

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВОДНОГО ГОСПОДАРСТВА
ТА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ**

КАРПІЙ ОЛЕНА ПЕТРІВНА

УДК 658.8:625.748.5

**РОЗВИТОК ПОСЛУГ МЕРЕЖІ АВТОЗАПРАВНИХ КОМПЛЕКСІВ НА
ЗАСАДАХ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ ГРОМАДСЬКОЇ КОРИСНОСТІ**

Спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами
(за видами економічної діяльності)

Автореферат
дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

Рівне – 2016

Дисертацією є рукопис.

Роботу виконано у Національному університеті «Львівська політехніка» Міністерства освіти і науки України.

Науковий керівник: доктор економічних наук, професор
Патора Роман Анджей,
Суспільна академія наук
(м. Лодзь, Республіка Польща),
ректор.

Офіційні опоненти: доктор економічних наук, професор
Мальчик Мар'яна Василівна,
Національний університет водного господарства
та природокористування (м. Рівне),
завідувач кафедри маркетингу;

кандидат економічних наук
Іванків Ольга Ярославівна,
Східноєвропейський національний університет
імені Лесі Українки (м. Луцьк),
старший викладач кафедри економіки
та безпеки підприємства.

Захист дисертації відбудеться «20» жовтня 2016 р. о 14⁰⁰ годині на засіданні спеціалізованої вченої ради К 47.104.07 у Національному університеті водного господарства та природокористування за адресою: 33028, м. Рівне, вул. Соборна, 11, ауд. 103 (конференц-зала).

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці Національного університету водного господарства та природокористування за адресою: 33002, м. Рівне, вул. Олекси Новака, 75.

Автореферат розіслано «19» вересня 2016 р.

Вчений секретар
спеціалізованої вченої ради,
кандидат економічних наук, доцент



О.В. Павелко

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми дисертації. Мережі автозаправних комплексів функціонують у сфері обслуговування і є організаціями, послуги та товари яких мають високий рівень громадської корисності. На конкурентному роздрібному ринку виникає необхідність постійного удосконалення умов обслуговування клієнтів, вивчення характеру зміни попиту, географічного і номенклатурно-асортиментного розширення пропозиції товарів і послуг, що створюється. Незважаючи на високі темпи розвитку мереж автозаправних комплексів, в Україні досі відсутні обґрунтовані науково-методичні положення щодо їх розвитку на засадах стратегії громадської корисності.

У науковій літературі значну увагу приділено розгляду мереж автозаправних комплексів у якості компонентів інфраструктури ринку та об'єктів капітального будівництва, розвиток яких передбачає здійснення капітальних інвестицій. У цьому напрямку відомими є праці З. Лагутіна, П. Малеха, К. Малишенка, Н. Москалюк, Н. Савіної, І. Сазонця, Г. Строкович, Г. Тимохова, а також зарубіжних науковців, зокрема Е. Файсалі, І. Чукаєвої. Серед учених, які досліджували проблеми автозаправного ринку в системі національного паливно-енергетичного комплексу, доцільно виділити В. Бурлака, В. Голюка, Р. Грищука, М. Дорожкіну, Т. Коцка, В. Лесика, Н. Мамонтову, І. Недіна, О. Шпака. Питаннями організаційного забезпечення розвитку послуг громадської корисності займались І. Алексєєв, М. Данилюк, О. Іванків, Є. Крикавський, М. Мальчик, О. Кузьмін, Р. Патора, Й. Петрович, Ж. Поплавська, М. Римар, Н. Чухрай.

Незважаючи на велику кількість наукових праць і значні досягнення в теорії та практиці стратегічного менеджменту й інвестиційної діяльності, існує низка питань, які залишаються дискусійними та невирішеними, зокрема: методи визначення структурно-просторової і номенклатурно-асортиментної потужності мережі автозаправного комплексу; методи прогнозування економічної ефективності реалізації стратегії громадської корисності в системі управління розвитком послуг мережі автозаправних комплексів; методичні положення з прийняття керівниками автозаправних комплексів регульовальних рішень. Значною мірою суперечності виникають через відсутність чіткості у формулюванні визначень, недосконалість класифікацій факторів, які впливають на розвиток послуг мережі автозаправних комплексів із позиції стратегії громадської корисності.

Необхідність подальшого удосконалення теоретичних положень і методичних рекомендацій щодо формування та реалізації стратегії громадської корисності обумовила актуальність теми дисертаційної роботи, визначила її мету і завдання.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційну роботу виконано відповідно до плану науково-дослідних робіт кафедри маркетингу і логістики Національного університету «Львівська політехніка» за темами:

– «Маркетинг і логістика в системі інноваційних концепцій менеджменту» (державний реєстраційний номер 0107U007843, 2007-2012 рр.), у межах якої автором проведено аналіз ринку мереж автозаправних комплексів України;

– «Маркетингова та логістична концепції у діяльності підприємств» (номер державної реєстрації – 0114U001226, 2013-2017 рр.), де здобувачем подано

класифікацію факторів, які впливають на розвиток послуг мережі автозаправних комплексів з позиції стратегії громадської корисності;

– «Інфраструктурні системи забезпечення сталого розвитку підприємств, міст, регіонів та економіки країни» (номер державної реєстрації – 0114U001227, 2013-2017 рр.), у якій автором розроблено метод визначення структурно-просторової і номенклатурно-асортиментної потужностей мережі автозаправного комплексу.

Мета і завдання дослідження. Метою дослідження є розроблення нових і поглиблення існуючих теоретичних засад, методичних рекомендацій та прикладних аспектів щодо розвитку послуг мереж автозаправних комплексів на засадах реалізації стратегії громадської корисності.

Завданнями роботи є:

– розвинути сутність поняття «громадська корисність», «розвиток послуг», «стратегія громадської корисності»;

– визначити статус стратегії громадської корисності в структурі стратегії підприємства;

– здійснити структурування послуг автозаправного комплексу з орієнтацією на виокремлення групи послуг, які формують громадську корисність;

– доповнити класифікацію факторів, які впливають на розвиток послуг мережі автозаправних комплексів із позиції стратегії громадської корисності;

– розробити процесно-зв'язковий механізм визначення структурно-просторової і номенклатурно-асортиментної потужностей мережі автозаправного комплексу;

– вдосконалити метод прогнозування економічної ефективності реалізації стратегії громадської корисності в системі управління розвитком послуг мережі автозаправних комплексів;

– поглибити науково-методичні положення з прийняття керівниками автозаправних комплексів регулювальних рішень щодо структурно-просторового і номенклатурно-асортиментного розвитку послуг.

Об'єктом дослідження є процеси розвитку послуг мереж автозаправних комплексів на засадах стратегії громадської корисності.

Предмет дисертаційної роботи – теоретико-методичні та прикладні положення з розвитку послуг мереж автозаправних комплексів на засадах реалізації стратегії громадської корисності.

Методи дослідження. У дисертації використано такі методи дослідження, як: систематизації та узагальнення – з метою уточнення сутності понять «розвиток послуг», «громадська корисність», «стратегія громадської корисності», виділення етапів формування і реалізації стратегії громадської корисності в системі управління розвитком послуг мережі автозаправних комплексів, формування концептуальних положень щодо розвитку послуг мереж автозаправних комплексів на засадах реалізації стратегії громадської корисності (підр. 1.1-1.3); метод експертних оцінок, методи індукції, дедукції та інструментарій кластерного аналізу – при оцінюванні рівня розвитку послуг мережі автозаправних комплексів з позиції стратегії громадської корисності, аналізуванні розвитку послуг мережі автозаправних комплексів з позиції стратегії громадської корисності, ідентифікуванні факторів, які

впливають на розвиток послуг мережі автозаправних комплексів з позиції стратегії громадської корисності (підр. 2.1-2.3); інструментарій теорії множин, метод Фарра-Глобера і математичного моделювання – для розроблення методу визначення структурно-просторової і номенклатурно-асортиментної потужностей мережі автозаправного комплексу, удосконалення методу прогнозування економічної ефективності реалізації стратегії громадської корисності в системі управління розвитком послуг мережі автозаправних комплексів, формування методичних положень з прийняття керівниками автозаправних комплексів регулювальних рішень (підр. 3.1-3.3).

