

СЕКЦІЯ 4 ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

УДК 656.82+658.5+331

Романич І.Б.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту
Львівського інституту ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна
академія управління персоналом»

ЯКІСТЬ ПОСЛУГ ПОШТОВО-ЛОГІСТИЧНОЇ КОМПАНІЇ ТА ІННОВАЦІЙНІ КОНЦЕПЦІЇ ЇЇ ДІЯЛЬНОСТІ

У статті описано один з основних критеріїв якості послуг поштово-логістичної компанії – швидкість доставки, запропоновано види аналізу швидкості доставки вантажів та поштових відправлень, показано ставлення споживачів до швидкості доставки. Виокремлено фактори якості послуги поштово-логістичної компанії, які не пов'язані зі швидкістю доставки. Побудовано форми розрахунку й обліку показників якості надання послуги поштово-логістичною компанією. На основі обговорень експертів у галузі поштової логістики визначено актуальні тенденції та інноваційні технології поштово-логістичних послуг.

Ключові слова: поштові відправлення, швидкість доставки, якість поштово-логістичної послуги, поштові технології, поштамат.

Романых И.Б. КАЧЕСТВО УСЛУГ ПОЧТОВО-ЛОГИСТИЧЕСКОЙ КОМПАНИИ И ИННОВАЦИОННЫЕ КОНЦЕПЦИИ ЕЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В статье описан один из основных критериев качества услуг почтово-логистической компании – скорость доставки, предложены виды анализа скорости доставки грузов и почтовых отправлений, показано отношение потребителей к скорости доставки. Выделены факторы качества услуги почтово-логистической компании, которые не связаны со скоростью доставки. Построены формы расчета и учета показателей качества предоставления услуги почтово-логистической компанией.

Ключевые слова: почтовые отправления, скорость доставки, качество почтово-логистической услуги, почтовые технологии, почтомат.

Romanych I.B. QUALITY OF THE POSTAL AND LOGISTIC COMPANY'S SERVICES AND THE INNOVATIVE CONCEPTS OF ITS ACTIVITY

The article describes one of the main criteria of the quality of the postal and logistics company's services – the speed of delivery. Types of analysis of the speed of delivery of cargoes and postal items are offered, and the consumer's attitude to the delivery rate is shown. Factors of the quality of the postal and logistic company's services, which are not related to the speed of delivery, are distinguished. The forms of calculation and accounting of postal services quality indicators are constructed. Based on the discussions of experts in the postal and logistics field, current trends and innovative technologies of postal and logistics services are outlined.

Keywords: postal items, delivery speed, quality of postal and logistic services, postal technologies, APT (automatic postal terminal).

Постановка проблеми. Послуга поштового зв'язку – це повсякденна діяльність поштово-логістичних операторів із надання споживачам можливості переміщати у просторі письмову чи друковану кореспонденцію, предмети (посилки, бандеролі, вантажі), кошти (грошові перекази) [1, с. 64].

Маркетинг поштового зв'язку як філософія оператора поштового зв'язку означає орієнтацію усієї його діяльності – від проектування послуги до безпосереднього задоволення попиту споживачів – на високу технічну, технологічну та інтелектуальну якість надання послуги поштового зв'язку [1, с. 38]. Не менш важливим є й моральний аспект якості поштової послуги.

На відміну від традиційної орієнтації поштово-логістичних компаній, коли центром утворення прибутку сприймався сам оператор поштового зв'язку, у орієнтованій на маркетинг компанії центром прибутку стає послуга. Це означає, що [1, с. 39]: на першому місці у керівника стоїть урахування потреб споживача, а не потреб фірми; вищі посади займають не інженери та технологи, які відповідають за операційну діяльність, а економісти та менеджери, відповідальні за якісний сервіс клієнтів; більш якісна послуга буде куплена скоріше, ніж менш якісна; головна увага приділяється не зниженню витрат операційної діяльності, а насамперед урахуванню

перспективних потреб реальних та потенційних покупців; горизонт планування – довгостроковий, а номенклатура послуг – широка.

Непостійність якості у виконанні роботи особами, які надають послуги, а також різниця у сприйнятті послуги споживачами створюють значні проблеми для менеджерів, що працюють у сфері послуг [2, с. 48].

