

Київський національний торговельно-економічний університет
Кафедра товарознавства, управління безпечністю та якістю

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«Управління якістю при організації збуту нафтопродуктів»

Студентки 2 курсу, 7м групи,
спеціальності 076
«Підприємництво, торгівля та
біржова діяльність»
спеціалізації
«Товарознавство та комерційна
логістика»

Лукомської Ольги
Андріївни

Науковий керівник
канд. техн.наук, доцент

Антюшко Дмитро
Петрович

Науковий консультант
канд. екон. наук., доцент

Зіміна Анна Іванівна

Гарант освітньої програми
док-р. техн. наук, професор

Сидоренко Олена
Володимирівна

Київ 2020

Київський національний торговельно-економічний університет

Факультет торгівлі та маркетингу Кафедра товарознавства, управління
логістикою та безпеки
Спеціальність 076 "Тривале управління, торгівля та збутова діяльність"
Спеціалізація/освітня програма Товарознавство та маркетинг
логістика

Затверджую

Зав. кафедри [Підпис]
«02» 09 2020 р.

Завдання

на випускно кваліфікаційну роботу (проект) студента

Лукашук Анастасія Андріївна

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи (проекту)

Управління логістикою при організації збуту нафтопродуктів

Затверджена наказом ректора від «02» листопада 2019 р. № 403

2. Строк здачі студентом закінченої роботи (проекту) до 20.11.2020р.

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

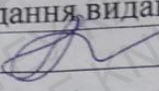
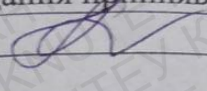
Мета роботи проекту (проекту)

дослідження управління логістикою при організації збуту нафтопродуктів, його методологічних та практичних задач

Об'єкт дослідження логістичне рішення, системне управління логістикою, організації збуту нафтопродуктів.

Предмет дослідження спосіб визначення управлінського рішення, системний підхід до управління логістикою, методологічні та практичні задачі організації збуту

4. Консультанти по роботі (проекту) із зазначенням розділів, за якими здійснюється консультування:

Розділ	Консультант (прізвище, ініціали)	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
3	Вилина А.Г.		

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

ВСТУП

Розділ 1. Інформаційно-методичні засоби управління якістю пивного пашива.

- 1.1. Аналіз бізнесового ринку нап'ювних продуктів.
- 1.2. Інформаційні засоби до управління якістю пивного пашива.

Розділ 2. Інформаційні засоби та якість пивного пашива.

- 2.1. Організація, план та методи дослідження.
- 2.2. Інформаційні засоби до управління якістю пивного пашива.
- 2.3. Інформаційні засоби до управління якістю пивного пашива.

Розділ 3. Організація ринку нап'ювних продуктів на ППІ "АМІК УКРАЇНА".

- 3.1. Аналіз процесу організації ринку нап'ювних продуктів на підприємстві.
- 3.2. Маркетинг організаційно-інформаційні засоби до управління якістю пивного пашива на ППІ "АМІК УКРАЇНА".

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

6. Календарний план виконання роботи (проекту)

№ пор.	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи (проекту)	Строк виконання етапів роботи		
		за планом	фактично	
1	2	3	4	
1	Визначення теми випускної кваліфікаційної роботи	17.09.2010	19.09.2010	РД
2	Вибір теми та завершення роботи за випускною кваліфікаційною роботою	19.09.2010	22.09.2010	РД
3	Виконання експериментальної роботи та підготовка ТЗ на В-Н проект роботи	11.09.2010	11.09.2010	РД
4	Написання літературної роботи	11.11.2010		
5	Професійна робота на кафедрі	10.11.2010		
6	Написання роботи на кафедрі	13.11.2010		
7	Складання звіту	25.11.2010		
8	Завершити роботу по В-Н			

7. Дата видачі завдання «11» березня 2010 р.

8. Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи (проекту)

Андрій Ф.П. В.С.
(прізвище, ініціали, підпис)

9. Гарант освітньої програми

Степаненко О.В.
(прізвище, ініціали, підпис)

10. Завдання прийняв до виконання студент

Михайлова
(прізвище, ініціали, підпис)

11. Відгук керівника випускної кваліфікаційної роботи (проєкту)

Випускна кваліфікаційна робота на тему "Управління запасами організації згідно нагромаджень" виконана відповідно до затвердженого календарного плану роботи виконана на екстремно глибокіше мету, зважаючи на її дослідження, значущі новизну, практичне значення ВКР оглядається її багатомі, з розділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел, додатків. Авторами проаналізовано достатню кількість інформації: наукових дисертацій, наукових статій, монографій, спеціалізованих журналів, результатів яких використано в роботі. Матеріал викладено послідовно, логічно.

За змістом і оформленням робота відповідає встановленим вимогам і рекомендується до захисту.

Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи (проєкту)

Ddij

(підпис, дата)

24.11.2020 р.

Відмітка про попередній захист

12. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу (проєкт)

Випускна кваліфікаційна робота (проєкт) студента

(прізвище, ініціали)

може бути допущена до захисту на засіданні екзаменаційної комісії.

Гарант освітньої програми

(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри

(підпис, прізвище, ініціали)

« »

201 р.

АНОТАЦІЯ

Лукомська О.А. Управління якістю при організації збуту нафтопродуктів

У роботі проаналізовано сучасний стан і основні тенденції розвитку вітчизняного ринку нафтопродуктів, зокрема дизельного палива. Розглянуто методологічні підходи до управління якістю дизельного палива, проведено оцінку асортименту дизельного палива. Особливу увагу акцентовано на дослідженні якості дизельного палива, що реалізується на українському ринку. Розглянуто процес організації збуту нафтопродуктів на ПП «АМІК УКРАЇНА», проаналізовано його сильні та слабкі сторони, в рамках чого визначено основних конкурентів. Запропоновано напрямки удосконалення організації збуту нафтопродуктів на підприємстві та шляхи їх досягнення.

Ключові слова: нафтопродукти, дизельне паливо, управління якістю, асортимент, організація збуту.

SUMMARY

Lukomska O.A. Quality management when organizing the sales of petroleum products

In the work current state and main trends in the development of the domestic petroleum products market, in particular diesel fuel, are analyzed. Methodological approaches to quality management of diesel fuel are considered, the range of diesel fuel is estimated. Particular attention was paid to the analysis of the quality of diesel fuel sold on the Ukrainian market. The process of organizing the sale of petroleum products at the CFI "AMIK UKRAINE" is considered, its strengths and weaknesses are analyzed, within which the main competitors are identified. The directions of improvement of the sales organization of the petroleum products at the enterprise and ways of their achievement are offered.

Keywords: petroleum products, diesel fuel, quality management, range, sales organization.

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ

АЗС – автозаправна станція

НПЗ – нафтопереробний завод

ГПЗ – газопереробний завод

АТ – Акціонерне Товариство

ТОВ – Товариство з Обмеженою Відповідальністю

ПАТ – Публічне Акціонерне Товариство

ДП – дизельне паливо

ISO – Міжнародна організація зі стандартизації (International Organization for Standardization)

ДСТУ – Державний стандарт України

ПІІ – Підприємство з Іноземними Інвестиціями

ТМ – торгова марка

ГОСТ – Державний стандарт

ВАТ – Відкрите Акціонерне Товариство

РУП - Республиканское Унитарное Предприятие

АЗК – автозаправний комплекс

ААЗС – автоматичні автозаправні станції

ЗМІСТ

	С.
ВСТУП	9
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ДИЗЕЛЬНОГО ПАЛИВА	12
1.1. Аналіз вітчизняного ринку нафтопродуктів	12
1.2. Методологічні підходи до управління якістю дизельного палива	22
РОЗДІЛ 2. УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТОМ ТА ЯКІСТЮ ДИЗЕЛЬНОГО ПАЛИВА	27
2.1. Організація, об'єкт та методи дослідження	27
2.2. Оцінка асортименту дизельного палива	29
2.3. Системний підхід до управління якістю дизельного палива	33
РОЗДІЛ 3. ОРГАНІЗАЦІЯ ЗБУТУ НАФТОПРОДУКТІВ НА ПП «АМІК УКРАЇНА»	40
3.1. Аналіз процесу організації збуту нафтопродуктів на підприємстві	40
3.2. Напрямки удосконалення організації збуту нафтопродуктів на ПП «АМІК УКРАЇНА»	48
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.	53
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.	56
ДОДАТКИ	

ВСТУП

Актуальність роботи. Промисловий комплекс України представлений багатьма галузями, проте нафтогазова промисловість має чи не найважливіше значення для функціонування економіки країни. Саме вона не просто виконує свої функції як незалежна галузь промисловості – наповнює бюджет країни та створює вагомому частку робочих місць; а й забезпечує життєдіяльність більшої частини інших галузей промисловості – агропромисловий комплекс, житлово-комунальне господарство, харчова промисловість, та, безпосередньо, транспорт. Саме транспортна галузь не в змозі функціонувати без залежності від продукції нафтогазової промисловості. Упродовж останніх років можна спостерігати проблему неналежної якості палива, що реалізується на вітчизняному ринку.

За різними оцінками нафта та нафтопродукти, проходячи шлях від свердловини до споживача піддаються більш ніж 20 технологічним операціям. За таких умов недотримання необхідних процедур контролю спричиняє виникнення несприятливих хімічних процесів – випаровування, окислення, забруднення, обводнення, що впливає на рівень якості нафтопродуктів. Наприклад, помилки або неухважність робочого персоналу при здійсненні різних господарських операцій з нафтопродуктами є однією з найбільш поширених причин погіршення їх якості – випадкового змішування різних сортів палива: дизельного і бензину, Євро-5 і стандартного палива. Все це в результаті змінює пускові якості палива, збільшує його витрати при експлуатації і знос двигуна. Саме тому все гостріше постає питання про контроль якості на підприємстві на всіх етапах збуту нафтопродукту.

Вагомий внесок у забезпечення належного асортименту, вимог до безпечності та якості нафтопродуктів загалом і дизельного палива зокрема, аналіз його ринку та особливостей функціонування зробили наступні зарубіжні та вітчизняні вчені: В. Бурлака, Г. Бурлака, І. Веремченко, Л. Гальперіна, А. Дронова, М. Ковалко, В. Омельченко, М. Бестужев, Van Nes, Van Westen, G. Abraham, V. Aizinger та ін.

Метою роботи є дослідження та контроль якості при організації збуту нафтопродуктів.

Для досягнення мети роботи було сформульовано наступні **завдання**:

- вивчити та проаналізувати вітчизняний ринок нафтопродуктів,
- розглянути методологічні підходи до управління якістю дизельного палива;
- оцінити асортимент дизельного палива;
- проаналізувати системний підхід до управління якістю дизельного палива;
- оцінити зразки дизельного палива основних виробників за показниками якості;
- провести аналіз процесу організації збуту нафтопродуктів на ПП «АМІК УКРАЇНА»;
- запропонувати напрямки удосконалення організації збуту нафтопродуктів на ПП «АМІК УКРАЇНА».

Об'єктом дослідження є нафтопродукти, зокрема дизельне паливо, організація їх збуту на підприємстві.

Предмет дослідження – споживні властивості, показники якості дизельного палива, особливості організації збуту.

У роботі використано наступні **методи дослідження**: теоретичні, математичні, статистичні, графічні, фізико-хімічні та порівняльні.

Інформаційна база дослідження: законодавчі та нормативно-правові акти України, статистична інформація Державної служби статистики України, наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених, Інтернет-джерела, внутрішні документи ПП «АМІК УКРАЇНА», власні дослідження.

Наукова новизна отриманих результатів полягає в удосконаленні методологічної бази контролю якості дизельного палива під час реалізації підприємствами на ринку України, визначенні напрямків удосконалення організації збуту нафтопродуктів.

Практична цінність. Отримані результати можуть бути використані для контролю якості дизельного палива, що реалізується на ПП «АМІК УКРАЇНА», та розробки напрямків удосконалення організації збуту на підприємстві.

Апробація результатів дослідження. Результати досліджень було викладено та обговорено на III Міжнародній студентській науково-практичній конференції «Актуальні проблеми підприємництва, торгівлі та маркетингу», що відбулася 27 травня 2020 року.

Публікація. За результатами проведених досліджень було підготовлено та опубліковано статтю «Сучасний стан і тенденції розвитку ринку дизельного палива» у збірнику наукових статей студентів Київського національного торговельно-економічного університету «Інновації в підприємстві і торгівлі».

Структура роботи. Випускна кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків і пропозицій, списку використаних джерел (51 найменування) та 1 додатку. Загальний обсяг роботи – 61 сторінка. Вона містить 4 таблиці та 11 рисунків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ДИЗЕЛЬНОГО ПАЛИВА

1.1. Аналіз вітчизняного ринку нафтопродуктів

Нафтогазовий комплекс є однією з найважливіших галузей промисловості й однією з основних галузей, що наповнює бюджет країни, створює вагому частку робочих місць та співпрацює з великою кількістю інших галузей економіки. Нафтогазова промисловість включає первинні ланки – підприємства, основними видами діяльності яких є видобуток нафти і надавання послуг у цій сфері, транспортування і зберігання нафтопродуктів, торгівля нафтою і нафтопродуктами на внутрішньому і зовнішньому ринках, експлуатація АЗС, геологорозвідувальні, геофізичні та геохімічні роботи в області вивчення надр.

