

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ГАЛУЗІ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ СВІТЛИМИ НАФТОПРОДУКТАМИ В УМОВАХ ВІЙНИ ТА ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

<http://doi.org/10.23939/semi2024.02>.

© Горбаль Н. І., Лиса Д. С., 2024

Досліджено предмет, об’єкт та суб’єкт конкуренції у галузі роздрібної торгівлі світлими нафтопродуктами, що є ключовою для економіки України. Проаналізовано обсяги та особливості імпорту палива українськими компаніями у 2023 році. Подано рейтинги конкурентоспроможності найбільших вітчизняних мереж АЗК за різними критеріями. Обчислено інтенсивність конкуренції в галузі роздрібної торгівлі світлими нафтопродуктами за коефіцієнтом концентрації, індексами Лінда та Герфіндаля–Гіршмана, а також наведено характеристику галузі за 5-ма силами конкуренції М. Портера. На основі цього визначено тип ринку – жорстка олігополія. Особливостями ж ринку є залежність від імпортних поставок і кардинальна зміна логістичних ланцюгів та постачальників у 2022 р. Отже, наведено такі рекомендації для посилення конкуренції та сталого розвитку ринку: здійснення ретельнішого моніторингу ринку органами АМКУ; диверсифікація постачальників світлих нафтопродуктів в Україну, зокрема, за сприяння органів держави; контроль якості пального; створення достатніх економічних і політичних умов для відновлення і модернізації вітчизняної нафтопереробної галузі після збройної агресії; контроль за дотриманням законодавства щодо регулювання конкуренції; налагодження процесу формування резервів палива.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, нафтопродукти, світлі нафтопродукти, автозаправний комплекс (АЗК).

Постановка проблеми

Глобалізація національних економік, активізація міжнародних економічних відносин, лібералізація зовнішньої торгівлі зумовлюють загострення конкурентної боротьби на світових ринках. У таких умовах забезпечення конкурентоспроможності, безупинного і сталого розвитку підприємств потребує створення та підтримання унікальних конкурентних переваг.

В Україні трансформаційні процеси, що відбуваються в економіці, нестабільність функціонування більшості галузей економіки й зміна вектора зовнішньоекономічної діяльності під час війни, а також інтеграція до економічного простору Європейського Союзу, висувають жорсткі вимоги до забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних суб’єктів підприємницької діяльності.

Об'єктом дослідження в контексті тематики є вітчизняна галузь роздрібної торгівлі світлими нафтопродуктами – одна з ключових для економіки України. Євроінтеграція для неї – це не лише можливість доступу до нових ринків та технологій, а й вимоги щодо відповідності стандартам, зокрема з якості та екологічної безпеки продукції, що потребує вдосконалення управлінських процесів, модернізації інфраструктури та підвищення кваліфікації персоналу. До початку воєнних дій у нашій країні діяло майже 800 суб'єктів господарювання, які торгували нафтопродуктами, та понад 7 тис. АЗК. Війна ж призвела до обмеження доступу до нафтопродуктів, зниження попиту та збільшення ризику для інфраструктури торгівлі. У таких умовах підприємства мають шукати шляхи диверсифікації постачання, розширення ринків збуту та зменшення залежності від імпорту. З початку 2022 р. галузь уже значно трансформувалася, зокрема швидкість подолання викликів, які постали перед компаніями після початку повномасштабного вторгнення в Україну, зумовила наявну конкурентну позицію тієї чи іншої мережі АЗК.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Аналізування стану конкуренції та конкурентоспроможності компаній на українському ринку роздрібної торгівлі світлими нафтопродуктами є актуальною тематикою наукових досліджень вітчизняних вчених. Так, Г. І. Скорик, Г. І. Пушак [1] та Г. О. Семів, С. Р. Семів, М. М. Чех [2] оцінювали стан конкуренції на ринку роздрібного продажу світлих нафтопродуктів; Н. І. Познякова [3] – основні напрями реалізації державної регуляторної політики в галузі торгівлі світлими нафтопродуктами; В. І. Полюхович [4] – заходи з розвитку конкурентних відносин та антимонопольного регулювання на конкретних ринках паливно-енергетичного комплексу України, зокрема, нафтопродуктів. С. В. Солодченко [5] виявив проблеми та особливості здійснення державного контролю за ринком нафтопродуктів в Україні. В. В. Борщевський, В. М. Магас, К. С. Кантур [6] навели пріоритетні напрями адаптації фінансового механізму до потреб антимонопольного регулювання ринку нафтопродуктів та розробили пропозиції для ефективного його використання органами державної влади. О. П. Карпій [7] досліджувала види розвитку послуг мереж автозаправних комплексів як механізму створення конкурентних переваг. Д. М. Донець аналізував стан ринку нафтопродуктів на етапі відбудови економіки [8], а Н. Є. Кузьо, Н. С. Косар, Я. І. Яричевська [9, 10] – тенденції й перспективи його розвитку, зокрема в контексті енергетичної безпеки країни. А. С. Альмужна [11] та М. В. Савченко, Біла І. В. [12] аналізували економічні наслідки для світового ринку нафти й нафтопродуктів після російського вторгнення в Україну, зокрема обсяги світової торгівлі та ціни на нафтопродукти.

Формулювання гіпотези і постановка цілей

У дослідженні перевірено гіпотезу щодо високого рівня монополізації українського ринку роздрібної торгівлі світлими нафтопродуктами та значного впливу війни й євроінтеграції на розвиток галузі. Мета статті – аналіз стану, конкурентоспроможності та перспектив розвитку українських підприємств галузі роздрібної торгівлі світлими нафтопродуктами на внутрішньому ринку. Основні завдання дослідження – визначення предмета, об'єкта та суб'єкта конкуренції, критеріїв конкурентоспроможності мереж АЗК України та їх рейтингу; обчислення інтенсивності конкуренції в галузі; характеристика галузі за 5-ма силами конкуренції М. Портера.

Виклад основного матеріалу

Світлі нафтопродукти – це продукти, отримані під час перероблення нафти, газового конденсату та мають температуру кипіння в інтервалі від 30 °С до 370 °С (бензини, газ, дизельні палива тощо) [13]. Відповідно, місцями роздрібного продажу цих продуктів є автозаправні станції (АЗС), значна кількість із яких сьогодні в Україні вже є автозаправними комплексами (АЗК) через низку інших послуг, які пропонують споживачеві. Тож предметом конкуренції для компаній галузі роздрібної торгівлі світлими нафтопродуктами є товари та послуги, пропоновані на станціях:

пальне (бензин, дизпаливо, газ), харчування в дорозі, товари в магазинах на станціях, послуги шиномонтажу та технічного обслуговування автотранспорту, зарядні станції, автомийки, поштові та фінансові послуги тощо.

