

## ОПРЕДЕЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ В НЕФТЯНОЙ И ГАЗОВОЙ ОТРАСЛЯХ

В статье представлены возможности определения и оценки маркетинговых возможностей компаний в нефтяной и газовой отраслях, раскрыто содержание понятия маркетинговые возможности для предприятий нефтегазового комплекса.

*Ключевые слова:* маркетинговые возможности, нефтегазовый комплекс, маркетинг, маркетинговые исследования.

Возможность эффективного использования всех имеющихся у компании ресурсов, а также оптимальное удовлетворение запросов существующих и потенциальных потребителей требуют от любой организации анализа и учета протекающих на рынке процессов. В данном случае сложно переоценить роль маркетинга, который выступает в качестве основного критерия для оценки необходимости корректировки хозяйственной деятельности организации. Поэтому оценка экономического и инвестиционного потенциала, анализ производственных и финансовых возможностей деятельности организации осуществляется в тесной взаимосвязи с анализом внешней и внутренней среды маркетинга. Маркетинговые исследования при этом позволяют получать и анализировать как первичную, так и вторичную информацию о рынке, конкурентах, потребителях, ценах, внутренней среде организации в целях уменьшения степени риска и нивелирования влияния неопределенности, сопутствующей принятию управленческих решений в постоянно меняющихся условиях функционирования хозяйствующего субъекта.

Чем больше размер хозяйствующего субъекта и чем больше взаимосвязей между ним и внешней средой – тем большая роль в принятии управленческого решения отводится его маркетинговой системе.

Маркетинговые возможности – это определенные направления усилий предприятия на рынке (участках рынка) для получения выгоды (в том числе финансовой).

Анализ и оценка маркетинговых возможностей предприятия (отрасли) является необходимым условием для принятия решений при краткосрочном и долгосрочном стратегическом планировании. Прежде всего, необходимо оценить насколько маркетинговая возможность фирмы соответствует целям и ресурсам фирмы.

Анализ рыночных возможностей как предприятия, так и отрасли предполагает анализ следующих составляющих:

– систему маркетинговых исследований и маркетинговой информации;

---

\* Кравченко Владимир Андреевич – магистрант кафедры экономики и управления бизнесом, Байкальский государственный университет экономики и права, г. Иркутск, [kafles@isea.ru](mailto:kafles@isea.ru).

- маркетинговой среды;
- рынков потребителей;
- рынка предприятия и отрасли.

Кроме этого, анализ рыночных возможностей хозяйствующего субъекта включает детальное изучение:

- социально-политического состояния среды;
- правительственных ограничений на торговлю;
- уровня конкуренции на существующем рынке;
- эффективности использования средств стимулирования сбыта;
- особенностей условий продвижения и сбыта;
- стандартизации и требований качества.

Для анализа маркетинговых возможностей хозяйствующего субъекта используется множество различных методов: ситуационный анализ, STEEP-анализ, PEST-анализ, SWOT-анализ, GAP-анализ и т.д.

Для оценки маркетинговых возможностей хозяйствующего субъекта чаще всего используется система показателей, состоящая из двух групп:

1. Показатели «внешней» среды, например:

- доля предприятия на рынке;
- динамика объема выручки в рассматриваемом временном периоде, в целом по отрасли и отдельного предприятия;
- уровень потребительских предпочтений или потребительского удовлетворения;
- объем внешних инвестиций;
- и др.

2. Показатели «внутренней» среды, например:

- объем прибыли и ее динамика;
- рентабельность производства/линии/продукции;
- уровень производительности труда;
- объем инвестиций за счет собственных средств;
- и др.

Для предприятий нефтегазового комплекса основными направлениями маркетинговой деятельности являются:

- анализ основных характеристик нефтегазового рынка;
- возможности удержания его прямыми конкурентами;
- изучение тенденций деловой активности ближайшего маркетингового окружения;
- использование политики, стратегии, тактики и методов ценообразования и способов продвижения нефтяных и газовых продуктов;
- исследование реакций на новые виды топлива или других продуктов переработки нефти и газа;
- возможности краткосрочного и долгосрочного прогнозирования объемов реализации товаров с учетом складывающейся ситуации в дольном окружении маркетинга.