Перш ніж опинитися на найближчій АЗС у вигляді одного з нафтопродуктів, нафта проходить довгий шлях. Нафтопродукти, що надходять на оптовий ринок, є результатом робіт по видобутку і переробці нафти. На сьогоднішній день в світі практично не залишилося нерозвіданих територій, на яких можливе виявлення покладів легкодоступної нафти.

Вилучена суміш із нафти, газу і води направляється в спеціалізовані сепаратори, що відокремлюють нафту. Далі вона надходить в нафтопроводи до НПЗ, або ж доставляється іншими способами - залізничним, автомобільним і водним транспортом.

На нафтопереробних заводах проводиться переробка нафти - поділ вихідної суміші на продукти, придатні для подальшого застосування в різних галузях як готової продукції або сировини для виробництва. До них відносяться:

- різні марки бензинів,
- авіаційний гас,
- дизельне паливо,
- мастила,
- парафіни,

- мазут та ін.

Цікаво, що тривалий час мазут вважався відходом виробництва і скидався після закінчення процедури. Зараз же він також є повноцінним нафтопродуктом, що використовується, перш за все, в якості палива або сировини для подальшої переробки.

Основний предмет інтересу нафтопереробних заводів (НПЗ) – це «світлі продукти» - бензин, дизельне паливо, гас та ін. На сьогоднішній день вони становлять близько 90% від всієї продукції, що випускається на НПЗ. Транспортування здійснюється за допомогою нафтопроводів і спеціального транспорту.

Головними учасниками українського ринку нафтопродуктів є [1]:

- постачальники - компанії, які володіють НПЗ, які можуть надати готові продукти,
- основні імпортери,
- транспортувальники - організації, які володіють автопарком спецтехніки для транспортування або власники трубопроводів,
- оптові покупці - у випадку з бензином, дизельним паливом тощо - мережі АЗС,
- посередники - компанії, які займаються перепродажем продукції дрібним оптом.

Вищезазначені учасники можуть виступати як окремі організації, так і спецпідрозділи однієї великої групи компаній, яка контролює поставки бензину, дизельного палива та інших нафтопродуктів.

У 2019 р. в Україні було спожито 10,87 млн. тонн нафтопродуктів, видобуто ж – 2,132 млн. т [2]. Це свідчить про те, що вітчизняна галузь нафтовидобування може забезпечити потребу країни в нафтопродуктах лише на 19,6%. В Україні розрізняють 3 нафтогазоносні регіони: Південний, Західний та Східний [1]. У вітчизняному видобутку нафти частка групи підприємств НАК «Нафтогаз України» (ПАТ «Укрнафта», АТ «Укргазвидобування») складає 90%. Динаміка видобутку нафти в Україні протягом 2015-2019 рр. відображена у табл. 1.1.

Видобуток нафти в Україні протягом 2015-2019 рр.

Рік	Нафта, млн. т	Абсолютне відхилення, +/-	Відносне відхилення, %
2015	2,462		
2016	2,200	-0,262	-10,6
2017	2,098	-0,102	-4,6
2018	2,150	0,052	2,5
2019	2,132	-0,018	-0,8

Джерело: складено автором на основі [1]

Аналіз вітчизняного видобутку нафти свідчить про те, що у 2019 р. було видобуто на 0,8% (0,018 млн. т) менше нафти, ніж у 2018 р., а порівняно з 2015 р. менше на 13,4% (0,330 млн. т). Це є доказом незмінної тенденції до зниження видобутку.

Основними складовими формування пропозиції на вітчизняному ринку нафтопродуктів, згідно проведеного аналізу, залишаються імпорт та власне виробництво [2]. При цьому необхідно зазначити, що за останні роки значимість власного виробництва є порівняно низькою: 22% проти частки імпорту 78% (рис. 1.2), у 2015 р. вона становила 27%.

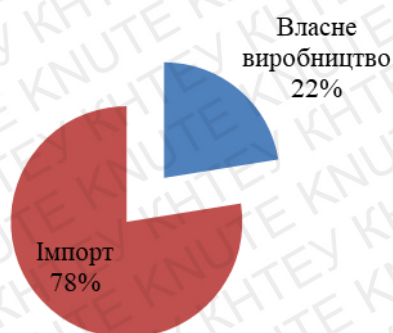


Рис. 1.2. Структура формування пропозиції на вітчизняному ринку нафтопродуктів

Джерело: складено автором на основі [1]

Вітчизняне виробництво нафтопродуктів на сьогоднішній день представляють Кременчуцький НПЗ «Укртатнафта» та Шебелинський ГПЗ «Укргазвидобування» [3].

ПАТ «Укртатнафта» [4] є лідером нафтопереробної промисловості України і найбільшим виробником високоякісних нафтопродуктів. Проектна потужність – 18,6 млн. т переробки сировини в рік. Потужності компанії розраховані на роботу з усіма типами нафти і газового конденсату. Нафтова сировина надходить на підприємство трубопроводом та залізничним транспортом. Кременчуцький НПЗ ПАТ «Укртатнафта» виробив приблизно 1,584 млн. т нафтопродуктів у 2019р., з них 0,751 млн. т бензину та 0,725 млн. т дизельного палива [1].

Шебелинський ГПЗ (Шебелинське ВПГКН) – основний нафтопереробний актив АТ «Укргазвидобування». Загальний обсяг переробки, що виконав Шебелинський завод у 2019 р., склав 0,507 млн. тонн сировини. Світлих нафтопродуктів вироблено 0,388 млн. тонн, у тому числі 0,131 млн. т бензинів, 0,087 млн. т дизельного пального. Обсяг виробництва скрапленого газу у 2019 році склав 0,153 тис. т. На сьогоднішній день АТ «Укргазвидобування» володіє мережею із 19 АЗС у Харківській області [3].

Доцільно більш детально проаналізувати першу складову пропозиції нафтопродуктів на ринку України – власне виробництво. Як засвідчив проведений аналіз, у 2019р. порівняно з 2015р. переробка нафти скоротилась на 8,5% (0,201 млн. т), а порівняно з 2018р. – на 4,2% (0,095 млн. т). Найбільший обсяг виробництва нафтопродуктів спостерігався у 2016р. – 2,483 млн. т [2]. Важливо зазначити, що основну частку виробництва нафтопродуктів складають світлі нафтопродукти (бензини автомобільні та дизельне паливо) [1]. Протягом трьох останніх років вони виробляються майже в однаковій кількості, а у 2019 р. становлять 74,6% від загального обсягу нафтопродуктів (рис. 1.3).

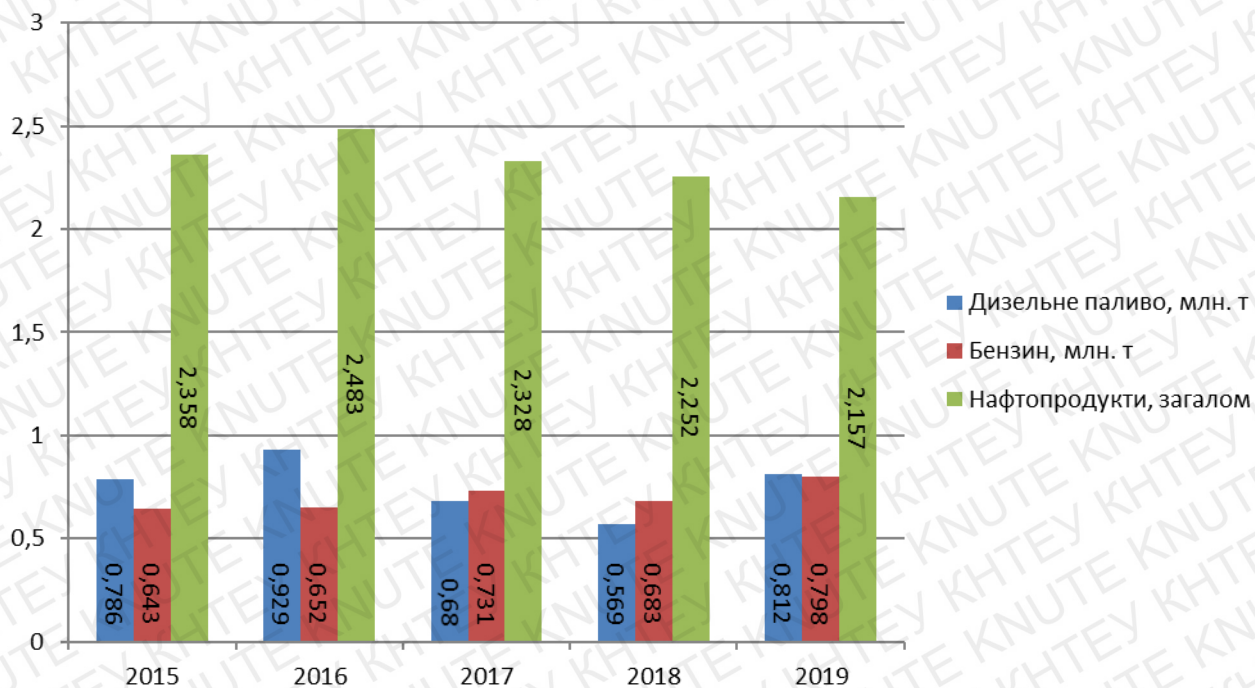


Рис. 1.3 Динаміка власного виробництва нафтопродуктів

Джерело: складено автором на основі [2]

Основними факторами, що впливають на виробництво нафтопродуктів в Україні, є низький технологічний рівень переробки і якості продуктів; маленька маржа нафтопереробки; несуттєве фінансування модернізації виробництва; сировинна залежність; значні обсяги імпорту палива. Для збільшення частки власного українського виробництва необхідно:

- модернізація та реконструкція нафтопереробних заводів;
- послаблення сировинної залежності;
- збільшення фінансування модернізації виробництва;
- введення певних обмежень на імпорт для стимулювання виробників.

На сьогоднішній день більше половини нафтопродуктів (77,5%), що реалізуються на українському ринку, - імпортні. Все це відбувається на тлі падіння обсягів власного виробництва нафтопродуктів (рис. 1.4).



Рис 1.4 Імпорт нафтопродуктів в Україну

Джерело: складено автором на основі [2]

Згідно проведеного аналізу в останні роки спостерігається істотне збільшення імпорту в Україну нафтопродуктів, проте лише у 2019 р. відбулось скорочення обсягів імпортованого продукту на 15,6%, що дорівнює 1,588 млн. т нафтового еквіваленту, відносно 2018 р. Не маловажливу роль в цьому зіграла заборона на початку 2019 р. Російською Федерацією ввезення до України окремих видів товарів (у т.ч. нафтопродукти), адже у 2018 р. обсяг імпортованих з Росії нафтопродуктів дорівнював 3,3 млн. т, що становить понад 33% [1].

Основну частину імпортованих нафтопродуктів становлять світлі нафтопродукти (рис. 1.5):

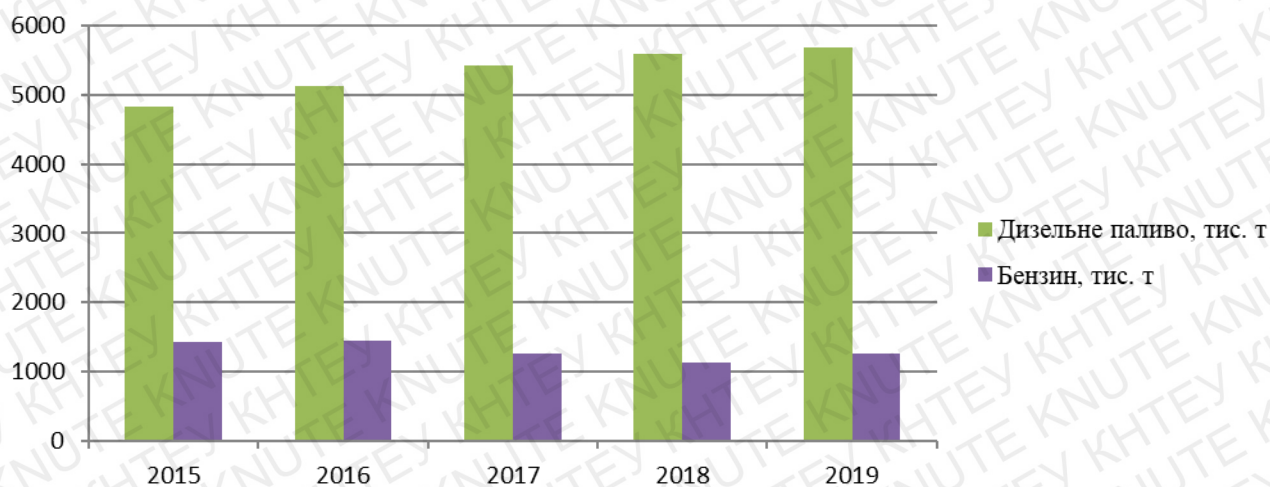


Рис 1.5 Структура імпорту дизельного палива та бензину

Джерело: складено автором на основі[2]

Упродовж останніх років спостерігається істотне зростання обсягів імпорту в Україну дизельного палива. В цілому за 2015 – 2019 рр. імпорт зріс на 17,5% або на 0,846 млн. т. Найбільш істотне зростання дизельного палива відбулося у 2016 р. та 2017 р. (6% та 5,8% відповідно), найменше – у 2019 р. (лише 1,6%). Проте, важливо зазначити, що імпорт бензину має нестабільну динаміку, а якщо брати до уваги період з 2015 р. по 2019 р., то обсяги імпорту суттєво знизились на 12%, що становить 171 тис. т. Відносно ж 2018р. у 2019 р. імпорт бензину зріс на 10%, що становить 0,115 млн. т.