Інформаційну базу дослідження складають законодавчі та нормативні акти Верховної Ради України, постанови Кабінету Міністрів України, укази Президента України, які стосуються проблем розвитку послуг мереж автозаправних комплексів на засадах реалізації стратегії громадської корисності, матеріали мереж автозаправних комплексів, матеріали монографій, підручників, статей, а також результати власних досліджень автора.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у розробці нових і поглибленні існуючих теоретичних засад, методичних рекомендацій та прикладних аспектів щодо розвитку послуг мереж автозаправних комплексів на засадах реалізації стратегії громадської корисності.

Автором отримано такі наукові результати:

вперше:

– розроблено процесно-зв’язковий механізм вибору моделі розвитку послуг мережі автозаправного комплексу з альтернативних варіантів, враховуючи запропоновану структурно-просторову і номенклатурно-асортиментну потужності мережі автозаправного комплексу, що дозволить власникам і керівникам мереж автозаправних комплексів, реалізуючи стратегію громадської корисності, прийняти економічно обґрунтоване рішення щодо вибору тієї моделі розвитку послуг, яка забезпечить найкращий очікуваний результат;

удосконалено:

– метод прогнозування економічної ефективності реалізації стратегії громадської корисності в системі управління розвитком послуг мережі автозаправних комплексів, що, на відміну від існуючих, виключає з прогностичної моделі функціонально пов’язані фактори, охоплює аналіз лише істотних факторів, які безпосередньо впливають на результуючий параметр і не перебувають у тісному взаємозв’язку, позбавлений мультиколінеарності та автокореляції, що забезпечує коректність і точність прогнозування, дозволяє застосовувати його під час вибору найкращого з ряду альтернативних варіантів досягнення показників економічної ефективності в умовах реалізації автозаправними комплексами стратегії громадської корисності;

– науково-методичні положення прийняття керівниками автозаправних комплексів регулювальних рішень щодо структурно-просторового і номенклатурно-асортиментного розвитку послуг, які, на відміну від існуючих, базуються на врахуванні поведінки функції вигоди, яку отримує мережа автозаправного комплексу від прийняття конкретного рішення на основі агрегованого оцінювання

прибутковості та ризиковості витрат коштів, що уможлиблює обрання оптимальних регулювальних заходів;

набули подальшого розвитку:

– трактування понять «розвиток послуг автозаправних комплексів» (забезпечення автозаправними комплексами розширення кількості і підвищення якості надання послуг), «громадська або суспільна корисність» (спільна для певних суб'єктів вигода або комплексом вигод, які забезпечуються іншими суб'єктами), «стратегія громадської корисності» (стратегія розвитку, орієнтована на досягнення економічного зростання за рахунок перманентного вивчення і використання можливостей збільшення громадської корисності пропонованих товарів і послуг) які, на відміну від існуючих, сформульовано на засадах уточнення їх сутнісних ознак і конкретизації зв'язків між ними;

– позиціонування стратегії громадської корисності як однієї з базових функціональних стратегій мережі автозаправних комплексів яке, на противагу існуючим, здійснено шляхом ідентифікації її характеристик за системою визначених ознак, що дозволило окреслити систему принципів досягнення стратегічних цілей згідно з концепцією сталого розвитку, зорієнтованою на толерування людським цінностям;

– структурування послуг автозаправного комплексу на основі поділу їх за ознаками (корінь послуги, додаткові платні послуги, допоміжні платні послуги, безкоштовні послуги), що дає змогу формалізувати оцінку рівня громадської корисності автозаправних комплексів та здійснювати цільовий стратегічний аналіз їх внутрішнього і зовнішнього середовища;

– класифікація факторів, які впливають на розвиток послуг мережі автозаправних комплексів із позиції стратегії громадської корисності, яка відрізняється від існуючих урахуванням характеру зв'язків між факторами, що є важливим при застосуванні факторного аналізу для вибору одного управлінського рішення з низки альтернативних.

Практичне значення одержаних результатів. Практична спрямованість отриманих результатів підтверджується довідками про їх впровадження у практичну діяльність. Пропозиції автора щодо прогнозування економічної ефективності реалізації стратегії громадської корисності враховано Львівською торгово-промисловою палатою (довідка № 569 від 29.03.2016 р.). У ПАТ «Концерн Галнафтогаз» впроваджено результати щодо вибору варіанта моделі розвитку послуг мережі автозаправного комплексу, що здійснюється з урахуванням його структурно-просторової і номенклатурно-асортиментної потужностей (довідка № 396 від 28.03.2016 р.).

Окремі положення дисертаційної роботи використовуються у навчальному процесі Національного університету «Львівська політехніка», зокрема при викладанні дисциплін: «Стратегічний маркетинг», «Маркетинг послуг» (довідка № 67-01-593 від 22.03.2016 р.).

Особистий внесок дисертанта. Усі наукові результати, викладені в дисертації, отримані автором особисто. З наукових праць, опублікованих у співавторстві, в роботі використано лише ті ідеї, положення і розрахунки, які є результатом особистої роботи дисертанта і становлять його індивідуальний внесок.

Апробація результатів дослідження. Основні положення дисертації апробовано на міжнародних науково-практичних конференціях: «Маркетинг та логістика в системі менеджменту» (м. Львів, 2004 р., 2010 р., 2012 р., 2014 р.); «Економічний і соціальний розвиток України в XXI столітті: національна ідентичність і тенденції глобалізації» (м. Тернопіль, 2008 р.); Актуальні проблеми забезпечення економічної безпеки України» (м. Тернопіль, 2008 р.); «Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури» (м. Львів, 2013 р.); «Управління економічними процесами на макро- і мікрорівні: проблеми та перспективи вирішення» (м. Львів, 2014 р.); «Фінансова інфраструктура: формування, проблеми та перспективи розвитку в умовах інноваційної економіки» (м. Київ, 2014 р.), «Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України» (м. Хмельницький, 2015 р.); а також на всеукраїнських науково-практичних конференціях: «Економічна освіта та наука: досвід та перспективи розвитку» (м. Харків, 2007 р.); «Наукові дослідження: зв'язок теорії і практики» (м. Тернопіль, 2012 р.); «Проблеми та перспективи розвитку економіки і підприємництва та комп'ютерних технологій в Україні» (м. Львів, 2014 р.).

Публікації. За підсумками дисертації опубліковано 23 наукових праці загальним обсягом 4,94 д.а., з яких 3,51 д.а., належать особисто здобувачеві, у тому числі: 9 публікацій – у наукових фахових виданнях України (3,36 д.а., особисто автора – 2,2 д.а.), з них 3 праці – у наукових фахових виданнях України, включених до міжнародних наукометричних баз даних (0,92 д.а.); 1 публікація – в зарубіжному виданні (0,21 д.а., особисто автора – 0,15 д.а.); 13 тез доповідей – у матеріалах науково-практичних конференцій (1,37 д.а., особисто автора – 1,16 д.а.).

Структура дисертації. Дисертаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних літературних джерел та додатків. Загальний обсяг дисертації становить 178 сторінок друкованого тексту (в тому числі 149 сторінок – основного), що містить 27 таблиць, 22 рисунки, список використаних літературних джерел із 187 найменувань на 16 сторінках та 3 додатки на 13 сторінках.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми, сформульовано мету і завдання, визначено об'єкт, предмет і методи дослідження, висвітлено наукову новизну та практичне значення одержаних наукових результатів, наведено відомості щодо їх апробації.

У першому розділі – **«Теоретичні і прикладні аспекти розвитку послуг мережі автозаправних комплексів на засадах реалізації стратегії громадської корисності»** – розкрито сутність громадської корисності як мірила розвитку послуг, сформовано концептуальні положення щодо розвитку послуг на засадах громадської корисності, виділено етапи формування і реалізації стратегії громадської корисності в системі управління розвитком послуг мережі автозаправних комплексів.

У результаті проведених досліджень доведено, що громадська корисність є спільною для певних суб'єктів вигодою або комплексом вигод, які забезпечуються іншими суб'єктами. Розвиток послуг суб'єкта має місце тоді, коли розширюється кількість і підвищується якість надання послуг (рис. 1).

