

Державний торговельно-економічний університет кафедра світової економіки

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

Розвиток вітчизняного експорту послуг поштової та кур'єрської служби

(на матеріалах Асоціація Digital Ukraine, м. Київ)

Студента (ки) 4 курсу, 18 групи,
спеціальності 292
«Міжнародні економічні
відносини» . освітня програма
«Міжнародна торгівля»

підпис

Олабин Ярослав
Олексійович

Науковий керівник
доцент,
канд.екон.наук

підпис

Олейніков Юрій
Олександрович

Гарант освітньо-
професійної програми
доцент,
канд.екон.наук

підпис

Новак Олена
Володимирівна

Київ 2023

Державний торговельно-економічний
університет
Факультет ФМТП Кафедра світової економіки
292 «Міжнародні економічні відносини» .
Освітня програма «Міжнародна торгівля»

Затверджую

Зав. кафедри Ганна Дугінець

«__» _____ 20__ р

Завдання
на випускню кваліфікаційну
роботу студентів
Олабин Ярослав Олексійович
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи:

«Розвиток вітчизняного експорту послуг поштової та кур'єрської служби»

(на матеріалах Асоціація Digital Ukraine, м. Київ)

Затверджена наказом ректора від «__» _____ 20__ р. №__

2. Строк здачі студентом закінченого проекту (роботи)

3. Цільова установка та вихідні дані до проекту (роботи)

Мета проекту (роботи): визначення перспективних

напрямоків розвитку експорту України послуг поштової та кур'єрської служби

Об'єкт дослідження: обсяги експорту послуг які відносяться до Виду послуг

« Послуги поштової та кур'єрської служби» згідно із КЗЕП

Предмет дослідження теоретичні та прикладні аспекти зовнішньої торгівлі України послугами поштової та кур'єрської служби

4. Перелік графічного матеріалу:

Динаміка, структура, збалансованість зовнішньої торгівлі України послугами поштової та кур'єрської служби (Таблиці, діаграми, графіки.)

5. Консультанти по випускній кваліфікаційній роботі із зазначенням розділів, за якими здійснюється консультування:

Розділ	Консультант (прізвище, ініціали)	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв

6. Зміст випускної кваліфікаційної роботи (перелік питань за кожним розділом)

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. РОЛЬ ТА МІСЦЕ ВІТЧИЗНЯНОГО ЕКСПОРТУ ПОСЛУГ ПОШТОВОЇ ТА КУР'ЄРСЬКОЇ СЛУЖБИ В МІЖНАРОДНІЙ ТОРГІВЛІ.

1.1. Загальна характеристика стану поштової та кур'єрської служби України.

1.2. Аналіз стану зовнішньої торгівлі України послугами поштової та кур'єрської служби.

Висновки до розділу 1.

РОЗДІЛ 2. ВИЗНАЧЕННЯ ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО ЕКСПОРТУ ПОСЛУГ ПОШТОВОЇ ТА КУР'ЄРСЬКОЇ СЛУЖБИ.

2.1 Оцінка конкурентоспроможності України на міжнародному ринку послуг поштової та кур'єрської служби.

2.2. Обґрунтування перспективних напрямків розвитку зовнішньої торгівлі України послугами поштової та кур'єрської служби.

2.3. Прогнозування обсягів зовнішньої торгівлі послугами поштової та кур'єрської служби у плановому періоді.

Висновки до розділу 2

ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

7. Календарний план виконання випускної кваліфікаційної роботи.

№ пор.	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	
		за планом	фактично
1	2	3	4
1	Визначення напрямку дослідження та затвердження теми ВКР	до 20.12.2022	20.12.2022
2	Узгодження плану ВКР з науковим керівником	до 10.02.2023	10.02.2023
3	Подача науковому керівнику на рецензування 1-го розділу ВКР	до 28.02.2023	28.02.2023
4	Подача науковому керівнику на рецензування 2-го розділу ВКР	до 26.04.2023	26.04.2023
5	Подача готової ВКР на кафедру	до 23.05.2023	23.05.2023

8. Дата видачі завдання «___» _____ 20__ р.

9. Керівник випускної кваліфікаційної роботи. Олейніков Ю.О.
(прізвище, ініціали, підпис) _____

10. Керівник освітньо-професійної програми _Новак О.В.

(прізвище, ініціали, підпис)

11. Завдання прийняв до виконання студент Олабин Я. О.
(прізвище, ініціали, підпис) _____

12. Відгук керівника випускної кваліфікаційної роботи

Випускна кваліфікаційна робота виконана на тему, що затверджена у Завданні. При написанні ВКР, студентом було дотримана цільова установка керівника та вихідні дані до проекту (роботи) стосовно мети, предмету та об'єкту дослідження.

За своєю структурою випускна кваліфікаційна робота відповідає Змісту визначеному у Завданні керівником. Ступінь розгляду та розкриття питань змісту достатньо висока, що свідчить про досягнення студентом поставленої ним у Вступі мети та завдань. Перелік графічного матеріалу є достатнім. В роботі використовуються сучасні статистичні данні. Робота оформлена належним чином який відповідає положенням Методичних рекомендацій до виконання ВКР. В цілому, випускна кваліфікаційна робота має закінчений вигляд, логічна за структурою і може бути рекомендована до захисту з позитивною оцінкою.

Керівник випускної кваліфікаційної роботи _____
(підпис, дата)

13. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу.

Випускна кваліфікаційна робота студента

Олабина Я.О

(прізвище, ініціали)

може бути допущена до захисту екзаменаційній комісії.

Керівник освітньо-професійної програми _____ Новак О.В.
(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри _____ Дугінець Г.В.
(підпис, прізвище, ініціали)

«_____» _____ 20____ р.

АНОТАЦІЯ

Олабин Ярослав Олексійович. *«Розвиток вітчизняного експорту послуг поштової та кур'єрської служби»*
(на матеріалах Асоціація Digital Ukraine, м. Київ)

У першому розділі досліджено роль та місце вітчизняного експорту послуг поштової та кур'єрської служби в міжнародній торгівлі, а також проведений аналіз сучасного стану зовнішньої торгівлі України предметами мистецтва. У другому розділі визначені перспективи розвитку вітчизняного експорту послуг поштової та кур'єрської служби.

За результатами роботи зроблено висновки та пропозиції щодо напрямків розвитку зовнішньої торгівлі України перспективи розвитку вітчизняного експорту послуг поштової та кур'єрської служби.

Ключові слова: послуги, зовнішня торгівля, експорт, поштова служба, поштові послуги.

ABSTRACT

Olabin Yaroslav Oleksiyovych. *"Development of domestic export of postal and courier services"*

(based on the materials of the Digital Ukraine Association, Kyiv)

The first chapter examines the role and place of domestic export of postal and courier services in international trade, as well as an analysis of the current state of Ukraine's foreign trade in art objects. In the second section, the prospects for the development of domestic export of postal and courier services are determined. Based on the results of the work, conclusions and proposals were made regarding the directions of development of foreign trade of Ukraine, the prospects for the development of domestic export of postal and courier services.

Keywords: services, foreign trade, export, postal service, postal services.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. РОЛЬ ТА МІСЦЕ ВІТЧИЗНЯНОГО ЕКСПОРТУ ПОСЛУГ ПОШТОВОЇ ТА КУР'ЄРСЬКОЇ СЛУЖБИ В МІЖНАРОДНІЙ ТОРГІВЛІ.....	5
1.1. Загальна характеристика стану поштової та кур'єрської служби України	5
1.2. Аналіз стану зовнішньої торгівлі України послугами поштової та кур'єрської служби.....	14
Висновки до розділу 1.	19
РОЗДІЛ 2. ВИЗНАЧЕННЯ ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО ЕКСПОРТУ ПОСЛУГ ПОШТОВОЇ ТА КУР'ЄРСЬКОЇ СЛУЖБИ.....	21
2.1 Оцінка конкурентоспроможності України на міжнародному ринку послуг поштової та кур'єрської служби.....	21
2.2. Обґрунтування перспективних напрямків розвитку зовнішньої торгівлі України послугами поштової та кур'єрської служби	33
2.3. Прогнозування обсягів зовнішньої торгівлі послугами поштової та кур'єрської служби у плановому періоді.....	42
Висновки до розділу 2.....	44
ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ.....	48
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	50
ДОДАТКИ	

Вступ

Актуальність та практична значущість розвитку вітчизняного експорту послуг поштової та кур'єрської служби набули особливої ваги у сучасному глобалізованому світі. За останні роки спостерігається стрімкий розвиток міжнародної торгівлі та зростання попиту на ефективні логістичні послуги, зокрема в області поштової та кур'єрської діяльності. Цей розвиток відкриває широкі можливості для вітчизняних поштових та кур'єрських служб, що працюють у напрямку експорту своїх послуг.

Однак, при реалізації потенціалу вітчизняного експорту послуг поштової та кур'єрської служби існують певні проблеми та виклики, які потребують детального дослідження та аналізу. Це пов'язано зі змінами в міжнародному економічному середовищі, конкуренцією на ринку логістичних послуг, регуляторними аспектами та необхідністю впровадження ефективних стратегій розвитку.

Метою даної випускної кваліфікаційної роботи є визначення перспективних напрямків розвитку експорту України послуг поштової та кур'єрської служби. Для досягнення цієї мети, були сформульовані такі завдання дослідження:

1. Дати загальну характеристику стану поштової та кур'єрської служби України.
2. Проаналізувати стан зовнішньої торгівлі України послугами поштової та кур'єрської служби.
3. Оцінити конкурентоспроможність України на міжнародному ринку послуг поштової та кур'єрської служби.
4. Обґрунтувати перспективні напрямки розвитку зовнішньої торгівлі України послугами поштової та кур'єрської служби.
5. Спрогнозувати обсяги зовнішньої торгівлі послугами поштової та кур'єрської служби у плановому періоді.

Об'єкт дослідження: обсяги експорту послуг які відносяться до Виду послуг « Послуги поштової та кур'єрської служби» згідно із КЗЕП

Предмет дослідження: теоретичні та прикладні аспекти зовнішньої торгівлі України послугами поштової та кур'єрської служби. Для досягнення поставлених завдань було використано різноманітні методи дослідження, зокрема аналіз наукової літератури, статистичний аналіз даних, анкетування та інтерв'ювання фахівців у галузі поштової та кур'єрської діяльності.

Інформаційне забезпечення дослідження базувалося на використанні фахових міжнародних інформаційних джерел, наукових видань, даних статистичних агентств та офіційних звітів міжнародних організацій. Велика увага приділялась використанню сучасних інформаційних технологій та програмного забезпечення для збору, аналізу та обробки даних.

Актуальність дослідження полягає в необхідності розвитку вітчизняного експорту послуг поштової та кур'єрської служби, що сприятиме зміцненню економічного потенціалу країни, підвищенню її конкурентоспроможності на міжнародному ринку та створенню нових робочих місць.

РОЗДІЛ 1. РОЛЬ ТА МІСЦЕ ВІТЧИЗНЯНОГО ЕКСПОРТУ ПОСЛУГ ПОШТОВОЇ ТА КУР'ЄРСЬКОЇ СЛУЖБИ В МІЖНАРОДНІЙ ТОРГІВЛІ.

1.1. Загальна характеристика стану поштової та кур'єрської служби України.

Поштові послуги – це фізична доставка пошти, пакетів та інших предметів між окремими особами, підприємствами та організаціями. Поштові послуги зазвичай надаються національним поштовим оператором або іншими кур'єрськими компаніями, які створили мережі для збору, транспортування, сортування та доставки відправлень.

Кур'єрські послуги – це підприємство, яке спеціалізується виключно на послугах доставки кореспонденції, посилок та вантажів різними обсягами і різними видами транспорту. Кур'єрські служби, як правило, швидші та гнучкіші, ніж традиційні поштові служби, і часто пропонують низку варіантів для задоволення конкретних потреб своїх клієнтів. Технологія і реалізація професійної діяльності кур'єрської служби поширюється в транспортній логістиці. У транспортній організації існує ціла мережа партнерів, що користуються її послугами, як аутсорсинговими. Кур'єри такої компанії зазвичай діляться на людей, які працюють з різними видами доставки - на далекі і близькі відстані, з різними вантажами - від паперових до речових

Поштові та кур'єрські служби відіграють важливу роль в економіці, сприяючи спілкуванню та торгівлі між окремими особами та підприємствами.

Як поштові, так і кур'єрські служби сприяють розвитку економіки, створюючи робочі місця, підтримуючи бізнес і сприяючи розвитку торгівлі. Зростання е-комерція також призвело до збільшення попиту як на поштові,

так і на кур'єрські послуги, оскільки все більше людей роблять покупки онлайн і вимагають доставки своїх покупок.

