

Кузьминых В.Е. ©

Аспирант, кафедра экономики и менеджмента,
Уфимский государственный университет экономики и сервиса

ГЕНЕЗИС РЫНКА НЕФТЕГАЗОВОГО СЕРВИСА В ЭКОНОМИКЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Аннотация

Статья посвящена этапам становления рынка нефтегазового сервиса в Российской Федерации. Приведены две ключевые стратегии развития сервисных подразделений нефтедобывающих компаний. На основе статистических данных строится прогноз дальнейшего развития рынка, выделяются наиболее перспективные направления.

Ключевые слова: нефтегазовый сервис, аутсорсинг, консолидация рынка.

Keywords: oil and gas service, outsourcing, market consolidation.

Основу развития нефтегазового сервиса заложили изыскательские геологические компании. В XIX веке Государственная геологическая служба в нефтяной промышленности находилась на этапе становления, но уже с 1898 по 1901 гг. Россия заняла первое место в мировом производстве нефти. Предоставлением нефтесервисных услуг в это время занимаются специальные подразделения нефтедобывающих предприятий. Расцвет нефтегазовой отрасли приходится на 60-80-е годы XX. В этот период происходит освоение месторождений Западной Сибири, формируется значительная производственно-техническая база, высокий уровень специализированного отраслевого образования персонала. Развитие добычи ресурсов опиралось на мощный машиностроительный комплекс. В 1985 году после падения цены на нефть происходит резкое падение добычи и, как следствие, резко падает спрос на нефтегазосервисные услуги. [4]

Следующий этап развития сервиса это 1991-1999гг. Нерациональное управление в системе плановой экономики СССР привело постепенно к снижению экономической эффективности деятельности. Одной из последних попыток реорганизации крупной промышленности в рамках СССР было создание межотраслевых научно-технических комплексов (МНТК) и государственных концернов. В рамках данного этапа преобразований в течение 1988 - 1991 гг. были созданы государственные концерны: «Газпром», «Норильский Никель», «Нефтеотдача», «Лангепас-Урай-Когалымнефть» (ОАО «Лукойл») и ряд других. [4] Приватизация нефтяного сектора экономики виделась идеологам этого процесса как первый шаг на пути формирования эффективной системы экономических институтов в нефтегазовой промышленности. При этом изначально планировался монополизм на рынке нескольких нефтяных компаний. Учитывалось и то, что нефтяные компании по природе своей не могут быть мелкими предприятиями, поскольку функционируют в условиях высоких финансовых и природных «барьеров для входа», а также реализуют «эффект экономии от масштаба». Основным аспектом изучения становление современных участников рынка нефтегазовой отрасли в результате приватизации и передела собственности. Наблюдается небольшой рост добычи нефти и газа и соответствующее оживление рынка нефтесервисных услуг. Нефтесервисные услуги по-прежнему оказываются специальными подразделениями в составе нефтегазовых компаний, например Лукойл-Бурение, Газпром-Бурение.

Развал СССР в 1991 году негативно отразился на всех отраслях экономики страны, не только на нефтегазовой промышленности. Ориентация на рыночную экономику спровоцировала волну перехода многих отраслей промышленности из бюджетного в частное пользование. Данная эпоха М.С. Горбачева может быть названа ключевым моментом

распространения корпораций в исследуемой отрасли. Именно в это время контроль за финансовыми потоками ещё государственных предприятий переходит к их руководству, партийно-комсомольским активистам и многим другим. Реорганизация министерств и ведомств, отвечавших за функционирование топливно-энергетического сектора страны, способствовало началу становления самостоятельных современных нефтегазовых компаний. Переход этот стал возможен благодаря предоставленной нефтяникам возможности заключать экспортные контракты при отсутствии контроля за этим процессом со стороны государства, что в дальнейшем позволило выкупить компании в период приватизации. Получаемые финансовые средства инвестировались за границу или использовались для покупки новых активов.

