

# ПОД БРЕНДОМ «ГАЗПРОМ»

На вопросы журнала отвечает генеральный директор АО «Газпром газэнергосеть» Дмитрий Миронов

## КАЧЕЛИ ЦЕН

– Дмитрий Анатольевич, рыночная ситуация в последние два года была непростой. А в прошлом году даже снизилось общеевропейское потребление моторных топлив. Как обстоят дела в вашей компании?

– Как вы знаете, наша компания занимается реализацией продукции с заводов «Газпрома» по целому ряду направлений: нефтепродукты, сжиженные углеводородные газы (СУГ, пропан-бутан), гелий. На основе данных по балансам нефтепродуктов ИГ «Петромаркет», наша доля на рынке нефтепродуктов в прошлом году составляла 5,7%. А на рынке СУГ, по данным ЦДУ ТЭК, – 32%. На рынке гелия у нас позиция уникальная, так как Оренбургский гелиевый завод – единственный в стране производитель гелия, и на этом рынке мы как трейдер «Газпрома» конкурируем только с импортным гелием. В 2016 году ситуация на разных рынках была крайне нестандартная.

– Какова ситуация на рынке пропан-бутана?

– В 2015 году мы реализовали около 2,5 млн т СУГ, а в первом полугодии 2016-го – около 1,23 млн т. В течение первых пяти месяцев года оптовые цены на внутреннем рынке были крайне низкими. Хотя и выше, чем экспортная альтернатива. А затем они резко выросли. К этому привели сразу два фактора: плановая остановка на ремонт ряда перерабатывающих заводов и спрос на Украине.

На Украине за последние полтора года значительно вырос спрос на СУГ. Российские поставщики направили туда необходимые объемы. Притом спрос вырос настолько, что российские объемы, которые идут в Польшу, затем из Польши тоже отправлялись на Украину. На нашем рынке образовалось окно, а так как «Газпром газэнергосеть» ориентируется исключительно на внутренний рынок, то объемы реализа-



ции у нас выросли. Но и цена пошла вверх. Что не менее травматично для бизнеса, чем ее резкое падение. Сейчас мы ожидаем, что рынок стабилизируется.

– Как я понимаю, спрос на пропан-бутан на Украине вырос из-за дорожающего бензина – покупательная способность населения очень низкая, а за последние годы стала еще меньше, при этом топливо дорожает. Переход на пропан-бутан стал естественной реакцией. По некоторым оценкам, на Украине за последние годы количество автомобилей на СУГ чуть ли не удвоилось.

– Да, вероятно, причина в этом. Рынок сжиженного газа вырос на Украине в 1,5–2 раза. Такой рост спроса у нашего соседа неизбежно заставляет внутренний рынок России перестраиваться. Тем более что особенность рынка СУГ в том, что здесь нет достаточных объемов хранения. И конечно, отток ресурса отражается в колебании цен.

В 2014 году мы запустили электронные торги СУГ в оптовом канале на базе Сургута, а в мелкооптовом – на базе нашей газонаполнительной станции в Нижнем Новгороде. В этом году для удобства конечных потребителей предложили участникам торгов сжиженными углеводородными газами дополнительно ряд новых базисов: с газонаполнительных станций в Липецке, Мичуринске (Тамбовская обл.), Урюпинске (Волгоградская обл.), Черноречье (Оренбургская обл.) и Медногорске (Оренбургская обл.). Планируем дальнейшее увеличение площадок продаж. Объемы реализации на электронной площадке сейчас растут. Кроме того, мы дополнительно выставили объемы на биржу. Притом, обратите внимание, что в момент резкого подъема цен мы также резко нарастили предложение, а цена не упала. Спрос рос опережающими темпами. Но сейчас ситуация нормализу-

## › В 2016 ГОДУ У РОЗНИЧНОЙ СЕТИ, РАБОТАЮЩЕЙ ПОД БРЕНДОМ «ГАЗПРОМ», ЮБИЛЕЙ – 10 ЛЕТ

ется и цены начали возвращаться к обычным для этого времени года показателям.

## СПРОС БУДЕТ ВЫШЕ

– А что происходит с нефтепродуктами?

– В 2015 году мы реализовали 6,3 млн т нефтепродуктов, а в первой половине 2016-го – 2,9 млн т. При низких оптовых ценах в текущем году нам очень помогла наша розничная сеть. Она дает нам стабильные объемы реализации и стабильную доходность. Розничный рынок менее волатильный, чем оптовый. Прибыль на розничном рынке оказалась выше, чем мы ожидали. Несмотря на то что рынок упал, наши потери были минимизированы за счет больших объемов реализации через нашу розничную сеть и мелкооптовые каналы сбыта.

