

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Географічний факультет

Кафедра економічної та соціальної географії

На правах рукопису

УДК 911.3

СУСПІЛЬНО-ГЕОГРАФІЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ЛОГІСТИЧНОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЙ «НОВА ПОШТА» ТА «УКРПОШТА» НА
ПРИКЛАДІ МІСТА КИЄВА

галузь знань – 10 Природничі науки

спеціальність – 106 Географія

освітня програма – Економічна та соціальна географія

Магістерська робота

Риндіч Людмили Олександрівни

Науковий керівник

доктор географічних наук, професор

Запотоцький С. П.

Київ 2020

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ I Теоретико-методичні засади логістичної діяльності	6
1.1. Сутність, принципи та функції логістичної діяльності	6
1.2. Аспекти сервісної логістики як сучасного напрямку логістичної діяльності	9
1.3. Функціональні підрозділи сервісного логістичного обслуговування	13
1.4. Поняття рівня та якості у сфері логістичного діяльності	16
1.5. Методика дослідження логістичної діяльності міста Києва.....	20
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ I	23
РОЗДІЛ II Загальна характеристика логістичної діяльності в господарстві міста Києва	24
2.1. Оцінка чинників формування логістичної діяльності міста Києва	24
2.2. Логістична інфраструктура міста Києва	27
2.3. Оцінка логістичної діяльності в господарстві міста Києва	30
2.4. Розвиток логістичної діяльності міста Києва як приклад концепції стиснення простору	33
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ II	35
РОЗДІЛ III Оцінка діяльності логістичних підприємств «Нова Пошта» та «Укрпошта» на прикладі міста Києва	36
3.1. Оцінка діяльності логістичного підприємства «Нова Пошта»	36
3.2. Оцінка діяльності логістичного підприємства «Укрпошта».....	40
3.3. Особливості територіальної локалізації відділень «Нова Пошта» та «Укрпошта» в межах міста Києва	43
3.4. Порівняння діяльності підприємств «Нова пошта» та «Укрпошта на прикладі міста Києва	47
3.5. Проблеми та перспективи розвитку сервісної логістичної діяльності міста Києва	52
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ III	54
ВИСНОВКИ	56
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	60
ДОДАТКИ	65

ВСТУП

На сучасному етапі розвитку суспільно-економічних відносин, логістична діяльність виступає однією з основних управлінських категорій. Розвиток логістичної діяльності виступає одним із найбільш ефективних напрямків розвитку всього господарського комплексу міста Києва. Взаємодія учасників логістичних процесів під час руху логістичних потоків усіх типів – матеріальних, фінансових, інформаційних, сервісних забезпечується саме ефективною логістичною діяльністю. Крім того, за рахунок розвитку логістичної діяльності підвищується конкурентоспроможність столиці на міжнародному ринку логістичних послуг.

Логістична діяльність відіграє важливе значення в розбудові національної економіки. Просторове розташування відділень логістичних компаній у межах столиці формує систему управління логістичною діяльністю та виокремлює місто, як один із найрозвинутіших у логістичній діяльності країни. Оскільки логістична діяльність міста Києва все ще перебуває на етапі розбудови, то вивчення особливостей формування та визначення рекомендацій щодо управління логістичними процесами на просторовому рівні окреслює **актуальність** магістерського дослідження.

Метою нашого дослідження є вивчення теоретичних та прикладних географічних аспектів логістичної діяльності двох крупних логістичних підприємств «Нова Пошта» та «Укрпошта», на прикладі міста Києва й обґрунтування практичних рекомендацій з удосконалення логістичної діяльності в господарстві міста Києва.

Відповідно до мети дослідження в роботі було поставлено ряд завдань:

- дослідити сутність та особливості логістичної діяльності, визначити її основні принципи та функції;
- окреслити поняття сервісного логістичного обслуговування, визначити його аспекти та функціональні підрозділи;
- провести аналіз чинників формування логістичної діяльності в господарстві міста Києва;

- здійснити загальну оцінку логістичної діяльності та логістичної інфраструктури міста Кива;
- окреслити проблеми та перспективи логістичної діяльності в господарстві міста Києва;
- визначити логістичну діяльність як приклад концепції стиснення простору;
- оцінити логістичну діяльність міста Києва на прикладі крупних логістичних підприємств;
- визначити основні рекомендації щодо удосконалення процесів управління логістичною діяльністю міста Києва.

Об'єктом нашого дослідження є логістична діяльність двох крупних логістичних підприємств «Нова Пошта» та «Укрпошта», на прикладі міста Києва.

Предметом дослідження є геопросторовий аспект логістичної діяльності підприємств «Нова Пошта» та «Укрпошта».

Дослідженням логістичної діяльності як управлінської та наукової категорії займалися ряд вітчизняних та зарубіжних вчених. У своїх працях українські вчені окреслюють теоретико-методичні аспекти логістики як системи та логістичної діяльності підприємств. В українській науковій літературі важлива роль відводиться чинникам та факторам формування логістичної діяльності та ролі логістики в конкурентоспроможності регіонів. Водночас у працях зарубіжних вчених особлива увага приділяється управлінському аспекту логістики. Дана тенденція виникла за рахунок того, що в останні роки основою розвитку логістичної діяльності є функціонування ефективної системи менеджменту та раціоналізація процесів логістичного сервісного обслуговування. У працях зарубіжних вчених часто зустрічається тематика планування управління логістикою та розробка прогнозів щодо наслідків від управлінської діяльності у сфері логістичної діяльності. Серед учених виділяють праці вчені Р. Баллоу, М. Кристофер,

Б.А. Нікіна, М. Гордона, В. Грицевича, М. Окландера, В. Перебийніса, А. Семененко, В. Сергєєва, І. Смирнова, П. Сухого, Н. Чухрай.

Вивчення теоретичних та методологічних положень логістичної діяльності ґрунтувалося на загальнонаукових принципах проведення комплексних суспільно-географічних досліджень. У роботі були використані як загальнонаукові та спеціальні методи. Серед загальнонаукових використовувалися літературний, статистичний, порівняльно-описовий, математичний методи. Серед спеціальних застосовувалися методи кейсів, системно-структурний аналіз, анкетування, картографічний.

РОЗДІЛ I ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

1.1. Сутність, функції та завдання логістичної діяльності

Поняття логістичної діяльності характеризується багатьма аспектами. Так, під логістичною діяльністю розуміють управління матеріальними, фінансовими, інформаційними та сервісними потоками у сфері виробництва та розповсюдження товарів. Також під логістичною діяльністю розуміють не тільки управління логістичними потоками, а й аналіз різної інформації для регулювання логістичних процесів – ринку постачальників, споживачів; узгодження їх інтересів; координацію попиту та пропозиції на ринку логістичних послуг [6, с. 12-38]. Так як логістична діяльність пов'язана з логістичними потоками, необхідно визначити їх основну сутність.

Матеріальний потік – це потік вантажів, окремих матеріальних товарів, що виникає від початкового етапу сировини та прямує до кінцевого споживача шляхом транспортування, складування тощо. Тобто всі процеси з переміщення та зберігання товарів, а також операції, що супроводжують переміщення та складування, унаслідок чого товар прибуває до споживача, формують матеріальний потік. Матеріальні потоки розрізняють за різними характеристиками: за питомою вагою, за кількісною ознакою, за натурально-речовинним складом, стосовно логістичної системи тощо [17].

Фінансовий потік – це рух коштів, що створюється для підтримки ефективності матеріальних потоків. Основне завдання фінансового потоку – забезпечити матеріальний потік фінансовими ресурсами в необхідній кількості. Фінансові потоки переміщуються в логістичній системі, як і в середині логістичного середовища, так і в зовнішньому середовищі, а також у взаємозв'язку внутрішнього логістичного та зовнішнього середовища. За своїм функціональним призначенням виділяють інвестиційні, виробничі, закупівельні фінансові потоки, а також потоки, що виникають під час

допродажного та післяпродажного обслуговування і при відтворенні робочої сили [34, с. 135-148].

Інформаційний потік – це потік повідомлень, що циркулюють у логістичній системі, зовнішньому середовищі та між внутрішнім середовищем логістичної системи та зовнішнім середовищем. Потік інформаційних повідомлень необхідний для координації та регулювання логістичних операцій матеріального потоку (транспортування, складування, упаковка тощо). Інформаційний потік може йти паралельно матеріальному потоку, випереджувати його (передача інформації щодо кількості товару, що надійде на склад тощо) чи не збігатися. Інформаційний потік може бути у вигляді як і вербальних та електронних повідомлень, так і матеріальних. Для вимірювання чисельної характеристики інформаційного потоку використовуються дані кількості інформації, що передається за певний проміжок часу [7].

В останні роки поняття сервісу набуває все більшого значення в логістичній діяльності. Високий рівень сервісу може характеризувати успішність тієї чи іншої логістичної компанії. Під сервісним потоком розуміють потік послуг, що формуються для задоволення потреб споживачів у сфері допродажного та післяпродажного обслуговування. Сервісні потоки – особливий вид потоку в логістичній діяльності, оскільки послуга не може бути фізично переміщена та оцінена до її надання. Фактично послугу можна оцінити тільки в момент її надання [46].

Загалом, під логістичною діяльністю розуміють організацію та регулювання логістичних потоків різних типів від початкового етапу сировини до кінцевого споживача для доставки товару в необхідний термін із мінімальними затратами. Виділяють наступні функції логістичної діяльності [5, с. 20-44]:

1. Інтегруюча функція. Сутність даної функції полягає в формуванні матеріального потоку в єдину систему. Так як матеріальний потік включає різні логістичні ланки – виробництво продукції, її

транспортування, складування та збут, важливим є інтегрування цих ланок в єдиний процес, оскільки сегменти матеріального потоку не можуть існувати окремо. Унаслідок цього, важливим є організація взаємозв'язків між елементами матеріального потоку;

2. Організуюча функція. Завдання даної функції направлене на забезпечення інтеграції та взаємозв'язку між учасниками окремих ланок логістичних потоків, розподіл праці усередині логістичних потоків та координація діяльності виробників, постачальників, супутніх працівників тощо;
3. Управлінська функція. Сутність функції полягає в управлінні логістичними потоками задля забезпечення раціонального використання всіх наявних ресурсів.

Основним завданням логістичної діяльності в умовах ринку є максимальне задоволення попиту на логістичні послуги із найменшими витратами [14]. Також доцільним є виокремлення додаткових завдань логістичної діяльності. Так, завданнями є вибір стратегії управління логістичними потоками, розробка технології транспортування товарів, контроль за переміщенням товарів і послуг по логістичним каналам, вибір та регулювання використання транспортних засобів, обробка інформації та створення прогнозів щодо об'ємів виробництва товарів та переміщення їх на склад, розробка стратегії щодо допродажного та післяпродажного обслуговування клієнтів, скорочення терміну, який відводиться на транспортування та зберігання товарів тощо [11, 15].

Система логістичної діяльності поділяється на окремі види логістики. Виділяють транспортну, виробничу, закупівельну, інформаційну, розподільчу логістику, а також логістику запасів, маркетингу, складування, персоналу, сервісу. На даному етапі розвитку суспільно-економічних зв'язків логістика сервісу набуває все більшого значення. Саме розвитку сервісного аспекту діяльності сучасні логістичні підприємства надають все більшого значення. В умовах конкуренції на ринку, де представлені численні

логістичні підприємства з широким асортиментом товару, виграє та компанія, яка надає найкращий рівень сервісу за оптимальною ціною [16]. У даній роботі саме сервісному аспекту логістичної діяльності присвячена особлива увага.

1.2. Аспекти сервісної логістики як сучасного напрямку логістичної діяльності

Поняття сервісної логістики налічує історію декількох десятиліть, проте саме в останні роки дослідження аспектів сервісної логістичної діяльності набирає все більшої популярності. У першу чергу, це пов'язано з тим, що ринок став орієнтуватися на кожного окремого споживача, тому роль сервісу в наданні послуг починає зростати зі швидкими темпами [50].

Під логістичним сервісом розуміють управління ланцюгом поставок товарної продукції за критерієм мінімальних загальних логістичних витрат, пов'язаних з просуванням продукції на ринки збуту, а також допродажного та післяпродажного обслуговування. Тобто основна задача логістичного сервісу – забезпечити найвищий рівень попиту споживачів у логістичних послугах [19]. Слід зазначити, що в сервісну логістику включаються послуги як виробничого, так й інформаційного та фінансово-кредитного обслуговування [4]. Сутність логістичного сервісу полягає в пошуку та реалізації можливостей надання споживачам різноманітних потоків послуг у сфері логістики. Послуги розповсюджуються потоками в середовищі, у якому ланки логістичної системи, логістичні ланцюги та канали взаємопов'язані. Таким чином, логістичний сервіс нерозривно пов'язаний з процесом розподілу [31].

Обслуговування споживача в логістиці – це діяльність, направлена на задоволення потреб споживачів у рамках стратегії розвитку компанії та яка проявляється під час отримання та обробки замовлень [16].

Прийнято до логістичного сервісу включати наступні операції: повне допродажне та післяпродажне обслуговування споживачів, розгляд звернень

клієнтів, формування матеріальних потоків у зворотному напрямку, доставку продукції, супутнє доставці обслуговування, надання інформаційних послуг, спостереження за якістю надаваних супутніх послуг, робота служби підтримки тощо [45]. У сьогоднішні в крупних логістичних компаніях значна частка витрат припадає саме на забезпечення якісного логістичного сервісу. Часто саме сервісна частина логістики визначає перерозподіл функціонального напрямку діяльності компанії, оскільки однією з перших відображає характерні зміни в попиті на логістичні послуги в умовах конкурентного ринку. Слід зауважити, що сервісне обслуговування в логістиці не обов'язково має здійснюватися виробником товару. Для сервісного логістичного обслуговування існують також компанії-посередники, що спеціалізуються на наданні сервісних послуг споживачам. Вибір організатора надання сервісних логістичних послуг, підприємства-виробника товару чи посередника, залежить від обраної для компанії стратегії [38].

У логістичному сервісі можна виокремити два характерні рівні – мікрорівень та макрорівень. На мікрорівні розглядається форма, особливості та якість обслуговування чітко визначених споживачів. На цьому рівні також відбувається супутнє забезпечення обслуговування необхідною логістичною інфраструктурою. На макрорівні вже більше розглядається стратегія щодо надання логістичного сервісу, вибудовується план підвищення рівня якості надаваних послуг, розробляються стандарти обслуговування, а також відбувається зведення загальної політики діяльності логістичної компанії на ринку [18, с 15-35].

Для подальшого дослідження тематики логістичного сервісу, необхідно визначити сутність основних логістичних понять: логістичного каналу, логістичного ланцюга, логістичної мережі, логістичної системи.

Логістичний канал – це частково впорядкована чисельність різноманітних посередників (організацій або окремих осіб), що виконують доведення

матеріального потоку від кожного окремого виробника чи групи виробників до споживача [32, с. 120-121].

Логістичний ланцюг – це впорядкована лінійно сукупність окремих посередників із логістичного каналу. Наприклад, вибір конкретної агентської фірми-посередника є вибором логістичного ланцюга. Логістичний ланцюг впорядковується за потоками (наприклад, за інформаційним потоком, фінансовим чи сервісним потіком тощо), а це, у свою чергу, призводить до аналізу окремих процедур у логістиці [41, с. 55-70].

Логістична мережа – це окремі елементи логістичної системи, які систематизовані та згруповані за спільними потоками: матеріальними, фінансовими, інформаційними, сервісними тощо [22].

Логістична система – це взаємопроникна система, що складається з окремих логістичних підсистем, та виконує широкий спектр функцій логістичного характеру між самою системою та зовнішнім середовищем. Логістична система може бути як окремим підприємством так і групою підприємств, що виконують ряд функцій у взаємозв'язку внутрішнього і зовнішнього середовища [32, с. 137-138].

Система розподілу повинна максимально та ефективно задовольняти потреби клієнтів у рівні обслуговування. Логістичний сервіс може бути реалізований тільки у сфері розподілу та розповсюдження, оскільки сервіс являє собою сукупність послуг, що надаються у процесі доставки товарів споживачам і є фінальним етапом у просуванні матеріального потоку по логістичним ланцюгам [41, с. 55-70].

На сучасному етапі розвитку сервісної логістики можна виокремити її наступні принципи [8, с. 144-155]:

- принцип важливості пропозиції. Даний принцип визначається базовим рівнем обслуговування у сфері логістики, від якого відштовхуються компанії, що визначений загальною ситуацією конкуренції логістичних компаній на ринку;

- вільний вибір рівня логістичного обслуговування споживачами. Доступність пропозиції на ринку логістичних послуг фактично не зобов'язує їх споживати. Споживач послуг завжди має право відмовитися від логістичного сервісу. При цьому вартість логістичної послуги має бути зменшена на певну суму, у залежності від повної вартості об'єму надаваних послуг у логістиці;
- гнучкість сервісу. Принцип гнучкості полягає в тому, що сукупність логістичних послуг повинні бути направлені на кожного окремого споживача. У сучасному світі організації мають індивідуалізовувати обслуговування в логістиці під кожного споживача, завдяки чому споживач надає перевагу саме окремій логістичній компанії серед багатьох інших. Гнучкість у сервісі мінімізує ризики, що можуть виникати в процесі реалізації товару;
- зручність сервісу. Якість логістичного сервісу – це не лише співвідношення ціни та якості послуг. Якість логістичного сервісу також пов'язана з супутніми затратами для споживача, що характеризує умови споживання і доступність послуг. Подібні затрати можуть бути пов'язані з розташуванням компанії, часом очікування на надання послуг тощо;
- техніко-технологічна адаптативність сервісу. Даний принцип означає, що сервіс має відповідати технології, методам, засобам та інструментам логістичного обслуговування. Також має бути високий рівень професійної підготовки персоналу;
- адекватність цінової політики. Ціна на логістичні послуги має формуватися в залежності від пріоритетних цілей компанії, враховуючи загальні тенденції на логістичному ринку.

