

ПОШТОВА ЛОГІСТИКА: МЕНЕДЖМЕНТ І АДМІНІСТРУВАННЯ ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Досліджено сутність поштової логістики та кур'єрської доставки, здійснено сегментацію бізнесу поштової логістики за критерієм відправник-отримувач, а також проформатовано відправлення поштово-логістичних операторів, описано форми планування кількості надходження поштових відправлень і вантажів у загальну логістичну систему компанії – оператора поштового зв'язку – з метою побудови процесу прийняття рішень щодо операційної діяльності компанії.

Ключові слова: поштова логістика, кур'єрська доставка, С2С, С2В, В2С, В2В, поштове відправлення, вантаж, посилка, магістраль, адресне обслуговування, операційний департамент, форма планування кількості відправлень.

Постановка проблеми. Логістика – це наука про управління матеріальними й пов'язаними з ними інформаційними, сервісними та фінансовими потоками.

Основні функції логістики полягають у забезпеченні надходження потрібної продукції, потрібної якості, в потрібній кількості, в потрібне місце, у потрібний час, потрібному споживачеві за узгодженою ціною.

Виходячи з цього, логістика охоплює весь виробничий процес виготовлення, накопичення, розподілу, перевезення та реалізації продукції, починаючи із заготовлення сировини, напівфабрикатів і матеріалів, закінчуючи доставкою цієї продукції споживачам.

Хоча процес надання послуг поштового зв'язку не пов'язаний із виробництвом продукції, у ньому присутні численні виробничі операції зі збирання, приймання, оброблення, сортування, укрупнення, пакування, накопичування, збереження, обмінювання, перевезення, доставки поштових одиниць. Зазначені операції можна розглядати як відповідні аналоги операцій з виробництва продукції [1].

За 20 років у світі відбулася кардинальна трансформація галузі поштового зв'язку. Якщо раніше переважна частина поштових відправлень відсилалася приватними клієнтами приватним клієнтам (так звані "С2С-відправлення"; customer to customer), то з розвитком мобільного зв'язку та інтернету частка цих відправлень впала з 90% до 10%, і продовжує скорочуватися.

Частка посилок, що відправляються підприємствами (В2В і В2С-відправлення; business to business, business to customer відповідно), не просто виросла пропорційно, а призвела до багаторазового зростання поштових ринків. У багатьох країнах саме розвинена поштова інфраструктура стала новим драйвером розвитку торгівлі та підприємництва взагалі [2].

Компаніям, які працюють у галузі поштової логістики, притаманні всі види ризиків підприємницької діяльності: ризик, пов'язаний з господарською діяльністю; ризик, пов'язаний з особистісними якостями підприємця; ризик,

пов'язаний з браком і неповнотою інформації про стан зовнішнього середовища.

Компанії поштової логістики працюють над зменшенням впливів на свою діяльність ризиків виробничих, які пов'язані з невиконанням підрядником своїх зобов'язань по договору перед ними; фінансових, що пов'язані з невиконанням контрагентом своїх фінансових зобов'язань перед ними; інвестиційних – пов'язаних з можливістю знецінення інвестиційно-фінансового портфеля; валютних – загроза втрат, пов'язаних зі зміною курсів іноземних валют під час здійснення угод з їх купівлі-продажу; ринкових, що пов'язані з можливим коливанням ринкових відсоткових ставок як національної грошової одиниці, так і іноземних валют; портфельних – що пов'язані з імовірністю втрат за окремими видами цінних паперів, а також за всіма категоріями кредитів.

Отже, поштова логістика – це практична діяльність з управління операціями збирання, сортування, пакування, накопичування, збереження, обміну, перевезення, доставки тощо поштових відправлень в умовах ризику і неповноти інформації про стан зовнішнього середовища, в межах якої для компаній-операторів поштового зв'язку повинні будуватись оптимальні схеми магістрального обміну та сполучення, оптимальні схеми маршрутів і графіків адресного обслуговування, ефективно організовуватись інші виробничі та невиробничі процеси, а такі компанії повинні отримувати прибуток.

З усієї широти поняття поштової логістики виокремимо послугу, що бурхливо розвивається останніми роками з розвитком дистанційної торгівлі, розвитком e-commerce, відкриттям усе нових і нових інтернет-магазинів, поступовим, але впевненим переходом продажів із offline в online. Це послуга кур'єрської доставки.