Об'єктом конкуренції у галузі є покупці та споживачі, які обирають ці товари/послуги (де і яке купувати пальне, де і як перекусити, які послуги, пропоновані на станціях, використати тощо). Основним видом споживачів є власники автомобілів (бензинових і дизельних), які заправляють їх паливом, і власники електромобілів, які використовують зарядні станції АЗК, а також водії інших транспортних засобів (ТЗ), зокрема водії громадського транспорту чи автобусів, що перевозять пасажирів, вантажних ТЗ, сільськогосподарських ТЗ тощо. Другим видом споживачів є покупці магазинів на АЗК, відвідувачі закладів харчування на станціях. Крім перелічених вище власників, водіїв та пасажирів ТЗ ними можуть бути особи, не причетні до заправлення автомобіля чи навіть перевезення. Так, із початком пандемії COVID-19 однією з тенденцій розвитку ринку громадського харчування в Україні стало харчування на АЗК. Такі великі мережі, як ОККО, WOG, UPG позиціонують себе не тільки, як місце для придбання палива, а й як заклад харчування, що пропонує специфічний набір страв. Примітним є те, що, наприклад, у додатку сервісу доставки Glovo серед ресторанів є й ОККО SAFE. Тобто споживачеві страв ОККО не обов'язково мати автомобіль чи навіть бути фізично присутнім на АЗК. Окрім цього, під час масштабних відімкнень світла з 2022 р. АЗК, оснащені генераторами, стали місцем заряджання електронних пристроїв та дозвілля для українців.

Суб'єктами конкуренції для компаній галузі роздрібної торгівлі світлими нафтопродуктами є паливні станції та компанії, що надають аналогічні товари/послуги. До суб'єктів конкуренції також можуть належати виробники та постачальники пального, а також опосередковано – заклади громадського харчування. Безпосередніми ж конкурентами у галузі є найбільші українські мережі АЗК: ОККО, “Укрнафта”, БПСМ, UPG, SOCAR, UPG, KLO, що пропонують не тільки послуги з продажу палива, а й мають мережу супермаркетів, кафе, мийок та інших послуг на найбільших АЗК. Іншим типом конкурентів є локальні зарядки для електромобілів, які можуть бути розташовані на паркувальних майданчиках міст (мережі UGV Chargers, ТОКА, Olmaks Group, ЕКОАвто тощо).

Послуги з надання громадського харчування є сьогодні окремим розвиненим стратегічним господарським підрозділом усіх найбільших мереж АЗК. Тож тут конкурентами АЗК є звичайні заклади громадського харчування, переважно фаст-фуду, адже, на відміну від ресторанів, бургери та хот-доги здебільшого пропонують на більшості заправних станцій. Отже, конкурентами у цій ніші будуть як глобальні мережі фаст-фуду (McDonalds, KFC Royal Hamburger, Big Burger), так і локальні заклади. Схожа ситуація і з напоями – на кожній АЗС клієнти можуть придбати різні їх види. Отже, будь-які локальні кав'ярні є конкурентами АЗК.

Конкуренція між основними операторами ринку АЗК в Україні є здебільшого неціновою, оскільки відмінності в ціні на один і той самий вид пального на різних мережевих АЗК – незначні. Варто зауважити, що існує багато АЗС, які пропонують пальне за значно нижчими цінами, проте зазвичай це – напів- чи нелегальна діяльність.

Оскільки основною потребою споживачів є придбання пального для ТЗ, то критичну роль під час вибору АЗК відіграє їх географічне місце розташування, якість пального, імідж та впізнаваність компанії, довіра до неї, наявність знижок тощо. Наявність магазину із продуктами харчування та непродовольчими споживчими товарами на АЗК посилює його конкурентні позиції та приваблює в очах споживачів. Крім цього, оскільки якість обслуговування та пального різних мереж відрізняється, власників автомобілів дедалі більше приваблює можливість отримати й якісні додаткові послуги – помити машину, замінити мастило, смачно й недорого поїсти або придбати супутні товари.

На ринку нафтопродуктів України продовжується тенденція до консолідації операторів ринку. Основні мережі галузі поділено на дві умовні групи, що відрізняються форматом АЗК: 1)

повноформатні АЗК із магазином, сервісами та додатковими послугами (ОККО, WOG, Shell, Amic, Socar, Glusco, БРСМ); 2) вузькоформатні АЗК, на яких немає магазинів, додаткових послуг та сервісів. До першої групи належать і компанії, що працюють під брендами (оператори, пов'язані (асоційовані) з групою “Приват”: ANP, Авіас, Альфа-нафта, UKRNAFTA тощо та більшість дрібних мереж).

Найбільшими українськими імпортерами бензину за 2023 р. [10] стали ОККО, WOG, UPG, “Приват” і “БРСМ-Нафта”. Обсяги імпорту бензину 2023 року становили 1,249 млн т, що фактично дорівнює показникам 2022 року і на 4 % менше, ніж 2021-го. Кожен третій літр бензину із загального обсягу був імпортований ОККО. Ця група компаній збільшила свій річний імпорт на 62 %. WOG і UPG ввезли бензину по 217,6 тис. т і 81,9 тис. т, що на 28 % і 27 % більше порівняно з попереднім роком. ОККО й WOG зробили акцент на залізничні перевезення бензину (69 % і 63 % від загального обсягу), тоді як UPG – на автомобільні. Трійка наведених лідерів здебільшого імпортувала бензин із Польщі, тому польська компанія Orlen є найбільшим експортером бензину в Україну. У 2023 р. вона відвантажила 141,2 тис. т пального українським імпортерам.

Імпорт забезпечив половину потреб мережі групи “Приват” у бензині, решту, вочевидь, було придбано на внутрішньому ринку. Група “БРСМ-Нафта” забезпечила себе імпортом (33 тис. т) лише на третину у річному вимірі. БРСМ відмовилася від імпорту бензину з травня 2023 року. Силами міні-НПЗ групи було перекрито чималу потребу в бензині. Також характерною була купівля бензину на внутрішньому ринку [14].

