

试论国内油田销售企业如何增强原油市场竞争力

姜 敏 (中石化西北油田分公司, 新疆 乌鲁木齐 830000)

摘 要: 在技术发展、经济全球化背景下, 能源市场竞争激烈, 原油市场环境日趋复杂。企业作为竞争实体, 竞争力提升成为必然。特别是油田销售企业, 作为市场经济重要构成, 对产业发展环境影响深远。对此, 本文将对国内油田销售企业如何增强原油市场竞争力进行探析, 先了解国内油田销售企业竞争力的影响因素, 整体把握竞争力提升的基本方向, 此后, 在分析国内油田销售企业原油市场竞争力的提升策略, 了解竞争力提升的路径, 推动国内油田销售企业竞争力的提升, 实现国内油田销售企业的持续性发展。

关键词: 国内; 油田销售; 企业; 原油; 市场竞争力

Abstract: Under the background of technological development and economic globalization, the competition in the energy market is fierce, and the crude oil market environment is increasingly complex. Enterprise as a competitive entity, competitiveness enhancement becomes inevitable. Especially oilfield sales enterprises, as an important component of market economy, have a far-reaching impact on the environment of industrial development. In this regard, this paper will analyze how to enhance the competitiveness of domestic oil field sales enterprises in the market. First, it will understand the factors affecting the competitiveness of domestic oil field sales enterprises and grasp the basic direction of competitiveness improvement. Then, it will analyze the strategy of improving the market competitiveness of domestic oil field sales enterprises and understand the path of competitiveness improvement. Promote domestic oil field sales enterprises to enhance competitiveness, to achieve sustainable development of domestic oil field sales enterprises.

Keywords: domestic; oilfield sales; enterprise; crude oil; market competitiveness

0 引言

能源与经济发展息息相关, 占据着经济建设的重要地位。石油产业发展更关系着国家地区发展的稳定性与安全性, 成为国家地区发展潜力与综合实力衡量的重要指标。由此, 国家对石油产业发展的关注度极高。

特别是在国际能源竞争激烈的背景下, 国内油田销售企业竞争优势提升的重要性明显提高。对此, 本文将对国内油田销售企业竞争优势提升进行探析, 着重把握国内油田销售企业市场竞争力提升的影响因素与提升策略, 为国内油田销售企业战略制定提供参考, 维护国内油田销售企业的持续发展。

1 国内油田销售企业原油市场竞争力的影响因素

1.1 规模盈利能力

规模盈利能力包含规模实力与盈利能力两方要素。其中规模实力是油田销售企业竞争力强弱的直观体现, 企业效益与规模经济息息相关, 一般而言, 企业规模实力越强, 资金充足度、销售渠道、客户影响力以及价格优势更强, 相较而言, 竞争优势更高。总资产数目越高, 营业收入越高, 规模优势越强, 油田

销售企业总资产主要涉及债券、财产等, 而营业收入主要是指油田销售企业经营活动收益的总和。

盈利能力则是指油田销售企业期限内的利益获取能力, 是企业存在发展的基础。一般而言, 产品特殊性、客户数量等皆影响企业盈利能力。而销售利润率则是油田销售企业资产获利的直接反映, 利润率越高, 企业资产获利力越强。此外, 流动资产周转率则是企业流动资产周转速度的直接反映, 流动资产周转速度快, 则表明资产运营能力更强, 市场竞争力越强。

1.2 经营管理能力

经营管理能力是油田销售企业竞争力提升的前提与基础。一般而言, 经营管理更强的油田销售企业, 产业供应商集中度更高, 相较而言, 供应商更换成本更低, 代替品更多, 供应商议价能力更强, 由此, 更具有市场竞争力。此外, 人均利润总额、人均营业收入是经营管理能力的重要显现, 人均利润总额与人均营业收入越高, 则表明企业人资配比合理性更高, 经营管理能力愈强。