Важливим наслідком цього є те, що більшість послуг, а особливо поштових, украй важко стандартизувати. Кожний клієнт має відмінні бажання до надання послуги під час логістичного обслуговування: комусь зручніше отримати відправлення кур'єром, а комусь у відділенні зв'язку; комусь зручна доставка додому в позаробочий час, а комусь в офіс – у робочий; хтось бажає отримати своє замовлення до обіду, а хтось у другій половині дня. Проте здебільшого порядок надання поштово-логістичної послуги визначає саме той, хто її виконує, а це люди зі своїми настроями, налаштуваннями, особливостями поведінки. Непостійність якості результатів надання послуг ускладнює здійснення контролю і гарантій якості, а отже, перетворює нормування продуктивності в проблему для менеджерів сервісних поштово-логістичних компаній.

Проблема якості надання послуг актуальна як для державного (УДППЗ), так і для приватних операторів поштового зв'язку в Україні. Однією з проблем, з

якою стикнулася пошта, є неналежна якість послуг, що пов'язана з низьким рівнем автоматизації та невисокою кваліфікацією персоналу [3, с. 18]. Окремим болючим питанням у цьому контексті є рівень заробітних плат працівників логістичних компаній.

Для забезпечення ефективної господарської діяльності й отримання прибутку, автор [3] виокремлює такі проблемні чинники, які, без сумніву, можна вважати спільними для всіх поштово-логістичних компаній:

- застаріле обладнання, що призводить до наявності значної частки ручної праці на всіх етапах логістичного ланцюга;

- необхідність скорочення наявної витратної частини бюджету, пошук джерел нових доходів, заміщення природного зниження рівня попиту на послуги поштового зв'язку;

- внутрішня і зовнішня конкуренція на ринку поштових послуг;

- економічно обґрунтоване та справедливе формування тарифів;

- підвищення якості послуг та обслуговування, налагодження стосунків зі споживачами поштових послуг;

- збереження цілісності поштових відправлень та вантажів, поштова безпека;

- забезпеченість кадрами необхідного рівня кваліфікації та освіти.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У статті [2] зазначено, що роль операцій у сервісному трикутнику (сервісна стратегія, сервісна система, обслуговуючий персонал, у центрі яких знаходиться клієнт) – першочергова. Операції визначають структуру сервісних систем і управління роботою обслуговуючого персоналу, який звичайно становить переважну більшість працівників великих поштово-логістичних компаній.

Проблеми та чинники якості поштового зв'язку та надання поштово-логістичних послуг розглянуто у працях науковців Одеської національної академії зв'язку ім. О.С. Попова [1; 3].

Подальшому розвитку логістичного бізнесу, майбутньому поштово-логістичної послуги, її якості, порядку та технологіям її надання присвячені обговорення професіоналів поштової галузі, власників відомих логістичних компаній, експертів в цій предметній царині [4–6].

Дана робота, присвячена якості поштових послуг, є логічним продовженням циклу статей [7; 8], у яких було розглянуто операційні аспекти функціонування операторів поштового зв'язку.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Види аналізу швидкості доставки пошти

Одним з основних критеріїв якості послуг поштово-логістичної компанії є швидкість доставки.

Швидкість доставки – це певний проміжок часу, який можна виміряти математично, з одного боку, і який інтуїтивно відчуває клієнт, з іншого боку, – від моменту оформлення «бажання» щодо перевезення вантажу/замовлення відправником до моменту отримання цього вантажу/замовлення одержувачем.

Використання різних засобів комунікації, техніки обробки поштових відправлень, різних транспортних моделей, у тому числі таких, які залежать від тарифів на перевезення та доставку, призводить до великої різноманітності показників часу виконання замовлень.

