МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
MINISTRY FOR EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ZAPORIZHZHYA NATIONAL UNIVERSITY

ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ
FACULTY OF MANAGEMENT

КАФЕДРА ПІДПРИЄМНИЦТВА, МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНІЗАЦІЙ ТА ЛОГІСТИКИ
CHAIR OF ENTREPRENEURSHIP, MANAGE MENT OF ORGANIZATIONS AND LOGISTICS

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
МАГІСТРА

на тему Логістичний підхід до обслуговування споживачів на виробничому підприємстві

THESIS FOR THE MASTER'S DEGREE

Logistical approach to customer service at a manufacturing enterprise

Виконав: здобувач вищої освіти 2 курсу ступеня магістр,
групи 8.0733-л
спеціальності 073 Менеджмент
освітньої програми Логістика
К.Е. Махмудов
Керівник доц. каф. ПМОіЛ, доц. к.е.н. Т.С. Павлюк
Рецензент доц. каф. ПМОіЛ, доц. к.е.н. Ю.І. Полусмяк

Запоріжжя
2024

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет менеджменту
Кафедра підприємництва, менеджменту організацій та логістики
Рівень вищої освіти магістр
Спеціальність 073 Менеджмент, освітня програма Логістика

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
_____
«____» _____20___ року

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧУ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Махмудову Крістіану Едуардовичу

1. Тема роботи Логістичний підхід до обслуговування споживачів на виробничому підприємстві
керівник роботи Павлюк Тетяна Сергіївна, к.е.н., доцент,
затверджені наказом ЗНУ від «___»_____20__ року №___
2. Строк подання здобувачем роботи «___»_____ 20__ р.
3. Вихідні дані до роботи документи фінансової та статистичної звітності досліджуваного підприємства за останні роки, наукові праці, спеціальна економічна література, матеріали періодичного друку в яких висвітлюються проблеми логістичного підходу до обслуговування споживачів на виробничому підприємстві.
4. Перелік питань, які потрібно розробити:
Кваліфікаційна робота магістра складається з основної частини і додаткової. Основна частина містить такі структурні елементи: вступ, сутність (3 розділи – теоретичний, аналітико-дослідницький, проектно-рекомендаційний), висновки та рекомендації, список використаних джерел. 1 Розділ - 1 теоретичні основи логістичного підходу до обслуговування споживачів: 1.1 Поняття та сутність логістичного сервісу; 1.2 Види логістичних послуг; 1.3 Принципи логістичного обслуговування; 2 Розділ – аналіз сучасного стану логістичного обслуговування споживачів у нак «нафтогаз україни» – складається з 3 підрозділів: 2.1 Загальний огляд ринку логістичних послуг в Україні; 2.2 Аналіз фінансово-господарської діяльності нак «нафтогаз україни»; 2.3 Стан логістичного обслуговування споживачів у нак «нафтогаз україни»; 3 Розділ – шляхи вдосконалення логістичного обслуговування споживачів у нак «нафтогаз україни» – складається з 3 підрозділів: 3.1 Методи збору та аналізу даних; 3.2 Методи оцінки логістичного сервісу; 3.3

Шляхи вдосконалення логістичного обслуговування у нак «нафтогаз україни».

5. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	Павлюк Т.С. доцент кафедри підприємництва, менеджменту організацій та логістики факультету менеджменту ЗНУ	25.09.2024 р.	25.09.2024 р.
2	Павлюк Т.С. доцент кафедри підприємництва, менеджменту організацій та логістики факультету менеджменту ЗНУ	27.10.2024 р.	27.10.2024 р.
3	Павлюк Т.С. доцент кафедри підприємництва, менеджменту організацій та логістики факультету менеджменту ЗНУ	16.11.2024 р.	16.11.2024 р.

6. Дата видачі завдання 25.09.2024 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Узгодження теми, складання змісту	вересень	виконано
2	Вивчення літературних джерел	вересень	виконано
3	Збирання матеріалу на підприємстві	вересень	виконано
4	Обробка матеріалу	вересень	виконано
5	Виконання розділу 1	жовтень	виконано
6	Виконання розділу 2	листопад	виконано
7	Виконання розділу 3	листопад	виконано
8	Формулювання висновків	листопад	виконано
9	Оформлення роботи, одержання відгуку та рецензії	листопад	виконано
10	Подання роботи на кафедру	грудень	виконано

Здобувач вищої освіти _____ К.Е. Махмудов
(підпис)

Керівник роботи _____ Т.С. Павлюк
(підпис)

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____ _____
(підпис) (ініціали та прізвище)

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота: Логістичний підхід до обслуговування споживачів на виробничому підприємстві: 73 сторінок, 3 таблиці, 1 рисунок. Перелік посилань нараховує 33 найменування.

Проблема ефективного обслуговування споживачів є однією з найважливіших у сучасному бізнесі. У контексті глобалізації та зростаючої конкуренції, задоволення потреб клієнтів стало ключовим фактором успіху будь-якого підприємства. Зокрема, для таких великих виробничих компаній, як НАК «Нафтогаз України», які надають послуги мільйонам пасажирів та вантажовідправників щороку, ефективна логістика є невід'ємною частиною стратегії розвитку.

Практична значущість роботи. Результати дослідження можуть бути використані для:

- удосконалення логістичних процесів: розроблені пропозиції допоможуть НАК «Нафтогаз України» підвищити ефективність роботи, знизити витрати та покращити якість послуг.

- підвищення рівня задоволеності клієнтів: впровадження нових підходів до обслуговування сприятиме збільшенню кількості клієнтів та зміцненню позитивного іміджу компанії.

- розвитку наукових досліджень: дослідження може стати основою для подальших наукових розробок у галузі логістики та управління транспортними системами.

Предмет дослідження: предметом дослідження є логістичний підхід до обслуговування споживачів на прикладі НАК «Нафтогаз України».

Об’єкт дослідження: об’єктом дослідження є логістичні процеси, що відбуваються в НАК «Нафтогаз України», та їх вплив на рівень задоволеності клієнтів.

Мета роботи: всебічний аналіз логістичного підходу до обслуговування споживачів в НАК «Нафтогаз України», виявлення сильних і слабких сторін існуючої системи, а також розробка пропозицій щодо її вдосконалення.

Методи дослідження: описовий, порівняльний, аналітичний, табличний, графічний, балансовий, метод статистичного аналізу, групування та узагальнення даних, експертних оцінок.

СИСТЕМА, МЕНЕДЖМЕНТ, НАК «НАФТОГАЗ УКРАЇНИ», ЛОГІСТИЧНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ, ПРОДУКТИВНІСТЬ, СПОЖИВАЧІ, ПЕРЕВЕЗЕННЯ, ТРАНСПОРТ, ВИРОБНИЧЕ ПІДПРИЄМСТВО

ABSTRACT

Qualification work: Logistics approach to customer service at a manufacturing enterprise: 73 pages, 3 tables, 1 figure. The list of links includes 33 titles.

The problem of effective customer service is one of the most important in modern business. In the context of globalization and growing competition, meeting the needs of customers has become a key factor in the success of any enterprise. In particular, for such large manufacturing companies as Naftogaz of Ukraine, which provide services to millions of passengers and shippers every year, effective logistics is an integral part of the development strategy.

Practical significance of the work. The research results can be used for:

- improvement of logistics processes: the developed proposals will help NJSC «Naftogaz of Ukraine» to increase work efficiency, reduce costs and improve the quality of services.

- increasing the level of customer satisfaction: the introduction of new approaches to service will help increase the number of customers and strengthen the company's positive image.

- the development of scientific research: research can become the basis for further scientific developments in the field of logistics and management of transport systems.

The subject of the study: the subject of the study is a logistics approach to customer service based on the example of Naftogaz of Ukraine.

The object of the study: the object of the study is the logistics processes taking place in Naftogaz of Ukraine and their impact on the level of customer satisfaction.

The purpose of the work: a comprehensive analysis of the logistics approach to customer service at Naftogaz of Ukraine, identifying the strengths and

weaknesses of the existing system, as well as developing proposals for its improvement.

Research methods: descriptive, comparative, analytical, tabular, graphic, balance sheet, statistical analysis method, grouping and generalization of data, expert evaluations.

SYSTEM, MANAGEMENT, JSC NAFTOGAZ UKRAINY, LOGISTICS SERVICE, PRODUCTIVITY, CONSUMERS, TRANSPORTATION, TRANSPORT, MANUFACTURING ENTERPRISE

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ, СКОРОЧЕНЬ І ТЕРМІНІВ

АТ – акціонерне товариство;

LLC – Limited Liability Company – товариство з обмеженою відповідальністю;

СП – структурний підрозділ;

ЛАП – логістичний аналіз підприємства;

АВС - аналіз – метод, що дозволяє класифікувати ресурси підприємства за ступенем їх важливості на три групи: А, В та С;

МВО – Management by Objectives – управління за цілями;

СМЯ – система менеджменту якості;

KPI – Key Performance Indicators – ключові показники ефективності;

HR – Human Resources – людські ресурси;

ПАТ– приватне акціонерне товариство;

HRM – управління людськими ресурсами;

СМ – система мотивації

НАК – національна акціонерна компанія

ЗМІСТ

ВСТУП ……..…….……...…..... 10
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЛОГІСТИЧНОГО ПІДХОДУ ДО ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ … ……...…… 12
1.1 Поняття та сутність логістичного сервісу …….……..… 12
1.2 Засади та завдання логістичного обслуговування……...…… 20
1.3 Види логістичних послуг…….. ……... 27
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ЛОГІСТИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ У НАК «Нафтогаз України»……... .31
2.1 Загальний огляд ринку логістичних послуг в Україні..…...……. ……..31
2.2 Аналіз фінансово-господарської діяльності НАК «Нафтогаз України»……..... 36
2.3 Стан логістичного обслуговування споживачів у НАК «Нафтогаз України»…….....….. 44
РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ЛОГІСТИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ У НАК «НАФТОГАЗ УКРАЇНИ»……. ……..52
3.1 Використання методів збору та аналізу даних ……... ……..…….. 52
3.2 Методологія оцінки логістичного сервісу на виробничому підприємстві ……....57
3.3 Шляхи вдосконалення логістичного обслуговування у НАК «Нафтогаз України»……..……..63
ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ …….…..… 67
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ….……..… 69

ВСТУП

Проблема ефективного обслуговування споживачів є однією з найважливіших у сучасному бізнесі. У контексті глобалізації та зростаючої конкуренції, задоволення потреб клієнтів стало ключовим фактором успіху будь-якого підприємства. Зокрема, для таких великих виробничих компаній, як НАК «Нафтогаз України», які надають послуги мільйонам пасажирів та вантажовідправників щороку, ефективна логістика є невід'ємною частиною стратегії розвитку.

Практична значущість роботи. Результати дослідження можуть бути використані для:

- удосконалення логістичних процесів: розроблені пропозиції допоможуть НАК «Нафтогаз України» підвищити ефективність роботи, знизити витрати та покращити якість послуг.

- підвищення рівня задоволеності клієнтів: впровадження нових підходів до обслуговування сприятиме збільшенню кількості клієнтів та зміцненню позитивного іміджу компанії.

- розвитку наукових досліджень: дослідження може стати основою для подальших наукових розробок у галузі логістики та управління транспортними системами.

Предмет дослідження: предметом дослідження є логістичний підхід до обслуговування споживачів на прикладі НАК «Нафтогаз України».

Об’єкт дослідження: об’єктом дослідження є логістичні процеси, що відбуваються в НАК «Нафтогаз України», та їх вплив на рівень задоволеності клієнтів.

Мета роботи: всебічний аналіз логістичного підходу до обслуговування споживачів в НАК «Нафтогаз України», виявлення сильних і слабких сторін існуючої системи, а також розробка пропозицій щодо її вдосконалення.

Методи дослідження: описовий, порівняльний, аналітичний, табличний, графічний, балансовий, метод статистичного аналізу, групування та узагальнення даних, експертних оцінок.

Завдання роботи:

- проаналізувати сучасні концепції логістики та їх застосування в транспортній галузі.
- визначити основні компоненти логістичної системи НАК «Нафтогаз України».
- дослідити взаємозв'язок між логістичними процесами та рівнем задоволеності клієнтів.
- провести аналіз існуючої системи обслуговування клієнтів в НАК «Нафтогаз України».
- виявити основні проблеми та недоліки в логістичних процесах.
- оцінити рівень задоволеності клієнтів послугами НАК «Нафтогаз України».
- розробити рекомендації щодо вдосконалення логістичних процесів в АТ «Укрзалізниця».
- провести оцінку ефективності запропонованих заходів.

Логістичний підхід до обслуговування споживачів є актуальним і важливим для НАК «Нафтогаз України». Дослідження цієї теми дозволить виявити резерви для підвищення ефективності роботи компанії та задовольнити зростаючі потреби клієнтів.

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЛОГІСТИЧНОГО ПІДХОДУ ДО ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ

1.1 Поняття та сутність логістичного сервісу

Сьогодні компанії підвищують свою конкурентоспроможність не лише за рахунок капіталомістких розробок продуктів, але й за рахунок покращення якості своїх ланцюгів постачання, що є важливим для їхніх клієнтів. Однак для багатьох виробників можливості кардинального поліпшення якості об'єктивно обмежені. Тому все більше компаній використовують логістичні послуги для підвищення своєї конкурентоспроможності. Адже коли на ринку є кілька постачальників одного і того ж товару з приблизно однаковою якістю, перевага віддається тим, хто може запропонувати більш високий рівень сервісу. Стрімке економічне зростання підприємств забезпечить формування чіткої концепції системи логістичного обслуговування на основі сервісного аналізу, що допоможе вирішити проблеми, з якими стикаються виробники в поточній ринковій ситуації.

Управління матеріальними потоками є важливим аспектом господарської діяльності. Сьогодні це стало однією з найважливіших функцій економічного життя. Основною причиною цього є перехід від ринку продавця до ринку покупця, що вимагає від виробничо-торговельних систем гнучкого реагування на швидку зміну споживчих пріоритетів.