У географічній структурі імпорту нафтопродуктів головним постачальником на український ринок є Білорусь, її частка становить 37% (рис. 1.6). Частка ж Російської Федерації в балансі скоротилась з 33% у 2018 р. до 28% у 2019 р. Зниження поставок зумовлено припиненням з серпня 2019р. роботи трубопроводу «ПрикарпатЗахідтранс», згодом введенням спеціального мита. У результаті імпорт по трубопроводу в 2019 році скоротився на 39% (на 0,953 млн. т), до 1,86 млн т.

Було збільшено поставки з Литви до 8% у загальній структурі у 2019 р. проти 6% у 2018р.

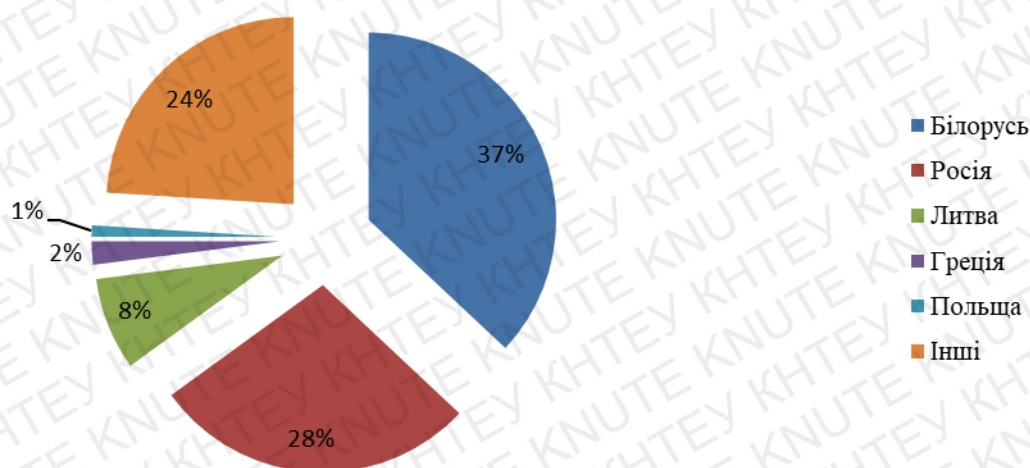


Рис.1.6 Географічна структура імпорту нафтопродуктів

Джерело: складено автором на основі[1]

Однією з найбільших компаній-імпортерів нафтопродуктів на сьогоднішній день є Wexler Group (рис. 1.7), група компаній, яка здійснює свою діяльність на ринку України з 2012 р. та є холдингом, який імпортував у 2019 р. найбільшу кількість світлих нафтопродуктів. Засновником, а також основним акціонером Wexler Group є Петро Белз, до її складу входять ТОВ «Анвітрейд», ТОВ «Ясунь Транс 27», ТОВ «Люнер, Wexler development s.p. z.o.o. та ін. Група компаній надає послуги у сфері продажу на постачання нафтопродуктів на ринок України та має широкий спектр можливостей транспортування своїх активів – перевезення поїздами, автотранспортом, поставки танкерами та транспортування по трубопроводу [5].

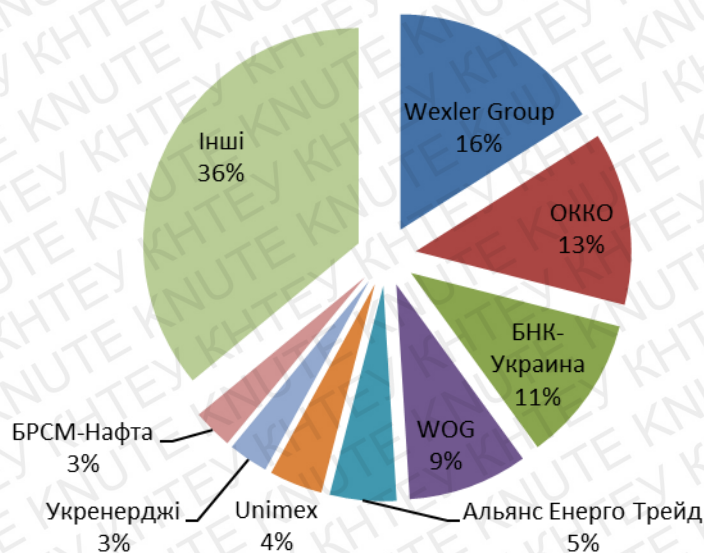


Рис. 1.7 Вітчизняні імпортери нафтопродуктів

Джерело: складено автором на основі[1]

Ще одним важливим представником серед компаній-імпортерів нафтопродуктів є ПАТ «Концерн Галнафтогаз» - провідна українська компанія, основною діяльністю якої є роздрібна реалізація пального та супутніх товарів через мережу заправних комплексів «ОККО». Компанія є одним із лідерів на ринку нафтопродуктів. Діяльність «Концерну Галнафтогаз» представлена в усіх 24 областях України. У мережі «ОККО» діє 10 нафтобаз і 16 стаціонарних та мобільних лабораторій контролю якості нафтопродуктів [6].

Хоча у 2019 р. ТОВ «БНК-Україна» значно скоротило обсяги поставок нафтопродуктів в Україну з-за кордону, компанія продовжує займати лідируючі позиції серед вітчизняних компаній-імпортерів. Основним напрямком діяльності компанії є імпорт і реалізація нафтопродуктів (оптимізація і розширення географії поставок нафтопродуктів білоруського виробництва). Метою створення ТОВ «БНК-УКРАЇНА» є організація оптової торгівлі нафтопродуктами на українському ринку, встановлення тісних торговельних контактів з найбільшими компаніями та основними незалежними операторами в області торгівлі нафтопродуктами в Україні [7].

Велику частку нафтопродуктів в Україну також імпортує ТОВ «Альянс Енерго Трейд», яке має багаторічний досвід роботи на вітчизняному ринку. З компанією співпрацює понад 1000 постійних клієнтів. В їх число входять: компанії аграрного сектора (агрохолдинги, дрібні і середні фермерські господарства, елеватори, зернові термінали та ін.), підприємства дорожнього будівництва, промислові підприємства (металургійні, гірничодобувні, підприємства енергетичного сектора та ін.), мережі АЗС і транспортні компанії. Варто зазначити, що компанія є одним з лідерів у імпорті темних нафтопродуктів [8].

Найбільшими іноземними компаніями-виробниками нафтопродуктів, які постачається на ринок України є [1]:

- Мозирський НПЗ, Новополоцький НПЗ (Білорусь);
- «Роснефть» (Російська Федерація);
- «Orlen Lietuva» (Литва);
- «Hellenic Petroleum» (Греція);
- «PKN Orlen» (Польща);
- «MOL Group» (Угорщина) та ін.

У структурі імпорту дизельного палива найбільшим джерелом постачання в Україні залишається Російська Федерація, при цьому її частка в балансі скоротилася з 41,5% в 2018 році до 35,7% в 2019 р. Обсяг імпорту російського дизельного палива в 2019 р. зменшився на 7,8% (на 211 тис. т), до 2,5 млн т.

Імпорт з Білорусі в 2019 р. збільшився на 14,8% – до 2,47 млн т, а частка в балансі підвищилася з 33,1% в 2018 році, до 35,4%. Це зростання відбулося завдяки рекордним відвантаженням білоруськими НПЗ в серпні-вересні в обсязі понад 300 тис. т/місяць, які дозволили задовольнити попит на українському ринку після зупинки «ПрикарпатЗахідтранс» [1].

Поставки з Литви в 2019 році збільшилися на 9,4%, до 499 тис. т, а частка литовського палива в балансі ринку виросла до 7,1% [2].

Імпорт морськими шляхами в 2019 р. виріс на 25% (на 0,142 млн. т), до 0,702 млн. т, а його частка в балансі ринку підвищилася до 10%. Це максимальний річний обсяг морських поставок ДП на український ринок за досліджуваний період. Загальну структуру імпорту дизельного палива за постачальниками зображено на рис. 1.8.

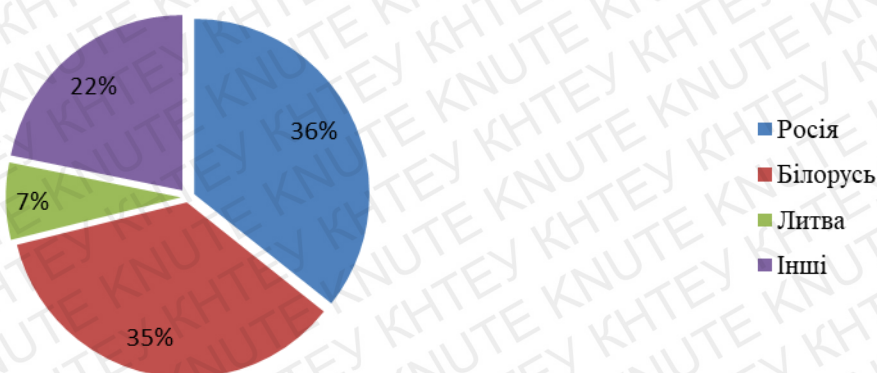


Рис. 1.8 Географічна структура імпорту дизельного палива

Джерело: складено автором на основі [2]

Аналіз вітчизняного ринку нафтопродуктів показав, що ситуація, яка склалася на сьогоднішній день не дає змоги державі (підприємствам, що займаються власним виробництвом та переробкою) повністю розкрити свій потенціал. Велика частина недіючих нафтовидобувних заводів стає причиною низького забезпечення потреб країни в нафтопродуктах лише на 20% (у 2019 р. в Україні було спожито 10,87 млн. тонн нафтопродуктів, видобуто ж – 2,132 млн. т. нафти).

Основними складовими формування пропозиції на вітчизняному ринку нафтопродуктів, згідно проведеного аналізу, залишаються імпорт та власне виробництво нафтопродуктів. При цьому необхідно зазначити, що за останні роки значимість власного виробництва є порівняно низькою: 22% проти частки імпорту 78%, а вітчизняне виробництво нафтопродуктів на сьогоднішній день представляють Кременчуцький НПЗ «Укртатнафта» та Шебелинський ГПЗ «Укргазвидобування».

Географічну структуру імпорту нафтопродуктів в Україну представляють Білорусь, Російська Федерація, Литва, Греція, Польща та ін., а найбільшими іноземними компаніями-виробниками нафтопродуктів, які постачається на ринок України є Мозирський НПЗ, Новополоцький НПЗ (Білорусь), «Роснефть» (Російська Федерація), «Orlen Lietuva» (Литва), «Hellenic Petroleum» (Греція), «PKN Orlen» (Польща) «MOL Group» (Угорщина) та ін.

Найбільшими компаніями-імпортерами нафтопродуктів на сьогоднішній день є «Wexler Group», ПАТ «Концерн Галнафтогаз», ТОВ «БНК-Україна» та ТОВ «Альянс Енерго Трейд».

1.2. Методологічні підходи до управління якістю дизельного палива

Зважаючи на стрімку тенденцію до щорічного зростання кількості спожитих нафтопродуктів в Україні на сьогоднішній день все більше і більше зростає важливість паливно-енергетичного комплексу в цілому та галузі нафтопродуктів зокрема для вітчизняної економіки. З року в рік нафтогазова галузь створює робочі місця, наповнює бюджет країни, об'єднує в собі діяльність з розвідування і видобутку, переробки і виробництва, зберігання і транспортування, передачі і розподілу, торгівлі і збуту палива, та в певній мірі забезпечує нормальну діяльність багатьох інших секторів економіки.

Забезпечення якості є першочерговим завданням в умовах ринкової економіки, в якій відбуваються кардинальні зміни. Саме за допомогою сучасних методів управління якістю компанії домоглися лідируючих позицій на різних

ринках. Сьогодні управління якістю включає не тільки якість товарів, послуг, процесів, скільки якість управління в цілому. Термін "якість" протягом багатьох років використовувався для характеристики властивостей продукту. Ці вимоги включають комплексних вимоги клієнтів, а не просто специфікацію товару або послуги [9].

Головною метою управління якістю є повне задоволення узгоджених вимог і інтересів клієнтів та інших зацікавлених сторін із найменшими загальними витратами для компанії [10].

Основою сучасного управління якістю є міжнародні стандарти ISO 9000 та ISO 9001. Ці стандарти дають змогу використовуватись за основу під час управління якістю дизельного палива на всіх етапах доведення його до споживача – від виробництва, зберігання та транспортування до безпосередньої реалізації [11].

Міжнародний стандарт ISO 9000:2015 базується на 7 головних принципів управління якістю [12]:

- 1) орієнтація на замовника;
- 2) лідерство;
- 3) задіяність персоналу;
- 4) процесний підхід;
- 5) поліпшення;
- 6) прийняття рішень на основі фактів;
- 7) керування взаємовідносинами.

