

– промислові об'єкти мають особливості та відмінності від цивільних об'єктів як кількісного, так і якісного характеру, які впливають на результат визначення категорії складності об'єкта;

– автором розроблено форму опитувального листа для збору вихідних даних з метою визначення категорії складності об'єкта виробничого призначення, яка дозволяє максимально повно описати об'єкт;

– форму опитувального листа для збору вихідних даних з метою визначення категорії складності об'єкта виробничого призначення автором запропоновано проектним організаціям м. Харкова, де впроваджено в практику документообігу;

– представники постійних замовників (промислових підприємств) проектних організацій, що ведуть листування з питань проектування, надають схвальні відгуки такій ініціативі, яка, на їхню думку, сприяє скороченню часу на тлумачення запиту проектувальника.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Сысцевая А. Категория сложности. Сложность в сложности: понятие и порядок определения [Электронный ресурс] / Сайт АТ ЮФ «Василь Кисиль і партнери». – Режим доступу : <http://www.kisilandpartners.com/content/files/articles/19.03.2012.jpg>.
2. Проектування та будівництво в районах з підвищеною сейсмічною активністю : навчальний посібник // Кархут І.І. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2012. – 172 с.
3. Закон України Про регулювання містобудівної діяльності : станом на 05.07.2014 р. / Верховна Рада України. – Офіц. вид. – К. : Відомості Верховної Ради України, № 34, 2011, ст. 343.
4. Склад та зміст проектної документації на будівництво: ДБН А.2.2-3:2014. – [Чинний від 01.10.2014 р.]. – К. : Мінрегіон України, 2014. – 25 с.
5. Про затвердження Порядку розроблення проектної документації на будівництво об'єктів : Наказ Мінрегіонбуду України від 16.05.2011 № 45 [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0651-11>.
6. Визначення класу наслідків (відповідальності) та категорії складності об'єктів будівництва: ДСТУ-Н Б В.1.2-16:2013. – [Чинний від 01.09.2013 р.]. – К. : Мінрегіон України, 2013. – 37 с. (Державний стандарт України).
7. Настава щодо застосування будівельних норм у частині віднесення об'єктів будівництва до категорій складності для подальшого проектування та експертизи : станом на 16.06.2011 № 59 рішенням / Науково-технічна рада Міністерства регіонального розвитку та будівництва України [Електронний ресурс] / Мінрегіонбуд України. – Режим доступу : <http://minregion.gov.ua/>.
8. Закон України Про відповідальність за правопорушення у сфері містобудівної діяльності : станом на 20.11.2012 р. / Верховна Рада України. – Офіц. вид. – К. : Відомості Верховної Ради України, № 46, 1994, стор. 411.

УДК 658.8

**Карпій О.П.**

*асистент кафедри маркетингу і логістики  
Національного університету «Львівська політехніка»*

**Васильців Н.М.**

*кандидат економічних наук,  
старший викладач кафедри маркетингу і логістики  
Національного університету «Львівська політехніка»*

**Меркулова В.В.**

*студентка  
Національного університету «Львівська політехніка»*

## ДИСТРИБУЦІЯ ПАЛИВА ЗА ДОПОМОГОЮ ПАЛИВНИХ КАРТОК

У статті досліджено дистрибуцію палива від виробника до кінцевого споживача. Проаналізовано процес дистрибуції палива та проведено огляд видів дистрибуції палива у роздрібній мережі. Розглянуто процес формування та реалізацію паливних карток суб'єктами роздрібною торгівлі паливо-мастильних матеріалів та супутніх товарів. Проведено аналіз підприємств на ринку Республіки Польща та України, які обслуговують кінцевого споживача за допомогою паливних карток, та наведено напрями вдосконалення роботи з картками на території України.