У сучасному середовищі логістичних систем існує багато проблем і недоліків у логістичних послугах, що надаються споживачам. Основними причинами цього є відсутність належної логістичної інфраструктури та обладнання, брак кваліфікованого персоналу, недостатнє фінансування і, нарешті, недостатнє застосування логістичних принципів в управлінні логістичними послугами. У наукових працях українських та зарубіжних

економістів немає однозначного тлумачення терміну «логістична послуга» (логістичний сервіс). Наведемо найпоширеніші з них[4].

Логістичний сервіс - це важливий елемент обслуговування клієнтів, який дає змогу задовольнити потреби клієнта на бажаному рівні, з мінімально можливими загальними витратами і забезпечити отримання клієнтом потрібного товару, потрібної кількості та якості в певному місці, в певний час і за певною ціною.

Логістична послуга – це процес, який відбувається між споживачем, роздрібним продавцем і третьою стороною; це результат функціонування логістичної системи і «позиціонування» компонентів у маркетинг-міксі підприємства.

Логістичний сервіс – це сукупність нематеріальних послуг, що супроводжують доставку товарів, забезпечуючи максимальне задоволення потреб клієнтів найефективнішим чином.

Логістичні послуги тісно пов'язані з дистрибуцією і включають комплекс послуг, що надаються під час доставки товарів. Вони охоплюють набір логістичних функцій, які виконуються при обробці замовлень у внутрішніх бізнес-процесах компанії, підтримці лояльності зовнішніх клієнтів або створенні комфортного робочого середовища для клієнтів в організації.

Логістичний сервіс – це набір послуг, що надаються під час доставки товарів безпосередньо споживачам на завершальному етапі ланцюга.

Підсумовуючи, можна зробити висновок, що:

- мета логістичної служби - забезпечити доставку товару необхідної якості і при цьому доставити товар в потрібний час, в потрібному місці, потрібному клієнту з максимальною зручністю для нього;
- об'єктом логістичної послуги може бути як сама продукція, так і споживачі матеріального потоку;
- об'єктом логістичної послуги є певний комплекс логістичних

послуг.

В основу сучасного логістичного сервісу покладені наступні принципи:

- максимальна відповідність очікуванням та запитам споживачів;
- постійний зв'язок з основними принципами і задачами маркетингу;
- ринкова орієнтація сервісу, його гнучкість;
- постійне підвищення якості послуг, що надаються, їх оптимізація.

Основою логістичного бізнесу є можливість надання споживачам товарних потоків, що охоплюють різноманітні логістичні послуги. Ця діяльність тісно інтегрована з дистрибуцією і передбачає комплекс послуг, що включають процеси замовлення, закупівлі, доставки товарів та надання послуг. Обслуговування клієнтів являє собою процес, який значно підвищує додану вартість, зберігаючи при цьому рентабельність ланцюга постачання.

Підсумовуючи, ми створюємо загальну класифікацію всіх підприємств та видів діяльності у сфері логістичних послуг:

1. При зверненні:

- передпродажне обслуговування: бізнес і операції, спрямовані на підвищення попиту на логістичні послуги; включає консультації, демонстрації (в окремих випадках тести);

- логістичні послуги для процесу продажу: надаються в рамках процесу продажу товарів; ви можете піти сюди;

Сюди входить наявність запасів, відбір і оформлення партій поставки, пакування, маркування, створення вантажних одиниць та надання всієї інформації про транзит вантажів, а також робота по забезпеченню безпеки постачання;

- післяпродажне логістичне обслуговування; Це гарантійне обслуговування, обслуговування запасних частин, зобов'язання враховувати скарги клієнтів, повернення, обмін товару тощо. включено.

2. За змістом робіт:

- суворе обслуговування включає послуги, пов'язані із забезпеченням працездатності, надійності та узгоджених параметрів роботи виробу;

- м’яке обслуговування – послуги, пов’язані з більш ефективним використанням товару та розширенням сфери використання в певних умовах роботи споживача.

3. Щодо споживача:

- пряме обслуговування включає послуги безпосередньо споживачеві;

- непрямі послуги – послуги, які безпосередньо не стосуються такого споживача.

4. За сферою застосування:

- служба інформування споживачів, яка забезпечує послуги, що надаються на всіх етапах і визначає терміни доставки, комплектність, якість, кількість, наявність і періодичність доставки, навантаження і розвантаження, а також тип замовлення;

- виробничі послуги включають надання послуг, спрямованих на ефективне використання продукту та його специфічних функцій (оптимізація, виправлення, усунення дефектів, тестування, монтаж, усунення помилок, організація експлуатації та навчання).

- інформаційна послуга визначається кількістю та якістю наданої потенційним споживачам інформації про товари та послуги підприємства (рекламний захід, каталог і прайс-лист, технічний документ, умова гарантії, експлуатаційний документ).- фінансово-кредитні послуги – надають покупцеві різні варіанти оплати товару (оплата на місці, частинами, можливість системи знижок і пільг, можливість банківського, комерційного, товарного кредиту та інших форм).

5. Залежно від способу оплати:

- безоплатна (тимчасова) послуга - це комплекс послуг, які враховуються при розрахунку вартості перевезення і вартість яких входить у вартість доставки. Як правило, допомога після продажу в рамках гарантії

також включена;

– платна логістична послуга – це набір послуг, які споживач оплачує за окремим рахунком.

6. За видом послуги:

- матеріальні послуги спрямовані безпосередньо на потоки товарів і матеріальних цінностей;

- нематеріальні послуги, пов'язані з потоками вибуття, надання консультаційних послуг. Останнім часом їх частка значно зросла.

7. Залежно від ступеня пристосованості до потреб:

- стандартизоване обслуговування включає пакет послуг, які найчастіше потребують клієнти;

- індивідуальне обслуговування потребує, з одного боку, глибокого знання клієнта та його проблем, а з іншого боку, оптимальних шляхів задоволення потреб, які потребують наявності гнучких технологій обслуговування, відповідного обладнання та персоналу.

8. Залежно від форми організації:

- децентралізований - вид логістичного обслуговування, що реалізується внутрішньо;

- самообслуговування - вид матеріально-технічного обслуговування, при якому споживач організовує обслуговування від свого імені та за свій рахунок.

9. За сферою застосування:

- локальні логістичні послуги надаються на локальному ринку компанії;

- регіональні логістичні послуги надаються в межах конкретного регіону;

- національні логістичні послуги надаються в межах національного ринку;

- міжнародні логістичні послуги надаються на міжнародному ринку.

10. За видом сервісного продукту:

- збутові послуги;

- виробничі послуги та технічні вироби.

11. Сервісна пропозиція:

- залучення нових споживачів;

- утримувати існуючих клієнтів.

12. За стадіями життєвого циклу товару:

- в розробці;

- на стадії виробництва;

- на етапі продажу;

- на стадії споживання;

- на стадії утилізації.

Споживачі отримують логістичні послуги від виробників, торгових посередників або спеціалізованих експедиторів, залежно від типу логістичної системи, рівня вимог клієнтів і стратегії постачальників. Логістичні пакети мають бути адаптовані до специфічних потреб кожного клієнта. Здатність комерційної організації персоналізувати свої логістичні послуги визначає її відданість конкретному посереднику. Гнучкість цих послуг дозволяє компенсувати ризики, що виникають у процесі продажу продукції, гарантуючи споживачам оптимальні умови обслуговування.

Так, за Смєховим А.А. можливі наступні шість основних варіантів організації системи сервісу:

1. Сервісне обслуговування здійснюється виключно персоналом виробника.

2. Послуга надається персоналом філій виробника.

3. Для надання послуги створюється консорціум виробників різного обладнання, а також деталей і комплектуючих.

4. Обслуговування здійснюється незалежною спеціалізованою компанією.

5. Для виконання сервісних робіт залучаються посередники, які повністю відповідають за якість та виконання сервісних вимог.

6. Роботи з технічного обслуговування виконуються персоналом підприємства-покупця. Початковий етап планування ланцюга постачання є вкрай важливим. Компанія повинна стратегічно враховувати вимоги до продукту та забезпечити інтеграцію всіх елементів ланцюга постачання.

Виділимо основні характеристики матеріально-технічного забезпечення на етапі запуску нового продукту:

Таблиця 1.1 - основні характеристики матеріально-технічного забезпечення на етапі запуску нового продукту

Назва	Опис
1	2
Адаптивність	Оскільки компанія не має достовірних даних про рух запасів за останні роки, необхідна здатність логістики швидко реагувати та адаптуватися до змін зовнішнього середовища
Наявність інвентарю	Головна мета на цьому етапі – закріпитися на ринку. Тому на цьому етапі дуже важливо мати легко поновлювані запаси. Коли товар популярний серед покупців, важливо швидко поповнювати запаси. Збої в доставці протягом цього часу можуть зашкодити маркетинговій стратегії
Наявність високого ризику для нового продукту та пов'язаних з ним логістичних операцій	Діліться, диверсифікуйте та хеджуйте ризики між партнерами, отримуйте додаткову інформацію про конкурентів, оптимізуйте запаси, прогнозуйте попит на продукцію, готуйтеся до несподіванок тощо.
Високі витрати через відсутність надійних ринкових позицій для інноваційного продукту	За таких умов поставки зазвичай скорочуються, а замовлення нерегулярні. Це захищає підприємства та їхніх споживачів від можливості бути перевантаженими запасами непотрібних товарів. Як наслідок, специфічні витрати на логістику, як правило, високі на цьому етапі впровадження.

У нинішніх економічних умовах для будь-якої організації важливо розуміти, які логістичні послуги вона повинна надавати своїм клієнтам, як з точки зору якості, так і з точки зору кількості. Іншими словами, логістика - це управління потоком послуг. Організації-постачальники повинні правильно визначити логістичні стратегії для своїх клієнтів.

Рівень логістичного сервісу, надійність обслуговування клієнтів,

складські накладні витрати і вартість товарів. Сервіс залежить від обраної постачальником логістичної стратегії. Логістична стратегія передбачає планування, реалізацію та контроль потоку матеріалів від джерела до місця призначення для задоволення потреб клієнтів.

Мартін Крістофер, один із засновників концепції маркетингу і логістики, стверджує, що маркетинг і логістика фокусується на тому, як отримати конкурентну перевагу через обслуговування клієнтів. Його мета полягає в управлінні взаємодією між маркетингом і логістикою, щоб керувати перспективними стратегіями в більш широкому контексті ланцюга поставок. З іншого боку, основні види діяльності маркетингу та логістики пов'язані з транспортуванням готової продукції та взаємодією з клієнтами [19].

З розвитком логістики в розвинутих країнах сформувалася система показників, що в цілому оцінюють її ефективність та ефективність. Це включає:

- економія на загальних логістичних витратах;
- підвищення якості логістичних послуг;
- скорочення тривалості логістичного циклу;
- підвищення продуктивності праці в логістичній системі;
- окупність інвестицій у логістичну інфраструктуру тощо.

Логістика визначається трьома ключовими показниками: прибуток, ефективність та якість. Витрати на логістику та логістичні послуги зазвичай прямо пропорційні. Високоякісні послуги завжди дуже дорогі, і збільшення витрат, як правило, лише покращує їх. Для оцінки якості логістичних послуг використовуються наступні критерії: надійність доставки, точний час від отримання замовлення до доставки товару, гнучкість доставки, наявність запасів на складі постачальника, доступність кредиту та багато інших послуг.

Проаналізувавши всі завдання та принципи роботи логістичних служб, можна зробити висновок, що обслуговування клієнтів у процесі виконання

замовлень є дуже важливим маркетинговим інструментом і стратегічним засобом підвищення конкурентоспроможності на товарному ринку.

Завданням маркетингу є розробка сервісної політики на основі стандартів логістичного обслуговування. Однак для того, щоб розробити стандарти, маркетинг повинен забезпечити логістику оцінкою конкурентних і споживчих ринків. При аналізі споживчого ринку маркетинг класифікує всіх потенційних клієнтів відповідно до їхніх вимог до послуг і визначає послуги та групи споживачів, які користуються найбільшим попитом. Аналізуючи конкурентне ринкове середовище, маркетинг визначає перелік послуг, пропонованих конкурентами, і намагається порівняти умови і вартість послуг на ринку. Логістика прораховує всі можливі варіанти різних рівнів логістичних послуг, які знаходять своє відображення в процесі побудови логістичної системи.

Логістичні послуги дають змогу створювати нові властивості традиційних товарів, підвищувати ефективність ресурсних потоків і збільшувати задоволеність споживачів завдяки новим, більш якісним товарам і рівням обслуговування.

Тому питанням логістики слід приділяти першочергову увагу. Це пов'язано з тим, що заходи з покращення сервісу повинні діяти вздовж усього ланцюга поставок і координувати взаємозв'язок між технічними та логістичними елементами системи.

1.2 Засади та завдання логістичного обслуговування

Якість послуг, що пропонуються клієнтам, має першочергове значення для компаній, які працюють у жорсткому конкурентному середовищі та бажають покращити свій імідж.

Попит на логістичні послуги останнім часом зріс у зв’язку з переходом на європейські стандарти управління, транспортування та зберігання

вантажів, а також появою в Україні сучасних логістичних центрів, що пропонують якісні послуги.

Донедавна логістика була зосереджена на наданні послуг з передачі матеріальних потоків від виробника до споживача, але ефективна організація логістики повинна охоплювати весь ланцюг поставок. Ефективність логістичних потоків і загальний рівень обслуговування клієнтів в кінцевому підсумку залежить від того, як кожен елемент ланцюга поставок обслуговує своїх ділових партнерів.

Логістичне обслуговування клієнтів має деякі проблеми та недоліки в поточному середовищі логістичної системи. В основному це пов'язано з відсутністю належної логістичної інфраструктури та обладнання, браком кваліфікованого персоналу, недостатнім фінансуванням і, зрештою, відсутністю застосування принципів логістики в управлінні логістикою.

У наукових працях українських та зарубіжних економістів відсутнє чітке пояснення поняття логістичної послуги (логістичної послуги). Давайте розглянемо найпоширеніші з них.

Послуга логістики є важливою частиною обслуговування клієнтів, оскільки вона може бути використана для забезпечення необхідної задоволеності клієнта з найменшими можливими загальними витратами та для забезпечення того, щоб клієнт отримував необхідні товари у відповідній кількості та з вибором у розумний час у певний час. певне розташування. , в певний час і за певною ціною.

Логістичне обслуговування – це процес взаємодії між споживачем, продавцем і третьою стороною, що є результатом функціонування логістичної системи та локальних компонентів маркетингового комплексу компанії.