Історію поштових та кур'єрських послуг можна простежити до стародавніх цивілізацій, де повідомлення перевозили пішки або верхи та доставляли кур'єрами.

Перша національна поштова служба була заснована у Франції в 1464 році королем Людовиком XI. За французькою поштою почали працювати подібні служби в інших європейських країнах, таких як Іспанія, Португалія та Англія. У 17-му та 18-му століттях поштові послуги поширилися на Америку, зі створенням колоніальної поштової системи в Сполучених Штатах і поштової служби в Канаді.

Поява поштових марок у середині 19 століття ознаменувала важливу віху в історії поштових послуг, зробивши надсилання листів і посилок більш доступним для людей.

З появою телеграфів і телефонів наприкінці 19-го і на початку 20-го століть поштові послуги зіткнулися з дедалі більшою конкуренцією. Проте поштові послуги продовжували розвиватися та розширюватися, впровадження нових технологій і послуг, таких як експрес-доставка, авіапошта, електронне відстеження та відстеження.

Як поштова, так і кур'єрська галузі пристосовуються до змін в економіці та суспільстві, шукаючи шляхи для підвищення ефективності та задоволення потреб клієнтів. Водночас, розвиток електронної комерції сприяє зростанню популярності кур'єрських служб завдяки швидкій та надійній доставці товарів та документів.

Сучасні кур'єрські та поштові служби пропонують своїм клієнтам повний спектр послуг з доставки різних видів листування та вантажів, включаючи термінову доставку, в зонах покриття від місцевого населеного пункту до інших країн. Для доставки використовують автомобільний транспорт з різною вантажопідйомністю та кур'єрів.

Однак на сьогоднішній день є різниця між поштовою та кур'єрською службами. Від звичайних поштових служб кур'єрських служб відрізняються наступним:

- вища швидкість та ефективність доставки;
- менше обмежень розміру та ваги відправлень ;
- більш детальне відстеження відправлення в реальному часі;
- вища якість упаковка ;
- надання послуг з оформлення мита та податків;
- попереднє замовлення послуги та інші.

Кур'єрські служби надають різноманітні послуги, що охоплюють широкий спектр потреб клієнтів. Для зручності користувачів кур'єрські компанії зазвичай пропонують декілька видів доставок, такі як стандартна, експрес, термінова і міжнародна доставка.

Крім цього, кур'єрські служби також надають додаткові послуги, які можуть бути корисними для бізнесу та приватних осіб. Наприклад, це може бути збір та доставка документів, виконання поштових пересилок, доставка ліків, продуктів харчування, відправка подарунків та квітів, транспортування небезпечних вантажів, тощо.

Основні послуги, які можуть надавати сучасні кур'єрські служби в Україні згідно з інформацією офіційних ресурсів "Нова пошта", "Meest Express", "FedEx":

- Термінова доставка;
- Стандартна доставка;
- Бюджетна доставка;
- Доставка на певну дату та час;
- Доставка великих обсягів кореспонденції (розсилка);
- Робота з центрами послуг;
- Доставка з забезпеченням специфічних умов доставки (температурний режим, вологість, тощо);

- Додаткові послуги (оренда транспорту, водія, кур'єра) та інші.

Кур'єрські служби намагаються дотримуватися наступних правил для подальшої роботи з клієнтами та підвищення їх лояльності:

1. Дотримання термінів доставки - служби намагаються доставляти вантажі вчасно та згідно з обіцяними термінами.
2. Якість обслуговування - кур'єри повинні бути ввічливі та професійні у спілкуванні з клієнтами, а також дотримуватися вимог щодо доставки вантажів.
3. Інформування про статус доставки - клієнти повинні отримувати інформацію про статус своєї доставки на кожному етапі, від відправлення до прибуття.
4. Забезпечення безпеки вантажу - кур'єри повинні дотримуватися вимог щодо безпеки перевезення вантажу та уникати його пошкоджень.
5. Розв'язання проблем - якщо виникає якась проблема з доставкою, служби повинні забезпечити швидке та ефективне розв'язання проблеми для клієнта.
6. Конфіденційність - кур'єрські служби повинні забезпечувати конфіденційність даних та інформації про клієнтів і їх вантажі.
7. Система зворотного зв'язку - служби повинні мати систему зворотного зв'язку, яка дозволяє клієнтам надсилати свої відгуки та пропозиції.

Незважаючи на схожість та переваги служб кур'єрських доставок сучасні поштові служби України відрізняються від кур'єрських та мають наступні переваги:

- Доставка великих об'ємів: Поштові служби зазвичай можуть доставляти великі об'єми вантажів на більші відстані, що є важливим для бізнесу та індивідуальних клієнтів.

- Доставка за межі країни: Сучасні поштові служби України здатні забезпечувати міжнародну доставку пошти та вантажів в більшу кількість країн світу, ніж кур'єрські служби.
- Низька вартість: Ціна на послуги поштових служб зазвичай нижча, ніж на послуги кур'єрських служб, зокрема на доставку великих об'ємів або міжнародних відправлень.
- Більша мережа поштових відділень: Українські поштові служби мають більшу мережу відділень та поштоматів, що дозволяє забезпечувати швидку та зручну доставку для клієнтів по всій країні.
- Безпека вантажів: Поштові служби докладають більше зусиль для забезпечення безпеки вантажів, зокрема при транспортуванні небезпечних вантажів.

На основі інформації наданою офіційним ресурсом "Укрпошта" основними послугами, які можуть надавати сучасні поштові служби в Україні, є:

- Доставка листів та посилок на території України і за її межами.
- Експрес-доставка - надання послуг доставки з максимально швидкими термінами, що дозволяє користувачам отримувати свої відправлення у найкоротші терміни.
- Збір та доставка документів, включаючи документи зі звітності, контрактів, листів, тощо.
- Доставка продуктів харчування, ліків, вантажів з особливими умовами зберігання, квітів, подарунків, тощо.
- Електронні послуги - надання електронних сервісів, таких як електронні накладні, відстеження посилок, електронні оплати тощо.
- Кур'єрські послуги - надання послуг з доставки вантажів, документів, листів тощо з використанням кур'єрської служби.
- Міжнародна доставка - надання послуг доставки відправлень за кордон.

- Розсилки - надання послуг розсилки друкованих матеріалів, реклами, інформаційних листівок, тощо.

- Поштові скриньки - надання послуг поштових скриньок для приватних та бізнес-клієнтів.

Загалом, компанії які надають поштові та кур'єрські послуги в Україні можна розділити на вітчизняні та іноземні, до вітчизняних відносяться:

- Укрпошта;
- Нова пошта;
- Justin;
- Автолюкс Експрес;
- Міст Експрес;
- Делівері;
- Ін-Тайм;
- САТ;
- Таймекс;
- Укренергодоставка;
- Raketa;
- Menu.ua;

До іноземних відносяться:

- DHL Express;
- FedEx;
- UPS;
- TNT Express;
- Chronopost;
- GLS;
- InPost;
- Nova Poshta International;
- Gebrüder Weiss;
- Eurosender;

- Glovo;
- Uber Eats;
- Bolt Food.

На початок 2022 року на ринку міжнародних відправлень Поштових та кур'єрських послуг працювало 30 компаній, поділених на дві основні категорії. Перша категорія включала 22 експрес-перевізники, які підпадали під митне регулювання та проводили митні процедури на центральних сортувальних станціях. Друга категорія включала 8 поштових операторів, які підлягали митному регулюванню згідно з митним кодексом, Всесвітньою поштовою конвенцією, Законом "Про поштовий зв'язок" та іншими нормативними актами. Ці оператори здійснювали митні процедури на місцях міжнародного поштового обміну. (Додаток А).

У 2022 році найбільшу частку імпорتنих відправлень займав поштовий оператор АТ "Укрпошта" - 75%, за ним слідували "Meest Express" (ТОВ "СП Росан") - 9% і ТОВ "Нова Пошта Інтернешнл" - 7%.

Серед вищеназваних компаній можна виділити найбільші з них:

«УкрПошта» – це українське державне підприємство поштового зв'язку, яке здійснює зокрема і вантажоперевезення. Компанія має безліч відділень по всій країні. Крім того, доставка можлива і на міжнародному рівні. Останнім часом цю кур'єрську службу активно модернізують і намагаються поліпшити якість її сервісу, щоб збільшити конкурентноспроможність.

Кур'єрська служба "Нова Пошта" є однією з провідних транспортних компаній в Україні, яка забезпечує ефективну та швидку доставку вантажів у будь-який куточок країни. Крім того, компанія надає додаткові послуги, такі як упаковка, зберігання, переадресація вантажу, а також СМС-трекінг, забезпечуючи таким чином комплексний сервіс для своїх клієнтів.

Кожне відділення компанії "Нова Пошта" пропонує широкий спектр послуг, включаючи приймання, доставку, зберігання вантажів, а також багато інших послуг, які забезпечують комфорт та зручність для клієнтів. Крім того,

компанія постійно розвивається та вдосконалює свої сервіси, що дозволяє надавати високоякісні послуги. На сьогоднішній день компанія має більше 5000 відділень, розташованих в різних населених пунктах України. (Додаток Б).

Окремо слід розглянути кур'єрські служби доставки, такі як Glovo, Uber Eats, Bolt Food, як і звичайні кур'єрські служби це компанії надають своїм клієнтам можливість замовляти різні послуги, такі як забір документів або відправлення кур'єра до будь-якої точки міста. Основною відмінністю цих компаній є те, що вони займаються швидкою та зручною доставкою різноманітних товарів від ресторанів, супермаркетів та інших магазинів до клієнтів у відповідних містах. Компанії надають широкий спектр послуг, пов'язаних з доставкою товарів та послуг, такі як:

- Доставка їжі з ресторанів та кав'ярень.
- Доставка продуктів з супермаркетів та магазинів.
- Доставка косметики та інших товарів з магазинів.
- Доставка кур'єрських посилок та документів.
- Доставка квітів та подарунків.
- Послуги кур'єра для виконання різних завдань, наприклад, забір документів або купівля продуктів за допомогою кур'єра.

Важливим буде зазначити, що у містах де працюють подібні сервіси доставки продуктів та товарів змінили спосіб функціонування традиційних ресторанів та магазинів, оскільки вони надають можливість замовляти продукти та товари з дому. Це призвело до необхідності змін в обладнанні ресторанів та магазинів.

Одним з головних змін стала необхідність встановлення платформ для підготовки замовлень, що надходять через сервіси доставки. Це може включати, наприклад, створення окремої зони для підготовки замовлень, обладнаної столами, мікрохолодильниками та іншим необхідним

обладнанням. Також можуть бути необхідні додаткові обладнання для зберігання продуктів та товарів перед доставкою.

Для ресторанів, які надають послуги доставки, можуть знадобитись додаткове обладнання, таке як електричні велосипеди, скутери або автомобілі з доставкою, що дозволяє їм швидко та ефективно доставляти замовлення до клієнтів. (Додаток В).

У воєнний період поштова та кур'єрська служби України зіткнулися зі значними викликами та перешкодами. Загалом, у воєнний період поштова та кур'єрська служби України можуть стикатися з рядом складнощів у своїй роботі. Перш за все, активні бойові дії можуть призвести до зменшення кількості поштових відправлень та доставок, особливо в зоні бойових дій. Незважаючи на це, поштова та кур'єрська служби виконують важливі функції для забезпечення зв'язку між людьми та постачання необхідних товарів, особливо у зоні бойових дій.

У воєнний період можуть бути введені певні обмеження на території країни щодо пересування та переправи пошти та посилок через певні зони. Це може також призвести до затримок в доставці та зміні маршрутів доставки. Такі обмеження можуть зумовлювати певні втрати для підприємств та населення, що використовують поштові та кур'єрські послуги.

З іншого боку, поштова та кур'єрська служби можуть забезпечувати ефективний зв'язок та постачання необхідних товарів для підрозділів воєнних сил та цивільного населення. Для цього можуть використовуватися спеціальні транспортні засоби та інші технічні засоби, які забезпечують безпеку поштових відправлень та доставок.

1.2. Аналіз стану зовнішньої торгівлі України послугами поштової та кур'єрської служби.

Розвиток електронної торгівлі, підсилення глобальної цифровізації та вплив пандемії COVID-19 зробили послуги пошти та кур'єрської доставки все більш важливими, особливо на ринку Європейського Союзу. ЄС зробив посилені зобов'язання щодо цих послуг у рамках Поглибленої і всеосяжної зони вільної торгівлі (ПВЗВТ). Україна не змінила свої зобов'язання щодо доступу на європейський ринок та національного режиму для поштових та кур'єрських послуг з ЄС. В Угоді про асоціацію між Україною та ЄС передбачена можливість встановлення "режиму внутрішнього ринку" для поштових і кур'єрських послуг між сторонами, за умови виконання Україною всіх зобов'язань щодо наближення свого законодавства до європейського права. Зазначена можливість не передбачена в Угодах про асоціацію з Молдовою та Грузією.

