



**Помощь студентам
онлайн! Без посредников!
Без предоплаты!
<http://diplomstudent.net/>**

Тема курсовой: «Анализ мирового рынка неразведанных запасов(нефть, газ) »

Теоретическая глава курсовой работы:

Глава 1. Теоретические аспекты маркетингового исследования запасов нефти и газа

1.1.Экономическая классификация запасов нефти и газа на мировом рынке

1.2.Цели и задачи маркетингового исследования рынка

Глава 1. Теоретические аспекты маркетингового исследования запасов нефти и газа

1.1. Экономическая классификация запасов нефти и газа на мировом рынке

Запасы нефти и газа имеют различную классификацию. Однако, говоря об этом понятии, следует отметить, что ни одно определение, изложенное в различных словарях, не может полно отобразить экономическое, политическое и социальное значение. Современная наука вкладывает в это понятие различные аспекты. Но запасы нефти и газа можно разделить на балансовые и извлекаемые. [8]

Под балансовыми подразумевают такие запасы нефти и газа, которые уже разведаны, и могут быть извлечены из недр. Но тут есть маленький нюанс. Разведанные запасы, могут подразделяться на несколько категорий. Первая категория, это та нефть и газ, которые находятся в недрах земли, и могут быть добыты при помощи современных технологий. Под современными технологиями можно понимать, различные буровые и выкачивающие установки, которые поднимают эти полезные ископаемые на поверхность, и доставляют к различным хранилищам, либо на перерабатывающие предприятия. Вторая категория, это такие запасы, которые разведаны, но имеющимися современными технологиями, которые приспособлены для добычи этих полезных ископаемых, невозможно извлечь их из недр, и тем более транспортировать в хранилища и другие места для последующей переработки. Такие запасы можно назвать условными. Поскольку они будут извлечены по прошествии определенного времени, когда будут созданы новые технологии, по их извлечению.

Под извлекаемыми, подразумеваются такие запасы нефти и газа, которые уже разведаны, и идет их технологическое извлечение из недр земли, с последующей доставкой к различным хранилищам, и перерабатывающим

предприятиям. С экономической точки зрения, это именно те углеводороды, от продажи и переработки которых наполняется бюджет нашей страны. Говоря простыми словами, они добыты и стоят на балансе различных предприятий в качестве энергоносителей либо сырья. Сюда также можно отнести и разведанные месторождения, где подтверждены большие запасы углеводородов, которые могут быть извлечены из недр, без особых затрат и усилий.

Следует отметить, что существует еще одна классификация таких запасов, это так называемые категории, их семь: подготовленные; разведанные; видимые; предполагаемые; геологические или перспективные; подготовленные для разведочного бурения; прогнозные. Каждую категорию, можно рассмотреть по отдельности.

1) Подготовленные запасы. Под этой категорией запасов нефти и газа, понимаются такие месторождения, которые прошли различную геологическую разведку, и получили специальные государственные сертификаты, и экологические оценки, позволяющие начать полномасштабную добычу в них углеводородов. Это балансовые месторождения.

2) Разведанные запасы. Под разведанными запасами, или месторождениями, подразумеваются участки местности, либо недр земли, на которых происходила геологическая разведка, на предмет наличия нефти или газа. В ходе нее были обнаружены эти полезные ископаемые, но сама местность еще не подготовлена для их добычи, не получены различные разрешительные документы и сертификаты. Может быть и такая ситуация, при которой установлены запасы нефти и газа, но пока добыть их не получится, в связи с отсутствием технических возможностей.

3) Видимые запасы. Говоря о видимых запасах нефти, следует понимать, что это такая местность, на которой, есть все основания считать, имеются месторождения таких полезных ископаемых как нефть или газ. Это могут определить только специфические ученые или исследователи. Но отличие этой

категории состоит в том, что объем полезных ископаемых, глубина их нахождения в недрах, еще не установлена, ее могут определить только номинально. Такая местность вносится в специальный реестр, после чего компетентные органы, должны определиться с началом полномасштабных геологических работ, либо консервации такого месторождения, без геологической разведки.