Логістична послуга – це набір нематеріальних послуг, пов'язаних із доставкою товарів з метою досягнення якомога більшої задоволеності споживача найефективнішим способом.

Логістика тісно пов'язана з розподілом і являє собою комплекс послуг, що надаються в процесі доставки товарів.

Логістична послуга - це комплекс логістичних заходів, які виконуються у зв'язку з виконанням замовлень для внутрішнього бізнесу компанії та для підтримки лояльності зовнішніх клієнтів або для формування певної організаційної форми серед споживачів, з якою компанія рада мати справу. .

Обслуговування клієнтів — це процес створення значної доданої вартості при підтримці прибутковості ланцюжка поставок.

Логістична послуга - це набір послуг, що пропонуються в процесі доставки товарів безпосередньо споживачам на кінці ланцюга.

У загальному розумінні логістичні послуги - це комплекс логістичних заходів, пов'язаних з фізичними, інформаційними та фінансовими потоками, які забезпечують максимальне задоволення потреб клієнтів в управлінні логістичними потоками, відповідають критеріям оптимізації логістичних витрат і забезпечують конкурентоспроможність [32].

Основними споживачами логістичних послуг є споживачі матеріально-інформаційних потоків. Логістичні послуги в основному надають постачальники, перевізники та інші логістичні посередники.

Головне завдання логістики при обслуговуванні споживачів полягає у встановленні оптимального балансу між вартістю послуги та її ефективністю.

Хоча покращення рівня обслуговування може збільшити продажі продукції та підвищити конкурентоспроможність логістичних систем, це також призводе до збільшення витрат і зниження операційної ефективності. Вся система логістики.

Споживачами частини логістичних потоків є об'єкти логістичного обслуговування. На кожному етапі руху в логістичному потоці послуги повинні розглядатися з точки зору кінцевого користувача потоку.

Формування системи логістичного обслуговування базується на використанні певних методологічних принципів і методик.

Логістичні послуги працюють на таких принципах, як гнучкість, зручність, зворотній зв'язок і раціональність.

Ключовими принципами системного аналізу для інтеграції систем логістичного обслуговування є знаходження оптимальних рішень, врахування непередбачуваності систем обслуговування, застосування методології, ієрархічна організаційна структура, інтеграція всіх комунікацій, а також стандартизація кількісних і якісних результатів.

До основних методологічних засад формування логістичних систем обслуговування споживачів відносяться такі принципи:

- узгодженість інформаційних, ресурсних, технічних, кадрових, фінансових та інших характеристик системи обслуговування;
- стабільність системи;
- загальносистемний підхід;
- оптимізація, інтеграція та координація логістичних процесів;
- контроль рівня обслуговування клієнтів;
- адаптивність системи.

Логістика включає неможливість надання послуги, «відчутний» досвід нерозривності джерела постачання, варіацію якості, можливість спрямування послуги, унікальність одержувача, неможливість накопичення послуги тощо. є особливі ознаки, що вимагають гнучкості та ефективності.

На відміну від матеріального виробництва, послуги мають унікальну характеристику нематеріальності та нематеріальності. Послуги тісно пов’язані з художниками, які їх надають. Невідповідність якості послуг, право власності на послуги, не надані потенційним споживачам, не підлягає передачі. Це залежить і від виконавця, і від споживача. Задоволення потреб у послугах пов’язане з ризиками в процесі споживання, а користь від послуг неможливо виміряти безпосередньо в грошах.

Усі види послуг можна розділити на три групи залежно від етапу, на якому вони надаються споживачеві:

– передпродажна робота, тобто робота над побудовою системи логістичного обслуговування;

- робота з надання логістичних послуг, що надаються в процесі реалізації товарів;

- післяпродажне обслуговування. Послуги традиційно поділяються на

реальні та нематеріальні. Послуги матеріальної логістики — це операції з транспортування, зберігання та обробки товарів у матеріальних потоках. До нематеріальних логістичних послуг належать інформаційні, фінансові, консультаційні послуги тощо.

Доцільно провести дослідження ринку логістичних послуг за такими напрямками:

- адміністративно-територіальна характеристика регіону як макрологістичної системи;

- визначення суб'єктів логістичного ринку в системі надання логістичних послуг споживачам;

- вивчення попиту на логістичні послуги;

- оцінка логістичної інфраструктури регіону;

- характеристика пропозиції логістичних послуг.

Якість і обсяг логістичних послуг впливають на конкурентоспроможність логістичної системи та загальний рівень витрат[33].

При організації логістичної служби необхідно враховувати рівень обслуговування, який забезпечить логістичній системі максимізацію прибутку та мінімізацію логістичних витрат.

Основним завданням логістики є підвищення рівня обслуговування з точки зору загальних витрат і оптимізація послуг з точки зору потенційної вигоди для споживачів. Необхідно визначити перелік послуг, що надаються різним групам клієнтів, і вартість різних послуг. Послуги також необхідно класифікувати відповідно до вартості та попиту. Оптимальний рівень обслуговування безпосередньо залежить від рівня конкуренції на ринку

даного продукту та його характеристик.

Таблиця 1.2 – Тенденції При формуванні систем обслуговування

Тенденція	Значення
1	2
Збільшення швидкості	Інтенсивність і складність операцій, а також складність систем фінансових розрахунків між партнерами в ланцюзі поставок
Зменшення кількості ланок ланцюга	Зменшення кількості організаційних і фінансових зв'язків в логістичних системах компанії при їх зростаючій складності
Зниження рівня надійності ланцюга	За рахунок скорочення всіх видів запасів, впровадження концепції «Just in Time».

Послідовність дій, що дозволяють сформувати систему логістичного обслуговування, така:

– сегментація споживчого ринку за характеристиками та потребами окремих споживачів логістичних послуг;

– оцінка логістичного потенціалу та ресурсів компанії;

– визначення логістичної стратегії обслуговування клієнтів;

– визначення переліку найбільш важливих для споживачів послуг;

– організація людських ресурсів;

– визначення стандартів обслуговування для окремих сегментів ринку;

– визначення рівень обслуговування, необхідний для забезпечення конкурентоспроможності системи;

– проведення аналізу вартості елементів обслуговування;

– організація матеріально-технічного та інформаційного забезпечення;

– обрання ефективної тактики обслуговування з урахуванням загальної вартості послуги;

– налагодження елементів логістичного обслуговування в залежності від попиту споживачів;

– створення зворотного зв’язку з користувачами сервісу.

Більшість компаній прагнуть надавати власні логістичні послуги своїм клієнтам, оскільки це забезпечує конкурентну перевагу. Крім того, на

українському ринку з'явилося багато компаній, що надають логістичні послуги власними силами. Оскільки базові логістичні послуги є дорогими, споживачі повинні обирати компанії, які пропонують високоякісні послуги за найкращими цінами.

Показниками, що впливають на вибір споживачами логістичної компанії, є вартість послуги, надійність, якість обслуговування, рівень сервісу, культура обслуговування, тривалість обслуговування, умови обслуговування, наявність консультацій, рівень інформованості клієнтів, комфорт, місце розташування, знижки, бонуси та програми лояльності.

Подальша організація потоку послуг для споживачів визначається логістичними принципами компанії, що задовольняють потреби клієнтів за складом, якістю, часом і місцем надання. Недотримання цих критеріїв може негативно вплинути на сприйняття споживачами, призвести до відмови від послуг та погіршення іміджу компанії.

Відмова клієнта від логістичного обслуговування негативно впливає на ефективність логістичної системи. Кількісну оцінку нереалізованої продуктивності (нереалізованого потенціалу продуктивності) можна розрахувати за допомогою формули:

$$NS = \frac{K\sum_{i=1}^{n} V}{100\%},$$

де NS – нереалізований сервісний потен- ціал логістичної системи;

K – кількість фактично реалізованих послуг споживачам;

V – відсоток клієнтів, які відмовилися від послуг у зв’язку з низьким рівнем якості та невідповідності міжнародним стандартам;

i = 1,n – кількість параметрів логістичних послуг, які надає компанія.

Аналіз наслідків нереалізованого сервісного потенціалу потрібно розглядати комплексно, враховуючи його неоднорідність і окремо для кожної групи послуг.

Логістичний сектор України постійно розвивається, але його послуги поки що не повністю відповідають міжнародним стандартам обслуговування клієнтів. Більшість компаній визнають, що оптимізація споживчої логістики може підвищити прибуток, залучити нових клієнтів, покращити корпоративний імідж і в кінцевому підсумку збільшити конкурентну перевагу. Запровадження основних принципів системи споживчої логістики розвинених країн дозволить досягти високого рівня логістики

1.3 Види логістичних послуг

Логістика означає організацію великого бізнесу для транспортування будь-якого вантажу до місця призначення. Сюди входить транспортування різних вантажів, вантажно-розвантажувальні процедури, оформлення необхідної документації, правильна розробка всього маршруту відстеження, вибір необхідного виду транспортування тощо. Головна мета логістики — максимально ефективно переміщувати товари та дістатися до місця призначення з найменшими витратами.

Великі торгові компанії, індивідуальні підприємці, будівельні компанії – всі підприємства, які користуються послугами логістики, котируються на біржі. Розглянувши процес управління логістикою в офшорній компанії, підприємці матимуть більше часу для роботи з клієнтами та партнерами та зможуть більше зосередитися на вирішенні завдань розподілу та збуту продукції.

Транспортна логістика – це комплекс послуг, спрямованих на забезпечення кожного клієнта якісним сервісом. Кожен бізнес, пов'язаний з транспортуванням вантажів, включає кілька видів логістичних послуг, які тісно пов'язані між собою.

Логістичні послуги поділяються на:

- транспортна логістика – послуги, метою яких є визначення

маршрутів, вибір необхідного типу транспортного засобу та вибір оптимального часу для транспортування вантажу.

- складська логістика – послуги, спрямовані на визначення площі, необхідної для зберігання товарів, що транспортуються (включаючи вибір розміру складу, умов зберігання на складі та наявності під'їздів до транспортного маршруту).
- логістика збуту – управління транспортним процесом до місця призначення в повній відповідності до заданих умов доставки.
- заготівельно-логістичні послуги – послуги, які спрямовані на реалізацію процесу доставки сировини або інших необхідних матеріалів до місця переробки або використання.

Замовляючи логістичні послуги, важливо враховувати кожну особливість, яка характеризує ту чи іншу сферу діяльності.

Класифікація логістичних операторів.

Логістичний оператор – це фактично представник, який відстоює інтереси вантажовласника, надаючи йому послуги з доставки будь-яких вантажів за визначеним маршрутом.

У міжнародній термінології для такого виду діяльності, як доставка вантажів, існує наступна класифікація компаній, що надають послуги: 1PL, 2PL, 3PL, 4PL. Де PL (Party Logistic) означає «партія логістики». Цифри вказують на ступінь залученості оператора в процеси, пов'язані з логістичними операціями.

1PL (First Party Logistic) – це базовий рівень логістики, де власником вантажу є сам постачальник послуг або виробник товару, який самостійно здійснює його доставку безпосередньо до роздрібних мереж або клієнтів. Усі операції, пов’язані з обробкою вантажу – включно з завантаженням, розвантаженням та зберіганням – виконує власник вантажу. Проте, з огляду на сучасні економічні тенденції, цей рівень логістики поступово витісняється і замінюється аутсорсингом.

2PL (Second Party Logistic) – це зазвичай аутсорсингова компанія, що надає послуги з перевезення вантажів на певному етапі транспортного ланцюга. Це стандартна транспортна компанія, яка обслуговує клієнтів, що не бажають займатися питаннями оренди транспорту або найму персоналу.

3PL (Third Party Logistic) – логістична компанія, що спеціалізується на доставці та обробці замовлень, виконуючи більшість функцій логістичного обслуговування. Сюди входять транспортування, складування, перехресне складування (коли товари, що прибули на склад, швидко перенаправляються до інших дверей), управління запасами, пакування товарів та їх відправлення.

4PL (Fourth Party Logistic) — це договірна компанія або асоціація з вантажовласником, яка виступає посередником між виробниками та їх партнерами, часто одночасно з кількома. Такий тип оператора глибоко інтегрований у бізнес-процеси клієнтів і є єдиним посередником між клієнтом (виробником) та різними постачальниками логістичних послуг. Він керує всіма необхідними процесами для доставки товарів по всьому ланцюгу постачання, а також управляє компанією 3PL, з якою працює їх клієнт. Варто зазначити, що такий оператор часто розробляє спеціалізоване програмне забезпечення для автоматизації процесу доставки товарів.

Оператори 5PL з’явилися лише нещодавно та мають усі функції логістичної компанії 4PL та працюють з мережевими компаніями, такими як Amazon. Цей тип логістичного оператора також відомий як фулфілмент.

Виконання – це послідовність операцій, які здійснюються продавцем від моменту отримання замовлення до його доставки покупцеві. Фулфілмент здебільшого використовується інтернет-магазинами і передбачає передачу всіх логістичних процесів замовлення до відповідного фулфілмент-центру [14].

Сьогодні логістика 3PL є найпоширенішим видом «контрактної логістики».

При наданні логістичних послуг наголошується на багатьох

особливостях. При цьому необхідно враховувати, що перевезення вантажів може здійснюватися як одним видом транспорту, так і кількома видами транспорту. Він змінюється залежно від відстані від пункту призначення, умов транспортування, товару та типу. Цей маршрут призначений для зменшення витрат компанії, але також має бути організований відповідно до всіх вимог безпеки дорожнього руху та чинного національного законодавства. Це також гарантує повне збереження ваших активів. Професійний логістичний персонал враховує всі вищезазначені вимоги та гарантує високу якість транспортного процесу на всьому шляху відстеження.

Сучасні логістичні системи постійно привносять нові тенденції роботи. Основним завданням усіх видів логістики є раціональне і невелике транспортування вантажів. Грамотний координатор – це професіонал, який зможе організувати весь цей процес і супроводити вас до кінця. Тому, якщо ви бажаєте досягти максимально якісного результату, варто ретельно обирати компанію, яка надає логістичні послуги в Україні.

РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ЛОГІСТИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ У НАК «НАФТОГАЗ УКРАЇНИ»

2.1 Загальний огляд ринку логістичних послуг в Україні

Війна суттєво вплинула на логістичний бізнес в країні, через що більшість українських компаній припинили свою діяльність. Після відносної стабілізації ситуації на фронті ситуація почала поступово відновлюватися. Перелік основних гравців, які займають більшу частину ринку, з кожним роком залишається постійним і істотно не змінюється. Хоча більшість компаній є представництвами міжнародних компаній, є й місцеві компанії.

Після початку бойових дій в Україні, пряме морське та повітряне сполучення було заборонено або перебуває під контролем держави з міркувань безпеки. Водночас, компанії продовжують надавати послуги як в країні, так і за її межами. Наразі більшість вітчизняних вантажів транспортується через кордон залізничним і автомобільним транспортом до портів Гамбурга, Румунії, країн Балтії, а також до польських аеропортів (Катовіце та Варшава). В теперішній ситуації такий підхід є оптимальним і виправданим.

З 2014 року, коли почалася перша фаза війни, логістичні маршрути в Україні суттєво змінилися. Внаслідок військових дій на сході України та окупації частини території України змінилися транспортні шляхи. Зокрема, зростає залежність від внутрішніх доріг і доріг в обхід зон конфлікту. Після того, як російські військові окупували Крим, роль портів змінилася, оскільки Україна втратила контроль над деякими портами, а навантаження на порти, які залишилися на материку, збільшилося.[15]

Масштабна атака призвела до «реорганізації» логістики в Україні. Йдеться про блокаду чорноморських портів, тимчасову окупацію Азовського

моря, призупинення авіасполучення, знищення логістичних центрів, переміщення заводів і компаній у безпечнішу зону.

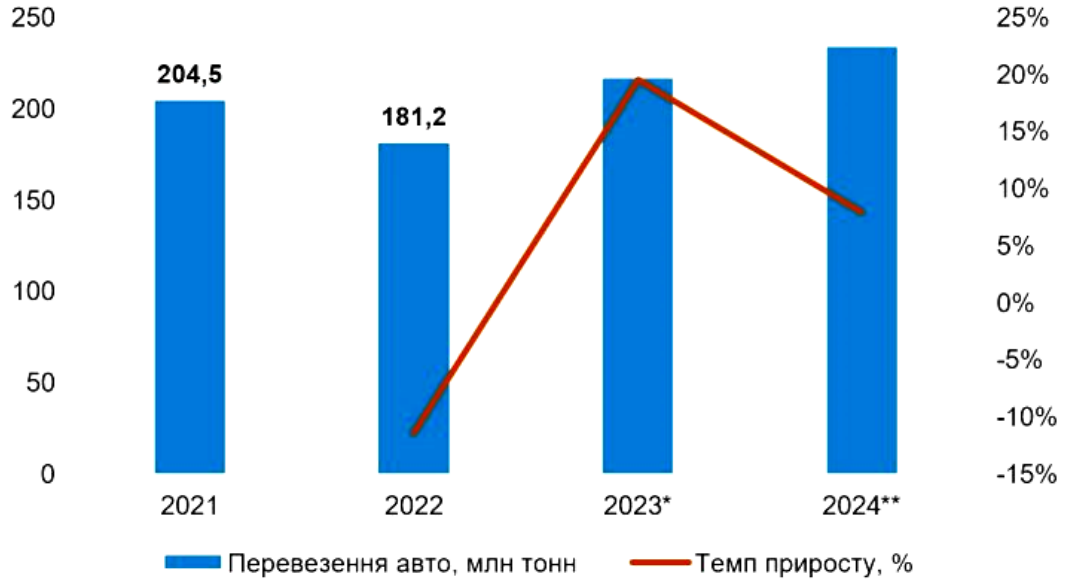


Рисунок 2.1 – Динаміка обсягів перевезення вантажів автомобільним транспортом, млн тонн.

У процесі підготовки глибинного дослідження ринку логістики аналітики компанії Impulse Consulting дійшли таких висновків:

- очікується, що обсяги перевезень збільшуватимуться щороку завдяки зосередженню уряду на покращенні перетину кордону для комерційних товарів. З цією метою встановлюються нові пункти пропуску, які в майбутньому допоможуть розвантажити основні міжнародні артерії.
- на кінець 2023 року очікується зростання виручки українських логістичних компаній порівняно з аналогічним періодом минулого року.

З початку широкомасштабного вторгнення логістичні шляхи в Україні неодноразово перебудовували відповідно до поточної військової ситуації. Через повне припинення авіасполучення зросло навантаження на наземний транспорт – залізничний та автомобільний, а частину обсягу тимчасово заблокованих важливих морських портів взяли на себе порти Дунайського

кластеру. Беручи до уваги розвиток логістичних операцій з березня 2022 року, слід розглянути два етапи. По-перше, коли ворог знищив близько 30% складських комплексів Київської області, що змусило багатьох учасників ринку переорієнтуватися на більш безпечні західні регіони, а саме більш розвинену Львівщину. Тоді вільні склади в регіоні становили близько 8%, а за кілька місяців цей показник досяг майже нуля. Переїхали як малі, так і великі логістичні та дистриб'юторські компанії. Ця тенденція тривала недовго. Влітку 2022 року було зафіксовано перенесення складської діяльності зі Східного регіону до столиці. Другий етап, який розпочався восени 2022 року, – це повернення до столиці великих компаній, основних гравців логістичного ринку, що призвело до значного зменшення вільного житла та початку зростання цін на оренду в 2023 році.

Також відбувся регіональний перерозподіл у сфері логістики. «Харківська та Чернігівська області втратили свої позиції, оскільки межують з країною-агресором. Харківська область, як і Чернігівська, була дуже перспективною, але втратила свій економічний потенціал. Маріуполь разом із портом завжди був лідером металургійного експорту, але зараз цей логістичний регіон тимчасово зник.

Також втратили позиції Миколаївська та Херсонська області, де розташовані транспортні центри зовнішньої торгівлі. В Адміністрації портів України запевнили, що наразі вживається низка заходів, щоб порти Миколаївської області відновили роботу вже у 2024 році.

Експерти по-різному бачать майбутнє Одеської області. Одеський розподільчий центр викликав падіння попиту, що також відбилося на відтермінуванні кількох анонсованих великих проектів. Проте завдяки порту на Дунаї Одеса поступово повернула свій колишній статус. За останні два роки на Дунаї відкрито багато перевалочних пунктів і пристаней. З цієї причини Одеса залишається одним із найважливіших регіонів з точки зору логістики імпорту та експорту.

Центральні області, особливо Київщина, зуміли пережити лихоліття перших місяців війни. Незважаючи на втрату понад 400 тисяч квадратних метрів якісних складських площ, Київська область зберігає перше місце серед перспективних регіонів, що свідчить про практично нульову пропозицію. Можна з упевненістю сказати, що ця тенденція збережеться.

Сьогодні Київська область залишається головним логістичним центром країни, і її позиція в цій ролі продовжує зростати, оскільки компанії в окупованих і сусідніх регіонах переміщують свої розподільні центри ближче до Києва. Подібна тенденція спостерігалася вже в 2014 році, коли деякі склади та розподільчі центри перемістили свою роботу на північ через значне зниження споживчого попиту через платоспроможне населення Донецької, Луганської та Кримської областей.

Подібна міграція спостерігалася у 2022 році через окупацію південних областей України. Київ є економічно розвиненим містом з найвищою щільністю населення в Україні та має унікальну здатність створити значний попит на товари та послуги серед споживачів із достатньою купівельною спроможністю, що робить його хорошим вибором для логістичних операторів та компаній у столиці. Крім того, столиця приблизно рівновіддалена від найбільшого фінансового центру країни, що зміцнює її позиції як найбільшого логістичного центру України [7].

Львівщина та Волинь – найперспективніші регіони. Адже там немає гір і є оптимальні за відстанню залізничні та автомобільні маршрути. Наразі 60% українського експорту припадає на країни ЄС, половина експорту до ЄС йде через Польщу і обмежується лише Львівською та Волинською областями, які є перспективними з точки зору логістичних центрів, транспорту та транспортування та створення нових складів.

За даними Агентства морських портів України, унаслідок вторгнення Росії 24 лютого 2022 року було блоковано 10 із 13 портів, які 2021 року перевалили 62,4% усіх імпортних та експортних вантажів України У 2022

році обсяг вантажів, перероблених українськими портами, впав на 61,5% через морську блокаду противника, з яких експорт впав на 54,4%, а імпорт - на 70,3%. Перед обличчям російської агресії повністю функціонуючими залишилися тільки порти в Придунайському регіоні (Ізмаїл, Рені та Усть-Дунайськ), де 2022 року обсяг переробки вантажів може збільшитися втричі - з 5,5 млн до 16,5 млн тонн.

У перші місяці атаки найбільше постраждала автомобільна логістика. У вересні 2022 року президент Володимир Зеленський схвалив "безвізову" угоду між Україною та Європейським Союзом щодо переміщення вантажів наземним транспортом. Це дозволило відновити експорт сільськогосподарської продукції, який був призупинений через блокаду порту.

У 2023 році дію безвізової транспортної системи продовжили на другий рік, але вона не змогла повністю замінити морський транспорт. З одного боку, транспортування вантажів збільшує транспортні витрати, а з іншого – недостатня кількість пунктів пропуску спричиняє черги та затримки. По-третє, польські транспортні компанії незадоволені лібералізацією наземного транспорту між Україною та ЄС, про що свідчать їхні дії щодо заборони українських вантажівок.

На державному рівні намагаються покращити перспективи цього логістичного напрямку. Заступник міністра регіонального розвитку та національної інфраструктури України Сергій Деркач нещодавно анонсував два нові проекти щодо покращення автомобільного транспорту. Перший – «Зелений коридор» між пунктами пропуску «Ленні – Джорджіолешть – Галац» (Україна – Молдова – Румунія). «Першою метою було створення спільної митно-прикордонної інспекції на Рейні. З цією метою ми вже почали відбудовувати барикади та плануємо запровадити спільний нагляд, щоб скоротити час митного огляду, а в довгострокових планах – суттєве оновлення Ленні», – йдеться у листі.

Ще один проект – імпорт вантажівок через Красноелка-Викова де Сус, куди зараз їздять лише порожні фури.

Щодо вантажних залізничних перевезень, то зараз у прикордонних районах України спостерігається значний дефіцит залізничних переходів, що обмежує обсяги імпорту та експорту, тому необхідно вже починати будувати більше пунктів пропуску залізничного сполучення.

Важливу роль у створенні нових логістичних ланцюжків відіграватимуть індустріальні парки (ІП). Сьогодні як компанії, так і уряди вкладають значні кошти в розвиток прав інтелектуальної власності, які мають стати рушійною силою всієї економіки.

Оскільки виробничі потужності вимагають ефективної інфраструктури, розвиток індустріальних парків безпосередньо пов’язаний із розвитком логістичних послуг, які можуть сприяти створенню інтегрованих логістичних рішень та прискоренню економічного відновлення.

Промислові зони є першим будівельним блоком, який збільшить могутність країни, будь то виробництво будівельних матеріалів чи продуктів харчування. Хоча промислові зони пропонують необмежені можливості для інвесторів, від визначення виробничих баз і складів до будівництва офісів і виставкових залів, вони також забезпечують сприятливі умови входу на ринок для уряду та місцевих партнерів.

Щоб стати частиною логістичної інфраструктури, індустріальні парки повинні мати доступ до якісного залізничного та автомобільного сполучення.

2.2 Аналіз фінансово-господарської діяльності НАК «Нафтогаз України»

Національна акціонерна компанія «Нафтогаз України» (НАК «Нафтогаз України») є найбільшою в Україні за часткою у ВВП та ключовим підприємством енергетично-нафтового сектора країни. Засновником та

єдиним акціонером компанії виступає держава.

Група «Нафтогаз» складається з АТ «Нафтогаз України» та кількох інших юридичних осіб. У консолідовану фінансову звітність АТ «Нафтогаз України» включає дані про фінансовий стан, результати діяльності та грошові потоки. До складу групи входять юридичні особи, в яких «Нафтогаз України» є єдиним засновником (акціонером, учасником), а також ті, де «Нафтогаз України» володіє більшістю акцій.

Компанії групи Нафтогаз:

- операції всього циклу, включаючи геологічну розвідку та освоєння, буріння експлуатаційних і розвідувальних свердловин, транспортування та зберігання нафти і газу, а також постачання споживачам природного і скрапленого газу;
- імпорт газу без переривання транспортування газу європейським споживачам;
- переробку газу, нафти та конденсату на п'яти газопереробних заводах (ГПЗ) групи з метою виробництва скрапленого газу, моторних палив та інших нафтопродуктів.
- реалізацію моторних палив через власну мережу АЗС.

У 2004 році на підприємства Групи Нафтогаз припадало 13,8% ВВП України. Частка нафти і газу в загальному балансі первинних енергоресурсів України становить 61%. Основним джерелом енергії є природний газ; його частка в енергетичному балансі становить 41-43%. Україна відноситься до країн з дефіцитом природних вуглеводневих ресурсів і покриває власним видобутком 23-25% потреби в газі і 12-15% потреби в нафті.

Компанія є найбільшим платником податків в Україні. У 2018 році її дохід від податків і дивідендів склав 137 млрд грн, що становить приблизно 15% усіх доходів державного бюджету.

Компанії групи займаються розвідкою і розробкою родовищ, бурінням, транспортуванням і зберіганням нафти і газу, імпортом і доставкою газу

споживачам.

Голова Ради директорів Товариства – Чернишов Олексій Михайлович (з 04.11.2022).

Таблиця 2.1- Показники інфраструктури компанії

Найменування показника	Значення
1	2
Кількість родовищ в експлуатації	234
Протяжність газопроводів високого тиску	38 тис.км.
Кількість підземних газосховищ	13
Кількість насосних станцій	28
Протяжність газорозподільних систем	347 тис.км.
Протяжність магістральних нафтопроводів	4,7 тис.км.
Кількість газопереробних заводів	5
Кількість працівників	172 тис. осіб
Кількість автомобільних газонаповнювальних компресорних станцій	91

У 2023 році «Нафтогаз України» підключив до системи дистанційного моніторингу понад 250 свердловин, загалом у 2021-2023 роках до системи дистанційного моніторингу було підключено 630 свердловин.

