

# АКТУАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

---

## СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИНФРАСТРУКТУРЫ РЫНКА НЕФТЕПРОДУКТОВ

**ЛИННИКОВ ПАВЕЛ ИВАНОВИЧ**

*аспирант кафедры маркетинга и рекламного менеджмента Саратовский  
социально-экономический институт (филиал) ФГБОУ ВПО «РЭУ имени  
Г.В. Плеханова», Саратов, Россия*

*Email: 906090@ro.ru*

### АННОТАЦИЯ

В статье рассматриваются проблемы формирования инфраструктуры на рынке нефтепродуктов. Авторам обозначены направления реализации продуктов нефтепереработки с использованием каналов дистрибуции, с целью повышения конкурентоспособности хозяйствующих субъектов на данном рынке.

**Ключевые слова:** дистрибуция, конкуренция, хозяйственная деятельность, франчайзинг

## MODERN PROBLEMS OF FORMATION OF OIL MARKET INFRASTRUCTURE

**PAVEL LINNIKOV**

*graduate student of marketing and advertising management Saratov Social and  
Economic Institute (branch) Russian Economic University named Plekhanov Georgy,  
Saratov, Russia*

*Email: 906090@ro.ru*

### ABSTRACT

The article deals with the problem of building infrastructure in the oil market. The authors of the implementation of the directions of refined petroleum products with distribution channels in order to increase the competitiveness of economic entities in the market.

**Keywords:** distribution, competition, economic activity, franchising

Инфраструктура нефтяного рынка выражает определенный тип экономических отношений, основными характеристиками которого являются: наличие мотивации к сотрудничеству, побуждающей субъекты рыночных отношений участвовать в развитии нефтяного рынка; объединение субъектов хозяйственной деятельности с целью достижения синергетического эффекта на рынке нефтепродуктов; наличие общего интереса по развитию бизнеса и защита интересов участников нефтяного рынка; наличие внешних и внутренних критериев, определяющих режим и границы функционирования данного рынка.

Приоритетным направлением развития нефтяного рынка в условиях ограничительных мер является его социальная направленность, базирующаяся на программе проведения структурных преобразований, необходимых для развития процесса дистрибуции и розничного звена[4]. Данный подход предполагает обеспечение функционирования разнообразных предпринимательских бизнес-единиц с учетом потребностей, их структурно-функциональных параметров, которые предусматривают формирование и сбалансированное развитие:

- независимых розничных посреднических структур;
- розничных предприятий, организующих бизнес по каналам дистрибуции и предприятиями-изготовителями продукции;
- розничных предприятий, принадлежащих оптовым организациям;

- розничных предприятий в сфере торгового оборота;
- розничной сетевой торговли и франчайзинга.

Успешное функционирование нефтяного рынка невозможно без механизмов, обеспечивающих экономическое стимулирование и регулирование, гарантирующих защиту от побочных отрицательных эффектов деятельности предпринимательских структур, участвующих в процессе дистрибуции[3]. Данный подход предполагает, что основной механизм регулирования конкуренции на рынке должен охватывать следующие взаимосвязанные блоки:

- теоретические и прикладные исследования рынка нефтепродуктов;
- влияние рыночных коммуникаций на звенья (дистрибуции, оптовое, и розничное) продвижения продукции нефтепереработки.

При этом регулирование отношений на рынке нефтепродуктов должно осуществляться как на уровне вертикальных связей, т.е. цикла «исследование – коммуникации – продвижение», так и на уровне горизонтальных связей в каждом блоке.

При формировании инфраструктуры рынка нефтепродуктов возникает необходимость в научно обоснованной ее классификации [4]. Такая классификация позволила бы своевременно анализировать состояние и динамику развития инфраструктуры рынка нефтепродуктов, оперативно

воздействовать на комплекс задач, касающихся исследования. Однако на сегодняшний день практически отсутствует такая классификация, позволяющая объективно оценивать данные процессы. Выходом из создавшегося положения является разработка классификации показателей инфраструктуры рынка нефтепродуктов. Сущность предложенной классификации заключается в агрегировании базовых элементов инфраструктуры рынка нефтепродуктов по функциональному признаку, состоящему из 6-ти независимых блоков:

**организационный,** включающий систему субъектов, функционирующих в сфере продвижения продуктов нефтепереработки (дистрибьютеры, субъекты хозяйственной деятельности оптовой и розничной торговли), крупные коммерческие структуры, дилерские, брокерские и другие посреднические организации;

**кредитно-расчетный,** имеющий в составе банковские, страховые и кредитные структуры, обеспечивающие непрерывные расчеты участниками каналов продвижения продукции, реализующими продукты нефтепереработки, создание финансовых резервов. Финансирование инвестиций в материально-техническую базу инфраструктуры нефтегазового рынка;

**материальный,** представляющий собой, множество предприятий складского, тарного хозяйства и транспортной системы, обслуживающих рынок нефтепродуктов;

**информационный,** включающий аналитические, информационные, справочные, маркетинговые системы по продукции нефтегазового назначения;

**кадровый,** включающий специалистов в количествах, достаточных для комплектования инфраструктуры рынка нефтепродуктов, кадровые агентства, осуществляющие подготовку и переподготовку кадров, организации по формированию и регулированию резервов рабочей силы для нефтегазового рынка;

**нормативно-правовой,** представляющий собой совокупность норм и правил, регламентирующих отношения субъектов рынка в процессе производства и реализации продукции нефтепереработки. Данные нормы и правила устанавливаются законодательными актами, постановлениями и другими документами стимулирующего и штрафного характера, гарантирующие соблюдение на рынке действующего правопорядка и учет интересов субъектов рынка.