– Насколько ваша ситуация типична для отрасли?

– Полагаем, вполне типична. Собственные заправочные сети очень помогли всем вертикально интегрированным нефтяным компаниям.

– Почему снизился спрос?

– Кризисное явление, связанное в первую очередь с уменьшением использования топлива в коммерческих перевозках. Также и население начало экономить. Заправляются чаще, но заливают меньший объем. Снижались цены под воздействием конъюнктуры внешних рынков.

Впрочем, ситуация с ценами на нефтепродукты была очень комфортна для самого рынка. В том числе благодаря политике Минэнерго по управлению запасами. Она обеспечила необходимый объем топлива. Часть компаний договорились с Минэнерго о переносе ремон-







➤ В 2015 ГОДУ МЫ РЕАЛИЗОВАЛИ ОКОЛО 2,5 МЛН Т СУГ, А В ПЕРВОМ ПОЛУГОДИИ 2016-ГО – ОКОЛО 1,23 МЛН Т



тов на своих заводах на более комфортный для рынка период. Баланс сохранился – и дикого роста цен удалось избежать. В будущем эта политика будет соблюдаться.

Как вы знаете, Московский нефтеперерабатывающий завод в начале 2017 года будет ремонтироваться. Это очень удобное время, когда спрос традиционно минимальный. Мы планируем в январе–марте помочь насыщению рынка моторных топлив Московского региона. В нынешнем году наша компания открыла два новых базиса мелкооптовой реализации (в Калуге и Владимире). Это базисы, которые во многом ориентированы на Московский регион для мелкооптовой торговли нефтепродуктами.

**– К вам уже обратились потребители для покупки нефтепродуктов с этих базисов?**

– Там запущены электронные торги. Сейчас продаем небольшие объемы. В Калуге и Владимире реализуем каждый день по 120 т дизельного топлива и Аи-92, а также 30 т Аи-95. Это нормальные показатели для текущего периода раскрутки этих базисов. Мы готовы оперативно удовлетворить рост спроса и увеличить объем торгов в два-три раза или больше, если потребуется. А его мы заметим по растущим ценам и количеству участников торгов. Цена не должна быть слишком высокой и слишком низкой.

### От 25 до 636

**– Как давно ваша компания развивает автозаправочный бизнес?**

– В 2016 году у розничной сети, работающей под брендом «Газпром», юбилей – 10 лет. В ноябре–декабре 2006 года мы приобрели первые 25 АЗС – в Ростовской области. Вскоре к ней прибавилась сеть, которая строилась под реализацию нефтепродуктов Астраханского НПЗ. К моменту покупки у нас была разработана концепция «250 многотопливных автозаправочных станций» (МАЗС). Мы считали, что именно 250 МАЗС позволят нам продавать весь объем бензина Аи-92 производства Астраханского завода и что именно МАЗС максимально эффективны в эксплуатации. Но в целом топливный рынок был иным, тогда еще активно продавался восьмидесятилетний бензин.

**– А ведь это было совсем недавно.**

– Да, и структура рынка изменилась радикально, и объемы производства на Астраханском НПЗ выросли. Перемены на рынке диктовали корректировку подхода к развитию бизнеса.

**– Сколько заправок у вас сейчас?**

– Всего у нас 636 объектов розничной реализации в 26 регионах. Из них 335 АЗС, реализующих бензины и дизельное топливо, 89 МАЗС, реализующих СУГ, бензины и дизельное топливо, 57 автоматических заправок, 154 АГЗС, реализующих СУГ, и один объект, реализующий компримированный природный газ, – АГНКС.

**– Давно у вас появились автоматические заправки?**

– В 2008 году. Мы были практически пионерами в этом направлении.

**– С чем связано такое увеличение сети?**

– С консолидацией активов внутри Группы «Газпром», с покупкой сторонних сетей, а также со строительством новых заправок в регионах присутствия.

Но последние годы мы работаем не над количеством, а над качеством розничной сети. Происходит оптимизация – избавляемся от неэффективных заправок, модернизация – осуществляем переоборудование станций и, конечно, работаем над стандартами обслуживания.

В газовом сегменте начали приносить плоды наши программы «Чистый город» и «Чистая экономия». В рамках этих программ мы стимулируем перевод транспорта на пропан-бутан как автопарков, так и для частных авто владельцев. В результате выросла реализация и стали прибыльными некоторые газовые заправки, которые до того приносили убытки.