Принцип «орієнтація на замовника» говорить про те, що успіх компанії залежить від розуміння та задоволення потреб і очікувань потенційного споживача та від усвідомлення та врахування потреб і очікувань зацікавлених сторін. Оскільки підприємства з реалізації світлич нафтопродуктів як частина економічної системи є повністю залежними від своїх споживачів, вони мають виконувати вимоги та відповідати очікуванням споживачів і зацікавлених сторін. Саме тому підприємству на початковому етапі необхідно точно в'яснити, хто

саме є цільовим споживачем дизельного палива та які основні вимоги до продукту він висовує.

Сутність принципу «лідерство» полягає в тому, що керівник забезпечує безперербійне управління життєдіяльністю підприємства, встановлює мету та напрямки його діяльності, а також має створити такі умови, за яких працівники зможуть досягнути цієї мети.

Принцип «задіяність персоналу» означає, що всі співробітники, незалежно від посади, складають основу кожного підприємства, тому їх повне залучення дає змогу використовувати їхні компетенції з найвищою ефективністю.

Принцип «процесного підходу» означає, що бажаний позитивний результат діяльності можна досягнути за умови сприймання та розуміння процесів організації як взаємопов'язаної цілісної системи.

Принцип «поліпшення» говорить про те, що успішне підприємство має постійно дбати про покращення.

Принцип «прийняття рішень на основі фактів». Це означає, що прийняття рішень в певному сенсі являє собою певний ризик через неоднозначність явищ та процесів, що відбуваються на підприємстві дизельного палива, тому важливо розуміти можливі непередбачені наслідки. Аналізування фактичних даних та доказів забезпечує кращу об'єктивність і впевненість у прийнятті рішень.

Принцип «керування взаємовідносинами» полягає в тому, що для успішної діяльності підприємства важливо мати добре налагоджені зв'язки з постачальниками та іншими партнерами.

Досліджуючи підприємство торгівлі дизельним паливом доцільно детальніше розглянути системний підхід. Проаналізувавши інформацію, наведену в ISO 9001:2018 [13], можна зробити висновок, що для загального покращення дієвості підприємства необхідно управляти діяльністю підприємства як єдиною системою із взаємопов'язаними процесами [14].

Керування процесами та системою в цілому може бути досягнуто використанням циклу PDCA [12].

Коротко цикл PDCA можна описати наступним чином:

- *plan – плануй*: необхідно вивчити зовнішнє середовище підприємства, встановити його цілі та напрямки і можливості розвитку;
- *do – виконуй*: безпосередньо виконання запланованих робіт;
- *check – перевіряй*: вивчення інформації та моніторинг результатів, що було досягнуто в процесі виконання робіт, які було раніше заплановано; виявлення недоліків та їх причин;
- *act – дій*: вжиття заходів для усунення недоліків у разі їх попереднього виявлення та можливі зміни в плануванні.

Оскільки в процесі доведення дизельного палива до споживача, виконується складна робота, яка включає в себе багато взаємопов'язаних процесів, важливо забезпечити правильне комплексне управління якістю даного продукту на всіх етапах [15].

На стадії виробництва (на нафтопереробних заводах (НПЗ)) мають контролюватись всі показники якості, зазначені в ДСТУ та Технічному Регламенті.

На стадії просування товару, тобто на нафтобазах або на підприємствах-посередниках, візуально контролюють такі показники, як маса, густина, вміст механічних домішок і води. Зазвичай саме на цій стадії здійснюється транспортування та зберігання дизельного палива згідно з ДСТУ 4454:2005 Нафта і нафтопродукти. Також важливе дотримання Правил, властивих для окремих видів транспорту, вимог щодо пожежної безпеки.

На стадії реалізації, тобто на АЗС, також контролюють масу, густина, вміст механічних домішок і води візуально. Згідно Технічного Регламенту під час реалізації (оптового продажу) палива продавець має надати споживачу за вимогою копію декларації про відповідність, позначення палив має знаходитись у вільному доступі для споживача (на паливно-розподільчому обладнанні), а також зазначено в розрахункових документах. На вимогу покупця, йому має бути надано копію документа про якість (паспорт якості), який повинна окремо мати кожна партія товару, що підлягає реалізації, що і забезпечує довіру споживача до підприємства.

Отже, ефективна дієвість підприємства з реалізації дизельного палива можлива за умови визначення та запровадження методологічних підходів до управління якістю. Важливо дотримуватись принципів управління якістю, а особливо принципу системного підходу, оскільки реалізація дизельного палива представляє собою складну систему, яка складається з багатьох процесів, які лише за умови взаємопов'язаності між собою призведуть до ефективного результату діяльності.

РОЗДІЛ 2

УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТОМ ТА ЯКІСТЮ ДИЗЕЛЬНОГО ПАЛИВА

2.1. Організація, об'єкт та методи дослідження

Експериментальна частина випускної кваліфікаційної роботи проводилась у лабораторії ПП «АМІК Україна».

З метою систематизування послідовності теоретичних та експериментальних досліджень було розроблено план проведення досліджень (рис. 2.1). Робота проводилася в три основні етапи:

- 1 етап – теоретичний (сформульовано мету та завдання дослідження, проаналізовано інформації про об'єкт дослідження, проаналізовано ринок нафтопродуктів)
- 2 етап – експериментальний (проаналізовано асортимент дизельного палива, спираючись на діючі нормативні документи, Технічний регламент та стандарти, проведено товарознавчу оцінку якості дизельного палива, оцінку маркування, фізико-хімічних показників якості дизельного палива, проаналізовано вимоги щодо безпеки відносно досліджуваного об'єкта; досліджено конкурентоспроможність);
- 3 етап – узагальнення (сформульовано пропозиції щодо удосконалення асортименту та підвищення конкурентоспроможності дизельного палива).

Для дослідження показників якості дизельного палива було застосовано фізико-хімічний метод.

Оцінку маркування та пакування проведено на відповідність вимогам ДСТУ 7688:2015 «Паливо дизельне євро. ТУ» [16] та ДСТУ 4454:2005 «Нафта і нафтопродукти. Маркування, пакування, транспортування та зберігання» [17].

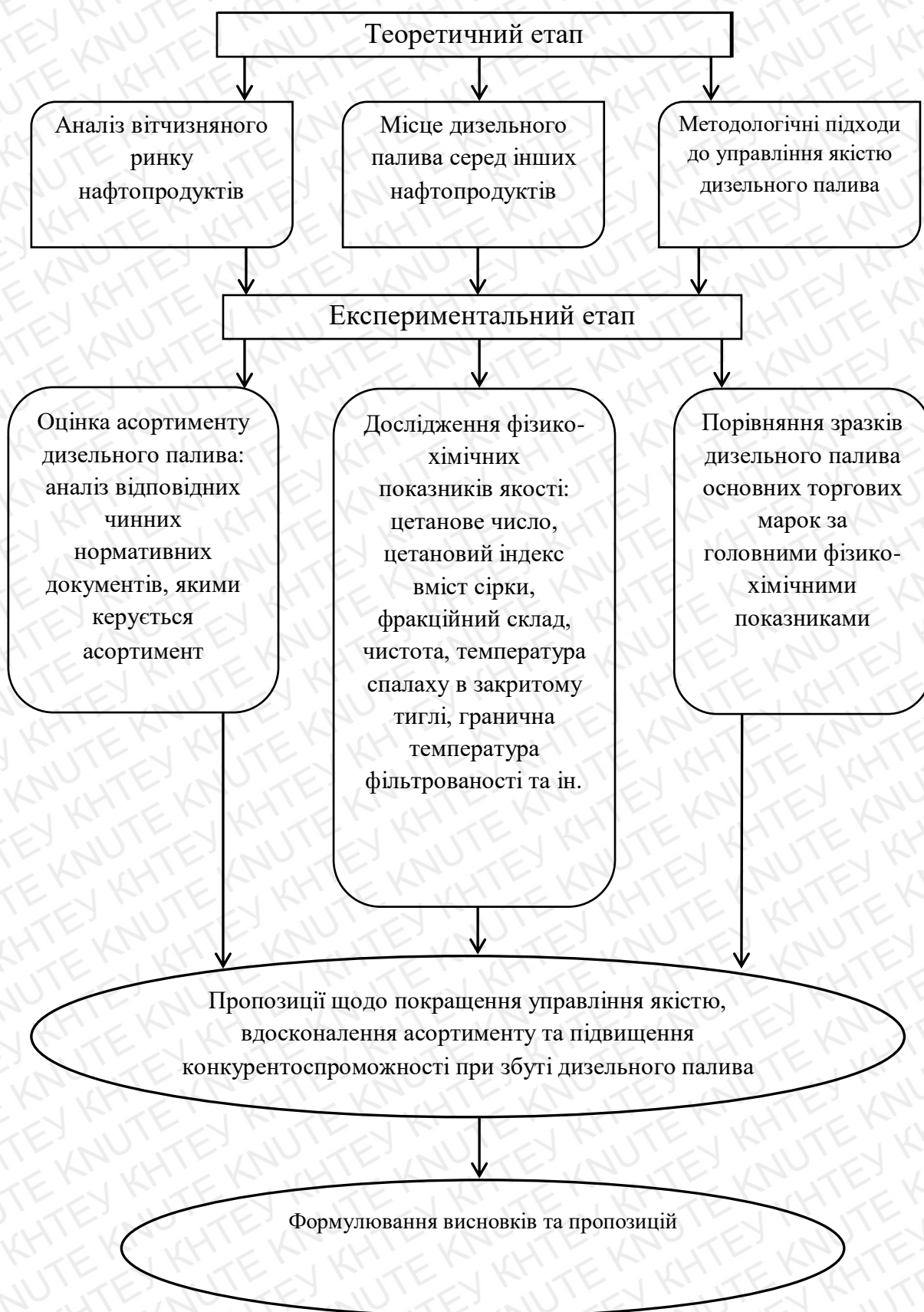


Рис. 2.1 Схема проведення досліджень

Оцінка асортименту дизельного палива здійснювалась за допомогою аналізу вимог чинних нормативних документів.

Дослідження фізико-хімічних показників якості проводилось у відповідності до вимог ДСТУ 7688:2015 «Паливо дизельне Євро. Технічні умови», серед яких основними показниками є: цетанове число, цетановий індекс вміст сірки, фракційний склад, чистота, температура спалаху в закритому тиглі, гранична температура фільтрованості та ін. [16].

При опрацюванні експериментальних даних бралися результати проведених досліджень, Повторюваність дослідів – п'ятикратна. Математично-статистична обробка одержаних експериментальних результатів виконувалась із використанням комп'ютерної програми MS Excel, спеціалізованих статистичних пакетів Statistica, SPSS. Для оцінки достовірності отриманих результатів визначали достовірність відхилення (p), величина якого не перевищує 0,05, тобто показник точності (P) становить більше 0,95.

2.2. Оцінка асортименту дизельного палива

Виробниками вітчизняного дизельного палива є Кременчуцький НПЗ і Шебелинський ГПЗ. Імпорт дизельного палива для продажу на українському ринку здійснюється, в основному, з Білорусі, Польщі, Росії, Литви, а також частково з Румунії, Болгарії.

Асортимент дизельного палива, представленого для продажу на ринку України, головним чином, визначається відповідно до вимог ДСТУ 7688:2015 «Дизельне паливо Євро. Технічні умови» [16].

Дизельне паливо (ДП), на відміну від бензину має суттєвий недолік – відносно обмежена сировинна база. ДП виробляється переважно прямою перегонкою й каталітичним крекінгом із подальшим очищенням. При цьому способом прямої перегонки вихід бензину становить 10-15 %, дизельного палива – 10-20 %; каталітичним крекінгом – бензину 40-50 %, дизельного палива – 10-15 % від кількості переробленої нафти. Крім того, бензин виробляється не лише з нафти, а й із газів, вугілля, важких нафтопродуктів, а також дизельного палива.

Використання автомобілями, сільськогосподарською технікою та будівельними, дорожніми машинами дизельного палива також призводить до його дефіциту [15].

Дизельне паливо має відповідати таким вимогам [16]:

- мати оптимальну щільність, поверхнєве натягнення, випаровуваність і самозаймистість;
- зберігати текучість при низьких температурах;
- бути хімічно і фізично стабільними;
- мати мінімальну корозійну дію;
- не містити води і механічних домішок, сірчаних з'єднань, водорозчинних кислот і лугів;
- мати тонке розпилювання та хороше сумішоутворення й згорання;
- повне згорання без утворення диму, щоб двигун легко запускався й м'яко працював;
- якнайменше утворення нагару на клапанах, кільцях, поршнях і відкладень у зоні розпилювачів форсунки й у камері згорання.

Відповідно до ДСТУ 7688:2015 на ринку нашої країни представлено наступні марки дизельного палива [16]:

- Л — літнє, що використовується за температури повітря не нижче 5°C;
- З — зимове, що використовується за температури повітря від 5 °C до мінус 20 °C;
- Арк — арктичне, що використовується за температури повітря нижче ніж мінус 20 °C.

За рівнем екологічної безпеки визначено наступні екологічні класи дизельного палива [16]:

- Євро3,
- Євро4,
- Євро5.

