

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**Сумський державний університет****ЦЗДВН****Кафедра управління імені Олега Балацького**

«До захисту допущено»

Завідувач кафедри

(підпис)

(Ім'я та ПРІЗВИЩЕ)

2023 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА*на здобуття освітнього ступеня магістр*

(бакалавр / магістр)

зі спеціальності 073 «Менеджмент»,

(код та назва)

освітньо-професійної програми «Менеджмент організацій і адміністрування»

**на тему: Шляхи удосконалення системи управління підприємством у сфері
оптової торгівлі твердим, рідким, газоподібним паливом
(на прикладі ТОВ «ПЕТРОЛ ЮКРЕЙН»)**Здобувача (ки) групи Ммдн-21К

(шифр групи)

Музира Ірина Олександрівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

(підпис)

Музира Ірина

(Ім'я та ПРІЗВИЩЕ здобувача)

Керівник _____

к.е.н. доц. Матвєєва Ю. А.

(посада, науковий ступінь, вчене звання, Ім'я та ПРІЗВИЩЕ)

(підпис)

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

(повна назва інституту/факультету)

Кафедра управління імені Олега Балацького

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри

(підпис) (Ім'я та ПРІЗВИЩЕ)

_____ 2023 р.

ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

на здобуття освітнього ступеня Магістр
(бакалавр / магістр)

зі спеціальності 073 «Менеджмент»,
(код та назва)

_____ програми _____
(освітньо-професійної / освітньо-наукової) (назва програми)

Здобувача (ки) групи Ммдн-21К Музира Ірина Олександрівна
(шифр групи) (прізвище, ім'я, по батькові)

- Тема роботи " Шляхи удосконалення системи управління підприємством у сфері оптової торгівлі твердим, рідким, газоподібним паливом (на прикладі ТОВ «ПЕТРОЛ ЮКРЕЙН») " затверджена наказом No1326-VI від 22.11.2023 року.2. Термін подання здобувачем закінченої роботи 11.12.2023р.
- Мета кваліфікаційної роботи: дослідження сучасних шляхів удосконалення системи управління підприємством у сфері оптової торгівлі паливом та розробка рекомендацій щодо впровадження цих шляхів у практику
- Об'єкт дослідження: системи управління підприємствами у сфері оптової торгівлі твердим, рідким, газоподібним паливом
- Предмет дослідження: діяльність підприємств які спеціалізуються на оптової торгівлі твердим, рідким, газоподібним паливом
- Кваліфікаційна робота виконується на підставі аналізу діяльності ТОВ «ПЕТРОЛ ЮКРЕЙН»
- Орієнтовний план кваліфікаційної роботи, терміни подання розділів керівникові та зміст завдань для виконання поставленої мети.

№ пор.	Назва розділу	Термін подання
I	Загальнотеоретичні підходи щодо системи управління підприємствами у сфері оптової торгівлі твердим, рідким, газоподібним паливом	07.12.2023
II	Дослідження особливостей управління підприємствами у сфері оптової торгівлі твердим, рідким, газоподібним паливом (на прикладі ТОВ «ПЕТРОЛ ЮКРЕЙН»)	09.12.2023
III	Шляхи удосконалення системи управління підприємством у сфері оптової торгівлі твердим, рідким, газоподібним паливом.	11.12.2023

Зміст завдань для виконання поставленої мети кваліфікаційної роботи:

У розділі 1 студент повинен включати науково дослідну частину.

У розділі 2 студент повинен сформувати організаційно економічний аналіз проблеми, що розглядається, стосовно конкретної організації.

У розділі 3 студент повинен дати конкретні економічно, соціально й екологічно обгрунтовані пропозиції щодо прийняття стратегічних, оперативних чи проектних рішень.

8. Консультації щодо виконання роботи:

Розділ	Прізвище, ініціали та посада керівника	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
1			
2			
3			

9. Дата видачі завдання _____

Керівник кваліфікаційної роботи к.е.н., доцент, Матвєєва Ю.А
(посада, науковий ступінь, вчене звання, Ім'я та ПРІЗВИЩЕ) (підпис)

Завдання до виконання одержав Музира Ірина _____
(Ім'я та ПРІЗВИЩЕ здобувача) (підпис)

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1 ЗАГАЛЬНОТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ЩОДО СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ У СФЕРІ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ ТВЕРДИМ, РІДКИМ, ГАЗОПОДІБНИМ ПАЛИВОМ.....	9
1.1. Особливості управління підприємствами у сфері оптової торгівлі твердим, рідким, газоподібним паливом.....	9
1.2. Бізнес-моделі B2B, B2C, B2R і B2G як частина стратегії бізнесу підприємств сфери торгівлі твердим, рідким, газоподібним паливом....	10
1.3. Проблеми управління підприємствами у сфері оптової торгівлі твердим, рідким, газоподібним паливом.....	15
РОЗДІЛ 2 ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ У СФЕРІ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ ТВЕРДИМ, РІДКИМ, ГАЗОПОДІБНИМ ПАЛИВОМ (НА ПРИКЛАДІ ТОВ «ПЕТРОЛ ЮКРЕЙН»)	16
2.1. Стисла характеристика діяльності товариства з обмеженою відповідальністю «ПЕТРОЛ ЮКРЕЙН».....	16
2.2. Аналіз ефективності діяльності основних підрозділів ТОВ «ПЕТРОЛ ЮКРЕЙН».....	20
2.3. Аналіз ефективності витрат ТОВ «ПЕТРОЛ ЮКРЕЙН».....	23
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ У СФЕРІ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ ТВЕРДИМ, РІДКИМ, ГАЗОПОДІБНИМ ПАЛИВОМ.....	29
3.1. Напрями удосконалення системи управління витратами ТОВ«ПЕТРОЛ ЮКРЕЙН»	29

3.2. Розробка бізнес-моделі B2B, B2C, B2R і B2G як частина стратегії бізнесу ТОВ «ПЕТРОЛ УКРЕЙН».....	32
3.3. Підходи щодо удосконалення управління персоналом.....	36
ВИСНОВКИ.....	40
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	42

АНОТОЦІЯ

Дана кваліфікаційна робота містить в собі 43 сторінки, 1 таблиця, 3 рисунка та 16 використаних джерел.

В наш час тема оптового постачання палива та нафтопродуктів є досить актуальною, враховуючи енергетичну ситуацію в країні, можна встановити що є деякі дефіцити, як у державі так і на приватних підприємствах які спеціалізуються в цій сфері. Такі організації як ТОВ «ПЕТРОЛ ЮКРЕЙН» успішно усувають потреби своїх клієнтів та ефективно транспортують паливо по всіх країні. Регульована, швидка і якісна доставка палива та нафтопродуктів передбачає швидке усунення енергетичних дефіцитів країни та окремих приватних підприємств.

Мета: кваліфікаційна робота розгорнуто аналізує управління підприємством яке займається оптовою торгівлею паливом та іншими нафтопродуктами, також надає методи удосконалення системи логістики, бухгалтерського відділу, відділу збуту та інших підрозділів підприємства задля оптимізації витрат, збільшення кількості та якості послуг. Як результат моєї кваліфікаційної роботи, ми проаналізували діяльність підприємства та знайшли методи оптимізації та удосконалення системи управління підприємством.

Апробація результатів. Основні положення, висновки і результати магістерської роботи опубліковані у тезах доповідей Міжнародної науково-практичної конференції «Управлінські парадигми сталого розвитку та інклюзивного економічного зростання» на тему: Удосконалення системи управління підприємством у сфері оптової торгівлі твердим, рідким, газоподібним паливом (на прикладі ТОВ «ПЕТРОЛ ЮКРЕЙН»).

Ключові слова: ефективність, нафтопродукти, оптимізація, удосконалення, управління, оптимізація.

ВСТУП

В сучасних умовах розвитку ринку паливно-енергетичних ресурсів система управління підприємством у сфері оптової торгівлі твердим, рідким і газоподібним паливом є надзвичайно важливим елементом успішної діяльності. В умовах постійних змін як на ринку, так і в самій галузі компанія має постійно вдосконалювати свою систему управління для забезпечення ефективності та конкурентоспроможності.

Метою даної дипломної роботи є дослідження сучасних шляхів удосконалення системи управління підприємством у сфері оптової торгівлі паливом та розробка рекомендацій щодо впровадження цих шляхів у практику. Для досягнення поставленої мети в роботі будуть використані такі методи дослідження, як аналіз літературних джерел, інтерв'ю експертів галузі, аналіз статистичних даних.

