/10.17721/1728-2721.2019.75.7>  
УДК 911.3

Т. Михайленко, канд. геогр. наук, асист.  
ORCID ID <https://orcid.org/0000-0001-7694-3943>  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, Україна

## МОНОПРОФІЛЬНІ ПОСЕЛЕННЯ В КОНТЕКСТІ ЗБАЛАНСОВАНОГО РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ (НА ПРИКЛАДІ СТВОРЕННЯ ПОБУЗЬКОЇ ОБ'ЄДНАНОЇ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ)

*У дослідженні розглянуто соціально-економічні засади діяльності ТОВ "Побузький феронікелевий комбінат" (ПФК) Голованівського району Кіровоградської області. Висвітлені основні чинники, які визначають комбінат містоутворюючим для смт Побузького. З'ясовано, що основними є: кількість мешканців селища, які працюють на ньому, та функціональне призначення згаданого смт з моменту його створення. Зазначена основна роль цього підприємства як містоутворюючого для селища. Виокремлено основні аспекти діяльності Побузького феронікелевого комбінату, як єдиного в Україні підприємства, яке виробляє у промисловому масштабі феронікель з бідних окислених руд нікелю. Особлива увага звернута на його роль у соціально-економічному житті мешканців селища. Проаналізовано головні показники участі та підтримки Побузького феронікелевого комбінату для населення Побузького у контексті стратегії сталого (збалансованого) розвитку. З'ясовано, що одночасно із забезпеченням мешканців робочими місцями, він виступає і головним забруднювачем довкілля як Голованівського району, так і Кіровоградської області загалом. Проте у контексті сталого розвитку комбінат інвестує у природоохоронні заходи, зокрема, у напрямку поліпшення екологічної складової. Зокрема, з метою зниження шкідливого впливу на навколишнє середовище триває реалізація проекту, розрахованого на декілька етапів, внаслідок чого збільшиться рівень очистки від викидів. З'ясовано, що комбінат активно підтримує місцеве населення: проводить різноманітні культурні заходи, надає соціальну допомогу, сприяє у навчанні молоді та дітей своїх працівників, вдосконалює інфраструктуру смт Побузького. Не менш важливим є робота благодійного фонду, заснованого за підтримки ПФК. Виокремлено основні проблеми соціально-економічного стану смт Побузьке. Зазначено, що вже більше року триває процес створення Побузької об'єднаної територіальної громади. Один із принципів існування громади – це бути спроможною самостійно, за рахунок власних ресурсів вирішувати питання місцевого значення. З'ясовано, що основним джерелом наповнення бюджету громади будуть надходження власне від містоутворюючого підприємства. Одночасно існує потреба і у диверсифікації економіки майбутньої громади. Визначені переваги та першочергові завдання, які отримає та має вирішити Побузька об'єднана територіальна громада, досягнувши самостійності у вирішенні питань місцевого значення.*

*Ключові слова: Побузький феронікелевий комбінат, містоутворююче підприємство, Побузька об'єднана територіальна громада, сталий розвиток, мономісто, спроможна громада.*

**Вступ. Постановка проблеми дослідження.** В Україні з 2014 року відбувається одна із найбільш масштабних реформ – реформа децентралізації, відповідно до якої передача повноважень та фінансів від державної влади надається органам місцевого самоврядування.

Одна із двох принципових умов проведення реформи адміністративно-територіального устрою – нові об'єднані територіальні громади повинні бути спроможними. Це означає, що в результаті добровільного об'єднання територіальні громади сіл (селищ, міст) здатні самостійно або через відповідні органи місцевого самоврядування забезпечити належний рівень надання послуг.

Україна, як і інші країни – члени ООН, приєдналася до глобального процесу забезпечення сталого розвитку. Згідно із його принципами, будь-яку політику слід розробляти та проводити таким чином, щоб вона враховувала економічні, соціальні та екологічні аспекти, а досягнення цілей в одній зі сфер політики не стримувало б прогресу в іншій. Пошук балансу між взаємопов'язаними елементами сталого розвитку: економічного росту, соціальної інтеграції та захисту навколишнього середовища мають реалізовуватися не тільки на національному, але і на місцевому рівні – об'єднаних територіальних громад.