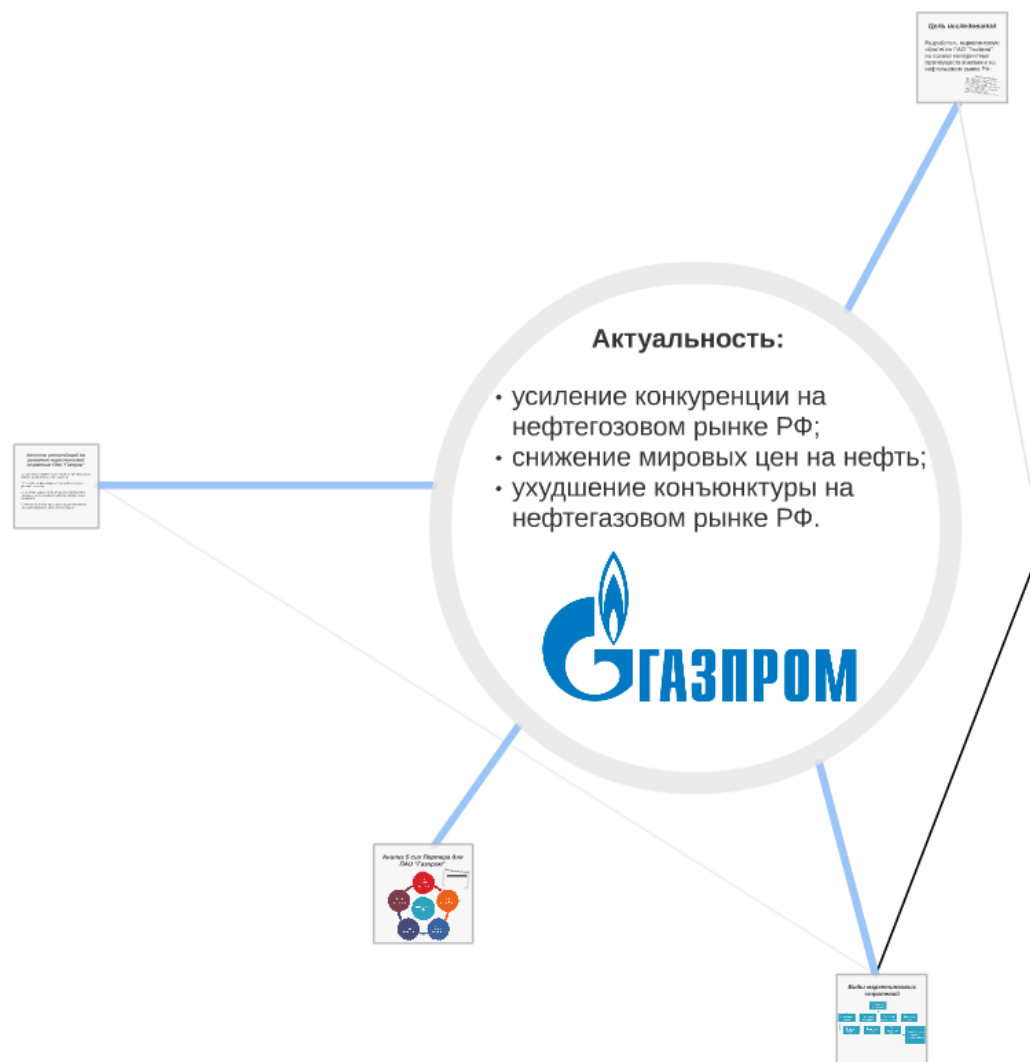


Формирование маркетинговой стратегии на нефтегазовом рынке на примере ПАО "Газпром"



Формирование маркетинговой стратегии на нефтегазовом рынке на примере ПАО "Газпром"

Актуальность:

- усиление конкуренции на нефтегазовом рынке РФ;
- снижение мировых цен на нефть;
- ухудшение конъюнктуры на нефтегазовом рынке РФ.