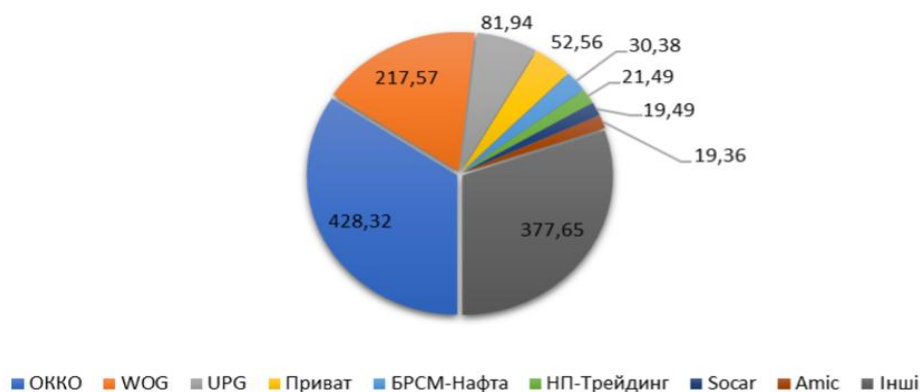


Рис. 1. Українські імпортери бензину у 2023 р., тис. т [14]

Варто наголосити, що за два роки війни суттєво змінилися шляхи імпортування пального. До 2022 р. 70 % дизпального та 50 % бензину Україна завозила із росії та білорусі, зараз же – з південного напрямку (Румунія, Болгарія, Греція) і з Польщі та країн Балтійського моря. Змінилися й способи імпорту. До вторгнення автомобільний транспорт не використовувався для ввезення в Україну пального. Натомість після нього парк бензовозів зріс у 4 рази – до 6 тис. одиниць, і зараз автомобільний транспорт має паритет із залізничними перевезеннями пального. Зросла й кількість імпортерів пального: із 200 в 2021 р. до 700 в 2023 р. Водночас частина таких компаній завозить малі обсяги пального, не має інфраструктурних об'єктів і персоналу, що ускладнює розвиток бізнесу [15].

У 2023 р. команда Ukrainian Business Award проаналізувала діяльність українських автозаправних станцій (АЗС) і визначила найбільш конкурентоспроможні компанії, які мають значний вплив на соціальний та екологічний розвиток країни, а також позитивно сприймаються споживачами. Аналітики використовували комплексний підхід до оцінки за ключовими показниками (рис. 2):

1. Цінність пропозиції: відсоток позитивних відгуків, кількість АЗС, кількість видів пального, наявність маркету та фуд-корту, акції та спеціальні пропозиції (активність), програма лояльності, додаткові послуги (мийка, підкачка коліс та ін.), кількість років на ринку, ЕКО та соціальні ініціативи.

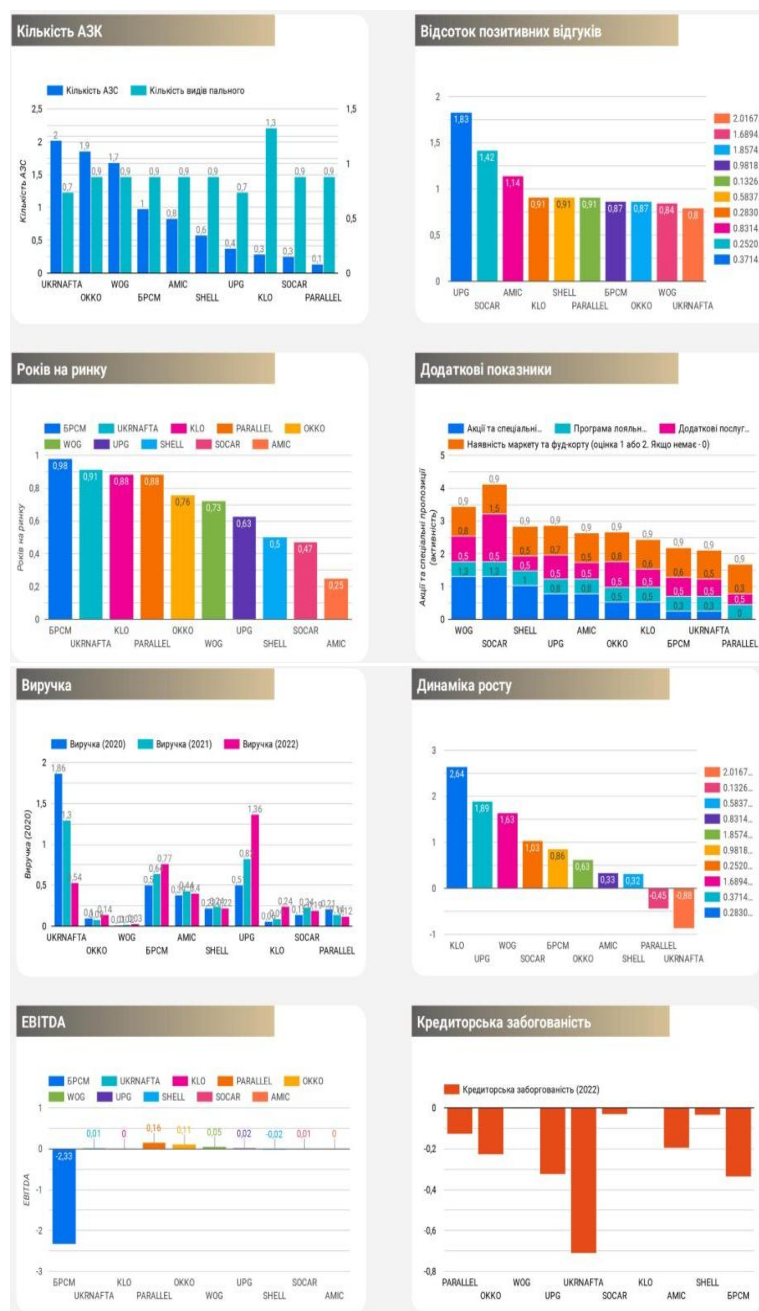


Рис. 2. Конкуентоспроможність АЗК України за 2023 р. за основними критеріями, згідно з рейтингом Ukrainian Business Award та LOOQME [16]

2. Позитивний імідж: репутація компаній серед споживачів та в медіапросторі, обізнаність щодо ТМ (кількість брендних пошукових запитів Google), наявність нагород чи призів. Особлива увага приділялася аналізу соціальних мереж, публікацій в ЗМІ та PR-активностей компаній.

3. Фінансові показники: доходи, динаміка зростання, кредиторська заборгованість та інші ключові фінансові показники. Аналіз базувався на офіційних фінансових звітах та ринкових даних, отриманих від компаній YouControl та Clarity Project [16].

На рис. 2 наведені рейтинги мереж АЗК України за окремими критеріями КСП (кількість АЗК, відсоток позитивних відгуків, час функціонування на ринку, акції та програми лояльності та такі фінансові показники, як виручка, динаміка росту, ЕВІТДА й рівень кредиторської заборгованості).

У загальному рейтингу КСП (рис. 3) українських мереж АЗК першість здобула компанія WOG із середньою оцінкою від журі "4".