У сервісній логістиці можна виокремити ряд основних завдань. По-перше, це консультації споживачів щодо логістичних послуг. Консультація дає уявлення клієнту щодо переваг того чи іншого товару, завдяки чому можна обрати той оптимальний варіант, що задовольнить потреби

споживачів за заявленими параметрами товару. Консультація також надається щодо експлуатації товару, якщо є така необхідність. Наступне завдання сервісної логістики полягає в підготовці всієї необхідної документації, яка може бути необхідна в процесі надання логістичної послуги. Важливим завданням сервісної логістики виступає допродажна перевірка продукції чи каналу надання логістичної послуги на наявність тих чи інших браків для мінімізації відмови у придбанні товару тощо. Наступні завдання полягають у поточному забезпеченні необхідного рівня утримання товару чи логістичної послуги до продажу, після продажного обслуговування споживачів, розробка програм лояльності для клієнтів, формування бази даних споживачів, систематизація та проведення збору поточної інформації щодо реалізації товарів та послуг тощо [48, 49].

1.3. Функціональні підрозділи сервісного логістичного обслуговування

Для визначення функціональних підрозділів сервісного логістичного обслуговування, у першу чергу, необхідно підійти до питання етапів сервісного обслуговування, оскільки кожен підрозділ реалізується на окремих етапах. Виділяють наступні етапи логістичного сервісу: передпродажна стадія, стадія надання логістичних послуг, стадія післяпродажного логістичного обслуговування [51].

На передпродажній стадії виконується вибір стратегії підприємства щодо системи обслуговування клієнтів, формування політики сервісної діяльності, відбувається моніторинг цільової категорії клієнтів, а також розробляються інструкції щодо контактів з клієнтами. Вибір політики сервісної діяльності визначає основні цілі обслуговування, яких прагне підприємство. Також важливим на даному етапі важливим є налагодити чітку організаційну структуру та комунікацію між відділами та працівниками задля того, щоб споживач міг оперативно отримати консультацію необхідного спеціаліста. Саме на цьому етапі розробляються основи делегування серед працівників компанії, що напяму співпрацюють з клієнтами [44, 46].

На даній стадії клієнтам надається комплексна інформація щодо товарів та послуг, виконується демонстрація товару. Передпродажну стадію супроводжує урахування всіх побажань клієнтів щодо строків виконання, переробка товарів та послуг під індивідуальні потреби споживачів, вирішуються питання обробки фінансових транзакцій. На передпродажній стадії у споживача формується загальне уявлення про компанію, тому даний етап є важливим з точки зору утвердження іміджу підприємства [43]. Унаслідок цього, переважно, план передпродажної стадії обслуговування формують керівники компанії, незважаючи на те, що фактично на даному етапі самі логістичні послуги не надаються. На передпродажній стадії клієнту надається письмова інформація щодо послуг, що будуть надані. Так як послуга нематеріальна, то надання повної інформації не тільки надає можливість ознайомитися зі спектром послуг, що надається компанією, а й мінімізує ризик споживачів помилитися у виборі логістичної компанії [50].

Наступною виступає стадія надання логістичних послуг. На другій стадії безпосередньо надається інформація щодо товару, його особливостей та допомога у виборі, організація доставки та упаковки. Тобто на даній стадії виконується продаж товару. Даній стадії логістичні компанії приділяють найбільшу кількість уваги, оскільки саме на етапі надання логістичних послуг відбувається контакт споживача із компанією та товаром, що нею пропонується [19].

На другій стадії особливо ефективним є моніторинг якості та швидкості доставки, визначення перешкод та помилок, що відбуваються у процесі доставки, а також визначення шляхів їх вирішення. Особливо в моніторингу увага приділяється кількості нереалізованих замовлень, відбувається аналіз причин не реалізації товарів та розробляється план задля мінімізації відсотку таких замовлень. Логістична компанія, зважаючи на особливості своєї діяльності, має визначити доцільність надання експрес-доставки, оскільки в останні роки саме швидкість доставки визначає лідерів на ринку логістичних послуг. При цьому, задля забезпечення швидкої та безперебійної доставки,

мають бути налагоджені внутрішні зв'язки та канали між складами та розподільчими центрами [9, 31].

Компанія на другому етапі має надавати споживачу за запитом всю інформацію щодо доступності товару, його кількості та статусу обробки замовлення. При цьому важливим елементом є правдивість інформації, що надається, оскільки на ній формується довіра споживача до компанії та надаваних нею товарів чи послуг [41]. Окремо необхідно виділити аспект зручності отримання товару чи послуги. Чим доступніша система отримання замовлення чи послуги, тим більш конкурентоспроможною буде компанія на ринку надання логістичних послуг серед різних верств населення [16].

Третьою виступає стадія післяпродажного логістичного сервісу. На даному етапі розглядаються звернення клієнтів щодо обміну, гарантійного обслуговування, скарги тощо. Гарантійне обслуговування, у свою чергу, включає надання ремонтних та монтажних послуг, направлених на збільшення терміну придатності товару, а також заміна можливого браку [8, с. 144-155].

Важливим на даному етапі є обробка скарг споживачів. Для будь-якої компанії скарга – це завжди негативне явище, яке псує імідж фірми на ринку логістичних послуг. Проте розробка ефективної системи роботи з претензіями та зверненнями може мінімізувати рівень завданої шкоди. Розв'язання проблеми в рамках скарги дозволяє компанії не втратити клієнта [47]. Слід зауважити, що під час розробки стратегії діяльності компанії важливим є включення в витрати кошти на зворотну доставку, обмін тощо.

Загальне сервісне логістичне обслуговування поділяється на окремі підрозділи. Так, виділяють логістичний сервіс споживчого попиту, до якого входять всі послуги, що надаються у процесі реалізації продукції, зокрема її доставки: оптимальна частота поставок, необхідний об'єм поставок, завантаження та розвантаження продукції, високий рівень якості супутнього обслуговування. Послуги логістичного сервісу споживчого попиту надаються на всіх етапах логістичного сервісу. Наступним підрозділом виступає

виробничий сервіс. Даний сервіс включає роботи, пов'язані з випробуванням продукції задля її ефективного використання. Виробничий сервіс включає допрацювання продукції, усунення деформацій, введення в експлуатацію, а також навчання технічного персоналу. Існує логістичний сервіс післяпродажного обслуговування, що включає ряд послуг, пов'язаних зі збільшенням терміну реалізації продукції – гарантійні роботи, забезпечення інфраструктурою, ремонт пошкоджених частин, підготовка персоналу для забезпечення повного комплексу виробничого сервісу. Виділяють сервіс інформаційного обслуговування, до якого входять всі роботи, пов'язані з наданням інформації споживачам щодо продукції. До такої інформації відносять, як і паперові та електронні каталоги, так і рекламні оголошення та повідомлення. Окремо виділяють фінансово-кредитний сервіс. До такого сервісу входять всі послуги щодо оплати товарів, а також способів оплати (повна оплата товарів, оплата за допомогою кредиту чи в розстрочку, оплата з використанням системи знижок) [12, с. 111-118].

1.4. Поняття рівня та якості у сфері логістичного діяльності

Досить довгий час ринок логістичних послуг концентрувався на продукті та кількості виробництва. Вважалося, що успішність компанії визначає величина частки клієнтів у залежності частки компанії на ринку. Ринок логістичних послуг працював за досить простою формулою: чим більша кількість клієнтів, тим більший прибуток. Проте дослідження виявили, що успіх визначає не величина кількості клієнтів, а відсоток клієнтів, що налаштовані лояльно до логістичного підприємства. Лояльний споживач впродовж тривалого співробітництва з компанією приносить більший дохід, ніж численні клієнти, що скористалися послугами підприємства одноразово. У зв'язку з цим, логістичні компанії почали все більше у своїй діяльності концентруватися на утриманні клієнтів та підвищенні частки лояльних споживачів [48]. Лояльність, у першу чергу,

може бути отримана за рахунок надання якісних логістичних послуг за оптимальною ціною.

На сучасному рівні розвитку господарських зв'язків, доцільно говорити про «риннок покупця», враховуючи особливості якого мають працювати логістичні компанії [16]. У зв'язку з великою кількістю пропозицій на ринку логістичних послуг, вагомим стає поняття рівня та якості обслуговування.

Під рівнем логістичного обслуговування розуміють співвідношення показників якості та кількості логістичних послуг, а також часу, необхідного на виконання цих послуг [19]. Для кожної логістичної компанії важливим є пошук оптимального рівня логістичного сервісу. Збільшення витрат на сервіс зменшує кількість втрат на ринку логістичних послуг та збільшує рівень конкурентоспроможності компанії.

Високий рівень якості логістичного обслуговування є одним із найвагоміших показників конкурентоспроможності. Під якістю логістичного обслуговування розуміють мінімальну різницю між очікуваннями споживачів та реальними параметрами обслуговування [43].

Стартом для розвитку логістичної компанії у сфері надання послуг є уявлення споживачів щодо якості сервісу підприємства. Уявлення споживачів щодо якості обслуговування в логістичній компанії формуються під впливом наступних факторів [8, с. 156-160]:

- рекламних оголошень, відео, висвітлення діяльності компанії у ЗМІ;
- відгуки від інших клієнтів підприємства у письмовій чи усній формі;
- особистого сприйняття поняття якості обслуговування та власних потреб кожного окремого споживача;
- власного досвіду щодо отримання послуг від інших логістичних компаній, що у свідомості людини вже формує певний рівень необхідної якості.

Різниця в уявленнях споживачів та компанії щодо високої якості послуг виникає внаслідок багатьох явищ. Так, наприклад, реальна якість обслуговування відрізняється від очікуваної через недостатню кількість

маркетингових досліджень, їх недостовірність, неправильно вибрані параметри для дослідження думки споживачів, а також неточність інформації щодо співвідношення попиту та пропозиції на ринку у логістичній галузі [7].

Різниця в уявленнях споживачів та реальною якістю обслуговування в логістичних компаніях виникає за рахунок низького рівня технологічного та сервісного забезпечення на внутрішньофірмових рівнях, слабким рівнем контролю за дотриманням правил клієнтського обслуговування, а також відсутністю чіткої системи стандартів якості обслуговування [38].

Часто споживачі стикаються з проблемою розбіжності між якістю обслуговування, що заявлена логістичною компанією в рекламі, та реальним рівнем сервісу. У першу чергу, це пов'язано з недостовірним сприйняттям маркетингового відділу діяльності компанії, слабкою комунікацією між відділами підприємства. Фіксованим також виступає явище зловживанням перебільшенням щодо рівня сервісу в рекламі задля приваблення широкого кола споживачів [45].

У сфері якості обслуговування в логістиці виділяють наступні основні принципи [8, с. 156-160]:

- орієнтація на усунення помилок, що виникають у процесі надання логістичних послуг;
- орієнтація на задоволення потреб споживачів;
- удосконалення інформаційних логістичних процесів на всіх рівнях;
- участь працівників логістичної компанії всіх рівнів у сфері покращення якості обслуговування клієнтів;
- чіткий розподіл повноважень між працівниками щодо сфери обслуговування клієнтів.

Якість обслуговування клієнтів у сфері логістичного обслуговування включає виконання ряду критеріїв. Першим критерієм виступає доступність товару чи послуги. Під доступністю розуміють наявність необхідного продукту у місці, де товар чи послуги потрібні споживачу. Досить довгий час доступність товару забезпечувалась за рахунок накопичення. Проте за

останньою тенденцією доступність товару забезпечується за рахунок налагодженого процесу планування та прогнозування. У процесі прогнозування щодо потреби у тому чи іншому товарі чи послугі на ринку логістичних послуг розробляються стратегії щодо управління запасами [41]. Наступним критерієм виступає ймовірність дефіциту, що відображає показник відсутності товару в певний проміжок часу. Даний показник є базовим при плануванні об'ємів накопичення продукції. Зазвичай дефіцит виникає унаслідок перевищення попиту над пропозицією [3, с. 10-24].

Наслідки дефіциту відображає критерій норми насичення попиту. Загалом дефіцит певного товару негативно впливає на якість обслуговування тільки в тому випадку, якщо наявність продукції не відповідає запитам клієнтів. Тобто негативний вплив відображається у випадку, коли дефіцит є на товари широкого попиту. У такому випадку важливо завчасно визначити коефіцієнт необхідної кількості товарів. Показники насичення попиту зазвичай чітко прописуються в нормативних документах якості обслуговування компанії. За допомогою оцінки дефіциту визначається здатність компанії задовольнити потреби своїх клієнтів та визначити вектор розвитку у випадку, якщо потреби не задовольняються у високій мірі. Показники насичення попиту можуть розраховуватися за окремі періоди часу, за групами товарів чи сегментами ринку у залежності від цільової орієнтації логістичної компанії. Так, найпростішим є визначення відсоткового параметру насичення попиту у залежності від замовленої кількості товарів до наявної. Наприклад, при замовленні 70 одиниць товару при наявності 65 норма насичення попиту буде складати 93% ($65/70 \cdot 100$) [4].

Наступним критерієм якості обслуговування виступає повнота охоплення замовленнями, що відображає ситуацію, коли всі наявні товари компанії замовлені клієнтами [8, с. 156]. Швидкість обробки замовлення (час від отримання замовлення до доставки товару споживачу) є одним із найважливіших критеріїв якості обслуговування для логістичних компаній, оскільки визначає ефективність роботи логістичної системи. Швидкість

обробки замовлення тісно пов'язана ще з одним важливим критерієм якості обслуговування – безперебійністю роботи компанії, що характеризується виконанням замовлення в чітко визначений термін [4]. Важливим критерієм якості обслуговування компанії виступає показник, наскільки підприємство готове до неочікуваних запитів клієнтів та ситуацій, що визначає гнучкість ведення операцій. До ситуацій, коли логістичній компанії необхідно проявити гнучкість можна віднести: введення нового товару, розробка нових маркетингових планів, зміна асортименту, ціни, приведення рівня обслуговування під конкретного споживача чи умови ринку [19]. Рівень усунення недоліків у роботі виступає важливим критерієм якості обслуговування. Незалежно від рівня налагодженості логістичної системи, збої під час обробки замовлень трапляються, тому необхідним є наявність нормативів роботи в разі виникнення непередбачених ситуацій [49].

Комплексна взаємодія багатьох факторів, таких як надійності компанії, доступності запасів, здатності швидко реагувати на зміни навколишнього середовища, компетентності в обслуговуванні, швидкості виконання тощо, формує загальний рівень якості обслуговування, що, у свою чергу, напряду впливає на конкурентоспроможність підприємства на ринку логістичних послуг.

1.5. Методика дослідження логістичної діяльності міста Києва

Методика дослідження логістичної діяльності міста Києва включає три етапи:

1. Теоретико-методичний етап. На першому етапі магістерської роботи розглядається методика дослідження логістичної діяльності та визначаються основні теоретичні засади логістики. Основна увага на даному етапі приділяється теоретичним дослідженням області логістичної діяльності, визначається її сутність та структурні підрозділи. На теоретико-методичному етапі широко використовується літературний загальнонауковий метод, оскільки проводиться аналіз фахової літератури з логістичної тематики. На

даному етапі визначаються основні поняття логістичної діяльності, її завдання та структурні підрозділи; узагальнюється інформація щодо особливостей функціонування сервісної логістики та понять рівня та якості у сфері логістичного обслуговування.

2. Аналітичний етап. На другому етапі магістерського дослідження проводиться загальний аналіз, а також визначаються чинники формування логістичної діяльності в господарстві міста Києва. Широкого використання на даному етапі мають статистичний та порівняльно-описовий методи загальнонаукового дослідження та системно-структурний аналіз серед спеціальних методів дослідження. За допомогою статистичного методу можливо дослідити динаміку логістичних показників упродовж визначеного проміжку часу [23, с. 13-56, 24]. Поєднуючи статистичний, порівняльно-описовий методи та системно-структурний аналіз ми досліджуємо комплексний взаємозв'язок логістичних показників як елементів єдиної системи та визначаємо загальний стан логістичної діяльності міста Києва. Порівняння та аналіз динаміки таких показників як перевезення вантажів різними видами транспорту, капітальних інвестицій в логістику за видами діяльності (транспортну, складську та кур'єрську), стану логістичної інфраструктури дає змогу оцінити стан кожного окремого структурного елементу логістики та системи логістичної діяльності столиці в цілому. На аналітичному етапі ми ідентифікуємо, на базі яких складових формується логістична система міста. Також на даному етапі визначаються особливості розвитку логістичної діяльності як прикладу концепції стиснення простору.

3. Етап оцінки діяльності логістичних підприємств столиці, узагальнення результатів суспільно-географічного дослідження. На заключному етапі магістерського дослідження визначаються особливості діяльності логістичних компаній столиці, досліджується мережа представництв і комунікацій підприємств. Для надання комплексної оцінки щодо просторового розташування відділень логістичних компаній використовувався математичний метод, що полягає в розрахунку коефіцієнту

локалізації представництв підприємств за районами міста Києва. Коефіцієнт був розрахований за формулою [8, 27]: $L_j = \frac{D_j}{d_j} * 100$, 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. Для наочності та кращого відображення розрахованих даних щодо особливостей розташування відділень компаній, був використаний картографічний метод, що полягає в розробці картографічних моделей - карт, за допомогою яких можливо не тільки зобразити наявну інформацію, а й отримати нову [40, с. 28-68]. За допомогою карт, можливо оцінити територіальні відміни в розміщенні відділень. Для дослідження сервісного аспекту діяльності підприємств використовувався метод анкетування, який дозволяє отримати комплексну оцінку роботи компаній з точки зору споживача логістичних послуг. Оцінка результатів опитування виконувалася за допомогою box and whisker plot. На третьому етапі, на основі проведеної оцінки, визначаються основні проблеми та перспективи розвитку логістичної діяльності столиці.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ I

У розділі розглянуті теоретичні засади логістичної діяльності.

1. Виявлено, що під логістичною діяльністю розуміють управління матеріальними, фінансовими, інформаційними та сервісними потоками у сфері виробництва та розповсюдження товарів; регулювання логістичних процесів, координацію попиту та пропозиції на ринку логістичних послуг. Встановлено, що виділяють три функції логістичної діяльності: інтегруючу, організуючу, управлінську. У розділі досліджено, що основним завданням логістичної діяльності є задоволення попиту на логістичні послуги із найменшими витратами.