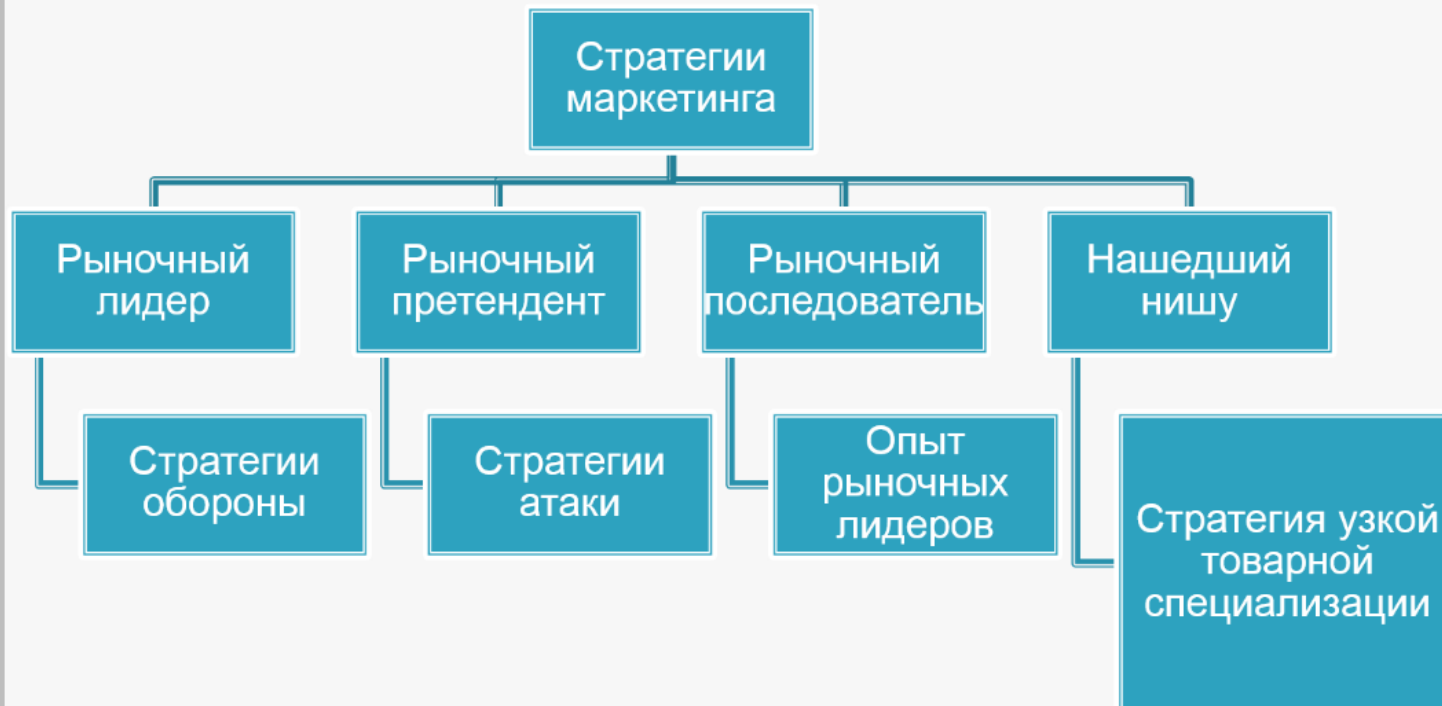
Цель исследования

Разработать маркетинговую стратегию ПАО "Газпром" на основе конкурентных преимуществ компании на нефтегазовом рынке РФ.

Задачи исследования

1. Исследовать теоретические подходы к формированию маркетинговой стратегии компании;
2. Выявить основные методы анализа эффективности маркетинговой стратегии компании;
3. Провести анализ маркетинговой стратегии конкурентов ПАО "Газпром" на нефтегазовом рынке РФ;
4. Провести анализ внутренней и внешней среды ПАО "Газпром" на нефтегазовом рынке РФ;
5. Предложить комплекс рекомендаций по совершенствованию маркетинговой стратегии ПАО "Газпром"

Виды маркетинговых стратегий



Анализ 5 сил Портера для ПАО "Газпром"