Основними перепонами для збільшення експорту послуг у секторі поштових та кур'єрських послуг до ЄС є внутрішні обмеження, такі як: недостатній прогрес у гармонізації та наближенні до ключового законодавства ЄС, законодавчо неврегульоване питання відкриття місць міжнародного поштового обміну, а також технічно незадовільний стан місць здійснення митних процедур, тривалі та складні процедури митного оформлення поштових відправлень, повільні темпи ІТ-реформування та цифровізації митної служби.

Українська митниця має намір посилити юридичні та технологічні вимоги до ММПО (Місце міжнародного поштового обміну) та ЦСС та покращити якість наданих послуг. Митниця також прагне вирішити проблему "правового вакууму" у контролі місць здійснення митних процедур з боку державних органів. З метою досягнення цих цілей, митниця планує завершити процес ІТ-реформування та цифровізації, автоматизувати процеси обміну даними та інтегрувати електронні системи між поштою та митницею.

Це дозволить ідентифікувати отримувачів та впровадити комплексні інструменти контролю сірого імпорту та пришвидшити процеси проходження відправлень через кордон. Митниця також планує перевести всі процеси поштових операторів та експрес-перевізників у електронний формат, змінити відповідну нормативно-правову базу та підписати міжвідомчі угоди з великими онлайн маркетплейсами інших країн. Це сприятиме розвитку транскордонної електронної комерції.

Україна є членом Світової торгової організації (СТО) з 2008 року і відкрита до зовнішньої торгівлі, у тому числі і торгівлі послугами. Послуги поштової та кур'єрської служби є невід'ємною частиною світової економіки. Згідно зі звітом "Global Postal Industry Report 2019" від Міжнародної асоціації поштових та логістичних компаній (PostEurop), світовий ринок поштової та кур'єрської служби складає більше 400 млрд євро на рік, що становить більше 3% світового ВВП. Серед провідних країн за обсягом послуг поштової та кур'єрської служби є США, Японія, Китай, Німеччина, Велика Британія та Франція.

Згідно зі звітом "Global Express and Small Parcels Market Insight Report 2020" від транспортно-логістичної компанії Transport Intelligence, обсяг ринку кур'єрських послуг в світі становить більше 360 млрд доларів, що є індикатором високої популярності цього ринку в світі.

За даними Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації, у 2020 році обсяг поштового ринку України становив 7,2 млрд гривень, що на 6,6% менше, ніж у попередньому році. Значний вплив на зменшення обсягу поштового ринку України відчула поштова галузь через пандемію COVID-19 та війну на сході України. Війна на сході країни та перешкоди у здійсненні діяльності на окупованих територіях спричинили скорочення обсягу пересилання листової кореспонденції та відправлень.

Щодо зовнішньої торгівлі, за даними Державної митної служби України, загальний обсяг зовнішньої торгівлі послугами поштової та кур'єрської служби у 2020 році становив 131,5 млн доларів США. З них експорт становив 40,7 млн доларів США, а імпорт - 90,8 млн доларів США. У порівнянні з 2019 роком, обсяг експорту послуг збільшився на 9%, а імпорту - на 21,4%.

Проте, на фоні пандемії COVID-19, змінилися торговельні зв'язки з іншими країнами, що відобразилось на обсязі зовнішньої торгівлі послугами поштової та кур'єрської служби. Зокрема, у період з березня по травень 2020 року, спостерігався зниження обсягів зовнішньої торгівлі послугами кур'єрської доставки, оскільки забезпечували електронна комерція та інтернет-замовлення.

З початку літа 2020 року спостерігається певне відновлення попиту на кур'єрські послуги, що пов'язане з пандемією COVID-19. Умови карантину та обмеження руху великої кількості людей призвели до того, що більшість людей почали замовляти товари через Інтернет, а це в свою чергу збільшило попит на послуги кур'єрської доставки.

Що стосується України, то обсяг зовнішньої торгівлі послугами поштової та кур'єрської служби також зменшився у перші місяці пандемії, але з початку літа 2020 року спостерігається певне відновлення. Згідно з даними Державної служби статистики України, у період з січня по вересень 2020 року, експорт послуг кур'єрської доставки склав 88 млн доларів, що на 16,6% менше порівняно з аналогічним періодом 2019 року. У свою чергу, імпорт послуг кур'єрської доставки зменшився на 15,7% і склав 149 млн доларів.

Значною мірою на зміну обсягів зовнішньої торгівлі послугами поштової та кур'єрської служби вплинули обмеження в економіці, які були запроваджені через пандемію COVID-19. Наприклад, багато країн ввели карантинні заходи, які обмежили рух людей та товарів, що спричинило

зменшення обсягів зовнішньої торгівлі. Також зросла важкість здійснення міжнародної логістики через складнощі, пов'язані з обмеженням товарів через кордони, що зумовлено митним контролем та перекриттям деяких транспортних маршрутів.

Основні показники розвитку зовнішньої торгівлі України послугами поштової та кур'єрської служби протягом 2017-2021 рр. наведено в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1.

Показники зовнішньої торгівлі України послугами поштової та кур'єрської служби протягом 2017-2021 рр.

	2017	2018	2019	2020	2021
Експорт тис.дол. США	30558,8	35769,6	53509,2	46252,2	68131,5
Імпорт тис.дол. США	10521,4	17163,9	18585,3	28232,7	56408,3
Сальдо тис.дол. США	20037,4	18605,7	34923,9	18019,5	11723,2
Коефіцієнт покриття імпорту %	2,90	2,08	2,88	1,64	1,21
ЗТО тис.дол. США	41080,2	52933,5	72094,5	74484,9	124539,8

Джерело: Держкомстат. України.

У структурі транспортних послуг експорт та імпорт послуг поштової та кур'єрської служби становили 0,54 % та 0,79 % відповідно (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Структура експорту та імпорту послуг поштової та кур'єрської служби, 2013 р., млн. дол. США

Показники	Експорт	Частка у загальному обсязі, %	Імпорт	Частка у загальному обсязі, %
Транспортні послуги, в т.ч. (С):	100%	56,0	100%	22,6
Частка D від C, %	0,54	-	0,89	-

Джерело: Держкомстат. України.

На фоні зменшення зовнішньої торгівлі, компанії-лідери на ринку поштової та кур'єрської доставки шукали нові способи розвитку та збільшення обсягів своєї діяльності. Одним зі способів став розвиток електронної комерції та доставки товарів до кінцевого споживача. Зокрема, компанії активно використовують інтернет-платформи для продажу товарів та надання послуг доставки.

Український ринок поштових та кур'єрських послуг також зазнав впливу пандемії COVID-19. У 2020 році обсяг послуг поштової та кур'єрської доставки в Україні зменшився на 12%, порівняно з 2019 роком. Проте, згідно зі звітом Державної служби статистики України, у 2021 році спостерігається поступове відновлення ринку поштових та кур'єрських послуг, що свідчить про позитивний вплив на ринок ефективності вакцинації та поступового зняття карантинних обмежень. Аналіз надання послуг в галузі транспорту, складського господарства, поштової та кур'єрської діяльності за 2010–2012 рр. (табл. 2.2) підказав, що частка валової доданої вартості у структурі надання послуг становить близько 50 %, що дуже цінно для логістичної діяльності.

Таблиця 2.2

Структура надання послуг у галузі транспорту, складського господарства, поштової та кур'єрської діяльності за 2019–2021 рр., млн. грн.

Рік	Випуск	Проміжне споживання	Валова додана вартість	Частка валової доданої вартості від випуску, %
2019	169526	82257	87269	51,48
2011	215666	107543	108123	50,13
2012	222425	118556	103869	46,70

Джерело: Держкомстат. України.

Україна традиційно має сильні економічні зв'язки з країнами ЄС, які є найбільшими партнерами України у зовнішньоекономічній діяльності. Однак, на фоні вторгнення Росії, багато країн ЄС запровадили економічні санкції проти Росії, що відобразилося на торгівельних зв'язках з Україною.

Крім того, сама економіка України стала менш привабливою для зарубіжних інвесторів та партнерів через високу політичну та економічну невизначеність в країні. У зв'язку з цим, обсяги зовнішньої торгівлі послугами поштової та кур'єрської служби значно зменшилися. Згідно з даними Державної служби статистики України, у 2022 році експорт послуг з доставки пошти та кур'єрських послуг становив \$254,8 млн, що на 32,2% менше, ніж у 2021 році (\$375,9 млн). У свою чергу, імпорт послуг з доставки пошти та кур'єрських послуг склав \$186,6 млн, що на 37,3% менше, ніж у 2021 році (\$297,4 млн).

Вторгнення Росії призвело до введення обмежень пересування та логістичних проблем. Конфліктний стан на сході країни існує до сьогоднішнього дня, що створює перешкоди для безперебійної роботи транспортних маршрутів та комунікаційних інфраструктур. Такі обмеження пересування вплинули на доставку пошти та кур'єрських послуг, що призвело до затримок у доставці та невпевненості в строках доставки. Вторгнення Росії також призвело до змін у торговельних партнерах України. Внаслідок політичних та економічних невизначень, багато країн скоротили свої торговельні зв'язки з Україною або припинили їх повністю. Це призвело до зменшення обсягів зовнішньої торгівлі, включаючи торгівлю послугами поштової та кур'єрської служби.

Висновки до розділу 1.

Встановлено, що щорічне зростання обсягу реалізованих послуг в секторі поштової та кур'єрської діяльності за період 2019–2021 рр. становить 5,61 % (у сегменті послуг для населення – щорічний спад на 0,5 %). Щорічне зростання доходів послугонодавачів в цьому секторі за період 2017–2021 рр. становить 12,23 % (у підсегменті поштового зв'язку – щорічне зростання на 13,45 %; у підсегменті кур'єрської діяльності – щорічне зростання на 6,08 %). Зроблено висновок, що підсегмент поштового зв'язку знаходиться на стадії ЖЦГ – прискореного розвитку, підсегмент кур'єрської доставки на стадії ЖЦГ – сповільненого розвитку.

5. Виявлено, що у галузі транспорту, складського господарства, поштової та кур'єрської діяльності за період 2019-2021 рр. кількість суб'єктів господарювання знизилась на 36,73 %, що зумовлено складною економічною ситуацією в галузі та тенденціями подальшої консолідації в її сегментах. У 2021 р. найбільша частка в обсязі реалізованої продукції припадає на великі підприємства (58,2 %); їх частка в структурі підприємств галузі є найменшою (0,2 %); 63,1 % підприємств від загальної кількості отримали прибуток з фінансовим результатом 9814,8 млн.грн.



РОЗДІЛ 2. ВИЗНАЧЕННЯ ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО ЕКСПОРТУ ПОСЛУГ ПОШТОВОЇ ТА КУР'ЄРСЬКОЇ СЛУЖБИ.

2.1 Оцінка конкурентоспроможності України на міжнародному ринку послуг поштової та кур'єрської служби.

Для оцінки конкурентоспроможності України на міжнародному ринку послуг поштової та кур'єрської служби можна виділити декілька факторів для порівняння, які включають: Інфраструктуру; Швидкість та надійність; Якість послуг;

Наявність сучасних поштових терміналів, транспортних засобів та інших ресурсів визначає якість та ефективність поштової та кур'єрської служби в Україні. Ці фактори мають великий вплив на конкурентоспроможність країни на міжнародному ринку послуг.

Одним з ключових елементів є наявність сучасних поштових терміналів. Це спеціалізовані приміщення, обладнані передовими технологіями для сортування, обробки та розподілу відправлень. Сучасні поштові термінали дозволяють автоматизувати процеси, зменшити час обробки посилок, підвищити точність та забезпечити їх безпеку. Це сприяє покращенню швидкості та якості доставки, що є важливим фактором у конкурентній боротьбі на міжнародному ринку.

Якість поштових терміналів в Україні може варіюватись в залежності від конкретного поштового оператора та його інвестицій в модернізацію та утримання інфраструктури.

У деяких великих містах України встановлені сучасні поштові термінали з автоматизованими системами сортування та обробки посилок, що сприяє швидкій та ефективній доставці. Такі термінали можуть мати різноманітні функціональні можливості, такі як автоматичне відкриття відділення для видачі посилок, можливість відстеження статусу відправлення, електронні сповіщення про доставку тощо.

Таблиця 2.1.

