

УДК 658.5

*И.А. Толмачева,**канд. с-х. наук, доцент,**доцент кафедры логистики и коммерции**Хабаровской государственной академии экономики и права**Д.Н. Пашенко,**логист ООО «Ист Лоджистикал Системс»*

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ФОРМИРОВАНИЕ РАЦИОНАЛЬНОГО АССОРТИМЕНТА ОАО «ХАБАРОВСКИЙ НЕФТЕПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИЙ ЗАВОД»

На сегодняшний день компаниям, стремящимся добиться долгосрочного успеха на рынке, необходимо ориентироваться на спрос клиентов. Для того чтобы наиболее полно удовлетворять спрос потребителей, в первую очередь необходимо ответить на следующие вопросы: что, для кого и в каком количестве производить. Ответы на эти вопросы позволяют сформировать один из главных инструментов удовлетворения спроса на предприятии – рациональный ассортимент.

Ключевые слова: *спрос потребителей, рациональный ассортимент, производственная стратегия предприятия, рентабельность, платежеспособность.*

In order to achieve long-term success on the market current companies must focus on the demand of customers. For the purpose of meeting the consumers' demand the following questions must be answered: 1) What to produce? 2) Who are the consumers? 3) What is the quantity of production? The answers to these questions form one of the main instruments in meeting the demand of the enterprise – the rational range.

Keywords: *consumer demand, rational range, manufacturing enterprise strategy, profitability, solvency.*

На сегодняшний день компаниям, стремящимся добиться долгосрочного успеха на рынке, необходимо ориентироваться на спрос клиентов. Для того чтобы наиболее полно удовлетворять спрос потребителей, в первую очередь необходимо ответить на следующие вопросы: что, для кого и в каком количестве производить. Ответы на эти вопросы позволяют сформировать один из главных инструментов удовлетворения спроса на предприятии – рациональный ассортимент.

Исходя из этого, можно сделать вывод, что вопрос формирования рационального ассортимента является на сегодняшний день наиболее актуальным. В частности, формирование рационального

ассортимента нефтеперерабатывающего завода является главной задачей, стоящей перед руководством. Основной задачей Хабаровского нефтеперерабатывающего завода является удовлетворение потребностей в нефтепродуктах со стороны как внешнего, так и внутреннего рынков. Именно формирование рационального ассортимента позволяет не только наиболее полно удовлетворить спрос потребителей, но и влияет на объём выручки, получаемой компанией, а значит, и на прибыль. Рационально сформированный ассортимент позволяет не только оптимизировать затраты (себестоимость), но и внедрить необходимые технологии переработки нефти и тем самым увеличить

выпуск наиболее ценной и ликвидной продукции. Формирование ассортимента и ассортиментной политики Хабаровского нефтеперерабатывающего завода приобретает большое значение при разработке производственной стратегии предприятия. Поэтому важно не только сформировать рациональный ассортимент продукции, но и выбрать эффективный вариант ассортиментной политики.

По частоте спроса товары подразделяют на товары повседневного спроса, товары периодического спроса, товары редкого и сезонного спроса. Для нефтеперерабатывающих заводов товарами повседневного спроса являются моторные топлива, особенно светлые нефтепродукты (автобензины), и при увеличении их доли в реализации продукции ХНПЗ именно они становятся источником увеличения прибыли. На начальном этапе формирования ассортимента и выбора политики предприятия в рамках этой сферы немаловажную роль играют факторы внешней (общие факторы) и внутренней (специфические факторы) среды.

К общим факторам относят спрос и рентабельность.

Спрос – это потребность, подкреплённая платёжеспособностью покупателей. Спрос является определяющим фактором формирования ассортимента и, в свою очередь, зависит от сегмента рынка потребителей. Спрос на нефтепродукты в РФ достаточно стабилен, снижение спроса на продукцию данной отрасли не наблюдается даже в периоды финансового кризиса. При этом 51 % спроса составляет спрос на светлые нефтепродукты, необходимые в качестве топлива для ав-

томобилей. В будущем, по мнению экспертов, эта цифра будет расти, что связано в первую очередь с ростом числа автомобилей у населения, ростом автомобилизации.

Ещё одним немаловажным общим фактором является рентабельность. Рентабельность производства и реализации определяется себестоимостью, издержками производства и обращения. Существенное влияние на показатели оборачиваемости, а значит, на рентабельность оказывает государственная политика.

Этот фактор определяет политику компании как на внутреннем, так и на внешнем рынке, а значит, является одним из наиболее существенных для нефтеперерабатывающих компаний, в частности для хабаровского НПЗ. В данный момент государство стимулирует нефтеперерабатывающие заводы к модернизации производства (увеличению глубины переработки нефти) в первую очередь путём изменения ставок экспортных пошлин для стимулирования повышения выхода светлых нефтепродуктов российских НПЗ.

С 1 октября 2011 г. ставка экспортной пошлины на нефть составила 60 % (было 65 %), а экспортная пошлина на тёмные нефтепродукты была повышена до 66 % (было 47 % с начала 2011 г. и около 40 % ранее). Помимо общих факторов, одинаковых для производственных предприятий нефтеперерабатывающей отрасли, существенное влияние на формирование рационального ассортимента оказывают специфические факторы, рассматриваемые в разрезе отдельных предприятий. В первую очередь к специфическим факторам необходимо отнести сырьевую базу.