Місце в рейтингу	Компанія	Бали	Бали %	Середня оцінка від журі
1	WOG	13,24	100	4
2	UPG	12,72	96,08	4,67
3	OKKO	11,99	90,55	4
4	SOCAR	11,79	89,09	4,33
5	KLO	10,95	82,73	5
6	UKRNAFTA	9,38	70,84	3
7	БРСМ	8,7	65,74	1,67
8	AMIC	6,97	52,62	1,67
9	SHELL	6,93	52,33	2,67
10	PARALLEL	5,34	40,36	1,67

Рис. 3. Загальний рейтинг КСП АЗК України за 2023 р. від Ukrainian Business Award та LOOQME [16]

Далі проаналізуємо інтенсивність конкуренції в цій галузі за коефіцієнтами концентрації, індексами Лінда та Герфіндаля–Гіршмана.

Коефіцієнт концентрації (CR_4) показує відсоткове співвідношення обсягу продажу певної кількості підприємств (типово 4х) до загальної їх кількості. Ми використали обсяг реалізованого пального 4-ма найбільшими компаніями (ОККО, WOG, Укрнафта та БРСМ) за 3 квартал 2023 року. Загальний обсяг реалізації становив 746600 тис. літрів [17].

$$CR_4 = \frac{OP_1 + OP_2 + OP_3 + OP_4}{OP_{\text{заг}}}$$

$$CR_4 = \frac{186650 + 149320 + 74660 + 59728}{746600} = 0,63.$$

Показник 0,63 свідчить про значний рівень монополізації ринку.

На рис. 4 подано частки ринку (далі позначені як D_i) найбільших операторів продажу палива в Україні.

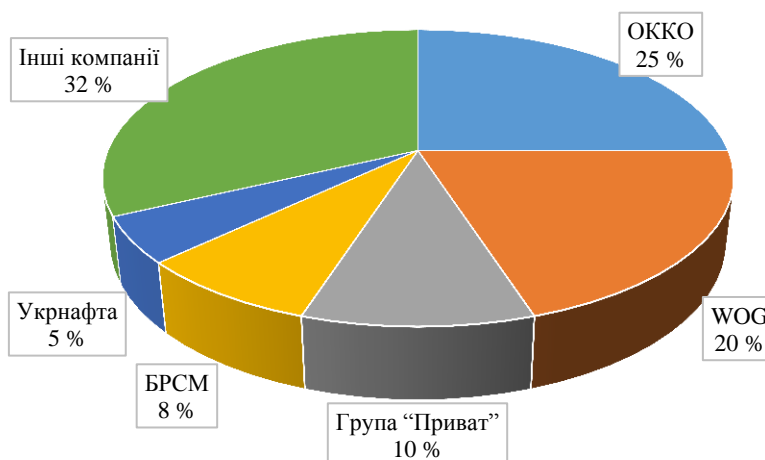


Рис. 4. Частки ринку найбільших компаній на українському ринку роздрібної торгівлі світлими нафтопродуктами [18]

Відповідно, було обчислено індекс Герфіндаля–Гіршмана (H):

$$H = \sum_{i=1}^n D_i^2,$$
$$H = \sum_{i=1}^n 25^2 + 20^2 + 10^2 + 8^2 + 5^2 = 1214.$$

Значення індексу належить проміжку 1000–1800, тож ринок має середній рівень монополізації.

Індекс Лінда (IL) дає змогу визначити, скільки фірм (і які саме) посідають домінуюче становище на ринку. Для цього індекс розраховують поетапно: спочатку для двох найбільших фірм, потім для трьох та чотирьох.

Розрахунок індексу Лінда для двох найбільших АЗК (D – ринкова частка фірми):

$$IL(2) = D1/D2 * 100 \%,$$
$$IL(2) = 25/20 * 100 = 125 \%.$$

Розрахунок індексу Лінда для трьох найбільших АЗК:

$$IL(3) = \frac{1}{2} \frac{D1}{(D2+D3)/2} + \frac{(D1+D2)/2}{D3} * 100 \%,$$
$$IL(3) = \frac{1}{2} \frac{25}{(20+10)/2} + \frac{(25+20)/2}{10} * 100 \% = 195,8 \%.$$

Розрахунок індексу Лінда для чотирьох найбільших АЗК:

$$IL(4) = \frac{1}{3} \frac{D1}{(D2+D3+D4)/3} + \frac{(D1+D2)/2}{(D3+D4)/2} + \frac{(D1+D2+D3)/3}{D4} * 100 \%,$$
$$IL(4) = \frac{1}{3} \frac{25}{(20+10+8)/3} + \frac{(25+20)/2}{(10+8)/2} + \frac{(25+20+10)/3}{8} * 100 \% = 225,5 \%.$$

Зважаючи на тенденцію зростання вищерахованих показників, можна зробити висновок, що одна фірма (мережі АЗК “ОККО”) посідає відверто лідерську позицію, формуючи “ядро” ринку.

Отже, проведений аналіз показав, що стан конкуренції на ринку можна охарактеризувати як “жорстка” або “розпливчата олігополія”, утворена кількома потужними операторами ринку, колективне становище яких на ринку має структурні ознаки монопольного (домінуючого). Цікаво, що «Антимонопольний комітет України (АМКУ) не помічає монополії на роздрібному ринку нафтопродуктів. Так, Комітет не вбачає загрози конкуренції в передачі “Укрнафті” АЗС “Глуско” на регіональних ринках пального (бензину, дизельного палива та скрапленого газу). Тому у березні 2024 р. “Укрнафта” отримала дозвіл на концентрацію» [19].

Варто теж зазначити, що ринок є дуже чутливим до коливань світових цін на пальне, що формує також передумови для внутрішніх змов його операторів. Так, ціни операторів на світлі нафтопродукти збільшуються внаслідок зростання європейських котирувань на ці продукти. Проте під час зменшення цін на світовому ринку вітчизняні оператори ринку не поспішають знижувати ціни.

Щодо споживання пального в Україні, то в 2023 р. воно почало зростати (особливо дизельного пального), порівняно з попереднім роком, однак не досягло рівня 2021 р. За два роки бензин втратив 16 % споживання, скраплений газ – 34 %, дизпальне – 17 % від рівня 2021 р. [20].

Далі аналізуємо стан галузі роздрібної торгівлі світлими нафтопродуктами за моделлю “п’яти сил конкуренції” М. Портера – аналітичного інструмента, що використовують для оцінки конкурентної ситуації й привабливості індустрії чи ринку. Наведемо характеристику 5-ти сил конкуренції:

1) Суперництво між конкуруючими продавцями.

Рівень конкуренції на ринку роздрібної торгівлі світлими нафтопродуктами певною мірою зменшується через наявність значних входних бар’єрів. Проте таке зменшення не означає відсутність конкуренції. Навпаки, – найбільші мережі АЗК змагаються за увагу споживачів, пропонуючи конкурентоспроможні ціни на пальне (особливо популярними є наявність карток лояльності, знижок, спеціальних пропозицій для залучення та утримання клієнтів). Проте здебільшого конкуренція є неціною: полягає у якості, швидкості обслуговування, комфортності АЗК, наявності додаткових послуг (кав’ярня, ресторани, супермаркети, мийки, поштомати, тощо).