4)Предполагаемые запасы. Под такими запасами предполагаются, такие месторождения, либо участки местности, на которых могут находиться залежи нефти или газа. Их определяют профессиональные геологи, либо ученые. Но эти предположения не подкреплены различными исследовательскими и геологическими разведками. Поэтому сказать с большой уверенностью, о наличии в этой местности углеводородов с большой уверенностью не возможно. Конечно, такая местность заносится в специальный реестр, после чего, на будущее, планируется ее разведка, которая установит наличие либо отсутствие нефти и газа, объемы и глубину залегания.

5)Геологические или перспективные запасы. Эта классификация запасов нефти или газа, основывается на том, что при проведении геологической разведки определенной местности, смогли установить залегание этих полезных ископаемых, и получить подтверждение. Данные передаются в специальные государственные органы, в которых принимается решение о последующих действиях с этим месторождением. Геологическая разведка может быть проведена различным способом, но факт перспективности данного месторождения, подтвержден. Это дает возможность, в будущем, приступить к более детальной разведке и разработке этого месторождения.

6)Подготовленные для разведочного бурения. Под этими запасами нефти и газа, подразумевается такая местность, которая прошла предварительную оценку и разведку, различными специалистами. Они установили, что на ней могут располагаться месторождения нефти и газа, поэтому можно приступать к разведочному бурению скважин. Такое бурение,

делается для того, чтобы определить объемы месторождения и глубину залегания. Ведь не всегда разведанные месторождения, способны давать необходимое количество нефти или газа, для добычи их в промышленных масштабах. [8]

Конечно такую классификацию, можно назвать полной, но она отражает понятие «запасы нефти и газа» с научной точки зрения, различных геологических работ, связанных с выявлением и фиксацией месторождений углеводородов. Рассмотрим экономическое понятие запасов нефти и газа.

Найти месторождение, где есть нефть и газ, это определенная часть работы, направленная на добычу этих полезных ископаемых. Каждое место, где существуют такие запасы, должно пройти экономическую экспертизу, о целесообразности добычи углеводородов. Ведь может быть такая ситуация, когда стоимость добычи, будет гораздо больше, чем цена на добытые ресурсы. Тут и приходит на помощь, экономическое понятие запасов нефти и газа. Исходя из последних экономических тенденций, и цены на нефть и газ, на различных рынках, можно прийти к выводу, что добывать углеводороды нужно в таких местах, где не нужны большие финансовые вложения, так как цена постоянно растет или колеблется. Поэтому, проанализировав, все это можно прийти к выводу, что в экономическое понятие или термин «запасы нефти и газа», входит себестоимость, за условную единицу углеводорода. Для нефти это баррель, для газа кубический метр.

Перед тем, как приступить к добыче нефти или газа, любое месторождение проходит экономическую экспертизу, где учитываются все факторы, связанные с добычей. Это затраты на энергию, зарплату рабочим, и прочие материалы и исследования. Отметим, что если газ или нефть залегают в труднодоступных местах, либо глубоко, туда нужно тянуть дополнительные трубопроводы, ставить станции по перекачке и прочие технические приспособления. Если месторождение маленькое, разрабатывать его никто не будет, по крайней мере в обозримом будущем. Это и есть экономическое

понятие запасов нефти и газа. Без него, нет никакой возможности начинать осуществление деятельности, связанной с полномасштабной разработкой и последующей добычей нефти и газа.