Терміни доставки вантажів у загальному випадку залежать від виду транспорту і визначаються за формулами [9]:

- для залізничного транспорту:

$$T_z = t_{pk} + \frac{l}{V_H^z} + t_{dod}^z, \quad (1)$$

де t_{pk} – час на початково-кінцеві операції, дів (год.); l – відстань перевезення, км (миль); V_H^z – норма пробігу вагона, дів; t_{dod}^z – час на додаткові операції на залізничному транспорті, дів;

- для морського транспорту:

$$T_M = \frac{l}{V_{ком}}; \quad V_{ком} = \frac{l}{\frac{l}{V_{суд}} + 2 \cdot \alpha \cdot D / M + t_{dod}^M}, \quad (2)$$

де $V_{ком}$ – комерційна швидкість судна, миль/дів; $V_{суд}$ – експлуатаційна швидкість суден, що працюють на даній лінії, миль/дів; α – коефіцієнт використання вантажопідйомності; D – вантажопідйомність судна, т; M – середньодобова норма вантажних робіт в порту відправлення і призначення, т/дів; t_{dod}^M – час на додаткові операції на морському транспорті, дів;

- для річкового транспорту:

$$T_R = t_0 + \frac{l}{V_H^R} + t_{dod}^R, \quad (3)$$

де t_0 – час на накопичення, формування і відправлення вантажів, дів; V_H^R – норма пробігу річкового судна, дів; t_{dod}^R – час на додаткові операції на річковому транспорті, дів;

- для автомобільного транспорту:

$$T_A = t_{pk} + \frac{l}{V_{ек}}, \quad (4)$$

де $V_{ек}$ – експлуатаційна швидкість, км/год,

Відмінність у часі виконання замовлення безпосередньо впливає як на потребу в ресурсах, так і на надійність процесу доставки. Тривалий час доставки замовлень і вантажів призводить до зростання показників залишків відправлень і вантажів на регіональних складах поштово-логістичної компанії.

У загальній теорії логістики [9] час реалізації замовлення залежить від стану і розвитку каналів розподілу, які є сполучною ланкою між виробниками і споживачами продукції і виконують такі функції, як: реалізація, маркетинг, кредитування, післяреалізаційне обслуговування тощо. Більшість промислових підприємств частково контролює такий розподіл, а отже, має обмежений вплив на систему фізичного розподілу.

Зміна структури і функцій каналів розподілу залежить від реорганізації технології логістики, підвищення якості продукції і послуг, які надає підприємство в системі фізичного розподілу. Прагнення до вдосконалення технології й ефективності логістики призводить до зростання інвестицій в оборотний капітал сфери розподілу, а також зміни структури і локалізації об'єктів логістики (детально у [8]).

На швидкість доставки найбільш суттєво впливають внутрішні технологічні процедури і процеси поштово-логістичної компанії, проте разом із тим можливий також вплив і зовнішніх чинників, на які поштово-логістичний оператор може й не мати безпосереднього впливу. Про форс-мажорні обставини в даному контексті не говоримо.

Швидкість доставки для міжнародного складника послуг поштово-логістичної компанії включає:

- 1) «першу миль» – доставка з-за кордону до місця оброблення поштових відправлень в Україні;
- 2) розмитнення, оброблення та сортування поштових відправлень;
- 3) «останню миль» – магістральне сполучення та доставка поштових відправлень у межах країни.

Швидкість доставки для внутрішнього складника послуг поштово-логістичної компанії включає:

1) виконання «заборів» (за наявності) – адресний забір вантажів зі складів відправників та їх доставка до місця оброблення та сортування;

2) оброблення, стікерування та сортування вантажів;

3) «останню милу» – магістральне сполучення та доставка вантажів у межах країни.

Найчастіше використовують два види аналізу швидкості доставки вантажів та поштових відправлень договірних контрагентів поштово-логістичної компанії:

- відсоток вчасно доставлених вантажів та поштових відправлень у підписані з відправником договірні терміни;

- накопичувальний відсоток доставлених вантажів та поштових відправлень у календарних або робочих днях (із можливим розподілом за регіонами).

Формулу загального розрахунку швидкості доставки вантажів та поштових відправлень можемо записати так:

$$Td = M_1 + \sum_{i=1}^m Ob_i + \sum_{j=1}^n Mg_j + \sum_{k=1}^K td_k, \quad (5)$$

де Td – загальний показник швидкості доставки по поштово-логістичній компанії (по відправнику); M_1 – швидкість першої милі; Ob_i – швидкість i -ого етапу обробки вантажів та поштових відправлень; Mg_j – швидкість j -ого магістрального плеча; td_k – показник швидкості доставки у k -му регіоні країни.