Послуга кур'єрської доставки передбачає: забір відправлення кур'єром удома або в офісі; доставку кур'єром відправлення на домашню адресу або в офіс; можливість самостійно здати або отримати відправлення у дільниці кур'єрської доставки. Тобто зазначена послуга передбачає пересилання відправлень від дверей до дверей, від

складу до складу та за всіма можливими їх комбінаціями.

Як правило, компанія кур'єрської доставки надає свої клієнтам такі додаткові послуги: доставка відправлень з оплатою при врученні (з послугою післяплати); постійний контроль руху відправлень (sms-інформування про статус відправлень, on-line відстеження на корпоративному сайті); фінансова відповідальність за цілісність відправлень; фінансова відповідальність за дотримання термінів доставки; зворотна доставка документів та тари; зберігання відправлень на складі; індивідуальне погодження дати і термінів доставки відправлень; електронний документообіг; безготівковий або готівковий розрахунок; оперативна інформація у будь-який потрібний момент (безкоштовне інформаційно-довідкове обслуговування).

У галузі поштової логістики треба дотримуватися відповідної термінології та юридичної грамотності.

Поштове відправлення (ПВ) – це відправлення з ваго-габаритними та іншими характеристиками, які встановлені поштовим законодавством України, і оформлене для пересилання від фізичної особи до фізичної або юридичної особи (С2С, С2В) або від юридичної особи до фізичної або юридичної особи (В2С, В2В) в межах України, в тому числі відправлення з післяплатою.

Міжнародне поштове відправлення (МПВ) – це поштове відправлення, яке оформлене для пересилання з-за кордону в Україну чи з України за кордон згідно із поштовим та митним законодавством України та правилами Всесвітнього поштового союзу, в тому числі відправлення з післяплатою.

Поштові та міжнародні поштові відправлення ми звикли називати посылками.

Вантаж – це будь-який товар, що не заборонений до пересилання законодавством України, і оформлений для пересилання від фізичної особи до фізичної або юридичної особи (С2С, С2В) або від юридичної особи до фізичної або юридичної особи (В2С, В2В) в межах України.

Для простоти все це разом називатимемо відправленнями [3].

Отже, широка проблема, що підлягає розгляду у цій статті, – як побудувати підприємство поштової логістики, що надаватиме послугу кур'єрської доставки оптимально для себе та для споживачів цієї послуги; як побудувати магістральний рух і адресне обслуговування клієнтів з найменшими витратами; як зробити послугу кур'єрської доставки прибутковою.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Транспортну логістику поштових відправлень і вантажів в найзагальнішому випадку можна поділити на дві складові: магістральну складову і складову адресного обслуговування. Магістральна складова є умовно простою для аналізу і моделювання та досить детально описана у працях [1, 4, 5].

Магістральну складову транспортної логістики потрібно буде об'єднати зі складовою адресного обслуговування в подальших дослідженнях для побудови комплексних моделей організації діяльності підприємств поштової логістики.

Про складову адресного обслуговування, дослідження розподілу кількості відправлень за сервісами "до складу" і "до дверей" загалом по Україні, а також розподіл цієї кількості за даними видами сервісу за основними перевізниками – учасниками ринку поштової логістики України зустрічаємо у [6].

Якісно новою у сфері поштової логістики є послуга fulfillment [7], яка передбачає самостійне комплектування перевізником поштових відправлень з наданих відправником за асортиментом та кількістю предметів. Так компанії-відправники, а особливо інтернет-магазини, передають послугу комплектації замовлень на аутсорсинг компаніям-перевізникам, оптимізуючи тим виробничі та невиробничі процеси всередині своїх підрозділів або просто ліквідуючи їх як такі.

Постановка завдання. Метою даної роботи є вироблення рекомендацій щодо оброблення та систематизації вхідної інформації зовнішнього середовища для побудови моделей оптимізації адресного обслуговування споживачів службами кур'єрської доставки. Іншими словами, для побудови оптимального плану розподілу вантажів і поштових відправлень за кур'єрами та автомобілями, який би забезпечив мінімальні сумарні витрати компанії – поштово-логістичного оператора.

У цій статті говоримо про обґрунтування та адміністрування процесу мінімізації витрат на основі вхідної зовнішньої інформації, економіко-математичне його моделювання – завдання наших майбутніх досліджень.