У першій частині роботи буде проведено огляд літературних джерел та аналіз стану системи управління підприємствами сфери оптової торгівлі паливом. Будуть з'ясовані основні проблеми, з якими стикаються підприємства цієї галузі, а також існуючі підходи до управління.

У другому розділі будуть розглянуті сучасні шляхи вдосконалення системи управління підприємством у сфері оптової торгівлі паливом. Особливу увагу буде приділено впровадженню інформаційних технологій, автоматизації процесів управління, удосконаленню систем логістики та управління персоналом.

У третьому розділі будуть запропоновані рекомендації щодо впровадження сучасних шляхів удосконалення системи управління підприємствами сфери оптової торгівлі паливом. Рекомендації будуть базуватися на результатах проведених досліджень і враховуватимуть специфіку даної галузі.

Отримані результати досліджень та розроблені рекомендації доповнюють підприємства у сфері оптової торгівлі твердим, рідким та газоподібним паливом

для підвищення ефективності певної діяльності та забезпечення конкурентних переваг на ринку.

РОЗДІЛ 1

ЗАГАЛЬНОТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ЩОДО СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ У СФЕРІ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ ТВЕРДИМ, РІДКИМ, ГАЗОПОДІБНИМ ПАЛИВОМ

1.1 Особливості управління підприємствами у сфері оптової торгівлі твердим, рідким, газоподібним паливом твердим, рідким, газоподібним паливом

Управління підприємствами сфери оптової торгівлі твердим, рідким і газоподібним паливом має певні особливості, оскільки є специфічною галуззю, пов'язаною з постачанням та реалізацією енергоносіїв. До основних рис менеджменту в цій сфері можна віднести наступні аспекти:

1. Логістика: оптова торгівля паливом вимагає спеціального керування логістичними процесами. Постачання палива має здійснюватися вчасно та безперебійно, оскільки від цього залежить робота багатьох інших підприємств та організацій. Управління логістикою включає оптимізацію всіх процесів на підприємстві, контроль складських запасів із сировиною, транспортування та доставку палива клієнтам.

2. Контроль за дотриманням правил безпеки: оптова торгівля паливом регулюється спеціальними правилами та положеннями, встановленими відповідними державними контролюючими органами. Керівництво підприємства вимагає дотримання цих норм і правил, таких як умови зберігання та транспортування палива, оформлення документів тощо.

3. Фінансування: оптова торгівля паливом передбачає фінансові витрати на придбання, зберігання та транспортування палива. Фінансовий менеджмент включає планування бюджету, управління витратами і доходами, розрахунок маржі та прибутковості.

4. Конкуренція: сфера оптової торгівлі паливом досить конкурентна. Підприємства повинні мати особливу стратегію конкурентоспроможного

існування, розробляти маркетингові ходи, залучати нових клієнтів і підтримувати існуючих.

5. Екологія: у сучасному світі велика увага приділяється екологічній безпеці. Підприємства, які займаються оптовою торгівлею паливом, повинні враховувати ці нюанси і працювати відповідно до вимог охорони навколишнього середовища.

Керівництво підприємств сфери оптової торгівлі твердим, рідким і газоподібним паливом повинно комплексно підходити до поставлених завдань і знати специфіку цієї галузі. Врахування специфіки допоможе підприємствам досягти успіху в роботі та досягти стабільного розвитку.

1.2 Бізнес-моделі B2B, B2C, B2R і B2G як частина стратегії бізнесу підприємств сфери торгівлі твердим, рідким, газоподібним паливом.

Бізнес-модель описує, яким чином організація створює, поставляє клієнтам і набуває вартості – економічну, соціальну та інші форми вартості. Процес розробки бізнес-моделі є частиною стратегії бізнесу.

Приклади бізнес-моделей

Франчайзинг:

Франчайзинг, комерційна концесія, франшиза (від фр. Franchir, «звільняти») – вид відносин між ринковими суб'єктами, коли одна сторона (франчайзер) передає другій стороні (франчайзі) за плату (роялті) право на певний вид бізнесу, використовуючи розроблену бізнес модель його ведення.

Франчайзинг – розвинена форма ліцензування, при якій одна сторона (франчайзер) надає іншій стороні (франчайзі) оплатне право діяти від свого імені, використовуючи товарні знаки та / або бренди франчайзера.

Прямі продажі:

Прямі продажі, згідно з визначенням Американської асоціації прямих продажів – продаж споживчих товарів або послуг, що здійснюється від людини до людини поза стаціонарними точками роздрібною торгівлі. Продукти та

послуги поставляються замовникам незалежними продавцями; в залежності від компанії ці продавці можуть називатися дистриб'юторами, представниками, консультантами або інакше.

За визначенням енциклопедичних видань, прями продажі є формою організації роздрібної торгівлі поза стаціонарними торговими точками, наприклад з лотків, візків, автомобілів і інших тимчасових торгових місць. Можуть застосовуватися як індивідуальними продавцями, так і організаціями.

[<https://www.byuro-rozvytku.com/2021/09/29/biznes-modeli-shho-take-b2b-b2c-b2g-g2b/>]

B2B:

Бізнес-модель B2B (бізнес-бізнес), передбачає взаємодію між двома або більше компаніями, коли одна компанія надає товари або послуги іншій компанії. До основних складових такої моделі належать продажі, маркетинг, логістика та обслуговування клієнтів.

Особливості бізнес-моделі B2B:

1. Клієнти: клієнтами є інші компанії чи організації. Зазвичай у B2B бізнесі клієнтами є великі корпорації, малі та середні підприємства, державні організації тощо.

2. Великі обсяги: у більшості випадків угоди B2B передбачають продаж товарів або послуг у великих обсягах. Це може включати оптову закупівлю, виготовлення на замовлення або реалізацію проекту.

3. Довгострокові відносини: бізнес-модель B2B часто базується на довгострокових партнерствах між компаніями. Це передбачає взаємну співпрацю, довіру та взаємне використання ресурсів.

4. Індивідуальний підхід: у B2B бізнесі часто використовується персоналізований підхід до клієнтів. Компанії намагаються зрозуміти потреби та вимоги своїх клієнтів і надати їм індивідуальні рішення.

5. Маркетингові стратегії: Підприємства B2B використовують конкретні маркетингові стратегії, такі як націлювання, реклама на виставках, вебінари,

прямий маркетинг тощо. Компанії також можуть використовувати мережу дистриб'юторів, щоб збільшити свою присутність на ринку.

6. Інтеграція систем: у бізнесі B2B інтеграція систем управління, електронного документообігу та інших технологій часто має місце для полегшення процесів співпраці з клієнтами.

7. Спеціальні умови оплати: угоди B2B можуть включати спеціальні умови оплати, такі як кредити, розстрочки або інші фінансові угоди, які враховують потреби та можливості клієнта.

Ці особливості визначають специфіку бізнес-моделі B2B і вимагають від компаній особливих стратегій і підходів до ведення бізнесу.

B2C:

Business-To-Consumer (B2C) — форма електронної комерції, метою якої є прямі продажі споживачеві.

B2C ефективно усуває відмінності між великими містами та віддаленими регіонами в сенсі доступності товарів і послуг для клієнта. B2C дозволяє здійснювати прямі продажі з мінімальною кількістю посередників. Усунення посередників дає можливість встановлювати конкурентоспроможні ціни на місцях і навіть підвищувати їх (без урахування винагороди посередникам), що природно, призведе до збільшення прибутку.

Бізнес-модель B2C (Business to Consumer) — це модель, за якою компанія продає свої товари чи послуги безпосередньо кінцевим споживачам. Це прямий контакт між компанією та клієнтом, без посередництва торгових мереж чи інших посередників.

Основні характеристики бізнес-моделі B2C включають:

1. Прямий продаж: компанія продає свої товари чи послуги безпосередньо кінцевим споживачам через власний магазин, веб-сайт або інший маркетинговий канал.

2. Зосередженість на окремих споживачах: компанія звертається до індивідуальних клієнтів, а не до бізнес-клієнтів чи організацій. Це вимагає розуміння потреби і бажань окремих споживачів.

3. Масовий ринок: бізнес-модель B2C здатна обслуговувати велику кількість клієнтів, оскільки орієнтована на широку аудиторію споживачів.

4. Маркетингові зусилля: для залучення споживачів і збільшення продажів компанія використовує різні маркетингові стратегії, такі як реклама, рекламні акції, електронна пошта тощо.