**Ключові слова:** автозаправна станція, паливо, паливо-мастильні матеріали, дистрибуція палива, паливна картка.

**Карпий Е.П., Васильцев Н.М., Меркулова В.В. ДИСТРИБУЦИЯ ТОПЛИВА С ПОМОЩЬЮ ТОПЛИВНЫХ КАРТ**

В статье исследовано дистрибуцию топлива от производителя до конечного потребителя. Проанализирован процесс дистрибуции топлива и проведен обзор видов дистрибуции топлива в розничной сети. Рассмотрен процесс формирования и реализации топливных карточек субъектами розничной торговли горюче-смазочных материалов и сопутствующих товаров. Проведен анализ предприятий на рынке Республики Польша и Украины, которые обслуживают конечного потребителя с помощью топливных карт и приведены направления совершенствования работы с картами на территории Украины.

**Ключевые слова:** автозаправочная станция, топливо, горюче-смазочные материалы, дистрибуция топлива, топливная картка.

**Karpiy O.P., Vasylytsiv N.M., Merkulova V.V. DISTRIBUTION OF FUEL USING FUEL CARDS**

This article explores the distribution of fuel products to end consumers. The process of distribution of fuel is analysed and the review of types of distribution of fuel is conducted in a retail network. The process of formation and implementation of fuel cards entities retail fuel and lubricants and related products is considered. The analysis of the companies in the market of Ukraine and Poland, which are serving the end user using fuel cards and are areas of improvement works with cards in Ukraine is conducted.

**Keywords:** gas station, fuel, fuel and lubricants, fuel distribution, fuel card.

**Постановка проблеми.** Процес дистрибуції палива потребує постійного аналізу та впровадження нових видів і форм розрахунку. У статті проведено дослідження розрахунку за допомогою паливних карток та проаналізовано процес реалізації палива за їх допомогою в Україні та Польщі.

Безготівкові платежі на автозаправках, автострадах чи автосервісах – це лише початок списку того, що дозволяють паливні картки. Більш важливим для керівників фірм, що диспонують автомобільним парком, є отримання актуальної управлінської інформації, що дозволяє контролювати витрати, отримувати знижки та ефективно управляти цим автопарком. Паливні картки стали вже стандартом не лише в європейських країнах, а й у нашій державі [2], хоча введені для вирішення переважно поточних завдань, ніж більш перспективних.

**Аналіз останніх досліджень публікацій.** Бензин, дизельне паливо та інші продукти нафтопереробки користуються попитом у споживачів абсолютно різного рівня і статусу, в будь-який період року, за будь-якої політичної ситуації. Саме тому паливо є міцною основою для успішного бізнесу та постійного аналізу діяльності підприємств на ринку паливо-мастильних матеріалів, а також актуальною темою сучасних наукових досліджень. Зокрема питанням дистрибуції загалом займаються багато науковців, серед яких: Izabela Dembińska-Cyran [5], Н.І. Чухрай, Л.А. Мороз, Є.В. Крикавський [6]. В наукових

роботах даних авторів містяться теоретичні аспекти дистрибуції, які було пристосовано до умов дистрибуції палива.

**Мета статті** є ідентифікація основних елементів корисного ефекту у процесі реалізації палива та супутніх товарів за допомогою паливних карток, виявлення перешкод щодо розвитку та розширення цього процесу на роздрібному ринку паливо-мастильних матеріалів.

**Виклад основного матеріалу.** У дистрибуційній політиці одним з важливих питань є вибір найбільш оптимального каналу збуту, що при ефективному використанні безсумнівно збільшить прибуток компанії. Оскільки при залученні більшої кількості посередників на ринку палива виникає ризик зниження якості пального, ризик невчасних поставок палива на АЗС, ризик зниження рівня обслуговування клієнтів та ризик значних втрат палива під час транспортування та зберігання.

Функції дистрибуції можуть бути реалізовані самими виробниками товарів (НПЗ – нафтопереробними заводами – безпосередня дистрибуція), з допомогою посередників (опосередкована дистрибуція), від кількості яких залежатиме довжина каналу. Короткі канали будуть мати на своєму рівні тільки одного посередника, натомість довгі – найменше двох. На рисунках 1 і 2 запропоновано два варіанти опосередкованої та безпосередньої дистрибуції палива [1, с. 535–536].