Для досягнення цієї мети необхідно:

1) розглянути типову організаційну структуру Операційного департаменту компанії-оператора поштового зв'язку;

2) проаналізувати типові форми планування кількості надходження поштових відправлень і вантажів у логістичну систему компанії; принципи побудови й аналізу типових форм планування;

3) побудувати схему процесу прийняття управлінських рішень на основі наданих форм планування;

4) дати рекомендації щодо методів і способів побудови локальних логістичних систем і ланцюгів руху відправлень у загальній логістичній системі компанії-оператора поштового зв'язку.

Виклад основного матеріалу. Якщо за класифікаційну ознаку сегменту бізнесу, в якому обслуговується відправлення, взяти взаємовідношення відправник/отримувач, а за класифікаційну ознаку формату відправлень, що здійснюють рух в логістичній системі поштово-логістичного оператора, взяти ваго-габаритні характеристики цих відправлень, то найбільш

характерна з практичного погляду схема взаємозв'язків сегментів бізнесу та форматів відправлень буде виглядати так (табл. 1).

Отже, поштово-логістичний оператор може здійснювати аналіз надходження відправлень у систему та їх доручення отримувачам, аналіз

кількості відправлень з ознакою "до складу" чи "до дверей", аналіз завантаження магістрального транспорту тощо за критерієм належності відправлень до сегмента бізнесу чи до певного формату.

Таблиця 1

Взаємозв'язок сегментів бізнесу та форматів відправлень

Сегмент \ Формат	C2C	C2B	B2C	B2B	Вага
Конверт	так	так	так	так	до 1 кг
Бандероль	так	так	так	так	до 5 кг
ПВ	так	так	так	так	до 50 кг
МПВ	так	ні	так	ні	до 50 кг
Вантаж	ні	ні	ні	так	до 750 кг

Операційний департамент поштово-логістичного оператора, як правило, очолює операційний директор (за рідкими винятками). Операційний директор, згідно із загальною організаційною структурою компанії, підпорядковується Генеральному директору і має у підпорядкуванні кілька підрозділів.

Типову організаційну структуру Операційного департаменту можемо зобразити за допомогою такої схеми (рис. 1).

Фактичні надходження за попередній відрізок у періоді планування (день, тиждень, місяць), а також прогноз на наступний відрізок до

закінчення періоду планування (день, тиждень, місяць) необхідно відображати в окремих формах планування кількості надходжень: для поштових відправлень і для вантажів.

Матриця форми планування для поштових відправлень будується в розрізі кожного контрагента – клієнта компанії, а матриця форми планування для вантажів повинна охоплювати регіон їх входу в загальну логістичну систему компанії. Приклади побудови таких форм відображено у таблицях 2 і 3 відповідно



Рис. 1. Типова організаційна структура Операційного департаменту

Таблиця 2

Форма планування кількості надходження поштових відправлень

План / Факт, грн. з ПДВ або шт.		Станом на		Дата		
Поштові відправлення						
Відправлено, днів						
Залишилось, днів						
Кількість днів у періоді планування						
Резидент	Група	Клі-єнт	План	Факт	Прогноз	%
Зовнішні			$Z_{pl} = \sum_{i=1}^m x_i + \sum_{k=1}^p a_k$	$Z_{\beta} = \sum_{i=1}^m \varphi_i + \sum_{k=1}^p \alpha_k$	$Z_{\pi} = \sum_{i=1}^m \pi_i + \sum_{k=1}^p \tau_k$	$Z_{\rho} / Z_{pl} \cdot 100$
	Основні		$\sum_{i=1}^m x_i$	$\sum_{i=1}^m \varphi_i$	$\sum_{i=1}^m \pi_i$	$\frac{\sum_{i=1}^m \varphi_i}{\sum_{i=1}^m x_i} \cdot 100$
		1	x_1	φ_1	π_1	$\frac{\varphi_1}{x_1} \cdot 100$
		2	x_2	φ_2	π_2	$\frac{\varphi_2}{x_2} \cdot 100$
		i	x_i	φ_i	π_i	$\frac{\varphi_i}{x_i} \cdot 100$
		m	x_m	φ_m	π_m	$\frac{\varphi_m}{x_m} \cdot 100$
	Інші		$\sum_{k=1}^p a_k$	$\sum_{k=1}^p \alpha_k$	$\sum_{k=1}^p \tau_k$	$\frac{\sum_{k=1}^p \alpha_k}{\sum_{k=1}^p a_k} \cdot 100$
		1	a_1	α_1	τ_1	$\frac{\alpha_1}{a_1} \cdot 100$
		2	a_2	α_2	τ_2	$\frac{\alpha_2}{a_2} \cdot 100$
		k	a_k	α_k	τ_k	$\frac{\alpha_k}{a_k} \cdot 100$
		p	a_p	α_p	τ_p	$\frac{\alpha_p}{a_p} \cdot 100$
Внутрішні			$V_{pl} = \sum_{j=1}^n y_j + \sum_{l=1}^q b_l$	$V_{\beta} = \sum_{j=1}^n \psi_j + \sum_{l=1}^q \beta_l$	$V_{\pi} = \sum_{j=1}^n \xi_j + \sum_{l=1}^q \mu_l$	$V_{\rho} / V_{pl} \cdot 100$