Така діджиталізація допомагає:

- знизити втрати газу;
- зменшити операційні видатки на обслуговування свердловин;
- в режимі онлайн аналізувати роботу й оперативно реагувати на будь-які зміни.

У 2016 році компанія вперше за довгий час змогла призупинити падіння видобутку газу в Округознавстві, а в 2017 році видобуток газу зріс на 4% до 15,3 млрд кубометрів, що стало найвищим показником за 24 роки.

Збільшення виробництва: 120 дробилок = 875 млн кубометрів додаткового виробництва. Реконструкція 800 свердловин = 550 млн кубометрів додаткового видобутку. Збільшення обсягу буріння на 21% = 335 млн кубометрів додаткового видобутку.

Україна не імпортувала газ з Росії протягом 1220 днів. «Нафтогаз» тепер має можливість закуповувати газ на прозорих і аполітичних умовах у десятків провідних західних компаній, що конкурують між собою. Станом на кінець 2017 року компанія уклала 30 діючих рамкових угод з європейськими

газорозподільними компаніями за стандартом European Energy Traders (EFET), які є загальноприйнятими для торгівлі газом у Європі. Приватні постачальники та великі споживачі вільно імпортують газ з Європи, що посилює енергетичну безпеку України.

Розірвавши договори з ненадійними партнерами, «Укргазвидобування» забезпечило додаткові 450 млн м³ газу для населення. На українському ринку діють понад 500 газових трейдерів, які можуть зберігати газ в українських газосховищах до 1000 днів без розмитнення.

Модернізована Шебелинська ТЕС почала виробляти пальне Євро-5 під новим брендом «S Hebel». Завдяки переходу на стандарт Євро-5 маржа переробки нафти на Шебелинському НПЗ зросла з 2,18 дол./барель у 2015 році до 5,71 дол./барель у 2017 році.

З 2014 року «Нафтогаз» трансформувався з джерела витрат у держбюджеті в його фінансового донора. У 2014 році з бюджету на «Нафтогаз» витратили 91 млрд грн, тоді як у 2016 році корпоративні податки групи становили майже 60 млрд грн. У 2017 році «Нафтогаз» сплатив до бюджету 23,2 млрд грн податків, що на 45% більше порівняно з 2016 роком. У 2018 році група «Нафтогаз» перерахувала державі 137 млрд грн податків і дивідендів, що становило 15% усіх надходжень до бюджету.

Чистий прибуток групи в 2017 році склав 39,4 млрд грн.

Загальна сума колективних позик за 2015–2017 роки скоротилася на 12,5 млрд грн (17,3%) і станом на кінець 2017 року склала 59,3 млрд грн.

З 1 квітня 2019 року «Нафтогаз» планує знизити ціну на газ для промислових споживачів, які купують на умовах передоплати. Ціна буде нижчою за регульовану (не для населення) – 5990 грн/тис. м³ (без ПДВ та витрат на транспортування). За рахунок закупівель зекономлено 13 млрд грн. Завдяки значній зміні системи постачання «Нафтогаз» щороку заощаджує мільярди гривень. На ProZorro клієнти «Нафтогазу» зекономили близько 15 млрд грн, що становить 32% від загальної економії в системі.

У 2020 році компанія зазнала збитків на суму 19 млрд грн через низький попит та ціну на газ, тоді як у 2019 році отримала прибуток у 2,6 млрд грн. Як зазначив фінансовий директор Пітер ван Дріл, на результати 2020 року значно вплинули борги газорозподільних компаній, які після скасування ПСО заборгували «Нафтогазу» понад 20 млрд грн. Борги залишилися непогашеними за поставки до 31 липня 2020 року (ПСО було скасовано 1 серпня 2020 року), що призвело до резервів сумнівних боргів у 2020 році на суму 23,2 млрд грн, негативно вплинувши на прибутковість та операційні потоки. Додатково теплові компанії заборгували «Нафтогазу» 11 млрд грн.

У першому півріччі 2021 року витрати «Нафтогазу» перевищили доходи, спричинивши збиток близько 1,7 млрд грн. Виручка від реалізації склала 106,2 млрд грн, що на 50% більше, ніж за аналогічний період попереднього року. Витрати зросли до 104,13 млрд грн порівняно з 91,9 млрд грн у минулому році.

Чистий прибуток НАК «Нафтогаз України» за 2021 рік склав 13 051 509 ₴.

У звіті НАК «Нафтогаз України» за перше півріччя 2022 року окремо представлені фінансові результати за другий квартал, де прибуток склав 420 млн грн. Загальний збиток за перше півріччя склав 57,159 млн грн, з яких 57,579 млн грн припадають на перший квартал 2022 року.

У першому півріччі 2023 року «Нафтогаз» отримав 6,575 млрд грн прибутку, тоді як за аналогічний період 2022 року зазнав збитків у 57,2 млрд грн. Консолідований операційний прибуток групи за перше півріччя 2023 року досяг 14 млрд грн, тоді як за цей же період минулого року компанія мала операційний збиток у 55,3 млрд грн. Крім того, за перше півріччя 2023 року «Нафтогаз» скоротив чистий прибуток на 10,3% (або на 13 млрд грн), який склав 111,9 млрд грн.

У 2022 році група Нафтогаз отримала збиток у 79,1 млрд грн, але у

2023 році отримала прибуток у 23 млрд грн.

Консолідований чистий прибуток Групи Нафтогаз за перше півріччя цього року, з січня по червень 2024 року, склав 24,4 млрд грн, що майже в чотири рази перевищує показник за аналогічний період 2023 року.

Єдиним власником «Нафтогазу» в Україні є держава в особі Кабінету Міністрів України.

Уряд зазначив, що держава є власником Нафтогазу для забезпечення:

- безпека постачання природного газу споживачам України;
- досягнення енергетичної незалежності України, зокрема незалежності від імпорту природного газу;
- успішна трансформація енергетичного сектору та завершення реформування ринку природного газу України;
- ефективне представництво та захист інтересів України на національному та міжнародному енергетичних ринках, особливо у відносинах з національними нафтогазовими компаніями інших країн;
- видобуток нафти і газу;
- перевезення нафти та нафтопродуктів.

З цією метою уряд визначив цілі та стратегічні напрями компанії та сподівається, що компанія зможе створити необхідні умови для їх довгострокової реалізації шляхом використання власної економії на масштабі та інтеграції, знань і досвіду, витрат, використання ефективно та стійко. Держава, зі свого боку, зобов’язується запровадити в Нафтогазі систему корпоративного управління відповідно до рекомендацій ОЕСР.

До складу Групи «Нафтогаз України» входять три дочірні компанії (ДП), п'ять дочірніх компаній (ДП), два державних акціонерних товариства (ДАК) і два відкритих акціонерних товариства (ВАТ). Діяльність підприємства здійснюється в чотирьох основних напрямках: видобуток і переробка; транспорт; продаж і реалізація; гарантія на виготовлення.

У лютому 2022 року кредитне агентство Fitch слідом за державою переглянуло рейтинг НАК «Нафтогаз України», змінивши його з позитивного на стабільний.

26 липня 2022 року, в останній день пільгового періоду, НАК «Нафтогаз» не зміг виплатити борг за облігаціями перед кредиторами, що означало дефолт компанії.

18 січня 2023 року директор «Нафтогазу» Олексій Чернишов в інтерв'ю CNBC повідомив, що компанія завершує переговори з кредиторами щодо реструктуризації дефолтних єврооблігацій. Згідно з прес-релізом, 20 вересня 2023 року НАК «Нафтогаз України» виконала умови реструктуризації єврооблігацій з погашенням у 2022 і 2026 роках, здійснивши необхідні виплати, що означає вихід групи з дефолту.

У квітні 2020 року «Нафтогаз» відкрив першу електрозарядну станцію в рамках пілотного проєкту WeEnergy і вивчає можливість розширення на ринок зарядок для електромобілів в Україні. У разі успіху проєкту компанія планує створити загальнонаціональну мережу зарядних станцій для електрокарів.

У вересні 2020 року «Нафтогаз» став першою українською компанією, що приєдналася до Глобального центру взаємодії в кіберпросторі – незалежного центру кібербезпеки, який об'єднує державні органи, українські компанії та міжнародних партнерів у боротьбі з кіберзагрозами.

28 квітня 2021 року Кабінет Міністрів України звільнив Андрія Коболєва з посади голови правління НАК «Нафтогаз України».

27 вересня 2021 року Кабінет Міністрів України звільнив Юлію Ковалів, Наталію Бойко та Юлію Свириденко з Наглядової ради акціонерної компанії «Нафтогаз України» у зв’язку з відставкою незалежних директорів, що сталася на початку вересня.

1 листопада 2022 року Кабінет Міністрів України звільнив Юрія Вітренка з посади голови НАК «Нафтогаз України».

У 2023 році акціонерна компанія «Нафтогаз України» припинила публікацію інформації про зарплати, премії та інші виплати топ-менеджерів за 2022-2023 роки.

За даними СБУ, 17 березня 2023 року СБУ спільно з ДСНС ліквідували масштабну схему незаконного відбору промислових обсягів газу з транспортної системи «Нафтогазу». До цієї схеми були причетні керівники 16 облгазів у Київській, Харківській, Дніпропетровській, Львівській, Вінницькій, Житомирській, Волинській, Закарпатській, Сумській, Рівненській, Хмельницькій, Чернігівській та Івано-Франківській областях, пов’язані з одним із українських олігархів. Вони здійснювали несанкціонований відбір газу з системи, що належить державі. Лише в 2021 році такі дії завдали Україні збитків на майже 3,5 млрд грн. Триває досудове розслідування для встановлення всіх обставин та притягнення винних до відповідальності.

За заявою гендиректора НАК «Нафтогаз України» Олексія Чернишова, у квітні 2023 року Арбітражний суд Постійної палати третейського суду в Гаазі зобов'язав Росію виплатити «Нафтогазу» $5 млрд як компенсацію за втрату активів Групи «Нафтогаз» у Криму в 2014 році та витрати, пов’язані з цим арбітражем.

У жовтні 2023 року Олексій Чернишов повідомив, що Україна продовжує отримувати плату за транзит російського газу до країн, які не мають інших джерел – Австрії, Словаччини, Італії та Угорщини. «Нафтогаз» підтвердив, що Євросоюз планує до 2027 року повністю перейти на альтернативні джерела енергії, припинивши споживання російської сировини. У 2023 році компанія завершила інтеграцію облгазів та міськгазів у єдину систему.

У травні 2024 року «Нафтогаз України» повідомив, що «Укргазвидобування» з початку 2024 року збільшила видобуток газу на 10% порівняно з аналогічним періодом 2023 року. НАК «Нафтогаз України»

прогнозує загальний обсяг на 1 червня 8,6 млрд м³, що відповідає мінімальній завантаженості за аналогічний період 2014-2019 років. Завдяки фінансуванню ЄБРР «Нафтогаз України» створив страховий запас газу в розмірі 0,75 млрд м³.

2.3 Стан логістичного обслуговування споживачів у НАК «Навтогаз України»

НАК «Нафтогаз України» є провідною енергетичною компанією України, що здійснює діяльність у сфері видобутку, транспортування та постачання та розподілу природного газу, нафти й нафтопродуктів. Оскільки енергетичні ресурси є життєво важливими для промисловості та населення, якість логістичного обслуговування споживачів у «Нафтогазі» має вирішальне значення для забезпечення стабільного постачання ресурсів, зменшення витрат та підвищення рівня задоволення клієнтів. Дана доповідь висвітлює стан логістичного обслуговування споживачів у НАК «Нафтогаз України», аналізує основні проблеми та виклики, а також пропонує можливі шляхи їх вирішення.

Логістика в НАК «Нафтогаз України» є ключовим елементом діяльності компанії, що забезпечує ефективне управління видобутком, транспортуванням, зберіганням та постачанням енергоресурсів. Розглянемо детальніше основні аспекти та особливості логістичних процесів у компанії.

Магістральна газотранспортна система (ГТС).

Мережа трубопроводів України є однією з найбільших у Європі, з довжиною понад 38 тисяч кілометрів трубопроводів, що забезпечують транспортування природного газу з регіонів видобутку до споживачів по всій країні.

Використовуються різні типи трубопроводів залежно від обсягу транспортування та відстані. Наприклад, магістральні газопроводи мають

великий діаметр для перевезення великих обсягів газу на великі відстані, тоді як регіональні та локальні мережі забезпечують доставку газу до кінцевих споживачів.

В Україні діє кілька основних нафтопроводів, що забезпечують транспорт нафти від місць видобутку до переробних заводів і портів для експорту.

Окрім трубопроводів, для транспортування нафти та нафтопродуктів використовуються залізничні цистерни та автомобільні танкери, що дозволяє гнучко реагувати на зміну попиту та оптимізувати маршрути доставки.

Підземні сховища газу (ПСГ):

- ПСГ використовуються для балансування попиту та пропозиції газу, особливо в пік сезонів. Вони дозволяють накопичувати газ у періоди низького споживання та використовувати його у періоди високого попиту.
- ПСГ розташовані у геологічно стабільних регіонах з доступом до існуючих газопроводів. Використовуються передові технології для забезпечення безпеки та ефективності зберігання.

Резервуари для нафти:

- поверхневі резервуари. Використовуються для зберігання нафти та нафтопродуктів перед їх транспортуванням або переробкою. Вони обладнані системами контролю температури та тиску для збереження якості продуктів.
- інтеграція з транспортувальними засобами. Забезпечується безперервність постачання через інтеграцію резервуарів з нафтопроводами, залізничним та автомобільним транспортом.

Логістика в НАК «Нафтогаз України» має складну та багатогранну структуру, яка включає транспортування, зберігання та розподіл енергоресурсів. Ефективність логістичних процесів безпосередньо впливає на здатність компанії забезпечувати стабільні та надійні поставки газу та

нафти споживачам. Враховуючи сучасні виклики, такі як старіння інфраструктури, вплив війни, необхідність цифровізації та екологічні вимоги, компанії необхідно продовжувати інвестувати в модернізацію та впровадження інноваційних технологій. Це дозволить не лише покращити якість логістичного обслуговування, але й забезпечити національну енергетичну безпеку України.