**– Какие конкретные меры применяются в рамках этих программ?**

– Установка газобаллонного оборудования проводится фактически за наш счет и окупается благодаря реализации топлива новым потребителям. Программа «Чистый город» – для юридических лиц, а «Чистая экономия» – для физических. Замечу, что физические лица любят экономить больше, чем юридические.

**– Неоднократно обращал внимание, как люди приезжают на заправки «Газпром» и пытаются получить бонусы на карту «Газпром нефти». Не мешает ли такое**

**смешение брендов в работе? Не хотите ли вы объединить бонусные программы с родственной заправочной сетью, чтобы не путать потребителей?**

– Мы, как правило, работаем в разных регионах.

За исключением Краснодарского края, Нижегородской, Владимирской и Калужской областей. Проблема смешения существует, мы над ней работаем. В настоящий момент пока ведем диалог с «Газпром нефтью».

**– Какова доля различных топлив в общем объеме реализации?**

– Бензины – 56,6%, дизельное топливо – 34,6% и СУГ – 8,8%. Объемы розничной реализации, как практически у всех на рынке, у нас в текущем году уменьшились. Связано это со снижением трафика в некоторых приграничных регионах присутствия, которое было вызвано контрсанкциями по отношению к странам Евросоюза. Однако сейчас потери на одних направлениях начинают компенсироваться ростом потребления на других, так как происходит определенное перераспределение направлений поставок импортных товаров автотранспортом.

**– Какова среднесуточная реализация?**

– В 2015 году среднее значение по всем регионам составило около 9 т в сутки с учетом газовых заправок, где объемы реализации традиционно в разы ниже, чем на бензиновых. А максимальное значение по всем видам заправок показал Воронеж – 20,9 т в сутки. Кстати, многотопливные станции в Воронеже продемонстрировали лучшие максимальные значения в нашей сети – 29,7 т в сутки, а в среднем по МАЗС – 14,6. Практика показывает, что это самый эффективный формат заправок.

**– А есть аналогичные данные за текущий год?**

– В первом полугодии среднесуточная реализация через одну станцию составила 8 т в сутки. Максимум вновь показал Воронеж – 18,5 т. Во втором полугодии эти показатели будут существенно выше, а по итогам года рассчитываем, что они будут как минимум не хуже 2015-го.

**– Что вы предпринимаете для повышения эффективности сети?**

– Потребитель хочет видеть красивые, аккуратные заправки с сопутствующими товарами. Мы активно

работаем в этом направлении – проводим ребрендинг, переформатирование операторных, с увеличением внутренних площадей, устройством магазинов, кафе с кофейной зоной, работаем над ассортиментной матрицей, а также проводим полную или частичную реконструкцию.

### Сопутствующий товар

**– В какой момент вы начали развивать на станциях реализацию сопутствующих товаров?**

– Практически с самого начала существования нашей сети. Если первоначально сопутствующие товары давали всего 1% выручки АЗС, то теперь – 17–18%. Доля сопутствующих товаров в общем валовом доходе за 2015 год – 6%. Одна чашка кофе по прибыли равна 6 л бензина. Кстати, о кофе: намереваемся в ближайшее время поменять на всех заправках кофемашины на суперавтоматические профессионального класса. Окупаемость данного проекта ожидаем в пределах трех лет.

**– Планируете проекты с другими дочерними компаниями «Газпрома»?**

– Планируем реализовать проект вместе с компанией «Газпром газомоторное топливо». В рамках этого проекта намечено дооснастить 16 наших АЗС модулями для заправки природным газом. Сейчас готовим необходимые договоры. Уже в текущем году запустим пилотную схему взаимодействия наших предприятий на базе существующего объекта в Астраханской области.

**– Кстати, планируете ли в качестве эксперимента начать заправку транспорта СПГ?**

– Проекты строительства заправочных станций на СПГ пока только обсуждаются. Планы такие есть, но они требуют тщательной проработки. Потребитель СПГ в качестве газомоторного топлива пока не сформирован.

**– А сами переводите технику на газ?**

– Наша политика в регионах – по максимуму использовать технику на СУГ и компримированном природном газе. Все-таки мы являемся флагманом по объемам реализации газомоторного топлива в нашей стране. Разумно привлекать клиентов собственным примером. И при этом экономить на топливе.

*Беседа вел Александр Фролов*

ФОТО