Ставлення споживачів до швидкості доставки можна описати так, якщо говоримо про сегмент бізнесу В2С: обравши, замовивши й оплативши в Інтернеті потрібний товар протягом 10–20 хвилин, доставку доведеться очікувати 24–36 годин у разі замовлення в межах України та 4–7 днів, якщо йдеться про замовлення з міжнародних магазинів [10].

Ставлення споживачів до швидкості доставки можна зобразити за допомогою такої схеми:

Форми аналізу якості надання поштово-логістичних послуг

Схоже до класичних законів попиту і пропозиції вплив на рівень якості послуги поштово-логістичної компанії мають:

- обсяг надання послуги (іншими словами, кількість вантажів та поштових відправлень, які необхідно доставити споживачу послуги);

- ціна надання послуги.

Швидкість доставки – показник, який було розглянуто раніше, – є інтегральним критерієм якості. До показників, які формують цей критерій, можемо віднести також:

- показник загального темпу доручення за період;

- показник темпу доручення відносно кількості відправлень, що увійшли в логістичну систему поштово-логістичної компанії за період;

- показник залишків відправлень у логістичній системі поштово-логістичної компанії на дату;

- показник своєчасності доставки відправлень за період згідно з підписаними договірними умовами;

- цільовий показник своєчасності в розрізі регіонів і сегментів бізнесу.

Крім швидкості доставки, можемо виокремити такі фактори якості послуги поштово-логістичної компанії, які не пов'язані зі швидкістю доставки або пов'язані опосередковано:

- кількість утрат відправлень;
- кількість скарг і відгуків (за видами);
- кількість реклаमाцій;
- кількість звернень отримувачів за комунікаційними каналами.

Побудуємо деякі форми розрахунку й обліку показників якості надання послуги поштово-логістичною компанією:

1) форма, що містить баланс фізичного руху відправлень у логістичній системі компанії за принципом «було → прихід → розхід → стало». Висновки щодо якості діяльності робляться на основі порівняння початкових і кінцевих абсолютних і відносних показників за період;

2) форма, що містить кількість доставлених відправлень за період у відсотковому вираженні в розрізі базових послуг поштово-логістичної компанії. Висновки щодо якості діяльності робляться на базі порівняння даних показників із key performance indicators, прописаними у договорах з основними (ключовими) клієнтами;

3) форма, що містить кількість доставлених відправлень поштово-логістичною компанією з розбиттям за економічними регіонами країни з подальшою декомпозицією щодо своєчасності доставки в кожному регіоні. Висновки щодо якості діяльності робляться на основі порівняння цільових значень цього показника з фактичними за сегментами бізнесу;

4) форма, що містить кількість скарг і відгуків, що надходять у компанію різними комунікаційними каналами по кожному з економічних регіонів країни в розрізі класифікаційних одиниць таких скарг і відгуків. Висновки щодо якості діяльності робляться шляхом аналізу абсолютної кількості даних звернень;

5) форма що містить кількість отриманих рекламацій відповідними підрозділами поштово-логістичної компанії в розрізі класифікаційних одиниць таких рекламацій за сегментами бізнесу. Висновки щодо якості діяльності робляться на основі аналізу відсоткових показників видів рекламацій у загальній їх структурі за сегментами бізнесу.

Актуальні тенденції та інноваційні технології поштово-логістичних послуг

Чого ж очікувати на ринку поштово-логістичних послуг у недалекому майбутньому?

Щодо цін та тарифів на послуги поштового зв'язку, то за матеріалами [11] можемо зробити висновок про підготовку в Україні поштової реформи. Новий законопроект, який уже пройшов громадське обговорення, вводить обов'язковий внесок 0,2% від доходів поштових служб на фінансування діяльності національного регулятора, що в підсумку може погіршити ринкові умови і підвищити тарифи. З 2010 р. у поштової галузі в рамках дерегулювання було скасовано ліцензування. І новим законопроектом, через