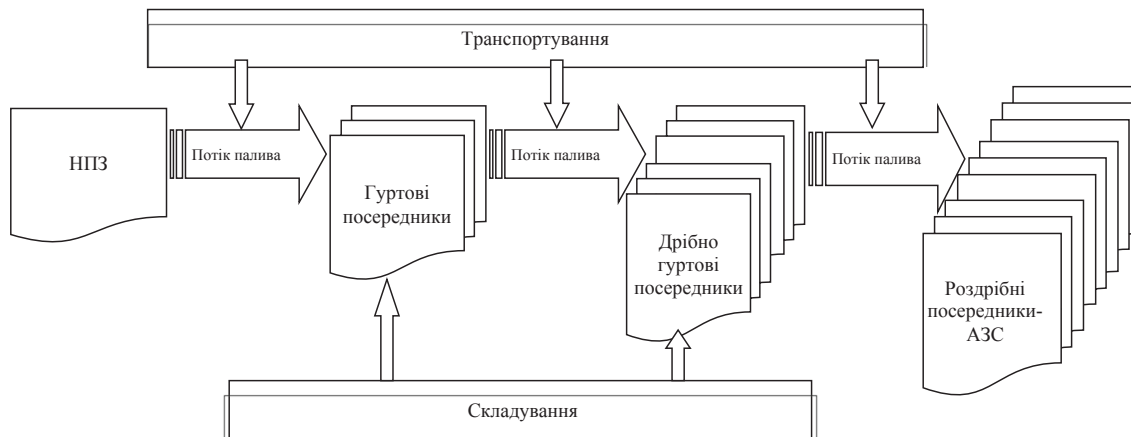


Рис. 1. Схема багаторівневої дистрибуції палива від НПЗ до кінцевого споживача

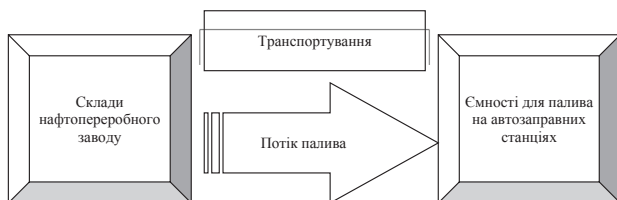


Рис. 2. Безпосередня дистрибуція палива НПЗ

Сфера дистрибуції палива акцентує увагу на двох важливих проблемах:

- 1) обґрунтування та формування каналів дистрибуції;
- 2) проектування та реалізація фізичної дистрибуції товарів.

Вирішення першої проблеми забезпечує виконання координаційних функцій щодо формування інформаційних потоків, встановлення зв'язків між учасниками каналів дистрибуції.

У рамках другої проблеми – фізичної дистрибуції палива – реалізується організаційна функція щодо здійснення трансферу товарів в аспекті обслуговування замовлення, транспортування, складування та утримання запасів товарів [6, с. 256; 5, с. 125].

Розглядаючи процес взаємодії двох функцій при дистрибуції палива (рис. 3), бачимо, що координаційна функція відповідає за переміщення палива від збутової організації до кінцевого споживача, а організаційна відповідає за організацію ефективної роботи на самих об'єктах.

Організаційна функція дистрибуції палива, яка пов'язана з такими трьома елементами, як: обслуговування замовлень, транспорт та складські процеси, несе за собою різні групи витрат.

З обслуговуванням замовлень пов'язані такі групи витрат:

- витрати для налагодження торгових контактів і обміну інформації, наприклад, витрати на телефонні розмови;



**Рис. 3. Процес взаємодії функцій дистрибуції палива**

Джерело: розроблено автором

– витрати на опрацювання власних торговельних пропозицій, наприклад, витрати на приготування каталогів продукції, пробників продукції, взірців замовлень;

– витрати, пов'язані з прийняттям, опрацюванням, модифікацією, показом фактур, встановленням належності;

– витрати створення і функціонування системи комунікації, наприклад, витрати встановлення відповідного програмного забезпечення, обслуговування інформаційної системи.