Кількість поштоматів та поштових терміналів в 2021 році в Україні та країнах ЄС

Країна	Кількість поштових терміналів	Кількість поштоматів
Польща	10.000	4.000 - 5.000
Німеччина	13.500	7.000 - 8.000
Нідерланди	2.600	1.000 - 1.500
Італія	2.800	3.000 - 4.000
Бельгія	3.000	1.500 - 2.000
Швеція	3.200	1.500 - 2.000
Іспанія	4.000	4.000 - 5.000
Україна	4.500	2.000 - 2.500
Австрія	5.000	1.000 - 1.500
Франція	9.000	8.000

Джерело: [2; 3]

Якість поштових терміналів в Україні може варіюватись в залежності від конкретного поштового оператора та його інвестицій в модернізацію та утримання інфраструктури.

У деяких великих містах України встановлені сучасні поштові термінали з автоматизованими системами сортування та обробки посилок, що сприяє швидкій та ефективній доставці. Такі термінали можуть мати різноманітні функціональні можливості, такі як автоматичне відкриття відділення для видачі посилок, можливість відстеження статусу відправлення, електронні сповіщення про доставку тощо.

Однак, в сільській місцевості та менших населених пунктах менш сучасні та обмежені за можливостями поштові термінали. Вони можуть мати більш просту структуру та менші можливості для автоматизації процесів сортування та доставки.

Швидкість доставки є ключовим фактором, який визначає конкурентну спроможність поштових операторів. Швидкість доставки послуг поштової та кур'єрської служби в Україні може варіюватися в залежності від різних факторів, таких як вид послуги, відстань, час року та інші. Оперативність

доставки також може залежати від конкретних поштових та кур'єрських служб, з якими ви працюєте.

У порівнянні з країнами Європи, швидкість доставки в Україні може бути трохи меншою. У деяких країнах Європи, таких як Нідерланди, Німеччина чи Швеція, існує добре розвинена система поштових та кур'єрських служб, які забезпечують швидку та надійну доставку.

Національний опертор України "Укрпошта" пропонує різні види послуг з різними строками доставки. Наприклад, для внутрішньої доставки в межах України, "Укрпошта" пропонує стандартну послугу "Від дверей до дверей", для якої нормативний строк доставки становить від 1 до 5 робочих днів в залежності від регіону. У країнах Європи нормативи швидкості доставки можуть бути різними від країни до країни та від компанії до компанії. Наприклад, в деяких країнах Європи, таких як Німеччина, Нідерланди або Велика Британія, кур'єрські компанії можуть пропонувати експрес-доставку в той же день або наступного дня для внутрішніх пересилок. Україна також має кілька національних та приватних поштових та кур'єрських служб, які пропонують швидку доставку.

Для уявлення про різницю в термінах доставки, було порівняно середні значення для внутрішніх та міжнародних відправлень в деяких країнах Європи:

Таблиця 2.2.

Порівняння термінів доставки в різних країнах Європи

Країна	Внутрішні відправлення	Міжнародні відправлення
Німеччина	1-2 робочих дні	3-10 робочих днів
Франція	1-3 робочих дні	3-10 робочих днів
Велика Британія	1-2 робочих дні	3-10 робочих днів
Іспанія	1-3 робочих дні	3-10 робочих днів
Італія	2-4 робочих дні	4-15 робочих днів

Джерело: [2; 3]

Також варто враховувати, що у цих країнах існують пріоритетні послуги експрес-доставки, які можуть забезпечувати швидші терміни доставки за додаткову плату.

Україна:

Внутрішні відправлення (в межах України):

- Стандартна поштова послуга: Звичайно, від 2 до 5 робочих днів.
- Кур'єрська доставка: Залежить від конкретної кур'єрської служби та обраного сервісу. Зазвичай від 1 до 3 робочих днів.

Міжнародні відправлення (з України в інші країни):

- Стандартна поштова послуга: Залежить від країни-отримувача та обраних послуг. Звичайно, від 5 до 20 робочих днів.
- Кур'єрська доставка: Залежить від конкретної кур'єрської служби та обраного сервісу. Зазвичай від 1 до 7 робочих днів.

Українські логістичні поштові та кур'єрські компанії наразі не працюють на європейському ринку. Замість цього, поширеною є практика укладання угод про співпрацю з європейськими операторами, в рамках яких кожна сторона надає поштові послуги на території своєї країни. Наприклад, "Нова пошта" уклала угоду з DPDgroup для доставки посилок в країни Європи, "Укрпошта" має партнерство з DHL International та уклала низку угод з поштовими службами країн ЄС, таких як Литва, Латвія, Німеччина, Чехія, Польща, Греція та інші, з метою спрощення міжнародного обміну поштовими відправленнями.

Укрпошта співпрацює з численними країнами та поштовими операторами по всьому світу для надання міжнародних послуг доставки. Це охоплює багато країн Європи, Азії, Америки, Африки та інших регіонів.

Мережа відділень та пунктів обслуговування "Укрпошти" у різних країнах може включати поштові відділення, відділення кур'єрської доставки, партнерські пункти обслуговування та інші формати. Вони можуть бути

розташовані у великих містах, туристичних центрах або стратегічних локаціях для зручності користувачів

Кібербезпека в поштових службах та кур'єрських послугах України є важливим аспектом, оскільки ці сектори стикаються з різними загрозами в сфері кібербезпеки. Постачальники поштових та кур'єрських послуг можуть бути піддані хакерським атакам, фішингу, розповсюдженню шкідливого програмного забезпечення та іншим видам кіберзлочинності. Ці загрози можуть призвести до порушення безпеки даних, фінансових втрат, пошкодження репутації компаній та втрати довіри споживачів. Для захисту від цих загроз поштові служби та кур'єрські компанії повинні приділяти належну увагу заходам кібербезпеки, таким як впровадження сучасних систем захисту, шифрування даних, регулярне оновлення програмного забезпечення, моніторинг мережевої активності та навчання співробітників щодо кібербезпеки. Також важлива співпраця зі спеціалізованими кібербезпечними організаціями та урядовими органами для обміну інформацією та реагування на потенційні загрози..

Щодо доступних послуг для міжнародних відправлень, "Укрпошта" надає різноманітні опції, включаючи міжнародну листову та посилкову доставку, послуги експрес-доставки, міжнародні тарифи, страхування відправлень та багато іншого.

У 2022 році загальний обсяг реалізованих послуг у секторі поштових та кур'єрських послуг, включаючи діяльність національної пошти та іншу поштову та кур'єрську діяльність, склав 9,0 млрд грн. Додана вартість, створена суб'єктами господарювання у цьому секторі, становила 5,7 млрд грн. За період з 2013 року кількість суб'єктів господарювання у секторі зросла на 1,6 тис. одиниць або 50,4%, до 5,2 тис. одиниць за підсумками 2022 року. З цих суб'єктів, 55,7% є фізичними особами-підприємцями (ФОПами). За даними Державної служби статистики України (ДССУ), кількість зайнятих

працівників у суб'єктів господарювання в цьому секторі становила 244,5 тис. осіб за підсумками 2022 року.

Вітчизняний сектор поштових та кур'єрських послуг вважає Європейський Союз (ЄС) важливим зовнішнім ринком. У 2021 році близько 50% експорту послуг цього сектору було спрямовано до країн. Водночас, внесок вітчизняних поштових та кур'єрських послуг у загальний імпорт таких послуг до ЄС був незначним, у середньому становив 0,23% у 2016-2018 роках (0,36% у 2013-2015 роках).

Після значного зниження протягом кризових років 2014-2015, експорт поштових та кур'єрських послуг до ЄС показував високі середньорічні темпи зростання, а саме 16,2% на рік протягом 2017-2021 років. Внаслідок цього, експорт сектору до ЄС у 2022 році повністю відновився і склав 26,7 млн доларів США, що на 2,2% більше, ніж у 2013 році. У той же час, імпорт поштових та кур'єрських послуг з ЄС до України за підсумками 2022 року склав 9,2 млн доларів США, що на 8,1% менше, ніж у 2013 році.

У 2022 році загальний обсяг експорту вітчизняних послуг поштової та кур'єрської діяльності до всього світу склав 53,5 млн доларів США, що на 20% перевищує показник 2013 року. Сектор поштової та кур'єрської діяльності в Україні має оцінений рівень експортної орієнтованості приблизно 11%.

Для оцінки торговельних режимів країн ЄС у секторі Поштових та кур'єрських послуг було використано Індекс обмежень торгівлі послугами (Services Trade Restrictiveness Index або STRI) Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР/OECD). Цей індекс є інструментом щорічного моніторингу ОЕСР основних регуляторних змін, що впливають на торгівлю у різних секторах послуг.

У 2020 році значення STRI для сектору Поштових та кур'єрських послуг у 23 країнах-членах ЄС коливалося від 0,11 до 0,27. Цей індекс показує загальний рівень обмежень торговельних режимів у країнах ЄС,

незалежно від країни-імпортера послуг. Франція, Нідерланди, Чехія, Португалія та Німеччина виявилися серед п'яти економік з найкращими регуляторними показниками у секторі Поштових та кур'єрських послуг. З іншого боку, 10 з 23 країн мали показники STRI для цього сектору, які перевищували середнє значення для країн-членів ЄС.

Найбільш обмежувальне регуляторне середовище у секторі Поштових та кур'єрських послуг спостерігається в Бельгії, Польщі та Греції. Порівняно з 2014 роком, найбільший прогрес у відношенні лібералізації регуляторного режиму був зафіксований в Греції, Швеції та Естонії. У той же час, в Угорщині та Польщі умови торгівлі, навпаки, погіршилися.

У дев'яти країнах рівень регуляторних обмежень у секторі Поштових та кур'єрських послуг залишився незмінним порівняно з 2014 роком, а для деяких країн став більш обмежувальним.

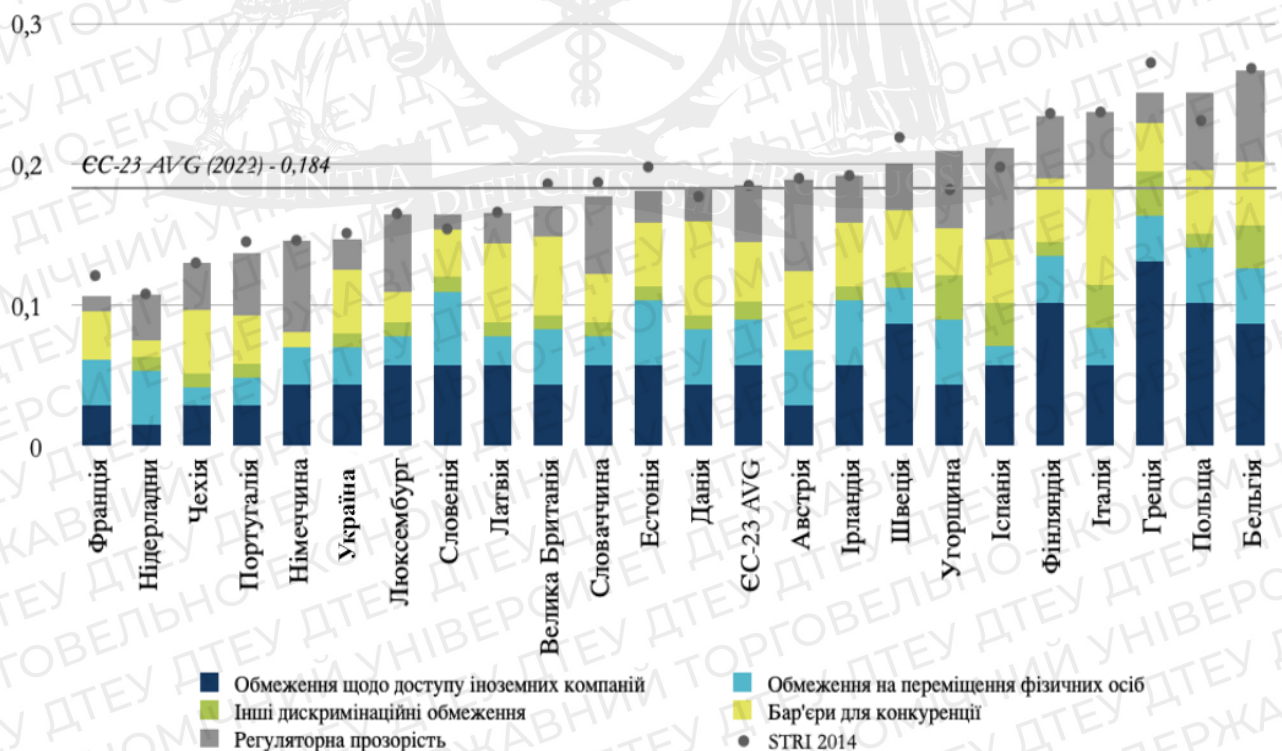


Рис 2.1. STRI у секторі Поштових та кур'єрських послуг для країн-членів ЄС, 2022

За розподілом за регуляторними блоками, близько третини (31%) загальних регуляторних обмежень у секторі Поштових та кур'єрських послуг в середньому для 23 країн ЄС становлять обмеження щодо доступу іноземних компаній. Ці обмеження включають, наприклад, обмеження розміру часток, які можуть придбати іноземні інвестори у державних компаніях. Бар'єри для конкуренції і регуляторна прозорість формують 23% і 21% відповідно. Щодо бар'єрів для конкуренції, більшість країн мають законодавство, яке передбачає, що офіційний поштовий оператор надає універсальні послуги, що може надати йому перевагу на ринку. Обмеження на переміщення фізичних осіб складають 17% загальних обмежень. Інші дискримінаційні обмеження вносять найменший внесок у середнє значення індексу, їх лише 7%.