Говоря о запасах нефти и газа, следует отметить, что необходимо проанализировать, состояние этого рынка во всем мире. Россия является одним из крупнейших поставщиков, углеводородов, но к сожалению пока не вышла на первое место. Первое место по количествам запасов углеводородов принадлежит дальневосточным странам, а именно Саудовской Аравии. Не отстают от нее Мексика, США, рисунок 1.1(Приложение А). Современные геологические исследования и предположения, говорят о том, что такое сырье есть везде, но в разных количествах. Самым бедным регионом по запасам нефти и газа является Европа. В ней есть одна страна, которая обладает более-менее значительными разведанными запасами это Румыния. Исходя из этого, можно сделать вывод о том, что потребность стран Европейского Союза в углеводородах, может обеспечивать одна страна Российская Федерация, которая имеет хорошую трубопроводную систему, транспортирующую нефть и газ в этот регион. Но тенденции современного рынка углеводородов, также зависят от мировых лидеров по их добыче, которые, благодаря своим возможностям, могут менять цену на них в сторону уменьшения или увеличения, поэтому планируя поступления в бюджет, от их продажи, экономисты должны учитывать, тенденции разработки мировых месторождений. [24]

Отметим, что под термином «Запасы нефти и газа», можно подразумевать многие его составляющие. Но самым главным является его территориальные и экономические составные. В современном мире нефть и газ, давно превратились их химических ресурсов, в стратегические, в связи с чем, от их наличия или отсутствия, зависит существование экономики целых стран. Поэтому запасы нефти и газа, это уже не геологический термин, а больше экономический. И так выше были рассмотрены понятия запасов нефти и газа, их классификация. Выше уже было отмечено, что прежде чем осуществлять ту или иную

деятельность, является необходимым проведение маркетингового исследования рынка. Для того, чтобы подробнее рассмотреть сущность этого понятия, цели и задачи, перейдем к следующему параграфу исследования.

1.2. Цели и задачи маркетингового исследования рынка

Маркетинговые исследования рынка – представляет собой одну из разновидностей маркетинговых исследований, изучает все аспекты бизнес-среды компании. Результатом исследования рынка в маркетинге является понимание деятельности конкурентов, структуры рынка, правительственных решениях в области регулирования и стимулирования рынка, экономических тенденциях на рынке, исследование технических достижений и многих других факторов, которые составляют бизнес-среду, что позволяет быть ближе к потребителю, понимать и чувствовать его потребности и настроение. Цель и задачи маркетингового исследования рынка представлены на рисунке 1.2.

Зная емкость рынка и тенденции ее изменения, компания получает возможность оценить перспективность того или иного рынка для себя. Нет смысла работать на рынке, емкость которого незначительна по сравнению с возможностями предприятия: расходы на внедрение на рынок и работу на нем могут не окупиться. [17]

Маркетинговое исследование рынка осуществляется в двух разрезах: оценка данного момента времени с целью подстройки тех или иных рыночных параметров; получение значений для построения прогноза. [7] Методов исследования рынка огромное множество. Все эти методы применяются в определенной ситуации, для решения определенных маркетинговых задач. Методы сбора данных при проведении маркетинговых исследований можно классифицировать на две группы: количественные и качественные. Количественные исследования рынка обычно отождествляют с проведением различных опросов, основанных на использовании структурированных



Рисунок 1.2- Цель, задачи и методы маркетингового исследования рынка

вопросов закрытого типа, на которые отвечает большое число респондентов. Характерными особенностями таких исследований являются: четко определенный формат собираемых данных и источники их получения, обработка собранных данных осуществляется с помощью упорядоченных процедур, в основном количественных по своей природе. Качественные исследования рынка включают сбор, анализ и интерпретацию данных путем наблюдения за тем, что люди делают и говорят. Наблюдение и выводы носят качественный характер и осуществляются в нестандартизированной форме. В целом процесс маркетингового исследования включает ряд операций: определение проблемы; вторичное и первичное исследование рынка; анализ данных; выработка рекомендаций по результатам исследования, рисунок 1.3.



