

Использование ОАО НК «Альянс» возможностей для расширения рынка сбыта нефтепродуктов

Гордеева Н.А.

**научный руководитель канд. экон. наук Кистенева Н. С.
Самарский государственный экономический университет**

Аннотация

Рассмотрены возможности нефтегазовых компаний для расширения рынка сбыта нефтепродуктов. Предложено широкое применение аутсорсинга нефтегазовым компаниям. На примере ОАО «Нефтяная компания «Альянс»» представлено успешное использование аутсорсинга для автоматизации сети АЗК.

Ключевые слова

Увеличение объемов реализации нефти и нефтепродуктов, расширение рынков сбыта, степень удовлетворенности потребителей, качество нефтепродуктов стандартов ЕВРО-4 и ЕВРО-5, аутсорсинг, автоматизация сети АЗК, комплекс услуг.

Вступление

Деловая репутация, сотрудничество с ведущими зарубежными компаниями-нефтетрейдерами позволяют НК «Альянс» увеличивать объемы реализации нефти и нефтепродуктов за счет расширения рынков сбыта. Чистая прибыль за 2-ой квартал 2013г. составила \$40 млн, выручка — \$906 млн, добыча в 3-ем квартале 2013г. — 53,6 тыс. баррелей в сутки.

НК «Альянс» ориентирована на внутренний рынок. Имея основу в секторе нефтепереработки и сбыта, компания наращивает активы и распространяет свою деятельность на смежные отрасли – разведки и добычи, транспорта и перевалки нефти и нефтепродуктов. Сильная сторона компании: развитая сеть оптового и розничного сбыта, гарантирующие различным категориям потребителей целый комплекс услуг, что при растущем спросе на нефтепродукты придает НК «Альянс» устойчивость на рынке, обеспечивает эффективность ее деятельности [8; с. 162].

Постановка проблемы

В настоящее время российский рынок сбыта нефтепродуктов развивается быстрыми темпами: рост числа автозаправочных станций (АЗС) составляет более 10% в год. Характерные тенденции рынка: возрастание конкуренции; уменьшение рентабельности бизнеса продаж нефтепродуктов; укрупнение сетей АЗС, в том числе за счет поглощения независимых операторов или заключения с ними договоров; реконструкция автозаправочных станций в автозаправочные комплексы (АЗК), повышение уровня требований потребителей к качеству обслуживания и набору сервисных услуг, ограничения ФАС на наращивание бизнеса компании в регионах ее традиционного присутствия [1; с. 151].

Основная сфера деятельности НК «Альянс» - оптовая реализация нефти и нефтепродуктов на внутреннем и внешнем рынках. Ежегодные объемы реализации нефти на внутреннем рынке превышают 2 млн. тонн, на внешнем рынке ежегодно реализуется более 1 млн. тонн нефтепродуктов. В ближайшей перспективе компания планирует увеличение объемов поставок нефтепродуктов в страны Юго-Восточной Азии.

Эти планы связаны с увеличением объемов выпуска моторного топлива на Хабаровском НПЗ, принадлежащем компании. В 2012г. завершена модернизация Хабаровского НПЗ - на территории предприятия выстроен практически новый завод. В результате увеличен выпуск нефтепродуктов до 5 млн тонн в год, качество доведено до стандартов ЕВРО-4 и ЕВРО-5.

Мощности завода по производству бензинов увеличены до 48 тыс. тонн в месяц, с 2014г., после пуска комплекса гидрокрекинга-гидроочистки, предприятие будет выпускать 1,2-1,3 млн тонн дизтоплива класса 5. Объем переработки сырья на Хабаровском НПЗ в 2012г. составил 3,9 млн тонн, в 2013г. должен достичь 4,7 млн тонн. После ввода в строй нефтепровода мощность предприятия составит свыше 5 млн тонн в год. Близость к клиентам по сравнению с западными производителями, наличие собственной транспортной компании «Альянстрансойл», обеспечивает потребителям регулярность поставок, возможность отгрузок по заданному графику, поставки в сжатые сроки. На протяжении последних лет на Хабаровской нефтебазе был полностью обновлен автопарк, доставку нефтепродуктов производят современные бензовозы лучших мировых марок.

Регионы расширения НК «Альянс»: Камчатка, Забайкальский край (создание сети АЗС), Магаданская область (оптовая поставка моторного топлива) [3; с. 53].

НК «Альянс» рассматривает Китай и Монголию в качестве перспективных направлений железнодорожных и речных поставок. Компания прорабатывает вариант создания собственной сети АЗС в районе поселка Фуюань (расположен на Амуре напротив Хабаровска).

Нефтяная компания «Альянс» приобрела 7 автозаправочных станций в Республике Бурятия. Эта сбытовая сеть будет работать под брендом «Альянс» в составе ООО «Альянс-Байкалнефтеобит», дочернего общества НК «Альянс». Текущий объем реализации данной сети составляет 23 тыс. тонн автобензина и дизтоплива в год. Емкость регионального розничного рынка светлых нефтепродуктов оценивается в 225 тыс. тонн.