5. Присутність в Інтернеті: більшість компаній, які використовують бізнес-модель B2C, мають власний веб-сайт або інші канали продажу в Інтернеті, щоб забезпечити зручний доступ до своїх продуктів або послуг.

6. Післяпродажне обслуговування: компанія зазвичай забезпечує післяпродажне обслуговування та обслуговування споживачів, що включає гарантії, повернення, ремонт тощо.

7. Оплата та доставка: Компанія надає зручні способи оплати та доставки товарів чи послуг, щоб споживачі могли легко придбати потрібні їм товари.

Бізнес-модель B2C широко використовується в роздрібній торгівлі, електронній комерції, туризмі, готельному бізнесі та багатьох інших галузях, де компанії безпосередньо продають товари чи послуги кінцевим споживачам.

B2G:

Бізнес-модель B2G (Business-to-Government) описує взаємодію бізнесу та держави. У цій моделі підприємства надають товари та послуги державним органам і установам.

Основними характеристиками бізнес-моделі B2G є:

1. Державні закупівлі: Підприємства конкурують за участь у торгах і закупівлях державних органів. Це можуть бути різноманітні товари та послуги, зокрема будівництво, інформаційні технології, логістика тощо.

2. Консультаційні послуги: підприємства можуть надавати консультаційні послуги державним установам у різних сферах, таких як економіка, фінанси, право, технології тощо.

3. Технічна підтримка: підприємства можуть надавати державним установам технічну підтримку у використанні технологій, розробці програмного забезпечення, обслуговуванні інфраструктури тощо.

4. Партнерство в реалізації проектів: бізнес може співпрацювати з державними органами в реалізації різноманітних проектів, таких як будівництво інфраструктури, енергетичні проекти, розвиток туризму тощо.

5. Розвиток інновацій: бізнес може сприяти державним органам у розробці та впровадженні інноваційних технологій і рішень для підвищення якості та ефективності державних послуг.

Бізнес-модель B2G може бути корисною як для бізнесу, так і для уряду. Для бізнесу це може стати джерелом стабільних замовлень і прибутків, а для влади – можливістю отримати доступ до професійних знань і ресурсів приватного сектора.

B2R:

B2R (Business-to-Renter) — бізнес-модель, за якою компанії надають продукти чи послуги безпосередньо орендарям. Це відрізняється від традиційної моделі B2C (Business-to-Consumer), де продукти або послуги пропонуються безпосередньо кінцевому споживачеві.

У моделі B2R компанії зазвичай спеціалізуються на послугах з оренди автомобілів, нерухомості, машин або інструментів. Вони можуть мати власний інвентар або працювати з постачальниками, які надають продукцію в оренду.

Основні переваги моделі B2R полягають у тому, що орендарям зазвичай не потрібно купувати дорогі товари, але вони можуть користуватися їхніми послугами протягом певного часу. Крім того, така модель дозволяє орендарям економити на обслуговуванні, ремонті та зберіганні продукції.

Однак модель B2R також має свої проблеми. Компанії повинні забезпечити стабільний доступ до орендованих продуктів і ефективно управляти своїми запасами. Вони також повинні забезпечити належне обслуговування та підтримку для орендарів.

Підсумовуючи, модель B2R може бути корисною для компаній, які спеціалізуються на послугах оренди, а також для орендарів, які шукають доступ до продуктів без необхідності їх купувати.

1.3 Проблеми управління підприємствами у сфері оптової торгівлі твердим, рідким, газоподібним паливом

1. Конкуренція: Сфера оптової торгівлі твердим, рідким, газоподібним паливом досить конкурентна. Підприємства повинні вдосконалювати свої послуги та часові рамки доставки продукту кінцевому споживачу, щоб підтримувати конкурентоспроможність організації.

2. Ринкові умови: ринок палива не є стабільним, і компаніям доводиться швидко адаптуватися до змін. Наприклад, зміна вартості нафтопродуктів або зміна вимог до якості продукції може вплинути на плани поставок.

3. Логістика: Оптовий продаж нафтопродуктів вимагає систематичної логістики, оскільки вони часто транспортуються на великі відстані. Підприємствам доводиться своєчасно та безпечно вирішувати проблеми транспортування, зберігання та доставки палива.

4. Регулювання: Управління підприємством у сфері оптової торгівлі нафтопродуктами вимагає дотримання нормативних вимог і стандартів, які, в свою чергу, є складними та дорогими у використанні. Наприклад, підприємству може знадобитися спеціальне обладнання або сертифікація продукції для постачання палива.

5. Охорона навколишнього середовища: сьогодні екологічні вимоги до палива стали суворішими та вимагають від компаній, що займаються торгівлею нафтопродуктами, вдосконалення транспортних технологій для зменшення викидів та покращення екологічної ситуації. Це досить складно і дорого для малого бізнесу, який має обмежене фінансування для вкладень в нові технології.

6. Фінансові ризики: Сфера оптової торгівлі паливом пов'язана з фінансовими ризиками зміни вартості нафтопродуктів, нестабільними курсами валют, економічною ситуацією в країні. Підприємства повинні створювати стратегії для управління ризиками, щоб забезпечити фінансову стабільність.

РОЗДІЛ 2

ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ У СФЕРІ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ ТВЕРДИМ, РІДКИМ, ГАЗОПОДІБНИМ ПАЛИВОМ (НА ПРИКЛАДІ ТОВ «ПЕТРОЛ ЮКРЕЙН»)

2.1. Стисла характеристика діяльності товариства з обмеженою відповідальністю ПЕТРОЛ ЮКРЕЙН

ТОВ «ПЕТРОЛ ЮКРЕЙН» — це товариство з обмеженою відповідальністю яке спеціалізується на оптовій торгівлі твердим, рідким, газоподібним паливом і подібними продуктами, та займається комплексним вирішенням завдань з експлуатації нафтових продуктів та їх транспортуванням.

Наявність спеціалістів вищого рівня в підприємстві та виконання розрахунків на логістичному рівні, дозволяє вирішувати складні завдання у стислий термін.

Також ТОВ «ПЕТРОЛ ЮКРЕЙН» тісно співпраює з подібними підприємствами, проектними, логістичними компаніями продажу та транспортуванні нафтопродуктами.

Досвід роботи на ринку логістики нафтової промисловості складає 3 роки, сфера діяльності компанії постійно розширюється.

Підприємство працює в хімічній, нафтохімічній, газотранспортній, нафто добувальній та інших галузях промисловості, зокрема в сфері діагностики, сервісного обслуговування, ремонту та логістично динамічного обладнання, а також логістичному транспортуванню, ущільнюючих, безазбестових матеріалів, герметиків, магістральної арматури та клапанів.

ТОВ «ПЕТРОЛ ЮКРЕЙН» було створено в листопаді 2021 року в м. Вишневе. Спочатку товариство складалося з 10-х чоловік. На цей час у ТОВ «ПЕТРОЛ ЮКРЕЙН» працює 15 чоловік.

ТОВ «ПЕТРОЛ ЮКРЕЙН» складається з торгівельних складів та адміністрації. До адміністративної частини структури відноситься безпосередньо керівництво ТОВ «ПЕТРОЛ ЮКРЕЙН», яке складається з генерального директора, комерційного директора та провідного менеджера.

ТОВ «ПЕТРОЛ ЮКРЕЙН» має наступні відділи: бухгалтерія, плановий відділ, відділ збуту, логістичний відділ, складське господарство, юрист консульт.

Існують наступні склади: склад сировини, склади твердих та рідких речовин.

Відділ кадрів складається з керуючого відділу кадрів та інспектора відділу кадрів.

Організаційну структуру ТОВ «ПЕТРОЛ ЮКРЕЙН» можна описати наступним чином: очолює дану організацію виконавчий директор, якому підпорядковуються всі служби, а саме – фінансовий директор, плановий відділ, бухгалтерія, відділ матеріально-технічного забезпечення, служба збуту, склади.

На даний момент в підприємстві дана структура використовується найбільш широко.