Основні		$\sum_{j=1}^n y_j$	$\sum_{j=1}^n \psi_j$	$\sum_{j=1}^n \frac{\psi_j}{y_j} \cdot 100$	$\sum_{j=1}^n \xi_j$	$\sum_{j=1}^n \frac{\xi_j}{y_j} \cdot 100$
	1	y_1	ψ_1	$\frac{\psi_1}{y_1} \cdot 100$	ξ_1	$\frac{\xi_1}{y_1} \cdot 100$
	2	y_2	ψ_2	$\frac{\psi_2}{y_2} \cdot 100$	ξ_2	$\frac{\xi_2}{y_2} \cdot 100$
	j	y_j	ψ_j	$\frac{\psi_j}{y_j} \cdot 100$	ξ_j	$\frac{\xi_j}{y_j} \cdot 100$
	n	y_n	ψ_n	$\frac{\psi_n}{y_n} \cdot 100$	ξ_n	$\frac{\xi_n}{y_n} \cdot 100$
Інші		$\sum_{l=1}^s b_l$	$\sum_{l=1}^s \beta_l$	$\sum_{l=1}^s \frac{\beta_l}{b_l} \cdot 100$	$\sum_{l=1}^s \mu_l$	$\sum_{l=1}^s \frac{\mu_l}{b_l} \cdot 100$
	1	b_1	β_1	$\frac{\beta_1}{b_1} \cdot 100$	μ_1	$\frac{\mu_1}{b_1} \cdot 100$
	2	b_2	β_2	$\frac{\beta_2}{b_2} \cdot 100$	μ_2	$\frac{\mu_2}{b_2} \cdot 100$
	l	b_l	β_l	$\frac{\beta_l}{b_l} \cdot 100$	μ_l	$\frac{\mu_l}{b_l} \cdot 100$
	s	b_s	β_s	$\frac{\beta_s}{b_s} \cdot 100$	μ_s	$\frac{\mu_s}{b_s} \cdot 100$
РАЗОМ		$PL = Z_{pl} + V_{pl}$	$FT = Z_{\beta} + V_{\beta}$	$FT / PL \cdot 100$	$PR = Z_{pr} + V_{pr}$	$PR / PL \cdot 100$

Таблиця 3

Форма планування кількості надходження вантажів

План / Факт, грн. з ПДВ або шт. вантажі		Станом на		Дата			
Відправлено, днів							
Зачинилося, днів							
Кількість днів у періоді планування							
Регіон	Резон	Підрозділ	План	Факт	%	Прогноз	%
Західний регіон		1	$Zh_p = \sum_{p=1}^m x_p$	$Zh_f = \sum_{p=1}^m \varphi_p$	$\sum_{j=1}^m \frac{\varphi_j}{x_j} \cdot 100$	$Zh_{pr} = \sum_{p=1}^m \pi_p$	$\sum_{j=1}^m \frac{\pi_j}{x_j} \cdot 100$
		2	x_1	φ_1	$\frac{\varphi_1}{x_1} \cdot 100$	π_1	$\frac{\pi_1}{x_1} \cdot 100$
		l	x_2	φ_2	$\frac{\varphi_2}{x_2} \cdot 100$	π_2	$\frac{\pi_2}{x_2} \cdot 100$
		m	x_l	φ_l	$\frac{\varphi_l}{x_l} \cdot 100$	π_l	$\frac{\pi_l}{x_l} \cdot 100$
Резон			x_m	φ_m	$\frac{\varphi_m}{x_m} \cdot 100$	π_m	$\frac{\pi_m}{x_m} \cdot 100$
			$Cn_{pl} = \sum_{k=1}^p a_k$	$Cn_{pf} = \sum_{k=1}^p \alpha_k$	$\sum_{k=1}^p \frac{\alpha_k}{a_k} \cdot 100$	$Cn_{pr} = \sum_{k=1}^p \tau_k$	$\sum_{k=1}^p \frac{\tau_k}{a_k} \cdot 100$
		l	a_1	α_1	$\frac{\alpha_1}{a_1} \cdot 100$	τ_1	$\frac{\tau_1}{a_1} \cdot 100$
		2	a_2	α_2	$\frac{\alpha_2}{a_2} \cdot 100$	τ_2	$\frac{\tau_2}{a_2} \cdot 100$
Центральний регіон		k	a_k	α_k	$\frac{\alpha_k}{a_k} \cdot 100$	τ_k	$\frac{\tau_k}{a_k} \cdot 100$
		p	a_p	α_p	$\frac{\alpha_p}{a_p} \cdot 100$	τ_p	$\frac{\tau_p}{a_p} \cdot 100$
			$Pd_{pl} = \sum_{j=1}^n y_j$	$Pd_{pf} = \sum_{j=1}^n \psi_j$	$\sum_{j=1}^n \frac{\psi_j}{y_j} \cdot 100$	$Pd_{pr} = \sum_{j=1}^n \xi_j$	$\sum_{j=1}^n \frac{\xi_j}{y_j} \cdot 100$
Резон							