Каждый из вышеперечисленных блоков содержит систему соответствующих показателей, характеризующих состояние и динамику развития инфраструктуры нефтегазового рынка[3].

В процессе проведенного исследования выявлено, что отечественный рынок нефтепродуктов входит в новый этап конкуренции, которую следует рассматривать как мобильный резерв удачного развития инфраструктуры. Динамичное

развитие инфраструктуры обеспечивается только нефтяными компаниями с четким позиционированием и сегментацией рынках [2].

При этом методология управления инфраструктурным развитием нефтяного рынка при динамично изменяющейся рыночной конъюнктуре, учитывающей особенности системы управления, включает:

- технологию организации процесса товародвижения на рынке нефтепродуктов;
- степень неопределенности и риска;
- результаты исполнения организационных мероприятий в различных пределах процесса дистрибуции, от производителя через систему посреднических структур к потребителю;
- большое разнообразие экономических форм, которые используют маркетинговые инструменты, в связи со сложностью процессов удовлетворения потребительских предпочтений.

По мнению автора, решающим фактором обеспечения равных условий конкуренции на рынке нефтепродуктов является предложенный автором единый подход к формированию системы обслуживания потребителей. При этом определяются основные требования к формированию данной системы обслуживания, которыми являются:

- непрерывное обеспечение продуктами нефтепереработки

через нефтебазы и автозаправочные станции (АЗС);

- предоставление максимального выбора продуктов нефтепереработки, удовлетворяющих запросы и индивидуальные предпочтения в розничной сети;
- предоставление дополнительных сервисных услуг в розничной торговой сети АЗС.

Такое направление в структуризации объектов, специализирующихся на реализации продуктов нефтепереработки, можно реализовать лишь системами размещения объектов АЗС, являющихся элементами «единой системы дистрибуции».

Улучшение конкурентной ситуации и выравнивание условий конкуренции между субъектами рынка нефтепродуктов являются важным стимулирующим резервом успешного развития инфраструктуры рынка, что могло бы стать основой разработки среднесрочной «Программы развития инфраструктуры нефтяного рынка», в которой должны найти отражение основные направления, определяющие положительные тенденции в развитии не только инфраструктуры, но и нефтяного рынка в целом [1, 5].

Качественное структурное преобразование оптового звена на основе авторской разработки двухуровневого организационно-экономического механизма управления его функционированием предполагает, что развитие оптового звена должно удовлетворяться двумя основными типами оптовых организаций: крупными оптовыми

структурами федерального масштаба (оптовые предприятия первого уровня); оптовыми предприятиями регионального масштаба (оптовые предприятия второго уровня). Исследование подтвердило, что главным приоритетом функционирования такого типа предприятий должны стать, с одной стороны, защита и поддержка отечественных товаропроизводителей, а с другой – создание здоровой конкуренции между отечественными и зарубежными поставщиками нефтепродуктов, осуществляющими свою деятельность на отечественном рынке.

Важным этапом в определении основных направлений развития инфраструктуры нефтяного рынка могут также быть резервы, включающие:

- формирование оптового звена нефтяного рынка;
- формирование розничного звена нефтяного рынка;

- формирование инфраструктуры предприятий, обслуживающих рынок нефтепродуктов;
- формирование системы правового обеспечения развития инфраструктуры нефтяного рынка;
- формирование рынка дополнительных (сервисных) услуг, предоставляемых покупателям в объектах розничной торговли (АЗС).

Проведенное исследование дает возможность сформировать систему мониторинга за развитием инфраструктуры нефтяного рынка, а также своевременно выявлять диспропорции в его развитии, отслеживать конъюнктурные рыночные колебания, изыскивать резервы по улучшению уровня обслуживания, а также строить прогнозы по развитию инфраструктуры нефтяного рынка на перспективу.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Верещагина Л.С. Состояние реализационной деятельности российских промышленных предприятий. Вестник Самарского государственного экономического университета. 2009. №7(57). С.17-21.
2. Еремеев М.А. Оценка степени мотивации персонала: теория и практика. Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Самарский государственный экономический университет. Саратов. 2008.
3. Кублин И.М., Герштанский И.О. Современные проблемы формирования конкурентных преимуществ нефтяной компании. Известия Волгоградского государственного технического университета. 2009. Т.5. № 9. С. 49 - 55.
4. Кублин И.М., Герштанский И.О. Современные подходы к развитию менеджмента промышленных предприятий нефтяной отрасли. - М.: Издательство «Вебов и Книгин», 2011. – 168 с.
5. Санинский С.А. Взаимодействие предприятий производителей с потребителями в рыночных условиях. Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2009. №4. С.138-140.

## REFERENCES

1. Vereshagina L.S. The state of the implementation activities of Russian industrial enterprises. Bulletin of the Samara State University of Economics. 2009. №7 (57). P. 17-21.
2. Eremeev M.A. Assessment of the degree of staff motivation: Theory and Practice. Thesis for the degree of Candidate of Economic Sciences. / Samara State University of Economics. Saratov. 2008.
3. Kublin I.M., Gershtanskiy I.O. Modern problems of formation of the competitive advantages of the oil company. Proceedings of the Volgograd State Technical University. 2009 V.5. № 9. P.49 - 55.
4. Kublin I.M., Gershtanskiy I.O. Modern approaches to development management of industrial enterprises of the oil industry. - М .: Publisher "Webov and Knigin", 2011.- 168 p.
5. Saninsky S.A. Interaction of the enterprises producers and consumers in market conditions. Bulletin of the Saratov state socio-economic university. 2009. №4. P.138-140.