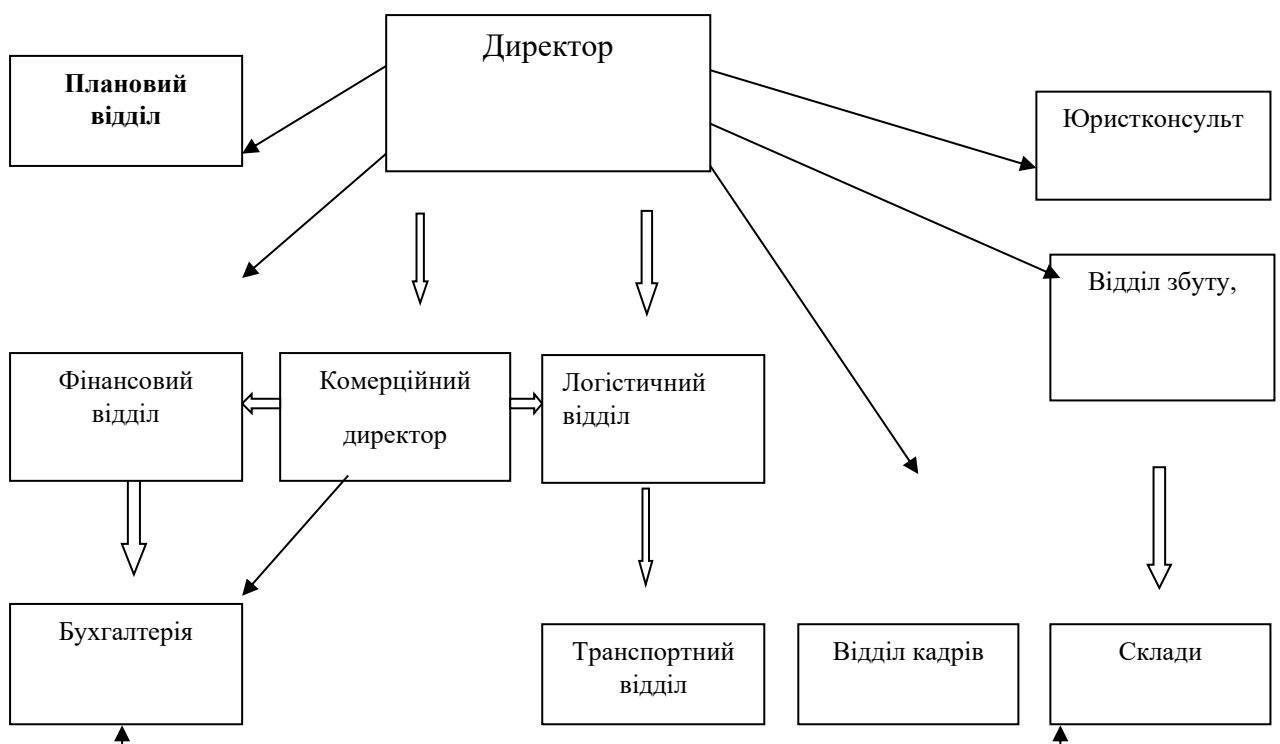


Рисунок 2.1 - Схема організаційної структури підприємства.

Ця організаційна структура відноситься до лінійно-функціональної. Він забезпечує поділ праці, при якому лінійна ланка управління відповідає за управління процесами, а функціональна консультує, допомагає у вирішенні деяких питань, допомагає прийняти ті чи інші рішення, коригувати програми і плани.

Кількість працівників в 2023 році – 15 чол.

Персонал, зайнятий на підприємстві – 11 чол.

60% працівників мають вищу освіту, 40% – професійно-технічну.

При прийнятті на роботу, обов'язково працівник повинен мати освіту відповідну до посади на яку претендує, після цього працівник проходить стажування. Також працівника ознайомлюють з правилами пожежної безпеки та з інструкцією правил безпеки на робочому місці. Навчання проводять для кожного працівника підприємства.

В підприємстві діє фіксована ставка оплати праці, за місячну норму робочих годин.

Норма робочого дня – 8 годин.

Керівники організаційних підрозділів (управління, фінансів, персоналу, логістики) здійснюють вплив на підрозділи компанії усно і формально. Як правило, вони мають право самостійно віддавати їм накази.

Роль функціональних служб на підприємстві залежить від масштабів господарської діяльності та структури управління в цілому.

Функціональні підрозділи здійснюють всю технічну підготовку підприємства, готують варіанти вирішення завдань, пов'язаних з управлінням, процесами реалізації продукції.

Ця структура відноситься до структур ієрархічного типу, і є найбільш ефективною для організації малого бізнесу.

Така організаційна структура є досить раціональною та відповідною для сучасного етапу розвитку організації, оскільки вона задовольняє поставленим перед організацією цілям та ефективності діяльності організації.

У цій організації чітко розподілені взаємодії та повноваження.

Основним напрямком діяльності на підприємстві є:

- Оптова торгівля твердим, рідким, газоподібним паливом і подібними продуктами;
- розробка економічно обґрунтованих заходів з усунення проблемних питань діючого підприємства, у процесі супроводу та контролю вповноважених осіб;
- модернізація та забезпечення надійної експлуатації механізованого обладнання;
- участь в поетапному технічному переоснащенні діючих засобів експлуатації, з метою підвищення продуктивності, енергоефективності, покращення якості та розширення асортименту продукції, зниження негативної дії на довкілля, підвищення безпеки транспортування.

Основний напрямок діяльності:

- транспортування твердого, рідкого, газоподібного палива і подібними продуктами;
- Оптова торгівля металами та металевими рудами;
- Оптова торгівля хімічними продуктами;
- Роздрібна торгівля пальним;
- Вантажний автомобільний транспорт;
- Інша допоміжна діяльність у сфері транспорту;
- Надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого нерухомого майна;
- Надання в оренду вантажних автомобілів;

Основні послуги:

- супровід, консультування, рішення складних логістичних завдань різних галузях, нафтогазового та хімічного напрямку;
- транспортування нафтопродуктів різних видів;

- Надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого нерухомого майна;
- Надання в оренду вантажних автомобілів;
- Інша допоміжна діяльність у сфері транспорту;
- Оптова торгівля хімічними продуктами ;
- Оптова торгівля металами та металевими рудами.

Існуюча частина продукції транспортується на підприємства та розрахована на безперервну роботу логістики підприємства.

Надійність підтверджена 3х річним досвідом транспортування продукції.

2.2. Аналіз ефективності діяльності основних підрозділів ТОВ «ПЕТРОЛ ЮКРЕЙН»

Логістичний відділ ТОВ «ПЕТРОЛ ЮКРЕЙН» використовує стратегічне, перспективне та поточне планування.

Стратегічне планування використовується для розробки стратегії подальшого розвитку підприємства з ефективним використанням засобів транспортної логістики, технічного та кадрового потенціалу.

Цей план розробляється для визначення основних напрямків розвитку підприємства, встановлюється зміст і послідовність здійснення організаційно-економічних заходів, що забезпечують досягнення поставлених цілей.

На основі стратегічного планування розробляються довгострокові плани розвитку на 5-10 років.

На основі перспективних планів розробляються поточні плани.

Сюди входять: план транспортування продукції, план матеріально-технічного забезпечення, план кадрової роботи, план витрат на придбання продукції та її транспортування.

План транспортування продукції є центральним розділом плану розвитку компанії, який ставить завдання щодо якісної логістики транспортування

продукції у вартісному вираженні, і передбачається подальше підвищення якості логістики.

План матеріально-технічного забезпечення – це матеріальні розрахунки, що відображають надання послуг і споживання найважливіших видів продукції.

На основі визначених норм витрат сировини, матеріалів та їх транспортування визначаються потреби в матеріальних ресурсах.

При розробці плану роботи персоналу розробляється система підвищення продуктивності праці як головна умова збільшення обсягу послуг і підвищення їх ефективності. Також визначається потреба підприємства в робочій силі.

У процесі розробки плану витрат, закупівель і реалізації продукції ставиться завдання максимального підвищення ефективності матеріально-технічного забезпечення, більш раціонального використання матеріальних, трудових і фінансових ресурсів.

Площа для зберігання продукції 550, м.кв.

За 2022 рік було доставлено 2567 тон нафтової продукції.

Згідно ч 1 ст.13 Закону про бухгалтерський облік:

«Звітним періодом для складання фінансової звітності є календарний рік.

Проміжна фінансова звітність складається за підсумками I кварталу, I півріччя, дев'яти місяців.

Крім того, відповідно до облікової політики підприємства фінансова звітність може складатися і за інші періоди».