Асортимент дизельного палива обмежується також вмістом метилових/етилових естерів жирних кислот, згідно з цим показником, воно може бути поділено на [16]:

- B0 (у разі відсутності);
- B5 (не більше 5%);
- B7 (не більше 7%).

Асортимент дизельних палив має відповідати нормам та вимогам, наведеним у табл. 2.2.

Таблиця 2.2

Вимоги до фізико-хімічних показників дизельного палива

Назва показника	Значення норм за екологічним класом		
	Євро3	Євро4	Євро5
Вміст сірки	не більше 350 мг/кг	не більше 50 мг/кг	не більше 10 мг/кг
Температура спалаху в закритому тиглі	не нижче 40°C	не нижче 55°C	не нижче 55°C
Фракційний склад - 95 відсотків об'ємних переганяється при температурі	не вище 360	не вище 360	не вище 360
Масова частка поліциклічних ароматичних вуглеводнів	не більше 11%	не більше 11%	не більше 8%

Продовження табл. 2.2

Цетанове число: дизельного палива літнього	не менше 51	не менше 51	не менше 51
дизельного палива зимового	не менше 49	не менше 49	не менше 49
дизельного палива арктичного	не менше 48	не менше 48	не менше 48
Гранична температура фільтрованості: дизельного палива літнього	не вище мінус 5°C	не вище мінус 5°C	не вище мінус 5°C
дизельного палива зимового	не вище мінус 20°C	не вище мінус 20°C	не вище мінус 20°C
дизельного арктичного палива	не вище мінус 30°C	не вище мінус 30°C	не вище мінус 30°C
Змащувальна здатність (діаметр плями зносу при температурі 60°C)	не більше 460 мкм	не більше 460 мкм	не більше 460 мкм
Об'ємна частка метилових/етилових естерів жирних кислот: для дизельних палив B0	0%	0%	0%
для дизельних палив B5	не більше 5%	не більше 5%	не більше 5%
для дизельних палив B7	понад 5% та не більше 7%	понад 5% та не більше 7%	понад 5% та не більше 7%

Джерело: побудовано автором на основі [16]

Що стосується зарубіжного асортименту дизельних палив, він обмежений Європейським стандартом EN 590, що діє в країнах ЄС з 1996 р. За цим стандартом передбачено випуск дизельних палив для різних кліматичних регіонів.

Для районів з помірним кліматом, згідно зі стандартом EN 590, виробляють шість марок дизельного палива: А, В, С, Д, Е і F з граничною температурою фільтрування, відповідно 5° С; 0° С; -5° С; -10° С; -15° С і -20° С.

Приклад позначення дизельного палива літнього екологічного класу Євро5 із вмістом метилових/етилових естерів жирних кислот не більше 5 %: «Паливо дизельне ДП-Л-Євро5-В5 згідно з ДСТУ 7688:2015». Позначення палива, окрім цього, також може містити торгову марку (товарний знак) виробника. Приклад позначки дизельного палива торгової марки «ХХХ» зимового екологічного класу Євро4 з об'ємною часткою метилових/етилових естерів жирних кислот понад 5 % та не більше ніж 7 %: «Паливо дизельне ХХХ-ДП-З – Євро4-В7 згідно з ДСТУ 7688:2015».

Отже, для детального опису асортименту дизельних палив застосовується наступне умовне позначення дизельного палива:

- літери ДП (позначення дизельного палива);
- літерне позначення марки (Л, З, Арк);
- символ екологічного класу (Євро3, Євро4, Євро5);
- символ визначення вмісту (об'ємної частки) метилових/етилових естерів жирних кислот (В0 - у разі їх відсутності; В5 - не більше ніж 5 %; В7 - понад 5 % та не більше ніж 7 %).

2.3. Системний підхід до управління якістю дизельного палива

На сьогоднішній день успіх підприємства, беззаперечно, залежить від виваженої політики їх керівництва. Ринкова економіка створює для підприємств досить жорсткі умови конкурентної боротьби, в якій для перемоги потрібно мати продукцію, яка за якісними характеристиками буде переважати продукцію конкурента. В таких умовах управління якістю стало одним із головних аспектів управління підприємством загалом. Для задоволення попиту споживача,

налагодження запланованого випуску продукції у визначені строки, зниження її собівартості, визначення допустимої для покупця ціни, яка б могла відшкодувати витрати виробників, сприяючи отриманню максимального прибутку, потрібно досягти відповідного рівня якості продукції, підтримувати і завжди працювати над його підвищенням [9].

Основними показниками, що визначають рівень конкурентоспроможності є ціна та якість продукції [18]. Саме тому було проведено товарознавчі дослідження – проаналізовано рівень якості дизельного палива 5 зразків різних торгових марок (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Найменування показника	Норма за технічним регламентом [19]	Норма за нормативним документом [16]	Зразок 1 ТМ Amic	Зразок 2 ТМ WOG	Зразок 3 ТМ ОККО	Зразок 4 ТМ БРСМ- Нафта	Зразок 5 ТМ UPG
Цетанове число	не менше 49	не менше 49	51,1	52,0	51,2	51,5	51,8
Цетановий індекс	не менше 46	не менше 46	54,3	54,1	53,6	54,1	53,6
Густина за температури 15°C, кг/м ³		в межах 800-845	826,6	826,5	828,1	826,0	831,0
Вміст сірки, мг/кг	не більше 10	не більше 10	5,7	5,7	8,0	8,0	7,0
Температура спалаху в закритому тиглі, °C	не нижче 55	не нижче 55	67	67	67	58	63,5
Корозія мідної пластинки, клас, мм.кв/с		не більше 1	1	1	1	1	1

Продовження табл. 2.3

Кінематична в'язкість за t 40°C		в межах 2-4,5	2,571	2,72	2,63	2,71	2,742
Фракційний склад: 95% переганяються за температури, °C	не більше 360	не вище 360	356,2	357,0	357,6	356,8	352
Об'ємна частка метилових/етилових естерів жирних кислот, % об	не більше ніж 0	не більше ніж 0	0	0	0	0	0
Гранична температура фільтрованості	не вище 5	не вище 5	-9	-11	-7	-4	-6

Джерело: складено автором на основі досліджень та [19], [16]

Одна з найважливіших якостей дизельного палива - це його здатність до займистості і самозаймистості, яка виражається цетановим числом. Ця характеристика вимірюється часом затримки від надходження палива в циліндр двигуна до початку його горіння. Чим вище цетанове число палива, тим коротший період займання, і тим легше запускається двигун. Крім того, високе цетанове число прискорює роботу двигуна і значно збільшує його потужність. Визначення цетанового числа проводилось згідно ДСТУ ISO 5165:2013 «Нафтопродукти. Визначення характеристики спалахування дизельних палив. Метод цетанового числа на двигуні»[20] за допомогою портативного приладу-аналізатора дизельного палива «MINISCAN IRXpert». Відповідно до ДСТУ 7688:2015 [16] та Технічного регламенту [19] воно має дорівнювати числу не менше, ніж 49 одиниць. Як показало, проведене дослідження найвищий значення цетанового числа має зразок №2 ТМ WOG (52 од.), це свідчить про те, що він має коротший період займання, а тому легше запускається двигун.

Цетановий індекс використовують для оцінки цетанового числа дизельних палив за відсутності моторного методу випробовування для безпосереднього визначення цього показника або коли кількість проби недостатня для моторної оцінки. У випадках, коли цетанове число було визначено раніше, цетановий індекс можна використати для перевірки цетанового числа наступних проб цього палива за умови, що походження палива та спосіб його виробництва залишилися незмінними. Метод контролювання: ДСТУ ISO 4264:2009 «Нафтопродукти. Розраховування цетанового індексу середньодистилатних палив за рівнянням з чотирма змінними величинами» [21]. Згідно нормативних документів значення цього показника має бути не менше 46 од. Найкращий результат має контрольний зразок №1 ТМ Amic (54,3 од.).

Густину за температури 15°C було визначено згідно ДСТУ 31072:2006 «Нафта і нафтопродукти. Метод визначення густини, відносної густини та густини в градусах API ареометром» [22]. Відповідно до нормативних документів значення цього показника має знаходитись в межах 800-845 кг/м³. Всі досліджені зразки відповідають нормі.

За кількістю сірки, що містить дизельне паливо, його так, як і бензин, класифіковано за екологічними класами – Євро3, Євро4, Євро5. Згідно з нормативними документами, в дизельному паливі, що відповідає стандарту Євро5 сірки має бути не більше 10 мг/кг (ppm). Як показує практика, якщо сірки набагато менше, дизельне паливо можна вважати неякісним, оскільки цей компонент використовується для зниження зносу вузлів двигуна, а також їх мастила; а підвищений вміст сірки в дизельному паливі призводить до зменшення терміну служби моторного масла та запчастин, оскільки відбувається збільшення відкладень і нагару. Вміст сірки визначено згідно ДСТУ ISO 20847:2009 «Нафтопродукти. Визначення вмісту сірки в автомобільному пальному методом рентгено-флуоресцентної спектроскопії з дисперсією за енергіями» [23]. Найменшу кількість сірки містять зразки №1 та №2 (ТМ Amic та ТМ WOG відповідно) – 5,7 мг/кг, а найбільшу – зразки №3 та №4 (ТМ ОККО – 8,0 мг/кг та ТМ БРСМ-Нафта – 8,0 мг/кг відповідно), що свідчить про те, що вони

теж знаходяться в межах норми, але можуть швидше спровокувати зменшення терміну служби моторного масла та запчастин.

Корозійну дію на мідну пластинку визначено згідно ДСТУ EN ISO 2160:2012 «Нафтопродукти. Метод визначення корозійної дії на мідну пластинку» [24]. Суть методу полягає у витримці мідної пластинки у дизельному паливі при підвищеній температурі і подальшій фіксації зміни її кольору, що і характеризує корозійний вплив палива. Всі зразки відповідають нормативному класу 1.

В'язкість дизельного палива залежить від температури. При високій в'язкості струмінь не розтікається на дрібні краплі, а виходить суцільним потоком, в результаті чого ускладнюється подача палива. При низькій в'язкості б'є слабкий струмінь, що погіршує горіння та знижує потужність двигуна. Кінематичну в'язкість за температури 40°C визначено згідно ДСТУ ГОСТ 33-2003 «Нафтопродукти. Прозорі і непрозорі рідини. Визначення кінематичної в'язкості і розрахунок динамічної в'язкості» [25]. Результат проведеного дослідження показав, що всі представлені зразки відповідають значенню в межах 2-4,5 мм. кв/с.

Фракційний склад дизельного палива має великий вплив на його експлуатаційні характеристики. Чим менший інтервал температур, в якому википає паливо, тим кращим є процес його згорання в двигуні. Велика кількість легких фракцій підвищує тиск згорання, що може привести до стуків в циліндрах і жорсткої роботи двигуна. Велика кількість важких фракцій може привести до неповного згорання палива, що спричиняє підвищене димлення і утворення нагару. Фракційний склад визначено згідно ГОСТ 2177-99. «Нафтопродукти. Методи визначення фракційного складу» [26] і з'ясовано, що всі зразки відповідають встановленим вимогам, а зразок №5 ТМ UPG має найнижчий показник 352°C.

Об'ємну частку метилових/(етилових) ефірів жирних кислот визначено відповідно до ДСТУ EN 14078:2009 «Нафтопродукти рідкі. Визначення вмісту метилових естерів жирних кислот у середніх дистилатах методом інфрачервоної спектроскопії» [27]. Згідно ДСТУ 7688:2015 [16] і Технічного регламенту щодо

вимог до автомобільних бензинів, дизельного, суднових та котельних палив [19] норма цього показника має становити не більше ніж 0%, і всі представлені зразки відповідають вимогам.

Гранична температура фільтрованості дизельного палива – це температура, при якій паливо після охолодження в певних умовах здатне ще проходити через фільтр з установленою швидкістю. Гранична температура фільтрованості дизельного палива, як правило, буває нижча за температуру помутніння, але вища за температуру застигання. Згідно нормативних документів цей показник має відповідати для марки Л не вище -5°C , для марки З – не вище -20°C , для марки Арк – не вище -30°C . Граничну температуру фільтрованості визначено відповідно до ДСТУ EN 116:2012 «Палива дизельні та побутові. Метод визначення граничної температури фільтрованості на холодному фільтрі» [28]. В результаті проведеного дослідження, можна зробити висновок, що всі представлені зразки марки Л відповідають заданим вимогам, окрім зразка №4 ТМ БРСМ-Нафта (-4), а найкраще значення мають зразки №1 та №2 (ТМ Amic (-9) та ТМ WOG (-11) відповідно)

Такі показники, як масова частка поліциклічних ароматичних вуглеводнів, коксівність 10%-го залишку, зольність, масова частка води, масова частка механічних домішок та окиснювальна стабільність не було досліджено, оскільки вони вважаються другорядними і в більшості випадків аналізуються згідно паспорту виробника.

Проведене дослідження та порівняння якісних показників зразків дає змогу зробити висновки, що фізико-хімічні показники якості дизельного палива всіх представлених торгових марок знаходяться в межах норми та не мають відхилень відповідно до норм ДСТУ 7688:2015 [16] і Технічного регламенту щодо вимог до автомобільних бензинів, дизельного, суднових та котельних палив [19]. Лише зразок №4 ТМ БРСМ-Нафта має незначне відхилення по одному показнику (гранична температура фільтрованості) – -4°C при нормі не вище -5°C . На основі одержаних результатів комплексних показників якості встановлено, що зразки №1 ТМ Amic та №2 ТМ WOG за 4-ма показникам (цетановий індекс, вміст сірки,

температура спалаху в закритому тиглі та гранична температура фільтрованості) характеризуються вищим рівнем конкурентоздатності.