Третий период развития рынка нефтесервисных услуг приходится на 1999-2002 гг. и знаменует собой зарождение рынка.[2] Этап начинается с небольшого роста цен и знаменуется постепенным выводом нефтесервисных компаний в отдельные предприятия, которые фактически еще оставались аффилированными предприятиями, обслуживающими потребности материнской компании. Кроме того, в 90-х годах XX века на российский рынок стали активно заходить иностранные сервисные компании «Baker Hughes», «Halliburton», «Schlumberger», «Weatherford», и другие, технологии которых не стояли на месте и развивались прогрессивно. Данные компании обладали огромным опытом работы в различных странах и климатических условиях, были вооружены технологиями и новейшими разработками, несли с собой незнакомую для России систему стандартизации в этой отрасли и высокую культуру производства.

На основе подразделений ЮКОСа 1 февраля 2000 года была создана ЗАО «Сибирская сервисная компания». Таким образом, начинает формироваться молодой национальный рынок по выполнению сервисных услуг для нефтегазодобывающих компаний. Уровень развития отечественных сервисных услуг, машиностроения и приборостроения, не поддерживаемый внутренним спросом стал снижаться и значительно отставать от технологий западных стран. Уровень 1988 года по добыче нефти был достигнут только в 2012 году. Снижение добычи сырья происходило во многом из-за снижения запасов легко-добываемых углеводородов, сокращения разработки новых месторождений, износа оборудования. Так если с 1987 г. по 1991г. в отрасль было введено 1012 буровых станков, то в период с 1992 г. по 2012г. всего 380 единиц.

Вступление России на путь переходной экономики и обострение конкуренции в 2000-е годы, связанной с ростом цен на энергоресурсы, привели к общему тренду, направленному на реструктуризацию активов, выраженному в выводе нефтегазового сервиса, не связанного непосредственно с нефтедобычей на аутсорсинг. Среди главных причин такой тенденции можно выделить:

- копирование западного стиля управления активами;
- обеспечение прозрачности расходов на выполнение сервисных услуг для дальнейшего привлечения инвесторов;
- приход на рынок крупных наукоемких западных компаний;
- снижение издержек на сервис благодаря высокой конкуренции;
- перераспределения ответственности и снятие ряда рисков с добывающих компаний, связанных с проведением сервисных работ;
- углубление специализации деятельности компании и сокращение издержек на дорогой сервисный персонал.

Создаваемые таким образом сервисные компании оказались неготовы к самостоятельному поиску партнеров и заказов.[3]

Четвертый этап становления рынка приходится с 2002 года по настоящее время.[2] Происходит активное формирование нефтесервисной отрасли, аффилированные сервисные структуры продаются стратегическим инвесторам, интенсивно происходит процесс слияний и поглощений.

Отметим, что разные стратегии реализуются нефтедобывающими компаниями на сервисном рынке. ОАО «Сургутнефтегаз» и ОАО «Татнефть» единственные компании, сохранившие в своем подразделении сервисные подразделения, которые редко являются заказчиками сторонних сервисных организаций.

ОАО «ЛУКОЙЛ», ТНК-ВР, «Роснефть» и малые добывающие компании приняли стратегию выделения сервисных активов и переориентировали их на внешний сервис. Так, в 2004 году ОАО «Лукойл» продал сервисное дочернее подразделение компании ООО БК «Евразия», после чего отношения между компаниями перешли в ранг договоров подряда. «Газпром нефть» выделила из своего состава ООО «Газпромнефть Нефтесервис», что так же означает ее намерение обслуживать конкурентов.

«Роснефть», «Газпром нефть» используют смешанный подход: имеют свои дочерние сервисные подразделения и активно используют внешних подрядчиков. Например «Роснефть» сохраняет свои сервисные подразделения: «РН-бурение», «РН-сервис» и другие, и в тоже время стремится создать условия для конкуренции собственных подразделений и внешнего сервиса, чтобы обезопасить себя от необоснованного завышения цен со стороны своих структур.

