

ГАЗПРОМ НЕФТЬ: ИТОГИ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ



Александр КРЫЛОВ, директор дирекции региональных продаж компании «Газпром нефть», на брифинге в Санкт-Петербурге рассказал об итогах сбытовой деятельности за период с 2007 по 2011 год, а также о дальнейших планах и реализации нового моторного топлива G-Drive.

Свой рассказ Александр Крылов начал с истории формирования и развития сети

С 2007 года компания увеличила число регионов присутствия с 14 до 27, количество станций с 754 до 1260

АЗС под брендом «Газпром-нефть»: та успела побывать в разных ипостасях «Сибнефти»,

До 2020 года планируется расширить географию присутствия до 36 регионов, а количество АЗС увеличить до 2100

«Славнефти», «Новосибирскнефтепродукта» и «НК «Альянс». Розничный бизнес был представлен 754 АЗС, а география присутствия сети насчитывала 14 регионов.

Объем капиталовложений на строительство и ребрендинг сети в 2012 году запланирован на уровне 8 млрд рублей

При этом годовой объем розничных продаж достигал 2,3 млн тонн нефтепродуктов (средняя реализация на одной АЗС составляла 3 тыс. тонн в год), причем корпоративным клиентам доставалось только 900 тыс., а сами продажи осуществлялись преимущественно по талонам.

В 2011 году количество магазинов на АЗС увеличилось до 585, против 280 в 2007 году

С 2007 года компания увеличила число регионов присутствия с 14 до 27, расширив также сбытовую

сеть в странах Центральной Азии под единым розничным брендом. Сеть АЗС к концу 2011 года расширилась до 1260 станций: сбытами реализовано 5,6 млн тонн нефтепродуктов (5 тыс. тонн на одной АЗС). Общий объем продаж корпоративным клиентам в 2011 году увеличился по сравнению с показателем 2007 года на 100% и составил 1,8 млн тонн нефтепродуктов.

Поставки топлива на свои АЗС «Газпром нефть» осуществляет с собственных НПЗ — Московского, Ярославского и Омского — и с собственных нефтебаз — класса 3–5. На всех пунктах отгрузки существуют стационарные лаборатории контроля качества топлива, также используются мобильные лаборатории, которые производят анализ на месте в режиме реального времени.

Ребрендинг

До 2020 года «Газпром нефть» планирует расширить географию присутствия автозаправочной сети до 36 регионов, а количество АЗС увеличить до 2100. На текущий 2012 год объем капиталовложений на строительство и ребрендинг сети запланирован на уровне 8 млрд рублей.

Розничный бренд был разработан для создания идентичности единой сети АЗС, которые теперь имеют унифицированный фирменный стиль, единую конструкцию зданий и навеса, что делает автозаправочные комплексы узнаваемыми. На всех АЗС помимо топлива представлены сопутствующие товары и услуги: магазин с продуктами, прессы и автохимией, банкомат, кафе, доступ в Интернет, а также подкачка шин и другие сервисы.

В рамках программы ребрендинга были разработаны пять типовых форматов АЗС, что способствовало

сокращению сроков проектирования и строительства до восьми месяцев. Кроме того, внедрение новых форматов АЗС позволило увеличить количество магазинов в два раза. В 2007 году их было 280, а в 2011 количество торговых павильонов на АЗС увеличилось до 585.

Реформа подразумевала и формирование комплексной системы управления персоналом АЗС, которая включает в себя подбор, обучение и адаптацию, мотивацию и аудит эффективности труда персонала.

Ныне функционируют 10 межрегиональных учебных центров для новых сотрудников с внедрением системы наставничества, а также 12 мобильных бригад с целью обеспечения индивидуальной теоретической и практической подготовки уже работающих сотрудников.

Также действует Школа менеджера АЗС для повышения квалификации управляющих и начальников участков. Для мотивации сотрудников проводятся конкурсы профессионального мастерства. Аудит соблюдения стандартов на станциях осуществляется на регулярной основе по системе «тайный покупатель».

Топливо G-Drive

В 2011 году «Газпром нефть» вывела на рынок новое брендированное топливо G-Drive (октановое число 95), содержащее активный комплекс присадок, благодаря которым увеличивается эффективность работы двигателя до 12%. Независимые испытания на автомобилях различных марок показали, что динамика разгона автомобиля улучшается на 1,8 секунды.