Варто зауважити також, що частина ринку світлих нафтопродуктів у нашій державі працює “сіро”, – не сплачує податки і завдяки цьому має змогу тримати низькі ціни на продукцію. Отже, ті, хто працює легально, змушені продавати бензин за високими цінами і конкурувати за рівнем обслуговування, а не вартістю палива. На жаль, антимонопольні органи та інші контролюючі інституції не приділяють належної уваги тим, хто оптимізує податки і спотворює конкурентне середовище.

2) Вплив продавців товарів чи послуг-замінників.

Найбільшою загрозою для збільшення обсягів продажу палива є стрімке зростання популярності електромобілів. У вересні 2023 р. на дорогах України вже курсувало 66 тис. електрокарів. Це на 26 тис. більше, ніж у 2022 р., якщо надалі темп приросту буде збережено, то вже через рік кількість електрокарів може перевищити 100 тисяч. Але відсутність інфраструктури не дає змоги власникам електрокарів переміщуватись між великими містами [20]. Мережі АЗК адаптуються до тенденцій ринку та вже займають немалу частку на ринку станцій для зарядки електромобілів. Проте варто зазначити, що доходи від такого виду діяльності є меншими, ніж від продажу палива.

3) Ринкова влада покупців.

Загалом ринкова влада споживачів в секторі АЗК може коливатися залежно від конкретних умов ринку, конкуренції та стратегій підприємств. Варто теж зазначити, що попит на світлі нафтопродукти характеризується сезонністю: у зимовий період зменшується, а у весняно-осінній період – зростає. На українському ринку світлих нафтопродуктів споживачі мають суттєвий вплив, бо їхні потреби та очікування врахували та задовольнили багато підприємств. Якщо споживачі мають великий вибір не лише за видом пального, а й за додатковими послугами, це також зміцнює їхню ринкову владу. Вони можуть вибирати та віддавати перевагу АЗК, яка найбільше відповідає їх потребам. Зважаючи на значну концентрацію ринку, найбільші мережі постійно покращують свої послуги та пропозиції для збільшення частки ринку.

4) Потенційні конкуренти.

Вхідними бар'єрами у галузь є значні фінансові ресурси, необхідні для становлення і розвитку бізнесу у цій сфері, законодавчі обмеження (ліцензування, видача дозволів, сертифікація, вимоги до розташування згідно з нормативами тощо), обмеженість територій для будівництва нових АЗС. Крім того, є і вихідні бар'єри, пов'язані зі складністю продажу активів учасників ринку через законодавчі обмеження та пошук платоспроможного покупця. Усі ці бар'єри – адміністративні, економічні, технологічні – є досить складними для подолання ще й тому, що між операторами та їх мережами існують домовленості, узгодженість поведінки, що є предметом розслідувань АМКУ.

Поява нових компаній на українському ринку операторів світлих нафтопродуктів на сьогодні не прогнозується. У довгостроковій перспективі ними можуть стати західні нафтові компанії. Проте розбудова ними мереж АЗК на вітчизняному ринку обмежується часовими, адміністративними, територіальними факторами й невизначеністю у зв'язку з війною в Україні. Тому єдиним шляхом їх виходу на український ринок буде придбання мереж АЗК діючих операторів ринку й можливий ребрендинг.

5) Ринкова влада постачальників.

Ще до початку повномасштабного вторгнення, українська інфраструктура забезпечення нафтопродуктами була втрачена на понад 75 %. Так, система нафтопродуктопроводів була практично зруйнована ще у середині 1990-х рр., а з шістьох нафтопереробних заводів України експлуатувався тільки Кременчуцький нафтопереробний завод (з рівнем завантаження до 20 % своєї потужності) [8]. Технологічні можливості щодо резервуарного парку в Україні у довоєнний період скоротилися через брак належного технічного догляду за ними, а стратегічні резерви нафти і нафтопродуктів не були сформовані. За часів президентства Л. Д. Кучми пройшла масова приватизація усіх нафтопереробних заводів України, й більша частина їх потужностей перейшла до власності російського бізнесу, який (за допомогою окремих українських груп) вивів їх з подальшої

експлуатації (передусім Одеський НПЗ та Лисичанський НПЗ) чи скорочував необхідні поставки нафти (наприклад, Кременчуцький НПЗ).

Однак у лютому 2022 року Кременчуцький НПЗ забезпечував країну недорогим паливом українського виробництва майже на третину. Руйнування інфраструктури Кременчуцького НПЗ стало одним із каталізаторів паливної кризи в країні. З початку повномасштабної війни ворог активно обстрілює українську інфраструктуру нафтопродуктів, – починаючи з нафтобаз і закінчуючи міні-НПЗ. Через це питання відновлення української нафтопереробки не на часі, принаймні до завершення війни. Тож майже все пальне в Україні зараз – ввезений ззовні продукт.

Як вже йшлося, до повномасштабного вторгнення більшість пального постачалася з ворожих країн – рф та білорусі. Близько пів року знадобилося державі, аби знайти нових постачальників критично необхідного ресурсу. Дві найбільші зміни, які сталися з лютого 2022 року на українському ринку пального, – це припинення прямого імпорту з росії та білорусі, а також диверсифікація джерел постачання. Тепер пальне Україні продають десятки країн.

Наприклад, у третьому кварталі 2021 р. до першої п'ятірки експортерів нафтопродуктів в Україну входили білорусь (548 млн дол.), рф (305 млн дол.), Литва (210 млн дол.), Туреччина (86 млн дол.) та Греція (71 млн дол.). На ці країни припадали понад 80 % імпорту пального, причому 40 % – на білорусь, яка постачала нафтопродукти з переробленої російської нафти. На сьогодні ситуація цілком інша – і з погляду постачальників, і погляду обсягів. У третьому кварталі 2023 року основними експортерами пального в Україну були Греція (73 млн дол.), Литва (64 млн дол.), Індія (49 млн дол.), Польща (49 млн дол.) і Туреччина (35 млн дол.). Разом вказані країни забезпечують майже половину споживання нафтопродуктів в Україні. І частка жодної в імпорті не перевищує 14 % (рис. 5) [21].