РОЗДІЛ 3

ОРГАНІЗАЦІЯ ЗБУТУ НАФТОПРОДУКТІВ НА ПП «АМІК УКРАЇНА»

3.1. Аналіз процесу організації збуту нафтопродуктів на підприємстві

Одна з основних цілей підприємства – отримання прибутку, тому збутова діяльність стає ключовим елементом його діяльності, бо є кінцевим етапом, що підсумовує діяльність з планування, безпосереднього виробництва, пошуку партнерів і доведення кінцевої продукції до споживача [29]. Оскільки прибуток підприємства залежить від злагодженої системи збутової діяльності, питання організації збуту має важливе значення при вивченні ефективності підприємства [30]. Беззаперечно, система збуту підприємства не функціонує окремо від інших систем, а тісно взаємопов'язана з ними, тому від її ефективності залежить і ефективність діяльності інших систем підприємства [31].

Сучасні науковці по-різному визначають поняття «збутова діяльність». Деякі прирівнюють її до «розподілу» і «збуту», «товароруху», а інші розглядають її в ширшому розумінні, ототожнюючи з заключною фазою процесу підприємницької діяльності і розкривають це поняття через управління збутовою діяльністю.

Таким чином, одні науковці ототожнюють збут та збутову діяльність і визначають її як сукупність дій, що виконуються з того моменту, як продукт в тій формі, в якій його буде використано, надходить до комерційного підприємства чи кінцевого виробника, й до того моменту, коли споживач купує його [32]. Основна ціль збутової діяльності підприємства, з точки зору інших науковців, полягає в реалізації економічного інтересу виробника (отримання підприємницького прибутку) на основі задоволення платоспроможного попиту споживачів [33].

Збут - це процес, що складається із пов'язаних між собою операцій по плануванню кількості продукції, що підлягає реалізації, залежно від запланованого рівня рентабельності; вибору найбільш доречних постачальників (виробників продукції); ціноутворенню, відповідно до якості продукції, ємності

ринку, попиту; діяльності, що призводять до збільшення попиту і прискорюють збут продукції та підвищують прибутки підприємства [34].

Для ретельного аналізу організації збуту необхідно охарактеризувати ПП «АМІК УКРАЇНА».

Підприємство з іноземними інвестиціями “АМІК УКРАЇНА” створене та здійснює операції на основі Статуту [39], зареєстрованого Шевченківською районною державною адміністрацією в м. Києві 16 листопада 1999 р., та станом на 31 грудня 2019 року має одного власника: АМІК ЕНЕРДЖІ МЕНЕДЖМЕНТ ГмбХ (Австрія). Бенефіціарними власниками (контролерами) Підприємства є фізичні особи Гюнтер Майер (Mr. Günter Maier), Австрія, Йоханнес Клезль-Норберг (Mr. Johannes Klezl-Norberg), Австрія, Хайнц Зернетц (Mr. Heinz Sernetz), Австрія, та Гіллен Філіп Ендрю (Mr. Gillen Philip Andrew), Великобританія [38].

Підприємство є правонаступником майна, прав та обов'язків ПП «ЛУКОЙЛ-Україна».

Юридична та фактична адреса Підприємства: м. Київ, вул. Верхній Вал, 68.

Основним видом діяльності ПП "АМІК УКРАЇНА" є 46.71 Оптова торгівля твердим, рідким, газоподібним паливом і подібними продуктами. Інші види діяльності: 19.20 Виробництво продуктів нафтоперероблення, 46.49 Оптова торгівля іншими товарами господарського призначення, 85.32 Професійно-технічна освіта, 47.11 Роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах переважно продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами, 47.19 Інші види роздрібної торгівлі в неспеціалізованих магазинах, 47.25 Роздрібна торгівля напоями в спеціалізованих магазинах, 47.30 Роздрібна торгівля пальним, 49.41 Вантажний автомобільний транспорт, 49.42 Надання послуг перевезення речей (переїзду), 52.10 Складське господарство, 69.10 Діяльність у сфері права, 69.20 Діяльність у сфері бухгалтерського обліку й аудиту; консультування з питань оподаткування, 73.20 Дослідження кон'юнктури ринку та виявлення громадської думки [38].

Основний асортимент продукції становлять світлі нафтопродукти, а саме: дизельне паливо марок ДТ-Л-К5, Сорт С та ДТ-З-К5, Сорт F, бензини

неетильованих марок АИ-92-К5-Евро, АИ-95-К5-Евро, АИ-98-К5-Евро, газ вуглеводний зріджений СПБТ [38].

Місією підприємства є надання українським водіям доступ до якісного європейського палива [38].

Впродовж 2019 року середня кількість працівників складала 2 117 осіб, в той час як у 2018 р. - 2 228 осіб.

Основною групою споживачів товарів підприємства є власники автотранспортних засобів.

Організаційна схема ПП «АМІК УКРАЇНА» виглядає наступним чином (рис. 3.1):



Рис. 3.1. Організаційна схема підприємства

Джерело: внутрішня документація ПП «АМІК УКРАЇНА» [40]

ПП «АМІК УКРАЇНА», як підприємство роздрібної, дрібнооптової та оптової торгівлі, є частиною ланцюга постачання нафтопродуктів та супутніх товарів від виробників до кінцевого споживача.

Вибір постачальників робиться на основі аналізу економічних, цінових, технічних параметрів нафтопродуктів виходячи з попиту на ринку [41]. Основними параметрами для вибору постачальників є:

- якість і ціна нафтопродуктів, що поставляються;

- система знижок для постійних покупців;
- репутація і стаж роботи на ринку нафтопродуктів;
- умови розрахунків (передплата або відстрочення платежу).

За результатами проведеного аналізу оптових постачальників підприємство закуповує нафтопродукти у ТОВ «БНК-Україна», яке постачає продукцію виробництва Мозирського [42] та Новополоцького НПЗ [43] (республіка Білорусь), а також напряму у ВАТ «Мозирський НПЗ» [42], ВАТ «Нафтан» [43], РУП «ПО» Белоруснефть» [44], ПАТ «Укртатнафта» [4], ORLEN Lietuva [45] (Мажейкяйський НПЗ) та ін.

Основними споживачами світлих нафтопродуктів є дрібні підприємства та фізичні особи-підприємці, на які поширюється оптова торгівля, та власна мережа АЗК під брендом «Amic» чисельністю 226 об'єктів [38]. Карту розташування АЗК наведено в додатку А.

Структурну схему ланцюга постачання світлих нафтопродуктів ПП «АМІК УКРАЇНА» наведено на рис 3.2, згідно якого можна побачити, що фокусним підприємством, відносно якого розглядається ланцюг постачання є ПП «АМІК УКРАЇНА».

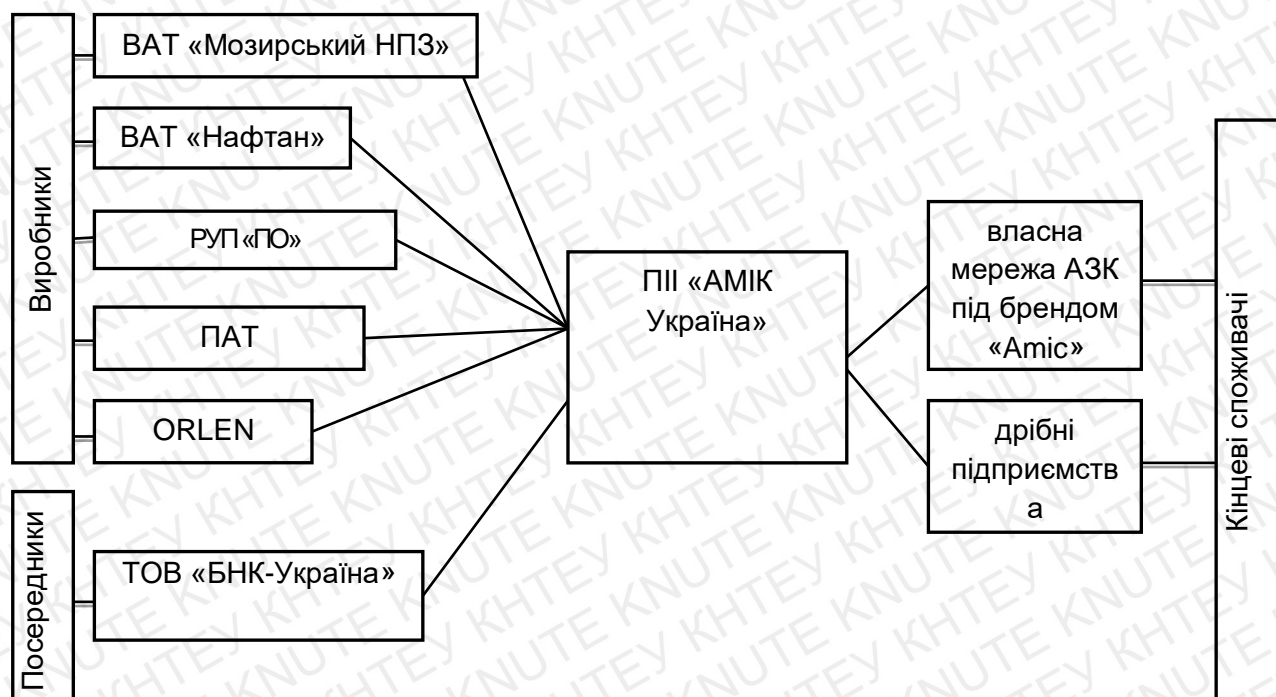


Рис. 3.2 Структурна схема ланцюга постачання

Джерело: складено автором на основі внутрішньої документації підприємства

Збутова діяльність будь-якого підприємства представляє собою складний процес, основними елементами якого є [46]:

- транспортування продукції – її фізичне переміщення від виробника до споживача;
- доробка продукції – підбір, сортування, складання готового виробу і інше, що підвищує ступінь доступності і готовності продукції до споживання;
- зберігання продукції – організація створення і підтримання необхідних її запасів;
- контакти з споживачами – дії, що направлені на фізичну передачу товару, оформлення замовлень, організацію платіжно-розрахункових операцій, юридичне оформлення передачі прав власності на товар, інформування споживача про товар і фірму, а також збір інформації про ринок.

Тому підприємство має в своєму розпорядженні 3 нафтобази та 2 ГНС для зберігання, контролю за якістю, сортування продукції; власний автопарк, що складається з бензовозів та заключений договір зі сторонньою фірмою стосовно перевезення вантажів; 226 АЗС для безпосередньої реалізації продукції та відділ маркетингу та збуту, який складається з 3 головних менеджерів зі збуту та 2 головних логістів.

Всю збутову діяльність ПП «АМІК УКРАЇНА» можна розділити на два напрямки:

- реалізація нафтопродуктів роздрібним споживачам (через мережу власних АЗС під брендом «Amic»);
- реалізація нафтопродуктів оптовим споживачам, що здійснюється, як правило, безпосередньо з місць зберігання.

Найменший прибуток на одиницю об'єму реалізованих нафтопродуктів забезпечує оптовий продаж, так як націнка в цьому випадку мінімальна в порівнянні з роздрібною реалізацією. Тому підприємство робить акцент на розвиток власної мережі автозаправних станцій. Але повністю виключити у своїй збутової діяльності оптову торгівлю неможливо, оскільки на ринку завжди будуть присутні досить великі оптові споживачі нафтопродуктів, наприклад,

посередницькі фірми - нафтотрейдери, автомобільні та автобусні парки, сільське господарство, портові, і авіаційні підприємства [36].

Основна проблема, з якою стикаються підприємства з реалізації нафтопродуктів, і в тому числі ПП «АМІК УКРАЇНА», при оптовій торгівлі, полягає в тому, що гроші за реалізовану продукцію надходять не відразу, а лише через деякий час. Нерідко споживач не може здійснити оплату точно в установленій договором термін. Для уникнення подібних негативних моментів, на підприємстві є список найбільш надійних і платоспроможних клієнтів. А націнка при реалізації робиться не нижче тієї, яка була рекомендована на поточний звітний період.