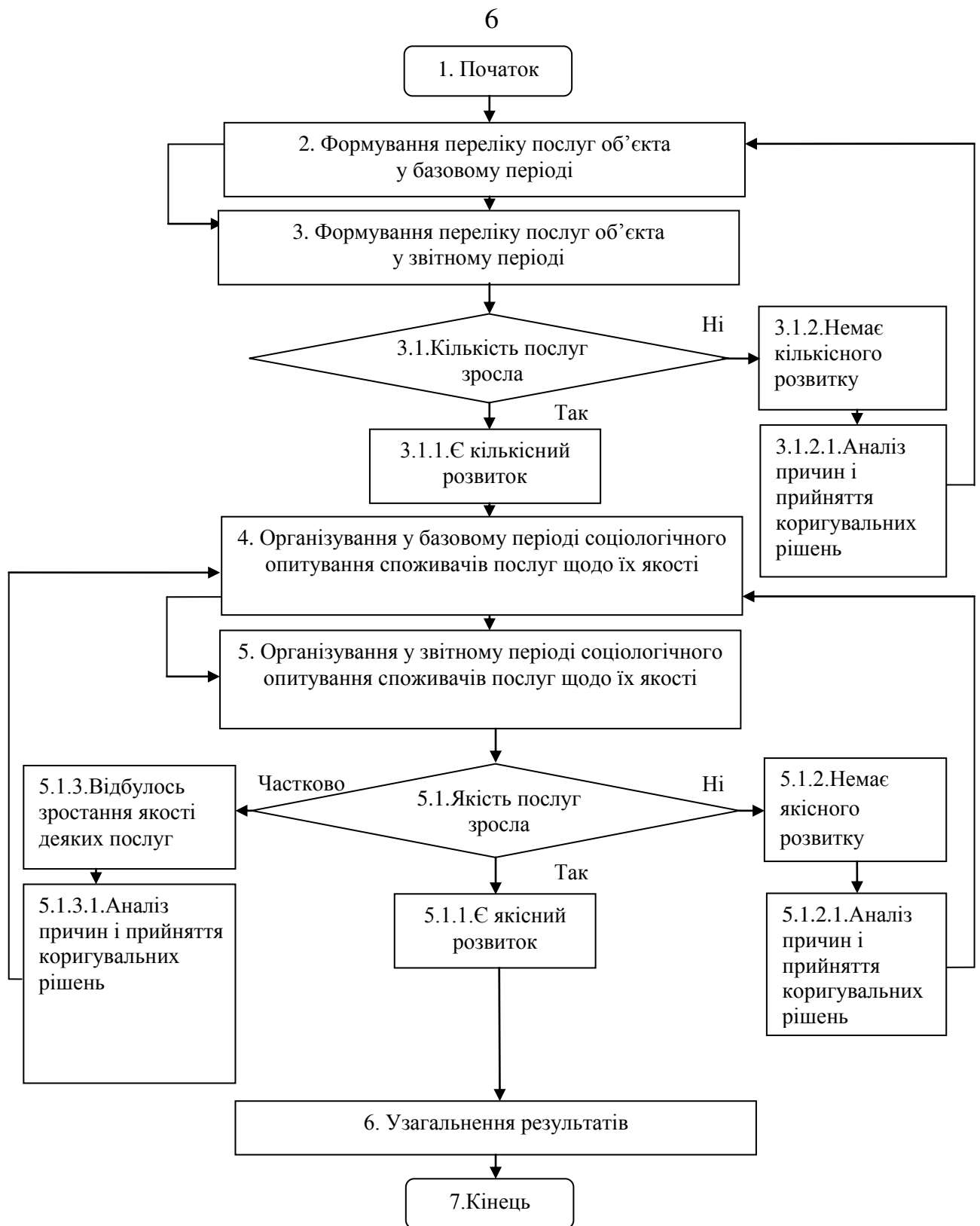


Рис. 1. Алгоритм кількісно-якісного оцінювання тенденцій розвитку послуг суб'єкта-надавача послуг

На роздрібних ринках товарів і послуг, пропозицію яких створюють мережі автозаправних комплексів, використання стратегій виживання унеможливує забезпечення стрімкого зростання рівня конкурентоспроможності. Оскільки більшість пропонованих мережами автозаправних комплексів товарів і послуг

характеризуються високим рівнем еластичності, то очевидно, що розвиток повинен відбуватись на засадах стратегії громадської корисності, яка має низку характерних ознак (табл. 1).

Таблиця 1

Характеристики стратегії громадської корисності

№ з/п	Ознаки характеристик	Зміст характеристик
1.	За змістом	Стратегія громадської корисності є стратегією розвитку
2.	За характером	Стратегія громадської корисності належить до загально конкурентних стратегій
3.	За ринковою орієнтацією	Стратегія громадської корисності орієнтована на роздрібний ринок
4.	За формою досягнення стратегічних цілей	В умовах реалізації стратегії громадської корисності формою досягнення стратегічних цілей є зміни у асортиментній і цінній політиці, а також політиці управління якістю
5.	За умовами досягнення стратегічних цілей	Умовою досягнення стратегічних цілей є забезпечення зростання громадської корисності пропонованих товарів і послуг

Із урахуванням цих особливостей виділені у дисертації етапи стратегічного планування розвитку послуг мережі автозаправних комплексів на засадах реалізації стратегії громадської корисності дозволятимуть їм раціонально набувати конкурентних переваг, уникаючи непередбачуваних обставин у внутрішньому і зовнішньому середовищі мережі.

Процеси і явища, які відбуваються на конкурентних ринках розвиваються на основі загальних економічних законів і умов, створених органами державного управління. Мережі автозаправних комплексів, будучи учасниками цих ринків, намагаючись отримати певні конкурентні переваги, змушені керуватись у своїх рішеннях принципами, які безпосередньо впливають із загальних економічних законів і є правилами поведінки, дотримання яких дозволить досягнути встановлених стратегічних цілей.

Проведені дослідження показали, що до таких принципів належать: принцип креативності; раціоналізації організування праці; необхідності виникнення нової громадської корисності при освоєнні збуту товарів чи освоєнні надання нових послуг; визнання персоналом компанії потреб споживачів в якості вихідного положення, яким повинен керуватись у своїй поведінці персонал; підвищення рівня інформатизації процесів управління; раціоналізації систем логістики продуктових, фінансових, транспортних та інших потоків.

Другий розділ – **«Аналізування та оцінювання розвитку послуг мережі автозаправних комплексів із урахуванням реалізації стратегії громадської корисності»** – присвячено оцінюванню та аналізу рівня розвитку послуг мережі автозаправних комплексів, а також ідентифікуванню факторів, які впливають на їх розвиток із позиції стратегії громадської корисності.

Автозаправний ринок України розвивається швидкими темпами, що свідчить про його перебування у фазі становлення, формування. Характерними ознаками його розвитку є, з одного боку, зростання конкуренції між мережами за географічне

охоплення регіонів України, нових сегментів ринку, а, з іншого боку, наявність явища монополізації цін на паливо.

За статистичними даними 68% автозаправного ринку в Україні контролює 10 компаній, а саме група компаній «Приват» (1539 од.), «WOG» (476 од.), «ОККО» (324 од.), «АМІС» (232 од.), «БРСМ-Нафта» (146 од.), «Shell» (141 од.), «ТНК» (140 од.), «SunOil» (123 од.), «Маркет» (96 од.), «Tarnett» (92 од.). Загалом їм належить 3309 автозаправних станцій. Ці компанії широко представлені у всіх обласних центрах України, зокрема у Вінницькій – 117 од., Волинській – 124 од., Дніпропетровській – 310 од., Донецькій – 114 од., Житомирській – 109 од., Закарпатській – 179 од., Запорізькій – 189 од., Івано-Франківській – 105 од., Київській – 388 од., Кіровоградській – 83 од., Луганській – 33 од., Львівській – 278 од., Миколаївській – 117 од., Одеській – 209 од., Полтавській – 151 од., Рівненській – 122 од., Сумській – 56 од., Тернопільській – 99 од., Харківській – 197 од., Херсонській – 127 од., Хмельницькій – 139 од., Черкаській – 120 од., Чернівецькій – 89 од., Чернігівській – 64 од. Другим за масштабами учасником автозаправного ринку України є мережа «Укрнафта», що належить Державній компанії «Нафтогаз України» та володіє 1590 автозаправними комплексами, що становить 32% від їх загальної кількості. Ці автозаправні комплекси представлені такими брендами, як «ANP», «АВІС», «Укрнафта», «Сентоза», «Мавекс» тощо.

З позиції географічної концентрації 21% автозаправних станцій і комплексів розміщені в обласних центрах, 40% – в інших містах, 22% – у сільській місцевості, 17% – на автошляхах. Добовий обсяг реалізації нафтопродуктів із однієї автозаправної станції (комплексу) у середньому по Україні складає близько 10 т (в Києві – 10-15, у великих промислових центрах – 10-12, у регіонах – 5-7, на магістралях – до 40).