Для отраслей нефтяной и газовой промышленности существуют особенности развития. Поэтому маркетинговый анализ, как в целом рынка, так и от-

дельных его участников имеет специфические особенности. В частности основными показателями величины рынка являются размер рынка (рыночной ниши, нишевого окна, премиум сегмента), емкость рынка, интенсивность потребления и рыночная доля организации.

Емкость нефтегазового рынка определяет максимально возможный объем реализации добытых нефти и газа на данном рынке сбыта продукции в определенный период времени, и прогнозируемый объем реализации продукции переработанных нефти и газа. При этом необходимо учитывать перспективность реализации товаров как на внутреннем, так и на мировом рынке. Изучение общехозяйственной конъюнктуры рынка сбыта нефтегазового комплекса включает рассмотрение нескольких обязательных направлений.

С переходом на рыночные отношения в России актуальными стали исследования взаимосвязи и взаимозависимости объемов валового национального продукта и валового национального дохода от функционирования нефтегазового комплекса как одного из главных налогоплательщиков в местные, региональные и федеральный бюджеты государства. Учитывая высокий уровень капиталоемкости нефтяной и газовой отраслей, необходимо также рассматривать как вид, так и объем инвестиций, направленных на обновление и расширение их основных производственных фондов. Инвестиционные и инновационные бизнес-проекты требуют существенных капиталовложений, анализа различных видов проектных рисков, в том числе не зависящих от состояния мегаэкономического уровня и макроэкономического уровня, например, природно-климатического и технического характера. Это особенно важно при поиске и разведке, разработке и эксплуатации нефтяных и газовых месторождений, в том числе в условиях залегания пласта на шельфах морей и океанов, а также при обновлении технологических установок и оборудования на нефтеперерабатывающих и газоперерабатывающих заводах.

В настоящих условиях развития нефтегазового рынка на мегаэкономическом уровне особое внимание уделяется компаниями и правительствами государств размерам и структуре затрат на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы в нефтяной и газовой отрасли, эффект от реализации которых может иметь двойственный характер.

Финансирование нефтегазовых проектов со стороны коммерческих компаний связано с разработкой таких новшеств, которые позволяют увеличить рентабельность различных видов производств от добычи до реализации нефте- и газопродуктов, уменьшив при этом затраты и увеличить качественные характеристики выпускаемой продукции. Финансирование со стороны государств различных стран направлено не только на совершенствование нефтегазовых технологий и как следствие получение наибольшей выгоды от данных отраслей, но и на исследование энергосберегающих технологий, разработку промышленных технологий по получению альтернативных видов топлива. Маркетинговые исследования позволяют провести детальный анализ ситуации и сформулировать дальнейшую стратегию деятельности хозяйствующего субъекта.

Для демонстрации особенностей развития нефтяной и газовой отраслей приведем краткую матрицу SWOT-анализа нефтегазовой отрасли России (см. рис. 1).

| ВОЗМОЖНОСТИ  | СИЛА (ПРЕИМУЩЕСТВА)  |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>– выход на Восточный рынок;</li> <li>– привлечение долгосрочных иностранных инвестиций в рамках проекта развития Восточной Сибири;</li> <li>– развитие высокотехнологических перерабатывающих производств;</li> <li>– развитая сеть сбыта продукции;</li> <li>– и др.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>– достаточный объем собственных средств для финансирования текущих проектов и выполнения текущих обязательств;</li> <li>– государственная поддержка отрасли;</li> <li>– формирование новых центров добычи и попутных производств;</li> <li>– инвестиционная активность коммерческих компаний;</li> <li>– и др.</li> </ul>   |
| ОПАСНОСТИ (УГРОЗЫ)   | СЛАБОСТЬ (НЕДОСТАТКИ)  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>– напряженная геополитическая обстановка в мире;</li> <li>– увеличение/продолжение финансово-экономических санкций некоторых Западных стран;</li> <li>– сокращение объема иностранных инвестиций;</li> <li>– снижение качества сырья (нефти, газа) в условиях мировой стандартизации продукции;</li> <li>– увеличение уровня конкуренции;</li> <li>– и др.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>– труднодоступность новых месторождений;</li> <li>– большие объемы капиталовложений;</li> <li>– неравенство в издержках, не зависящее от размеров предприятия;</li> <li>– доступ к каналам сбыта;</li> <li>– высокий уровень конкуренции (естественная монополизация);</li> <li>– неэффективность системы госзакупок (появление компаний, применяющих недобросовестные методы конкуренции);</li> <li>– и др.</li> </ul> |