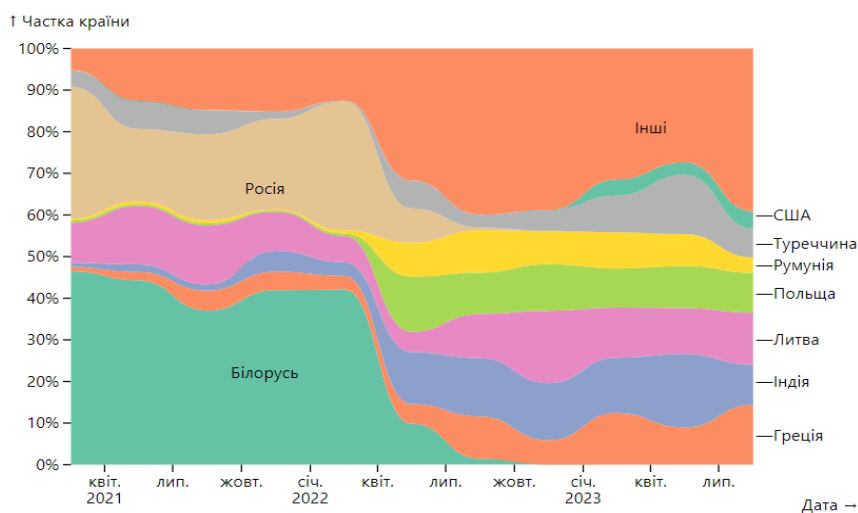


Рис. 5. Географічна структура імпорту палива в Україну, квіт. 2021 р. – лип. 2023 р. (поквартально) [15]

Сьогодні вже можна говорити про стабілізацію ринку після паливної кризи: до весни 2023 року українські імпортери палива значною мірою змінили постачальників, відповідно, й логістичні ланцюги. Великі українські мережі закупають пальне в ORLEN LIETUVA, ORLEN (Польща), MOL (Угорщина) і ROMPETROL (Румунія). Зважаючи на такі суттєві зміни, можна стверджувати, що українські імпортери палива врахували свої попередні помилки, й зараз бачимо більшу диверсифікацію, й нижчу владу кожного з постачальників, чого не було ще 2 роки тому.

Отже, український ринок роздрібною торгівлі світлими нафтопродуктами є одним із ключових для економіки України. Особливістю цього ринку є значна залежність від імпортних поставок,

кардинальна зміна логістичних ланцюгів та постачальників у 2022 році, що вплинуло насамперед на ціну для кінцевого споживача. Зважаючи на те, що три найбільших компанії займають більше половини ринку, пропонуємо такі рекомендації для посилення конкуренції та сталого розвитку ринку [1, 4, 7–8]: здійснення ретельнішого моніторингу ринку органами АМКУ; диверсифікація постачальників світлих нафтопродуктів в Україну, зокрема, за сприяння органів державної влади; контроль якості пального; створення достатніх економічних і політичних умов для відновлення і модернізації вітчизняної нафтопереробної галузі після російських терористичних атак; стримування суб'єктів господарювання від порушень законодавства щодо регулювання конкуренції; налагодження процесу формування резервів палива тощо.

Висновки

Ринок світлих нафтопродуктів відіграє значну роль у соціально-економічному розвитку України та забезпеченні її енергетичної безпеки. Роздрібний продаж світлих нафтопродуктів охоплює суттєву частку у загальному товарообороті країни, наповненні державного бюджету, створенні нових робочих місць, розбудові відповідної інфраструктури.

Показано, що стан конкуренції на вітчизняному ринку роздрібною торгівлі світлими нафтопродуктами можна класифікувати як “жорстка” або “розпливчаста олігополія”, утворена кількома потужними операторами ринку, колективне становище яких на ринку має структурні ознаки домінуючого. Для посилення конкуренції у галузі важливими є кроки як зі сторони держави (забезпечення належного функціонування АМКУ, контроль за якістю палива з боку уповноважених органів, сприяння відновленню української нафтопереробної галузі, як тільки це буде можливо, зважаючи на безпекову ситуацію), так і дії самих операторів АЗК (диверсифікація постачальників, дотримання законодавства щодо регулювання конкуренції). Перспективи розвитку ринку світлих нафтопродуктів України залежать насамперед від припинення війни й відбудови країни з врахуванням євроінтеграційних процесів.

Перспективи подальших досліджень

У подальших дослідженнях доцільно було б проаналізувати можливі напрями розвитку сучасних АЗК: 1) економічно обґрунтовані дії підприємств галузі у відповідь на популяризацію електрокарів, забезпечення АЗК джерелами відновлювальної енергії; 2) перспективи виходу компаній галузі на закордонні ринки та особливості ціноутворення у галузі з врахуванням зміни постачальників.

1. Скорик Г., Пушак Г. Розвиток конкуренції на ринку світлих нафтопродуктів: теорія, проблеми і шляхи їх вирішення. *Економічний вісник Донбасу*. 2022. 2 (68). 66-73.
2. Семів Г. О., Семів С. Р., Чех М. М. Оцінювання стану конкурентного середовища на українському ринку світлих нафтопродуктів. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2017. 27 (7) 118-121.
3. Познякова Н. Напрями реалізації цілей регуляторної політики у сфері торгівлі світлими нафтопродуктами в Україні. *Економіка та управління національним господарством*. 2020. 21. 51–55.
4. Полухович В. Основні напрями розвитку конкуренції та антимонопольного регулювання на ринках паливно-енергетичного комплексу України. *Проблеми правового забезпечення підприємництва в Україні*. 2016. 34. 136-140.
5. Солодченко С. Державний контроль за ринком нафтопродуктів: господарсько-правовий аспект. *Актуальні проблеми права: теорія і практика*. 2022. 2 (44). 85–94.
6. Борщевський В., Магас В., Кантур К. Роль фінансового механізму у стимулюванні конкуренції на ринку нафтопродуктів України. *Економіка та управління національним господарством*. 2018). 5. 11–14.
7. Карпій О. Характеристика моделей розвитку послуг мережі автозаправних комплексів. *Економіка й управління підприємством*. 2016. 1/3(27). 49–53.
8. Донець Д. Основи дослідження ринку нафтопродуктів на етапі відбудови економіки. *Економіка та суспільство*. 2023. 58.

9. Кузьо Н. Є., Косар Н. С. Тренди ринку світлич нафтопродуктів України та перспективи енергетичної безпеки у цій сфері. *Економіка та право*. 2023. 2. 60–70.

10. Косар Н. С., Яричевська Я. І. Загрози та перспективи розвитку операторів на ринку світлич нафтопродуктів України. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку*. 2021. 3 (2). 193-203.

11. Альмужна А. С. Світовий ринок нафтопродуктів: тенденції розвитку і перспективи для України. Українське суспільство в умовах воєнного стану: сучасні виклики та напрямки розвитку : *матеріали Всеукр. наук. конф. молодих вчених*. Одеса : Фенікс, 2022. С. 571-573.

12. Савченко М. В., Біла І. В. Розвиток світового ринку нафти та нафтопродуктів в умовах військової агресії росії проти України. *Економіка і організація управління*. 2023. 2 (50). 23-30.