Треба зазначити, що витрати обслуговування замовлень є переважно сталими і не залежать від величини замовленої партії палива.

Транспортні витрати можуть становити близько 40% від усіх витрат фізичної дистрибуції та враховувати:

- витрати на обслуговування власного транспорту;
- ціни загальних транспортних витрат [2, с. 63].

Проте жоден процес не може проходити самостійно, він вимагає певної уваги та регулювання. Саме управління дистрибуційними процесами має результативний характер, від якого залежить кінцевий успіх чи занепад.

Процес управління дистрибуцією палива можна подати у вигляді алгоритму, що передбачає реалізацію окремих стадій:

**1. Планування фізичної дистрибуції палива:**

- аналіз вихідних умов функціонування системи дистрибуції палива;
- мета підприємства та завдання дистрибуції;
- формування завдань і засобів просторово-часового переміщення палива.

**2. Організування фізичної дистрибуції палива:**

- вибір варіанту організування фізичної дистрибуції палива;
- розробка механізмів координації діяльності учасників каналу дистрибуції;
- організаційне забезпечення координації фізичної дистрибуції палива.

**3. Контролювання, регулювання та оцінка ефективності дистрибуції палива:**

- на рівні системи дистрибуції: задоволення попиту (рівень обслуговування споживача);
- на рівні каналу дистрибуції: ефективність витрат дистрибуції;
- на рівні ланки каналу дистрибуції: виконання логістичних функцій дистрибуції [6, с. 263].

Продаж палива безпосередньо на АЗС відбувається кількома способами. Найпоширеніший – це купівля пального за готівку чи за допомогою банківської карти. Такий спосіб розрахунку переважно використовують фізичні особи. Для юридичних осіб готівкова форма розрахунку також можлива, проте вона вимагає особливої уваги та звітності водія.

Заправка автомобіля за готівку відбувається за рахунок виданих водієві під звіт коштів і видається на термін не більше двох робочих днів, включаючи день отримання готівкових коштів під звіт. Первинними документами обліку палива в такому випадку, придбаного водієм за готівку, є чек від продавця палива на АЗС і авансовий звіт водія [3].

Простішим способом розрахунку для підприємств-споживачів є бланки-дозволи або, як їх просто називають, «талони», призначені для підприємств, які купують пальне різного виду з різною частотою. Талони мають різний номінал – від 5 до 100 л. пального; приймають їх лише у тій мережі АЗС, де й придбали; талони захищені від підробок індивідуальним штрих-кодом та голографічним елементом; оскільки талони це передоплатна форма розрахунку за пальне, то ціна встановлюється та, яка діє на АЗС на момент покупки.

Сучаснішим способом оплати на АЗС є паливні і сервісні картки, так як і платіжні, це пластикові гроші, які уможливають здійснення платежів у безготівковій формі. Такий спосіб оплати є корисним як для безпеки водія, тому що він не возить із собою готівки, так і для фірми, оскільки вона може вести докладний контроль витрат експлуатації автомобілів і передовсім витрат споживання палива, які сьогодні становлять приблизно 60% від усіх витрат перевізників [7, с. 433–435].

При такому способі придбання палива спочатку необхідно укласти договір з постачальником, перерахувати гроші, й він повинен за дорученням надати для підприємства одну або декілька паливних карток. До договору має бути додано перелік АЗС, на яких можна заправитися за паливною картокою. Паливні картки бувають грошові й літрові. Якщо підприємство одержує паливо за грошовими паливними картками, то оплачені гроші зараховуються на умовний рахунок і при одержанні палива з картки знімають вартість пального, зазвичай, за цінами на момент купівлі. За грошовою паливною картокою можна заливати будь-яке паливо [8].

Паливні картки – це сучасна і зручна технологія планування витрат палива автомобілів. За допомогою єдиної паливної пластикової картки можна раціонально розподіляти наявний запас коштів.