Рис. 1. Краткий SWOT-анализа нефтегазовой отрасли России

Рассматривая данную матрицу, можно выделить основные направления, влияющие на рыночные возможности нефтяной и газовой отраслей:

- современное состояние и развитие данных отраслей (как на внутреннем, так и на внешнем рынках);
- вектор государственного регулирования развития отраслей;
- динамика инвестиционной активности.

Важной частью маркетинговых исследований в нефтяной и газовой отраслях является оценка уровня монополизации и конкуренции (как на внешнем, так и на внутреннем рынках), в качестве показателей которых используют количество и размер нефтяных и газовых компаний, действующих на рынке, а также долю, которую они занимают на рынке. Размер нефтяного и газового рынка определяется объемом добычи и продажи нефти и нефтепродуктов, газа, а также количеством и размером организаций, выступающих на рынке в качестве продавцов (производителей, торговых посредников, в том числе на условиях франчайзинга).

Уровень монополизации рынка чаще всего определяют с помощью следующих основных показателей:

- показатель Герфиндаля-Гершмана;
- коэффициент концентрации;

– индекс Линда.

Обязателен для нефтегазового рынка маркетинговый анализ положения товаров (сырых нефти и газа, продуктов их переработки) на рынке сбыта, а также анализ эластичности спроса и предложения, поскольку от этого зависят объем продаж, средний уровень цен, выручка от продажи продукции, размер массы полученной прибыли с учетом действия различных факторов.

Основными показателями величины рынка являются:

- емкость рынка;
- рыночная доля организации.

Емкость нефтегазового рынка характеризует:

- возможный объем реализации добытых нефти и газа (на внутреннем и мировом рынках);
- объем реализации продуктов переработки нефти и газа (на внутреннем и мировом рынках);
- объем инвестиционной деятельности в отрасли.

Данные по доказанным запасам нефти и объемы добычи нефти в России и странах мира позволяют сделать вывод о том, что Россия, имея 80 млрд баррелей запасов нефти, входит в первую десятку стран с крупнейшими запасами нефти, уступая только странам Ближнего Востока и Венесуэлле.

Для оценки рыночного преимущества нефтяной отрасли России в мире, необходимо рассмотреть динамику структуры доказанных запасов за несколько лет. Россия удерживает долю в размере около 13 % в общемировой добыче нефти. На рис. 2 представлена динамика добычи нефти в России в 2005–2013 годах.