Вказаний індекс STRI (Services Trade Restrictiveness Index) має шкалу від 0 до 1, де 1 означає найбільш обмежувальний режим. ОЕСР використовує класифікацію ISIC v4 (Міжнародна стандартна галузева класифікація всіх видів економічної діяльності ООН) для визначення сектору, пов'язаного з поштовою та кур'єрською діяльністю, з кодом 53.

Обмеження щодо доступу іноземних компаній у секторі Поштових та кур'єрських послуг є найбільш обтяжливими у Греції, Фінляндії та Польщі, тоді як бар'єри для конкуренції найвищі в Данії та Італії. Деякі приклади, які спричинили обтяження регуляторного середовища у секторі Поштових та кур'єрських послуг, включають розширення сфери перевірки іноземних інвестицій в Іспанії та введення тимчасових квот для іноземних постачальників послуг у Польщі.

Послуги з автомобільних перевезень пошти та малогабаритних вантажів надають понад 20 великих українських компаній (наприклад, національний оператор УДППЗ “Укрпошта”, ТОВ “Нова пошта”, національний поштово-логістичний оператор ТзОВ “Міст Експрес” “Нічний експрес”), ряд невеликих вітчизняних компаній та транснаціональні

перевізники, такі як DHL, UPS, TNT Express, SkyNet Worldwide Express, FedEx. Тільки підприємств кур'єрської служби доставки є 13439 підприємств на теренах України (січень 2015 р.). “Старожилами” сегменту вважаються УДППЗ “Укрпошта”, ТОВ “Автолюкс” (1988 р.), “Гюнсел” (1988 р.). У галузі авіап перевезень присутні “DHL Express”, “FedEx”, “TNT Express”, “UPS” (володіють власними авіалініями/ співпрацюють з авіап перевізниками); авіакомпанія МАУ.

Позиціонування послуг з експрес-доставки вантажів здійснюється за такими основними логістичними і маркетинговими ознаками:

- рівнем обробки вантажів (маніпулювання, консолідація (Європа, СНД, Азія, Україна, інші напрями), розукрупнення, упакування, сортування, маркування, кодування, зберігання на складі (на стелажах, у холодильних камерах, сховищах тощо), зберігання вантажу (технологічного простою-пересадки) в циклі доставки, страхування, митне обслуговування, доставка вантажу, інші процеси обробки вантажу);
- організацією доставки вантажу (кур'єрська доставка (стандартна експрес-доставка); під замовлення; “двері – двері”; “двері – склад”; “склад – двері”; “склад – склад” (на яку припадає до 70 % серед систем організації доставки вантажу) тощо);
- географічною ознакою (міжнародні (експорт; імпорт; комбіновані) та внутрішні (національна та регіональна доставка);
- часовим параметром доставки: у той самий день; до певного часу; до певного дня;
- категорією вантажів (документи і посилки (вагою до 30 кг); вантажі (30 кг – 1 тонна); експрес-перевезення вантажів (5 грам – 5 тонн); шини і диски, температурні, спеціалізовані, небезпечні (ADR) та безпечні для перевезення (не ADR) вантажі тощо). Інколи виділяють таку структуризацію

вантажів: дрібні, пакетні, коробкові відправлення, палетні та частино-машинні партії вантажу [5]);

- вагою вантажу (до 30 кг; 30 кг – одна тонна; одна – 5 тонн);
- тарифом на перевезення залежно від виду доставки та розміру вантажу (відділення – відділення (15–550 грн.); відділення – адреса (35–90 грн.); адреса-адреса (50–100 грн.); застосування індивідуалізованого тарифу для спеціалізованої категорії вантажів) (станом на січень 2015 р.);

та допоміжними ознаками:

- наданням додаткових послуг (переадресація вантажу (місця призначення або одержувача));
- рівнем інформаційного забезпечення (від SMS-повідомлення про прибуття вантажу до єдиної логістичної інформаційної системи та узгодженого програмного забезпечення процесів організації та управління вантажопотоком, в т.ч. відстеження вантажів (моніторинг вантажів, відстеження вантажів за власним реєстраційним кодом, електронні способи відстеження вантажів та ін.).

Найгострішою є конкуренція між ТОВ “Нова пошта” та УДППЗ “Укрпошта”, що є домінуючим оператором поштового зв’язку в сегменті надання універсальних послуг (90–95 %). Зокрема, ТОВ “Нова пошта” пропонує широку пропозицію послуг, вищі логістичні та маркетингові стандарти обслуговування споживачів, зокрема швидкі терміни доставки, однак поступається УДППЗ “Укрпошта” за показником доступності послуг, ідентифікованою кількістю регіональних відділень та вищими тарифами. УДППЗ “Укрпошта” суттєво поступається ТОВ “Нова пошта” за показниками менеджменту якості поштового зв’язку, в т.ч. тривалими термінами доставки вантажів. У останні роки УДППЗ “Укрпошта” втрачає свої позиції в сегменті пересилання листів і посилок, який стає ключовим чинником розвитку в секторі електронної торгівлі.

У галузі авіап перевезень позиціонування послуг здійснюється за ознакою превалювання перевезення пасажирських перевезень; вантажні перевезення як супутня діяльність; спеціалізовані вантажні перевезення; інтегратори (експрес-доставка пошти і вантажу). Спостерігається загострення конкуренції в авіасекторі між інтеграторами та об'єднаннями авіа-, автоперевізників, транспортно-експедиційних компаній.

Узагальнено структура послуги доставки експрес-вантажів така (на основі експертної оцінки менеджерів сектору "СЕР"):

- приймання та оформлення замовлення; отримання оплати за послугу – 10 %;
- складська логістика – 15 %;
- передпоштова підготовка відправлення вантажу (упакування, маркування, комплектація тощо) – 20 %;
- організування доставки вантажу та його відстеження – 55 %;
- оформлення повернень та переадресації вантажів – 2 %.

Роботи з повернення чи переадресації вантажу хоч і задекларовані у структурі асортименту експрес-вантажів, однак на практиці повернення вантажів здійснюється поодиноким за рахунок відправника/ отримувача вантажу, переадресація в процесі доставки вантажу не практикується або здійснюється за окрему плату.

Слід зауважити, що сумісна пропозиція послуг різнопрофільними операторами ринку (поштових, кур'єрських, логістичних, транспортно-експедиційних, глобальні логістичні мережі та їх партнери), особливості послуг у цьому сегменті (наприклад, в галузі поштового зв'язку вона пов'язана з інтеграцією послуг зв'язку та транспорту), розвиток аутсорсингу в цьому секторі тощо призвели до взаємного проникнення пропозиції різнопрофільних операторів, відсутності однорідності профілю та характеристик послуг, слабо вираженого позиціонування послуг кожним з діючих операторів на логістичному ринку.

Потенційні конкуренти, до яких належать:

- підприємства, розвиток бізнесу яких приведе до виходу у сегмент експрес-доставки вантажів. Гострий рівень конкуренції, який спостерігається в сегменті транспортно-експедиційних послуг внаслідок великої кількості компаній, що працюють в сфері організації вантажоперевезень (“Транс-Сервіс-1” (частка ринку $\geq 35\%$), “Транс-Пелле”, “ЛАА-Транс”, “Захід-Вест-Транс” та ін., може змусити/сприяти (за відповідних економічних умов) ці підприємства обслуговувати суміжні сегменти споживачів та задовольняти їх зростаючі потреби у експрес-перевезеннях на існуючих територіальних ринках, виходити на нові регіональні ринки та посилювати локальну конкуренцію в секторі експрес-перевезень. Тобто розвивати свою стратегію і завойовувати сегмент експрес-поставок вантажів на існуючих та потенційних ринках;
- клієнти або постачальники, які можуть здійснити інтеграцію “вперед” або “назад”. Наприклад, це стосується підприємств, які орієнтуються під час продажу товарів чи закупівлі комплектуючих винятково на експрес-доставку вантажів;
- прихід на ринок світових логістичних операторів з метою досягнення значного синергетичного ефекту.

Незначні бар’єри входу в сегмент СЕР відносно інших сегментів логістичного ринку, в т.ч. пов’язані із необхідністю отримання транспортної та поштової ліцензії (хоча з 2010 р. поштові перевезення вже не ліцензуються), відносно незначні інвестиції в бізнес (до прикладу, у сегментах професійних складських послуг є значна потреба у капіталі; контрактної логістики – дуже значні капіталовкладення, пов’язані з фінансуванням транспортних та складських потужностей), найбільша додана вартість при такій організації бізнесу тощо сприяють активному розвитку в останні чотири роки цього сегменту в Україні. Слід зауважити, що прихильність тих, хто користується послугами експрес-доставки вантажів, до

певних марок, ініційована в т.ч. активними маркетинговими засобами (ціновими знижками, пристосуванням асортименту запропонованих послуг до специфічних потреб клієнтів: часу, комплектності замовлення тощо, активним формуванням попиту на послуги з метою прибуткової реалізації уже запроваджених послуг), ефект досвіду функціонування існуючих підприємств у сегменті експрес-доставки вантажів та їх фінансова могутність сприяють збереженню бар'єрів входу у цей сегмент.

Окремо взяті логістичні оператори зіштовхуються також з ринковими та фінансовими бар'єрами, пов'язаними з дальністю перевезень, превалюванням, залежністю та похідним характером від споживчого попиту, розподілом культур та документацією (так звана формула 4 “Д”).

2.2. Обґрунтування перспективних напрямків розвитку зовнішньої торгівлі України послугами поштової та кур'єрської служби.

Загострення економічної ситуації в країні змусило операторів адаптовувати власні стратегії розвитку в сегменті. Так, в умовах стрімкого розвитку (незважаючи на кризу 2008 р.) стратегія виходу на нові регіональні ринки, завоювання міст-мільйонників чи територій з великим потенціалом попиту на експрес-доставку вантажів, а у сфері логістики – впровадження концепцій менеджменту якості та логістичного менеджменту, розширення асортименту логістичних послуг, зростання чисельності власного автомобільного парку, складських площ тощо нівелюється. У 2014–2015 рр. активізуються стратегії укріплення зайнятих позицій, а в логістиці застосовуються стратегії мінімізації логістичних витрат (завдяки оптимізації операційних логістичних витрат за окремими логістичними функціями та стратегії аутсорсингу (оптимізуючи дислокацію виробничих потужностей і об'єктів логістичної інфраструктури, зосереджуючись на ключових областях та компетенціях, наймаючи транспорт для консолідації вантажопотоків).

Оператори сегменту використовують різні *бізнес-стратегії*. Наприклад, ТОВ “Нова пошта” та “Ін-Тайм” працюють на засадах франчайзингу, інші зосереджуються на співпраці з операторами електронної торгівлі. Тенденції, які склались у сегменті “СЕР” щодо структури замовників: превалювання та розвитку обсягів відправлень вантажів у галузі поштової та кур’єрської діяльності (див.табл.8) для потреб організацій-споживачів (“B2B-” і більшою мірою “B2C-” над “C2C- відправленнями”) – змушують операторів сегменту “СЕР” переходити на обслуговування суміжних підсегментів (поряд з існуючими), зокрема “B2C” та укріплювати свої стратегічні позиції на ринку кур’єрських поставок для потреб електронної торгівлі.

Очікується, що за умов стабілізації економічної ситуації оператори сегменту “СЕР” відновлять і розвиватимуть побудову регіональних мереж.

Послуги-субститути (замінники). Як послуги-замінники у сегменті СЕР можна розглядати діяльність операторів логістичного ринку різних рівнів, інсорсинг, неформальна організація доставки експрес-вантажів.

Споживачі. Активними користувачами послуг експрес-доставки вантажів є організації- споживачі і кінцеві споживачі (5,84 до 1)(див. табл.8); компанії електронної торгівлі; підприємства каталожної торгівлі, компанії прямих продажів.

Співвідношення попиту та пропозиції. Відомо, що попит на послуги з експрес-доставки вантажів для населення на території обслуговування споживачів одним пунктом приймання вантажів (на локальному рівні) залежить від чинників економічного середовища, щільності населення, яке мешкає на цій території, рівнів доходів домогосподарств, величини тарифів на послуги експрес-доставки, наявності пунктів приймання вантажу операторами-конкурентами на цій території, якості послуг експрес-доставки, що надаються.