Паливна карта на бензин – це смарт-карта з мікросхемою (чіпом). Така Мікросхема паливної картки може містити таку інформацію:

- інформацію про власника;
- види і кількість палива, дозволеного для покупки;
- кількості грошей, можливих для покупки бензину, дизельного палива, газу або послуги на автомийці.

За допомогою паливних карток власники таксопарків та вантажоперевізних організацій, охоронних підприємств можуть бути спокійні і впевнені в тому, що видані на бензин гроші не «полетять» на інші витрати недобросовісних далекобійників і таксистів, а машина не постраждає від неякісного палива, купленого за дешевою ціною.

Пластикові паливні картки зручні і прості у використанні, їх легко зберігати і зручно носити з собою. На відміну від паперових талонів на паливо, вони не помнуться в кишені, їх важко порвати, забруднити.



Картами зручно розплачуватися, вони не вимагають наявності готівки.

За допомогою пластикових паливних карт кожного клієнта можна зробити «постійним клієнтом». Відомо, що залучення нового клієнта в п'ять разів дорожче, ніж утримання старого. За допомогою пластикових карт можна збільшити лояльність клієнтів АЗС. Видавати дисконтні карти АЗС потрібно всім клієнтам, оскільки отримавши дисконтну карту на АЗС, автомобіліст буде вважати за належне заправляти автомобіль саме на тут [4].

За допомогою пластикових карт можна привернути увагу до власної АЗС не одного клієнта, а цілу групу. У цьому можуть допомогти клубні паливні карти для корпоративних клієнтів. Можливість отримати знижку на бензин для цілої групи осіб, безсумнівно, це зацікавить не тільки охоронні підприємства, вантажоперевізні організації, таксопарки, а й сім'ї, у власності яких знаходиться кілька машин [4].

Використання паливних карток має ряд істотних переваг, порівняно з традиційними способами придбання палива, які подано в таблиці 1 [7, с. 434–435].

Таблиця 1

## Вигоди від використання паливних карток

Вигода	Характеристика вигоди
Якість пального	якісне пальне і високий рівень обслуговування на всіх АЗС мережі
Ефективність	забезпечення ефективної роботи транспортного парку, не залежно від його розміру і типу транспортних засобів
Контроль	за споживанням пального та ефективним використанням коштів
Економія	часу, зусиль і відповідно коштів з автоматизованою системою обліку та звітності
Безпека	ППН-код захищає інформацію на картці й робить її доступною тільки для власника
Мобільність	заправка авто у будь-якому регіоні країни
Зручність	використання картки як для придбання пального, так і товарів в магазині, кав'ярні, оплати послуг автомийки
Гнучкість	вибір схеми розрахунків, що найкраще відповідає Вашим потребам
Впевненість	безготівкові схеми гарантують, що Ви і Ваші водії завжди зможуть вчасно заправити свій транспортний засіб

В Україні паливні картки пропонують майже всі нафтові компанії, зокрема «WOG», «ОККО», «Авіас», «Лукойл» та інші. Більшість пропонують паливні картки, за допомогою яких водії можуть розраховуватися лише за паливо та лише на території України. Однак тут є право вибору, оскільки паливо можна купувати те, яке необхідне в даному місці та для даного автомобіля. Хоча є й інший вид паливної картки, яку пропонує компанія «Авіас» – паливні картки за видом пального. Така послуга частково обмежує дії водіїв і більше нагадує «талонну» систему оплати.

В сусідній країні Польщі найпопулярнішими операторами карток є «PKN Orlen», «Lotos», «BP», «Shell», «Statoil» і «Lukoil». Основною послугою є можливість безготівкових покупок палива зі знижками. Клієнт отримує одну звітну фактуру за покупки, зазвичай, два рази в місяць і з відстроченим платежем (терміни залежать від виду пропозиції). Отримує також повний огляд здійснених транзакцій. Незалежні фірми пропонують паливно-сервісні картки, які, поза покупками палива і експлуатаційних аксесуарів, уможливають користування послугами майстерень, сервісів покришок чи отримання допомоги в разі аварії. Дозволяють також платити

за автостради, тунелі, мости і пороми в Європі. Все частіше подібні послуги пропонують саме паливні фірми. Клієнти можуть моніторувати трансакції через Інтернет і завдяки цьому ефективніше управляти парком транспортних засобів. Сервіси пропонують інформацію про число візитів на станціях, про здійснені покупки в певний період, кількості заправленого палива, вартість куплених продуктів і послуг.