Стратегія громадської корисності, що реалізовується автозаправними комплексами, супроводжується постійним удосконаленням якості пропозиції, яка створюється, а також різноманітними продуктовими інноваціями, що є позитивною тенденцією. Позитивним є і те, що на фоні нееластичності попиту на паливо мережі автозаправних станцій щоразу активізують роботу з розширення пропозиції сезонних товарів, а також товарів категорії FMCG, частка прибутку від реалізації яких стійко зростає. Як наслідок, громадська корисність товарів і послуг мереж автозаправних комплексів збільшується. Так, якщо у 90-х роках чи не єдиним споживачем на автозаправному ринку України були водії автомобілів, то нині серед клієнтів автозаправних комплексів є також члени їхніх сімей і будь-які відвідувачі, що пов'язано із суттєвим розширенням номенклатури та асортименту товарів і послуг, які пропонуються.

Відповідно, структура послуг автозаправного комплексу складається з таких чотирьох основних елементів: корінь послуги – це базова автозаправна станція, яка пропонує клієнтові лише заправку автотранспорту паливом; додаткові платні послуги – це всі додаткові послуги, які надаються в обслуговуванні автомобіля; допоміжні платні послуги – це послуги, які надаються водієві та членам його сім'ї; корисні безкоштовні послуги – це всі безкоштовні послуги, які отримують як водії, їх сім'ї, так і безкоштовні послуги в обслуговуванні автомобілів. Виходячи з цього, громадську корисність послуг автозаправного комплексу формують усі додаткові, допоміжні і безкоштовні послуги, які надають автозаправні станції.

Характерною особливістю розвитку мереж автозаправних комплексів як організацій з високим рівнем громадської корисності є те, що вони відкриті для громадського контролю якості обслуговування клієнтів. Проведені дослідження дозволяють стверджувати, що якість обслуговування клієнтів є тим об'єктом моніторингу, критерії до якого є спільними як у власників і керівників мереж автозаправних комплексів, так і у їх клієнтів.

У дисертаційній роботі доведено, що в умовах реалізації стратегії громадської корисності на розвиток послуг мереж автозаправних комплексів впливає низка взаємопов'язаних факторів (табл. 2).

Таблиця 2

Класифікація факторів, які впливають на розвиток послуг мережі автозаправних комплексів із позиції стратегії громадської корисності

№ з/п	Ознаки класифікації	Види факторів
1.	За змістом	а) Специфіка товарів і послуг автозаправних комплексів; б) споживча спроможність клієнтів автозаправних комплексів; в) рівень громадської корисності товарів і послуг у загальному портфелі пропозиції; г) ціна та якість товарів і послуг, які пропонують автозаправні комплекси; д) перманентність дослідження рівня задоволення споживачів і зміни їх уподобань; е) рівень розвитку логістики і системність в обслуговуванні клієнтів; ж) рівень фінансової та адміністративної ліберальності держави до розвитку мереж автозаправних комплексів
2.	За характером впливу	Фактори, які позитивно впливають на розвиток послуг мереж автозаправних комплексів; фактори, які негативно впливають на розвиток послуг мереж автозаправних комплексів
3.	За значущістю	Фактори, які значною мірою впливають на розвиток послуг мереж автозаправних комплексів; фактори, які незначною мірою впливають на розвиток послуг мереж автозаправних комплексів
4.	За джерелом виникнення	Фактори внутрішнього середовища, які впливають на розвиток послуг мереж автозаправних комплексів; фактори зовнішнього середовища, які впливають на розвиток послуг мереж автозаправних комплексів
5.	За зв'язками	Фактори, які лінійно пов'язані один з одним; фактори, зв'язок між якими є опосередкованим

Обчислення їх відносної значущості (а – 0,9; б – 0,79; в – 0,85; г – 0,89; д – 0,91; е – 0,88; ж – 0,81) показало, що, незважаючи на те, що є певна градація сили їх впливу на досліджуваний об'єкт, суттєвого розриву між значеннями обчислених коефіцієнтів немає. Усі з виділених факторів необхідно враховувати під час прийняття рішень щодо розвитку послуг мереж автозаправних комплексів.

На рис. 2 наведено побудовані кластери факторів. Отримані результати дозволяють дійти висновку, що попри різні джерела виникнення факторів, неоднаковість характеру їх впливу на розвиток послуг мережами автозаправних комплексів усі вони пов'язані лінійними або опосередкованими зв'язками, які є

визначальними при побудові моделей факторного аналізу, що покладено в основу стратегічних, тактичних і оперативних управлінських рішень щодо розвитку послуг мереж автозаправних комплексів.

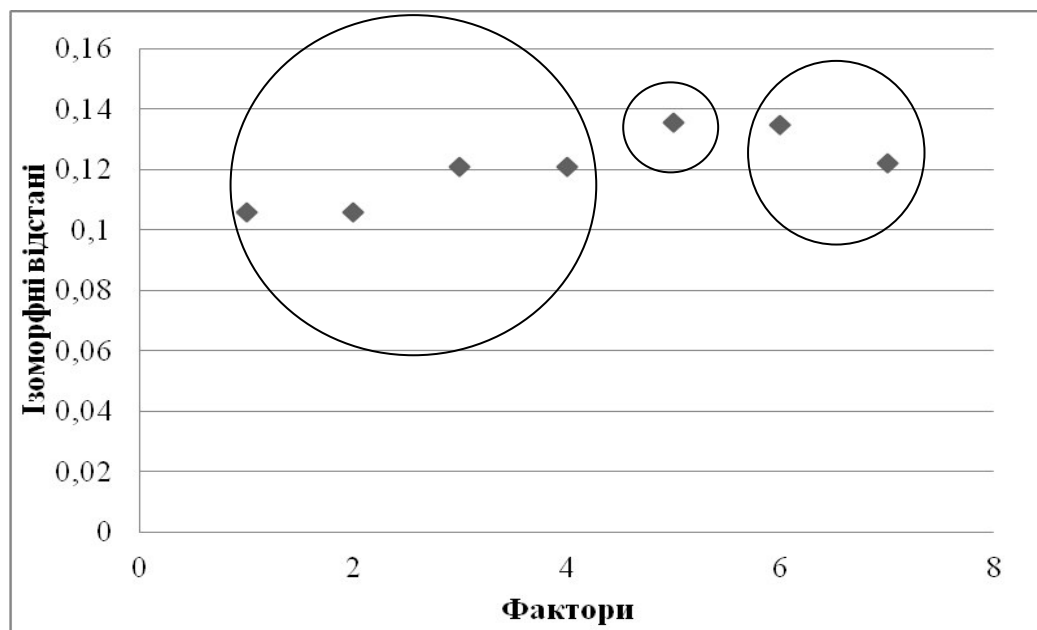


Рис. 2. Кластери факторів, які впливають на розвиток послуг мережі автозаправних комплексів із позиції реалізації стратегії громадської корисності

Примітка: побудовано автором на основі проведеного експертного дослідження.

У третьому розділі – «**Моделі розвитку послуг мережі автозаправних комплексів за альтернативних сценаріїв реалізації стратегії громадської корисності**» – розроблено процесно-зв’язковий механізм визначення структурно-просторової і номенклатурно-асортиментної потужностей мережі автозаправного комплексу, запропоновано спосіб прогнозування економічної ефективності реалізації стратегії громадської корисності в системі управління розвитком послуг мережі автозаправних комплексів, удосконалено технологію прийняття регулювальних рішень щодо розвитку послуг мережі автозаправних комплексів під час реалізації стратегії громадської корисності.

Проведені дослідження дозволяють констатувати, що потужність моделі розвитку послуг мережі автозаправного комплексу є тією величиною, на основі якої слід приймати рішення щодо вибору однієї моделі з ряду альтернативних. Емпірично встановлено, що потужності моделей розвитку послуг мережами автозаправних комплексів мають дві компоненти – структурно-просторову і номенклатурно-асортиментну, які, як показали проведені дослідження, відіграють однаково важливу роль у реалізації мережею автозаправного комплексу стратегії громадської корисності. Та модель розвитку, у якої значення обох вказаних потужностей виявилось максимальним, є найкращою, що вказує на доцільність її обрання для розвитку послуг мережі автозаправного комплексу.

Послідовність етапів застосування запропонованого методу наведено на рис. 3, дані якого свідчать про те, що усі множини необхідно розбити на класи еквівалентних множин.