2. Встановлені аспекти сервісної логістики. Виявлено, що під логістичним сервісом розуміють управління ланцюгом поставок товарної продукції із мінімальними витратами, а також допродажного та післяпродажного обслуговування. Виокремлюють наступні принципи сервісної логістики: важливості пропозиції, вільного вибору рівня логістичного обслуговування споживачами, гнучкості сервісу, зручності сервісу, техніко-технологічної адаптативності сервісу, адекватності цінової політики.

3. У розділі розглянуті етапи та підрозділи сервісного логістичного обслуговування. Виділяють наступні етапи логістичного сервісу: передпродажна стадія, стадія надання логістичних послуг, стадія післяпродажного логістичного обслуговування. Загальне сервісне забезпечення виконується рядом підрозділів логістичного обслуговування: сервісом споживчого попиту, виробничого сервісу, інформаційного обслуговування, фінансово-кредитного сервісу.

4. Встановлені поняття рівня та якості логістичного обслуговування. Під рівнем логістичного обслуговування розуміють співвідношення показників якості та кількості логістичних послуг, а також часу, необхідного на виконання цих послуг. Під якістю логістичного обслуговування розуміють мінімальну різницю між очікуваннями споживачів та реальними параметрами обслуговування.

РОЗДІЛ II ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ГОСПОДАРСТВІ МІСТА КИЄВА

2.1. Оцінка чинників формування логістичної діяльності міста Києва

Загалом сучасна логістична діяльність та логістичний сервіс у Києві сформувався під впливом ряду чинників. До чинників формування логістичної діяльності в господарстві належать природні, суспільно-географічні та економічні чинники [40, с. 10-56].

Для дослідження формування логістичної діяльності необхідно враховувати природні умови регіону. Клімат, у якому розташоване місто, є помірно-континентальним та м'яким, унаслідок чого полегшується експлуатація доріг, а це, у свою чергу, зменшує фінансування на їх утримання. При цьому рельєф міста характеризується неоднорідністю. Так, північна і південно-східна частини столиці зайняті під низовину (Поліську та Придніпровську відповідно), а південно-західна частина міста зайнята Придніпровською височиною [24, с. 120-175]. 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 зменшується можливість відкриття логістичних сервісних центрів у місцях із великою концентрацією населення, проте важкими умовами для будівництва. Київ розташований у середній течії річки Дніпро, що ділить місто на правобережну та лівобережну частину. Це, у свою чергу, збільшує витрати на будівництво та утримання мостів [25, 27].

На формування логістичної діяльності в Києві важливий вплив мають суспільно-географічні чинники. Столиця концентрує у своїх межах велику кількість ресурсів: трудових, управлінських, інвестиційних, тощо. Концентрація зайнятого населення сприяє розвитку діяльності логістичних компаній. Динаміка кількості зайнятого населення серед економічно

активного населення у місті Києві за період 2010-2018 рр зображена на Рисунку 2.1.1.



Рисунок 2.1.1. Кількість зайнятого населення за період 2010-2018 рр; складено на основі даних [56]

Важливим аспектом розвитку логістичної діяльності є інвестиційна привабливість міста. Київ, як столиця держави, завжди була інвестиційно привабливим об'єктом для капіталовкладень. Динаміку капітальних інвестицій в господарську діяльність Києва за період 2010-2018 рр можна спостерігати на Рисунку 2.1.2.



Рисунок 2.1.2. Капітальні інвестиції в господарську діяльність Києва за період 2010-2018 рр; складено на основі даних [56].

Як бачимо, за період 2014-2018 рр капітальні інвестиції в господарську діяльність Києва з кожним роком зростають. Це, у свою чергу, впливає на формування діяльності логістичних компаній, оскільки будь-яке підприємство незалежно від господарської галузі розвиває власну систему логістики або звертається за співробітництвом до компаній, що спеціалізуються на наданні логістичних послуг. На Рисунку 2.1.3 можемо спостерігати динаміку інвестицій в транспортні засоби у місті Києві. Транспортні засоби – це важливий елемент логістичної діяльності, на прикладі чого можливо дослідити інвестиційну привабливість усієї логістики в цілому [37]. Як бачимо на Рисунку, за останні роки інвестиції в транспортні засоби зростають та станом на 2018 рік більше ніж у 2 рази перевищують капіталовкладення 2010 року.



Рисунок 2.1.3. Інвестиції в транспортні засоби в місті Києві за період 2010-2018 рр; складено на основі даних [56].

На розвиток логістичної діяльності міста також мають вплив територіальна організація Києва, сформована транспортна система, стан та густота шляхів сполучення, галузева структура господарства та його спеціалізація тощо [40]. Так як у Києві представлений широкий спектр

виробничих підприємств різного спрямування, ефективна логістична діяльність має важливе стратегічне значення для розвитку столиці.

Економічна складова логістичної діяльності є важливим елементом господарського середовища міста Києва. У сформованій логістичній системі у тісній взаємодії здійснюються процеси виробництва, постачання та розподілу, чому сприяє економічний фактор розвитку логістики. Завдяки урахуванню даного фактору виконується ефективне функціонування логістичних компаній на ринку логістичних послуг [5]. Під економічною складовою розвитку логістичної діяльності розуміють транзакції між елементами логістичної системи, внутрішнім та зовнішнім середовищем, що виникають під час виробничого процесу логістичних підприємств та направлені на розподіл, обмін та споживання товарів та послуг [23].

Серед економічних факторів, що впливають на розвиток логістичної діяльності виділяють: політика у сфері ціноутворення, стан банківської та кредитних систем, стан бюджетних та податкових систем, ВВП країни, рівень інфляції, динаміка курсу національної валюти. Вплив даних факторів визначають вартість ресурсів, необхідних для задоволення потреб логістичної компанії, структуру попиту на логістичні товари та послуги, рівень процентних ставок за кредитами, диференціацію експорту та імпорту продукції логістичних компаній тощо [35].

2.2. Логістична інфраструктура міста Києва

Стан логістичної інфраструктури міста визначає конкурентоздатність її логістичної діяльності на державному та міжнародному рівні.

Логістична інфраструктура – це об'єднання взаємопов'язаних між собою елементів господарювання, що дозволяє оптимізувати матеріальні, фінансові, інформаційні та транспортні логістичні потоки та задовольнити потреби споживачів у логістичних послугах [28]. Важливим на сучасному етапі розвитку логістики виступає розробка методів управління логістичною інфраструктурою, знаходження шляхів для її оптимізації, оскільки саме

інфраструктура є каркасом для здійснення всіх логістичних процесів [1, с. 238-250, 42].

Так як логістична інфраструктура – це система, у якій взаємодіють логістичні підрозділи різного типу, важливим є структуризація окремих елементів інфраструктури та виокремлення в кожному елементі логістичних об'єктів. Основними структурними елементами логістичної інфраструктури виступають об'єкти постачання, виробництва, зберігання, розподілу, збуту та споживання [36, с. 125-170]. Елементи постачання включають в собі видобувні підприємства, виробників матеріалів, комплектуючих, напівфабрикатів. До прикладів виробничої логістичної інфраструктури відносять промислові підприємства. Об'єктами інфраструктури зберігання виступають складські приміщення, розподілу – логістичні центри та транспортні компанії, збуту – дистрибуторські компанії різного типу, роздрібні торговельні підприємства. До логістичної інфраструктури елементу споживання зазвичай відносять домогосподарства. Слід зауважити, що до логістичної інфраструктури доцільно відносити обслуговуючі підсистеми, які не є основними, проте надають супутні послуги для ефективного виконання логістичної діяльності (консалтингові центри, фінансові, страхові, брокерські та митні компанії тощо) [42]. Для нашого дослідження, особливого значення набуває характеристика підсистеми зберігання та розподілу, оскільки стан та ефективне управління даними елементами забезпечує безперебійну роботу логістики в цілому.

Київ зосереджує у собі цілу систему логістичної інфраструктури. Для столиці характерний один із найвищих рівнів розвитку логістичної інфраструктури в Україні, що забезпечується високою концентрацією та перетину в місті елементів логістики різного типу. Так, транспортна інфраструктура Києва включає шляхи сполучення, вантажо-розвантажувальне господарство логістичних компаній, засоби управління і зв'язку, транспортне технічне обладнання [33]. У Києві, як столиці країни, перетинаються автомобільні дороги державного та місцевого значення. Так,

через столицю проходять три дороги, що мають міжнародне значення. В основному дороги мають асфальтове покриття, проте на багатьох частинах доріг покриття знаходиться в незадовільному стані, що ускладнює процес ведення логістичних операцій. Так як Дніпро ділить Київ на правобережну та лівобережну частини, функціонують автотранспортні, залізничні та комбіновані мости. У Києві перетинаються залізничні шляхи, що є сприятливим для розвитку логістики та діють аеропорти [52]. Завдяки повітряному сполученню та співпраці з авіакомпаніями можливо розвивати логістичну діяльність міжнародного спрямування, що активно використовується логістичними компаніями «Нова Пошта» та «Укрпошта».

У межах Києва функціонують логістичні центри, що являють собою комплексні споруди, в систему яких включаються розподільчі та дистрибуційні центри, площі, зайняті під склади різних типів тощо. Одним із основних факторів розміщення логістичних центрів є близькість до автомагістралей, зокрема міжнародного значення. Послуги, що надаються логістичними центрами включають в себе спектр складської обробки продукції, підготовку товару, стікерування та сортування, складський облік партій продукції відповідно міжнародним нормам, страхування вантажів, митний супровід імпорту/експорту, організацію зовнішньоекономічних схем, закупівлю, прийом і розвантаження вантажів, логістичний консалтинг, міжнародне експедирування та ін., що залежать від типу та функцій логістичного центру [21].

Більшість логістичних центрів та складів («Atlantic», «AsstrA», «УВК» тощо) розташовані за межами столиці, проте в близькості до неї. Це пов'язано з рядом причин, зокрема великим навантаженням на столицю, ціною на оренду, доступність площі для будівництва центрів тощо. У Києві концентруються представництва логістичних центрів, що надають супутні інформаційні та фінансові логістичні послуги.

Незважаючи на високий рівень розвитку логістичної інфраструктури міста Києва в порівнянні з іншими регіонами України, частина

інфраструктури потребує реконструкції та оновлення. У першу чергу, це стосується доріг, які є під'їзними до автомагістралей міжнародного значення. Важливим виступає оновлення автотранспортних засобів, перехід до концепції сталого розвитку логістичних підприємств, будівництво та модернізація існуючих складів, приведення їх до європейських стандартів.

2.3. Оцінка логістичної діяльності в господарстві міста Києва

Динаміку логістичної діяльності в місті Києві можна характеризувати за основними показниками перевезень вантажів за видами транспорту, показниками вантажообороту. Вантажооборот – це показник, що визначається добутком ваги вантажу, що перевозиться за певний час та відстань та вимірюється в тонно-кілометрах [2, 27].

Так, на Рисунку 2.3.1 можна спостерігати динаміку перевезень вантажів автомобільним транспортом за період 2010-2018 рр. Як бачимо, з 2016 року перевезення вантажів автомобільним транспортом почало зростати значними темпами. Станом на 2018 рік кількість перевезених вантажів автомобільним транспортом зросла більш ніж у 4 рази, порівнюючи з аналогічним періодом 2010 року. Це свідчить про розвиток логістичної діяльності в межах міста Києва.

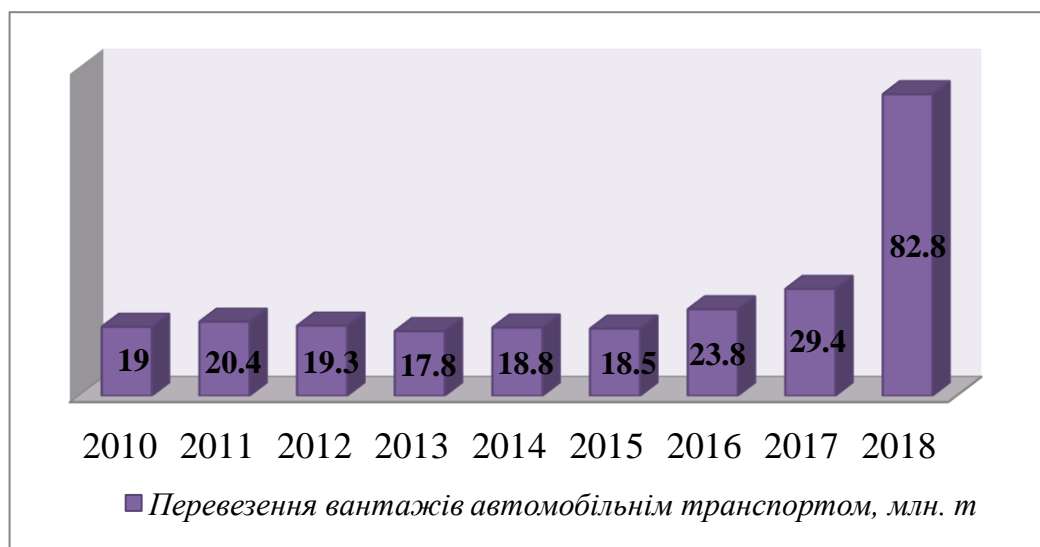


Рисунок 2.3.1. Перевезення вантажів автомобільним транспортом в місті Києві за період 2010-2018 рр; складено на основі даних [56].

Зросли також показники вантажообороту. Так, якщо у 2010-2014 рр. ситуація з вантажооборотом була рівномірною і лише в окремі роки показники незначною мірою відхилялися від середнього значення, то, починаючи з 2015 року показники вантажообороту почали зростати швидкими темпами. Динаміку вантажообороту автомобільного транспорту у період з 2010 по 2018 рр. можемо спостерігати на Рисунку 2.3.2.

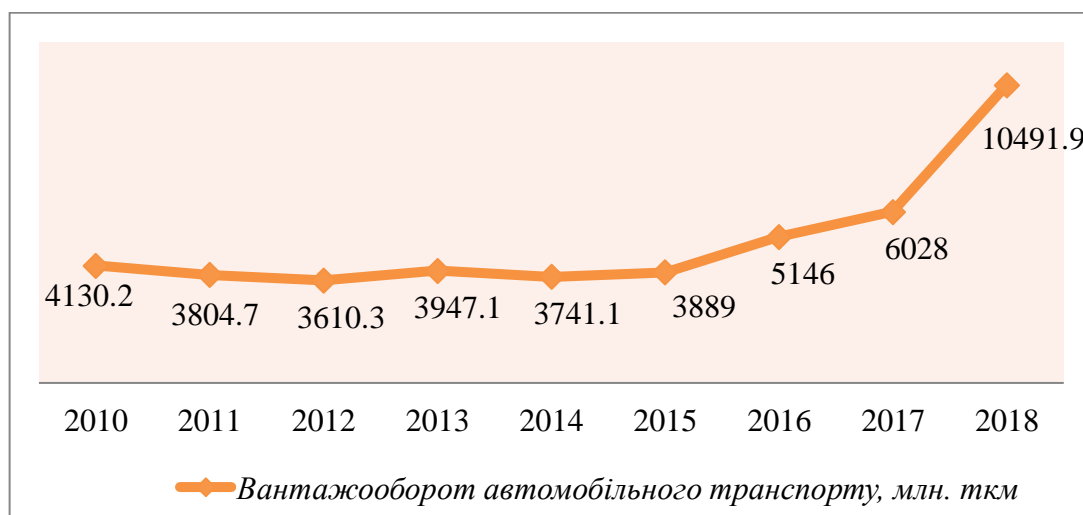


Рисунок 2.3.2. Вантажооборот автомобільного транспорту в місті Києві за період 2010-2018 рр; складено на основі даних [56]

Споживачі логістичних послуг з кожним роком все більше потребують надання послуг з міжнародної доставки. Інтеграція українських логістичних компаній в міжнародні поштові організації призводить до збільшення кількості інвестицій у авіаційний транспорт (Рисунок 2.3.3).

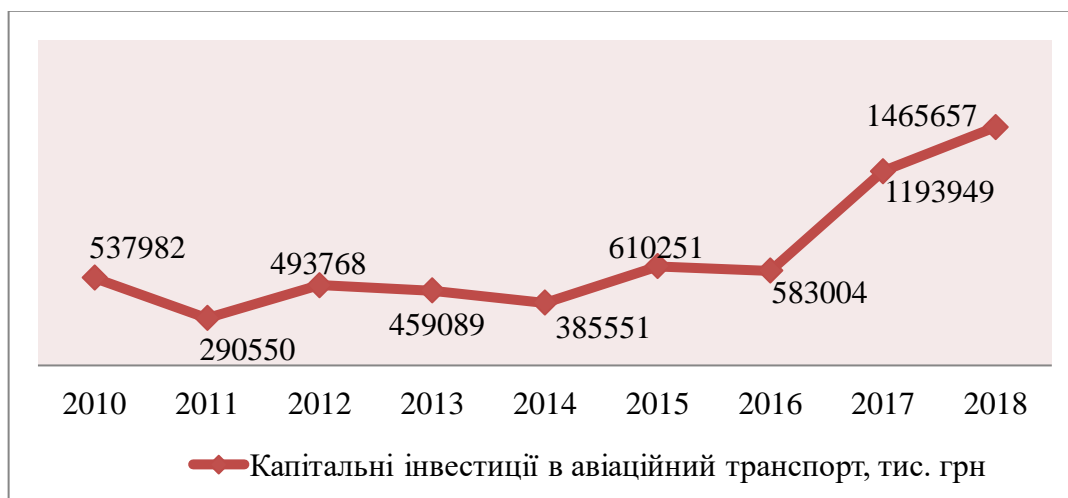


Рисунок 2.3.3. Капітальні інвестиції в авіаційний транспорт у місті Києві за період 2010-2018 рр; складено на основі даних [56].