Этот фактор определяется наличием природных ресурсов, состоянием добывающей и перерабатывающей промышленности, выпускающей сырьё, полуфабрикаты и комплектующие изделия, а также затратами на производство и доставку сырья. НК «Альянс», являющаяся на сегодняшний день вертикально интегрированной компанией, структурной единицей которой является хабаровский НПЗ, владеет контрольным пакетом акций ОАО «Татнефтеотдача», ведущего добычу нефти на Елгинском и Степноозёрском месторождениях в Республике Татарстан. Компания входит в тройку крупнейших нефтедобывающих компаний Татарстана. Эти данные свидетельствуют о высоком ресурсном потенциале компании, надёжности поставщиков. В свою очередь, НК «Альянс» не останавливается на достигнутом, и ведёт дальнейший мониторинг и разведку потенциальных месторождений. Это способствует не только устойчивости ассортимента хабаровского НПЗ, но и вероятности его расширения и обновления в будущем.

Доставкой нефти и нефтепродуктов занимается дочернее транспортно-экспедиторское предприятие ЗАО «Альянстрансойл», имеющее собственный парк вагонов-цистерн. В задачи «Альянстрансойла» входят транспортировка нефти на хабаровский НПЗ и доставка нефтепродуктов потребителям в Амурской области, Хабаровском и Приморском краях. Доставка осуществляется преимущественно по железной дороге. В настоящее время планируется поставлять нефть на Хабаровский НПЗ из нефтепровода Восточная Сибирь – Тихий океан, это поможет значительно снизить расхо-

ды на транспортировку, а значит, и оптимизировать себестоимость. Ещё одним фактором, влияющим на ассортимент Хабаровского НПЗ, являются существующая на предприятии материально-техническая база, а также достижения научно-технического прогресса в данной сфере. С момента вхождения Хабаровского НПЗ в структуру нефтяной компании «Альянс» (2000 г.) на предприятии реализуется программа реконструкции, согласованная с правительством Хабаровского края и являющаяся одной из приоритетных составляющих Стратегии социально-экономического развития Хабаровского края. Результатом реконструкции будет обновление материально-технической базы предприятия. Соответствие выпускаемой продукции не только требованиям технического регламента «О требованиях к автомобильному и авиационному бензину, дизельному и судовому топливу, топливу для реактивных двигателей и мазуту», но и действующим и перспективным международным стандартам обеспечит конкурентоспособность Хабаровского НПЗ не только на внутреннем, но и на внешнем рынке. Программа реконструкции представляет собой в первую очередь обновление материально-технической базы, что подразумевает создание условий стабильного выпуска продукции существующих ассортиментных групп, а также возможность к расширению ассортимента, его обновлению и углублению. Например, на первом этапе реконструкции (2000 – 2008 гг.) проведённая модернизация позволила расширить ассортимент Хабаровского НПЗ, в том числе расширить количество ассортиментных

позиций реализуемого дизельного топлива (летнее, зимнее, арктическое, судовое), нефтебитумов (дорожный, кровельный, строительный), автомобильных бензинов (Регуляр Евро-92/4, Премиум-95/4, Супер Евро-98/4), наладить выпуск авиационного керосина. По завершении второго этапа реконструкции планируется наладить производство водорода, гранулированной серы, авиационного топлива международного стандарта (Jet A-1).

Немаловажное значение на формирование рационального ассортимента оказывает специализация предприятия-изготовителя. Хабаровский НПЗ специализируется на выпуске моторных (светлых нефтепродуктов) и котельных (темных нефтепродуктов). Это влияет не только на объёмы выпуска именно этих ассортиментных групп, но и на расширение и углубление этих ассортиментных групп, их изменение в соответствии с новыми требованиями и стандартами. Так, на сегодняшний день нефтеперерабатывающий завод начал выпуск топлива стандартов Евро 4, Евро 5, GREENECO.

При этом на сегодняшний день нефтеперерабатывающий завод обеспечивает треть потребности в топливе на Дальнем Востоке, и спрос на нефтепродукты, в частности на автомобильные топлива, только растёт. Этот факт также способствует стабилизации существующего ассортимента Хабаровского НПЗ. Оптовая торговля нефтепродуктами Хабаровского НПЗ осуществляется через ЗАО «Альянс Ойл». Так как компания «Альянс» владеет крупными морскими терминалами, которые отличаются выгодным географическим расположением и позволяют эффективно экспортировать нефть и нефтепродукты, оптовые поставки в страны Азиат-

ско-Тихоокеанского региона планируется только увеличивать.

Со сбытом готовой продукции неразрывно связан процесс стимулирования сбыта и формирования спроса на предприятии. На сегодняшний день нефтяная компания «Альянс» реализует программу стимулирования сбыта «Всегда по пути!» Программа предполагает постепенное накопление баллов за совершение покупки продукции на АЗС НК «Альянс». Баллы можно либо обменять на призы, список которых утверждён компанией заранее, либо на получение дополнительной скидки у партнёров программы – десятках магазинов, автосервисов, кафе и ресторанов.

Таким образом, факторы формирования рационального ассортимента Хабаровского НПЗ сводятся к определению текущих и перспективных потребностей в нефтепродуктах, с одной стороны, а с другой – сырьевых, технологических и финансовых ресурсов, имеющихся в распоряжении предприятия. При этом значение сформированного рационального ассортимента сложно переоценить. Именно с учётом ассортиментного перечня формируется производственная стратегия предприятия, а значит, планируется объём закупки (поставки сырья), производится расчёт потребности в производственных мощностях, потребности в труде (количестве персонала) и капитале (собственном и заёмном).

Список использованных источников

1. Ласковец С. В. Товарная политика компании : учеб. пособие / С. В. Ласковец. М. : Евразийский открытый институт, 2011. 87 с.