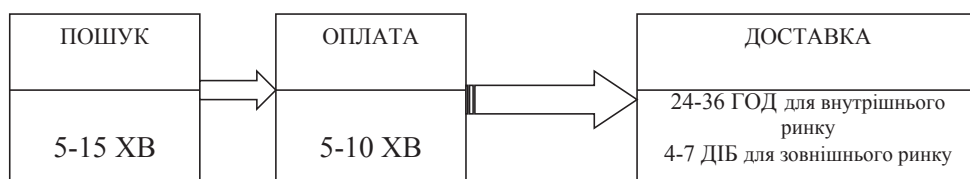


Рис. 1. Точка розриву в ланцюжку «пошук товару – оплата – доставка» [10]

Таблиця 1

Форма обліку й аналізу загальних базових показників

ПЕРІОД	Сегмент бізнесу	С2С		С2В		В2С		В2В		Разом	
		штук	%	штук	%	штук	%	штук	%	штук	%
Базові показники											
Відправлень на початок періоду											
Надходження за період											
Доставлено всього:											
Доставлено видачею «зі складу»											
Доставлено повернення товару											
Доставлено зворотних документів											
Доставлено «до дверей»											
Втрачено											
Повернуто замовнику											
Отримано реклаमाцій											
Відправлень на кінець періоду											

Таблиця 2

Форма обліку своєчасності доставки в розрізі індикативних клієнтів

ПЕРІОД	Індикативні клієнти	A2	B1	E1	F2	K1	M1	R2	TT	W2
		%	%	%	%	%	%	%	%	%
Базові показники										
Доставлено «до дверей»										
у т. ч. рахунків клієнтам за послуги підприємства										
Доставлено «до дверей», у договірний термін										
Доставлено «до дверей», у термін, узгоджений з одержувачем, але не в договірний										
у т. ч. з опцією «доставка до супермаркету»										
у т. ч. після вияснень/переадресацій										
у т. ч. на основі звернення отримувача в колл-центр										
Доставлено «до дверей», із протермінуванням										
у т. ч. за проблемними напрямками										
у т. ч. за іншими напрямками										

сім років, Міністерство інфраструктури має намір повернути цю практику. Як наслідок, ринку загрожує зменшення числа гравців, а пересічним українцям – збільшення тарифів на послуги, вважають експерти. При цьому держчиновники бачать ситуацію інакше і пояснюють свої наміри – привести законодавство у відповідність із нормами міжнародного права, а саме Директивою 97/67/ЄС, яка прописує обов'язок будь-якої держави забезпечити потреби населення в поштовому зв'язку. У будь-якій точці країни громадянин повинен отримати універсальні послуги за доступною ціною: листівки, листи, поштові пакети, посилки без оголошеної вартості до 10 кг, періодичні видання. Держава забезпечує цю можливість, підтримуючи національного оператора поштового зв'язку.

Про актуальні інноваційні тенденції на ринку доставки в сегменті e-commerce розповів журналістам президент Meest Group Ростислав Кисіль [5]. Він поділився досвідом цього ринку в Канаді та інших країнах світу та зазначив, що ці знання та уважне відслідковування всіх тенденцій у галузі дозволяють Meest Express утілювати очікувані бізнесом та споживачами інноваційні проекти в українських реаліях. Компанія активно розвиває інноваційні послуги доставки відправлень в мережу пошто마트ів. Фінансову незалежність та нові джерела прибутку Meest Express пропонує малому та середньому бізнесу завдяки інноваційному продукту – Meest Tochka. Meest Tochka дає можливість вибору най-

ближчого пункту для отримання замовлення поруч із домом, місцем праці чи дорогою поміж ними. Meest Tochka можуть стати: магазин побутових товарів, перукарня, ательє, кафе, заправна станція та інші пункти торгівлі й надання побутових послуг.

Президент Meest Group спрогнозував також розвиток логістичного ринку на найближчі декілька років [6]. Український ринок поштової логістики стрімко зростає за рахунок розвитку електронної комерції. У рік через поштові служби доставляється 135 млн. відправлень. Цього року ріст ринку поштової логістики очікується на рівні 32% у грошовому еквіваленті, а до 2020 р. середньорічний темп зростання передбачається на рівні 27%, і за цим показником ми втричі випереджаємо Європу, де ринок доставки зростає на 7%: на українця припадає три посилки на рік, поляк отримує 10–11 посилок, а німець – 34. Ринок поштової логістики буде не тільки рости, а й видозмінюватися: нових гравців на разі не передбачається, а ось наявних може стати менше.