Сталкиваясь с жесткими условиями конкуренции, с 2009 года проводятся значительные инвестиции в развитие материально-технологической базы компаний и развитие персонала. Это стало возможным благодаря росту объемов рынка нефтесервисных услуг в денежном выражении, несмотря на кризис с 2008-2009 гг. расходы нефтегазовых компаний на сервис выросли с 6,1 млрд. \$ до 21,6 млрд. \$ за 11 лет. В 2013 году показатели приблизятся к 900 млрд. руб., рост составляет примерно 11,34% относительно показателей 2012 года, эти данные не учитывают обустройство скважин и трубопроводов стоимостью 700 млрд. руб. и расходы на комплектующие строительные материалы стоимостью 3,5 трл. рублей.[2]

Рис.3. Объем рынка нефтесервисных услуг

Среднегодовые темпы роста с 2003 по 2008 год составили 22,8%, в 2009 году наблюдается значительный спад, и рынок восстанавливается только в 2011, при этом прогнозы роста на период до 2016 года составляют порядка 12,73%. [2]

В соответствии с новой Генеральной схемой развития нефтяной отрасли до 2020 года, утвержденной в 2011 году, предполагает выполнение объема по бурению с достижением более 50 тыс. эксплуатационных скважин за период 2010-2020 гг. При этом основной потенциал роста российского рынка нефтесервисных услуг будет обеспечен входом нефтегазовых компаний на новые районы добычи, среди которых Восточная Сибирь, Тимано-Печорская нефтегазоносная провинция. По прогнозам аналитиков, снижение активности нефтегазовых компаний в давно освоенных регионах Урала, Поволжья и Западной Сибири будет компенсировано за счет разработки месторождений в новых регионах.

Среди стратегических планов российских нефтедобывающих компаний имеется значительное количество месторождений, разработка которых скажется на рынке нефтесервисных услуг.

При этом технологические услуги растут по сложности. Сегодня в общей структуре рынка они занимают долю в 19% и имеют высокие перспективы роста.[1] Значительно со стороны зарубежных стран растет предложение именно быстро растущих технологических услуг.

В целом российский рынок сервисных услуг в нефтегазовом сервисе стоит на пути к консолидации, в 2012 году 45% работ выполнялись внутрикорпоративными отделами российских ВИНК.[2] При этом рентабельность российских сервисных компаний значительно ниже, чем у западных конкурентов. Развиваться отечественному бизнесу мешают значительные барьеры входа на сервисный рынок и отсутствие достаточно эффективного законодательства, позволяющего отстаивать интересы компании при участии в тендерных процедурах. Проблемы ценообразования, отсутствия гибкой налоговой политики для сервисных компаний, выделение их в отдельные фирмы без обновленных основных средств в ближайшее время станут объективными причинами проигрыша рынка зарубежным конкурентам. Причины проблем состоят в отсутствии понимания специфики этого молодого рынка, нехватки дешевых денег, позволяющих обновлять основные средства предприятия и наращивать мобильность компании,

отсутствие специалистов в отрасли, способных к работе в поле сразу после окончания учебного заведения.

Таким образом, рынок нефтегазового сервиса в России достаточно молодой, имеет свою специфику, связанную с различными способами создания нефтегазосервисных компаний. Состав участников рынка разноплановый, включающий в себя крупные подразделения ВИНК, представительства иностранных корпораций, отечественный крупный, средний и малый бизнес, зачастую специализирующийся на определенном виде услуг. Сегодня рынок нефтегазового сервиса окончательно не сформировался, на нем активно идут процессы слияний и поглощений и процесс консолидации рынка должен закончиться в ближайшие 2-3 года.

Литература

1. Е. Сергей - Время услужливых//Эксперт-Урал.-2008.-№6.№15)
2. Нефтегазовый сервис в России: Материалы научной конференции, 9 октября 2012г. / МГИМО (У) МИД РФ. - Москва,2012.- 2с.
3. Гилязов Т.Ф. – Формирование рынка сервисных услуг в нефтегазовой отрасли России // Труды МЭЛИ: электронный журнал [Электронное научное издание].- Режим доступа:www.meli.ru
4. Сетяев В. - От союзного нефтяного комплекса – к вертикально интегрированным компаниям // Краткий экскурс в историю [Электронный ресурс]. - Режим доступа:www.naftowed.narod.ru