Фінансовий відділ використовує континентальну систему бухгалтерського обліку, що є типовим використанням міжнародних стандартів бухгалтерського обліку крім того, виділено 7 факторів, що визначають особливості національних систем:

1. ступінь розкриття фінансової інформації;
2. вплив закону про компанії на облік;
3. важливість розрахунку прибутку;
4. значення принципу обачності;
5. вплив податкового законодавства;

б. орієнтація звітної інформації на користувачів ринків капіталів.

Метод бухгалтерського обліку – це система способів і прийомів, за допомогою яких об’єкти обліку відображаються та узагальнюються у грошовій оцінці за економічно однорідними ознаками з метою контролю за виконанням статутних вимог, ефективним використанням виробничих ресурсів підприємства, для забезпечення збереження власності і досягнення найбільшої ефективності господарської діяльності.

[https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/20983/2/DSESES_2017_Polishchuk_V-Metod_bukhhalterskoho_122-123.pdf]

Метод бухгалтерського обліку включає наступні елементи:

- документація;
- інвентаризація;
- оцінювання;
- калькуляційна система бухгалтерських рахунків;
- подвійний запис;
- баланс;
- звітність.

Для ефективного управління фінансовими потоками, бухгалтерський відділ має інструменти для складання плану руху грошових коштів та виконання план-фактичного аналізу.

Джерелом даних для автоматичного заповнення плану руху грошових коштів служать:

- суми фактичних надходжень і платежів;
- плани руху грошових коштів (за іншими сценаріями, за інший період та ін.);
- фактичні обсяги продажів і закупівель;
- плани продажів і закупівель;
- суми дебіторської та кредитної заборгованості;
- неоплачені замовлення покупців і замовлення постачальникам;
- заборгованість по заробітній платі.

Підприємством здійснюється транспортування більше ніж 27 видів нафтових та хімічних продуктів.

Основний ринок збуту – Україна.

Підприємство використовує роздрібний метод збуту.

Відділ маркетингу використовує такі методи маркетингу: методи орієнтації на споживача.

Основні методи просування товару: реклама та особистий продаж.

Реклама: сайт компанії та допоміжні інформаційні сайти. Персональний продаж – це словесна презентація товарів у розмові з дуже великою кількістю потенційних споживачів (часто лише з одним), в основному, безпосередньо перед передбачуваною покупкою.

Компанія має відгуки від своїх клієнтів.

2.3. Аналіз ефективності витрат ТОВ «ПЕТРОЛ ЮКРЕЙН»

Ефективність витрат на обслуговування підприємства та реалізацію продуктів можна прорахувати з фінансової звітності малого підприємства.

Чистий дохід від реалізації продукції становить 157080грн., що на 92020грн. (249100грн., – за попередній період) менше, ніж за аналогічний період попереднього року.

Витрати становлять 178428грн., що на 13247грн. (191675грн.), менше ніж за аналогічний період попереднього року.

Чистий прибуток становить 84673грн., що на 8418грн. (93091грн.) менше ніж за аналогічний період попереднього року.

Таблиця 2.2 Перелік витрат ТОВ «ПЕТРОЛ ЮКРЕЙН» за 2022 р.

Витрати	Сума, грн. (2022 р.)	Сума, грн. (2021 р.)
Матеріали	112875	120437
Зарплата	46713	51268
Нарахування на зарплату	9440	10570
Оренда і експлуатаційні витрати	9400	9400
Інші прямі витрати (мех.обробка,збірка)	27813	39654
Ремонт	42087	31756
Доставка матеріалів(сировини)	35880	54312
Сертифікація	9877	11376
Інші операційні витрати	15700	17300
Інші витрати	6573	3213
Всього:	316358	349286

Проаналізувавши структуру операційних витрат ТОВ «ПЕТРОЛ ЮКРЕЙН», відповідно таблиці 2.2., можна дійти висновку про те, що найбільшу частину в операційних витратах підприємства складають матеріальні витрати, що є звичною ситуацією, для будь-якого підприємства.

В 2018 році сума витрат менша, порівняно з попереднім періодом.
Рентабельність торгівельної діяльності (за 2022р) складає:

$$РР = \text{ПР} / \text{Ввр} * 100\%$$

де Рр-рівень рентабельності підприємства %,

Пр- прибуток від реалізації продукції, грн.,

Ввр- Сума витрат на закупівлю і реалізацію продукції, грн.

$$Рр = 84673 / 316358 * 100\% = 26,76 \%$$

(2.1)

Рентабельність реалізованої продукції (за 2022р) дорівнює:

$$Рр = 84673 / 157080 * 100\% = 53,9\%$$

(2.2)

Продуктивність праці :

$$\text{ПТ} = \text{О} / \text{Т}$$

$$\text{Пп} = 157080 / 15 = 10472 \text{ грн./люд.}$$

(2.3)

$$\text{Фондовіддача} = 84673 / 10 = 8467 \text{ грн.}$$

(2.4)

$$\text{Фв} = \text{О} / \text{Оф}$$

$$\text{Фодомісткість} = 10 / 84673 = 0,00011 \text{ грн.}$$

(2.5)

Отже, за звітний період 2022 року можна зробити висновок, що ефективність підприємства зросла, при зменшенні витрат збільшився чистий прибуток. Підприємство функціонує рентабельно.

Система управління витратами має функціональний та організаційний аспекти. Він включає наступні організаційні підсистеми:

- пошук та виявлення факторів ресурсозбереження;
- нормування витрат ресурсів;
- планування витрат за їх видами;
- облік та аналіз витрат;
- стимулювання ресурсозбереження та зниження витрат.

Ефективність прийнятих рішень щодо зниження витрат залежить від ступеня їх узгодженості із завданнями діяльності та розвитку підприємства.

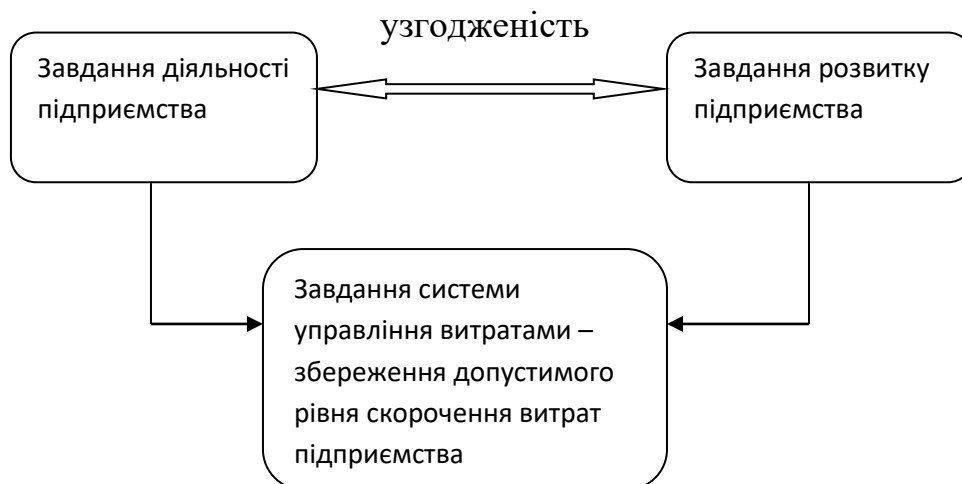


Рисунок 2.3 - Узгодженість завдань діяльності і розвитку а процесі управління витратами підприємства

Планування витрат на ТОВ «ПЕТРОЛ ЮКРЕЙН» відбувається шляхом складання планових калькуляцій оптової продукції та загального кошторису витрат. Щорічно розраховується планова вартість закупівлі.

Контролювання витрат є важливою складовою системи управління витратами, без якої неможливо повноцінно реалізувати інші її функції (рисунок 2.3).

З рисунка видно, що функція контролю формує механізм оберненого зв'язку в циклі управління витратами.

Підприємство користується системою обліку витрат, що поєднує в собі три види обліку: оперативний, бухгалтерський та статистичний.

Оперативний облік обслуговує потреби повсякденного управління витратами під час реалізації підприємством його діяльності.

Оперативний облік точно і детально відображає численні якісні та кількісні характеристики господарської операції.