При постоянном использовании бензина G-Drive снижается расход топлива и сокращается выброс вредных веществ. В частности, со-

держание окиси углерода в выхлопах снижается до 33%, — до 8%, оксидов азота — до 16%.

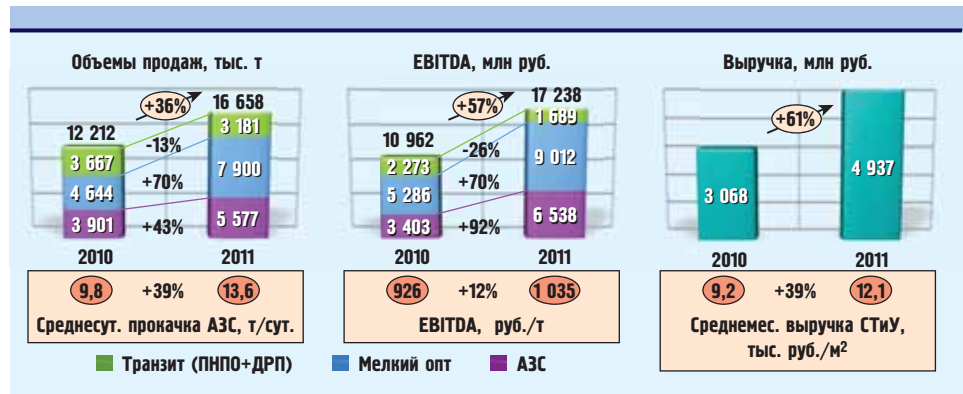
Сейчас доля данного вида топлива в корзине 95-го бензина на АЗС, реализующих G-Drive, составляет 24%. К 2020 году планируется увеличение данного показателя до 30%.

Финансовые показатели

В 2011 году в сегменте розничных и оптовых продаж компании удалось достичь рекордного роста по всем направлениям развития. В частности, объемы реализации выросли на 36% (см. «Объемы продаж»), показатель EBITDA увеличился на 57% (см. «EBITDA»), а рост выручки сопутствующего бизнеса составил 61% (см. «Выручка»).

Одновременно со значительным увеличением реализации топлива и выручки сопутствующего бизнеса, важным достижением следует признать снижение удельных расходов на реализацию в розницу (см. «Удельные операционные расходы. Розница»), мелким оптом (см. «Удельные операционные расходы МО»), а также на перевалку нефтепродуктов (см. «Удельные операционные расходы на тонну перевалки»).

Удельные операционные затраты в рознице, которые при повышении качества сервиса должны расти, на заправочных комплексах компании показывают иную динамику за счет существенного прироста удельной прокачки на одну станцию. Это говорит о повышении эффективности работы АЗС.



Для сравнения: в 2007 году сеть «Газпромнефть» прокачивала 7,6 тонны в сутки, а 2011 год был закончен с показателем 14,2 тонны в сутки в среднем по России. Следует заметить, что по Стратегии 2020 планируемый уровень прокачки должен был составить около 12 тонн в сутки. Таким образом, поставленные задачи уже перевыполнены, и компании предстоит пересмотр стратегических ориентиров в данном направлении.

«При покупке и строительстве новых станций есть понимание, что средние показатели в инвестиционном проекте не должны быть меньше средних (как минимум) по-

казателей действующих АЗС компании. Если станции будут прохо-

Топливо G-Drive содержит активный комплекс присадок, благодаря которым увеличивается эффективность работы двигателя до 12%

дить по критериям окупаемости и эффективности, то почему нет? Хотя есть исключения, и некоторые случаи рассматриваются отдельно», — отметил Александр Крылов.

В 2011 году в сегменте розничных и оптовых продаж компании удалось достичь рекордного роста по всем направлениям развития

В дополнение к этому стоит отметить, что у компании су-

В 2007 году сеть прокачивала 7,6 тонны в сутки, а 2011 год был закончен с показателем 14,2 тонны в сутки в среднем по России

ществует программа по реализации неэффективных активов: продаются все АЗС, которые не вписываются в нормы эффективности по удельной прокачке. 