В останні роки зростають капіталовкладення у складське господарство, поштову та кур'єрську діяльність. Так, у Таблиці 2.3.1. можемо спостерігати зміну кількості капіталовкладень у складське господарство та поштову та кур'єрську діяльність, а також відсоток кожної із видів діяльності від загальної кількості інвестицій за період 2015-2018 рр.

Таблиця 2.3.1.* Капітальні інвестиції за видами діяльності, 2015-2018 рр.

Рік	Складське господарство, тис. грн	% від загальної кількості інвестицій	Поштова та кур'єрська діяльність, тис. грн	% від загальної кількості інвестицій
2015	2863789	3,2	98872	0,1
2016	1722322	1,6	183478	0,2
2017	3002855	2,2	356960	0,3
2018	4900457	2,4	358676	0,2

*складено на основі даних 56

Як бачимо, найбільший відсоток у складське господарство від загальної кількості інвестицій припадає на 2015 рік. Станом на 2018 рік відсоток зменшився, проте сама кількість інвестицій збільшилася майже вдвічі. Зменшення відсотку інвестицій у складське господарство від загальної кількості інвестицій пов'язане із загальним збільшенням інвестицій у господарську діяльність міста Києва. Збільшуються інвестиції також у поштову та кур'єрську діяльність. Так, станом на 2018 рік кількість інвестицій зросла майже в 4 рази, порівнюючи з аналогічним періодом 2015 року.

Загалом Київ характеризується високим рівнем розвитку логістичної діяльності. З кожним роком у столицю збільшується кількість капіталовкладень у логістику. Це пов'язано зі статусом міста, його географічним положенням, зосередженням елементів логістичної інфраструктури, поєднанні шляхів регіонального та міжнародного сполучення, зосередженням фінансових логістичних установ тощо [27]. Київ характеризується зосередженням великої чисельності населення і, відповідно, споживачів логістичних послуг, що робить місто привабливим для розвитку логістики. Це, у свою чергу, збільшує попит на логістичні

послуги та рівень конкуренції між логістичними підприємствами. В умовах високої конкуренції для логістичної компанії важливим є вибір найбільш ефективною стратегії розвитку.

2.4. Розвиток логістичної діяльності міста Києва як приклад концепції стиснення простору

Розвиток логістичної діяльності на сучасному етапі є яскравим прикладом концепції стиснення простору. Стиснення географічного простору - це зменшення часових витрат на подолання відстаней за рахунок віртуального зменшення масштабів і подоланні просторового розриву в комунікаціях і господарських процесах [39]. Саме поняття «стиснення простору» було запропоноване в 1989 році англо-американським географом Девідом Гарві.

Виділяють ряд факторів, що спричинили процес стиснення простору [29]:

- розвиток транспортно-комунікаційної інфраструктури. Активно розвиваються нові технології перевезень, відбувається їх інтеграція в єдині логістичні ланцюги, орієнтовані на мінімізацію витрат і реалізацію принципу just in time;
- розвиток інформаційно-комунікаційних технологій і мереж, формування інформаційного суспільства. Сучасні інформаційні та телекомунікаційні технології дозволяють передавати практично будь-який обсяг інформації на будь-яку відстань майже миттєво. Відносно інформаційних комунікацій поняття «відстань» втратило свій сенс і в цілому визначається як час, необхідний для передачі деякого об'єму трафіку в залежності від існуючих ємностей каналів зв'язку.
- соціально-економічні процеси: глобалізація, формування глобальних ринків, прискорення виробничого циклу і скорочення часу обороту статутного капіталу; зростання мобільності населення;

- зниження рівня бар'єрних функцій кордонів, збільшення контактності і проникності кордонів;
- зміна геополітичних умов, формування міждержавних організацій і об'єднань.

Існують дві трактовки стиснення простору – фізичне та комунікаційне. Фізичне стиснення простору розглядається як негативний процес, оскільки означає «опустелення території» - скорочення населених освоєних територій. Другою виступає трактовка комунікаційного стиснення простору. Під комунікаційним стисненням простору розуміють зростання проникності та внутрішньої зв'язності територій [39]. Розвиток діяльності логістичних підприємств – приклад комунікаційного стиснення простору, що може відчутти кожна людина, котра користується послугами логістичних компаній. Розвиток логістики змінює поняття часу та відстані у свідомості людей. У першу чергу, це пов'язано зі створенням компаній, що спеціалізуються на експрес-доставках. Раніше подолання відстані при перевезенні товарів займало значно більше часу [30]. Проте, з розвитком логістики, оптимізації логістичних каналів та потоків, введенні нових стратегій щодо управління логістичними процесами фактичне розуміння відстані та часу на її подолання стирається.

Вище були наведені приклади динаміки логістичних операцій у місті Києві – зростають перевезення вантажів різними видами транспорту, капіталовкладення в логістичну діяльність, зокрема розвиток поштової та кур'єрської діяльності. У столиці формуються нові логістичні та розподільчі центри, розвивається складська діяльність. Комплексна взаємодія всіх вищесказаних логістичних елементів сприяє підвищенню показника зв'язності території [26]. Якщо ще 10 років тому доставка товару зі столиці в населений пункт будь-якої області країни могла досягати тижня, у сьогоденні цей процес зменшився до 2-3 днів [54]. Даному процесу сприяло налагодження логістичної системи не тільки в столиці, а й в Україні в цілому на всіх регіональних рівнях.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ II

У II розділі розглянута загальна характеристика логістичної діяльності в господарстві міста Києва.

1. Виявлено, що логістична діяльність у господарстві міста Києва сформована під рядом чинників: природних, суспільно-географічних та економічних. У цілому, клімат міста є сприятливим для розвитку логістичної діяльності, проте неоднорідність рельєфу та гідрографічна розгалуженість збільшує витрати на логістичну інфраструктуру. Суспільно-географічні чинники розвитку логістичної діяльності включають територіальну організацію міста, концентрацію населення, зайнятість населення, організацію господарства тощо. Економічні чинники включають стан банківської, бюджетних та податкових систем, рівень інфляції, динаміка курсу національної валюти тощо.

2. На розвиток загальної логістичної діяльності безпосереднє значення має стан логістичної інфраструктури. Під логістичною інфраструктурою розуміють об'єднання взаємопов'язаних елементів господарювання, що дозволяє оптимізувати матеріальні, фінансові, інформаційні та транспортні логістичні потоки та задовольнити потреби споживачів у логістичних послугах. У Києві зосереджується ціла система логістичної інфраструктури, що включає транспорт, дороги міжнародного та місцевого значення, логістичні центри та термінали, розподільчі центри тощо. Частина логістичної інфраструктури міста потребує оновлення.

3. В останні роки в столиці зростають показники логістичної діяльності. Спостерігається зростання перевезень вантажів автомобільним транспортом, збільшується вантажооборот, зростають капіталовкладення в авіаційний транспорт, складське господарство, поштову та кур'єрську діяльність.

4. Виявлено, що розвиток логістичної діяльності в місті Києві є яскравим прикладом концепції стиснення простору, оскільки за рахунок оптимізації логістичних процесів скорочуються часові та господарські витрати на подолання простору.

РОЗДІЛ III ОЦІНКА ДІЯЛЬНОСТІ ЛОГІСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ «НОВА ПОШТА» ТА «УКРПОШТА» НА ПРИКЛАДІ МІСТА КИЄВА

3.1. Оцінка логістичної діяльності компанії «Нова Пошта»

На початку XXI століття в Україні не існувало сервісу експрес-доставки. Доставка товарів для населення з пункту А до пункту Б здійснювалася за допомогою підприємства «Укрпошта» у досить довгий термін або за допомогою незнайомих перевізників, що, у свою чергу, не відстежувалося і мало ряд ризиків. Це стало стартом для заснування нового бізнесу, в основу якого було поставлено налагодження та розвиток системи швидких та безпечних відправлень у різні куточки України. На сучасному етапі, «Нова Пошта» - це вже не просто сервіс швидкої доставки вантажів та посилок. Це підприємство, що пропонує цілий комплекс додаткових послуг: упаковку, зберігання, кур'єрську доставку, грошові перекази, доставку документації, пропозиції для бізнесу, франчайзинг, IT-послуги тощо.

Роком заснування компанії «Нова Пошта» вважається 2001 рік. За словами засновників, перші роки існування компанії пройшли у пошуках клієнтів та векторів розвитку підприємства. У цей же час, в умовах зростаючої конкуренції, формуються основні цінності підприємства, що полягають у досягненні високої якості послуг на націленні на клієнтський сервіс. Уперше на прибутковість компанія вийшла після 6 років діяльності. А в умовах світової економічної кризи 2008 року відносно молодій компанії вдалося мобілізувати свої сили: відбувається оптимізація логістичних процесів, налагоджується ефективна взаємодія з клієнтами, розробляється маркетингові програми та удосконалюється система менеджменту. Унаслідок цього, незважаючи на складну економічну ситуацію в країні, у 2008 році відділення компанії «Нова Пошта» представлені в усіх регіонах країни, а у 2009 році підприємство стає лідером експрес-доставки. Мережа компанії «Нова Пошта» ще з 2015 року почала охоплювати понад 1000 населених

пунктів України. Тенденція останніх років – відкриття відділень у невеличких містах та селах [54].

Кількість відділень компанії «Нова пошта» зростає вражаючими темпами. Так, якщо станом на 2010 рік налічувалося 139 відділень компанії, то в 2019 році кількість відділень перевищила 6000 і з кожним днем ця цифра зростає. Найбільшими темпами кількість відділень зростала між 2010 і 2011, 2011 і 2012, 2018 і 2019 роками. Динаміка збільшення кількості відділень за період 2010-2019 рр зображена на Рисунку 3.1.1.



Рисунок 3.1.1. Кількість відділень «Нова пошта» за період 2010-2019 рр; складено на основі даних [54].

Разом із збільшенням кількості відділень вражає і зростання перевезених вантажів. Так, якщо у 2010 році компанія доставила близько 4 млн посилок, то лише за 5 місяців 2019 року було доставлено 81 млн посилок. Загалом за 2019 рік було доставлено понад 212 млн посилок. Задля швидкої та ефективної доставки компанія налаштувала мережу розподільчих центрів у регіонах. Нині мережа нараховує близько 50 розподільчих терміналів. Динаміка збільшення кількості відправлень за період 2010-2019 рр зображена на Рисунку 3.1.2.



Рисунок 3.1.2. Кількість відправлень «Нова Пошта» за період 2010-2019 рр; складено на основі даних [54].

Збільшення кількості відділень та перевезень відбувається за рахунок досягнення основної цілі підприємства, що полягає в підвищенні ефективності усіх процесів – від удосконалення логістичної системи і оновлення автотранспортних засобів до налагодження комплексу сортування вантажів різних типів.

Компанія веде облік показників, що характеризують ефективність підприємства. Так, за даними «Нова Пошта», 99,97% вантажів, перевезених компанією, доставляються без пошкоджень; 99,995% вантажів доставляються без втрат; 97,07% вантажів доставляються вчасно до відділення; 97,74% доставляються вчасно до дверей [54].

У 2014 році сформувався міжнародний вектор розвитку компанії – відкрилися представництва «Нова пошта» в Грузії та Молдові. Станом на 2019 рік кількість клієнтів у Грузії та Молдові зросла вдвічі. В останні роки також зростає роль міжнародної доставки на українському ринку логістичних послуг, що надає «Нова Пошта». Якщо у 2018 році було доставлено 2,7 млн міжнародних посилок, то у 2019 році кількість міжнародних відправлень зросла на 26%. Найбільша кількість міжнародних відправлень припадає на

США та Європу. Слід зауважити, що «Нова Пошта» надає послуги міжнародної експрес-доставки також і для корпоративних клієнтів [54].

Важливим аспектом діяльності компанії є пропозиції для бізнесу. «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 рітейл. 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 30000 м². 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. Кожен з фулфітмент-центрів може обробляти 50 000 замовлень на день.

Одним із основних векторів діяльності компанії є досягнення високого рівня сервісу та підвищення відсотку лояльних споживачів. Для зручності клієнтів, запроваджені вдалі ІТ рішення – розробка мобільного додатку, що дозволяє швидко оформляти та відстежувати замовлення; можливо відстежувати свої посилки у режимі онлайн.

У компанії розроблена Стратегія на 2020 рік, основними пріоритетами якої виступають знаходження нових інноваційних рішень для оптимізації логістичних процесів, розвиток ІТ сфери для залучення клієнтів різних соціальних груп, розвиток нових продуктів, удосконалення міжнародної системи доставки, розширення іноземної мережі доставок, відкриття нових відділень, поштамтів, розподільчих центрів [54].

3.2. Оцінка логістичної діяльності підприємства «Укрпошта»

Публічне акціонерне товариство «Укрпошта» було засноване в 1994 році за рішенням Кабінету Міністрів України та на сучасному етапі розвитку входить до області управління Міністерства інфраструктури України. Досить довгий час підприємство знаходилося у процесі реструктуризації та пошуку нових ефективних рішень з надання логістичних послуг. Слід зазначити, що 2019 рік став переломним у розвитку компанії, оскільки в 2019 році компанія отримала 607 млн грн. чистого прибутку до оподаткування. Для підприємства це стало значною подією, оскільки за аналогічний період 2018 року фінансовий результат «Укрпошта» характеризувався збитками в розмірі 627 млн грн [55].

Фактично підприємство «Укрпошта» надає послуги поштового зв'язку населенню, доставки кореспонденції, відправки посилок, міжнародної доставки тощо. Так як початковою функцією «Укрпошта» було саме надання поштових послуг, зокрема видачі пенсії, відділення підприємства представлені в багатьох містах, селищах міського типу та селах України (понад 11000 відділень, у яких працює близько 72000 працівників). Для розуміння масштабів відпралень, слід зауважити, що в 2015 році «Укрпошта» доставила понад 200,9 млн письмової кореспонденції. До структури підприємства входять 25 регіональних філій, що забезпечують управління відділеннями на всіх структурних рівнях. «Укрпошта» тісно співпрацює з європейськими банками, а також поштовими операторами Азії та Європи. Підприємство «Укрпошта» надає ряд послуг для фізичних осіб та бізнесу. Так, у 2015 році для фізичних осіб та бізнесу було оформлено понад 15 млн посилок.

«Укрпошта Експрес» - доставка посилок вагою до 30 кг в термін 2 днів (у межах області та між обласними центрами) чи 3 днів (у межах України). При цьому вартість доставки визначається за вагою посилки та величиною відстані. У рамках дії послуги можна оформити кур'єрську доставку.

«Укрпошта Smartbox» - послуга, що дозволяє оформити доставку без черги. Для оформлення доставки необхідно завчасно онлайн оформити обрану кількість посилок, активувати штрих-коди для смартбоксів (посилок) за необхідними параметрами відправки та залишити посилку у відділенні без черги. Надання послуги передбачає 100% попередню оплату вартості послуги, яка включає пересилання в майбутньому відповідної кількості відправлень у залежності від обраного клієнтом пакету за єдиною ціною. Зручність користування полягає в оформленні та координації відправлення в онлайн-режимі. У межах послуги також можна оформити кур'єрську доставку.

«Укрпошта Стандарт» - найбільш вигідна послуга, що забезпечує доставку відправлень на всій території України. Строки пересилання стандартним відправленням складають: до 3 днів у межах обласного центру, до 4 днів у межах області та між обласними центрами та до 6 днів між населеними пунктами різних областей України. За бажанням, клієнти можуть оформити доставку до місця отримання кур'єром [55].

Доставка за межі України та в Україну з інших країн – послуга, що дозволяє оформити відправлення в більш ніж 230 країн світу та отримати посилку з інших країн. Відправка забезпечується як і наземними, так і авіап перевезеннями. Так, станом на 2018 рік компанією було оформлено понад 34 млн міжнародних посилок, що на 45% більше ніж за аналогічний період у 2017 році. Збільшення кількості міжнародних відправлень виникло за рахунок розпочатого в 2016 році партнерства з найбільшою авіакомпанією України – «Міжнародні Авіалінії України».

Відправлення вагою понад 30 кг – послуга, що дозволяє оформити відправлення вагою від 30 кг до 550 кг і розмірами до 120 см x 80 см x 180 см у межах території України. Терміни доставки залежать від населеного пункту і в середньому складають від 3 до 5 днів.

Підприємство «Укрпошта» надає ряд фінансових логістичних послуг. Так, у 2015 році підприємством було оформлено 11,1 млн. переказів та

доставлено понад 74 млн пенсій. Переказ грошових коштів можливо оформити як у відділення, так і на адресу. Послуга «З картки додому» дозволяє оформити грошовий переказ із власної картки, після чого листоноша в термін до 2 днів принесе переказ за вказаною при оформленні послуги адресою. Переказ «З картки на картку» дозволяє оформити безпечний онлайн переказ коштів на картки українських банків. Компанією надається послуга міжнародних грошових переказів, що дозволяє отримати та відправити перекази коштів у понад 30 країн Європи та Азії. Перекази можливі як і в іноземній валюті, так і в національній валюті. Додатковою послугою компанії «Укрпошта» є оформлення туристичного страхування та страхування для власників авто, житла [55].

«Укрпошта» пропонує логістичні послуги для бізнесу за вигідними тарифами. Для клієнтів підприємство пропонує доставку з післяплатою, систему лояльності для активних споживачів, оформлення відправлень онлайн, відстеження посилок, систему знижок, фіксовані тарифи на повернення посилок, електронний документообіг між клієнтами тощо. Для бізнес-клієнтів із відправленнями більше 10 посилок на місяць, підприємство пропонує інтеграцію API. Інтеграція з API дозволяє клієнтам швидко інтегрувати у свій бізнес аспекти логістики, автоматично розраховувати вартість відправлень, вести супровідну документацію в електронному форматі та надавати єдину точку доступу робітників до сервісів, що надаються «Укрпошта» для компанії. Для бізнес-клієнтів підприємство пропонує оформити адресний класифікатор, у якому сформована мережа індексів відділень, що унеможлиблює виникнення будь-яких системних помилок під час відправки товарі.