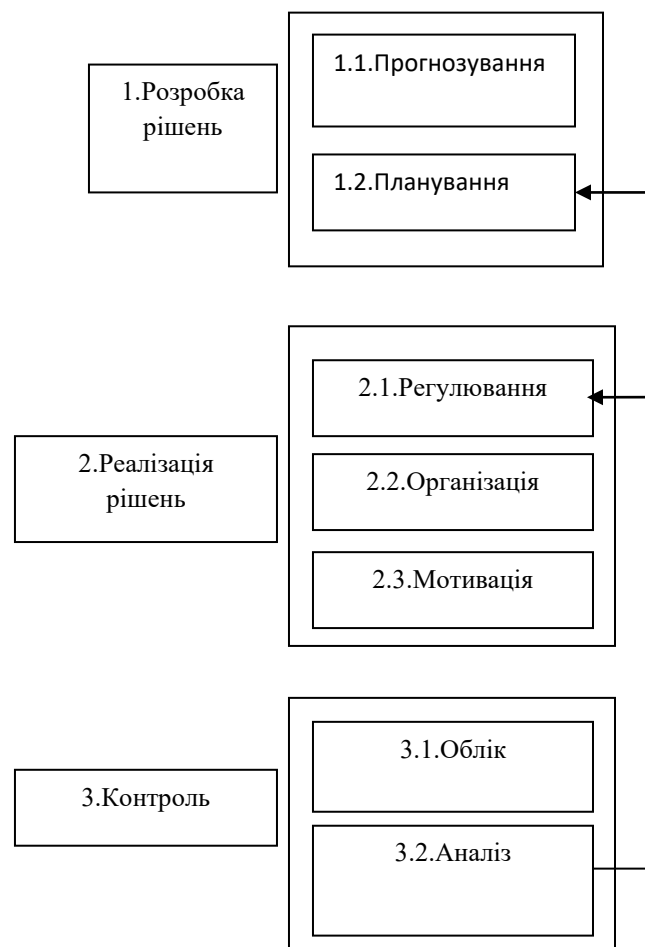


Рисунок 2.4 - Цикл управління витратами.

У загальній системі бухгалтерського обліку інформаційний центр – це облікові дані (близько 80%) всього обсягу інформації про діяльність підприємства, оскільки в ньому детально реєструються всі операції.

Матеріальними носіями результатів обліково-реєстраційної діяльності є первинні та вторинні документи. Кількість вторинних документів утворює систему облікових реєстрів, за допомогою яких систематизується інформація.

У бухгалтерському обліку використовуються рахунки бухгалтерського обліку як спеціальний прийом обліку в системі облікових реєстрів.

На відміну від бухгалтерського обліку, який є суцільним, статистичний облік може бути як суцільним, так і вибіркоvim.

Для власних потреб статистичний облік використовує дані бухгалтерського та оперативного обліку, а також організовує самостійні спостереження.

Потреби виконання функції аналізу в системі контролю вимагають певного узагальнення облікових даних у звітності.

У звітах зазначаються планові та фактичні показники за звітний період, підсумкові дані з початку виконання плану (початок року, квартал).

Для різних потреб можуть бути різні узагальнення як за змістом, так і за частотою.

Контроль може проводитися візуально і інструментально.

Економічні процеси задокументовані.

РОЗДІЛ 3.

ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ У СФЕРІ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ ТВЕРДИМ, РІДКИМ, ГАЗОПОДІБНИМ ПАЛИВОМ

3.1 Напрями удосконалення системи управління витратами ТОВ«ПЕТРОЛ ЮКРЕЙН»

Враховуючи особливості підприємства та видів його діяльності, менеджери управлінських служб можуть застосувати наступні напрямки оптимізації витрат, які були розроблені нами в результаті комплексного аналізу теми витрат.

Перш за все, це налагодження самої системи управління витратами: організація детального обліку витрат та його оптимізація.

У системі управління витратами економічні принципи реалізуються через організаційну систему.

Організація є найважливішим елементом ефективного управління витратами.

Він встановлює, як ведеться управління витратами на підприємстві, тобто хто це здійснює, в які терміни, з використанням якої інформації та документів і якими способами.

Встановлюються зони виникнення витрат, норми витрат і центри відповідальності за їх дотримання. Розробляється ієрархічна система лінійно-функціональних зв'язків керівників і спеціалістів з управління витратами, яка повинна бути сумісна з організаційною структурою підприємства. Організація та деталізація витрат дозволяє фахівцям чітко розуміти, де саме можна скоротити витрати, а де виникають непотрібні перевитрати.

Якщо витрати розглядати як інструмент збільшення прибутку, то необхідно аналізувати кожну їх частину з метою їх оптимізації.

Також другим напрямком є оптимізація витрат на оплату праці. Заробітна плата є одним із елементів витрат, має свою структуру і формує фонд оплати праці штатних працівників.

Резервами зниження витрат на оплату праці є підвищення продуктивності праці за рахунок автоматизації торговельних процесів, удосконалення організації торгівлі та праці, а також поліпшення використання робочого часу за рахунок усунення можливих втрат, підвищення рівня дисциплінованості та дотримання вимог законодавства. працівників.

Підвищення продуктивності праці можна забезпечити, використовуючи такі пропозиції:

- використання ефективної технології та нових ефективних розробок, зміна або модернізація старого обладнання;
- впровадження економічних методів управління, оптимізація фінансово-кредитного механізму тощо;
- підвищення кваліфікації працівників, побудова ефективної системи матеріального стимулювання.

Для підвищення продуктивності праці, важливе значення має її організація – підготовка робочого місця, забезпечення відповідної матеріально-технічної бази, раціональна організація робочого місця.

Оптимізація також призводить до мотивації персоналу.

Отже, якщо заробітна плата виплачуватиметься не у фіксованому розмірі, а частково у вигляді відсотка від реалізації або премії за досягнення певних результатів, це мотивуватиме працівників, сприятиме підвищенню рентабельності підприємства та зниженню витрат на оплату праці у разі невиконання виконати певний план реалізації або поставлені завдання.

Іншою важливою частиною витрат є матеріальні витрати, що входять до ринкової вартості продукції.

Процес закупівлі сировини також повинен бути впорядкованим і організованим.

Наступним напрямком оптимізації витрат є перегляд процесу закупівель менеджерами компанії. Необхідно провести тендер серед постачальників і вибрати найвигідніші умови закупівлі нафтопродуктів.

Необхідно провести наскрізний аналіз логістичних каналів для виявлення поточного стану запасів і визначення шляхів їх можливого скорочення.

Також необхідно покращити роботу відділу матеріально-технічного забезпечення.

Удосконалення відділу логістики можна здійснити за допомогою наступних кроків:

- Автоматизація процесів: використання спеціалізованого логістичного програмного забезпечення дозволяє істотно спростити і прискорити роботу відділу логістики. Це дозволить ефективніше виконувати завдання та зменшить ризик помилок.
- Оптимізація складського простору: відділ логістики повинен забезпечити оптимальне використання складського простору. Це можна зробити шляхом аналізу та реорганізації процесів зберігання та розміщення товарів на складі. Оптимізація складських приміщень заощадить час і сили при пошуку товару, а також знизить ризик його пошкодження.
- Посилення комунікації: використання ефективних інструментів комунікації та встановлення чітких процедур комунікації між різними підрозділами відділу логістики допоможе уникнути непорозумінь і затримок у роботі. Регулярні зустрічі та звіти також можуть покращити спілкування та забезпечити обмін інформацією.
- Аналіз та оптимізація ланцюжка поставок: відділ логістики повинен постійно аналізувати та оцінювати роботу постачальників. Це допоможе виявити можливі проблеми та знайти шляхи їх вирішення, а також забезпечити отримання товару вчасно та за оптимальними цінами.
- Підвищення кваліфікації персоналу: безперервне навчання та підвищення кваліфікації співробітників відділу логістики може значно підвищити

ефективність їх роботи. Регулярні тренінги та семінари допоможуть оновити знання та навички персоналу.

Загальною метою всіх цих заходів є підвищення ефективності та продуктивності відділу логістики, зниження витрат та підвищення якості обслуговування клієнтів.

При раціональній організації процесу постачання зменшиться кількість складських запасів, у тому числі кількість нереалізованої продукції. Вільні склади можна здати в оренду, тим самим розморозивши частину грошових ресурсів.

Зниження витрат та оптимізація завжди залишатимуться актуальною проблемою будь-якого підприємства. Раціонально функціонуюча система управління витратами, в результаті якої приймаються рішення, спрямовані на підвищення ефективності торговельної діяльності, отримання конкретної переваги та підвищення прибутковості підприємства, сприятиме його успіху та процвітанню.

Підсумовуючи вищесказане треба відмітити, що одним із основних засобів отримання більшого обсягу прибутку і досягнення конкурентної переваги є не просто зменшення, а саме успішна оптимізація витрат.