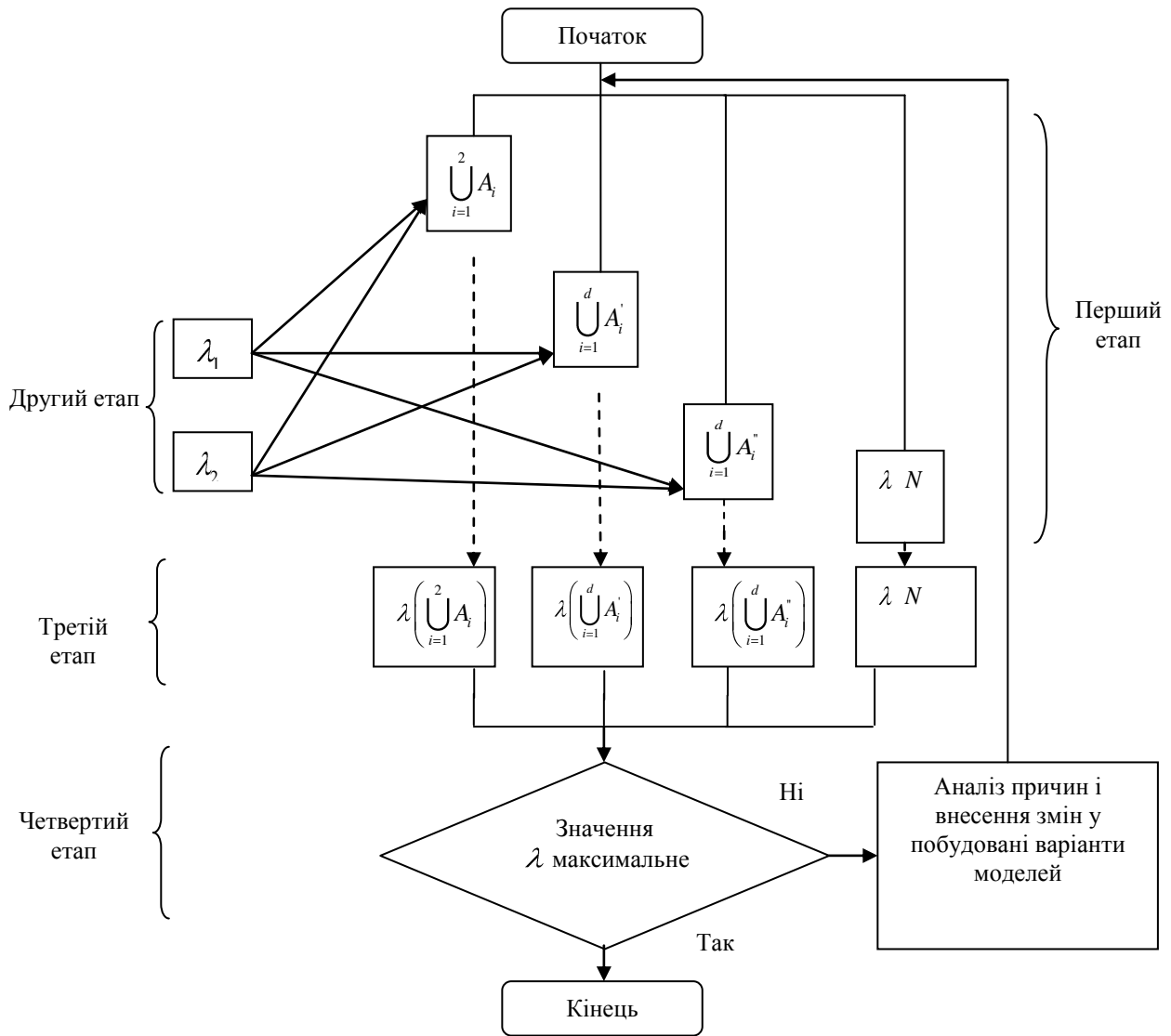


Рис. 3. Алгоритм вибору варіанта моделі розвитку послуг мережі автозаправного комплексу з урахуванням його структурно-просторової і номенклатурно-асортиментної потужності

Умовні позначення:

$\bigcup_{i=1}^2 A_i$ – множина компонентів автозаправного комплексу, що характеризується низьким рівнем розвитку ієрархії мережі;

$\bigcup_{i=1}^d A_i$ – множина компонентів автозаправного комплексу, що характеризується середнім рівнем розвитку ієрархії мережі;

$\bigcup_{i=1}^N A_i$ – множина компонентів автозаправного комплексу, що характеризується високим рівнем розвитку ієрархії мережі;

N – множина компонентів автозаправного комплексу, що характеризується комбінованим рівнем розвитку ієрархії мережі;

λ – потужність множини;

λ_1 – структурно-просторова потужність мережі автозаправного комплексу (загальна сукупність структурних підрозділів автозаправного комплексу з урахуванням усіх рівнів декомпозиції та географічної диверсифікації);

λ_2 – номенклатурно-асортиментна потужність мережі автозаправного комплексу (загальна сукупність асортиментних позицій у межах номенклатурних груп товарів і послуг, які пропонує мережа автозаправного комплексу).

Позначимо кожен такий клас певним символом, який позначатиме потужність множини цього класу. Так,

$$\text{card} \bigcup_{i=1}^2 A_i = \alpha; \quad \text{card} \bigcup_{i=1}^d A_i'' = \beta.$$

Оскільки $\alpha \wedge \beta$ дві потужності, тоді

$$\alpha < \beta \Leftrightarrow \forall \text{card} \bigcup_{i=1}^2 A_i : \text{card} \bigcup_{i=1}^2 A_i = \alpha \wedge \forall \text{card} \bigcup_{i=1}^d A_i'' : \text{card} \bigcup_{i=1}^d A_i'' = \beta \left\{ \begin{array}{l} \text{card} \bigcup_{i=1}^2 A_i \sqsubset \text{card} \bigcup_{i=1}^d A_i'' \\ \exists A_x'' \subset \text{card} \bigcup_{i=1}^d A_i'' : \text{card} \bigcup_{i=1}^2 A_i \sqsubset A_x'' \end{array} \right. \quad (1)$$

У свою чергу,

$$\text{card} \bigcup_{i=1}^d A_i'' = \left\{ \begin{array}{l} A_1 \supset \left\{ \begin{array}{l} A_{1.1} \supset A_n \wedge A_{mm} \\ A_{1.2} \supset A_m \wedge A_{mmm} \end{array} \right\} \\ A_2 \supset \left\{ \begin{array}{l} A_{2.1} \supset A_z \wedge A_{zz} \\ A_{2.2} \supset A_r \wedge A_{rr} \end{array} \right\} \end{array} \right\}, \text{ тоді } \text{card} \bigcup_{i=1}^2 A_i = 2; \text{card} \bigcup_{i=1}^d A_i'' = 14. \quad (2)$$

Як наслідок

$$A_y'' = A_1, A_2 \subset \text{card} \bigcup_{i=1}^d A_i''; \quad (3)$$

$$\text{card} \bigcup_{i=1}^d A_i'' \setminus A_y'' = \left[\left\{ \begin{array}{l} A_{1.1} \supset A_n \wedge A_{mm} \\ A_{1.2} \supset A_m \wedge A_{mmm} \end{array} \right\} \wedge \left[\left\{ \begin{array}{l} A_{2.1} \supset A_z \wedge A_{zz} \\ A_{2.2} \supset A_r \wedge A_{rr} \end{array} \right\} \right]; \quad (4)$$

$$A_y'' \sqsubset \text{card} \bigcup_{i=1}^2 A_i; \text{card} \bigcup_{i=1}^2 A_i \neq \text{card} \bigcup_{i=1}^d A_i''. \quad (5)$$

Оскільки, $\text{card} \bigcup_{i=1}^d A_i''$ містить компоненти, які еквівалентні $\text{card} \bigcup_{i=1}^2 A_i$ і компоненти, які заперечують еквівалентність (рівнопотужність) із $\text{card} \bigcup_{i=1}^2 A_i$, то є підстави стверджувати, що λ_1 характеризується нерівністю $\alpha < \beta$.

Щодо номенклатурно-асортиментної потужності розглянутих множин, то вона може характеризуватись такими нерівностями $\alpha_1 < \beta_1; \alpha_1 > \beta_1; \alpha_1 = \beta_1$. Ця варіативність вказує на те, що формування номенклатури та асортименту товарів і послуг, що пропонуються структурними компонентами як, α , так і β залежить від рівня виявленого попиту у конкретному регіоні та рівня розвитку інфраструктури.

