

Кадетова В.И.

студент

Научный руководитель: Белова Н.Н., к.э.н

Воронежский государственный университет

**ПЕРСПЕКТИВЫ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПАО
«ГАЗПРОМ»**

Аннотация: В статье рассматриваются результаты деятельности ПАО «Газпром» и ее место на экономическом мировом рынке. Рассмотрены причины и предпосылки к расширению зон влияния с помощью маркетинговой деятельности. Подчеркивается важность анализа внешней среды. Приводятся перспективные направления маркетинговой деятельности для ПАО «Газпром».

Ключевые слова: маркетинговая деятельность, устойчивое развитие, имидж, стратегия, диверсификация.

Kadetova V.I.

Student

Scientific supervisor: Belova N.N., Candidate of Economics

Voronezh State University

PROSPECTS FOR MARKETING ACTIVITIES OF PJSC GAZPROM

Annotation: The article discusses the results of the activities of PJSC Gazprom and its place in the global economic market. The reasons and prerequisites for expanding zones of influence through marketing activities are considered. The importance of analyzing the external environment is emphasized. Promising areas of marketing activities for PJSC Gazprom are presented.

Keywords: marketing activities, sustainable development, image, strategy, diversification.

ПАО «Газпром» играет значительную роль в экономике России как крупнейшая государственная компания, занимающаяся добычей,

транспортировкой и продажей природного газа. Компания является крупнейшим экспортером природного газа из России, что приносит значительные доходы в бюджет страны и способствует укреплению экономической позиции России на мировом рынке. Несмотря на сложную экономическую и политическую ситуацию в мире, «Газпром» по-прежнему остается основным поставщиком природного газа для внутреннего потребления и экспорта, что обеспечивает энергетическую безопасность страны.

ПАО «Газпром» является вертикально-интегрированной компанией в нефтегазовом секторе, то есть занимается полным спектром работ от геологоразведки и разработки месторождений до переработки и транспортировки газа, нефти и нефтепродуктов. Имея такие большие охваты и масштабы производства, компания нуждается в постоянных и платежеспособных рынках сбыта. Данный аспект деятельности компании в текущих экономических реалиях претерпевает большие изменения.

Компания осуществляет свою маркетинговую деятельность, направленную как на внутренний рынок, так и на внешний, но наиболее перспективным направлением является, конечно, внешняя маркетинговая деятельность. Это обуславливается большим неохваченным внешним рынком, а также несоответствием объемов спроса и предложения внутри страны ввиду больших объемов добычи и переработки углеводородов.

Передел зон влияния на внешнем экономическом рынке, безусловно, затрагивает и нефтегазовую отрасль. Поэтому для успешной разработки и реализации маркетинговой стратегии необходим подробный анализ внешнего рынка для качественного прогноза ситуации ввиду большой турбулентности экономической ситуации. Так, маркетинговая стратегия ПАО «Газпром» направлена на расширение своих активов путем увеличения источников экспертной выручки, а также на удержание уже существующих рынков сбыта нефти, газа и нефтепродуктов и рост

влияния на новых перспективных рынках сбыта. Один из приоритетов деятельности — это увеличение объемов производства сжиженного природного газа, в том числе его доля в экспортном портфеле ПАО «Газпром».

Перспективы маркетинговой деятельности ПАО «Газпром» могут быть определены следующими факторами:

1. Развитие технологий. Внедрение новых цифровых инструментов и технологий в маркетинговые стратегии. Это способствует улучшению эффективности коммуникации с потребителями и повышает конкурентоспособность компании.

2. Расширение рынков сбыта. Развитие новых рынков и поиск новых потребителей для продукции.

3. Укрепление имиджа компании. Активное продвижение бренда и формирование положительного образа компании в глазах потребителей

4. Анализ конкурентной среды. Изучение действий конкурентов и адаптация маркетинговых стратегий к изменениям на рынке позволит компании оставаться конкурентоспособной.

5. Устойчивое развитие. Внедрение принципов устойчивого развития в маркетинговые стратегии.

Сохранение достигнутых позиций на европейском рынке способствует стабильному поддержанию прибыли, но для ее увеличения необходимо диверсифицировать рынки сбыта путем выхода в Азиатский и Тихоокеанский регион. Данное сотрудничество уже зарекомендовало себя в других отраслях промышленности страны как крайне эффективное и перспективное, поэтому есть возможность в ближайшем будущем организовать трубопроводные поставки газа не только в страны Европы, но и в страны Востока, нарастить поставки в Китай. Нельзя исключать перспективы развития смежных сегментов бизнеса, которые сейчас только набирают обороты, к таким относится электроэнергетика.

Таким образом, успешная маркетинговая деятельность ПАО «Газпром» будет зависеть от умения компании адаптироваться к изменяющимся условиям рынка, использовать инновационные подходы и стремиться к устойчивому развитию. Постоянная модернизация подходов к анализу внешней среды и разработке стратегий компании позволит снижать негативное влияние внешней среды на результаты деятельности.

Использованные источники:

1. Лисенкова А. С. Пути повышения эффективности производства ПАО «Газпром» / А. С. Лисенкова // Молодой ученый. — 2021. — № 5 (347). — С.267-269.

2. Симонов К.В. Концепция многовекторной диверсификации российской нефтегазовой компании: предпосылки, направления, возможности / К. В. Симонов, А. О. Буряченко // Управленческие науки. — 2022. - №4. – С.20-35.

3. Мусатов Б.В. Принципы организации службы маркетинга на уровне управляющего центра промышленного холдинга / Б.В. Мусатов, А.А. Оботнина // Международный научно-исследовательский журнал. — 2021. - №1(103). – С.30-33.