Для більшої ефективності та безперебійного функціонування автозаправних станцій, підприємством забезпечується постійний зв'язок працівників (рис. 3.3):

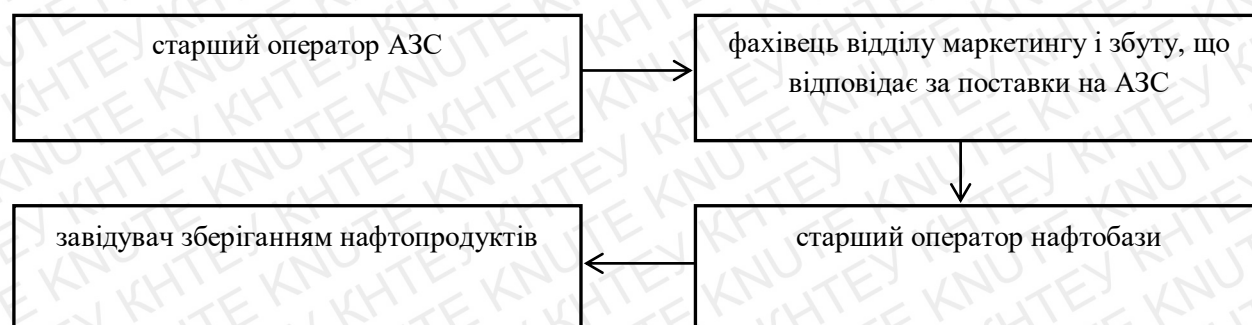


Рис 3.3 Схема зв'язку працівників підприємства для забезпечення безперебійного постачання на АЗС

Роль роздрібного бізнесу для ПП «АМІК УКРАЇНА» полягає в наступному:

- додаткові прибутки: роздрібна реалізація нафтопродуктів в Україні є прибутковим бізнесом, перевершуючи за рентабельністю багато «традиційних» каналів реалізації нафти;
- стабільний збут нафтопродуктів: реалізація нафтопродуктів в роздріб відрізняється високою стабільністю, як з точки зору обсягів, так і з точки зору ціни в порівнянні з, наприклад, оптовою торгівлею;

- повний ланцюг: наявність власної мережі АЗС забезпечує можливість управляти створенням вартості на кожному з етапів діяльності, ефективно перерозподіляючи кошти між ланками і диверсифікуючи ризики;
- брендинг: АЗС є основними носіями бренду компанії, оскільки їх постійно може спостерігати цільовий споживач.

Не зважаючи на високу стабільність реалізації нафтопродуктів через АЗС, для ефективного ведення діяльності необхідно постійно виділяти і моніторити основних конкурентів. Проведений аналіз показав, що такими можна вважати:

- мережа АЗК «ОККО» [6];
- мережа АЗК «WOG» [47];
- мережа АЗК «Shell» [48];
- мережа АЗК «Socar» [49];
- мережа АЗК «UPG» [50].

Важливе значення для збуту підприємства має кількість АЗС та місця їх розташування. Найбільшу кількість АЗС мають ОККО та WOG – 409 та 373 об'єкти відповідно, трохи менше Shell (130 АЗС), а найменшу кількість – Socar та UPG (59 та 65 відповідно). Автозаправні комплекси всіх брендів знаходяться, в основному, в крупних містах України та на найбільших трасах.

Необхідно зазначити, що мережі ОККО [6] та WOG [47] протягом останніх двох років стрімко проводять ребрендинг та запускають велику кількість рекламних кампаній, що, головним чином, позитивно впливає на впізнаваність та рейтинг бренду, і, як наслідок, об'єми збуту.

Основними ж засобами просування бренду Amic на підприємстві на сьогоднішній день є:

- зовнішня реклама (банери, білборди);
- оформлення сайту;
- розміщення в ЗМІ (радіо).

Щоб визначити напрямки удосконалення організації збуту на підприємстві, доцільно проаналізувати витрати на збут, що наведені в табл.3.4.

Витрати на збут протягом 2017-2019 рр.

Витрати	2017	2018	2019
Заробітна плата і нарахування на зарплату	216835	232972	303050
Амортизація	159716	166716	153278
Транспортні витрати	69326	78527	100362
Комунальні послуги	39956	41641	47218
Податки та збори	33621	36219	43647
Заправка повітряних суден	67853	59152	37154
Технічне обслуговування	23635	26138	36062
Банківські послуги	20886	23766	31856
Паливо та матеріали	18994	21759	27454
Забезпечення	20891	21522	26857
Витрати на зберігання	11394	13806	19758
ІТ послуги	5795	5695	11732
Консультаційні та інші послуги	1094	1075	10794
Інші витрати	8947	10203	9238
Охорона	9864	10394	8949
Витрати за короткостроковими та малоцінними договорами оренди	7594	7247	8738
Рекламні послуги	6127	6269	8117
Послуги по використанню інфраструктури аеропорту	3718	3718	3718
Бренди, ліцензії	1495	1548	1381
РАЗОМ	727741	768367	889363

Джерело: витяг з [51]

У 2019 р. витрати на збут зросли на 120996 грн у порівнянні з 2018 р., що становить 15,7%. Найбільшу частину витрат на збут складає заробітна плата і нарахування на зарплату (34,1% у 2019 р., 30,3% у 2018 р. та 29,8% у 2017 р.). Транспортні витрати становлять 11,3% від загальної суми витрат у 2019 р. проти 10,2% у 2018р. та 9,5% у 2017 р. А витрати на рекламні послуги, навпаки, складають малу частку загальних витрат (близько 1% у 2017-2019 рр.).

3.2. Напрямки удосконалення організації збуту нафтопродуктів на ПП «АМІК УКРАЇНА»

Проведений аналіз організації збуту нафтопродуктів на ПП «АМІК УКРАЇНА» показав, що цей процес в загальному налагоджений добре, проте, враховуючи стрімкі зміни особливостей ринку України та розвиток діяльності конкурентів, доцільно виділити декілька напрямків удосконалення збутової діяльності.

Оскільки аналіз свідчить, що головних конкурентів є два, кількість АЗС яких перевищує кількість АЗС ПП «АМІК УКРАЇНА» майже вдвічі, а аналіз витрат на збут свідчить про те, що у 2019 р. загальна сума витрат зросла майже на 16% у порівнянні з попереднім 2018 р., а найбільшу частку становили витрати на заробітну плату і нарахування на зарплату, тому роботу з удосконалення організації збуту потрібно, перш за все, проводити за такими напрямками:

- виведення з експлуатації морально застарілих, що не підлягають модернізації, АЗС;
- стимулювання будівництва АЗС в районних центрах та в селах, через які проходять траси з досить високим завантаженням; модернізація морально застарілих АЗС, які підлягають ремонту та відновленню шляхом направлення коштів, отриманих від здачі в оренду територій, на яких було виведено з експлуатації АЗС;
- будівництво міні-АЗС, контейнерних і модульних АЗС, а також автоматичних АЗС.

У розвинутих країнах Європи саме перехід від звичайних АЗС на автоматичні – ААЗС став відправною точкою до зниження частки витрат на заробітну плату при організації збуту. Автоматичні автозаправні станції можуть бути двох видів:

- «холодні», де немає операторів-касирів, а відпуск палива здійснюється тільки автоматичними паливно-роздавальними терміналами за готівковий або безготівковий розрахунок;

- змішаного типу, де автоматичні для роздачі палива термінали експлуатуються разом з традиційними, де потрібні оператори.

Основною перевагою ААЗС в порівнянні зі звичайними є відсутність витрат на утримання персоналу та деяких експлуатаційних витрат, що дозволяє їм утримувати ціну на паливо нижче, ніж на АЗС, приблизно, на 5%. У той же час, автоматичний паливно-роздавальний термінал скорочує час заправки автомобіля до 3 хвилин, тож «холодні» ААЗС дають можливість підприємству розраховувати на більші обсяги продажів, ніж при використанні простих АЗС. Перші автоматичні автозаправні станції були побудовані в Фінляндії близько 15 років тому, а в Україні першу таку станцію було збудовано наприкінці 2019 р.

Для реалізації зазначених напрямків удосконалення організації збуту необхідно вирішити ряд питань наукового, технічного та організаційного характеру:

- створити розгалужену мережу АЗС, що відповідатимуть всім сучасним вимогам, з наданням повного спектру послуг для споживача (магазинів, кафе, станцій технічного обслуговування, автомийок, постів діагностики, готелів), розмістити АЗС на територіях районів, раціонально розмістити АЗС в містах та на основних транспортних магістралях з поліпшенням сервісних послуг;
- скоротити частку АЗС, які не відповідають сучасним вимогам за рівнем обслуговування клієнтів;
- модернізувати діючі АЗС, привести їх у відповідність до вимог екологічних, метрологічних норм, оснастити сучасним технологічним обладнанням;
- розробити і створити автоматичні автозаправні станції, що діятимуть без операторів;
- збільшити реалізацію нафтопродуктів, використовуючи систему безготівкових розрахунків із застосуванням електронних і пластикових банківських карт;

- внести зміни в технічні нормативні правові акти з метою зменшення вартості і строків будівництва автозаправних станцій при підвищенні вимог до якості і зовнішнього вигляду;
- постійно вдосконалювати систему контролю якості нафтопродуктів.

Зважаючи на те, що аналіз витрат на збут свідчить про високу частину транспортних витрат, важливо провести удосконалення організації збуту в цьому напрямку, яке може бути реалізовано у двох варіантах:

- 1) укласти договір про зберігання нафтопродуктів на сторонніх нафтобазах, що забезпечить зменшення відстаней доставки до кінцевого споживача;
- 2) вивести з експлуатації власний автопарк та користуватись послугами сторонньої фірми, з якою наразі вже укладено контракт на перевезення, що безпосередньо усуне транспортні витрати, але в той же час позбавить певної незалежності в логістичному плані.

Оскільки така діяльність маркетингу, як реклама та просування, є беззаперечним сталим інструментом для збутової діяльності підприємства, було проаналізовано витрати на збут і встановлено, що вони становлять лише 1% від загальної суми витрат; а дослідження маркетингової діяльності конкурентів показало, що дві мережі АЗС протягом останніх років поступово запроваджують ребрединг та активно проводять рекламну кампанію. Тому виникає потреба виділити ще один напрямок удосконалення організації збуту на ПП «АМІК УКРАЇНА»: запровадження активної рекламної діяльності (використання такого виду ЗМІ, як телебачення), зміна позиціонування себе на ринку, та ребрединг, який не проводився з 2014 р.

Саме такий комплексний підхід до удосконалення організації збуту на ПП «АМІК УКРАЇНА» дасть змогу підприємству покращити ефективність своєї діяльності та збільшити економічні показники.

На основі розглянутого матеріалу можна резюмувати, що збутова діяльність будь-якого підприємства представляє собою складний процес, основними елементами якого є:

- транспортування продукції;
- доробка продукції;
- зберігання продукції;
- контакти з споживачами.

Основним видом діяльності ПП " АМІК УКРАЇНА " є 46.71 Оптова торгівля твердим, рідким, газоподібним паливом і подібними продуктами.

Всю збутову діяльність ПП «АМІК УКРАЇНА» можна розділити на два напрямки:

- реалізація нафтопродуктів роздрібним споживачам (через мережу власних АЗС під брендом «Amic»);
- реалізація нафтопродуктів оптовим споживачам, що здійснюється, як правило, безпосередньо з місць зберігання.

Роль роздрібного бізнесу для ПП «АМІК Україна» полягає в наступному:

- додаткові прибутки;
- стабільний збут нафтопродуктів;
- повний ланцюг;
- брендинг.

Основними ж засобами просування бренду Amic на підприємстві на сьогоднішній день є:

- зовнішня реклама (банери, білборди);
- оформлення сайту;
- розміщення в ЗМІ (радіо).

Проведений аналіз організації збуту нафтопродуктів на ПП «АМІК УКРАЇНА» показав, що цей процес в загальному налагоджений добре, проте, враховуючи стрімкі зміни особливостей ринку України та розвиток діяльності конкурентів, доцільно виділити декілька напрямків удосконалення збутової діяльності:

- виведення з експлуатації морально застарілих, що не підлягають модернізації, АЗС;

- стимулювання будівництва АЗС в районних центрах та в селах, через які проходять траси з досить високим завантаженням; модернізація морально застарілих АЗС, які підлягають ремонту;
- будівництво міні-АЗС, контейнерних і модульних АЗС, а також автоматичних АЗС, які допоможуть скоротити витрати на заробітну плату для персоналу;
- оптимізація витрат на транспортні послуги, що може бути реалізовано за допомогою одного з двох варіантів:
 - 1) укладення договору про зберігання нафтопродуктів на сторонніх нафтобазах, що забезпечить зменшення відстаней доставки до кінцевого споживача;
 - 2) виведення з експлуатації власного автопарку та використання послуг сторонньої фірми, з якою наразі вже укладено контракт про перевезення, що безпосередньо усуне транспортні витрати, але в той же час позбавить певної незалежності в логістичному плані.
- запровадження активної рекламної діяльності (використання такого виду ЗМІ, як телебачення), зміна позиціонування себе на ринку, та ребрединг.

Комплексний підхід до удосконалення організації збуту на ПП «АМІК УКРАЇНА» дасть змогу підприємству покращити ефективність своєї діяльності та збільшити економічні показники.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

1. На основі проведеного аналізу вітчизняного ринку нафтопродуктів встановлено, що основними учасниками його є постачальники, провідні імпортери, транспортувальники, оптові покупці та посередники; у 2019 р. в Україні було спожито 10,87 млн. тонн нафтопродуктів, видобуто – 2,132 млн. т, що свідчить про низьку здатність країни забезпечити свої потреби, а тому і частка власного виробництва становить 22% проти частки імпорту 78%. Також було визначено, що в продуктивній структурі найбільшу частку займає дизельне паливо; головними постачальниками нафтопродуктів на український ринок є Білорусь – 37%, Російська Федерація – 28%, Литва – 8% та ін.