Рисунок 1.3- Процесс маркетингового исследования рынка

Вторичное исследование осуществляется на основании вторичной информации: внутренняя и внешняя(Приложение Б). В рамках первичного исследования оригинальные данные собираются с помощью методов: опроса, наблюдения, эксперимента и имитации.(Приложение В). Анализ данных маркетингового исследования рынка начинается с преобразования исходных данных(внесение данных в компьютер), далее проводится статистический анализ (рассчитываются различные коэффициенты, величины и т.д.). [12]Таким образом, выше кратко была рассмотрена сущность маркетингового исследования рынка, цели и задачи, а также методы исследования. Для того, чтобы провести анализ мирового рынка неразведанных запасов нефти и газа, необходимо перейти к следующей главе исследования.

Список использованных источников

1. Федеральный закон от 30 ноября 1995 г. N 187-ФЗ «О континентальном шельфе Российской Федерации»(ред. от 28 декабря 2010 г.).
2. Багиев Г.Л., Аренков И.А. Основы маркетинговых исследований. – СПб.: СПбУЭФ, 2014г. – 380 с.
3. Беляевский И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2017. – 288 с.
4. Битва за Арктику[Электронная версия][Ресурс:/
<http://www.vestifinance.ru/>]
5. Бурова А.С. Международный маркетинг. – М: Дашков и К, 2017г.– 501 с.
6. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. – М.: Финпресс, 2016. – 228 с.
7. Еремен В.Н. Маркетинг: основы и маркетинг информации .–М.: КНОРУС, 2017г. – 410 с.
8. Запасы нефти и газа [Электронная версия] [Ресурс:
<https://utmagazine.ru/posts/8752-zapasy-nefti-i-gaza>]
9. Котлер Ф. Основы маркетинга. Пер. с англ. – М.: Прогресс, 2018г.. – 882 с.
- 10.Лебедев О.Т., Филипова Т.Ю. Основы маркетинга. – СПб.: ИД «МиМ», 2017г. – 398 с.
- 11.Лукашевич М.Л. Международный маркетинг: Учеб.-метод. пособие. / Под ред. А.Г. Медведева. - СПб.: Изд-во СПбИЭФ, 2016г. – 500 с.
- 12.Маджаро С. Международный маркетинг. - М.: Международные отношения, 2017г. – 480 с.
- 13.Маркетинг: Конспект лекций в схемах / Под ред. В. П. Водопьянова. – М.: ПРИОР, 2016г. – 208 с.
- 14.Международный маркетинг: Учеб. пособие / Н. И. Перцовский, И.А.Спиридонов, С. В. Барсукова. М.: Высшая школа, 2016г. – 601 с.

- 15.Международный маркетинг: Учеб. пособие для вузов. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014г. - 199 с.
- 16.Моисева Н.К. Международный маркетинг: Учебник. – М.: Центр экономики и маркетинга, 2016г. – 520 с.
- 17.Маркетинговое исследование рынка [Электронная версия] [Ресурс: https://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_m/marketing_ovoe_issledovanie_rynka/].
- 18.Нефть и газ Арктики [Электронная версия] [Ресурс: <http://pro-arctic.ru/resources/3516>]
- 19.Ноздрева Р.Б. Современные аспекты международного маркетинга. М: МГИМО, 2015г. – 601 с.
- 20.Программа освоения ресурсов углеводородов на шельфе Российской Федерации до 2030 года, одобренная Постановлением Правления ОАО «Газпром» от 03.03.2011 № 7 и утвержденная решением Совета Директоров ОАО «Газпром» от 19.04.2011 № 1792;
- 21.Сайфулаева М. Э. Международный маркетинг в экономике современной России / М.: Экономика, 2017. – 234 с.
- 22.Соболев В. Ю. Международный маркетинг: Учеб. пособие / В. Ю. Соболев. – Н. Новгород: НКИ, 2010. – 389 с.
- 23.Эванс Дж.Р., Берман Б. Маркетинг: Пер. с англ.- М.: Экономика, 2016г..
- 24.Экономика России: нефть и газ [Электронная версия] [Ресурс: <https://wtcmoscow.ru/services/international-partnership/analytics/ekonomika-rossii-neft-i-gaz/>]