В останні роки підприємство «Укрпошта» почало застосовувати у своїй діяльності ІТ. Всі відправлення можна відстежити в режимі онлайн, операції з посилками та оплати також можна оформити через Особистий кабінет на офіційному сайті підприємства. Для зручності користувачів також був розроблений мобільний додаток, у якому зручно відстежувати власні

посилки та оформляти необхідні логістичні послуги. Також серед переваг додатку можна визначити: зручний пошук відділень, пошук поштових індексів, фінансові перекази всіма доступними способами компанії в межах країни [55].

3.3. Особливості територіальної локалізації відділень «Нова Пошта» та «Укрпошта» в межах міста Києва

Доступність відділень компанії «Нова Пошта» та «Укрпошта» є важливим показником, що характеризує обрану стратегію підприємства щодо задоволення логістичних потреб споживачів.

У межах міста Києва відділення «Нова Пошта» та «Укрпошта» розташовані нерівномірно. Усього в місті розташовано 356 відділень підприємства «Нова Пошта» та 177 відділень «Укрпошта». Як бачимо, кількість відділень «Нова Пошта» більш ніж у 2 раз перевищує кількість відділень «Укрпошта». Кількість відділень компаній «Нова Пошта» та «Укрпошта» за районами міста Києва та відсоткове відношення відділень кожного району від загальної кількості відділень міста представлені в Таблиці 3.3.1.

Таблиця 3.3.1 Кількість відділень «Нова Пошта» та «Укрпошта» за районами міста Києва*

Район	«Нова Пошта»	% від загальної кількості відділень	«Укрпошта»	% від загальної кількості відділень
Голосіївський	44	12,4	17	9,6
Дарницький	48	13,5	19	10,7
Деснянський	28	7,9	16	9
Дніпровський	39	10,9	20	11,3
Оболонський	34	9,6	15	8,5
Печерський	22	6,2	18	10,2
Подільський	24	6,7	14	7,9
Святошинський	39	10,9	12	6,8
Солом'янський	40	11,2	26	14,7
Шевченківський	38	10,7	20	11,3
Усього	356	100	177	100

*складено на основі даних [54, 55]

Як бачимо, найбільша кількість відділень компанії «Нова Пошта» припадає на Дарницький (13,5%), Голосіївський (12,4%) та Солом'янський (11,2%) райони. Найменша кількість відділень «Нова Пошта» припадає на Печерський (6,2%), Подільський (6,7%) та Деснянський (7,9%) райони.

Найбільша кількість відділень підприємства «Укрпошта» розташовані в Солом'янському (14,7%), Шевченківському (11,3%) та Дніпровському (11,3%) районах. Найменша кількість відділень «Укрпошта» припадає на Святошинський (6,8%), Подільський (7,9%) та Оболонський (8,5%) райони.

Слід зауважити, що райони міста Києва мають різну площу та чисельність населення. Тому для дослідження важливі дані не тільки кількості відділень за районами міста Києва, а коефіцієнт територіальної локалізації. За допомогою коефіцієнту можливо дослідити концентрацію відділень в районі за рахунок співвідношення кількості відділень та чисельності населення в районах. Коефіцієнт територіальної локалізації розраховується за наступною формулою [8, 27]:

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

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.

Дані для розрахунку коефіцієнту територіальної локалізації щодо чисельності населення та площі районів для характеристики розміщення відділень представлені в Додатку А. Розраховані коефіцієнти територіальної локалізації відділень компаній «Нова Пошта» та «Укрпошта» за районами міста Києва представлені в Таблиці 3.3.2.

Таблиця 3.3.2. Коефіцієнти територіальної локалізації відділень «Нова Пошта» та «Укрпошта» за районами міста Києва*

Район	L_j Нова Пошта	L_j Укрпошта
Голосіївський	144,2	111,6
Дарницький	116,4	92,2
Деснянський	63,2	72
Дніпровський	89,4	92,6
Оболонський	88,9	78,7
Печерський	110,7	182,1
Подільський	97,1	114,5
Святошинський	93,9	58,6
Солом'янський	88,2	115,7
Шевченківський	142,7	150,7

*складено на основі даних [53, 54, 55]

Як бачимо, найвищий рівень територіальної локалізації відділень «Нова Пошта» характерний для Голосіївського, Шевченківського та Дарницького районів, найменший показник територіальної локалізації характерний для Деснянського, Солом'янського та Оболонського районів. Найвищий рівень територіальної локалізації відділень підприємства «Укрпошта» характерний для Печерського та Шевченківського районів, найнижчий – для Святошинського, Деснянського та Оболонського районів. У Додатку Б та Додатку В можемо спостерігати карти районів міста Києва, сформовані на основі даних щодо коефіцієнтів локалізації та кількості відділень компаній «Нова Пошта» та «Укрпошта» для кожного району.

Як бачимо, не завжди велика кількість відділень логістичної компанії в районі відповідає високому коефіцієнту територіальної локалізації. Так, наприклад, Солом'янський район характеризується одним із найбільших показників кількості відділень «Нова Пошта» в місті, проте коефіцієнт територіальної локалізації район має низький. Дане явище визначається тим, що Солом'янський район має найбільшу чисельність населення в місті (12,7%), що не відповідає кількості відділень підприємства «Нова пошта» в ньому. Подібна ситуація спостерігається і в Деснянському районі міста Києва, на який припадає 12,5% населення. Незважаючи на велику концентрацію населення, Деснянський район характеризується найнижчим

коефіцієнтом територіальної локалізації відділень «Нова Пошта». Аналогічна ситуація щодо Деснянського району спостерігається і з відділеннями «Укрпошта» - кількість відділень не відповідає чисельності населення, що проживає в ньому, унаслідок чого район характеризується низьким показником територіальної локалізації.

За показниками територіальної локалізації можливо визначити райони, у яких кількість відділень «Нова Пошта» та «Укрпошта» характеризується високої концентрацією, незважаючи на невелику площу та низьку кількість жителів, що проживають у них, відносно інших районів. До таких районів можна віднести Шевченківський та Печерський райони. Дані райони займають найменшу площу в місті відносно інших районів (3,2% та 3,2%), характеризуються низьким рівнем кількості жителів (7,5% та 5,6% відповідно), проте мають найвищі показники територіальної локалізації як відділень «Нова Пошта», так і відділень «Укрпошта». Дане явище характеризується тим, що Печерський та Шевченківський райони займають центральне положення в місті, концентрують ряд фінансових, інституційних установ, представництва багатьох компаній. Незважаючи на низьку кількість жителів, у районі кожного дня концентрується велика кількість населення. У той же час, Деснянський район характеризується окраїнним положенням, є спальним районом, унаслідок чого має низьку кількість відділень обох логістичних підприємств. Нерівномірність у розподілі відділень – не є сприятливим явищем для формування іміджу логістичної компанії, у першу чергу, зі сторони населення, що проживає в районах із низькою концентрацією відділень.

Слід зауважити, що відділення компанії «Нова Пошта» характеризуються більшою рівномірністю. Для Святошинського, Солом'янського, Подільського, Оболонського та Дніпровського районів характерні рівномірні показники територіальної локалізації відділень, вищі показники мають Дарницький та Печерський райони, найвищі – Голосіївський та Шевченківський райони, найнижчий – Деснянський район.

У той же час, для відділень компанії «Укрпошта» характерна строкатість: райони мають або високу концентрацію відділень (Голосіївський, Печерський, Подільський, Солом'янський райони) або низьку чи нижче середнього (Святошинський, Оболонський, Деснянський, Дарницький, Дніпровський райони).

Для підприємств важливим є рівномірне розміщення відділень відповідно до площі районів та кількості жителів, що проживає в них. Кількість та зручне розміщення відділень є показником високого рівня сервісу та якості обслуговування, що надається компанією. У свою чергу, висока якість обслуговування підвищує конкурентоспроможність компанії на ринку логістичних послуг.

3.4. Порівняння діяльності підприємств «Нова пошта» та «Укрпошта»

З метою порівняння діяльності підприємств «Нова пошта» та «Укрпошта» було проведено опитування серед жителів та гостей міста Києва. В опитуванні користувачі 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 140 осіб. Для аналізу відповідей та порівняння діяльності компаній було створено box-and-whiskers plot (графіки представлені в Додатках Д-К). Для зручності дані щодо середнього балу (за медіаною) та узгодженості відповідей за кожним параметром представлені в Таблиці 3.4.1 [10].

Таблиця 3.4.1. Оцінювання діяльності «Нова пошта» та «Укрпошта»*

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

*складено на основі даних опитування

Як бачимо, відповіді, що стосуються діяльності компанії «Нова пошта» є більш узгодженими, ніж відповіді щодо діяльності компанії «Укрпошта», оскільки розмах інтерквантильного проміжку для параметрів «Нова Пошта» менший. Слід зауважити, що аналогічне опитування проводилося у 2018 році, тому можливо порівняти зміну думки населення щодо діяльності компаній.

За даними опитування, до компанії «Нова пошта» користувачі відчувають більший рівень довіри, ніж до компанії «Укрпошта». Середній бал, розрахований за медіаною, отриманий «Нова пошта» складає 7,5, а компанією «Укрпошта» - 5,5. Відповіді щодо рівня довіри до компанії «Укрпошта» є більш неузгодженими. З графіком можна ознайомитись в Додатку Д. Варто зауважити, що рівень довіри до компаній у порівнянні з 2018 роком дещо знизився. У 2018 році середній бал рівня довіри, отриманий «Нова Пошта» складав 8, «Укрпошта» - 6.

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. Дані наведені в Додатку Е.

У Додатку Є можна спостерігати оцінку якості обслуговування у відділеннях «Нова пошта» та «Укрпошта». Згідно з результатами опитування, користувачі оцінили якість обслуговування у відділеннях «Нова

пошта» на 7, у відділеннях «Укрпошта» на 5,5. Необхідно відмітити, що у 2018 році компанії отримали вищий бал щодо оцінки якості обслуговування (8 і 6 відповідно).

Респонденти могли оцінити, наскільки спектр послуг, що надаються компанії, відповідає потребам споживачів. Середній бал, отриманий компанією «Нова Пошта» склав 7,5, компанією «Укрпошта» - 6,5. При цьому відповіді щодо підприємства «Нова Пошта» характеризуються більшим рівнем узгодженості. Графік наведений в Додатку Ж.

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. Середній бал склав 5,5. Дану ситуацію можна спостерігати і серед рівня задоволеності платою за послуги компанією «Укрпошта», що зображено на графіку в Додатку К. Слід зауважити, що 2018 році бали щодо задоволеності платою за послуги компаній були вищі (для «Нова Пошта» і «Укрпошта» 7). Респонденти могли дати відкриту відповідь щодо причин незадоволеності платою за послуги. Так, респонденти відзначали, що плата за послуги «Нова Пошта» занадто висока, а плата за послуги «Укрпошта» не відповідає якості. Респонденти також відмітили, що ціна на послуги компанії «Нова Пошта» вище, ніж «Укрпошта», проте підприємство «Нова Пошта» швидше доставляє посилки.

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);
- як часто опитуваний користується послугами «Нова пошта» (серед відповідей - дуже часто, декілька разів на місяць; за

першої потреби, проте декілька разів на рік; рідко, 1-2 рази за рік; ніколи не користуюся\використовую інший сервіс доставки);

- як часто опитуваний користується послугами «Укрпошта» (серед відповідей - дуже часто, декілька разів на місяць; за першої потреби, проте декілька разів на рік; рідко, 1-2 рази за рік; ніколи не користуюся\використовую інший сервіс доставки)

За результатами 92% серед опитуваних вважають «Нова пошта» найбільш зручним сервісом доставки. Результати опитування зображені на Рисунку 3.4.1.

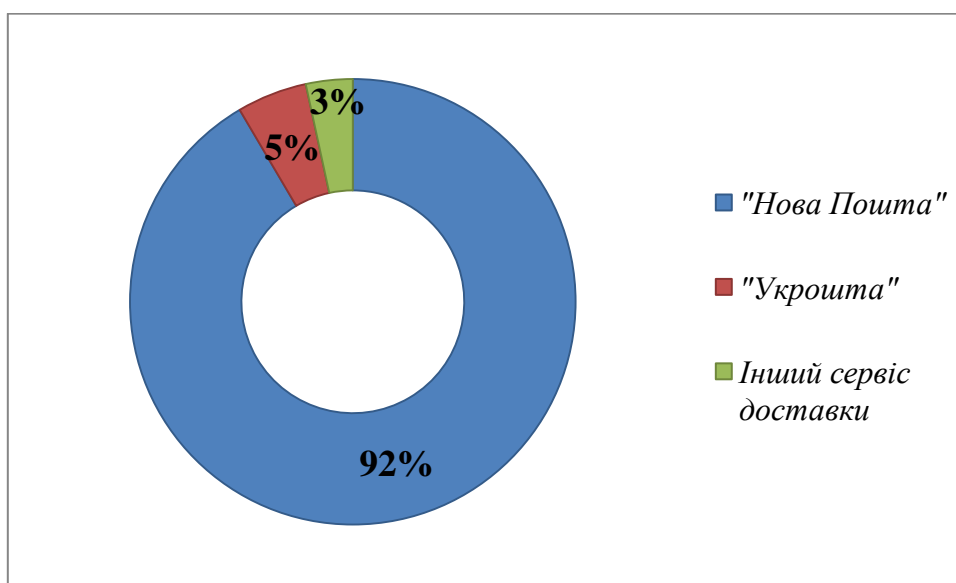


Рисунок 3.4.1. Найбільш зручний сервіс доставки; складено на основі даних опитування

Серед опитуваних 61% користуються послугами «Нова пошта» за першої потреби, декілька разів на рік, 29% - дуже часто, декілька разів на місяць, 10% - рідко, 1-2 рази на рік. Жоден з опитуваних не відповів, що ніколи не користується послугами компанії «Нова Пошта» Результати зображені на Рисунку 3.4.2.

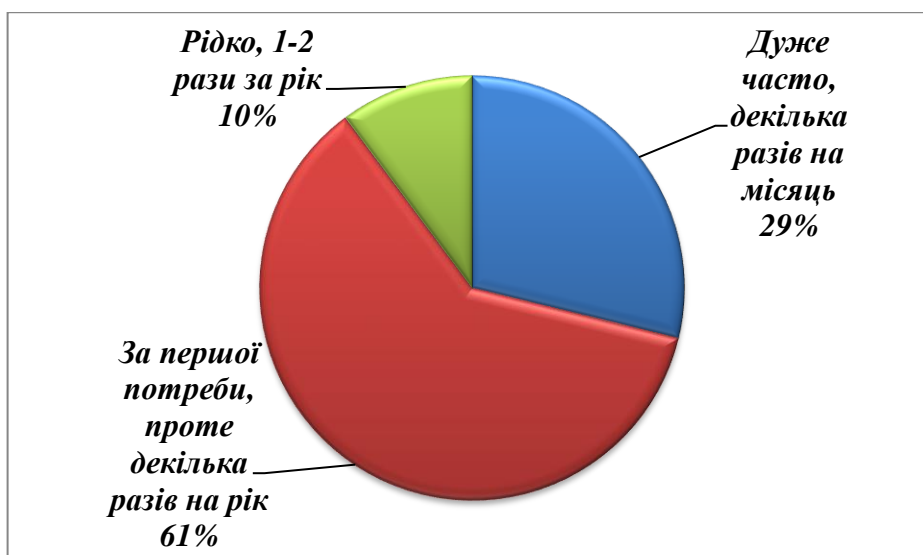


Рисунок 3.4.2. Частота користування послугами «Нова пошта» ; складено на основі даних опитування

За результатами опитування 51 % ніколи не користуються послугами «Укрпошта». Серед опитованих 32% користуються послугами «Укрпошта» рідко, 1-2 рази на рік, 12% за першої потреби, декілька разів на рік, 5% дуже часто, декілька разів на місяць. Результати зображені на Рисунку 3.4.3.

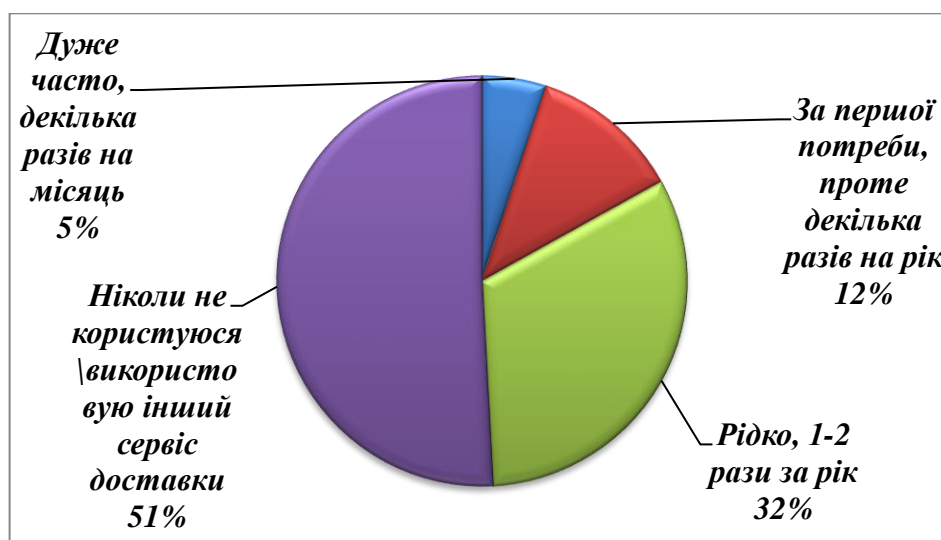


Рисунок 3.4.3. Частота користування послугами «Укрпошта» ; складено на основі даних опитування

Як бачимо, за результатами опитування користувачі надають перевагу компанії «Нова пошта» за всіма параметрами. Дана ситуація не змінилася з 2018 року, проте оцінки, отримані підприємством, стали лещо нижчими. Незважаючи на це, кількість людей, що користується послугами «Нова

Пошта» збільшилася (так, у 2018 році 7% опитуваних ніколи не користувалися послугами підприємства). Знизилися оцінки, отримані і компанією «Укрпошта», при цьому збільшилася кількість респондентів, які ніколи не користувалися послугами доставки товарів компанією «Укрпошта» [10].