2. На основі аналізу методологічних підходів до управління якістю дизельного палива встановлено, що ефективна діяльність підприємства з реалізації дизельного палива можлива за умови визначення та запровадження ціленаправленого управління якістю. Важливо дотримуватись принципів управління якістю, а особливо принципу системного підходу, оскільки реалізація дизельного палива представляє собою складну систему, що складається з багатьох процесів, які лише за умови взаємопов'язаності між собою призведуть до ефективного результату діяльності.

3. На основі проведеної оцінки асортименту дизельного палива на українському ринку встановлено, що основними класифікаційними ознаками є марки, рівень екологічної безпеки, вміст метилових/етилових естерів жирних кислот. Асортимент дизельних палив має відповідати нормам та вимогам, наведеним у ДСТУ 7688:2015 «Паливо дизельне євро. Технічні умови».

4. Базуючись на результатах аналізу системного підходу до управління якістю дизельного палива встановлено, що дана діяльність має включати комплексне покращення усіх виробничих процесів на основі загальновизначених принципів і циклу PDCA.

5. На основі проведення товарознавчої оцінки рівня якості 5 зразків дизельного палива різних торгових марок встановлено, що фізико-хімічні

показники якості дизельного палива всіх представлених торгових марок знаходяться в межах норми та не мають відхилень згідно ДСТУ 7688:2015 і Технічного регламенту щодо вимог до автомобільних бензинів, дизельного, суднових та котельних палив. Лише зразок №4 ТМ БРСМ-Нафта має незначне відхилення по одному показнику (гранична температура фільтрованості) - -4°C при нормі не вище -5°C .

6. Аналіз процесу організації збуту нафтопродуктів на ПП «АМІК УКРАЇНА» показав, що всю збутову діяльність підприємства можна розділити на два напрямки: реалізація нафтопродуктів роздрібним споживачам (через мережу власних АЗС під брендом «Amic»); реалізація нафтопродуктів оптовим споживачам, що здійснюється, як правило, безпосередньо з місць зберігання.

7. Проведений аналіз організації збуту нафтопродуктів на ПП «АМІК УКРАЇНА» показав, що цей процес в загальному налагоджений добре, проте, враховуючи стрімкі зміни особливостей ринку України та розвиток діяльності конкурентів, доцільно виділити декілька напрямків удосконалення збуту:

- виведення з експлуатації морально застарілих, що не підлягають модернізації, АЗС;
- стимулювання будівництва АЗС в районних центрах та в селах, через які проходять траси з досить високим завантаженням;
- модернізація морально застарілих АЗС, які підлягають ремонту;
- будівництво міні-АЗС, контейнерних і модульних АЗС, а також автоматичних АЗС, які допоможуть скоротити витрати на заробітну плату;
- оптимізація витрат на транспортні послуги, що може бути реалізовано за допомогою одного з двох варіантів;
- запровадження активної рекламної діяльності (використання такого виду ЗМІ, як телебачення), зміна позиціонування себе на ринку, та ребрединг.

На основі проведеного дослідження розроблено наступні *пропозиції*:

- для забезпечення належного рівня якості дизельного палива вітчизняним виробникам і реалізаторам рекомендується впроваджувати нові ефективні технології та обладнання, у т.ч. енергоефективні,

- ПП «АМІК УКРАЇНА» доцільно забезпечувати вибір постачальників методом їх ранжування, а також використовувати метод АВС-XYZ-аналізу при прийнятті рішень щодо асортименту,
- для підвищення рівня продажу м'яких сирів необхідно комплексно удосконалювати управління усіма процесами, використовувати методи стимулювання збуту та враховувати ризики під час продажу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Офіційний сайт Міністерства енергетики та захисту довкілля України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mre.kmu.gov.ua/>
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Офіційний сайт Шебелинського ГПЗ «Укргазвидобування» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ugv.com.ua/>
4. Офіційний сайт ПАТ «Укртатнафта» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ukrtatnafta.com/>
5. Офіційний сайт «Wexler Group» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://wexlerglobal.com/>
6. Офіційний сайт ПАТ «Концерн Галнафтогаз» (мережа АЗК «ОККО») [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.okko-group.com.ua/>
7. Офіційний сайт ТОВ «БНК-Україна» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://beloil.com.ua/>
8. Офіційний сайт ТОВ «Альянс Енерго Трейд» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://aet.in.ua/>
9. Петренко В. А. Управління якістю на підприємстві : [навч. посібник] / Петренко В. А., Левченко О. М., Шубін Є. С. – Кіровоград : КДТУ, 2002. – 262 с.
10. Бичківський Р.В. Управління якістю. Сертифікація: навч. посіб. / Р. В. Бичківський, П. Г. Столярчук, Л.І. Сопільник, О. О. Калинський. – К.: Школа, 2005. – 432 с.
11. Столярчук П.Г. Формування вимог до методів оцінювання якості дизельного палива / П.Г. Столярчук, О.І. Шпак // Вимірювальна техніка та метрологія: міжвідомчий науково-технічний збірник. – 2011. – № 72 – С. 107–111
12. ДСТУ ISO 9000:2015 Системи управління якістю. Основні положення та словник термінів (ISO 9000:2015, IDT). Київ : ДП «УкрНДНЦ», 2016.

- [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
http://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page?id_doc=64030
13. ДСТУ EN ISO 9001:2018 Системи управління якістю. Вимоги (EN ISO 9001:2015, IDT; ISO 9001:2015, IDT) : введ. 05.12.2018. К. : НОСУ. 2018. 44 с.
 14. Шаповал М. І. Менеджмент якості : [підручник] / М. І. Шаповал. – К. : ТОВ «Знання», 2003. – 476 с.
 15. Столярчук П.Г. Формування вимог до методів оцінювання якості дизельного палива / П.Г. Столярчук, О.І. Шпак // Вимірювальна техніка та метрологія: міжвідомчий науково-технічний збірник. – 2011. – № 72 – С. 107–111
 16. ДСТУ 7688:2015 ПАЛИВО ДИЗЕЛЬНЕ ЄВРО Технічні умови. Видання офіційне. Київ: ДП «УкрНДНЦ». 2015. 16 с.
 17. ДСТУ 4454:2005 Нафта і нафтопродукти. Маркування, пакування, транспортування та зберігання. Київ : ДЕРЖСПОЖИВСТАНДАРТ УКРАЇНИ, 2006. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
http://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page?id_doc=29609
 18. Диніна К., Хрупович С. Стратегія формування конкурентоспроможності / К. Диніна // Персонал. – 2013. – № 1. – С. 78-82.
 19. Постанова України про затвердження Технічного регламенту щодо вимог до автомобільних бензинів, дизельного, суднових та котельних палив №927 від 01.08.2013р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/927-2013>
 20. ДСТУ ISO 5165:2013 Нафтопродукти. Визначення характеристики спалахування дизельних палив. Метод цетанового числа на двигуні (ISO 5165:1998, IDT). Київ : МІНЕКОНОМРОЗВИТКУ УКРАЇНИ, 2014. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
http://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page?id_doc=67674
 21. ДСТУ ISO 4264:2009 Нафтопродукти. Розраховування цетанового індексу середньодистилятних палив за рівнянням з чотирма змінними величинами (ISO 4264:1995, IDT). Київ : ДЕРЖСПОЖИВСТАНДАРТ УКРАЇНИ, 2012.

- [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page.html?id_doc=26163
22. ДСТУ ГОСТ 31072:2006 Нафта і нафтопродукти. Метод визначення густини, відносної густини та густини в градусах АРІ ареометром (ГОСТ 31072-2002, IDT). Київ : ДЕРЖСПОЖИВСТАНДАРТ УКРАЇНИ, 2006. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page?id_doc=56160
23. ДСТУ ISO 20847:2009 Нафтопродукти. Визначення вмісту сірки в автомобільному пальному методом рентгено-флуоресцентної спектрометрії з дисперсією за енергіями (ISO 20847:2004, IDT). Київ : ДЕРЖСПОЖИВСТАНДАРТ УКРАЇНИ, 2011. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page?id_doc=62629
24. ДСТУ EN ISO 2160:2012 Нафтопродукти. Метод визначення корозійної дії на мідну пластинку (EN ISO 2160:1998, IDT). Київ : МІНЕКОНОМПРОЗВИТКУ УКРАЇНИ, 2012. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page?id_doc=29253
25. ДСТУ ГОСТ 33-2003 Нафтопродукти. Прозорі і непрозорі рідини. Визначення кінематичної в'язкості і розрахунок динамічної в'язкості (ГОСТ 33-2000 (ИСО 3104-94), IDT). Київ : ДЕРЖСПОЖИВСТАНДАРТ УКРАЇНИ, 2003. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page?id_doc=62368
26. ГОСТ 2177-99. Нафтопродукти. Методи визначення фракційного складу. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page?id_doc=27125
27. ДСТУ EN 14078:2009 Нафтопродукти рідкі. Визначення вмісту метилових естерів жирних кислот у середніх дистилатах методом інфрачервоної спектроскопії (EN 14078:2003, IDT). Київ : ДЕРЖСПОЖИВСТАНДАРТ УКРАЇНИ, 2012. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page?id_doc=26167

28. ДСТУ EN 116:2012 Палива дизельні та побутові. Метод визначення граничної температури фільтрованості на холодному фільтрі (EN 116:1997, IDT). Київ : МІНЕКОНОМРОЗВИТКУ УКРАЇНИ, 2012. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page?id_doc=29259
29. Балабаниць А. В. Збутова діяльність торговельних підприємств в умовах маркетингової орієнтації: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.06.02 / А. В. Балабаниць. - Донецьк, 2007. - 20 с.
30. Балабанова Л. В., Митрохіна Ю. П. Управління збутовою політикою. Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 240 с.
31. Слесь І.Р. Методологія аналізу збутової діяльності підприємства / Слесь І.Р., Круш П.В./Мукачівський науковий вісник, 2018. – №16. – С. 478-483. Методологічні основи управління збутовою діяльністю підприємств / Н. В. Іваночко // Сталий розвиток економіки, 2015. - № 3. - С. 115-121. [Електронний ресурс] – URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/sre_2015_3_18
32. Майбогіна Н. В. Організація і методика аналізу збутової діяльності промислового підприємства: автореф. дис. на здобуття наук ступеня канд. ек. наук: спец. 08.00.09 "Бухгалтерський облік, аналіз та аудит (за видами економічної діяльності)" / Н.В. Майбогіна - Київ : Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана, 2007. — 17 с.
33. Валінкевич Н. В. Теоретичний підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства / Н. В. Валінкевич, О.А.Солотвінський // Молодий вчений, 2014. – № 12 (15). – С. 84–89.
34. Балабанова Л. В. Маркетинговий аудит системи сбыта: монографія / Л. В. Балабанова, А. В. Балабаний. - Донецьк : ДонГУЕТ ім. М.Туган-Барановського, 2003. - 189 с.
35. Про схвалення Енергетичної стратегії України на період до 2035 року “Безпека, енергоефективність, конкурентоспроможність” від 18 серпня 2017 р. № 605-р [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/605-2017-%D1%80#n2>

36. Гнилянська Л. Й. Організація збутової діяльності підприємства / Л. Й. Гнилянська, В. Я. Топоровський // Проблеми управління експортноімпортною діяльністю : тези доповідей міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 13 травня 2014 р., Львів : до 170-річчя Національного університету «Львівська політехніка» / Національний університет "Львівська політехніка". – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2014. – С. 16–17.
37. Ямкова О.М. Зміст формування збутової політики виробничих підприємств / О.М. Ямкова // Економіка і управління, 2012. – № 2. – С. 52-59.
38. Офіційний сайт мережі АЗС Amic [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://amicenergy.com.ua/ua/>
39. Статут ПП «АМІК УКРАЇНА»
40. Організаційна схема ПП «АМІК УКРАЇНА»
41. Кучевська І.Ю. Збутова діяльність підприємства як аспект його виробничо-збутового потенціалу / І.Ю. Кучевська, В.М. Марченко // Актуальні проблеми використання економічного потенціалу: держава, регіон, підприємство : Матеріали VIII Всеукр. наук.-практ. конф. студентів і молодих учених (м. Бердянськ, 18-19 квітня 2019 р.). – К.: Талком, 2019. – 243 с
42. Офіційний сайт ВАТ «Мозирський НПЗ» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mnpz.by/>
43. Офіційний сайт ВАТ «Нафтан» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.naftan.by/ru/default_ru.aspx
44. Офіційний сайт РУП «ПО» Белоруснефть» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.belorusneft.by/>
45. Офіційний сайт ORLEN Lietuva [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://orlen.com.ua/>
46. Кислий В.М., Біловодська О.А., Олефіренко О.М., Смоляник О.М. Логістика: Теорія та практика: навч. посіб. — К.: Центр учбової літератури, 2010. — 360 с.
47. Офіційний сайт ТОВ «ВОГ Рітейл» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://wog.ua/>

48. Офіційний сайт мережі АЗС Shell [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.shell.ua/>
49. Офіційний сайт мережі АЗС Socar [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://socar.ua/>
50. Офіційний сайт мережі АЗС UPG [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://upg.ua/>
51. Окрема фінансова звітність ПП «АМІК УКРАЇНА» за рік, який закінчився 31 грудня 2019 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://amicenergy.com.ua/amic-data/public/site/pages/92/advancedparams/FS_AMIC31.12.19AMICFinish.pdf