13. Про затвердження Інструкції про порядок приймання, транспортування, зберігання, відпуску та обліку нафти і нафтопродуктів на підприємствах і організаціях України : Наказ М-ва палива та енергетики України від 20.05.2008 р. № 281/171/578/155. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0805-08#Text>.

14. Рейтинг імпортерів бензину 2023 року очолила ОККО. *Enkorr*. URL: https://enkorr.ua/uk/news/rejting_mporterv_benzinu_2023_roku_ocholila_okko/257681.

15. Підсумки роботи ринку нафтопродуктів у 2023 році. *Укрінформ*. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-presshall/3802546-pidsumki-roboti-rinku-naftoproduktiv-u-2023-roci.html>.

16. Рейтинг АЗС 2023. *Ukrainian Business Award*. URL: <https://uba.top/gas-station-2023/>.

17. Інформація щодо обсягу, реалізованих суб'єктами господарювання роздрібною торгівлі (за даними СОД РРО відповідно до кодів згідно УКТЗ. *tax.gov.ua*. URL: <https://tax.gov.ua/diyalnist-informatsiya-schodo-obsyagu-/698358.html>.

18. Орел І., Давиденко Б. “Якби хтось запропонував нам купити АМІС, ми б розглянули таку пропозицію”. Як ОККО обійшла конкурентів під час війни та які буде плани – велике інтерв'ю із CEO компанії В. Даниляком. *Forbes.ua*. 2023. URL: <https://forbes.ua/company/yakbi-khtos-zaproponuvav-nam-kupiti-amic-mi-b-rozglyanuli-taku-propozitsiyu-yak-okko-obyshla-konkurentiv-pid-chas-viyeni-ta-yaki-budue-plani-velike-intervyu-z-seo-kompanii-vasilem-danilyakom-30032023-12690>.

19. Голова АМКУ розповів про конкуренцію на ринку пального та суд з “Нафтогазом”. *НафтоРинок*. 2024. URL: <https://www.nefterynok.info/novosti/golova-amku-rozprov-v-pro-konkurencyu-na-rinku-palnogo-ta-sud-z-naftogazom>.

20. ОККО масштабує сервіс для електрокарів. *ОККО*. URL: <https://www.okko.ua/okko-masshtabuє-servis-dlya-elektrokariv-na-osnovnih-avtohyahah-vpershe-rozgoruto-merezhu-ultra-fast-chargers>.

21. Проміняли білорусів на індусів. Як змінився ринок пального. *Економічна правда*. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2023/09/12/704192/>.

1. Skoryk, H., & Pushak, H. (2022). Rozvytok konkurentsii na rynku svitlykh naftoproduktiv: teoriia, problemy i shliakhy yikh vyryshennia [Development of competition in the market of light petroleum products: theory, problems and ways to solve them]. *Ekonomichnyi visnyk Donbasu*, 2 (68), 66-73 (in Ukrainian).

2. Semiv, H. O., Semiv, S. R., & Chekh, M. M. (2017). Otsiniuvannia stanu konkurentnoho seredovyschcha na ukrainskomu rynku svitlykh naftoproduktiv [Assessment of the state of the competitive environment in the Ukrainian market of light petroleum products]. *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy*, 27 (7), 118-121 (in Ukrainian).

3. Pozniakova, N. (2020). Napriamy realizatsii tsilei rehuliatornoї polityky u sferi torhivli svitlymy naftoproduktamy v Ukraini [Directions for the implementation of regulatory policy goals in the field of trade in light petroleum products in Ukraine]. *Ekonomika ta upravlinnia natsionalnym hospodarstvom*, 21, 51–55 (in Ukrainian).

4. Poliukhovych, V. (2016). Osnovni napriamy rozvytku konkurentsii ta antymonopolnoho rehuliuвання na rynkakh palyvno-enerhetychnoho kompleksu Ukrainy [The main directions of the development of competition and antimonopoly regulation in the markets of the fuel and energy complex of Ukraine]. *Problemy pravovoho zabezpechennia pidpriemnytstva v Ukraini*, 34, 136-140 (in Ukrainian).

5. Solodchenko, S. (2022). Derzhavnyi kontrol za rynkom naftoproduktiv: hospodarsko-pravovy aspekt [State control over the oil products market: economic and legal aspect]. *Aktualni problemy prava: teoriia i praktyka*, 2 (44), 85–94 (in Ukrainian).

6. Borshchevskiy, V., Mahas, V., & Kantur, K. (2018). Rol finansovoho mekhanizmu u stymuliuванні konkurentsii na rynku naftoproduktiv Ukrainy [The role of the financial mechanism in stimulating competition in the oil products market of Ukraine]. *Ekonomika ta upravlinnia natsionalnym hospodarstvom*, 5, 11–14 (in Ukrainian).