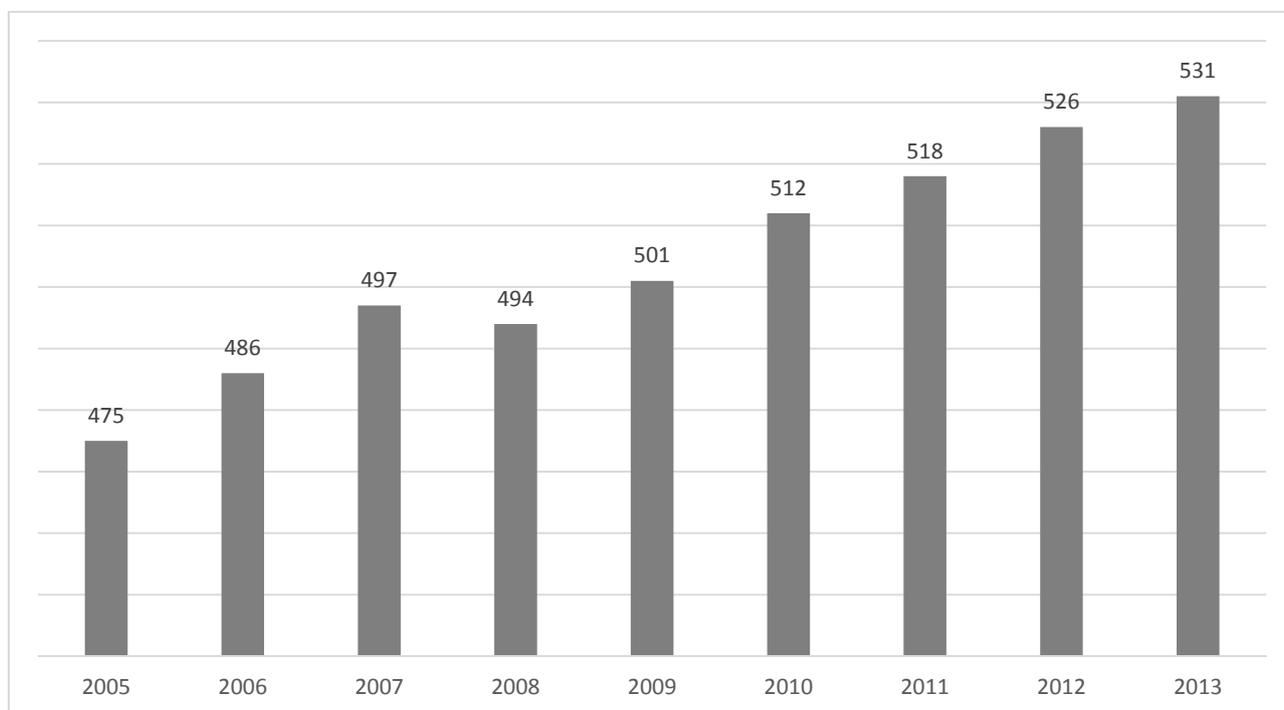


Рис. 2. Динамика объемов добычи нефти в России в 2005–2013 годах., млн тонн

В связи с тем, что в настоящее время нефтяная отрасль страны вступила в стадию необходимости поддержания существующего уровня добычи при ухудшении уровня запасов, приоритетным направлением государственной политики в области развития отрасли, является создание условий для освоения новых месторождений нефти и развития системы транспортировки нефтепродуктов.

В структуре мировой нефтеперерабатывающей промышленности в 1995–2011 гг. произошли технологические сдвиги: увеличились темпы роста углубления переработки нефти, процессов гидрооблагораживания, увеличился уровень качества автомобильных бензинов. Таким образом, для оценки маркетинговых возможностей отрасли в состав конъюнктурных показателей развития мирового нефтегазового рынка включают:

- темпы обновления продукции (появление новых марок автомобильного бензина и дизельного топлива);
- динамику численных показателей уровня цен, на которые ориентируются в современных условиях каждая страна, предприятие, домашнее хозяйство, особенно в условиях нового мирового финансового кризиса;
- объем, динамика и структура внутренней и внешней торговли как сырыми нефтью и газом, так и продуктами их переработки;
- финансовые показатели в целом по компаниям и отдельным видам топлива и других нефте- и газопродуктов, реализуемых на внешнем и внутреннем рынках (себестоимость, цена, прибыль, рентабельность и др.).

В газовой отрасли совокупный объем минерально-сырьевой базы свободного газа России по состоянию на прошлый год оценивается в объеме 173 трлн м<sup>3</sup>, что составляет около 42 % от мировых доказанных запасов газа.

Около 68 % балансовых запасов свободного газа России находится в Западно-Сибирском нефтегазоносном бассейне, на территории Уральского ФО, западной части Сибирского ФО и приамальского шельфа Карского моря. В прошлом году объем добычи газа в России составил 668,2 млрд м<sup>3</sup>.