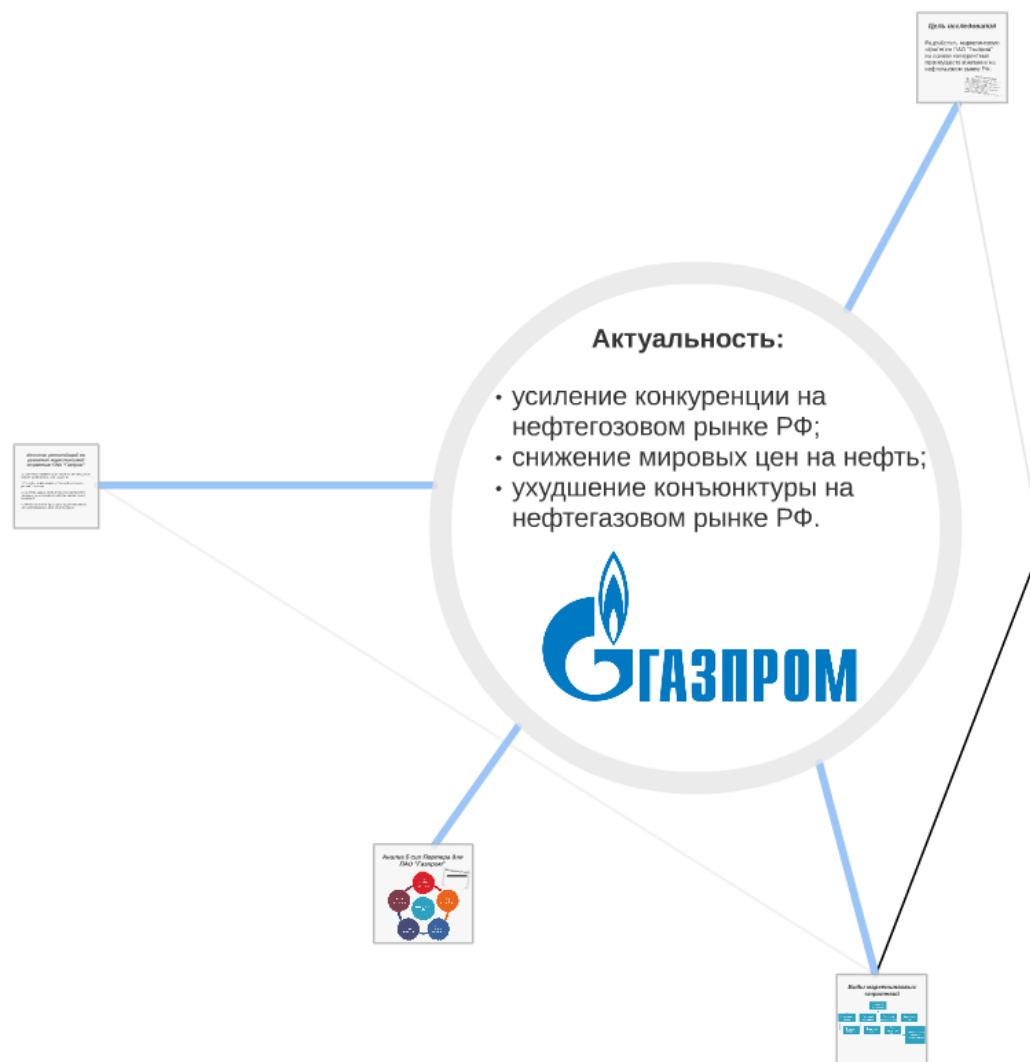


Конкурентные силы

Сила	Значение	Описание
Уровень внутриотраслевой конкуренции	Средний	Доля трех крупнейших компаний на рынке составляет %.
		Относительно небольшое число компаний-конкурентов на рынке
Угроза появления новых игроков	Низкий	Лидирующие позиции компании ПАО "Газпром" на рынке лицензий на добычу и разведку полезных ископаемых
		Большое количество автозаправочных станций компании Развитие новых каналов сбыта связано с высокими издержками
Рыночная власть покупателя	Средний	Незаменимость традиционных источников энергии в кратко- и среднесрочном периодах
		Большое число альтернативных предложений на рынке
Рыночная власть поставщиков	Средний	Отлаженные и длительные связи между компаниями-поставщиками внутри вертикально-интегрированной структуры ПАО "Газпром"
		Умеренная зависимость компании от поставщиков
Угроза появления товаров-заменителей	Низкий	Небольшая уровень различия между товарами-субститутами по цене и качеству
		Небольшое число доступных потребителю товаров-субститутов

Комплекс рекомендаций по развитию маркетинговой стратегии ПАО "Газпром"

1. Укрепление конкурентных позиций за счет внедрения элементов оборонительной стратегии;
2. Развитие эксклюзивных соглашений компании с дистрибьютерами;
3. Усиление защиты интеллектуальных ценностей с помощью патентирования наиболее перспективных технологий;
4. Оптимизация структуры издержек для повышения ценовой конкурентоспособности компании.



Формирование маркетинговой стратегии на нефтегазовом рынке на примере ПАО "Газпром"