Серед найбільш яскравих інноваційних глобальних трендів і тенденцій, які мають безпосередній вплив на розвиток поштової логістики, співвласник «Нової пошти» В'ячеслав Клімов виділив такі [4]: штучний інтелект; електротранспорт; real time; дрони; автоматизація і роботизація складських процесів; доставка без кур'єра; поштомати; нові види доставки.

«Нова пошта» розраховує створити ринок інновацій поштової логістики і розглядає можливість трансформації в майбутньому в інжинірингову ком-

Таблиця 3

Форма обліку своєчасності доставки в розрізі сегментів бізнесу та регіонів

ПЕРІОД _____	Кількість штук		Цільове значення КРІ (%)		Фактичне значення КРІ (%)	
	В2С, С2С	В2В	В2С, С2С	В2В	В2С, С2С	В2В
Регіон						
Дніпровський						
Доставлено до дверей у договірний термін						
Доставлено до дверей у термін, узгоджений з одержувачем, але не в договірний						
Доставлено до дверей, із протермінуванням						
Західний						
Доставлено до дверей у договірний термін			85%	90%	84%	84%
Доставлено до дверей у термін, узгоджений з одержувачем, але не в договірний						
Доставлено до дверей, із протермінуванням						
Київський						
Доставлено до дверей у договірний термін			85%	90%	86%	75%
Доставлено до дверей у термін, узгоджений з одержувачем, але не в договірний						
Доставлено до дверей, із протермінуванням						
Південний						
Доставлено до дверей у договірний термін						
Доставлено до дверей у термін, узгоджений з одержувачем, але не в договірний						
Доставлено до дверей, із протермінуванням			3%	3%	3%	3%
Решта регіонів						
Доставлено до дверей у договірний термін			85%	90%	86%	78%
Доставлено до дверей у термін, узгоджений з одержувачем, але не в договірний			12%	7%	13%	21%
Доставлено до дверей, із протермінуванням			3%	3%	1%	2%
Разом						
Доставлено до дверей у договірний термін			85%	90%	82%	70%
Доставлено до дверей у термін, узгоджений з одержувачем, але не в договірний			12%	7%	15%	25%
Доставлено до дверей, із протермінуванням			3%	3%	4%	5%

Таблиця 4

Форма обліку й аналізу усіх скарг і відгуків

Регіон	Підрозділ	Недотримані терміни доставки	Кур'єр подзвонив і не прийшов	Перенос доставки не був погоджений з одержувачем	Не було жодної спроби доставки	Некоректні дії кур'єра	Некоректні дії працівників
Дніпровський	Дніпро	2					
	Кам'янське		2				
	Запоріжжя			2			
	Кривий Ріг				2		
	Павлоград					2	
Дніпровський підсумок		2	2	2	2	2	0
Центральний	Біла Церква	3					
	Вінниця		3				
	Житомир			3			
	Черкаси				3		
Центральний підсумок		3	3	3	3	3	0
Загальний підсумок		5	5	5	5	5	0

панію – такий підрозділ у неї точно буде. Необхідно залучати інвестиції в українські інноваційні стартапи, розвивати комунікації між замовниками і розробниками, щоб не створювалися технології заради технологій. Електронній комерції прогноують десятикратний ріст, і «Нова пошта» готова купляти технології і співпрацювати з компаніями, які можуть запропонувати рішення щодо роботи з великими

обсягами: кур'єрським компаніям доведеться обслуговувати такі потоки, котрі нині їм навіть важко уявити.

Висновки. На відміну від традиційно орієнтованої поштово-логістичної компанії, де центром утворення прибутку вважався власне оператор поштового зв'язку, у маркетингово-орієнтованій компанії центром прибутку є послуга, що, з одного боку, вимагає

Таблиця 5

Форма обліку структури отриманих рекламаций

ПЕРІОД _____	Нестача вкладення	Неякісний сервіс	Пошкодження	Протермінування	Часткова втрата	Втрата	Всього
Сегмент бізнесу							
B2C							
C2C							
B2B							
C2B							
Разом							
%	4	10	30	30	13	13	100%

сучасного, дружнього до клієнта менеджменту, який спроможний управляти змінами, а з іншого – використання досконалих операцій та застосування інноваційних технологій.

