

Буренина И. В.

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ НЕФТЯНОГО БИЗНЕСА РОССИИ

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2007/4/9.html

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

Альманах современной науки и образования

Тамбов: Грамота, 2007. № 4 (4). С. 36-37. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/1.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/1/2007/4/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: almanac@gramota.net

- Парахина В. Н., Максименко Л. С., Панасенко С. В. Стратегический менеджмент. М.: Кнорус, 2006.
 Райченко А. В. Общий Менеджмент. М.: Инфра-М, 2005.
 Райченко А. В. Курс лекций ГУУ Современные проблемы менеджмента. 2005.
 Семенов И. В. Маркетинговые стратегии развития организации. Монография. / Семенов И.В. Курс лекций ГУУ Стратегический маркетинг. М., 2005.
 Томпсон А. А., Стрикленд А. Дж. Стратегический менеджмент. М.: Юнити, 1998.
 Центр маркетинговых исследований и менеджмента ГУУ. 2005.
 Narver J. C & Slater S. F. Effects of marketing orientation of business profitability. Journal of marketing, 1990.

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ НЕФТЯНОГО БИЗНЕСА РОССИИ

Буренина И. В.

ГОУ ВПО «Уфимский государственный нефтяной технический университет»

Нефтегазовый сектор играет важную роль в обеспечении экономической независимости, энергетической безопасности страны и возможности использования факта обладания ресурсам и производственным потенциалом для решения внешнеполитических задач.

Нефтяная промышленность в настоящее время производит 12-14% промышленной продукции, обеспечивает 17-18% доходов федерального бюджета и более 35% валютных поступлений.

Сырьевую базу формируют более 2200 нефтяных, нефтегазовых и нефтегазоконденсатных месторождений. Около 80% запасов находятся в 1230 эксплуатируемых месторождениях. Степень разведанности начальных суммарных ресурсов нефти по стране в целом составляет 33%, варьируя по отдельным районам от 0,8 до 90,8%. В «Энергетической стратегии России на период до 2020 года» отмечается ухудшение ресурсной базы РФ, доля трудноизвлекаемых запасов в стране возросла с 36 до 55%, а с 1994 года приросты запасов существенно меньше объемов текущей добычи.

Добычу нефти в РФ ведут 150 компаний, из них 11 вертикально-интегрированных. Среди них ОАО «НК «ЛУКойл», ОАО «Сургутнефтегаз», ОАО «НК «ТНК-ВР», ОАО «НК«Роснефть» и ОАО «Газпром» удерживают темпы роста добычи выше среднего уровня по результатам 2006 года.

Если нефтяные компании думают не только о сегодняшнем дне, но и о своем будущем, им необходимо осуществлять долгосрочные инвестиции, направляя свободные денежные средства на развитие компании, в том числе и на приобретение новых нефтяных активов. В связи с этим предметом исследования является формирование стратегий развития нефтяного бизнеса.

Для этого были рассмотрены теория стратегического развития нефтяного бизнеса. Корпоративная стратегия нефтегазовой компании представляет собой единую стратегию группы компаний, описывает связи между элементами системы (дочерние компании), а также особенности, присущие компании в целом. Она может быть представлена в виде трех составляющих: портфельная, конкурентная и кооперативная стратегии (рис. 1).



Рисунок 1. Стратегии компании

Портфельная стратегия рассматривает нефтяную компанию как систему бизнес-портфелей, что подразумевает достижение основной цели - увеличение стоимости за счет изменения размеров или структуры портфеля бизнесов: приобретения или продажи головной компании своих дочерних компаний, а также проведения их реструктуризации.

Конкурентная стратегия компании определяет действия, которые должны обеспечить ей получение конкурентных преимуществ на рынке в каждом из бизнесов. Она разрабатывается исходя из поведения продавцов. В ней отражаются подходы и закладываются будущие действия компании по отношению к таким вопросам, как ценовая политика, открытые и тайные соглашения между поставщиками, стратегия в области добычи и переработки углеводородов, продуктовая (ассортиментная) и рекламная стратегии,

затраты на геолого-разведочные работы и бурение, лицензионная и патентная политика, научные исследования и разработки, инвестиции в производственное оборудование и т.д.

