

ПРОБЛЕМЫ РЫНКА НЕФТЕСЕРВИСНЫХ УСЛУГ

Подготовил:
Студент 1 курса
ТНИ СахГУ направления
Нефтегазовое дело
Новак Максим
Преподаватель:
Белянина Яна Павловна

Большинство разрабатываемых месторождений нефти в России на данный момент находятся на завершающей стадии разработки. Это означает, что добывающие компании сталкиваются с трудноизвлекаемыми запасами нефти. Таким образом, большое значение приобретает развитие рынка нефтесервисных услуг, который включает в себя: геофизические работы; сейсмические исследования; бурение; ремонт скважин; повышение нефтеотдачи пластов, эксплуатацию нефтепромысловых трубопроводов, нефтегазовое машиностроение. Кроме того, именно рынок нефтесервисных услуг является высокотехнологической и наукоемкой частью топливно-энергетического комплекса.





Мировой рынок нефтесервисных услуг представлен, как правило, национальными сервисными компаниями, которые в большинстве случаев принадлежат национальным нефтяным компаниям с высокой степенью интеграции. Сервисные компании сами оказывают услуги, как частным, так и государственным компаниям, являясь, по сути, подрядчиками (или субподрядчиками). Ведущие транснациональные нефтяные корпорации делают акцент на руководстве крупнейшими международными проектами, в рамках которых они постоянно обращаются к сервисным компаниям.

По своим характеристикам на мировом рынке нефтесервисных услуг работают компании, имеющие различный размер и формы собственности, но большую долю рынка занимают крупные компании. Это связано, прежде всего, с существующими барьерами входа на данный рынок.



БАРЬЕРЫ ВХОДА НА РЫНОК НЕФТЕСЕРВИСНЫХ УСЛУГ



- **Потребность в капитале** - Для вступления на рынок необходимы большие первоначальные вложения в НИОКР, производство, получение лицензии и прочее.
- **Дифференциация** - В данной отрасли существует дифференциация предлагаемых услуг, поэтому новые участники таких рынков должны потратить непропорционально большие средства на рекламу и стимулирование сбыта, попробовать занять особую нишу на рынке или попытаться конкурировать за счет снижения цен, что делает вход на рынок затруднительным.

БАРЬЕРЫ ВХОДА НА РЫНОК НЕФТЕСЕРВИСНЫХ УСЛУГ

We Need:

- _____
- _____
- _____

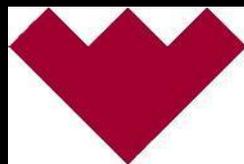
- **Правительственные и законодательные** - Патенты, получение лицензии.
- **Требование к технологиям** - Вытеснение с рынка низкотехнологичных игроков способствует росту эффективности сервиса и нефтедобычи. Для независимых малых компаний барьеры входа на капиталоемкие и высокотехнологичные сегменты рынка представляются очень высокими, поскольку требуются значительные инвестиции в оборудование и квалифицированный персонал.



Мировой рынок нефтесервисных услуг в основном контролируют несколько крупнейших компаний-лидеров (Halliburton, Schlumberger, Baker Hughes, Weatherford и др.), каждая из которых специализируется на определенных направлениях. В ряде видов работ лидеры осуществляют свыше половины всего объема сервисных операций.

Schlumberger

HALLIBURTON



Weatherford[®]



Несмотря на свою стратегическую значимость, в целом для государства, отечественный рынок нефтесервисных услуг в настоящее время имеет ряд проблем. Российский рынок нефтесервисных услуг образовался в результате вывода непрофильных активов из состава нефтегазодобывающих предприятий. Еще не так давно не существовало понятия «рынок нефтесервисных услуг», так как оказание сервисных услуг в нефтяной промышленности как самостоятельная отрасль образовалась лишь в последние десятилетия 20 в.

ОСНОВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ НЕФТЕСЕРВИСНЫХ КОМПАНИЙ



- **Концентрация** - Количество фирм на рынке растет (на сегодня насчитывается около 200-300). Заметное место занимают малые и средние сервисные компании.
- **Барьеры на входе и выходе с рынка** - Были представлены ранее.

ОСНОВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ НЕФТЕСЕРВИСНЫХ КОМПАНИЙ

ЭТО СЕКРЕТНАЯ

ИНФОРМАЦИЯ

- **Дифференциация товаров** - На рынке применяются различные технологии, т.е. конкуренция в большей степени даже не цен, а технологий. Представлены высокотехнологичные методы интенсификации добычи, геофизических исследований.
- **Доступность информации** - Ограниченный доступ к информации. Компании работают с той информацией, которую получают сами или предоставляют заказчики.

Основные преимущества и слабые стороны различных групп нефтесервисных компаний [7]

| Категория сервисных компаний | Основные проблемы и слабые стороны | Преимущества |
|--|---|---|
| Сервисные компании, входящие в состав ВИНК | Относительно невысокая конкурентоспособность. | Поддержка со стороны материнских компаний; относительная стабильность заказов; возможность выхода на внешний рынок. |
| Крупные независимые российские компании | Неустойчивость в кризисный период; в целом неустойчивые позиции на высокотехнологичной части рынка. | Относительно высокая конкурентоспособность; средний уровень цен; приемлемое соотношение цены и качества. |
| Средние и малые компании | Объекты для поглощения; часто слабая техническая база; невысокое качество услуг. | Быстрый ответ на запросы рынка; подряды у крупных сервисных компаний; хорошее знание местного рынка. |
| Иностранные компании | Высокие цены на услуги. | Высокое качество; сильные позиции в высокотехнологичном наукоемком сервисе. |

ПРОБЛЕМЫ РЫНКА НЕФТЕСЕРВИСНЫХ УСЛУГ



- **Спрос** - Спрос ограничен темпами добычи нефти.
- **Технология** - В отрасли наблюдается конкуренция по технологиям. Российские компании следуют за стандартами международных лидеров инновационных технологий.
- **Товары** - Иностранные компании дифференцируются за счет брендинга, а российские компании следуют опыту иностранных, улучшая качество и ассортимент предоставляемых услуг.

ПРОБЛЕМЫ РЫНКА НЕФТЕСЕРВИСНЫХ УСЛУГ



- **Производство и сбыт** - Нет сетей сбыта. Услуги выполняются строго по заказам.
- **Торговля (услуги)** - Изначально сервис развился за рубежом и постепенно перенимался российскими компаниями.
- **Конкуренция** - Из состава ВИНК выделяются отдельные структуры. Мелкие поглощаются более крупными.
- **Ключевые факторы успеха** - Дифференциация услуг, инновационные процессы, бренд, качество.

ПРОБЛЕМЫ РЫНКА НЕФТЕСЕРВИСНЫХ УСЛУГ



- **Таможенно-налоговая система** - Налоговая нагрузка российских нефтегазовых компаний выше, чем у западных, более чем в 3 раза, что тормозит развитие геологоразведочных работ, необходимых для воспроизводства нефтяных запасов, не стимулирует инвестиции в добывающие отрасли и инновационную деятельность.
- **Законодательная база** - Существующие законы не всегда в полной мере учитывают специфику деятельности организаций нефтяного комплекса, а также его структурные особенности.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!



НЕЛЬЗЯ ПРОСТО ТАК ВЗЯТЬ

И ПОЛУЧИТЬ ПЯТЕРКУ АВТОМАТОМ

r130vach.ru