Південний регіон	1	y_1	ψ_1	$\psi_1 / y_1 \cdot 100$	ξ_1	$\xi_1 / y_1 \cdot 100$
	2	y_2	ψ_2	$\psi_2 / y_2 \cdot 100$	ξ_2	$\xi_2 / y_2 \cdot 100$
	j	y_j	ψ_j	$\psi_j / y_j \cdot 100$	ξ_j	$\xi_j / y_j \cdot 100$
	n	y_n	ψ_n	$\psi_n / y_n \cdot 100$	ξ_n	$\xi_n / y_n \cdot 100$
Разом		$Sh_{\mu} = \sum_{j=1}^n b_j$	$Sh_{\beta} = \sum_{j=1}^n \beta_j$	$\sum_{j=1}^n \beta_j \cdot 100$ $\sum_{j=1}^n b_j$	$Sh_{\mu} = \sum_{j=1}^n \mu_j$	$\sum_{j=1}^n \mu_j \cdot 100$ $\sum_{j=1}^n b_j$
Східний регіон	1	b_1	β_1	$\beta_1 / b_1 \cdot 100$	μ_1	$\mu_1 / b_1 \cdot 100$
	2	b_2	β_2	$\beta_2 / b_2 \cdot 100$	μ_2	$\mu_2 / b_2 \cdot 100$
	l	b_l	β_l	$\beta_l / b_l \cdot 100$	μ_l	$\mu_l / b_l \cdot 100$
	s	b_s	β_s	$\beta_s / b_s \cdot 100$	μ_s	$\mu_s / b_s \cdot 100$
РАЗОМ		$PL = Zh_{\mu} + CN_{\mu} + Pd_{\mu} + Sh_{\mu}$	$FT = Zh_{\beta} + CN_{\beta} + Pd_{\beta} + Sh_{\beta}$	$PR = Zh_{\mu} + CN_{\mu} + Pd_{\mu} + Sh_{\mu}$	$PR / PL \cdot 100$	

Форми планування кількості надходження поштових відправлень і вантажів у загальну логістичну систему компанії за наведеними прикладами Комерційний департамент компанії подає в Операційний департамент на щоденній основі.

На початок операційного дня прогноз попереднього дня, що вже став фактом, уточнюється на основі фактичних надходжень за попередній день і фіксується; прогноз на поточний операційний день будується або лінійно на основі зафіксованих історичних даних, або на основі інформації із зовнішнього середовища, отриманої із різноманітних джерел, або, як правило, обома способами паралельно.

На основі форм планування на поточний операційний день Операційний департамент приймає рішення щодо організації руху магістрального транспорту, а також схем організації адресного обслуговування філією мережею.

На основі форм планування на момент закінчення періоду планування (наприклад, місяця) Фінансовий департамент буде план надходжень і витрат грошових коштів, різного роду платіжні календарі, а також формує звітність щодо прибутків і витрат компанії.

Загальна схема процесу прийняття управлінських рішень на основі форм планування кількості надходження поштових відправлень і вантажів має наступний вигляд (рис. 2).