Найголовнішими критеріями, які визначають поведінку організації-користувача послуг перевезення експрес-вантажів, є: швидкість та технології

доставки вантажів, якість та мобільність перевезень, цінова політика, номенклатура послуг, що надає підприємство, географія обслуговування, наявність спеціалізованого рухомого складу. Дослідження попиту на послуги експрес-доставки вантажів для організацій клієнтів свідчить також про те, що однією з головних вимог організацій-клієнтів до роботи операторів “СЕР” є своєчасність відправки та доставки вантажів. Пов’язано це з прагненням більшості вантажовласників до зменшення запасів як у сфері виробництва, так і в сфері обороту, оскільки їх затрати на утримання запасів становлять у деяких галузях 20 % і більше від вартості продукції. Відсутність гарантії своєчасної доставки чи відправки потрібного вантажу, можливість відмови чи неодноразового відкладення заявки на перевезення гальмують розвиток сегменту експрес-доставки вантажу.

Активність надавачів послуг експрес-доставки вантажів залежатиме і надалі від ділової активності, зростання цін на паливно-мастильні матеріали, коливання курсу національної валюти.

Широке коло надавачів послуг експрес-доставки стандартних вантажів із типовими умовами обслуговування вантажів, здатність до застосування аутсорсингу та можливість приходу у сегмент СЕР надавачів послуг з інших сегментів логістичного ринку за умов перевищення граничного доходу над граничними витратами дають змогу врівноважити попит та пропозицію послуг експрес-доставки стандартних вантажів у разі виникнення добових, сезонних чи річних коливань попиту в сегменті СЕР. Із зростанням складності та спеціальних вимог обробки експрес-вантажу ускладнюється процес узгодження попиту і пропозиції: як правило, попит зростає швидше за пропозицію.

Постачальники. Формування високої якості процесів логістичного обслуговування перевізниками в сегменті СЕР за принципами “від дверей до дверей” та “точно в термін” забезпечується також сукупністю об’єктів транспортної, складської, маніпуляційної, пакувальної, інформаційної та

фінансової інфраструктур, яка сприяє процесам обробки вантажопотоків (зокрема маркувальні засоби, пакувальне устаткування, зчитувальне обладнання та ін.), маніпуляцій з ним (наприклад, електронавантажувачі, візки, підйомники, роликові піддони, а також допоміжне устаткування: контейнери, палітри, місткості, містки та ін.), зберігання (стелажне та холодильне обладнання, напільні візки, транспортери, автоматизоване обладнання та ін.) та комплектуючих до них; наданню інформаційних, фінансових та інших послуг. Співпраця з постачальниками цих інфраструктурних об'єктів впливатиме на рівень рентабельності надання послуг та їх конкурентоспроможність. Слід зазначити, що на ринку автомобільної техніки, обладнання та запчастин до нього пропозиція перевищує попит, сформовані конкуренти відносини, тому посилення тиску з боку постачальників не спостерігається.

Ключові фактори успіху в секторі СЕР. На міжнародному рівні ключові фактори успіху сектору визначаються динамікою зростання міжнародної економіки і світової торгівлі, детермінантами розвитку яких стали вступ Китаю до ВТО (що надало імпульсу світовій торгівлі), розширення ЄС із введенням нових країн до трансєвропейських виробничих, торгових і транспортних мереж. Спостерігається також значний вплив в цьому секторі інших регіональних торговельних утворень, таких як НАФТА (1994 р.), МЕРКОСУР (1995 р.), АТЕС (1989 р.), АСЕАН (1967 р.), АФТА, метою створення яких було сприяння розвитку регіональної торгівлі. Зберігаються ризики, пов'язані із переглядом кредитного рейтингу США, борговою кризою в Європі, зниженням світових цін на нафту.

Основними ключовими факторами успіху в секторі СЕР в Україні вважають економічну ситуацію в країні, розвиток зовнішньоекономічної діяльності, внутрішньої торгівлі, а також електронної торгівлі.

Активізація логістичної діяльності для самого надавача послуг з експрес-доставки вантажів пов'язана із виникненням певних проблем [5–14].

Основною проблемою, як вже зазначали, є зростання кількості дрібних замовлень, яка для окремого пункту обслуговування клієнтів експрес-доставки в пунктах активації надання цієї послуги становить близько 1,5–3 тис. замовлень щоденно. Це призводить до необхідності впровадження автоматизованих систем обробки інформації не тільки в окремих функціональних галузях – транспортуванні чи складуванні, а й в усьому ланцюзі поставок експрес-вантажів з метою пришвидшення термінів доставки вантажів та полегшення обробки інформації, оскільки час є найважливішим параметром доставки експрес-замовлення. Параметр часу визначально впливає на такі показники та параметри логістичної системи, як потреба в робочому парку автомобілів, попит на перевезення експрес-вантажів, собівартість та фінансовий результат перевезень експрес-вантажів та ін. Окрім того, у пунктах обслуговування клієнтів з метою пришвидшення обслуговування запроваджуються спеціалізовані конвеєрні лінії, технології управління голосом тощо. Запровадження автоматизованих систем обробки інформації (залежно від її типу та потужності) пришвидшує обробку замовлення у близько 10–300 разів.

Подрібнені замовлення піддаються індивідуальному упакуванню, вимоги до яких зростають (наприклад, щодо виду картонного конверту та наявності самоклеючої відривної стрічки – для документів вагою не більше 1 кг та до індивідуалізованого упакування за бажанням клієнта з використанням спеціальної пакувальної плівки та інших пакувальних матеріалів – для нестандартних відправлень). Відповідно витрати на індивідуальне упакування зростають.

Проблема упакування тісно пов'язана із необхідністю застосування методів стандартизації у процесах пакування вантажів, особливо різних розмірів. Але стандартизація необхідна не тільки в окремих функціональних галузях, а й для всього логістичного циклу експрес-доставки: ОСУ пунктів приймання вантажів, уніфікації документообороту, стандартів

обслуговування клієнтів, асортименту послуг експрес-доставки, технологій доставки вантажів тощо. Це стосується таких методів стандартизації, як симпліфікації (наприклад, в упакуванні), яка ґрунтується на зменшенні кількості типів упакувань до такої, що є достатньою для задоволення потреби в упакуванні; метод уніфікації, який ґрунтується на об'єднанні декількох документів в один, який використовуватиметься для регламентації можливостей взаємозаміни елементів та дасть змогу розташовувати вантажі за класами, підкласами та розрядами, а також розміщувати вантажі на складі чи пункті приймання в визначеному порядку та послідовності з метою одержання чіткої системи, зручної для користування персоналом.

Прикладами застосування стандартизації можуть стати розроблення типових технологічних процесів експрес-доставки (метод типізації), розроблення базових документів щодо технологічної документації на перевезення вантажів (метод специфікації), метод агрегування, який застосовується для консолідації вантажів чи створення підйомно-транспортного обладнання, облаштованого вагами типу «Рохла» та ін.

З огляду на терміновість ускладнюється процес консолідації типових, а особливо нестандартних експрес-вантажів. До уваги беруться такі показники, як умови транспортування, зберігання, вид товару, температурний режим, вологість тощо.

Актуальними залишаються проблеми перетворення вузькофункціональних (вузькоспеціалізованих) посередників, що займаються окремо транспортуванням, експедируванням, вантажопереробкою, митним оформленням, складуванням тощо на операторів, які надають укрупнені логістичні рішення; мобільності та недостатньої швидкості проходження експрес-потоків (через невисоку рейсову швидкість і простої до 40 % часу в дорозі); низького рівня інтеграції інформаційних і програмно-обчислювальних комплексів; низького рівня координації між надавачами та отримувачами послуг експрес-доставки у процесі організації

мультимодальних перевезень вантажів та зосередження на концепції управління від єдиного технологічного процесу й штрафів за простої до планування перевезення на принципах єдиного вікна і єдиної тарифної ставки, низької кваліфікації персоналу тощо.

Проблемні питання залишаються у площині трансформації регіону базування та обслуговування споживачів послуг експрес-доставки в регіонах найбільшої активності бізнесу. Якщо до 2012 року найпривабливіші регіони обслуговування містилися у Донецькій, Дніпропетровській, Київській, Харківській, Одеській областях та м. Києві (про що свідчать результати оптового товарообороту та обороту роздрібної торгівлі, роздрібний товарооборот підприємств за регіонами) (див. табл.13), то у 2014 році внаслідок військових дій на Сході України бізнес в сегменті експрес-доставки східного регіону перемістився більшою мірою у м. Київ та Київську область.

Пандемія COVID-19 суттєво підвищила популярність онлайн-продажів, оскільки багато фізичних магазинів тимчасово закрилися, а споживчі витрати переключилися з послуг на товари. У 2020 році понад 2 мільярди людей здійснювали покупки в Інтернеті. Частка користувачів Інтернету, що здійснюють покупки онлайн, зросла з 53% в 2019 році до 60% після початку пандемії. На сьогоднішній день найбільш перспективним напрямом розвитку зовнішньої торгівлі України послугами поштової та кур'єрської служби є розвиток електронної комерції. Сучасні системи онлайн-торгівлі забезпечують клієнтам зручність та доступність при пошуку та придбанні товарів без виходу з дому чи офісу.

Статистика для семи країн, які разом становлять половину світового ВВП (включаючи Сполучені Штати та Китай), свідчить про значний ріст роздрібних онлайн-продажів. У 2020 році цей обсяг підвищився з 2 трлн доларів США до майже 2,5 трлн доларів США, а в 2021 році досяг 2,9 трлн

доларів США. Китай займає більш як половину цього обсягу, а США – ще 30%.

У 2019 році продажі 13 провідних компаній електронної комерції для споживачів склали 2,4 трлн доларів США. У 2020 році цей показник стрімко зріс до 2,9 трлн доларів США, а в 2021 році збільшився ще на третину, досягнувши загальний обсяг продажів у розмірі 3,9 трлн доларів США. Глобальний ринок електронної комерції у 2022 році перевищив 5 трлн доларів США. За два роки лише 17,8% продажів становили онлайн-покупки, але за оцінками експертів, ця цифра досягне 24,5% у 2025 році.

Україна, відповідно до досліджень, у 2021 році займала 65-е місце за обсягом ринку електронної комерції з доходами в розмірі 1,1 млрд доларів США (загальний обсяг ринку понад 4 млрд доларів США, що становить 2,6% ВВП країни). Ринок електронної комерції в Україні зріс на 27% у 2021 році, що перевищує світовий темп зростання в 15%. Раніше передбачалося, що до 2025 року роздрібні онлайн-продажі в Україні досягнуть 7 млрд доларів з річним темпом зростання 18,76%. Це є найвищим показником серед країн Центральної та Східної Європи.

На розвиток електронної комерції в Україні впливають об'єктивні фактори, зокрема низький рівень проникнення Інтернету, який становить 65% (на початку 2022 року – 71,8%), та тільки 44% інтернет-користувачів здійснюють покупки онлайн. Враховуючи також війну, що має негативний вплив на українську економіку, електронна комерція в Україні зазнала значного зниження доходів під час березня та квітня 2022 року, коли обсяги продажів зменшилися на 87%.

Український ринок електронної комерції проявив стійкість і здатність до адаптації під умови воєнного часу, а також почав показувати ознаки відновлення. За оцінками, у травні обсяги продажів почали наближатися до 80% в порівнянні з довоєнними показниками, а у червні-липні вже досягли 90%.

Також слід зазначити, що український уряд виявляє активну підтримку розвитку електронної комерції та зовнішньої торгівлі. Шляхом спрощення митних процедур, стимулювання експорту та сприяння розвитку міжнародних бізнес-зв'язків, уряд створює сприятливе середовище для здійснення зовнішньої торгівлі через електронну комерцію. Ці ініціативи сприяють покращенню умов для підприємств, що займаються електронною комерцією, та стимулюють подальший ріст та розвиток цього сектору.

Україна, як активний учасник світової торгівлі, також звертає значну увагу на впровадження технологічних інновацій, спрямованих на поліпшення якості та ефективності послуг у цій галузі. Автоматизація та управління є одними з ключових факторів, що впливають на розвиток галузі поштової та кур'єрської доставки в Україні. Застосування автоматизованих систем та програмного забезпечення дозволяє вирішувати різноманітні завдання, пов'язані з прийомом, сортуванням та відправленням вантажів. Це сприяє оптимізації процесів, зменшенню часу обробки замовлень і підвищенню точності доставки.

Ще одним важливим напрямком розвитку є використання штучного інтелекту (ШІ) в галузі поштової та кур'єрської доставки. ШІ дозволяє аналізувати великі обсяги даних, прогнозувати попит на послуги доставки та оптимізувати маршрути. Застосування ШІ допомагає знизити витрати на доставку, збільшити швидкість та покращити якість послуг. Наприклад, системи з штучним інтелектом можуть аналізувати дані про трафік, погодні умови та інші фактори, що впливають на доставку, і робити оптимальні рішення для ефективного руху кур'єрів або вибору найкоротшого маршруту для автоматизованих транспортних засобів.