Сучасний стан логістичного обслуговування в НАК «Нафтогаз України» представляється низкою складних викликів та можливостей, які виникають внаслідок внутрішніх реформ, зовнішніх факторів та технологічного розвитку. У цьому розділі розглянемо детальніше основні аспекти поточного стану логістики в компанії, аналізуючи інфраструктурні виклики, вплив війни та окупації, проблеми з обліком і контролем, а також процеси діджиталізації та автоматизації.

Інфраструктура НАК «Нафтогаз України» включає розгалужену мережу газопроводів, нафтопроводів, підземних сховищ газу (ПСГ) та резервуарів для нафти. Однак значна частина цієї інфраструктури застаріла, що призводить до частих аварій, втрат ресурсів та підвищених витрат на обслуговування.

Більшість трубопроводів були встановлені декілька десятиліть тому і не відповідають сучасним стандартам безпеки та ефективності. Це збільшує ризик витоків газу та нафти, що має серйозні екологічні та економічні наслідки.

Недостатність потужностей – зростаючий попит на енергоресурси перевищує поточні потужності транспортування, що веде до перевантаження мережі та зниження якості обслуговування споживачів.

Для подолання інфраструктурних викликів компанія активно впроваджує програми модернізації, що включають:

- заміну старих трубопроводів – планується поступова заміна застарілих труб на нові, які відповідають сучасним стандартам та здатні витримувати високі навантаження.
- впровадження новітніх матеріалів та технологій – використання корозійностійких матеріалів, автоматизованих систем моніторингу та управління для підвищення надійності та ефективності транспортування.

Значні фінансові ресурси спрямовуються на розвиток та підтримку логістичної інфраструктури. Це включає залучення інвестицій як внутрішніх, так і міжнародних, а також співпрацю з іноземними партнерами для впровадження передових технологій.

Повномасштабна війна росії проти України спричинила значні пошкодження ключових об'єктів інфраструктури НАК «Нафтогаз України».

Руйнування газопроводів та нафтопроводів – внаслідок бойових дій значна частина трубопроводів була пошкоджена або знищена, що в свою чергу призвело до перебоїв у постачанні енергоресурсів.

Втрата доступу до територій видобутку – окупація деяких регіонів, де знаходяться місця видобутку газу та нафти, ускладнює їх експлуатацію та транспортування ресурсів.

Система обліку та контролю за транспортуванням та споживанням природного газу та нафти в НАК «Нафтогаз України» потребує значного удосконалення. Сучасні виклики вимагають впровадження більш точних та надійних методів обліку.

Відсутність інтегрованих систем – нерозвинені системи взаємодії між різними підрозділами компанії ускладнюють точний облік ресурсів.

Помилки в даних – недостатній рівень автоматизації призводить до людських помилок, що впливає на достовірність даних обліку.

Діджиталізація є ключовим фактором підвищення ефективності логістичних процесів у НАК «Нафтогаз України». Компанія активно впроваджує сучасні цифрові рішення для оптимізації операцій.

Системи управління енергетичними ресурсами (EMS). Використання EMS дозволяє в режимі реального часу відслудковувати та керувати виробництвом, транспортуванням та розподілом ресурсів.

Хмарні технології. Застосування хмарних сервісів для зберігання та обробки великих обсягів даних, що забезпечує в свою чергу більшу гнучкість та масштабованість операцій.

Автоматизація дозволяє зменшити витрати, підвищити точність операцій та знизити ризики людських помилок.

Роботизація складських процесів – використання автоматизованих систем для управління запасами та складування ресурсів.

Автоматизовані системи контролю – впровадження автоматизованих систем моніторингу та контролю за станом трубопроводів, резервуарів та інших об'єктів інфраструктури.

Економічні коливання в Україні та світі мають суттєвий вплив на логістичні процеси НАК «Нафтогаз України».

Коливання цін на енергоресурси. Зміни цін на нафту та газ впливають на прибутковість компанії та можливості інвестування в логістичну інфраструктуру.

Інфляційний тиск. Підвищення витрат на матеріали та послуги ускладнює фінансування проектів модернізації та розвитку.

Співпраця з державними органами та міжнародними партнерами сприяє поліпшенню регуляторного середовища та забезпечує доступ до додаткових ресурсів.

Спільні проекти з міжнародними компаніями. Обмін технологіями та досвідом для підвищення ефективності логістичних процесів.

Участь у міжнародних програмах. Бенефіти від участі в міжнародних ініціативах та програмах підтримки розвитку енергетичної інфраструктури.

Сучасний стан логістичного обслуговування в НАК «Нафтогаз України» є складним та багатогранним, охоплюючи інфраструктурні виклики, вплив зовнішніх факторів, проблеми з обліком та контролем, а також активний процес діджиталізації та автоматизації. Компанія стикається з низкою серйозних викликів, зокрема через війну та окупацію, що впливають на стабільність постачання та безпеку інфраструктури. Однак, завдяки впровадженню сучасних технологій, модернізації інфраструктури та покращенню систем обліку, НАК «Нафтогаз України» має значний потенціал для подолання існуючих труднощів та підвищення ефективності логістичних процесів. Важливою є також адаптація до економічних та регуляторних змін, а також активне співробітництво з міжнародними партнерами для забезпечення сталого розвитку компанії та задоволення потреб споживачів.

Однією з ключових проблем, з якою стикаються споживачі, є недостатня прозорість у передачі інформації від НАК «Нафтогаз України». Це стосується як оперативної інформації про обсяги постачання, так і планових робіт або аварійних ситуацій. Брак відкритих каналів для доступу до даних призводить до того, що клієнти не мають змоги вчасно дізнаватися про зміни в постачанні або тарифах, що особливо критично для промислових підприємств та великих споживачів, які мають високу залежність від стабільного постачання енергоресурсів.

Споживачам важко отримати інформацію, коли є аварійні зупинки або зміни у графіку постачання, що впливає на їх здатність адаптувати свої плани. Крім того, відсутність онлайн-платформ із доступом до даних у реальному часі обмежує можливості самостійного контролю споживання ресурсів, що важливо для раціонального використання енергії.

Ефективний зворотний зв'язок — це одна з основних складових успішного споживацького обслуговування. У НАК «Нафтогаз України»

споживачі часто стикаються з труднощами у подачі скарг, пропозицій або просто у запитах на додаткову інформацію. Відсутність інтуїтивно зрозумілих онлайн-платформ або телефонних гарячих ліній, що працюють 24/7, є вагомою проблемою.

Час реакції на скарги є повільним, що породжує невдоволення клієнтів. Особливо це стосується аварійних ситуацій, коли швидке реагування є критичним для мінімізації шкоди для бізнесу або побутових споживачів. Також, відсутність систем автоматичного оповіщення або відстеження статусу звернень ускладнює зворотний зв'язок із клієнтами.

Компанія обмежено використовує мультиканальні комунікаційні платформи. У сучасному світі споживачі очікують можливості взаємодіяти з компанією через різні канали, такі як мобільні додатки, соціальні мережі, чат-боти та інші цифрові інструменти. Однак, у НАК «Нафтогаз України» більшість комунікацій із клієнтами досі відбувається через традиційні канали, такі як телефон або електронна пошта.

Це створює складнощі для тих споживачів, які надають перевагу цифровим рішенням. Наприклад, мобільні додатки могли б спростити процес подачі звернень, контролю споживання ресурсів та отримання інформації про стан постачання. Крім того, спрощення доступу до онлайн-даних може значно покращити комунікацію з клієнтами, зменшити навантаження на гарячі лінії та підвищити рівень задоволеності клієнтів.

Основною проблемою для споживачів НАК «Нафтогаз України» є часті перебої у постачанні, що виникають через технічні несправності інфраструктури або наслідки війни. Пошкодження газопроводів і нафтопроводів, а також проблеми зі зберіганням і транспортуванням ресурсів створюють серйозні незручності для споживачів, особливо в пікові періоди або в опалювальний сезон.

Технічні проблеми у мережах можуть призводити до втрат ресурсів і тривалих відключень, що суттєво впливає на роботу підприємств і комфорт

побутових споживачів. Через це клієнти змушені шукати альтернативні джерела енергії або тимчасово призупиняти свою діяльність.

Ще однією проблемою є невідповідність тарифів і їхня нестабільність. Часті зміни тарифів на природний газ і нафту ускладнюють прогнозування витрат для споживачів, що особливо важливо для бізнесу. Тарифи можуть різко змінюватися через коливання ринку або внутрішні економічні умови, що створює фінансові ризики для споживачів.

Крім того, тарифи часто не є достатньо гнучкими для різних категорій споживачів. Наприклад, невеликі підприємства та побутові споживачі можуть не отримувати достатньо сприятливі умови, як це можливо для великих промислових клієнтів. Це потребує впровадження більш адаптивної тарифної політики, яка враховувала б ринкові умови та реальні потреби різних категорій споживачів.

Система управління постачанням у НАК «Нафтогаз України» не завжди відповідає сучасним стандартам і вимогам ринку. Застарілі методи управління, зокрема розпорошені та слабо інтегровані системи, ускладнюють ефективне планування та контроль за постачанням енергоресурсів.

Недостатній рівень автоматизації операцій створює ризики помилок і затримок, особливо при передачі даних між різними підрозділами компанії. Це призводить до втрат ресурсів і збільшення витрат як для компанії, так і для споживачів. Тому важливо впроваджувати сучасні ERP-системи, які дозволять покращити управління ланцюгами постачання та забезпечити більш оперативну взаємодію між різними частинами компанії

РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ЛОГІСТИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ У НАК «НАВТОГАЗ УКРАЇНИ»

3.1 Використання методів збору та аналізу даних

Основними методами збору первинної інформації є опитування, спостереження, експеримент, рідше використовується імітація.

Найважливішим з них є опитування. Воно відіграє ключову роль у наданні відповідної маркетингової інформації для компанії чи організації. Опитування можна проводити особисто, телефоном або поштою. Проте кожен із цих методів опитування має свої переваги та недоліки (табл. 3.1).

Таблиця 3.1 - Переваги та недоліки способів опитування

Спосіб опитування	Переваги	Недоліки
1	2	3
Особисте інтерв'ю	Безпосередній контакт; можливість регулювання ситуації, рівня складності запитання, поведінки респондента (з'ясувати непорозуміння, зацікавити), змінювання кількості опитуваних;	Значні витрати часу та коштів. Потребує залучення кваліфікованих і досвідчених інтерв'юерів. Можливі неточності у відповідях респондентів через неправильне розуміння за! питань
Телефоном	Оперативність, відносно низька вартість, значна кількість респондентів	Обмежений обсяг інформації, неможливість узгодити складні питання. Значна частка відмов і перерваних розмов.
Поштою	Продуманість, точність запитань	Незначна кількість респондентів, які беруть участь в опитуванні. Потребує ретельної підготовки анкети.
Комп'ютерне (Інтернет)	Велика швидкість збирання та оброблення даних, відносно низька вартість, можливість користуватися різними інформаційними джерелами комп'ютерної мережі	Недостатня гнучкість, відсутність безпосереднього впливу на респондента, не завжди достатній обсяг потрібної інформації

Для досягнення поставлених цілей дослідження потрібно проводити

його в обґрунтованому та логічному порядку. Спочатку слід визначити тему дослідження (демографічні показники, соціально-економічні характеристики, знання, мотивація, ставлення, поведінка, наміри тощо), кількість учасників і мету дослідження. Потім необхідно ознайомитися з наявною вторинною інформацією. Це дозволяє отримати відповіді на деякі запитання, спрощує подальші процедури та знижує вартість проведення безпосереднього розслідування [29].

Опитування респондентів також називають опитуваннями або анкетами. Кожне таке опитування створюється індивідуально, з чіткою інструкцією щодо його створення. Зазвичай анкета складається з 2-3 частин:

1. вступ, де визначаються цілі дослідження ринку, подається інформація про вигоду для респондента, а також дії тощо.
2. основна частина, яка безпосередньо стосується вирішення досліджуваних завдань.
3. інформація про респондента – вік, стать, клас, сімейний стан, сфера діяльності – зазвичай розміщується в кінці анкети, щоб не впливати на бажання респондента брати участь в опитуванні.Допускається об'єднання частин 1 і 2 анкети.

При заповненні анкети необхідно дотримуватись певних правил і пам’ятати, що питання мають бути такими:

- короткі та зрозумілі, щоб не допускали різного тлумачення своєї суті;
- зосереджений на одній проблемі;
- сформульовано з використанням загальноприйнятої термінології, зрозумілої респондентам;
- згруповані в блоки за логікою дослідження;
- складні питання, що вимагають особливої концентрації та зусиль, а також питання зі спеціальними шкалами слід розміщувати в анкеті або в кінці анкети.

При розробці анкети та проведенні опитування можна використовувати відкриті запитання, що дозволяють респонденту самостійно сформулювати відповідь, або закриті запитання із заздалегідь визначеними варіантами відповідей. Залежно від завдань дослідження приймаються конкретні рішення щодо використання того чи іншого їх виду. Проте практика давно довела, що опрацьовувати та систематизувати дані із закритих анкет набагато простіше, оскільки немає необхідності інтерпретувати інтерв’ю кожного респондента, який висловлює свої думки індивідуальним набором слів.

При проведенні анкетування слід уникати можливих помилок. Найпоширеніші помилки:

1. відмова від відповіді. Іноді використовують заохочення (подарунки, сувеніри), щоб заохотити респондентів відповідати, забезпечуючи таким чином анонімність відповідей. Іноді збільшують вибірку понад необхідну або вводять поправочні коефіцієнти для компенсації помилок.

2. фальсифікація даних респондентами. Цьому практично неможливо запобігти. Щоб уникнути спокуси респондентів надавати завідомо неправдиву інформацію, до шкали додають такі відповіді, як «немає відповіді» або «не знаю».

3. фальсифікація даних дослідниками. Якщо це має місце, слід запровадити відповідну реєстрацію та контроль, а також встановити адміністративний зв'язок з конкретним респондентом.

4. нерозуміння змісту та структури анкети інтерв'юером. Цього можна уникнути шляхом ретельної підготовки інтерв'юерів, попереднього аналізу запитань та дизайну анкети.

У дослідженні ринку також використовуються спостереження, експерименти та моделювання. Ці методи можна використовувати окремо або паралельно з методами дослідження, а отримані дані можна порівнювати.