1.3 营销竞争能力

营销竞争能力主要表现在竞价能力、新产品推介

能力、广告服务能力等方面。在竞争激烈的原油市场环境下,油田销售企业的竞争者数量增加,实力均等性提高。

在此背景下,营销竞争能力成为油田销售企业获取竞争优势的关键,通过优化产品服务,提供优势产品等方式,提升营销竞争能力,进而达到提升竞价优势,提高市场竞争力的目标。

1.4 持续发展能力

持续发展能力是油田销售企业经营目标达成、市场地位保证的关键,对油田销售企业持续获利、竞争优势保持具有直接影响。

一般而言,若油田销售企业长时间内无法产出不同形式的类似或相似功能产品,可持续发展能力则会受到影响,增加被替代的可能性,进而导致竞争力丢失。

1.5 创新能力

企业的健康发展始终需要创新来支撑,如果企业创新能力不足,势必会被市场竞争所淘汰,难以取得良好的市场竞争优势。对于油田销售企业而言,创新是健康发展的驱动力,只有企业内部具备良好的创新精神,并且在产品创新、服务创新等方面投入相应的人力、物力,才能将企业的创新能力转化为具体的经济收益。

当油田销售企业的创新与收益回报呈现正比的关系时,证明油田销售企业正处在良性循环的发展机制中,会促进企业内部产生越来越多的创新,从而为油田销售企业带来更好的经济效益。

1.6 自然因素

自然因素包括环境、气候等多个方面,例如在新冠肺炎的冲击下,我国的经济正面临着下行压力,对油田销售企业同样产生较强的冲击。因此,油田销售企业应具备良好的风险预知和抵御能力,尤其在特殊时期应探寻契合自身发展的路径,才能突破发展困境,避免经济效益大幅下滑而影响自身的竞争力。

2 国内油田销售企业原油市场竞争力的提升策略

2.1 落实规模经济战略,助力盈利能力提升

面对激烈的原油竞争市场,油田销售企业应当重视规模经济战略的实行,逐步合理扩大企业规模实力,重视经营成本降低,以达到提升抗风险能力的效果,提高竞争优势。

针对于此,应当注意:

一是战略调整,国内油田企业应当以全球化为高

度,结合企业发展条件与特点,制定特色发展战略,积极拓展国内外业务,抢占市场份额;

二是资源整合,国内油田销售企业应当重视战略联盟的构建,与其他油田销售企业达成合作,形成竞争合力,提高市场竞争优势。同时,还应当重视优秀经验与技术的吸纳,完成优势互补与资源整合,实现风险共担与收益共享,降低恶性竞争的发生率,逐步形成规模优势,提高市场竞争力。

针对于盈利能力的提升,国内油田销售企业应当重视投资、用工以及成本观念的转变,重视市场化运行、社会化服务、效益化考核以及科学化决策的落实,以保证盈利能力的提高。

针对于此,应当注意:

一是考核体系,国内油田销售企业应当重视人员考核体系的优化,约束销售人员行为,提升服务质量,形成服务竞争优势;

二是成本控制,国内油田销售企业需重视成本管理战略的制定,落实各项成本管理机制,优化资本流动,提升资本运用率与回报率,实现收益提升,进而达到提高盈利能力的效果,形成竞争优势。

2.2 优化经营管理,提升企业运转质量

由上可知,内部经营管理优化是提升油田销售企业竞争力的关键。对此,国内油田销售企业应当重视管理体制创新,完善监督体系,落实精细化、规范化以及信息化管理,逐步推进内涵式、集约化发展。同时,应当重视文化宣传活动的展开,引导企业职工形成良好文化观念,并将之转向具体工作岗位,影响职员工作行为,推动职员队伍执行力、向心力以及凝聚力的提高,进而实现管理有效性的提高。此外,应当重视人才选用观念的优化,采用多元化、市场化的人才理念,将人才作为国内油田销售企业的核心资产,构建育才、用才以及选才机制,促进企业运转质量提升,综合推动企业竞争力优势的形成。

2.3 重视自主创新,扩展营销手段

国内油田销售企业应当重视创新能力的提高,扩展营销手段,以推动产品竞争力的提升,进而获取更多市场竞争优势。

针对于此,应当注意:

一是技术服务引进,国内油田销售企业应当重视先进技术的引进,优化产品服务,提升服务质量;

二是营销手段优化,国内油田销售企业需重视新产品的开发,优化宣传机制,提高产品知名度,逐步

形成品牌效应,增强客户认可度,降低可代替性,进而形成竞争优势;