Четыре из семи приобретенных автозаправок расположены в Улан-Удэ, остальные - в районах республики (Хоринск, Мухоршибирь, Татаурово). НК «Альянс» выступает лидером на рынке нефтепродуктов Хабаровского края, ЕАО, Амурской области и Приморского края. В этих регионах действует 16 нефтебаз и 261 автозаправочная станция под брендом «Альянс», которые обеспечивают за счет реализации продукции Хабаровского НПЗ порядка 30% региональных потребностей в нефтепродуктах. Помимо нефтепереработки и сбыта нефтепродуктов, НК «Альянс» занимается добычей нефти в Ненецком АО, Татарстане, Самарской и Томской областях, Атырауской области (Казахстан). НК «Альянс» - собственник нефтебазы ЗАО «Гаваньбункер» - планирует перевалку и увеличение реализации бункерного топлива, мазутов, дизельного топлива, бензинов и керосина.

Ориентировочный объем поставок светлых и темных видов нефтепродуктов на рынок Хабаровского и Приморского регионов составляет 4,5 – 5 млн. тонн в год.

Структура рынка нефтепродуктов Дальневосточного региона представлена в таблице 1 [5; с. 48].

Таблица 1.

Доли рынка основных НПЗ Дальневосточного региона

	Комсомольский НПЗАО «Роснефть»	Хабаровский НПЗ НК «Альянс»	Остальные
Доля рынка	40-45 %	30-35 %	20-30 %
Мощность	Бензин – 850 тыс. тн Дизель – 1,7 млн. тн Авиакеросин – 600 тыс.тн Судовой мазут – 1,7 млн тн	Бензин – 800 тыс. тн Дизель – 1 млн. тн Судовой мазут – 1,4млн.тн	

Предполагаемая структура сбыта нефтепродуктов (рис. 1):

- 33% – экспорт (Япония, КНР, Корея и др.),
- 33% – бункеровка российских и зарубежных судов,
- 33% – реализация на внутреннем российском рынке



Рис. 1. Структура рынков сбыта нефтепродуктов [5; с. 49]

Весь прямогонный бензин (396 тыс.тн в год) и около 37% остаточного судового топлива RME-180 (200 тыс.тн в год) будут поставляться на экспорт. Экспортеры:

- Daxin Petroleum Pte.Ltd., Сингапур
- Японские торговые дома
- Конечные покупатели (Китай, Корея, Япония, Тайвань, Индонезия, Вьетнам, Малайзия, Сингапур).

Все остальные нефтепродукты реализуются на внутреннем рынке Дальневосточного федерального округа. На внутреннем рынке 80% реализации – трейдерам (Приморье, Камчатский край, Магаданская область); 20% реализации – потребителям.

Планирование продаж на внутреннем рынке основывается на объемах реализации в прошедших периодах, с учетом потребности новых клиентов, планируемых тендеров и новых крупных проектов. Розничная составляющая компании – сеть АЗС от Николаевска-на-Амуре до Бикина.

НК «Альянс» успешно использует преимущества аутосорсинга [4; с. 144]. На АЗК компании осуществляется торговля сопутствующими товарами, их номенклатура достигла нескольких тысяч позиций. НК «Альянс» закупила более 40 лицензий на АйТи-Ойл: Торговая система. Внедрение системы на все АЗК сети закончено в конце 2013г [2; с. 53]. Торговая система является единым решением для управления реализацией топлива, сопутствующих товаров и услуг в сети АЗК, позволяет полностью автоматизировать все процессы торгового предприятия: закупки, прием, хранение, реализацию, обслуживание клиентов; проводить централизованную ассортиментно-ценовую политику, повысить прибыльность торговли сопутствующими товарами и увеличить их долю в общем объеме продаж АЗК [7; с. 27].

Компания первой в регионе предложила систему обслуживания юридических лиц в сети АЗС по безналичному расчету посредством топливных карт и создания электронного личного кабинета для клиентов. Положительный эффект достигнут при использовании системы безналичных расчетов АйТи: выпущено 310 тыс. карт. Применение карт при оплате повысило качество и скорость обслуживания клиентов, предоставило возможность предлагать покупателям выгодные условия покупок: клиенты могут приобрести товары со скидкой, размер которой зависит от типа оплаты, времени совершения покупки.

Увеличение выпуска продуктов, повышение качества, расширение ассортимента – вклад НК «Альянс» в социально-экономическое развитие дальневосточного региона, имеющего стратегическое значение [6; с. 39].

Список литературы

1. Журавлев В.Р., Кузнецов В.А. Секреты российского рынка нефтепродуктов // Экономические науки. 2013. №8(146). С.149-152.
2. Закиров К. Сервис – рынок потребителя // Нефтегазовая вертикаль. 2014. № 10. С. 52-55.
3. Кипанин С.А. Перспективы развития нефтедобывающей отрасли России. М.: Тезарус. 2012. 175 с.
4. Кони́на Н.Ю. Управление транснациональными корпорациями в условиях глобальной конкуренции // Проблемы теории и практики управления. 2012. № 5. С. 134-147.
5. Кучеватова Л.И. Структура российского рынка нефтепродуктов: проблемы и перспективы // Бизнес-информ. 2013. №6. С.45-57.
6. Протопопов М.К. Конкурентная стратегия отраслей как механизм социально-экономического развития регионов // Экономика и общество. 2013. №7. С. 24-41.
7. Сычева О.С. Стратегические партнерства как инструмент повышения эффективности российской нефтегазовой отрасли // Российский экономический журнал. 2013г. №5. С. 23-41.
8. Уоллес Р. Стратегические альянсы в бизнесе: технологии построения долгосрочных партнерских отношений и создании совместных предприятий.: Пер. с англ. М.: Добрая книга, 2005. 288с.