Отже, якщо $\lambda_1 \wedge \lambda_2$ характеризують потужність конкретного варіанта розвитку послуг мережі автозаправного комплексу (λ), то при порівнянні досліджуваних варіантів – $\lambda_\alpha \wedge \lambda_\beta$ може виявитись, що

$$\lambda_x = \lambda_1(\alpha < \beta) \cup (\alpha < \beta); \lambda_y = \lambda_1(\alpha < \beta) \cup (\alpha = \beta); \lambda_z = \lambda_1(\alpha < \beta) \cup (\alpha > \beta), \quad (6)$$

де $\lambda_x, \lambda_y, \lambda_z$ – варіанти потужності моделі розвитку послуг мережі автозаправного комплексу.

Власники і керівники мереж автозаправних комплексів, реалізуючи стратегію громадської корисності, можуть застосовувати запропонований метод для економічного обґрунтування прийняття рішення щодо вибору тієї моделі розвитку послуг, яка дасть найкращий очікуваний результат.

Доведено, що для адекватності прогнозування економічної ефективності реалізації стратегії громадської корисності в системі управління розвитком послуг мережі автозаправних комплексів необхідно виконати кілька вимог, а саме: виключити з прогностичної моделі функціонально пов'язані фактори, здійснити аналіз лише тих факторів, які безпосередньо впливають на результуючий параметр і не перебувають у тісному взаємозв'язку, усунути мультиколінеарність та автокореляцію, позбавити модель неістотних факторів.

Проведені дослідження показали, що виконання цих умов вимагає:

- 1) акумулювання інформації та її перетворення у необхідну форму для отримання максимально зручного та адекватного рівняння;
- 2) відбір факторів та вибір результуючого параметра;
- 3) вибір форми залежності між результуючим параметром та факторами;
- 4) побудову економетричної моделі на основі методу найменших квадратів;
- 5) оцінку характеристик моделі;
- 6) перевірку моделі на предмет її статистичної і логічної адекватності;
- 7) аналіз показників на основі моделі та отримання прогнозу.

Побудовану і перевірену за допомогою алгоритму Фарра-Глобера модель доцільно застосовувати керівникам автозаправних комплексів під час вибору найкращого з ряду альтернативних варіантів досягнення показників економічної ефективності в умовах реалізації стратегії громадської корисності.

Обґрунтовано, що прийняття регулювальних рішень щодо розвитку послуг мережі автозаправних комплексів під час реалізації стратегії громадської корисності доречно здійснювати з урахуванням поведінки функції вигоди, яку отримує мережа автозаправного комплексу від його прийняття. Унікальність прийняття регулювального рішення з урахуванням цієї функції, полягає в тому, що вона дозволяє обрати найкраще рішення з низки альтернативних на основі агрегованого оцінювання прибутковості та ризиковості витрат коштів, пов'язаних із реалізацією рішення. Проведені дослідження показали, що послідовність вибору оптимального варіанта регулювального рішення повинна бути такою:

- 1) менеджер визначається із власною схильністю до ризику;
- 2) аналізуються значення очікуваного доходу за різні часові періоди для різних варіантів регулювальних рішень;
- 3) обчислюється дисперсія доходу за кожний часовий період;
- 4) залежно від рівня схильності або несхильності до ризику обирається значення k_0 ;

5) на підставі обраного значення k_0 , обирається значення множника $\mu = \frac{1}{2} \ln k_0$;

6) обчислення значення детермінованого доходу за кожним варіантом рішення;

7) на підставі порівняння отриманих значень детермінованих доходів та дисперсій рішень визначається оптимальне рішення.

Доведено, що проблема оптимального поєднання рівня ризику та прибутковості може бути вирішеною через урахування ставлення менеджера до ризику. На основі цього формується функція залежності рівня корисності від отриманого мережею автозаправних комплексів прибутку. Дана функція буде лінійною, якщо менеджер – нейтральний до ризику. За інших умов функція корисності буде показниковою або степеневою. Визначивши власний рівень схильності до ризику, особа, яка приймає регульоване рішення щодо розвитку послуг мережі автозаправного комплексу, аналізує значення очікуваних надходжень від реалізації альтернативних рішень та обирає те рішення, що є найбільш оптимальним з точки зору функції корисності.

ВИСНОВКИ

У дисертації на основі теоретичного узагальнення сучасних економічних концепцій управління, теорії систем та інформатизації, а також практики їхнього використання в системі менеджменту підприємств запропоновано нове вирішення наукової проблеми – розроблення нових і поглиблення існуючих теоретичних засад, методичних рекомендацій та прикладних аспектів щодо розвитку послуг мереж автозаправних комплексів на засадах реалізації стратегії громадської корисності.

Проведене дослідження дало змогу сформулювати низку теоретичних, методичних та практичних висновків, які відображають досягнення визначеної мети і вирішення поставлених завдань:

1. Доведено, що під розвитком послуг слід розуміти розширення кількості і підвищення якості надання послуг; під громадською корисністю – спільну для певних суб'єктів вигоду або комплекс вигод, які забезпечуються іншими суб'єктами. У свою чергу, поняття «стратегія громадської корисності» слід трактувати як стратегію розвитку, орієнтовану на досягнення економічного зростання за рахунок перманентного вивчення і використання можливостей збільшення громадської корисності товарів і послуг, які пропонуються. Уточнення сутності понять «громадська корисність», «розвиток послуг», «стратегія громадської корисності» стало підставою для формування теоретичних положень і методичних рекомендацій із розвитку послуг мереж автозаправних комплексів на засадах реалізації стратегії громадської корисності.

2. Визначено статус стратегії громадської корисності, яка є однією з базових функціональних стратегій розвитку послуг мережі автозаправних комплексів у структурі стратегії підприємства, та розроблено ідентифікації характеристик стратегії громадської корисності за п'ятьма основними ознаками. За змістом стратегія громадської корисності є стратегією розвитку; за характером відповідає загально конкурентним стратегіям; за ринковою орієнтацією вона орієнтована на роздрібний ринок; за формою досягнення стратегічних цілей вимагає змін в асортиментній, ціновій політиці та політиці управління якістю; за умовами досягнення стратегічних цілей являє собою забезпечення зростання громадської корисності асортименту товарів і послуг, які пропонуються.

3. Результати проведеного аналізу асортименту всіх послуг автозаправних станцій дозволили структурувати їх на чотири основні групи, оскільки клієнтами

автозаправних комплексів є не лише водії, а й члени їхніх сімей та відвідувачі. Це забезпечило можливість проведення подальших досліджень асортименту послуг автозаправних комплексів на засадах реалізації стратегії громадської корисності та здійснення цільового стратегічного аналізу їх внутрішнього та зовнішнього середовища.

4. На основі застосування кластерного аналізу практично реалізовано принцип декомпозиції для побудови класифікацій факторів, які впливають на розвиток послуг мережі автозаправних комплексів з позиції стратегії громадської корисності. Авторські уточнення дозволили систематизувати виділені фактори, а також посприяли поглибленню аналітико-інформаційних положень щодо управлінської обробки даних, які є визначальними у виборі керівниками мереж автозаправних комплексів найкращих із варіантів розвитку пропонованих послуг.

5. Аргументовано, що вибір варіанта моделі розвитку послуг мережі автозаправного комплексу необхідно здійснювати з урахуванням його структурно-просторової і номенклатурно-асортиментної потужності. Розроблений на засадах використання аксіоматики теорії множин метод вибору варіанта моделі розвитку послуг може застосовуватись керівниками мереж автозаправного комплексів як на етапі створення мережі, так і під час прийняття тактичних та оперативних рішень, пов'язаних із коригуванням її параметрів.

6. Доведено, що найбільш суттєвими недоліками прогностичних моделей, які застосовуються для передбачення виявів громадської корисності певних товарів чи послуг, є такі: врахування моделлю функціонально пов'язаних факторів, а також факторів, які безпосередньо не впливають на результуючий параметр; наявність мультиколінеарності і автокореляції. Запропонований метод прогнозування економічної ефективності реалізації стратегії громадської корисності в системі управління розвитком послуг мережі автозаправних комплексів позбавлений цих недоліків, що доведено на основі застосування алгоритму Фарра-Глобера, який передбачає одночасну перевірку наявності мультиколінеарності за трьома критеріями: χ -критерієм, F-критерієм та t-критерієм.

7. Поглиблено науково-методичні положення з прийняття керівниками мереж автозаправних комплексів регульовальних рішень на засадах конкретизації етапів використання теорії корисності у прийнятті регульовальних рішення щодо вибору певної альтернативи розвитку мережі. Встановлено послідовність практичного застосування теорії корисності, враховано критерій схильності менеджерів до ризику, що може бути описано лінійною, степеневою та показниковою функціями.