三是激励机制,国内油田销售企业应当重视“新思路”、“新手段”鼓励机制的搭建,予以创新思维鼓励,调动企业职员创新意识,为国内油田销售企业的发展提供多重力量。

2.4 立足持续发展,落实资源交替

针对于持续发展力的提升,国内油田销售企业应当注意:

一是合作战略,企业应当重视战略合作,与其他企业共谋产业发展,完成资源整合交替,促进竞争合力的形成;

二是人才培养,企业应当重视各类人才的选用与培养,并通过构建激励机制与企业文化的方式,提高人才吸引力,为国内油田销售企业发展提供后备力量,为企业新产品的推出提供必要的人才,推动持续发展。

2.5 强化质量管理,注重技术更迭

油田销售企业要想在竞争激烈的原油市场立足,就必须加强自身的质量管理,始终将提高产品质量、优化服务水平作为核心目标,从而占据更多的市场份额。

例如,部分油田销售企业的技术优势并不显著,就会出现产品更新慢、服务水平低等一系列的连锁反应,一定程度地制约着油田销售企业的健康发展。面对这样的问题,油田销售企业必须立足自身的实际情况,将发展目光放在技术创新和更迭方面,通过结合企业的战略发展目标,寻找个性化发展的路径,通过强化自身的方式提高企业在原有市场的竞争力。

同时,油田销售企业还必须具备动态更新的理念,关注国内原油市场的发展趋势,动态调整经营理念、营销理念以及管理理念,做到自身的精准定位,找准合理的发展发展,为油田销售企业的可持续发展奠定坚实基础。

2.6 明确市场需求,开展整体营销

营销是推广企业的重要方式,现代化的发展趋势下,企业必须具备良好的营销手段,才能把握市场竞争优势。

油田销售企业的营销除了能够塑造企业形象、提高企业知名度外,还能帮助油田销售企业抢占市场份额,所以油田销售企业应注重整体营销理念的树立,使全体员工意识到营销的重要性。

油田销售企业内部,管理层应要求各个部门做好

本职工作,在此基础上完成各个部门的协调配合,统一营销方向、明确工作内容、落实工作责任,达成进一步提高企业经济效益的目标。

油田销售企业通过在内部的统一规划,明确市场的具体需求,采取针对性的营销措施,并将营销措施分解到个人,细化各个环节的营销内容,实现整体性营销,打造良好的营销效果,有效抢占原油市场份额,推动企业健康发展。

3 结束语

综上所述,在复杂原油市场环境下,油田销售企业市场竞争力获取的难度逐步提高。在增强原油市场竞争力的过程中,国内油田销售企业首先应当把握竞争力的主要影响因素,即经营管理能力、规模盈利能力以及持续发展能力等方面,把握整体方向,此后,再结合企业发展特点,通过优化经营管理与规模经济战略的方式,实现企业内部运转质量与产品竞争优势的提升,缩减企业经营成本,增强企业影响力,进而达到提升原油市场竞争力的目标,实现国内油田销售企业的持续发展。

参考文献:

- [1] 卢田田.石油企业竞争力评价研究——以中原油田为例[D].河南:河南大学,2018.
- [2] 张新伟,杨帆,姜歌.提高石油销售企业核心竞争力的措施与实践[J].时代经贸,2017(25):32-35.
- [3] 蒋先念.油气田天然气销售中的重点问题与改进对策探究[J].消费导刊,2020(12):193.
- [4] 刁永强,李俊楠,高红松,张亚明,杨晓东,刘斌.起伏地形湿气管道清管策略分析与研究[J].石油工程建设,2020(05).
- [5] 闫可安,许天旱,韩礼红,路彩虹,陈阳.双金属复合管的研究现状与发展趋势[J].化工技术与开发,2020(10).
- [6] 谭晓林,龙媛媛,刘晶姝,魏旭,杨为刚.胜利油田抗氧缓蚀剂的研制与应用[J].油田化学,2020(03).
- [7] 孙艳彬,刘芸,梁思维.复杂天然气长输管道清管作业工艺调整[J].化工管理,2020(26).
- [8] 李岩,韩璐泽,王凯勃,顾孝宋,卢召红.碳纤维对大面积腐蚀管道补强的研究[J].低温建筑技术,2021(10).

作者简介:

姜敏(1985-),男,汉族,江西南昌人,大学本科,中级经济师,油气储运及销售。