Додатково, впровадження доставки за допомогою дронів та роботів відкриває нові перспективи для галузі. Дрони та роботи можуть доставляти вантажі безпосередньо до дверей клієнтів, незалежно від важкодоступних або віддалених районів. Це дозволяє знизити час доставки та забезпечити високу

точність доставки. Наприклад, дрони можуть легко об'їжджати затори, не залежать від дорожніх умов і можуть доставляти вантажі швидко та ефективно.

Впровадження автоматизації, штучного інтелекту, дронів та роботів у галузі поштової та кур'єрської доставки не лише покращує ефективність і точність послуг, але й сприяє зміцненню позицій України на світовому ринку. Такі технологічні інновації допомагають забезпечити задоволення клієнтів швидкою та ефективною доставкою, що є важливим фактором конкурентоспроможності для підприємств у цій галузі.

2.3. Прогнозування обсягів зовнішньої торгівлі послугами поштової та кур'єрської служби у плановому періоді.

Загалом, рівень експорту послуг стрімко скорочується, що пов'язано з воєнними діями, за підсумками 2022 року експорт послуг по відношенню до 2021 року зменшився на 3 607,6 млн дол. і склав 9.2 млрд.дол. Транспортні послуги які складали 32,3% або 1 026 млн.дол від загального експорту скоротилися на 36,4% порівняно з 2021 роком. Загальний обсяг експорту поштових та кур'єрських послуг за 2022 рік склав 47 млн.дол від загального експорту послуг експорт поштових та кур'єрських складає лише 0.51%. Незважаючи на високі показники скорочення експорту не тільки поштових та кур'єрських послуг а й експорту послуг загалом, очікувані зміни інвестицій за активами у сфері поштової та кур'єрської діяльності за кількістю устаткування та за нематеріальними активами складають 40%, що є найвищим відсотком у порівнянні з іншими видами послуг в Україні. Оцінка майбутнього розвитку бізнес-ситуації підприємств сфери послуг поштової та кур'єрської діяльності виділяється високою оцінкою непередбачуваністю згідно звітів поданих компаніями, загалом 70% відсотків до загальної кількості опитаних підприємств, які подавали звіти у квітні 2023 року визначають ситуацію як важко передбачувану.

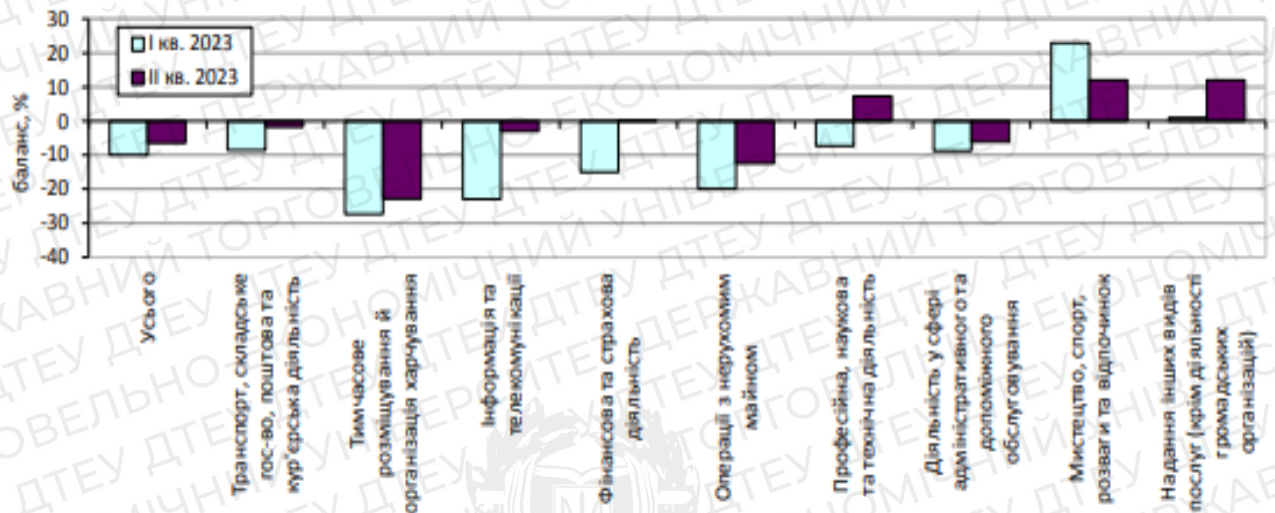


Рис. 2.2. Очікувані зміни попиту на послуги (обсягу реалізації послуг) підприємств сфери послуг

Загалом очікуваний попит на послуги зменшиться на 10%, на послуги поштової та кур'єрської служби також очікується зменшення експорту на 10%.

Загальний очікуваний ріст цін на послуги складає 20%, на послуги поштової та кур'єрської служби також очікується ріст цін на 20%.

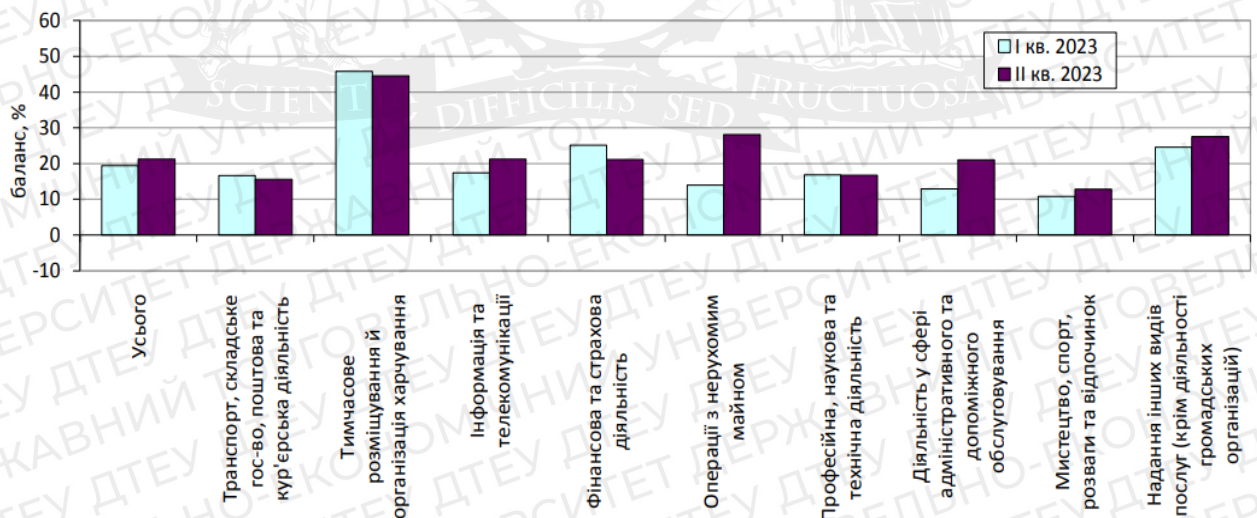


Рис. 2.3. Очікувані зміни попиту на послуги (обсягу реалізації послуг) підприємств сфери

Ситуація в галузі поштових та кур'єрських послуг є складною і непередбачуваною, що ставить підприємства цієї галузі перед важкими умовами. Зменшення експорту та низький прогноз попиту свідчать про

труднощі, з якими стикаються підприємства в залежності від воєнних дій та інших факторів. Для підприємств важливо бути гнучкими та готовими до змін, шукати нові можливості та стратегії для адаптації до змінного ринкового середовища. В сучасній ситуації підприємства постійно адаптуються та намагаються вижити. Незважаючи на важкі умови, ситуація може поступово змінюватись, тому компаніям важливо мати гнучкість, реагувати на зміни та швидко адаптуватись до нових умов. Стратегічне планування, інновації та зосередження на клієнтських потребах допоможуть підприємствам вижити та розвиватись у цих складних часах.

Висновки до розділу 2.

Дослідження якісних показників сегменту “СЕР” дало змогу виявити таке: послуги з перевезень пошти та малогабаритних вантажів надають понад 20 великих українських компаній (УДППЗ “Укрпошта”, ТОВ “Нова пошта”, ТзОВ “Міст Експрес”), ряд невеликих вітчизняних компаній та транснаціональні перевізники, такі як DHL, UPS, TNT Express, SkyNet Worldwide Express, FedEx.

- позиціонування послуг з експрес-доставки вантажів здійснюється за такими основними ознаками: рівнем обробки вантажів; організацією доставки вантажу; географічною ознакою; часовим параметром доставки; категорією вантажів; вагою вантажу; тарифом на перевезення залежно від виду доставки та розміру вантажу та ін. та допоміжними ознаками: наданням додаткових послуг; рівнем інформаційного забезпечення та ін.;
- сумісна пропозиція послуг різнопрофільними операторами, особливості послуг сегменту “СЕР”, розвиток аутсорсингу призвели до взаємного проникнення пропозиції, відсутності однорідності профілю послуг, слабо вираженого їх позиціонування;
- найгострішою є конкуренція між ТОВ “Нова пошта” та УДППЗ “Укрпошта”, що є домінуючим оператором поштового зв’язку в сегменті надання універсальних послуг (90 – 95 %). Зокрема ТОВ “Нова пошта”

пропонує широку пропозицію послуг, вищі стандарти обслуговування споживачів, однак поступається УДППЗ “Укрпошта” за показником доступності послуг та рівнем тарифів. УДППЗ “Укрпошта” суттєво поступається ТОВ “Нова пошта” за показниками менеджменту якості поштового зв’язку. УДППЗ “Укрпошта” втрачає свої позиції в сегменті пересилання листів і посилок, який стає ключовим чинником розвитку в секторі електронної торгівлі;

- стратегії виходу на нові регіональні ринки, завоювання міст-мільйонників чи територій з великим потенціалом попиту на експрес-доставку вантажів, а у сфері логістики – впровадження концепцій менеджменту якості та логістичного менеджменту, розширення асортименту логістичних послуг, зростання чисельності власного автомобільного парку, складських площ та ін. поступаються стратегіям укріплення зайнятих позицій, а в логістиці – стратегіям мінімізації логістичних витрат та аутсорсингу; активно розвивається підсегмент “B2C-відправлень”, що змушує укріплювати операторів свої стратегічні позиції на ринку кур’єрських поставок для потреб електронної торгівлі; очікується відновлення і розвиток регіональних мереж;

- послугами-замінниками у сегменті СЕР є діяльність операторів логістичного ринку різних рівнів, інсорсинг, неформальна організація доставки експрес-вантажів;

- користувачами послуг експрес-доставки є організації-споживачі і кінцеві споживачі сектор електронної торгівлі; підприємства каталожної торгівлі, компанії прямих продажів;

- виявлено, що в сегменті “СЕР” попит на послуги для населення залежить від чинників економічного середовища, щільності населення, яке мешкає на локальній території, рівнів доходів домогосподарств, величини тарифів на послуги експрес-доставки, наявності пунктів приймання вантажу операторами-конкурентами, якості послуг, що надаються; чинниками впливу

на поведінку організації-користувача є: швидкість та технології доставки вантажів, якість та мобільність перевезень, цінова політика, номенклатура послуг, що надає підприємство, географія обслуговування, наявність спеціалізованого рухомого складу, своєчасність відправки та доставки вантажів; активність надавачів послуг експрес-доставки вантажів залежатиме і надалі від ділової активності, зростання цін на паливно-мастильні матеріали, коливання курсу національної валюти;

- на міжнародному рівні ключові фактори успіху сектору визначаються динамікою зростання міжнародної економіки і світової торгівлі; регулювання в секторі та інституційного впливу регіональних утворень. Ризики пов'язуються із переглядом кредитного рейтингу США, борговою кризою в Європі, зниженням світових цін на нафту. Основними ключовими факторами успіху в секторі СЕР в Україні вважають економічну ситуацію в країні, розвиток зовнішньоекономічної діяльності, внутрішньої торгівлі, а також електронної торгівлі.

Надавачам експрес-доставки рекомендовано запроваджувати методи нецінової конкуренції, надалі поглиблювати спеціалізацію/диверсифікацію (залежно від умов розвитку) та застосовувати прогресивні форми обслуговування споживачів з врахуванням факторів комплексності постачання, обсягу надання додаткових послуг, прямих довготермінових зв'язків. Вдосконаленню роботи надавачів послуг експрес-доставки сприятимуть такі чинники: техніко-технологічні: оптимізація маршрутів перевезень вантажів, удосконалення систем оброблення та перевезення вантажів, механізація та автоматизація у сфері виробництва, застосування сучасних інфокомунікаційних технологій; організаційні: вдосконалення організаційних структур управління та перерозподіл функціональних обов'язків, покращення організації виробництва і праці; економічні: уніфікація та

стандартизація існуючих послуг на засадах структуризації показників якості послуг та кількісного визначення їх параметрів, встановлення нормативних рівнів якості пересилання вантажів, економічне стимулювання щодо забезпечення надання високоякісних послуг тощо.



ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Вітчизняні послуги поштової та кур'єрської служби грають важливу роль у міжнародній торгівлі, забезпечуючи ефективну доставку товарів та документів між різними країнами. Незважаючи на обмеження прямого доступу українських компаній до європейського ринку, вони успішно співпрацюють зі світовими операторами, що дозволяє забезпечувати міжнародну доставку посилок.

Конкурентоспроможність України на міжнародному ринку послуг поштової та кур'єрської служби є одним із ключових аспектів. Незважаючи на значний потенціал українських компаній, вони стикаються з рядом викликів, таких як недостатня інфраструктура, бюрократичні перешкоди та низька якість обслуговування. Для покращення конкурентоспроможності важливо вдосконалювати процеси, впроваджувати сучасні технології та підвищувати якість обслуговування. Українські компанії мають позитивний потенціал завдяки широкої мережі поштових операторів, яка охоплює всю країну. Партнерства зі світовими операторами дозволяють їм розширювати свій охоплюючий потенціал та покращувати якість послуг. Проте, важливо звернути увагу на недоліки, зокрема, недостатню автоматизацію процесів та недоліки в якості обслуговування, та працювати над їх вирішенням.

Україна має потенціал для активного розвитку в сфері послуг поштової та кур'єрської доставки. З ростом міжнародної торгівлі та електронної комерції, попит на такі послуги зростає, і Україна може використати цю можливість для розширення своїх експортних можливостей. Проте, конкуренція на міжнародному ринку є досить високою. Країни з розвиненою поштовою і кур'єрською інфраструктурою вже мають сильні позиції, і Україні потрібно підвищити свою конкурентоспроможність, щоб зайняти своє місце на цьому ринку.

Для цього важливо зосередитися на покращенні якості обслуговування та ефективності доставки. Компанії повинні інвестувати в інфраструктуру,

використовувати сучасні технології та впроваджувати інновації для поліпшення своїх послуг. Також важливо забезпечити регуляторну підтримку та сприятливі умови для розвитку галузі. Підтримка від держави також має велике значення. Уряд України повинен активно сприяти розвитку поштової та кур'єрської галузі шляхом надання фінансової та консультативної підтримки, спрощення митних процедур та ліцензування, а також створення сприятливого бізнес-клімату для компаній цієї галузі. Важливим чинником є також розвиток партнерських зв'язків зі світовими операторами послуг поштової та кур'єрської служби. Це дозволить українським компаніям отримати доступ до світового ринку та розширити свої послуги.

Напрацювання конкурентоспроможності українських компаній у сфері послуг поштової та кур'єрської доставки сприятиме їх успішному експорту на міжнародному ринку та підвищенню стану поштової та кур'єрської служби в країні. Застосування сучасних технологій, інновацій та підтримка від держави є ключовими факторами для досягнення успіху в цій галузі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Державна податкова служба України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://tax.gov.ua>.
2. Урядовий портал Єдиний веб-портал органів виконавчої влади України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Державна податкова служба України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://tax.gov.ua>. Найпопулярніші кур'єрські служби України [Електронний ресурс]. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://fractus.com.ua/uk/blog/korysni-statti/logistyka/najpopuljarnishi-kur-ierski-sluzhbi-ukraini/>; <https://kse.ua/wp-content/uploads/2021/11/Final-DCFTA-services-2021-11-11.pdf>;
4. The digital economy and digital postal activities – a global panorama [Електронний ресурс]. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: https://www.upu.int/UPU/media/upu/publications/Digital-economy-and-postal-digital-activities_EN.pdf.
5. Міністерство відновлення [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://mtu.gov.ua/timeline/Poshtoviy-zvyazok.html>.
6. Ukrposhta continues international postal operation [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://apex-insight.com/ukrposhta-continues-international-postal-operation/>.
7. Покупки за кордоном через інтернет: особливості доставки міжнародних посилок (Блог) [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://bigenergy.com.ua/statti/rzne/817-pokupki-za-kordonom-cherez-internet-osoblivosti-dostavki-mizhnarodnix-posilok-blog.html>.
8. Як працює Glovo під час війни [Електронний ресурс] // Dev.ua. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://dev.ua/news/glove-1651555018>. <https://www.usps.com>;

9. Офіційний сайт "Нова пошта" [Електронний ресурс]. – 2023. – Режим доступу до ресурсу:

<https://novaposhta.ua>. <https://stats.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=STRI>;

10. Аналіз торгівлі товарами між Україною та ЄС в рамках ПВЗВТ: поточний стан та перспективи для лібералізації [Електронний ресурс]. – 6. –

Режим доступу до ресурсу: <https://eu-ua.kmu.gov.ua/analitika/analiz-torgivli-tovaramy-mizh-ukrayinoyu-ta-yes-v-ramkah-pvzvvt-potochnyy-stand-ta>.

11. <https://eu-ua.kmu.gov.ua/analitika/analiz-torgivli-tovaramy-mizh-ukrayinoyu-ta-yes-v-ramkah-pvzvvt-potochnyy-stand-ta>;

12. Офіційний сайт світової організації торгівлі [Електронний ресурс]. – 2023. – Режим доступу до ресурсу:

<https://www.wto.org>. <https://nkrzi.gov.ua/index.php?r=site/index&pg=365&language=uk>;

13. Офіційний сайт ООН [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.un.org>. <https://www.ebrd.com/>;

14. Про затвердження Критеріїв визначення підприємств, установ і організацій, які мають важливе значення для національної економіки у галузях транспорту, поштового зв'язку, будівництва та енергоефективності в особливий період [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу:

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0721-23#Text>

15. . An official website of the United States government USAID

[Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу:

<https://www.usaid.gov/uk/ukraine>.

16. Kyiv School of Economics [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://kse.ua/ua/>.

17. Мовчан В. ПОГЛИБЛЕННЯ ВІДНОСИН МІЖ ЄС ТА УКРАЇНОЮ: ЩО, ЧОМУ І ЯК? ВИДАННЯ ДРУГЕ [Електронний ресурс] / В. Мовчан, М.

Еверсон. – 210. – Режим доступу до ресурсу:

<https://3dcftas.eu/ua/publications/deepening-eu-ukrainian-relations-what-why-and-how-2>.

18. "Кібербезпека у сфері поштових послуг" від компанії Fractus.

[Електронний ресурс]. – 2021. – Режим доступу до ресурсу:

<https://fractus.com.ua/uk/blog/korysni-statti/logistyka/kiberbezpeka-u-sferi-poshtovix-poslug/>.

19. "Кібербезпека в кур'єрських послугах" [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://kuryerposlugy.com.ua/kiberbezpeka-v-kurierskikh-poslugakh/>.



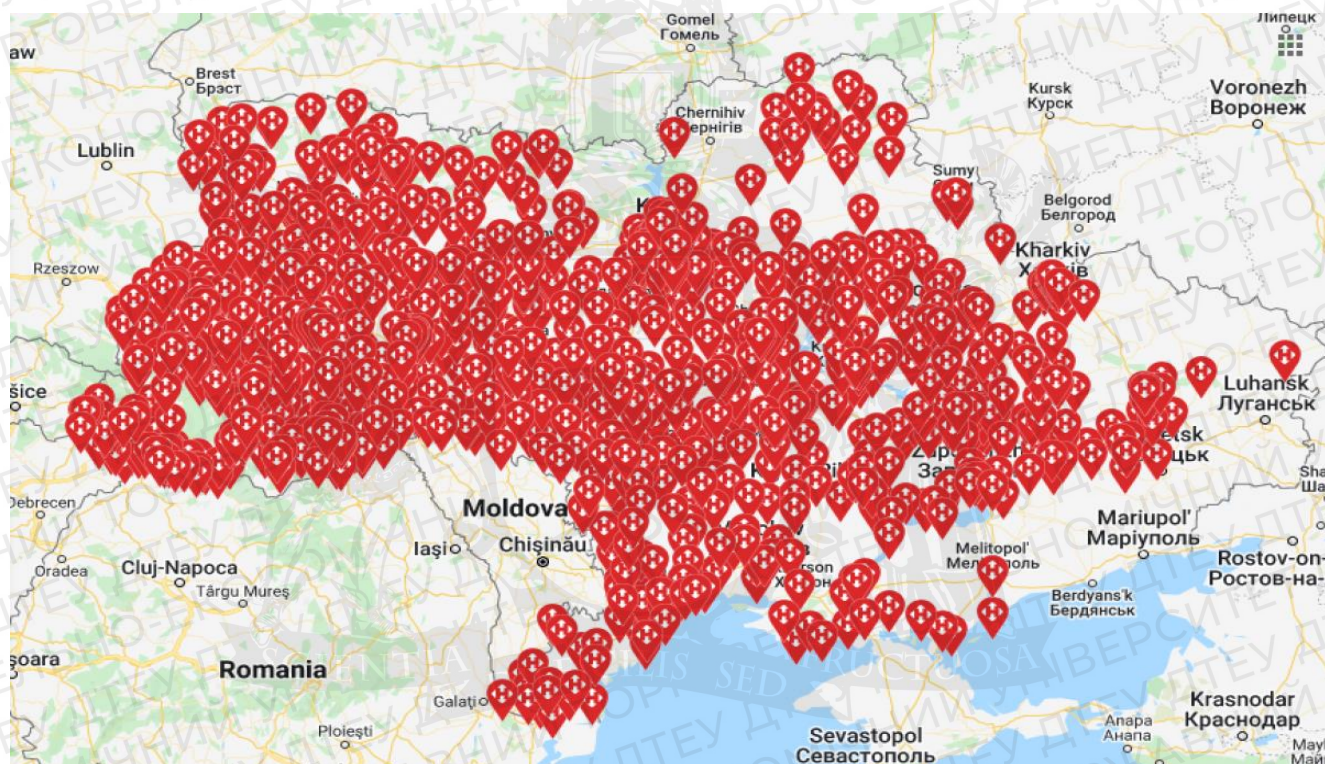
ДОДАТКИ

Додаток А



Рис 1.1 Карта доступних відділень «УкрПошта»

Додаток Б



ЯК ЗМІНИЛОСЬ ПОКРИТТЯ GLOVO ЗА ЧАС ВІЙНИ

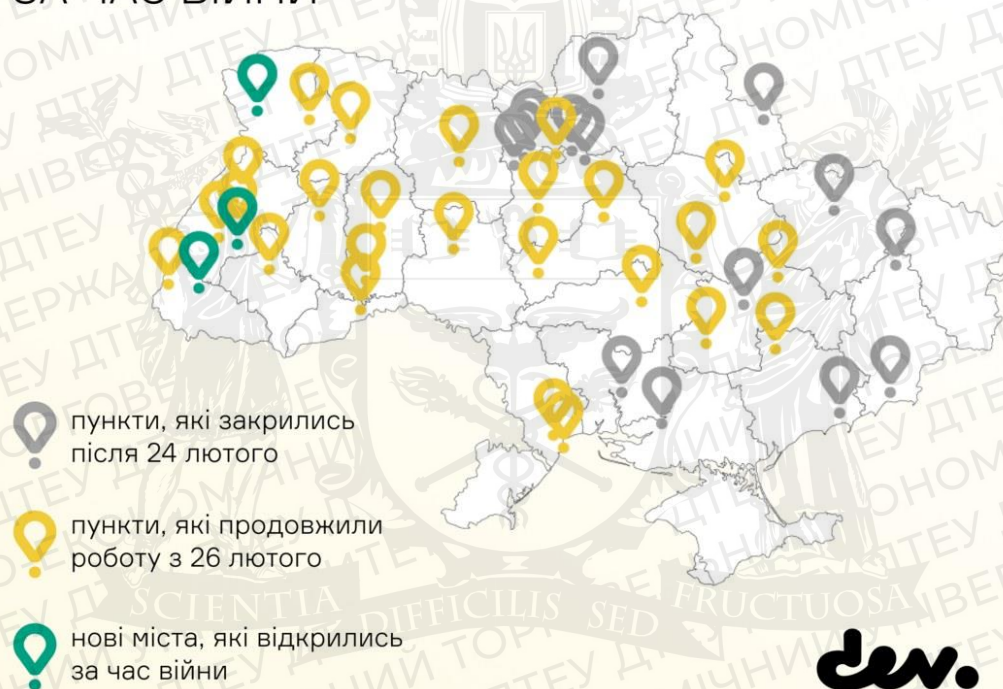


Рис 1.3 Карта покриття сервісу «Glovo»