Доведено, що агрегована оцінка прибутковості та ризиковості витрат коштів, пов'язаних з реалізацією регульовального рішення залежить саме від критерія схильності менеджера до ризику. Лінійну функцію доцільно використовувати, коли менеджери нейтральні до ризику, степенева та показникова функції – у випадку, якщо менеджер схильний або не схильний до ризику, причому показникова функція більш адекватно відображає переважання менеджера, тому при значних відхиленнях менеджера від нейтрального ставлення до ризику, перевагу слід надавати показниковим функціям.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ
Публікації у наукових фахових виданнях України

1. Дашківська О. П. Транспортні витрати в структурі логістичних витрат / О. П. Дашківська, Є. В. Крикавський, Р. Патора // Науково-технічний збірник Коммунальное хозяйство городов. Серія «Економічні науки». – Київ, «Техніка». – 2004. – Вип. 56. – С. 293-299. *Особистий внесок автора: наведено детальну характеристику транспортних витрат в структурі логістичних витрат (0,31 д.а., особисто автора – 0,11 д.а.).*

2. Карпій О. П. Шанси організацій на національному ринку нафтопродуктів / О. П. Карпій // Вісник Хмельницького національного університету. Науковий журнал. Економічні науки. – 2009. – № 5. – Т. 3 (140). – С. 74-76 (0,2 д.а.).

3. Карпій О. П. Засади консолідації підприємств у паливно-енергетичному комплексі України / Г. І. Ільчук, О. П. Карпій, З. С. Люльчак // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Логістика. – 2009. – № 649. – С. 109-120. *Особистий внесок автора: наведено концепцію організаційних зв'язків між компаніями, які працюють у паливно-енергетичному секторі, з погляду зростання їх конкурентоспроможності (0,55 д.а., особисто автора – 0,2 д.а.).*

4. Карпій О. П. Інформаційні системи та технології у логістичній діяльності як напрям оптимізації енерговитрат енергопостачального підприємства / О. П. Карпій, З. С. Люльчак, Є. В. Крикавський, // Наукові записки Львівського університету бізнесу та права : [зб. наук. пр. / гол. ред. Н 34 Л. А. Янковська]. – Львів : Видавництво Львівської політехніки. – 2012. – № 9. – С. 128-134. *Особистий внесок автора: розкрито сутність системи керування взаєминами з клієнтами класу CRM (0,7 д.а., особисто автора – 0,25 д.а.).*

5. Карпій О. П. Дистрибуція палива за допомогою паливних карток / О. П. Карпій, Н. М. Васильців, В. В. Меркулова // Науковий вісник Херсонського державного Університету. Серія «Економічні науки». – Херсон, 2014. – Вип. 9-1. – Част. 1. – С. 124-127. *Особистий внесок автора: проаналізовано використання паливних карток, які допомагають у підвищенні лояльності клієнтів автозаправних комплексів, в діяльності українських та польських автозаправних комплексів (0,36 д.а., особисто автора – 0,2 д.а.).*

6. Карпій О. П. Розвиток послуг автозаправних комплексів / О.П. Карпій // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Логістика. – 2015. – №833. – С. 21–26 (0,32 д.а.).

Статті у наукових фахових виданнях України, що включені до міжнародних наукометричних баз

7. Карпій О. П. Аналізування сучасного стану роздрібного автозаправного ринку / О. П. Карпій // Вісник Хмельницького національного університету. Науковий журнал. – Хмельницький, 2015. – № 6 (230). – С. 10-13 (0,24 д.а.)

8. Карпій О. П. Вплив економічних законів на розвиток мережі автозаправних комплексів на засадах реалізації стратегії громадської корисності / О. П. Карпій // Прометей : регіональний зб. наук. праць з економіки. – 2015. – № 1 (46). – С. 117-120 (0,28 д.а.).

9. Карпій О. П. Характеристика моделей розвитку послуг мережі автозаправних комплексів / О. П. Карпій // Науковий журнал «Технологічний аудит та резерви виробництва». – 2016. – № 1/3 (27). – С. 49-53 (0,4 д.а.).

Публікації у зарубіжних виданнях

10. Карпий Е. П. Анализ структурно-пространственного и номенклатурно-ассортиментного варианта развития сети автозаправочного комплекса / Е. П. Карпий, Н. И. Хтэй // Молодой ученый. – 2016. – № 3 (107). – С. 523-526. *Особистий внесок автора: запропоновано алгоритм вибору варіанта моделі розвитку послуг мережі автозаправного комплексу з урахуванням його структурно-просторової та номенклатурно-асортиментної потужності (0,21 д.а., особисто автора – 0,15 д.а.).*

Опубліковані праці апробаційного характеру

11. Дашківська О. П. Логістика на ринку нафтопродуктів: проблеми впровадження / О. П. Дашківська, М. В. Білик // Маркетинг та логістика в системі менеджменту : Зб. тез доповідей V Міжнар. наук.-практ. конф. (7-9 жовт. 2004 р.). – Львів : Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2004. – С.17-18. *Особистий внесок автора: проаналізовано ціни на паливо на ринку автозаправних комплексів України (0,09 д.а., особисто автора – 0,06 д.а.).*

12. Карпій О. П. Маркетингові дослідження в стратегії розвитку організації / О. П. Карпій // Економічна освіта та наука: досвід та перспективи розвитку : Матеріали наук.-практ. конф. (22-23 листоп. 2007 р.). – Харків, 2007. – С. 184-185 (0,09 д.а.).

13. Карпій О. Паливні картки у формуванні партнерських відносин / О. П. Карпій // Економічний і соціальний розвиток України в XXI столітті: національна ідентичність та тенденції глобалізації: Зб. тез доповідей п'ятої ювілейної Міжнар. наук.-практ. конф. молодих вчених. Част. 2. (21-23 лют. 2008 р.). – Тернопіль: Економічна думка, 2008. – С. 433-435 (0,1 д.а.).

14. Карпій О. П. Наукові та практичні положення концепції логістики / О. Карпій // Актуальні проблеми забезпечення економічної безпеки України : Зб. тез доповідей II Науково-практичного семінару з міжнародною участю. (16-18 груд. 2008 р.). – Тернопіль : Вектор, 2008. – С. 96-98 (0,1 д.а.).

15. Карпій О. П. Стратегічні аспекти розвитку дистрибуції мережі нафтопродуктів / О. П. Карпій // Маркетинг та логістика в системі менеджменту: тези доповідей VIII Міжнар. наук.-практ. конф. (4-6 листоп. 2010 р.). – Львів : Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2010. – С. 215-216 (0,11 д.а.).

16. Карпий Е. П. Способы повышения конкурентоспособности автозаправных станций / Е. П. Карпий, Н. И. Хтей, М. С Лановенко // Наукові дослідження: зв'язок теорії і практики: Матеріали Дванадцятої Всеукр. наукової Інтернет-конф. (29-30 квіт. 2012 р.). – Тернопіль : Тайп, 2012. – С. 75-76. *Особистий внесок автора: проаналізовано різні етапи формування автозаправних станцій (0,09 д.а., особисто автора – 0,05 д.а.).*

17. Карпій О. П. Сучасне обслуговування клієнтів на автозаправних комплексах / О. П. Карпій // Маркетинг та логістика в системі менеджменту : Тези доповідей ІХ Міжнар. наук.-практ. конф. (8-10 листоп. 2012 р.). – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2012. – С. 174–176 (0,15 д.а.).

18. Карпій О. П. Аналіз ринку автозаправних станцій України / О. П. Карпій // Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури : Тези доповідей ІІ Міжнар. наук.-практ. конф. (16-18 трав. 2013 р.). – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2013. – С. 281-282 (0,11 д.а.).

19. Карпій О. П. Формування стратегії розвитку організації громадської корисності на ринку палива / О. П. Карпій, Н. І. Хтей // Проблеми та перспективи розвитку економіки і підприємництва та комп'ютерних технологій в Україні : Зб. тез доповідей Х наук.-практ. конф. (31 берез. – 5 квіт. 2014 р.). – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2014. – С. 250-252. *Особистий внесок автора: охарактеризовано поняття «корисність» у діяльності автозаправних станцій, які займаються реалізацією палива* (0,14 д.а., особисто автора – 0,1 д.а.).

20. Карпій О. П. Яким паливом сьогодні заправляють автомобілі в Україні / О. П. Карпій // Управління економічними процесами на макро- і мікрорівні : проблеми та перспективи вирішення : Матеріали Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. молодих вчених (11-12 квіт. 2014 р.). – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2014. – С. 307–308 (0,15 д.а.).