3.5. Проблеми та перспективи розвитку сервісної логістичної діяльності міста Києва

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 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. Так як 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 упровадженням 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 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 та вся логістична діяльність у цілому. 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 [10].

Розвиток логістичної діяльності в місті Києві є перспективним, оскільки в останні роки спостерігається підвищення попиту на надання логістичних послуг. Поряд із традиційними попитом на перевезення вантажів крупних підприємств, зростає привабливість відправлень для щоденних потреб населення, розвивається кур'єрська діяльність. Так як у Києві концентрується населення, попит на служби, що надають комплексні логістичні рішення також зростає. Разом із зростанням попиту на логістичні компанії, підвищується значення поняття якості та рівня обслуговування служб логістики. Столиця є центром притягання та формування ряду логістичних підприємств, унаслідок чого споживач має обрати найоптимальніший для себе варіант. У сучасних умовах високої конкуренції перемагає та компанія, яка надає найкращий рівень сервісу за оптимальною ціною, тому перспективним для розвитку є саме сервісна логістика. На сучасному ринку логістичних послуг сервісу почала відводитися особлива увага. Поняття сервісу та супутньому йому якості обслуговування є комплексним, оскільки включає в собі цілий ряд характеристик. У першу чергу, це пов'язано з надійністю компанії, її можливостями знаходити оптимальні рішення, швидкістю обробки замовлень, зручності в користуванні та ціновою політикою. Капіталовкладення в сервісну логістику – це перспектива щодо підвищення рівня логістичної діяльності столиці та країни в цілому. Територіальна організація Києва дозволяє впроваджувати нові логістичні рішення та робити логістику доступною для кожного жителя [31]. Слід зауважити, що розвиток логістичної діяльності та сервісної логістики зокрема потребує розробки ряду стратегій, рекомендацій, залучення державних структур та бізнесу. Комплексна побудова логістики сервісу в Києві підвищить конкурентоспроможність країни на міжнародному рівні.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ III

У розділі III була проведена оцінка діяльності логістичних підприємств «Нова Пошта» та «Укрпошта» на прикладі міста Києва.

1. Підприємство «Нова Пошта» - сервіс, що спеціалізується на експрес-доставці. Виявлено, що з 2001 року компанія «Нова Пошта» з кожним роком зростає: станом на 2019 рік відкрито понад 6000 відділень (у порівнянні з 139 відділеннями 2010 року), зростає кількість відправлень (у 2019 році їх кількість сягла 212 млн. штук). Компанія пропонує ряд послуг для фізичних осіб та бізнесу: доставка регіонами України, міжнародна доставка, послуги фулфітменту, фінансові послуги тощо.

2. Компанія «Укрпошта» функціонує з 1994 року і підпорядковується Міністерству інфраструктури України. Підприємством надається ряд послуг для фізичних осіб та бізнесу: «Укрпошта Експрес», «Укрпошта Smartbox», «Укрпошта Стандарт», міжнародну доставку, великогабаритні відправлення, фінансові послуги.

3. Проведена оцінка розміщення відділень компаній «Нова Пошта» та «Укрпошта» у межах міста Києва та розраховані показники територіальної локалізації. Виявлено, що найбільша кількість відділень «Нова Пошта» розташовані в Дарницькому та Голосіївському районах, найменша – у Печерському та Подільському. Найбільша кількість відділень «Укрпошта» розміщена в Солом'янському, Шевченківському та Дніпровському районах, найменша – у Святошинському та Подільському. Найвищий показник територіальної локалізації серед відділень «Нова Пошта» мають Голосіївський та Шевченківський райони, найменший – Деснянський район. Найвищий показник територіальної локалізації серед відділень «Укрпошта» мають Печерський та Шевченківський райони, найменший – Святошинський район.

4. За результатами проведеного опитування, населення надає перевагу підприємству «Нова Пошта» за всіма параметрами: рівня довіри до компанії, зручності розташування відділень, якості обслуговування у відділеннях,

спектру послуг, що надаються у відділеннях, рівня задоволеності платою за послуги. Виявлено, що 92% опитуваних визначають компанію «Нова Пошта» як найбільш зручний сервіс доставки. За результатами опитування 61% опитуваних використовують сервіс «Нова Пошта» за першої потреби, декілька разів на рік, 29% використовують послуги компанії декілька разів на місяць, 10% - 1-2 рази на рік. Щодо даних «Укрпошти», то 51% опитуваних ніколи не користуються послугами компанії, 32% користуються послугами рідко, 1-2 рази на рік, 12% за першої потреби, декілька разів на рік, 5% - декілька разів на місяць.

5. На сучасному етапі існує низка проблем, вирішення яких є першочерговими для розвитку логістичної діяльності. До таких проблем належать, у першу чергу, належить оновлення логістичної інфраструктури: будівництво нових трас, логістичних розподільчих центрів, складів. Важливим виступає упровадження нових технологій щодо управління логістичними процесами.

ВИСНОВКИ

У роботі здійснено суспільно-географічне дослідження логістичної діяльності двох крупних логістичних підприємств «Нова Пошта» та «Укрпошта». Встановлено, що розвиток логістичної діяльності виступає одним із найбільш ефективних напрямків розвитку всього господарського комплексу міста Києва. Під логістичною діяльністю розуміють управління матеріальними, фінансовими, інформаційними та сервісними потоками у сфері виробництва та розповсюдження товарів; регулювання логістичних процесів, координацію попиту та пропозиції на ринку логістичних послуг.

Для дослідження логістичної діяльності столиці використані різні групи загальнонаукових та спеціальних методів, а сам процес дослідження логістики включав напрями з дослідження окремих логістичних підприємств та об'єктів, аналізу логістичних комплексів, а також вивчення мереж представництв (відділень) і комунікацій.

Визначено, що сучасне логістичне підприємство, у першу чергу, має орієнтуватися на споживача та задоволення його потреб у сфері логістики. Тому з кожним роком все більше зростає значення сервісної логістики, що, у свою чергу, тісно пов'язана з поняттям «послуги». Унаслідок цього, у сучасних умовах, лідером на ринку логістичних послуг стає та компанія, яка за комфортною для споживача ціною може надати високий рівень сервісу. Виявлено, що сервісна логістика надається на трьох основних стадіях передпродажного обслуговування, надання логістичних послуг та післяпродажного обслуговування і базується на принципах важливості пропозиції, вільного вибору рівня логістичного обслуговування споживачами, гнучкості сервісу, зручності сервісу, техніко-технологічної адаптативності сервісу, адекватності цінової політики. У рамках дослідження сервісної логістики виявлена сутність поняття якості обслуговування, під яким розуміють мінімальну різницю між очікуваннями споживачів та реальними параметрами обслуговування.

Стан логістичної діяльності країни визначає її конкурентоспроможність на ринку логістичних послуг. У ході дослідження було виявлено, що місто Київ є один із найрозвинутіших у логістичній діяльності. Логістична діяльність у господарстві міста Києва сформована під рядом чинників: природних, суспільно-географічних та економічних. У цілому, клімат міста є сприятливим для розвитку логістичної діяльності, проте неоднорідність рельєфу та гідрографічна розгалуженість збільшує витрати на логістичну інфраструктуру. Також на розвиток логістичної діяльності міста Києва має територіальна організація міста, концентрація населення, організація господарства, включають стан банківської, бюджетних та податкових систем тощо, що представляють суспільно-географічні та економічні чинники.

З'ясовано, що для логістичної діяльності безпосереднє значення має стан логістичної інфраструктури. У Києві зосереджується ціла система логістичної інфраструктури, що включає транспорт, дороги міжнародного та місцевого значення, логістичні центри та термінали, розподільчі центри тощо. Частина логістичної інфраструктури міста потребує оновлення, оскільки є застарілою. У першу чергу, це стосується під'їзних доріг до автомагістралей міжнародного значення.

В останні роки в Києві спостерігається тенденція щодо зростання темпів логістичної діяльності. Збільшуються обсяги перевезень вантажів автомобільним транспортом, вантажообороту за різними видами транспорту. Відбувається зростання капіталовкладень в логістичну діяльність, зокрема у складське господарство, поштову та кур'єрську діяльність. Темпи зростання логістичної діяльності в місті є яскравим прикладом концепції стиснення простору, оскільки за рахунок оптимізації логістичних процесів скорочуються часові та господарські витрати на подолання простору.

Для оцінки логістичної діяльності та логістики сервісу в господарстві міста Києва було досліджено на порівняно діяльність двох крупних логістичних підприємств – «Нова Пошта» та «Укрпошта». «Нова пошта» - це заснована у 2001 році компанія експрес-доставки, що має інтенсивні темпи

зростання та пропонує широкий спектр послуг доставки та отримання товарів, міжнародної доставки та фулфітменту для користувачів. Так за період з 2010 по 2019 рр. кількість відправлених посилок зросла з 4 млн. до 212 млн. штук на рік, а кількість відділень зросла з 139 до понад 6000. Серед міст України найбільша кількість відділень компанії розташована саме у місті Києві – 356.

Підприємство «Укрпошта» функціонує з 1994 року і підпорядковується Міністерству інфраструктури України. Підприємством надається ряд послуг для фізичних осіб та бізнесу: «Укрпошта Експрес», «Укрпошта Smartbox», «Укрпошта Стандарт», міжнародну доставку, великогабаритні відправлення, фінансові послуги. У Києві розташовано 177 відділень компанії, що більше ніж у 2 рази менше, ніж відділень компанії «Нова Пошта».

Для оцінки діяльності компаній «Нова Пошта» та «Укрпошта» був проведений аналіз кількості відділень за районами міста Києва та розраховані показники територіальної локалізації. Виявлено, що відділення підприємств розташовані нерівномірно. Найбільша кількість відділень «Нова Пошта» розташовані в Дарницькому та Голосіївському районах, найменша – у Печерському та Подільському. Найбільша кількість відділень «Укрпошта» розміщена в Солом'янському, Шевченківському та Дніпровському районах, найменша – у Святошинському та Подільському. Найвищий показник територіальної локалізації серед відділень «Нова Пошта» мають Голосіївський та Шевченківський райони, найменший – Деснянський район. Найвищий показник територіальної локалізації серед відділень «Укрпошта» мають Печерський та Шевченківський райони, найменший – Святошинський район. Встановлено, що неоднорідність розміщення відділень є негативним явищем, оскільки жителі окраїнних спальних районів мають менший доступ до відділень, ніж жителі центральних районів.

Для оцінки сервісу та якості обслуговування компаній було проведено опитування серед жителів та гостей міста Києва. Виявлено, що респонденти надають перевагу підприємству «Нова Пошта» за всіма параметрами: рівня

довіри до компанії, зручності розташування відділень, якості обслуговування у відділеннях, спектру послуг, що надаються у відділеннях, рівня задоволеності платою за послуги. При цьому слід зазначити, що з 2018 року думка респондентів змінилася і компанії отримали нижчий бал щодо задоволеності платою за послуги. Встановлено, що 92% опитуваних визначають компанію «Нова Пошта» як найбільш зручний сервіс доставки. За результатами опитування 61% опитуваних використовують сервіс «Нова Пошта» за першої потреби, декілька разів на рік. Щодо даних «Укрпошти», то 51% опитуваних ніколи не користуються послугами компанії, а 32% користуються послугами рідко. 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 виграє 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 існує низка проблем, вирішення яких є першочерговими для розвитку логістичної діяльності. До таких проблем належать, у першу чергу, належить оновлення логістичної інфраструктури: будівництво нових трас, логістичних розподільчих центрів, складів. Важливим виступає запровадження нових технологій щодо управління логістичними процесами. 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.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Берман Б., Званс Дж. Р. Розничная торговля: стратегический подход, 8-е издание: Пер. с англ. - М.: Издательский дом «Вильямс», 2003. - 1184 с.
2. Волинець Л. М. Теоретичні засади логістичного управління перевезень вантажів у міжнародному сполученні. Управління проектами, системний аналіз і логістика. Технічна серія. - 2010. - Вип. 7. - С. 242-244
3. Власова Н.О. Фінанси підприємств. Навчальний посібник / Н.О. Власова, Ю.В. Пономарьова. - Харків, 2003. - 144 с.
4. Гайдабрус Н.В. Формування системи логістичного сервісу промислових підприємств: Автореферат. – Суми, 2016.
5. Гордон М.П. Рынок и логистика. М.: Экономика, 1993.-144с.
6. Горяїнов О.М. Логістика: Конспект лекцій: – Харків, 2009. – 105 с.
7. Григорак М.Ю. Інтелектуалізація ринку логістичних послуг: концепція, методологія, компетентність: Монографія/М.Ю. Григорак, 2017.
8. Гуторов М.Ф. Логистика.: учеб. пособие/М.Ф. Гуторов, 2018. – 165.
9. Данько М.І. Транспортна логістика. Складові частини логістики : Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / М. І. Данько [та ін.] ; Українська держ. академія залізничного транспорту. - Х. : УкрДАЗТ, 2004. - 157 с.
10. Запотоцька В.А., Риндіч Л.О. Географічні засади діяльності компаній Нова Пошта та Укрпошта у сфері логістичного сервісу на прикладі Голосіївського району міста Києва //Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія «Географія». - 2019. - Вип. 2(75). – 110 с. (С.34-43).
11. Ігнатенко О.С. Глобальна логістика у регулюванні транспортного забезпечення зовнішньоекономічних зв'язків України. Управління проектами, системний аналіз і логістика. Технічна серія. – 2011. –Вип.8
12. Каучуровський В.Є. Логістика. Опорний конспект лекцій для студентів денної та заочної форми навчання напряму підготовки 0502 «Менеджмент». - Вінниця: ВВ ВНАУ.- 2010 - 144 с.

13. Ковальська Л.Л., Савка Б.Р. Формування та розвиток логістичної інфраструктури регіону, 2012.
14. Ковтуненко К. В. Логістична система підприємства: визначення, властивості, класифікація / Економіка. Менеджмент. Бізнес. - 2014. - № 3. - С. 60-72.
15. Корнієцький О.В. Міжнародна логістика: поняття та напрями розвитку в сучасному світі. Сер.-Економіка-2014, Вип. 235
16. Криворучко О.М. Поняття «логістичний сервіс» і «логістичне обслуговування». Економіка транспортного комплексу – 2019, Вип.33.
17. Крикавський Є.В. Матеріальні потоки у логістиці промислового підприємства: Монографія / Є.В. Крикавський, (Н.М. Васильців, В.А. Фалович]/ За наук. ред. проф. Крикавського Є.В., 2015.
18. Крикавський Є. В., Чухрай Н. І., Чернописька Н. В. Логістика: компендіум і практикум. Навчальний посібник. – К., Кондор, 2009 р. – 338 с.
19. Левковець П.Р., Мороз М.М., Бубела А.В., Лабута А.В. Системні аспекти вдосконалення логістичного сервісу//Транспорт. Дорожні і будівельні машини. – 2008.
20. Миротин Л.Б., Николин В.И., Ташбаев И.З. Транспортная логистика: Учебник для автотранспортных вузов - Омск, 1994. - 236 с.
21. Озерська Г. В. Транспортно-логістичне обслуговування міжнародних вантажних перевезень. Вісник економіки транспорту і промисловості. - 2014. - Вип. 47. - С. 34-38
22. Окландер М.А. Логістична система підприємства: Монографія/М.А. Окландер, 2004
23. Олійник Я.Б., Смирнов І.Г. Міжнародна логістика. Навчальний посібник, 2011.

24. Олійник Я.Б., Шищенко П.Г., Степаненко А.В., Масляк П.О. Географія: Навчальний посібник.-К.:Т-во «Знання», КОО, 2006- 455 с.
25. Павлов В. І. Транспортно-логістичний комплекс регіону: інтеграційні процеси: Монографія / В. І. Павлов, С. М. Бортнік, 2005
26. Палант О. Ю. Логістика транспортного комплексу регіону (перспективи інвестування та інноваційного розвитку) : [монографія] / О. Ю. Палант. - Х. : Золоті сторінки, 2012. - 165 с.
27. Партола А. І. Аналіз транспортно-логістичного комплексу України. Науковий вісник Ужгородського національного університету, 2016.
28. Пасічник А. М. Світовий досвід створення транспортно-логістичної інфраструктури: стан та перспективи застосування в Україні / А. М. Пасічник, В. В. Кутирєв // Вісті Автомоб.-дорож. інституту. - 2011. - № 2.
29. Пашинська Н.Н. Сжатие пространства: методы, модели и примеры использования в географии транспорта, 2015.
30. Перебийніс, В.І. Транспортно-логістичні системи підприємств: формування та функціонування : монографія / В. І. Перебийніс, О. В. Перебийніс. – Полтава : РВВ ПУСКУ, 2005. – 207 с.
31. Перебийніс В. І., Дроботя Я. А. Логістичне управління запасами на підприємствах : Монографія, 2012
32. Родников А.Н. Логистика: Терминолог. словарь. -М.: Экономика, 1995.-251 с.
33. Соколов Ю.В., Дикань В.Л., Дейнека О.Г., Писаревський І.М., Позднякова Л.О. Єдина транспортна система.: Навчальний посібник – Х.: ООО «Отлант», 2002. – 228 с.
34. Сергеев В.И. Логистика в бизнесе: Учебник. - М.: ИНФРА-М, 2001. -608 с.
35. Скорик О. В. Особливості функціонування регіональних логістичних центрів і компаній України / О. В. Скорик // Регіон. економіка. - 2014. - № 2.