Спостереження – це аналітичний метод вивчення та реєстрації поведінки об'єктів без вербального чи іншого спілкування чи впливу.

Зазвичай до уваги береться споживач, його поведінка в магазині або біля вітрини, його рекламне повідомлення або його реакція на подію. Спостереження може проводитися відкрито або приховано від споживача, в реальних ситуаціях і в лабораторії, час від часу, за допомогою спеціального технічного обладнання або без нього.

Експеримент — це вид дослідження, під час якого один або кілька елементів (від дизайну упаковки до рекламних матеріалів) змінюються, а інші залишаються незмінними в контрольованих умовах. Наприклад, ви можете відстежувати зміни в обсягах продажів, змінюючи свій календар пропозицій. Об’єктами тестування є не тільки ринки та їх сектори, товари, ціни, процеси продажів, реклама тощо, а й їх розташування як у реальних ситуаціях, так і в спеціальних лабораторіях. Його головна перевага полягає в тому, що він дозволяє визначити причинно-наслідковий зв'язок.

Мімікрія є досить складним методом збору маркетингової інформації і виконується з використанням відповідного спортивного обладнання, висококваліфікованих професіоналів, спортивних моделей, комп'ютерів і т. д. Мімікрія відіграє важливу роль у дослідженні ринку в прогнозуванні майбутнього попиту та потреб споживачів.

Методи аналізу документів використовуються особливо для апаратних баз даних, створених для встановлення, міграції та зберігання. Щоб вирішити задачу аналізу, необхідно вирішити, які документи слід дослідити, щоб отримати об’єктивну та достовірну інформацію про тему.

Залежно від форми, в якій фіксується інформація про ринок праці, документи поділяються на: письмові (друковані, машинописні, рукописні); іконописні (кіно-, відео-, фотодокументи); фонетично (магнітофонні записи). За статусом документи поділяються на офіційні (урядові документи, постанови, дані статистичних звітів, документи різних організацій, архівів тощо), неофіційні (особові картки, анкети, відомості тощо). Залежно від джерела інформації документи поділяються на документи первинні, складені

на основі безпосередніх спостережень або опитувань, і документи вторинні, що представляють собою обробку й узагальнення на основі даних першоджерел.

Недоліками методу є відсутність опису соціальної атмосфери, в якій були сформульовані думки та оцінки, що ускладнює адекватну інтерпретацію подій і не дозволяє зрозуміти мотивацію прийняття рішень; необхідність проаналізувати задум авторів документів, щоб з'ясувати, чи сприяло загальне середовище, в якому створювався документ, об'єктивній фіксації інформації чи навпаки[20].

Основною відмінністю соціометрії від інших видів опитувань є можливість з її допомогою виявити взаємні почуття симпатії та ворожнечі між членами основного колективу і на цій основі отримати кількісну оцінку міжособистісних стосунків у ньому. Термін «соціометрія» означає: вимірювання ступеня дружніх стосунків. Соціометричне опитування відноситься до методів соціальної психології, що використовуються для вивчення різних міжособистісних відносин: формальних і неформальних, емоційних, раціональних, ділових і рольових відносин. Його часто використовують для вивчення функціонування, колективів і особливостей трудових відносин у первинних трудових колективах.

Тест являє собою короткий стандартизований іспит, метою якого є виявлення наявності та ступеня вираженості властивостей особистості, умінь і навичок, мотивацій і психічних станів.

Тести не дозволяють сформулювати чітке твердження, але при правильному формулюванні вони дають корисну інформацію.

Важливість тесту як методу дослідження визначається наступним чином: часто людина не може дати про себе об'єктивну інформацію, тому що більшість людей просто не замислюються про свій характер і характер і не можуть визначити ступінь їх присутності і ступінь вираженості. серії. Цінності особистості. Особливості більш детально. Істинні мотиви вчинків і

поведінки не завжди є дослідженими та об'єктивними. Людина не завжди хоче надати правильну інформацію, яка відповідає тому, що вона знає (або думає, що знає) про себе, тому що кожен намагається представити себе якнайкраще і якнайкраще, тому іноді виникає особлива «брехня» вбудовані тести, які дозволяють судити про те, наскільки людина хоче покраситися. психологічне тестування, ставлячи правильні запитання.

Експеримент є одним із найскладніших способів отримання інформації, оскільки дозволяє здобути унікальні дані, які важко отримати іншими методами. Успіх експерименту залежить від дотримання певних умов: при створенні експериментальної ситуації для контролю обираються найбільш важливі характеристики досліджуваної проблеми. Важливо враховувати зміни, внесені дослідником у контрольні характеристики експериментальної групи. На експериментальну процедуру не повинні впливати явища, що не мають відношення до експериментальної ситуації, але можуть вплинути на її результати.

Практика дослідження ринку показує, що для збору основної інформації можна використовувати багато різних засобів і методів, і часто для досягнення конкретної мети використовуються різні їх комбінації.

3.2 Методологія оцінки логістичного сервісу на виробничому підприємстві

Визначення рівня логістичного сервісу є дуже важливим для оптимізації прибутку. Це пов'язано з тим, що лише певний рівень сервісу може максимізувати прибуток. Тому економічно невигідно надавати повний спектр послуг або навіть його частину. Отже, рівень логістичного сервісу є відносним показником, вираженим у відсотках від загального обсягу послуг, що можуть бути надані для конкретної товарної позиції.

Розрахунок даного показника виконують за такою формулою:

$$\eta = \frac{\sum_{i=1}^{n} t_i}{\sum_{i=1}^{N} t_i} \times 100\%$$

Де N – кількість послуг, які теоретично можна надати;

n – фактична кількість наданих послуг;

ti – час на виконання і-тої послуги.

Таким чином, $\sum_{i=1}^{n} t_i$ – сумарний час, фактично затрачений на надання послуг; $\sum_{i=1}^{N} t_i$ – час, який теоретично можна затратити на виконання всього комплексу послуг.

За рівня обслуговування вище 70 % вартість послуг зростає експоненціально, а за рівня обслуговування вище 90 % вони стають нерентабельними. За оцінками експертів, підвищення рівня обслуговування з 95 до 97 % збільшує економічну вигоду на 2 %, а витрати - на 14 %.

Водночас, якщо рівень сервісу опускається нижче індивідуально встановленого «оптимального порога», це призводить до зростання загальних втрат через зниження якості логістичних послуг.

Тому зростання конкурентоспроможності компанії за рахунок підвищення рівня сервісу тягне за собою, з одного боку, зменшення ринкових втрат, а з іншого – збільшення витрат на обслуговування. Завдання логістичних служб полягає в тому, щоб знайти оптимальний рівень сервісу.

Широкий спектр логістичних послуг і низка істотних змін у їхній якості, вплив послуг на конкурентоспроможність підприємств і величину витрат роблять реальною необхідність розроблення стратегії компанії в галузі логістичного обслуговування споживачів.

У сервісній логістиці розрізняють такі концепції послуг.

1. базовий рівень сервісу – це сервіс, який компанія повинна запропонувати всім споживачам. Якщо компанія приймає замовлення споживача, вона зобов'язана обслуговувати його на зазначеному базовому

рівні. З іншого боку, прийнятно і виправдано пропонувати споживачам більш високий рівень обслуговування за відповідну плату.

2. сервіс, що сприяє фінансовому успіху партнерів. Виробники та споживачі послуг спільно визначають вимоги до змісту та якості послуг, об'єднують зусилля для досягнення бажаної якості послуг, обмінюються інформацією та таким чином сприяють операціям один одного.

3. концепція повної задоволеності клієнтів (надана послуга, бездоганна) – вибіркове обслуговування клієнтів приносить компанії значні прибутки, що виправдовує високі витрати на послугу. Реалізація концепції обслуговування клієнтів вимагає тривалих і стійких ділових відносин і високого рівня довіри між партнерами. Отримавши такий рівень послуг, партнери стають більш залежними один від одного, що вимагає вільного обміну інформацією, спільного прогнозу майбутнього тощо[16].

На ринку логістичних послуг спостерігається постійна тенденція до зростання вимог споживачів до комплексності та якості. Однією з найскладніших тем логістики послуг є поняття якості обслуговування.

Термін «якість» має різне значення для різних категорій споживачів. Наприклад, для розробників продукції – це відповідність функціональному призначенню, надійність, міцність і довговічність продукту; для бізнес-менеджерів – відповідність вимогам споживачів і конкурентоспроможність. Для працівників технічного менеджменту – це точна відповідність параметрів продукту кресленням і стандартам; для споживачів – здатність задовольняти їхні потреби, простота використання, прийнятна ціна тощо.

Якість послуг передбачає відповідність вимогам споживачів, тому ці вимоги мають бути чітко сформульовані та вимірювані за допомогою системи показників. Відхилення від запланованих показників призводить до неналежної якості (або рівня) обслуговування.

До найважливіших параметрів якості логістичного обслуговування відносяться:

- час, який проходить між отриманням замовлення постачальника і доставкою продукції споживачеві (замовнику).
- гарантована надійність доставки в будь-яких умовах.
- можливість фактичної доставки з першої заявки замовника.
- наявність необхідних запасів у логістичній системі.
- стабільність матеріально-технічного забезпечення клієнтів.
- максимальна відповідність виконання замовлення вимогам замовника.
- поступова доступність виконання замовлення в діючій системі логістики.
- зручність розміщення замовлення в логістичній системі в будь-який час.
- підтвердження прийнятого постачальником замовлення для забезпечення якнайшвидшої реалізації;
- об'єктивність цін на логістичне обслуговування.
- регулярне інформування клієнтів про розмір і структуру вартості логістичних послуг.
- в системі логістики можливість пропонувати кредити на продукцію постійним клієнтам і приховані знижки у вигляді безкоштовних логістичних послуг.
- висока продуктивність технології обробки вантажів на складах та інших обробних приміщеннях логістичної системи.
- забезпечення високої якості пакування товарної продукції.
- прогресивна можливість транспортування посилок і контейнерів.

Крім того, можна виділити наступні критерії:

- ступінь задоволення споживчого попиту: кількість відмов за обсягом реалізації та за видами номенклатури через брак засобів виробництва та неефективність їх використання за період, що розглядається; Термін доставки по відношенню до

середньоринкового терміну доставки для кожного виду товару; кількість відмов споживачів, пов'язаних з відхиленням цін від середньоринкових; ймовірність безперебійного виконання прийнятого замовлення за термінами та якістю;

- рівень надання виробничих послуг: ціна послуг по відношенню до середньоринкової, ймовірнісна оцінка безвідмовності надання послуг за термінами та якістю;
- рівень обслуговування клієнтів: кількість відмов у заявках на даний вид послуг; Показники якості обслуговування по кожному виду товару відносно середньоринкового рівня якості; особливості тимчасового обслуговування; Цінова характеристика кожного виду послуг щодо середньоринкової ціни; Імовірнісна оцінка безпроблемного виконання будь-якого виду обслуговування клієнтів за критеріями якості та термінів.

Аналогічним чином можна оцінити якість інших видів логістичних послуг. А саме: за обсягом, кількістю, якістю, строками, ціною та надійністю надання послуг, а також за рівнем інформаційного, фінансового та кредитного обслуговування.

Раніше якість логістичних послуг визначалася надійністю доставки, загальним часом від моменту одержання замовлення до доставки партії матеріалів, можливістю вибору способу доставки, часом виконання замовлення, наявністю запасів, можливістю надання кредитів і знижок, тривалістю навантаження-розвантаження та простою в очікуванні розвантаження, інтервалами прибуття та кількістю необхідних транспортних засобів. Кількість транспортних засобів було визначено. Нині досягнення високої якості є першорядним завданням, оскільки вся логістична система регулярно стикається з процесами, що знижують якість її функціонування.

Основний рівень обслуговування — це однаково визначений рівень обслуговування клієнтів, на якому компанії будують свої основні ділові

стосунки, тим самим завойовуючи та зберігаючи загальну лояльність клієнтів. Він має такі особливості:

1) Доступність – визначається бізнес-критеріями, такими як: ймовірність дефіциту (брак запасів), рівень насичення попиту, повне покриття замовлення;

2) Функціональність – характеризується здатністю дотримуватись запланованих термінів і забезпечувати прийнятну варіабельність операцій і визначається такими оперативними показниками, як: швидкість, безперервність, гнучкість, ступінь дефектів/усунення дефектів;

3) Надійність – здатність підтримувати запланований рівень наявності запасів і функціональність операції;

4) Постійне вдосконалення.

Послуги з доданою вартістю – це спосіб зміцнити відносини зі споживачами шляхом впровадження індивідуальних рішень і спеціальних дій, які додають цінність і допомагають споживачам досягти очікуваних результатів, як правило, зосереджуючись на великих споживачах. Додаткова вартість може бути створена, наприклад, за рахунок індивідуальної упаковки для клієнтів або спеціальної етикетки, розробки спеціальної упаковки для масових поставок або великих вантажів, надання інформаційних послуг для полегшення процесу купівлі тощо[8].

У сучасній сервісній логістиці технологічні чинники відіграють другорядну роль в обмеженні рівня обслуговування. Впровадження гнучкого виробництва, IT-обладнання тощо дозволяє запропонувати послугу практично будь-якої складності з урахуванням індивідуальних побажань споживача. Обмежувачем рівня обслуговування стають економічні фактори. З одного боку, фінансова спроможність компанії надавати послуги більш високого рівня, а з іншого – можливість споживачів купувати якісні, але дорогі послуги. Наприклад, якщо компанія витратила багато грошей на абсолютно бездоганне виконання замовлень клієнтів, вона ризикує

запропонувати своїм клієнтам послуги, які вони не потребують, не очікують або навіть не хочуть платити за запропоновану ціну.

3.3 Шляхи вдосконалення логістичного обслуговування у НАК «Нафтогаз України»

Оптимізація логістичних процесів є одним із найважливіших факторів успіху кожної компанії. У цьому розділі ми розглянемо методи та інструменти, які можна використовувати для покращення логістичних процесів вашої компанії, разом із прикладами найкращих практик і порадами експертів у цій галузі.

НАК «Нафтогаз України» є однією з найбільших державних компаній в Україні, що займається видобутком, транспортуванням, переробкою та продажем нафти, газу та продуктів їх переробки. Логістика в такій компанії є ключовим елементом для забезпечення безперервності постачань, надійності інфраструктури та ефективного управління ресурсами. Вдосконалення логістичного обслуговування є критично важливим для підвищення операційної ефективності компанії, зниження витрат та забезпечення конкурентоспроможності.