7. Karpil, O. (2016). Kharakterystyka modelei rozvytku posluh merezhi avtozapravnykh kompleksiv [Characteristics of service development models of the network of gas stations]. *Ekonomika y upravlinnia pidpriemstvom*, 1/3(27), 49–53 (in Ukrainian).
8. Donets, D. (2023). Osnovy doslidzhennia rynku naftoproduktiv na etapi vidbudovy ekonomiky [Basics of oil product market research at the stage of economic reconstruction]. *Ekonomika ta suspilstvo*, 58 (in Ukrainian).
9. Kuzo, N. Ie., & Kosar, N. S. (2023). Trendy rynku svitlykh naftoproduktiv Ukrainy ta perspektyvy enerhetychnoi bezpeky u tsii sferi [Market trends of light oil products of Ukraine and prospects of energy security in this area]. *Ekonomika ta pravo*, 2, 60–70 (in Ukrainian).
10. Kosar, N. S., & Yarychevska, Ya. I. (2021). Zahrozy ta perspektyvy rozvytku operatoriv na rynku svitlykh naftoproduktiv Ukrainy [Threats and prospects for the development of operators in the market of light petroleum products of Ukraine]. *Menedzhment ta pidpriemnytstvo v Ukraini: etapy stanovlennia i problemy rozvytku*, 3 (2), 193-203 (in Ukrainian).
11. Almuzhna, A. S. (2022). Svitovyi rynek naftoproduktiv: tendentsii rozvytku i perspektyvy dlia Ukrainy [The world market of petroleum products: development trends and prospects for Ukraine]. *Ukrainske suspilstvo v umovakh voiennoho stanu: suchasni vyklyky ta napriamky rozvytku : materialy Vseukr. nauk. konf. molodykh vchenykh*. Odesa : Feniks, 571-573 (in Ukrainian).
12. Savchenko, M. V., & Bila, I. V. (2023). Rozvytok svitovoho rynku nafty ta naftoproduktiv v umovakh viiskovoi ahresii rosii proty Ukrainy [The development of the world market of oil and oil products in the conditions of Russia's military aggression against Ukraine]. *Ekonomika i orhanizatsiia upravlinnia*, 2 (50), 23-30 (in Ukrainian).
13. Pro zatverdzhennia Instruksii pro poriadok pryimannia, transportuvannia, zberihannia, vidpusku ta obliku nafty i naftoproduktiv na pidpriemstvakh i orhanizatsiiah Ukrainy [On the approval of the Instructions on the procedure for receiving, transporting, storing, issuing and accounting for oil and oil products at enterprises and organizations of Ukraine]: Nakaz M-va palyva ta enerhetyky Ukrainy vid 20.05.2008. № 281/171/578/155. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0805-08#Text> (in Ukrainian).
14. Reitynh importeriv benzynu 2023 roku ocholyla OKKO [OKKO topped the rating of gasoline importers in 2023]. *Enkorr*. Retrieved from https://enkorr.ua/uk/news/reiting_importerv_benzynu_2023_roku_ocholila_okko/257681 (in Ukrainian).
15. Pidsumky roboty rynku naftoproduktiv u 2023 rotsi [Results of the oil products market in 2023]. *Ukrinform*. Retrieved from <https://www.ukrinform.ua/rubric-presshall/3802546-pidsumki-roboti-rinku-naftoproduktiv-u-2023-roci.html> (in Ukrainian).
16. Reitynh AZS 2023 [Gas station rating 2023]. *Ukrainian Business Award*. Retrieved from <https://uba.top/gas-station-2023/> (in Ukrainian).
17. Informatsiia shchodo obsiahu, realizovanykh subiektamy hospodariuvannia rozdrubnoi torhivli (za danymy SOD RRO vidpovidno do kodiv zghidno UKTZ [Information on the volume sold by retail business entities (according to the data of the SOD of the RRO in accordance with the codes according to the UKTC)]. *tax.gov.ua*. Retrieved from <https://tax.gov.ua/diyalnist-/informatsiya-schodo-obsyagu-/698358.html> (in Ukrainian).
18. Orel, I., & Davydenko, B. (2023). “Yakby khtos zaproponuvav nam kupyty AMIC, my b rozghlianyu taku propozytziiu”. Yak OKKO obiishla konkurentiv pid chas viiny ta yaki buduie plany – velyke interv’iu iz SEO kompanii V. Danyliakom [“If someone offered us to buy AMIC, we would consider such an offer”. How OKKO bypassed its competitors during the war and what plans it is making - a long interview with the CEO of the company V. Danylyak]. *Forbes.ua*. Retrieved from <https://forbes.ua/company/yakbi-khtos-zaproponuvav-nam-kupiti-amic-mi-b-rozglyanuli-taku-propozitsiyu-yak-okko-obiyshla-konkurentiv-pid-chas-viyni-ta-yaki-budue-plani-velike-intervyu-z-seo-kompanii-vasilem-danyliakom-30032023-12690> (in Ukrainian).
19. Holova AMKU rozpoviv pro konkurentsiiu na rynku palnoho ta sud z “Naftohazom” [The head of AMCU spoke about competition in the fuel market and the court case with Naftogaz]. *NaftoRynok*. 2024. Retrieved from <https://www.nefterynok.info/novosti/golova-amku-rozpovv-pro-konkurencyu-na-rinku-palnogo-ta-sud-z-naftogazom> (in Ukrainian).
20. OKKO masshtabuie servis dlia elektrokariv [OKKO is expanding its service for electric cars]. *OKKO*. Retrieved from <https://www.okko.ua/okko-masshtabuye-servis-dlya-elektrokariv-na-osnovnih-avtoshlyahah-vpershe-rozgornuto-merezhu-ultra-fast-chargers> (in Ukrainian).
21. Prominialy bilorusiv na indusiv. Yak zminyvsia rynek palnoho [Belarusians were exchanged for Indians. How the fuel market has changed]. *Ekonomichna pravda*. Retrieved from <https://www.epravda.com.ua/publications/2023/09/12/704192/> (in Ukrainian).

COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES IN THE INDUSTRY OF RETAIL TRADE IN LIGHT OIL PRODUCTS IN THE CONDITIONS OF WAR AND EUROPEAN INTEGRATION

© *Horbal N. I., Lysa D. S., 2024*

Purpose. The purpose of the article is to analyze the state, competitiveness and development prospects of Ukrainian enterprises in the field of retail trade in light petroleum products on the domestic market. The main tasks of the research are: determination of the subject, object and subject of competition, criteria of competitiveness of gas station networks of Ukraine and their rating; calculation of the intensity of competition in the industry; characterization of the industry according to M. Porter's 5 forces of competition.

Design/methodology/approach. The study, based on the collected data on the Ukrainian light oil products retail market, tested the hypothesis regarding the high level of monopolization of the market and the significant impact of the war and European integration on the development of the industry. The following research methods are used: analysis, synthesis, generalization, analogy, comparison, systematization, graphical methods of data display.

Findings. The subject, object and subject of competition in the field of retail trade of light petroleum products, which is key for the economy of Ukraine, are investigated. The volumes and features of fuel imports by Ukrainian companies in 2023 are analyzed. Ratings of the competitiveness of the largest domestic retailers according to various criteria are presented. The intensity of competition in the field of retail trade of light petroleum products was calculated according to the concentration coefficient, the Lind and Herfindahl-Hirschman indices, and the industry was characterized according to M. Porter's 5 forces of competition. Based on this, the type of market is determined – a rigid oligopoly. The peculiarities of the market are dependence on imported supplies and a radical change of logistics chains and suppliers in 2022. Accordingly, the following recommendations are given for strengthening competition and sustainable market development: implementation of more thorough monitoring of the market by AMCU bodies; diversification of suppliers of light petroleum products to Ukraine, in particular, with the assistance of state authorities; fuel quality control; creation of sufficient economic and political conditions for restoration and modernization of the domestic oil refining industry after armed aggression; control over compliance with legislation on competition regulation; adjustment of the process of formation of fuel reserves.

Practical implications. The hypothesis regarding the high level of monopolization of the market and the significant impact of the war and European integration on the development of the industry, was confirmed.

Originality/value. The value of the study is determined by the fact that the market of light petroleum products plays a significant role in the socio-economic development of Ukraine and ensuring its energy security. However, the prospects for the development of the market of light oil products of Ukraine are currently not defined, because they depend significantly, first of all, on the end of the war and the reconstruction of the country, taking into account the processes of European integration. Accordingly, the topic needs constant systematic and dynamic research.

Keywords: competition, competitiveness, petroleum products, light petroleum products, gas station.

Paper type: research paper.