Изучение внутренней среды нефтегазового рынка России включает также рассмотрение следующих направлений:

1. Анализ связи объемов валового национального продукта и валового национального дохода с деятельностью нефтегазового комплекса как одного из главных поставщиков налоговых доходов в консолидированный бюджет страны. Так, например, с 2007 – по 2013 гг. доля нефтегазовых доходов в бюджете России достигала 50 % (см. рис. 3);

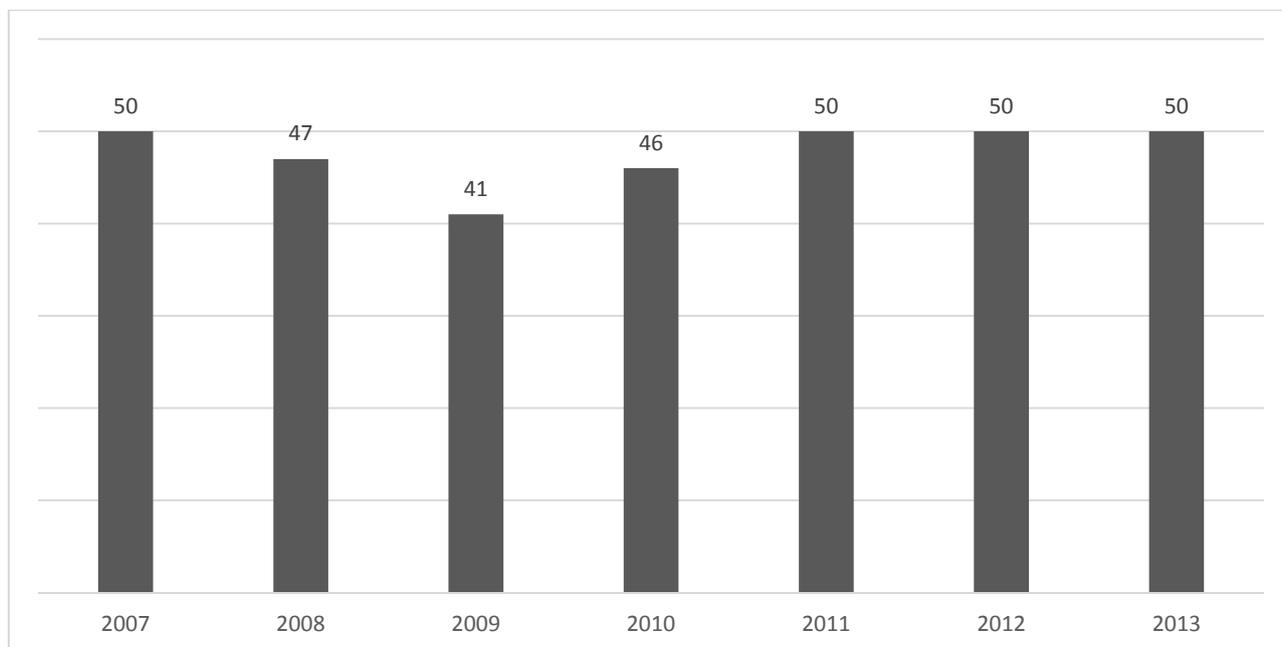


Рис. 3. Динамика удельного веса нефтегазовых доходов в бюджете России за 2007 – 2013 годы, %

2. Объем инвестиций, направленных на обновление и расширение основного капитала нефтяной и газовой отрасли.

В рассматриваемых отраслях возможность реализации инвестиционных проектов оказывают влияние различные факторы риска, в том числе не зависящие от геополитической и экономической обстановкой:

- природно-климатические;
- технические (поиск и разведка, разработка и эксплуатация нефтяных и газовых месторождений, в том числе в условиях залегания пласта на шельфах морей и океанов);
- технологические (обновление технологических установок и оборудования на перерабатывающих заводах).