3.2. Розробка бізнес-моделі B2B, B2C, B2R і B2G як частина стратегії бізнесу ТОВ«ПЕТРОЛ ЮКРЕЙН»

Бізнес-модель B2B в торгівлі паливом передбачає продаж палива (твердого, рідкого, газоподібного) між підприємствами. До основних компонентів цієї моделі відносяться:

1. Постачальники палива: це компанії, які займаються виробництвом, розробкою або імпортом палива. Вони постачають паливо оптовим клієнтам, таким як роздрібні мережі, логістичні компанії чи інші підприємства, які використовують паливо для своєї діяльності.

2. Оптові покупці: це підприємства, які купують паливо великими партіями для власних потреб або подальшої реалізації. Це можуть бути роздрібні мережі АЗС, транспортних компаній, промислових підприємств тощо.

3. Логістичні компанії: це компанії, які забезпечують транспортування палива від постачальників до оптових покупців. Вони займаються організацією перевезень (автомобільні перевезення, залізничні перевезення, морські доставки тощо), складськими послугами та іншими логістичними процесами.

4. Дистриб'ютори: це компанії, які займаються розповсюдженням палива оптовим покупцям. Вони можуть мати власні АЗС, склади для зберігання пального та іншу інфраструктуру для подальшого постачання палива своїм клієнтам.

5. Послуги підтримки: це компанії, які надають послуги підтримки B2B-бізнесу в торгівлі паливом. Це можуть бути консалтингові компанії, які допомагають оптимізувати процеси постачання та логістики, компанії, що надають фінансові послуги, юридичні послуги, маркетингові послуги тощо.

У цій бізнес-моделі зв'язки між учасниками можуть по різному реалізовуватися, через довгострокові контракти, аукціони, онлайн-платформи тощо. Ключовими факторами успіху в цій моделі є надійне постачання палива, досконала логістика, конкурентні ціни та якість продукції.

Бізнес-модель B2C (Business-to-Consumer) у торгівлі паливом описує взаємодію між компанією, що продає паливо, та кінцевими споживачами. Основна мета цієї бізнес-моделі – отримання прибутку шляхом продажу палива безпосередньо споживачам.

Основні складові бізнес-моделі B2C в торгівлі паливом:

1. Постачання палива: Підприємство повинно мати джерела постачання палива, наприклад через угоди з різними постачальниками. Це можуть бути нафтові компанії, дистриб'ютори пального або інші постачальники.

2. Зберігання та логістика: підприємство повинно мати інфраструктуру для зберігання палива та логістики. Це можуть бути резервуари або місце для

зберігання пального, транспортні засоби для доставки палива кінцевим споживачам тощо.

3. Продажі та маркетинг: підприємство має розробити стратегію продажів та маркетингу, щоб привернути увагу споживачів. Це може включати рекламу, рекламні акції, та інші маркетингові заходи.

4. Обслуговування та підтримка клієнтів: компанія повинна забезпечувати якісне обслуговування та підтримку клієнтів. Це може включати консультування щодо вибору палива, надання інформації про ціни та наявність, сертифікати якості палива, вирішення проблем із доставкою палива, тощо.

5. Платіжні та фінансові операції: підприємство повинно мати платіжну систему для зручності споживачів. Це можуть бути різні способи оплати, такі як готівка, кредитні картки, електронні платежі тощо. Також важливо вести фінансовий облік і розраховуватися з постачальниками палива.

6. Відповідність нормативним вимогам. Підприємство має відповідати всім відповідним законодавчим і нормативним вимогам, пов'язаним з торгівлею паливом. Це можуть бути правила щодо безпеки, якості палива, екологічні стандарти тощо.

Ці елементи бізнес-моделі B2C у торгівлі паливом можуть бути реалізовані як у фізичному форматі, наприклад, через АЗС, так і в онлайн-форматі, де споживачі можуть замовляти паливо через Інтернет і контролювати його доставку.

Бізнес-модель B2R (business-to-retail) у торгівлі паливом передбачає прямий продаж палива споживачам через точки роздрібною торгівлі, такі як АЗС або магазини. Ця модель дозволяє паливним компаніям пропонувати свою продукцію безпосередньо споживачам, минаючи посередників і оптових постачальників.

До основних компонентів бізнес-моделі B2R у торгівлі паливом належать:

1. Закупівля палива: компанія-постачальник закуповує паливо у виробників або оптових постачальників.

2. Зберігання: паливо зберігається на складах або терміналах компанії-постачальника.

3. Транспортування: паливо доставляється зі складів до роздрібних торгових точок, таких як АЗС.

4. Роздрібна торгівля: паливо реалізується безпосередньо споживачам через АЗС або магазини, які мають власну систему обліку та збуту.

5. Обслуговування клієнтів: компанія-постачальник забезпечує якість палива, вирішує питання технічної підтримки, надає додаткові послуги (наприклад, дисконтні карти, програми лояльності тощо).

6. Маркетинг і реклама: компанія-постачальник проводить маркетингову діяльність для залучення нових клієнтів, рекламує свої товари та послуги.

7. Аналіз та управління: компанія-постачальник використовує аналітичні інструменти для визначення попиту на паливо, прогнозування продажів, управління запасами та оптимізації бізнес-процесів.

Переваги бізнес-моделі B2R у торгівлі паливом включають прямий доступ до споживачів, вищу маржу, можливість контролювати якість продукції та будувати прямі відносини з клієнтами. Однак ця модель також вимагає значних інвестицій у логістику, склади, технології та маркетинг.

B2G (бізнес для уряду) у торгівлі паливом означає, що компанія працює безпосередньо з державними органами чи державними установами щодо постачання палива. Ця модель може включати такі елементи:

1. Укладення договорів: Підприємство може укладати договори з державними органами або державними установами на постачання палива. Ці контракти можуть бути довгостроковими і передбачати постачання певної кількості палива протягом певного періоду.

2. Впровадження процедур закупівель: державні органи та державні установи часто мають власні внутрішні процедури закупівель. Паливноторгівельна компанія може взяти участь у таких процедурах, представивши свою пропозицію та вигравши контракт на постачання палива.

3. Відповідність нормативним вимогам: державні органи можуть встановлювати нормативні вимоги щодо постачання та якості палива. Підприємство має відповідати цим вимогам, щоб отримати контракти та підтримувати довгострокові відносини з державними клієнтами.

4. Забезпечення конкурентоспроможної ціни: державні органи та державні установи, як правило, дбають про ефективне використання державних коштів. Підприємство має пропонувати конкурентоспроможні ціни на свої товари та послуги, щоб забезпечити вигоду угод.

5. Підтримка державних ініціатив: Компанія може активно підтримувати державні ініціативи з енергоефективності, сталого розвитку та інших питань, пов'язаних з паливно-енергетичним комплексом. Це може сприяти підвищенню довіри та співпраці з державними органами.

Така бізнес-модель може бути вигідною для підприємства, оскільки державні органи та державні установи можуть бути стабільними та великими замовниками палива. Однак це також може вимагати додаткових зусиль, щоб відповідати нормативним вимогам і конкурувати з іншими учасниками ринку.

3.3. Підходи щодо удосконалення управління персоналом на підприємстві ТОВ «ПЕТРОЛ ЮКРЕЙН»

Існує кілька підходів до вдосконалення управління персоналом, які можна використовувати на підприємстві:

1. Залучення технологій: використання спеціального програмного забезпечення та інших технологій для автоматизації процесів. Це може включати використання систем управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM) для підтримки бази даних співробітників, впровадження електронних систем для збору й аналізу продуктивності співробітників і даних про продуктивність.

CRM, або управління взаємовідносинами з клієнтами, відноситься до стратегії, методології та програмних інструментів, які допомагають організаціям взаємодіяти зі своїми клієнтами.

CRM дозволяє зберігати інформацію про клієнтів, історію їх замовлень, проблеми, запитання та інші деталі взаємодії. Він також надає можливість керувати контактами з потенційними клієнтами, керувати маркетинговою діяльністю, відстежувати продажі та забезпечувати ефективну підтримку клієнтів.

CRM може включати такі компоненти, як база даних клієнтів, системи аналітики, інструменти автоматизації маркетингу та продажів, системи керування контактами з клієнтами тощо. Він може бути реалізований як програмне забезпечення, хмарні рішення або комбінація різних інструментів.