Кооперативная стратегия позволяет увеличить стоимость компании за счет изменения формы или способов взаимодействия головной компании с группой принадлежащих ей компаний (степень децентрализации, в том числе, принятие решения о поглощении или сохранении самостоятельного юридического статуса у дочерней компании; контроль и координация), связей между дочерними компаниями (кооперация), а также определяет систему отношений между головной компанией и другими акционерами дочерних компаний, с поставщиками, дистрибьюторами и дилерами, с конкурентами (ассоциации, альянсы, совместные предприятия и т.д.).

Три вида стратегий взаимосвязаны между собой, поэтому решения или изменения, внесенные в одну из стратегий, оказывают влияние на другие, и поэтому они должны учитываться и согласовываться между собой. Например, приобретения компаний вертикально-интегрированной нефтяной компанией, с одной стороны, изменяют состав портфеля, с другой — усиливают конкурентные преимущества.

Вертикальная интеграция играет важную роль в нефтегазовом бизнесе. Она представляет собой сочетание различных производственных процессов внутри одной компании или группы компаний, которые могут осуществляться в нескольких географических районах: от разведки нефтяных и газовых месторождений до добычи углеводородов, их дальнейшей переработки и реализации конечному потребителю («от скважины до бензоколонки»). Компании, выполняющие подобные работы, называются сервисными компаниями. Они позволяют добиваться более эффективного выполнения соответствующих функций в основном бизнесе нефтяной компании.

Вертикальная интеграция позволяет компаниям снижать бизнес-риски, увеличивая их рыночную и экономическую стоимость.

Степень вертикальной интеграции измеряется с помощью показателя вертикальной интеграции, представляющего собой отношение годового объема добытых жидких углеводородов к годовому объему переработанных.

$$K_{ви} = \frac{\text{добыча}_{\text{внутр}}}{\text{переработка}_{\text{внутр}}}$$

В таблице представлены результаты расчета коэффициента вертикальной интеграции по Российским нефтяным компаниям в динамике за 1996-2005 гг.

Таблица 1. Расчет вертикальной интеграции у российских нефтяных компаний

Компания	Год									
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Лукойл	2,64	2,83	3,17	2,87	2,54	2,77	2,20	2,30	2,36	2,37
ТНК-ВР	1,95	2,05	1,95	1,60	1,61	2,67	2,67	3,03	3,26	4,35
Сургутнефтегаз	2,17	2,29	2,21	2,19	2,54	2,77	3,32	3,46	3,74	3,49
Газпромнефть	1,19	1,12	1,32	1,30	1,37	1,55	1,95	2,28	2,37	3,16
Славнефть	1,93	1,71	1,55	1,24	1,12	1,29	1,37	1,51	1,80	1,88
Роснефть	2,11	1,85	1,87	1,77	2,18	2,47	1,98	2,49	2,59	2,32

Самый высокий показатель вертикальной интеграции у компании «Славнефть». Самый низкий показатель у ТНК-ВР. Это связано с наращиванием производственных мощностей в области добычи нефти.

Показатель вертикальной интеграции по крупнейшим в мире нефтяным компаниям составляет 0,5-0,6, что говорит о большой доле переработки.

В связи с этим стратегия вертикальной интеграции позволяет компаниям компенсировать относительно слабые, с точки зрения прибыли, области производственной деятельности — сгладить неравномерность поступающих денежных потоков и прибыли, возникающих при колебаниях цен на нефть.

МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЭКСПЛУАТАЦИИ СКВАЖИН

Буренина И. В., Гамилова Д. А.

Уфимский государственный нефтяной технический университет

Финансовая устойчивость нефтегазодобывающего предприятия в значительной степени зависит от эффективного использования фонда добывающих скважин.

В этой связи, в разработке рациональной системы недропользования решающим фактором выступает