Непостійність якості у виконанні роботи працівниками, які надають послуги, а також різниця в сприйнятті послуги споживачами створюють значні проблеми для менеджерів та аналітиків, що працюють у сфері послуг, наслідком чого є те, що більшість послуг, а особливо поштових, украй важко стандартизувати, тому поштово-логістичним компаніям слід шукати наукові методи та економіко-математичні моделі аналізу якості та стандартизації поштової послуги для щоденного підвищення якісного рівня діяльності.

Одним з основних критеріїв якості послуг поштово-логістичної компанії є швидкість доставки – це певний проміжок часу, який можна виміряти математично, з одного боку, і який інтуїтивно відчуває клієнт, з іншого боку, – від моменту оформлення «бажання» щодо перевезення вантажу відправником до моменту отримання цього вантажу одержувачем. Замовивши й оплативши потрібний товар протягом 10–20 хвилин, доставку доведеться очікувати 2–7 днів, що вимагає змін і вдосконалення передусім у технологіях починаючи від навчання персоналу і закінчуючи сучасною інженерією.

На базі розроблених форм аналізу якості, висновки щодо якості діяльності поштово-логістичної компанії робляться на основі: порівняння початкових і кінцевих абсолютних та відносних показників за період, порівняння показників із key performance indicators, прописаними у договорах із ключовими клієнтами, порівняння цільових значень показників із фактичними за сегментами бізнесу, аналізу абсолютної кількості звернень, аналізу відсоткових показників видів рекламаций у загальній їх структурі за сегментами бізнесу.

Експерти прогнозують щорічний ріст ринку поштової логістики на рівні 32% у грошовому еквіва-

ленті, а до 2020 р. середньорічний темп зростання на рівні 27%. Ринок поштової логістики буде не тільки рости, а й видозмінюватися: нових гравців на разі не передбачається, а ось наявних може стати менше. Ці фактори вимагатимуть проникнення в поштову послугу штучного інтелекту, електротранспорту, роботи в real time, дронів, автоматизації і роботизації складських процесів, доставки без кур'єра, автоматизованих точок видачі та нових видів доставки.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Особливості маркетингу послуг у сфері поштового зв'язку: навч. посіб. / Є.Г. Борисевич, С.Б. Горелкіна, Л.Е. Жуковська. Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2011. 216 с.
2. Сервіс-менеджмент: задачі та моделі / М.Г. Медведєв, В.М. Романенко, В.П. Шоха. Інтелект XXI. 2014. № 1. С. 46–52.
3. Князева О.А. Стратегія розвитку поштового зв'язку: навч. посіб. Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2013. 100 с.
4. Послезавтра кур'єрської доставки. Вячеслав Климов о новых трендах почтовой логистики. URL: <http://logist.fm/publications/poslezavtra-kurerskoy-dostavki-vyacheslav-klimov-o-novyh-trendah-pochtovoy-logistiki/>.
5. Потребители признали Meest Express лучшим в Украине. URL: <http://1fin.biz/potrebiteli-priznali-meest-express-luchshim-v-ukraine/>.
6. Рынок доставки Украины: количество операторов уменьшится. URL: <http://trademaster.ua/news/15521/>.
7. Романич І.Б. Моделювання кількісних характеристик автопарку поштово-логістичної компанії за критерієм наповнення вантажами її загальної логістичної системи. Інноваційна економіка. 2014. № 5(54). С. 73–82.
8. Романич І.Б. Моделювання розвитку і розміщення підрозділів поштово-логістичної компанії. Актуальні проблеми економіки. 2016. № 11(185). С. 453–463.
9. Логістика: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / В.П. Волков, А.В. Череп, Л.Г. Олейнікова, О.Г. Череп. Запоріжжя: ЗНУ, 2010. 356 с.
10. Городская логистика : итоги 2015 и тенденции будущего. URL: <http://www.slideshare.net/AlexandraGorbenko/ss-57919600/>.
11. В Україні можуть подорожчати посилки і кур'єрська доставка. URL: <http://market.korupciya.com/2016/11/18/v-ukrayini-mozhut-podorozhchati-posilki-i-kur-yerska-dostavka/>.