Використання CRM допомагає підвищити ефективність роботи з клієнтами, підвищити якість обслуговування та збільшити прибуток організації. Він дозволяє збирати та аналізувати дані про клієнтів, що допомагає визначити їхні потреби та пропозиції, а також покращити спілкування з ними.

2. Розвиток навичок менеджерів: забезпечення навчання та навчання менеджерів з питань управління персоналом, включаючи навички комунікації, мотивації, коучингу та управління конфліктами. Це допоможе менеджерам краще розуміти своїх співробітників і взаємодіяти з ними, підтримувати їх розвиток і досягати спільних цілей.

3. Впровадження системи оцінки праці: розробка та впровадження системи оцінки праці, яка дозволяє об'єктивно оцінювати роботу та результати діяльності працівників. Це може включати встановлення конкретних цілей і очікувань, регулярне оцінювання та зворотній зв'язок, а також надання можливостей для розвитку та професійного розвитку співробітників.

Система оцінки роботи підлеглих на підприємстві оптової торгівлі визначається керівництвом підприємства і може включати такі елементи:

- Ключові показники ефективності (KPI): Компанія може встановити певні критерії, які визначають успішність підлеглих. Наприклад, це може бути обсяг продажів, прибуток, частка ринку і т. д. Показники KPI можна використовувати для оцінки ефективності підлеглих.

- Оцінка якості роботи: керівництво може оцінити якість роботи підлеглих, зокрема, їх професіоналізм, виконання завдань, взаємодію з клієнтами тощо. Це можна зробити за допомогою регулярних перевірок ефективності або через систему зворотного зв'язку.

- Задоволеність клієнтів: компанія може використовувати задоволеність клієнтів як показник для оцінки ефективності роботи підлеглих. Наприклад, якщо клієнти постійно задоволені обслуговуванням, це може свідчити про хорошу роботу підлеглих.

- Розвиток і навчання: Компанія може оцінювати розвиток і навчання підлеглих, зокрема їх здатність до саморозвитку, участь у тренінгах і семінарах, активність у підвищенні кваліфікації і т.д. Це може використовуватися для оцінки рівня професійного зростання підлеглих. підлеглих.

- Командна робота: керівництво може оцінити здатність підлеглих співпрацювати та працювати в команді. Це може включати спілкування з колегами, виконання спільних завдань, сприяння створенню позитивного робочого середовища тощо.

Будь-яка система оцінки праці підлеглих на підприємстві оптової торгівлі має бути прозорою, справедливою та мотивуючою для працівників. Керівництво повинно регулярно оцінювати роботу підлеглих і вносити необхідні корективи для досягнення поставлених цілей.

4. Розробка стратегії управління персоналом: розробка довгострокової стратегії управління персоналом, яка відповідає потребам і цілям організації. Це включає аналіз ринку праці та конкуренції, розробку плану пошуку та залучення кваліфікованих співробітників, а також стратегії розвитку та утримання персоналу.

5. Підтримка робочого клімату: створення сприятливого робочого середовища, в якому працівники почувуються задоволеними та мотивованими. Це може включати заохочувальні винагороди та винагороди, програми охорони здоров'я та благополуччя працівників, а також підтримку балансу між роботою та особистим життям.

Ці підходи можна використовувати окремо або в комплексі для досягнення кращих результатів в управлінні персоналом.

ВИСНОВКИ

В ході дипломної роботи було проаналізовано діяльність ТОВ «ПЕТРОЛ ЮКРЕЙН». Аналізуючи діяльність підприємства, я дійшла висновку, що підприємство працює ефективно, планомірно та раціонально розподіляє економічні, технологічні та фізичні ресурси для досягнення поставлених цілей.

На прикладі ТОВ «ПЕТРОЛ ЮКРЕЙН» існує декілька шляхів вдосконалення системи управління підприємством у сфері оптової торгівлі твердим, рідким, газоподібним паливом. До основних відносяться:

1. Впровадження інформаційних систем: компанія може використовувати спеціалізовані програмні системи, такі як системи управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM), системи управління ланцюгом поставок (SCM) і системи управління складом (WMS). Ці системи допоможуть автоматизувати процеси, підвищити ефективність роботи та надавати точну інформацію для прийняття рішень.

2. Оптимізація логістичних процесів: компанія може покращити свою логістику, скоротивши час доставки та вартість транспортування палива. Цього можна досягти шляхом вдосконалення маршрутів доставки, використання GPS-технологій для відстеження транспортних засобів та оптимізації запасів пального на складах.

3. Покращене обслуговування клієнтів: бізнес може зосередитися на покращенні досвіду клієнтів. Це може включати надання більш широкого спектру послуг, швидкішу обробку замовлень, виправлення помилок і професійні консультації щодо використання палива.

4. Удосконалення процесу управління: компанія може провести аналіз своєї організаційної структури та процесів, щоб визначити можливості для вдосконалення. Це може включати впровадження ефективних методів планування, контролю та координації роботи, а також розвиток каналів зв'язку між різними підрозділами.

5. Використання аналітичних інструментів: підприємство може використовувати аналітичні інструменти для збору та аналізу даних про свою діяльність. Це може допомогти визначити тенденції, спрогнозувати попит на паливо та прийняти обґрунтовані рішення щодо замовлення та запасів.

Удосконалення системи управління підприємством у сфері оптової торгівлі твердим, рідким та газоподібним паливом на прикладі ТОВ «ПЕТРОЛ ЮКРЕЙН» може сприяти підвищенню ефективності роботи, зниженню собівартості, збільшенню прибутку та підвищенню рівня задоволеності споживачів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ДЖЕРЕД

1. Міністерство юстиції України / Єдиний державний реєстр юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань / Безкоштовний запит [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: <https://usr.minjust.gov.ua/ua/freesearch>
2. Кульчинська О. О. Роль стратегічного планування в ефективній діяльності підприємств / О. О. Кульчинська // Вісник. Економіка. Проблеми економічного становлення. – 2012. – № 1. – 528 с.
3. Тарасюк Г. М. Планування діяльності підприємства : навч. посібн. з грифом МОНУ [для студ. вищ. навч. закл.] (5-е видання). Г. М. Тарасюк, Л. І. Шваб. – К. : Каравела, 2012. – 368 с.
4. Економіка підприємства: Підручник / За заг. ред. По кропивного С. Ф. – К., 2001.
5. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14>
6. Бухгалтерський облік в Україні з використанням Положень (стандартів) бухгалтерського обліку: Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / М. І. Должанський, А. М. Должанський; Нац. банк України. Львів. банк ін-т. — Л., 2003. — 494 с.
7. Білуха М. Т. Теорія бухгалтерського обліку: підручник. К.: 2000. — 632 с.
8. Ламберн Ж. Менеджмент, ориєнтований на ринок/ Ламберн Ж., Чумпитас Р., Шулинг И. – [2-е изд.]. – СПб.: Питер Ком, 2008. – 720 с.
9. Войчак А.В. Маркетинговий менеджмент: Підручник. – К.: КНЕУ, 2007. – 268с.
10. Економіка виробничого підприємства: Навчальний посібник / За ред. І. М. Петровича. – К.: Знання, 2001. – 405 с.

11. Чорна М.В., Смірнова П.В., Бугріменко Р.М. Управління витратами : навч. посіб. / М. В. Чорна, П. В. Смірнова, Р. М. Бугріменко, 2017. – 166 с.

12. Гусарова Л.В. Управління витратами:загальні поняття про витрати і управління ними. Калькулювання витрат : конспект лекцій / Л.В. Гусарова. – К.: КНУБА, 2006. – 44 с.

13. Косинська О. В. Оптимізація витрат як засіб підвищення прибутковості підприємств [Електронний ресурс] / О. В. Косинська // Формування ринкових відносин в Україні. — 2011. — № 7(122). — с. 106-110. — Режим доступу до ресурсу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/frvu_2011_7_25.pdf

14.Школьник І.О.,Боярко І.М.,Сюркало Б.І.Фінансовий менеджмент.навчальний посібник.-Суми:ТОВ «Університетська книга»,2009.- 301с.

15.Стадник В.В., Йохна М.А.Менеджмент:Підручник.Вид..2-ге,вищ.,доп.- К.:Академвидав,2007.-472 с.

16. В. Поліщук, М. Зінкевич. Методи бухгалтерського обліку:поняття,сутність,елементи:
https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/20983/2/DSESES_2017_Polishchuk_V-Metod_bukhhalterskoho_122-123.pdf