В связи со сложной геополитической обстановкой в мире в прошлом году, в отношении России были введены финансово-экономические санкции со стороны некоторых стран, в связи с чем проводится анализ возможности реализации различных проектов с участием иностранных инвестиций. Компании нефтегазового комплекса нашей страны считают, что у них достаточно собственных средств для финансирования текущих проектов и выполнения финансовых и производственных обязательств по контрактам. По мнению научных консультантов нефтегазовой отрасли, в существующей экономической обстановке привлечение долгосрочных международных займов является оптимальным способом реализации стратегических проектов добычи в Восточной Сибири и на шельфе, газотранспортной системы «Силы Сибири» и создания высокотехнологичных перерабатывающих производств.

Также, особое внимание предприятий и правительства уделяется структуре затрат на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы в

нефтяной и газовой отрасли, эффект от реализации которых может иметь двойственный характер.

Во-первых, финансирование нефтегазовых проектов со стороны частных инвестиций связано с разработкой новых технологий, которые позволили бы повысить уровень рентабельности различных видов производств от добычи до реализации нефте- и газопродуктов, сократив при этом затраты за счет разработок, а также повысить уровень качества выпускаемой продукции.

Во-вторых, финансирование со стороны зарубежных государств направлено не только на совершенствование нефтегазовых технологий и как следствие получение максимальной эффективности от функционирования этих отраслей, но и на исследование энергосберегающих технологий, разработку промышленных технологий по получению альтернативных видов топлива.

Анализ динамики объемов инвестиций в добычу нефти и природного газа показывает постепенное увеличение объемов воспроизводства основного капитала. В целом за последние двенадцать лет объем инвестиций увеличился более чем в шестнадцать раз и в прошлом году составил более 1 300 млрд. р.

Лидерами по общему объему инвестиций в развитие нефтедобывающих мощностей среди нефтяных компаний, обеспечивающих до 80% всего объема внутренних инвестиций, являются: ОАО «НК Роснефть», ОАО «Лукойл», ОАО «Сургутнефтегаз».

Анализ государственного регулирования развития нефтяной и газовой отраслей России характеризует принятые меры по направлениям:

1. Регулирование добычи нефти:

- в регионах со снижающимися объемами добычи;
- в новых регионах Сибири и Дальнего Востока;
- на шельфе;
- программы развития добычи,

2. Регулирование транспортировки нефти и нефтепродуктов:

- тарифообразование;
- регулирование доступа к трубопроводной системе;
- программы развития систем транспортировки нефти и нефтепродуктов,

3. Регулирование переработки нефти:

- налоговой нагрузки;
- ценообразования;
- процессов эксплуатации предприятий (лицензирования, технической безопасности, модернизации);

4. Регулирование экспорта нефти и нефтепродуктов, сбыта в РФ;

5. Регулирование добычи и транспортировки газа;

6. Регулирование переработки газа;

7. Регулирование потребления и экспорта газа.

Анализ рынка конкурентов включает в себя два основных направления:

1. Анализ конкурентной позиции анализируемых нефтяных и газовых компаний на рынке сбыта продукции. При этом частые реорганизации компаний (слияние, выделение, поглощение, разделение и т.д.) вносят постоянные корректировки в анализируемую структуру рынка.

2. Анализ «уникальной» конкурентоспособности каждой отдельной единицы, то есть характеристика нефтегазовой продукции (соответствие техническим, нормативным, экономическим параметрам), степень оснащенности производства, объем необходимых затрат и т.д. Таким образом, повышение уровня конкурентоспособности зависит либо от природных показателей месторождения, либо от качества обработки сырья.

Анализ конкурентной среды анализируемого хозяйствующего субъекта относительно конкурентов по указанным выше факторам, можно провести с помощью профиля конкурентных позиций (см. рис. 4).



Рис. 4. Профиль конкурентных позиций предприятия

В целом анализ и оценка маркетинговых возможностей нефтяной и газовой отрасли позволяет составить варианты дальнейшего развития анализируемого хозяйствующего субъекта.