36. Смирнов І. Г. Логістика: просторово-територіальний вимір/І. Г. Смирнов; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. - Київ : ВГЛ "Обрії", 2004. - 334 с.
37. Смирнов І.Г., Косарева Т.В. Транспортна логістика: Навч. пос. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 224 с.
38. Ткач О. В. Особливості логістичного управління матеріальними та сервісними потоками / Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. - 2015. - Вип. 11(2). - С. 154-163.
39. Трейвіш А. И. Сжатие пространства: трактовки и модели // Сжатие социально-экономического пространства: новое в теории регионального развития и практике его государственного регулирования / Под ред. Т. А. Корнилова. — Т. 27, 2010.
40. Топчієв О.Г. Основи суспільної географії: Навчальний посібник. - Одеса: Астропринт, 2001. – 560 с.
41. Чухрай Н. Логістичне обслуговування: Підручник, 2006.
42. Шаронова О. В. Логістика інфраструктура як базова складова підвищення конкурентоспроможності сучасних вітчизняних суб'єктів господарювання / О. В. Шаронова // Європейські перспективи. - 2017. - Вип. 1. - С. 167-173.
43. Barcik R., Jakubiec M. The significance of customer service in logistics, 2013.
44. Busse C., Wallenberg C. Innovation management of logistics service providers: foundations, review, and research agenda, 2011
45. Christopher M. Logistics and supply chain management. Fifth edition, 2016.
46. Gajewska T., Evangelos G. Importance of logistics services attributes influencing customer satisfaction, 2015.
47. Gassin T. Logistics and transport management, 2005.
48. Juga J., Juntunen J., Juntunen M. Impact of service quality, image and relational aspects on satisfaction and loyalty in logistics outsourcing relationships, 2012.

49. Kampf R., Lizbetinova L., Tislerova K. Management of customer service in terms of logistics Information systems, 2017.
 50. Stank T., Goldsby T., Vickery S. Logistics service performance: estimating its influence on market share, 2011.
 51. Wallenburg C. Innovation in logistics outsourcing relationships: proactive improvement by logistics service providers as a driver of customer loyalty, 2009.
- Електронні ресурси
52. Офіційний сайт Департаменту транспортної інфраструктури міста Києва <http://kievtransport.com.ua>.
 53. Офіційний сайт Київської міської державної адміністрації <https://kyivcity.gov.ua>
 54. Офіційний сайт ТОВ «Нова пошта» <https://novaposhta.ua>
 55. Офіційний сайт ПАТ «Укрпошта» <https://ukrposhta.ua>
 56. Головне управління статистики у Київській області <http://kyivobl.ukrstat.gov.ua>.

ДОДАТКИ

Додаток А

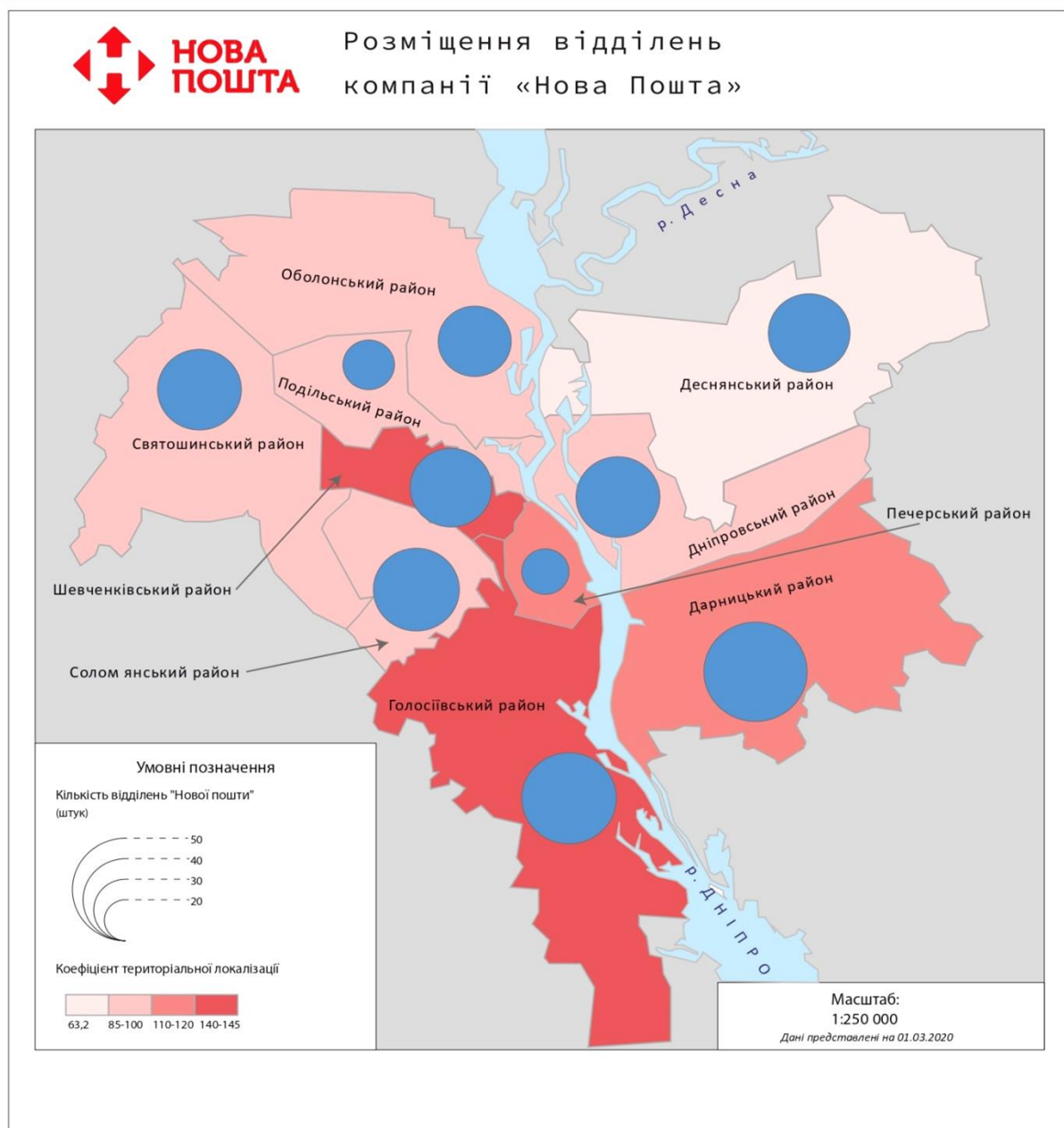
ПОКАЗНИКИ ЧИСЕЛЬНОСТІ НАСЕЛЕННЯ ТА ПЛОЩІ ЗА РАЙОНАМИ
МІСТА КИЄВА*

Район	Населення, осіб	% від загальної кількості населення	Площа, км²	% від загальної площі
Голосіївський	253283	8,6	156	18,3
Дарницький	343679	11,6	134	15,7
Деснянський	369641	12,5	148	17,3
Дніпровський	357623	12,2	67	7,8
Оболонський	319982	10,8	110	12,9
Печерський	161079	5,6	27	3,2
Подільський	205080	6,9	34	4
Святошинський	342225	11,6	110	12,9
Солом'янський	375909	12,7	40	4,7
Шевченківський	222318	7,5	27	3,2
Усього	2950819	100	853	100

*складено на основі даних [53]

Додаток Б

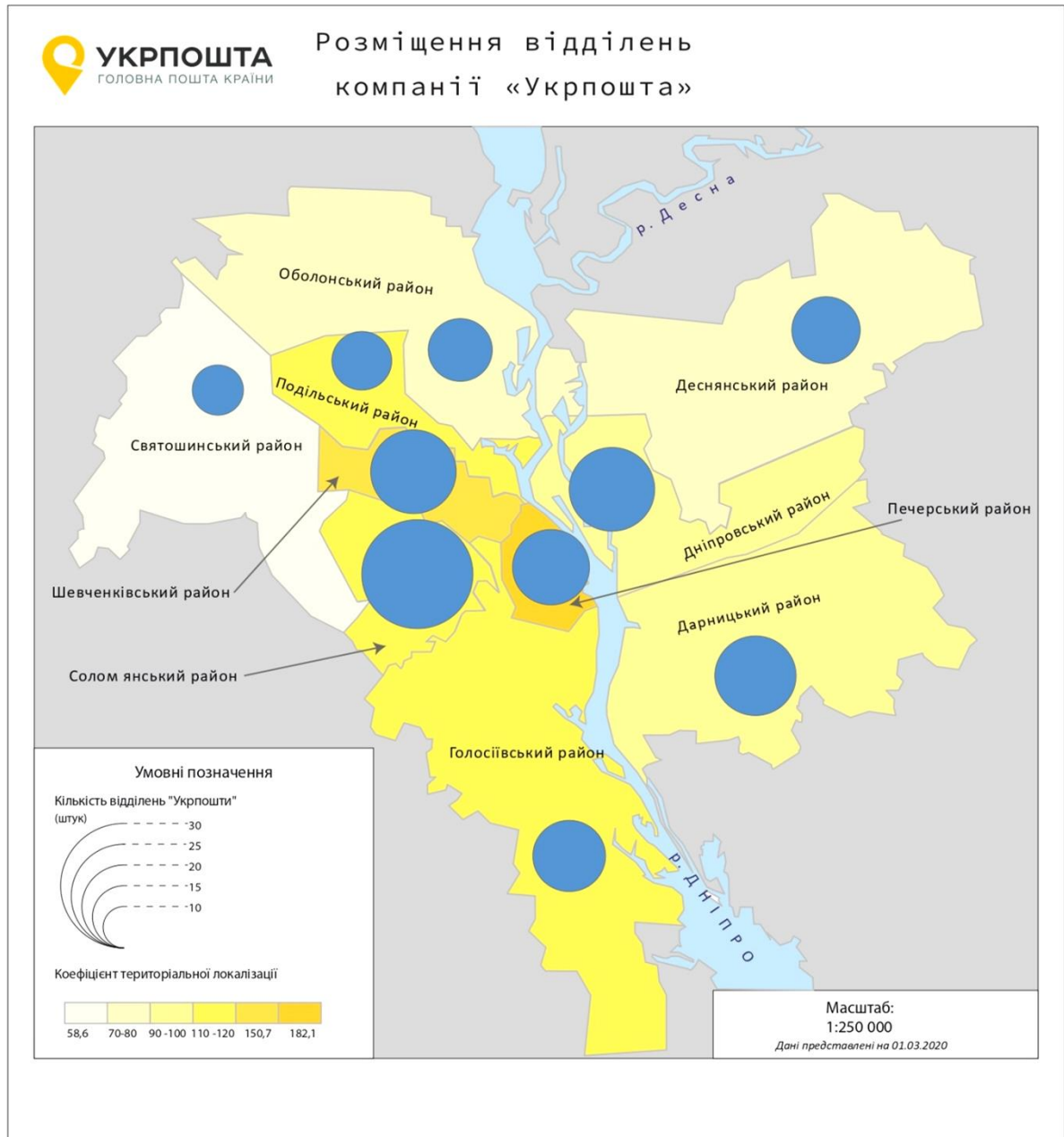
Розміщення відділень компанії «Нова пошта» в межах міста Києва*



*складено на основі даних [53, 54]

Додаток В

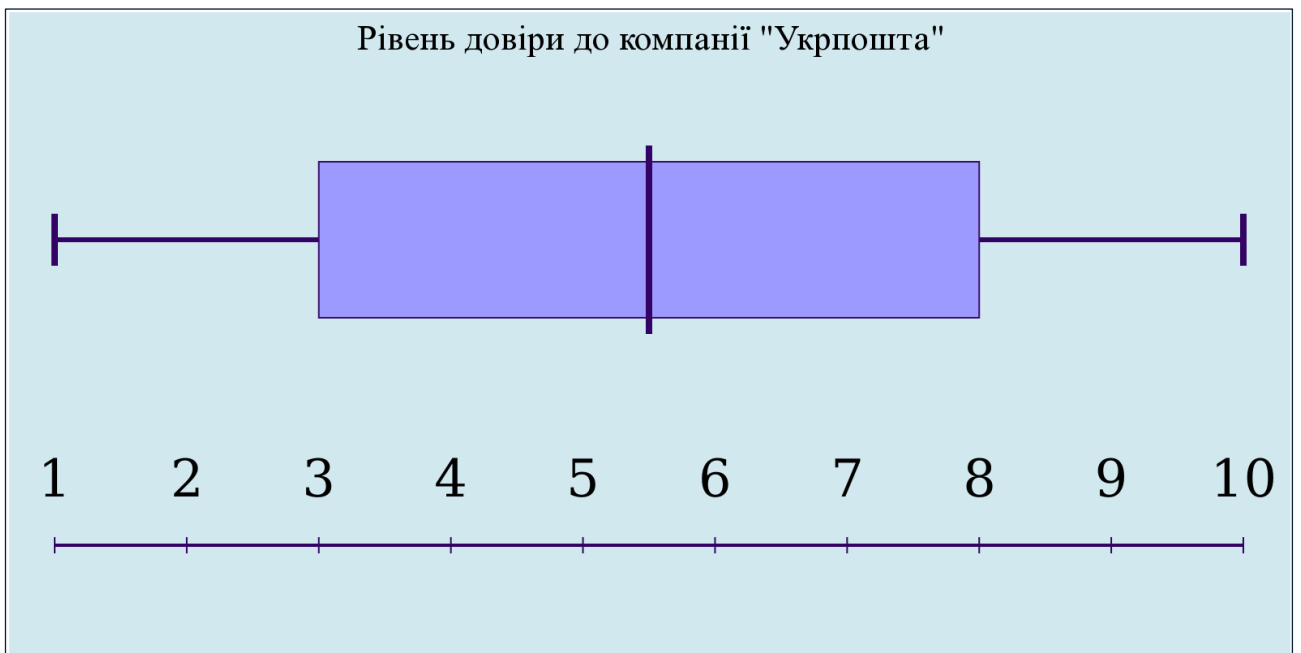
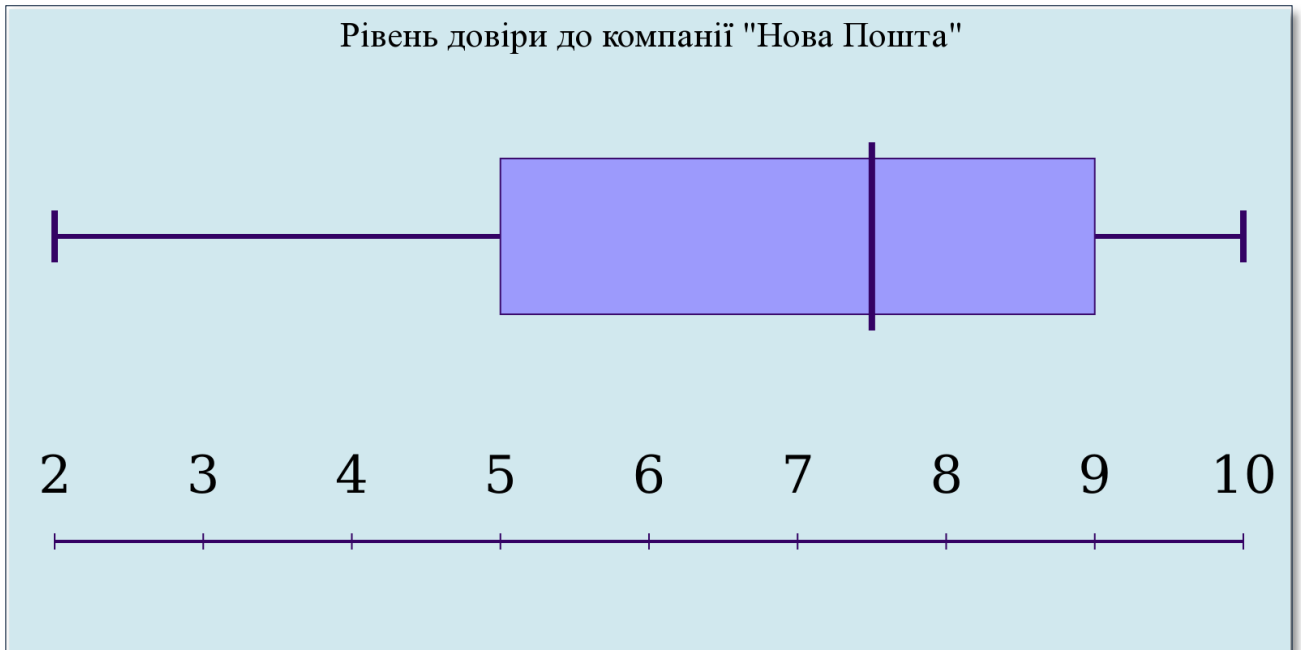
Розміщення відділень компанії «Укрпошта» в межах міста Києва*



*складено на основі даних [53, 55]