Рис. 2. Загальна схема процесу прийняття управлінських рішень

Висновки:

- поштова логістика забезпечує управління типовими операціями обробки поштових відправлень і вантажів в умовах ризику та невизначеності з метою забезпечення отримання прибутку компаніями-операторами поштового зв'язку;
- надходження поштових відправлень і вантажів у загальну логістичну систему поштово-логістичного оператора відображаються в різних формах, що мають різний принцип побудови: за основними відправниками, за регіонами прийняття до перевезення;
- надходження поштових відправлень і вантажів у загальну логістичну систему поштово-логістичного оператора необхідно прогнозувати на щоденній основі; фактичні надходження минулих періодів прогнозування треба фіксувати як

історичні дані, на основі яких постійно уточнюється щоденний прогноз;

- на базі інформації щодо надходження поштових відправлень і вантажів протягом поточного операційного дня, операційний менеджмент компанії-оператора поштового зв'язку приймає управлінські рішення щодо руху магістрального транспорту й організації адресного обслуговування кінцевими філіями;

- подальшими дослідженнями є економіко-математичне моделювання оптимального розподілу поштових відправлень і вантажів за маршрутами магістрального транспорту та транспорту адресного обслуговування.

Список літератури

1. Ящук Л.О. Логістика поштового зв'язку : [навч. посіб.] / Ящук Л.О. – Одеса : ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2011. – 228 с.
2. Про сучасні ринки, майбутні зміни і давні обіцянки "Укрпошти" [Електронний ресурс] / Паньків Михайло Петрович // Українська правда. – Режим доступу : <http://www.epravda.com.ua/columns/2014/05/26/457821/>

3. Логістичні компанії [Електронний ресурс] / Invest in Lviv region. – Режим доступу : http://www.invest-lvivregion.com/логістичні_компанії_ua_283cms.htm.

4. Романич І.Б. Аналіз формування собівартості автомобільних вантажних перевезень у національному та міжнародному сполученні / Романич І.Б. // Науково-виробничий журнал „Держава та регіони”. Серія: Економіка та підприємництво. – Запоріжжя, 2011. – С. 137-141.

5. Международные автоперевозки Украины [Електронний ресурс] / Aitico. – Режим доступу : http://www.aitico.com/index.php?option=com_content&v

[iew](#)

[=category&layout=blog&id=43&Itemid=162&lang=ru.](#)

6. Стан і перспективи ринку поштової логістики в Україні [Електронний ресурс] / Aitico. – Режим доступу : [http://www.aitico.com/index.php?option=com_content&view=article&id=137:2012-07-04-06-44-24&catid=43:news&Itemid=163&lang=ru.](http://www.aitico.com/index.php?option=com_content&view=article&id=137:2012-07-04-06-44-24&catid=43:news&Itemid=163&lang=ru)

7. Эксперты чекають зростання сегменту fulfillment на ринку поштових послуг на 40% [Електронний ресурс] / Інформаційне агентство УНІАН. – Режим доступу : <http://economics.unian.ua/transport/656961-eksperti-chekayut-zrostannya-segmentu-fulfillment-na-rinku-poshtovih-poslug-na-40.html>.

Анотація

Ігорь Романыч

ПОШТОВАЯ ЛОГИСТИКА: МЕНЕДЖМЕНТ И АДМИНИСТРИРОВАНИЕ ОПЕРАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Исследована сутність поштової логістики і кур'єрської доставки, здійснена сегментація бізнесу поштової логістики по критерію отправитель-получатель, прокласифіковані отправки поштовологістических операторов по принадлежности к тому или иному формату, описаны формы планирования количества поступления почтовых отправлений и грузов в общую логистическую систему компании – оператора почтовой связи – с целью построения процесса принятия решений относительно операционной деятельности компании.

Ключевые слова: почтовая логистика, курьерская доставка, C2C, C2B, B2C, B2B, почтовое отправление, груз, посылка, магистраль, адресное обслуживание, операционный департамент, форма планирования количества отправок.

Summary

Ihor Romanych

POSTAL LOGISTIC: MANAGEMENT AND ADMINISTRATION OF OPERATIONS

The essence of postal logistic and courier's delivery is investigated in the article, segmentation of postal logistic business on the criterion "sender-recipient" is carried out, parcels of postal-logistic operators are classified after weight, the planning forms of amount of postal mails and loads receipt into the general logistic system of postal company are described, processes of decision making concerning to operating activity of company are constructed.

Keywords: postal logistic, courier's delivery, C2C, C2B, B2C, B2B, postal mail, load, parcel, interurban transport report, address service, operations department, form of parcels amount planning.