Продажем карток в Польщі також займаються і незалежні фірми, такі як: «DKV» і «UTA».

В Україні незалежних фірм, які пропонують паливні картки, немає. Найбільш оптимальною системою, яка пропонується на ринку, є система «ЛІКАРД» – система обліку відпуску нафтопродуктів на АЗС за паливними, дисконтними і картами лояльності. Функціонування і розвиток системи «ЛІКАРД» в Україні забезпечує Компанія «ЛУКОЙЛ-Интер-Кард-Україна». На відміну від багатьох подібних систем інших операторів, що діють на ринку нафтопродуктів, система «ЛІКАРД» – це міжнародна система. На сьогоднішній день система обслуговує понад 300 тисяч паливних карт «ЛУКОЙЛ» і 1,5 мільйони дисконтних і карт лояльності на більше, ніж 400 АЗС в Україні і 3 800 АЗС за кордоном: в Росії, Польщі, Білорусі, Молдові, Угорщині, Литві, Латвії, Естонії, Фінляндії і Азербайджані, Бельгії, Румунії [9].

**Висновки і пропозиції.** Розглянутий процес реалізації палива в роздрібній мережі за допомогою паливних карток – це процес, який набуває розвитку сьогодні. За допомогою такої реалізації палива АЗС мають можливість привернути увагу клієнта до власної мережі, показують рівень розвитку та бажання забезпечити клієнта сучасними технологіями, надати нові можливості до споживання палива та супутніх товарів. Впровадження в діяльності паливних карток – це питання, яке потребує огляду та дослідження, оскільки на сьогодні кожна фірма надає паливні картки різного виду та вкладає в них свої послуги та процес надання. Подальше дослідження даного питання уможливають більш детальну класифікацію паливних карток, процес їх реалізації та обслуговування в одній чи декількох мережах.

## БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Дашківська О.П. Вертикально інтегровані канали дистрибуції / О.П. Дашківська // Вісник Національного університету «Львівська політехніка» «Логістика». – Львів, 2005. – С. 534–539.
2. Czubała Anna. Dystrybucja produktów / Anna Czubała // Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne. – Warszawa. – 1996. – 174 с.
3. Матеріали офіційного серверу «Облік палива та паливо-мастильних матеріалів» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://vaskevych.wordpress.com/2010/03/13/>.
4. Матеріали офіційного серверу «Картосвіт» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.kartosvit.com.ua/Proposals.aspx?fid=21>.
5. Izabela Dembińska-Cyran. Logistyka. Wybrane zagadnienia do studiowania przedmiotu / Izabela Dembińska-Cyran, Mariusz Jedliński, Beata Milewska – Szczecin. – 2001. – 230 с.
6. Криківський Є.В. Логістика. Основи теорії / Є.В. Криківський. – Національний університет «Львівська політехніка» : інформаційно-видавничий центр «ІНТЕЛЕКТ+» : «Інтелект-Захід», 2004. – 416 с.
7. Паливні картки у формуванні партнерських відносин : зб. тез доповідей п'ятої ювілейної міжнар. наук.-практ. конф. молодих вчених «Економічний і соціальний розвиток України в XXI столітті: національна ідентичність і тенденції глобалізації», 21–23 лютого 2008 р., Тернопіль. Ч. 2. – Тернопіль : «Економічна думка», 2008. – С. 433–435.
8. Кузіна З.В. Облік у галузях економіки. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://b-ko.com/book\\_219.html](http://b-ko.com/book_219.html).
9. Матеріали офіційного серверу «Лукойл» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://lukoil.ua/ukr/auto/licard>.