Додаток Д

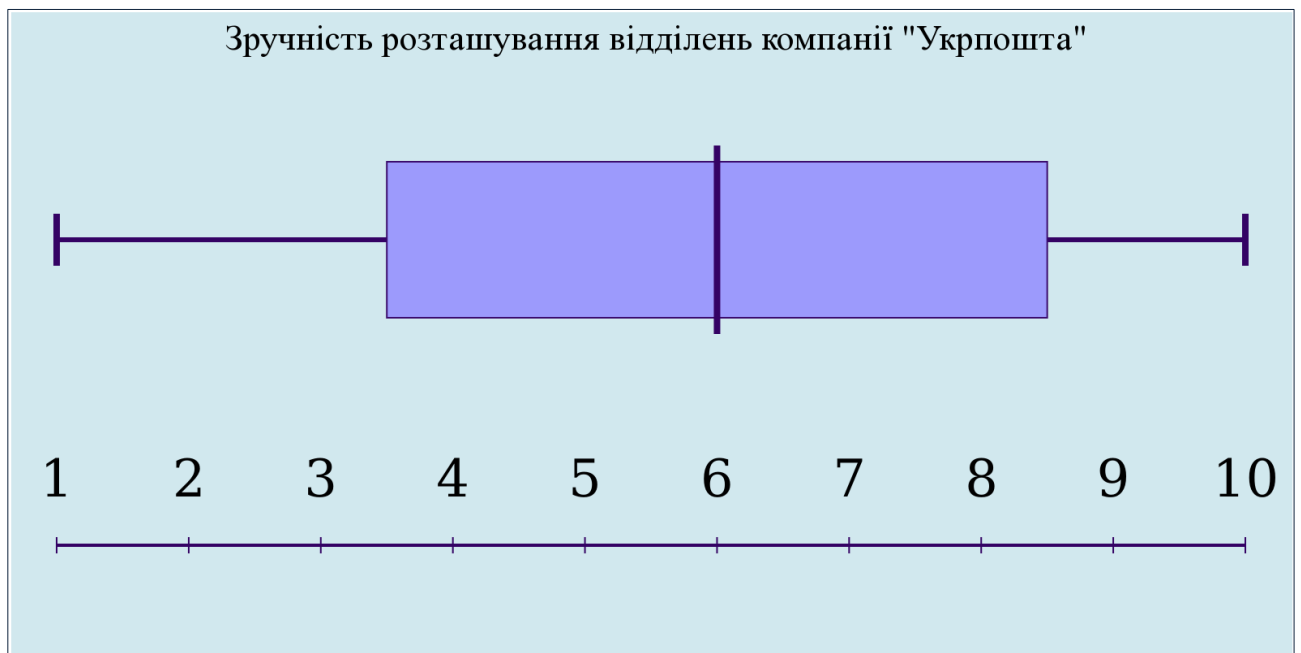
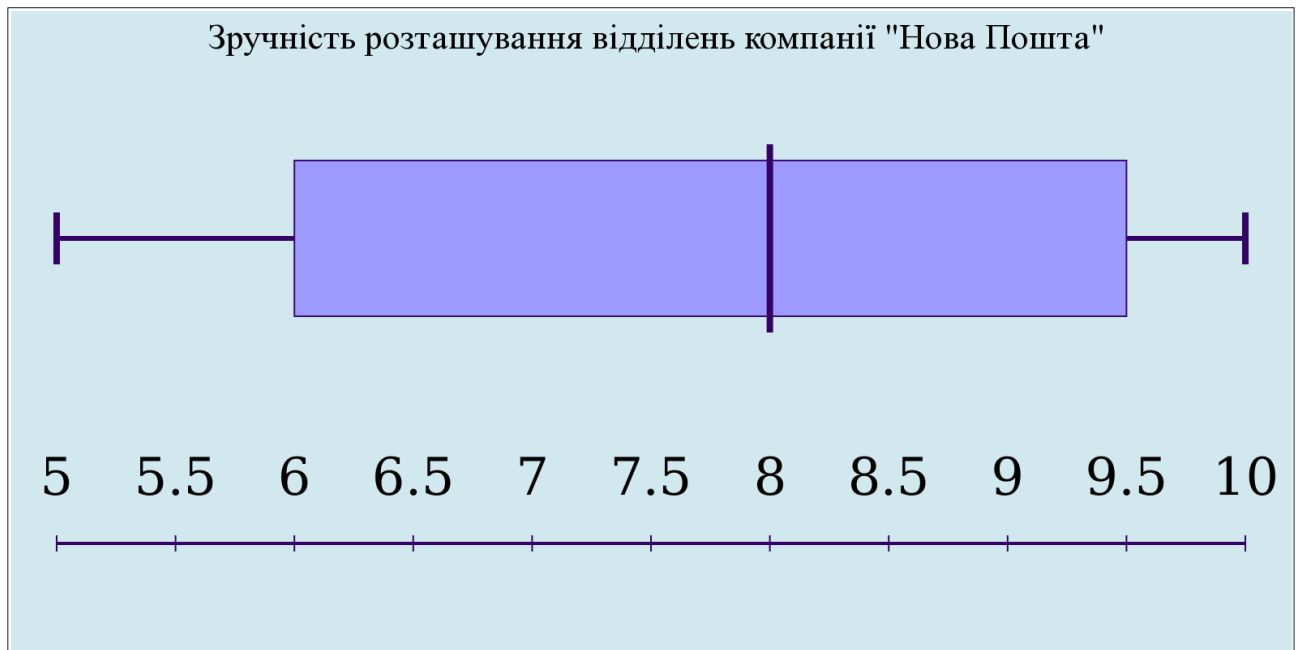
Рівень довіри до компанії «Нова пошта» та «Укрпошта»*



*складено на основі даних опитування

Додаток Е

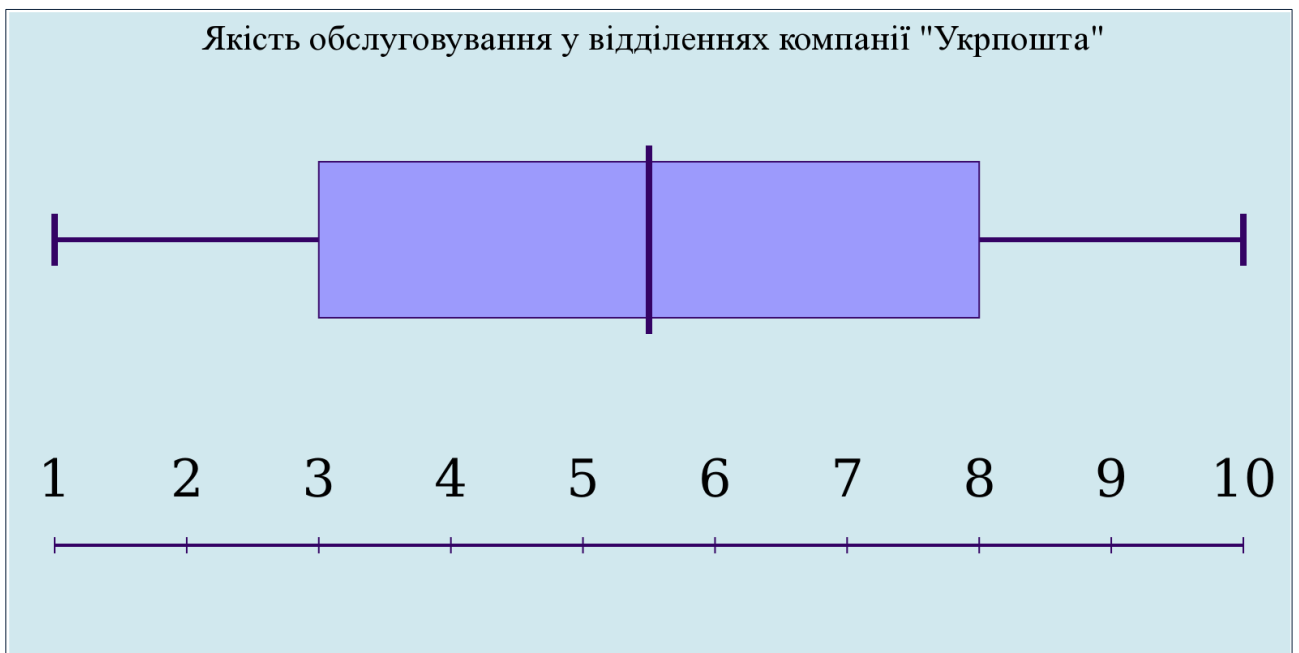
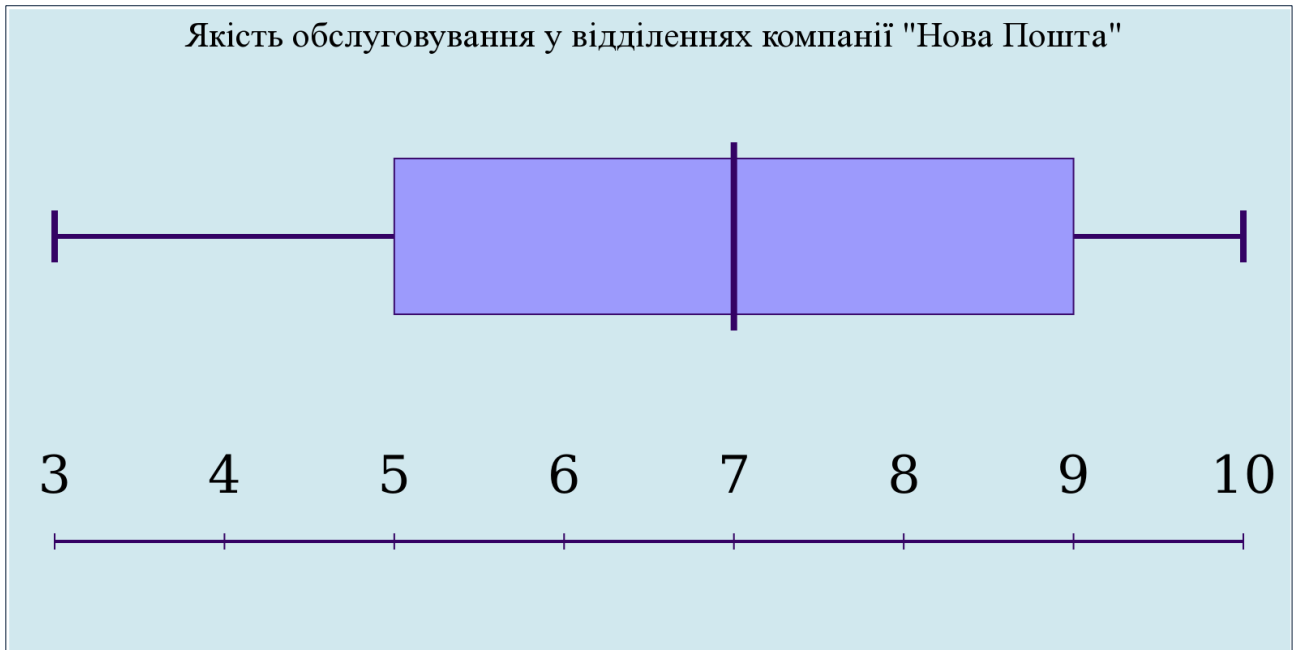
Зручність розташування відділень «Нова пошта» та «Укрпошта»*



*складено на основі даних опитування

Додаток Є

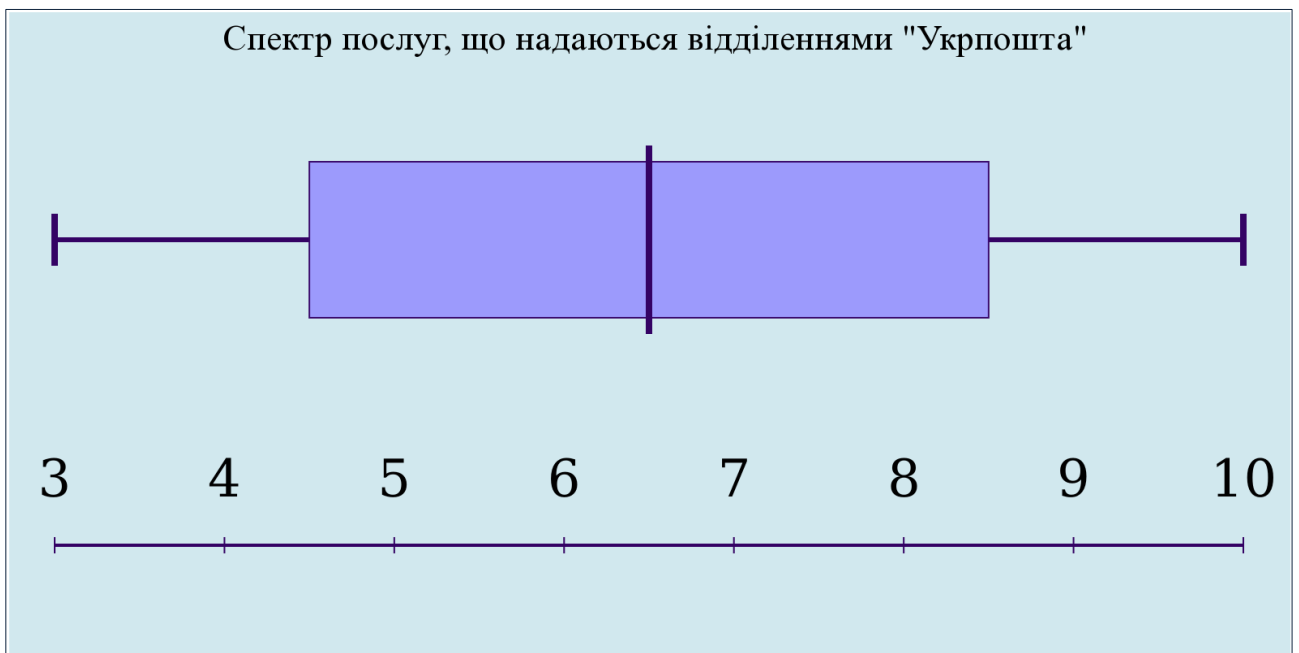
Якість обслуговування у відділеннях «Нова пошта» та «Укрпошта»*



*складено на основі даних опитування

Додаток Ж

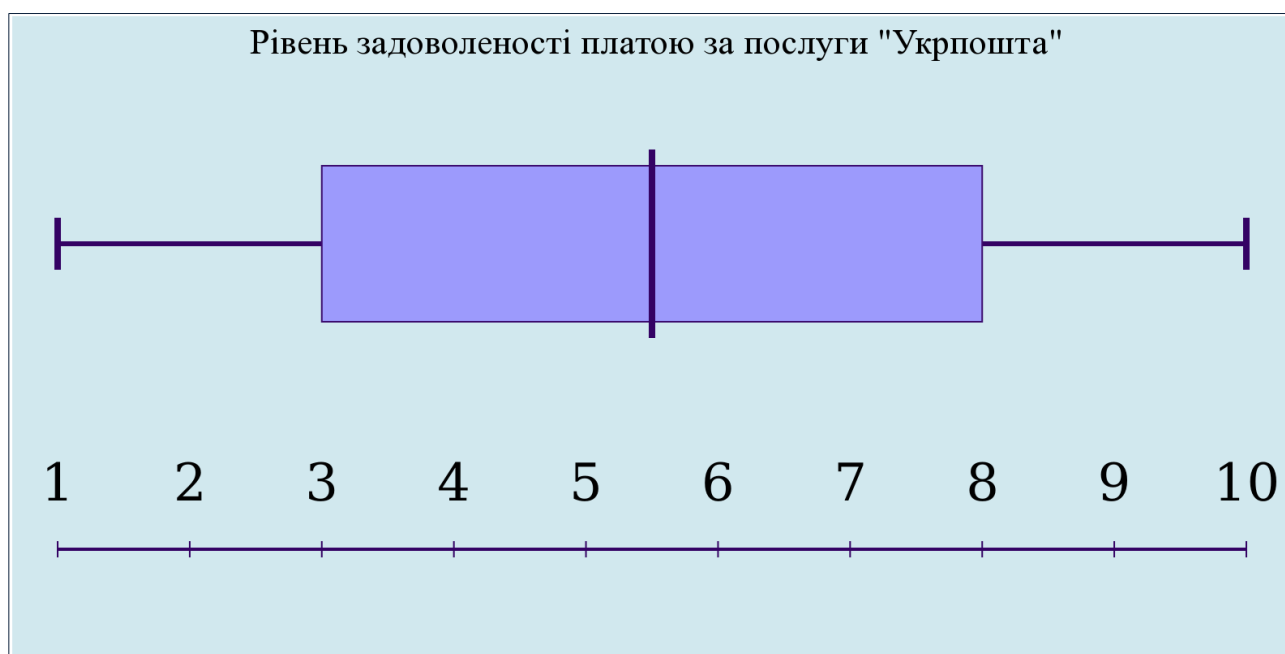
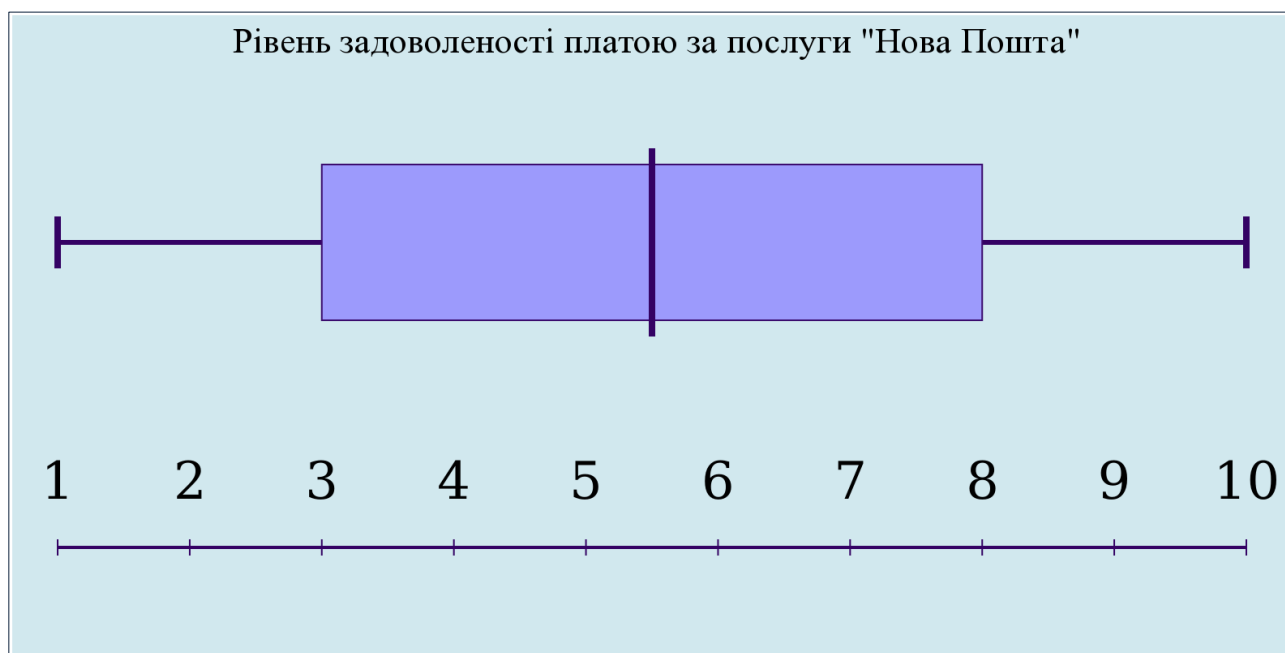
Спектр послуг, що надаються відділеннями «Нова пошта» та «Укрпошта»*



*складено на основі даних опитування

Додаток К

Рівень задоволеності платуючих користувачів платою за послуги «Нова пошта» та «Укрпошта»*



*складено на основі даних опитування