21. Карпій О. П. Характеристика ринку нафтопереробної промисловості України / О. П. Карпій, М. Лабик // Маркетинг та логістика в системі менеджменту : Тези доповідей Х Міжнар. наук.-практ. конф. (6-8 листоп. 2014 р.). – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2014. – С. 153-154. *Особистий внесок автора: проаналізовано обсяги видобутку нафти в Україні* (0,07 д.а., особисто автора – 0,05 д.а.).

22. Карпій О. П. Формування ціни на бензин в Україні / О. П. Карпій, В. В. Меркулова // Фінансова інфраструктура : формування, проблеми та перспективи розвитку в умовах інноваційної економіки : Зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф у 4-х част. (7-8 листоп. 2014 р.). – К.: ГО «Київський економічний науковий центр», 2014. – Ч. 2. – С. 70–71. *Особистий внесок автора: проведено аналіз формування цін на паливо та досліджено ціни на паливо на ринку України* (0,09 д.а., особисто автора – 0,05 д.а.).

23. Карпій О. П. Розвиток послуг автозаправних комплексів для забезпечення громадської корисності / О. П. Карпій, Р. Патора // Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України : Тези доповідей Х Міжнар. наук.-практ. конф. (3-5 груд. 2015 р.). – Хмельницький : ХНУ, 2015. – С. 70-71. *Особистий внесок автора: надано пояснення сутності поняття «громадська корисність»* (0,08 д.а., особисто автора – 0,04 д.а.).

АНОТАЦІЯ

Карпій О.П. Розвиток послуг мережі автозаправних комплексів на засадах реалізації стратегії громадської корисності. – На правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами

економічної діяльності). – Національний університет водного господарства та природокористування, Рівне, 2016.

У дисертації уточнено сутність понять «громадська корисність», «розвиток послуг», «стратегія громадської корисності». Визначено статус стратегії громадської корисності в структурі стратегії підприємства. Здійснено структурування послуг автозаправного комплексу з орієнтацією на виокремлення групи послуг, які формують громадську корисність. Доповнено класифікацію факторів, які впливають на розвиток послуг мережі автозаправних комплексів з позиції реалізації стратегії громадської корисності. Розроблено процесно-зв'язковий механізм визначення структурно-просторової і номенклатурно-асортиментної потужностей мережі автозаправного комплексу. Удосконалено метод прогнозування економічної ефективності реалізації стратегії громадської корисності в системі управління розвитком послуг мережі автозаправних комплексів. Поглиблено методичні положення з прийняття керівниками автозаправних комплексів регулювальних рішень щодо структурно-просторового і номенклатурно-асортиментного розвитку послуг.

Ключові слова: громадська корисність, мережа, розвиток послуг, автозаправний комплекс, економічна ефективність.

АННОТАЦІЯ

Карпий Е.П. Развитие услуг сети автозаправочных комплексов на основе реализации стратегии общественной полезности. – На правах рукописи.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.04 – экономика и управление предприятиями (по видам экономической деятельности). – Национальный университет водного хозяйства и природопользования, Ровно, 2016.

В диссертации на основе теоретического обобщения современных экономических концепций управления, теории систем и информатизации, а также практики их использования в системе менеджмента предприятий предложено новое решение научной проблемы – совершенствование существующих и разработка новых теоретических положений и методических рекомендаций по развитию услуг сетей автозаправочных комплексов на основе стратегии общественной полезности.

Доказано, что под развитием услуг автозаправочных комплексов следует понимать обеспечение автозаправочными комплексами расширения количества и повышения качества предоставления услуг; под общественной полезностью – общую для определенных субъектов выгоду или комплекс выгод, обеспечиваемых другими субъектами. В свою очередь, понятие «стратегия общественной полезности» следует трактовать как стратегию развития, ориентированную на достижение экономического роста за счет перманентного изучения и использования возможностей увеличения общественной полезности предлагаемых товаров и услуг.

Уточненные определения понятий «развитие услуг автозаправочных комплексов», «общественная полезность», «стратегия общественной полезности» стали основанием для формирования теоретических положений и методических рекомендаций по развитию услуг сетей автозаправочных комплексов на основе стратегии общественной полезности. На основе применения кластерного анализа

практически реализован принцип декомпозиции для построения классификаций факторов, влияющих на развитие сетевых автозаправочных комплексов с позиции стратегии общественной полезности.

Факторы распределены по нескольким классификационным признакам: по содержанию (специфика товаров и услуг автозаправочных комплексов; потребительская способность клиентов автозаправочных комплексов, уровень общественной полезности товаров и услуг в общем портфеле предложения; цена и качество товаров и услуг, предлагаемых автозаправочными комплексами; перманентность исследования уровня удовлетворения потребителей и изменения их предпочтений, уровень развития логистики и системность в обслуживании клиентов, уровень финансовой и административной либеральности государства к развитию сетей автозаправочных комплексов); по характеру воздействия (факторы, положительно влияющие на развитие услуг сетей автозаправочных комплексов, факторы, негативно влияющие на развитие услуг сетей автозаправочных комплексов); по значимости (факторы, значительно влияющие на развитие услуг сетей автозаправочных комплексов, факторы, незначительно влияющие на развитие услуг сетей автозаправочных комплексов); по источнику возникновения (факторы внутренней среды, влияющие на развитие услуг сетей автозаправочных комплексов, факторы внешней среды, влияющие на развитие услуг сетей автозаправочных комплексов); по связям (факторы, линейно связанные друг с другом, факторы, связанные между собой нелинейно).

Авторские уточнения позволили систематизировать выделенные факторы, а также содействовали углублению аналитико-информационных положений по управленческой обработке данных, являющихся определяющими в выборе руководителями сетей автозаправочных комплексов лучших вариантов развития предлагаемых услуг. Аргументировано, что выбор варианта модели развития сетей автозаправочного комплекса необходимо осуществлять с учетом его структурно-пространственной и номенклатурно-ассортиментной мощностей. Разработанный на основе применения аксиоматики теории множеств метод выбора варианта модели развития услуг может применяться руководителями сетей автозаправочных комплексов как на этапе создания сети, так и при принятии тактических и оперативных решений, связанных с корректировкой ее параметров.

Доказано, что наиболее существенными недостатками прогностических моделей, применяющихся для предсказания проявлений общественной полезности определенных товаров или услуг, являются: учет модели функционально связанных факторов, а также факторов, которые непосредственно не влияют на результирующий параметр; наличие мультиколлинеарности и автокорреляции. Предложенный метод прогнозирования экономической эффективности реализации стратегии общественной полезности в системе управления развитием сетевых автозаправочных комплексов лишен этих недостатков, что доказано на основе применения алгоритма Фарра-Глобера, предусматривающего одновременную проверку наличия мультиколлинеарности по трем критериям: χ -критерия, F-критерия и t -критерия.

Методические положения по принятию руководителями сетей автозаправочных комплексов регулирующих решений усовершенствованы на

основании конкретизации этапов использования теории полезности в принятии регулирующих решений по выбору определенной альтернативы развития сети. Установленная последовательность практического применения теории полезности учитывает критерий склонности менеджеров к риску, что может описываться линейной, степенной и показательной функциями. Доказано, что агрегированная оценка доходности и риска расходов средств, связанных с реализацией регулирующего решения, зависит именно от критерия склонности менеджера к риску.

Ключевые слова: общественная полезность, сеть, развитие услуг, автозаправочный комплекс, экономическая эффективность.

ANNOTATION

Karpiy O. Development of gas station network services on the basis of social utility strategy. – The manuscript.

The thesis for the scientific degree of the Candidate of Economic sciences, specialty 08.00.04 – Economics and Enterprises Management (by economic activities). – National University of Water and Environmental Engineering, Rivne, 2016.

The thesis develops the nature of such concepts as "public utility", "development of services", "public utility strategy". It defines the status of public utility strategy in the structure of business strategy. The structuring of gas station complex services has been done with a focus on the isolation of services that shape public utility. Classification of factors that influence the development of network services of gas stations was supplemented from the perspective of public utility strategy. The paper contains elaborated process-cohesive mechanism for determining the spatial-structure and nomenclature-assortment capacity of gas station complex network; the method of predicting economic efficiency on implementing the strategy of public utility was improved within the system of managing the development of gas station network services. Methodical provisions for gas-station managers in terms of regulatory decision-making have been improved in the sphere of structural, spatial, nomenclature and assortment development of services.

Keywords: public utility, network, development of services, gas complex, economic efficiency.