Основні виклики логістичного обслуговування у НАК «Нафтогаз України» :

1. застаріла інфраструктура та обладнання. В Україні значна частина трубопроводів і логістичних об'єктів є застарілими, що підвищує ризики аварій та витрат на підтримку.
2. нестабільність ринку та ціноутворення. Різкі коливання цін на енергоносії та невизначеність на міжнародних ринках створюють додаткові логістичні виклики.
3. проблеми з постачальниками. Ненадійність постачальників, затримки поставок обладнання та матеріалів можуть уповільнювати

процеси та впливати на якість логістичного обслуговування.

4. регуляторні виклики. Постійні зміни в державному регулюванні енергетичного ринку України, включаючи вимоги до екологічної безпеки, створюють додаткові перешкоди для ефективної роботи логістики.
5. ризики, пов'язані з геополітикою. Конфлікти, що впливають на енергетичні потоки та транзит газу, а також можливі санкції та політичний тиск на нафтогазову сферу, потребують особливої уваги до логістичних процесів.

1. Основні напрями вдосконалення логістичного обслуговування.

Інновації та цифровізація логістичних процесів. Впровадження систем управління ланцюгом постачань (SCM). Сучасні SCM-системи дозволяють інтегрувати всі процеси управління логістикою — від планування поставок до контролю за запасами. Це дозволить знизити ризики затримок, оптимізувати використання ресурсів і підвищити прозорість логістичних операцій.

Технології Інтернету речей (IoT). Встановлення датчиків на ключових етапах транспортування нафти та газу допоможе відстежувати стан обладнання, моніторити умови зберігання та транспортування в режимі реального часу, що зменшить ймовірність аварій і втрат.

Автоматизація складської логістики. Впровадження роботизованих систем та автоматизованих процесів на складах та логістичних хабах дозволить знизити витрати та підвищити швидкість виконання операцій.

2. Оптимізація транспортної мережі.

Модернізація транспортних шляхів. Оновлення та модернізація існуючих трубопроводів та транспортних коридорів для збільшення їхньої пропускної здатності та зниження втрат у процесі транспортування.

Розробка альтернативних маршрутів. Створення альтернативних маршрутів для транспортування газу та нафти, які дозволять уникнути зон

підвищеного ризику, таких як регіони військових конфліктів.

Залучення альтернативних видів транспорту: Використання мультимодальних логістичних рішень, таких як поєднання трубопроводів, залізничного та автомобільного транспорту, дозволить зменшити витрати на транспортування та забезпечити більшу гнучкість постачань.

3. Підвищення екологічної відповідальності.

Екологічні ініціативи. Впровадження екологічно безпечних технологій у процесах видобутку та транспортування нафти і газу, що знизить викиди парникових газів і відповідає міжнародним стандартам сталого розвитку.

Зменшення енергоспоживання логістичних операцій. Використання енергоефективних технологій на всіх етапах логістичного ланцюга зменшить загальні витрати та допоможе адаптуватися до вимог екологічного законодавства.

4.Удосконалення управління запасами та планування.

Впровадження методик прогнозування попиту. Використання аналітичних інструментів для прогнозування попиту на енергоносії допоможе краще планувати обсяги видобутку та транспортування, уникати надлишкових запасів та знижувати витрати.

Інтеграція постачальників у ланцюг постачань. Більша інтеграція з постачальниками обладнання та матеріалів дозволить зменшити ризики затримок та покращити управління запасами.

5. Підвищення безпеки та управління ризиками.

Системи управління ризиками. Впровадження сучасних систем управління ризиками дозволить мінімізувати фінансові та операційні втрати від аварій, технічних несправностей чи затримок.

Охорона об’єктів критичної інфраструктури. Забезпечення фізичної безпеки трубопроводів та об’єктів логістичної інфраструктури, особливо в умовах конфліктів та зовнішніх загроз.

Приклади вдосконалення логістичних процесів у світовій практиці

зазначені у таблиці 3.2.

Таблиця 3.2 - Приклади вдосконалення логістичних процесів у світовій практиці

Компанія	Практичний приклад
1	2
Royal Dutch Shell	Shell активно впроваджує цифрові технології для управління ланцюгами постачань та оптимізації процесів транспортування нафти і газу. Вони використовують машинне навчання для прогнозування попиту та запобігання перевантаженню інфраструктури.
BP (British Petroleum)	BP використовує IoT та блокчейн-технології для відстеження стану трубопроводів та управління транспортуванням нафти в режимі реального часу. Це значно знижує витрати на обслуговування та підвищує безпеку.
TotalEnergies	Компанія зосереджується на екологічних ініціативах, зокрема використовуючи низьковуглецеві технології для логістики та транспортних операцій, що дозволяє зменшити викиди та підвищити енергоефективність.

Вдосконалення логістичного обслуговування в НАК «Нафтогаз України» є стратегічно важливим для підвищення ефективності роботи компанії, зниження витрат та підвищення її конкурентоспроможності на світовому ринку. Інноваційні підходи, такі як цифровізація, автоматизація, підвищення екологічної відповідальності та модернізація транспортної мережі, дозволять НАК «Нафтогаз України» адаптуватися до сучасних викликів та забезпечити стійкий розвиток у довгостроковій перспективі.

ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ

Кваліфікаційна робота на тему «Логістичний підхід до обслуговування споживачів на виробничому підприємстві» спрямована на дослідження теоретичних засад, аналіз сучасного стану та розробку шляхів вдосконалення логістичного обслуговування споживачів на прикладі НАК «Нафтогаз України». Результати дослідження дозволили зробити низку важливих висновків і практичних рекомендацій.

У першому розділі роботи досліджено теоретичні аспекти логістичного підходу до обслуговування споживачів. З'ясовано, що логістичний сервіс є невід'ємною частиною сучасної системи управління підприємством і спрямований на максимальне задоволення потреб клієнтів через оптимізацію всіх ланок логістичного ланцюга. Розглянуто основні види логістичних послуг, зокрема транспортні, складські, інформаційні та додаткові послуги, які формують повний спектр обслуговування споживачів. Визначено ключові принципи логістичного обслуговування: орієнтація на клієнта, своєчасність, надійність, економічність і гнучкість. Ці принципи є базою для формування ефективної логістичної стратегії підприємства.

Другий розділ присвячено аналізу сучасного стану логістичного обслуговування споживачів у НАК «Нафтогаз України». Проведено загальний огляд ринку логістичних послуг в Україні, що дало змогу визначити основні тенденції, виклики та перспективи розвитку галузі. Аналіз фінансово-господарської діяльності НАК «Нафтогаз України» показав, що компанія займає провідні позиції на ринку, однак стикається з низкою проблем у сфері логістики, таких як недостатній рівень автоматизації процесів, затримки в постачанні продукції та недостатня клієнтоорієнтованість. Дослідження стану логістичного обслуговування

споживачів виявило необхідність вдосконалення системи збору та аналізу даних про потреби клієнтів, а також підвищення якості сервісу через оптимізацію логістичних процесів.

У третьому розділі запропоновано шляхи вдосконалення логістичного обслуговування споживачів у НАК «Нафтогаз України». Розроблено методи збору та аналізу даних, що дозволяють глибше вивчити потреби клієнтів і оперативно реагувати на зміни в їхніх запитах. Запропоновано методику оцінки логістичного сервісу, яка базується на ключових показниках ефективності, таких як швидкість доставки, надійність постачань, рівень задоволеності клієнтів і економічна доцільність операцій. Крім того, обґрунтовано рекомендації щодо впровадження сучасних інформаційних технологій, таких як CRM-системи, автоматизація складських процесів і вдосконалення системи управління транспортом. Зазначено необхідність підвищення кваліфікації персоналу, відповідального за логістичне обслуговування, для підвищення його ефективності.

Таким чином, виконане дослідження підтвердило, що логістичний підхід до обслуговування споживачів є ключовим чинником успішної діяльності виробничого підприємства. Реалізація запропонованих заходів дозволить НАК «Нафтогаз України» підвищити рівень клієнтоорієнтованості, оптимізувати витрати, зміцнити конкурентні позиції на ринку та забезпечити стійкий розвиток компанії в умовах динамічного ринкового середовища. Результати роботи можуть бути використані як для вдосконалення логістичної системи НАК «Нафтогаз України», так і для інших підприємств, які прагнуть підвищити ефективність своєї логістичної діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Global Logistics Performance Index 2022. URL: https://lpi.worldbank.org [дата звернення 11.10.2024]
2. Аналітичний звіт щодо діяльності НАК «Нафтогаз України» за 2022 рік. URL: https://www.naftogaz.com/ [дата звернення 14.10.2024]
3. Балабанова Л. В. Маркетинг: підручник. Київ. Центр навчальної літератури, 2017. 512 с.
4. Борисенко В. Оптимізація транспортних потоків у логістиці. Вісник економічних досліджень, 2021. URL: https://economicresearch.org.ua [дата звернення 09.10.2024]
5. Васильєв О. Логістичний менеджмент: інтегровані інформаційні системи. Електронний науковий журнал «Логістика та управління ланцюгами постачання», 2020. URL: https://logistics.org.ua [дата звернення 21.11.2024]
6. Вітренко І. Цифрові рішення для управління транспортними потоками в умовах воєнного часу. Логістичний портал України, 2023. URL: https://logisticsportal.org.ua [дата звернення 08.10.2024]
7. Войтович С.Я. Особливості застосування логістичного управління на підприємствах сфери послуг. Логістика: теорія та практика. 2011. 342 с.
8. Герасимчук В. Г.Логістика: теорія і практика. Київ: Кондор, 2016.432 с.
9. Гудима І. Логістичний підхід до оптимізації пасажирських перевезень. Науковий журнал «Транспортні системи»,2021.URL: https://transit.org.ua [дата звернення 03.11.2024]
10. Давидов В. І., Петренко О. В. Інформаційні технології в логістиці. Київ: Техніка, 2019. 280 с.

11. Державна служба статистики України. Офіційні статистичні дані щодо транспорту. URL: http://www.ukrstat.gov.ua [дата звернення 17.09.2024]
12. Довготривала стратегія модернізації транспортної інфраструктури України. URL: https://infratrans2025.org.ua [дата звернення 20.11.2024]
13. Інфраструктурні реформи та модернізація НАК «Нафтогаз України». Аналітичний портал «Мінекономіки»,2022.URL: https://mineconom.news [дата звернення 30.09.2024]
14. Інноваційні технології в логістиці: Досвід НАК Нафтогаз України. URL: http://repository.hneu.edu.ua [дата звернення 11.11.2024]
15. Ковальчук С. І. Управління транспортними системами. Харків: Харківський національний університет міського господарства, 2019. 276 с.
16. Котляр, В.І. «Логістика: теорія та практика» Київ: НТУ, 2018.
17. Литвин В. Ефективність інформаційно-логістичних систем на транспорті. Електронний журнал «Транспорт і логістика», 2020. URL: https://translogistics.org.ua [дата звернення 30.10.2024]
18. Мельник, О.О. «Сучасні тенденції в логістичному управлінні» Харків: ХНУ, 2021.
19. Міжнародна асоціація залізничних перевезень. URL: https://uic.org
20. Мінінекономіки України. Офіційний сайт. URL: https://mtu.gov.ua [дата звернення 25.09.2024]
21. Мокій А. І., Дудля А. О. Логістичний менеджмент. Львів: Видавництво ЛНУ імені Івана Франка, 2018. 324 с.
22. Назаренко І. О. Транспортні системи та логістика: навчальний посібник. Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2017. 412 с.
23. Нафтогаз України: Логістика та управління ланцюгами постачання. URL: https://ela.kpi.ua [дата звернення 17.09.2024]

24. Оптимізація логістичних витрат в енергетичних компаніях. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2848 [дата звернення 23.10.2024]
25. Петрович Й.М., Устінова І.Г. Економіка виробничого підприємства: Навч. Посібник. Кропивницький. Т-во «Знання», КОО, 2001. 405 с .
26. Покропивний С. Ф. Економіка підприємства. Київ: КНЕУ, 2015. 568 с.
27. Прес-служба НАК «Нафтогаз України». Річний звіт за 2022 рік. URL: https://www.naftogaz.com/ [дата звернення 17.09.2024]
28. Прогноз розвитку транспортної системи України до 2030 року. URL: https://mintrans.gov.ua/prognoz-2030 [дата звернення 01.11.2024]
29. Рославцев Д.М. конспект лекцій з курсу «Логістичне обслуговування». Харків 2012. 117 с.
30. Світовий банк. Логістика транспорту та інфраструктура в Україні: аналітичний огляд. URL: https://worldbank.org/transport-ukraine [дата звернення 19.10.2024]
31. Седін В. Логістика: сучасні виклики для транспортних підприємств України. Економіка і прогнозування, 2021. URL: https://economicforecasting.org.ua [дата звернення 11.10.2024]
32. Ситник В. Ф. Логістичні системи в економіці. Київ: КНЕУ, 2016. 488 с.
33. Сидоренко, О.Ю. «Логістичний менеджмент: теорія та практика» Одеса: Астрон, 2019.
34. Стратегія розвитку НАК «Нафтогаз України» до 2025 року.URL: https://www.naftogaz.com/ [дата звернення 07.09.2024]
35. Сучасні тенденції розвитку логістичних послуг в Україні. Журнал «Транспортні системи України», 2022. URL: https://ukrtranssystems.org.ua [дата звернення 05.11.2024]
36. Укрзалізниця. Офіційний сайт. URL: https://www.uz.gov.ua [дата звернення 14.10.2024]

37. Харитонов В. Сучасні виклики для логістики в умовах кризи. Журнал «Економічна стратегія», 2022. URL: https://econstrategy.org.ua [дата звернення 21.09.2024]
38. Чорна Л. І. Маркетинг і логістика на транспорті. Харків: Видавництво ХарРІ НАДУ, 2018. 372 с.
39. Шаповал В. М., Румянцева З. П. Основи логістики. Київ: Освіта України, 2016. 368 с.
40. Шевченко, Т.В. «Стратегічне управління в логістиці» Київ. Центр учбової літератури, 2017.