СОДЕРЖАНИЕ

[Введение 3](#_Toc125709867)

[1 Теоретичекие основы формирования сервисной политики в организации 7](#_Toc125709868)

[11 Понятие, характеристика и принципы формирования сервисной политики в организации 7](#_Toc125709870)

[1.2 Специфика, методы и критерии оценки сервисной политики в организации 14](#_Toc125709871)

[1.3 Эволюция формирования и современное состояние нефтегазового сектора Российской Федерации 22](#_Toc125709872)

[2 Анализ формирования сервисной политики в организации ООО «Газпромнефть - Центр» 31](#_Toc125709873)

[2.1 Организационно-экономическая характеристика ООО «Газпромнефть - Центр» 31](#_Toc125709874)

[2.2 Анализ проблем формирования сервисной политики на предприятиях российского нефтегазового рынка 44](#_Toc125709875)

[2.3 Анализ и оценка существующей сервисной политики в организации ООО «Газпромнефть - Центр» 53](#_Toc125709876)

[3 Направления развития сервисной политики в организации ООО «Газпромнефть - Центр» 60](#_Toc125709877)

[3.1 Разработка рекомендаций по совершенствованию существующей сервисной политики в ООО «Газпромнефть - Центр» 60](#_Toc125709878)

[3.2 Прогноз экономического эффекта от предлагаемых мероприятий 66](#_Toc125709879)

[Заключение 71](#_Toc125709880)

[Список использованных источников 76](#_Toc125709881)

[Приложение А. Финансовые показатели 83](#_Toc125709881)

[Приложение Б. Финансовые показатели 89](#_Toc125709881)

# ВВЕДЕНИЕ

Актуальность рассматриваемой темы определяется тем, что деятельность сервисных компаний в нефтегазовом секторе в современных условиях претерпевает значительные изменения в связи с направленностью политики в сфере нефтегазохимии, условиями деятельности, ограниченными санкциями и требованиями инновационной экономики - снижения стоимости добычи природных ресурсов за счет технического переоснащения отрасли

Особенностью сервисных услуг является то, что они не существуют без товаров и услуг как таковых Развитие теории экономики привело к появлению концепции интегрированного товара, или товара с подкреплением, когда продажа материального носителя сопровождается послепродажным его обслуживанием, или сервисным обслуживанием

При усложнении процесса эксплуатации оборудования особое значение приобретают послепродажные услуги, которые обеспечивают качество товара на стадии эксплуатации и тем самым удовлетворяют потребность, ради которой товар приобретался Речь идёт об услугах технических, консультационных, профессионального обучения и тп Их оказание сопутствует одной основополагающей цели - обеспечить качественные характеристики товара в процессе его эксплуатации Послепродажные услуги в нефтегазовом секторе имеют подчинённый характер и возникают в связи с приобретением потребителем сложного в эксплуатации изделия или установки

Деятельность сервисных компаний и сервиса в целом, применительно к современным условиям играет особую роль, поскольку в данном случае речь идет не просто об оказании услуг или реализации продукции, а о том, что именно некая часть услуги или продвижения продукции принадлежит сервису, и в этой связи производителю услуги или продукта необходимо знать: в каких видах или типах сервиса нуждается потребитель, и стоит ли включать стоимостную оценку сервис-услуг или сервис-продукта в цену оказания этих услуг, в том числе и по продвижению продукта.

Сервис в нефтегазовом комплексе – нефтесервис – включает: бурение скважин; текущий и капитальный ремонт скважин; сейсмические исследования и геофизические работы; применение методов повышения нефтеотдачи пластов и интенсификации добычи; обслуживание и ремонт нефтепромыслового оборудования.

Очевидно, что нефтегазовые сервисные компании играют очень важную роль в создании новых экономически эффективных технологий поиска, разведки и добычи углеводородного сырья Мировой опыт показывает, что при освоении наиболее сложных в геологическом и технологическом отношении месторождений участие специализированных сервисных компаний не только экономически оправдано, но и просто необходимо Долгосрочное сотрудничество добывающих и сервисных компаний приводит к повышению эффективности работы и тех и других.

Рынок нефтегазового сервиса в России еще только выстраивается.

Основные тенденции связаны с постепенным выделением сервисных подразделений из нефтегазодобывающих компаний и в вовлечении сторонних поставщиков сервиса.

Цель работы – разработка мероприятий по повышению сервисной политики фирмы ООО «ГАЗПРОМНЕФТЬ - ЦЕНТР» через выявление проблем в области инновационного взаимодействия нефтегазовых и сервисных компаний на современном этапе развития Российской Федерации и формирование сервисной политики ООО «ГАЗПРОМНЕФТЬ - ЦЕНТР»

Задачи исследования:

рассмотреть характерные формирования сервисной политики в организации, методы и критерии оценки сервисной политики в организации;

описать эволюцию формирования и современное состояние нефтегазового сектора Российской Федерации;

представить организационно-экономическую характеристику предприятия ООО «ГАЗПРОМНЕФТЬ - ЦЕНТР»;

провести анализ проблем формирования сервисной политики на предприятиях российского нефтегазового рынка на примере организации ООО «ГАЗПРОМНЕФТЬ - ЦЕНТР»;

разработать рекомендации по совершенствованию существующей сервисной политики в ООО «ГАЗПРОМНЕФТЬ - ЦЕНТР» и представить прогноз экономического эффекта от предлагаемых мероприятий

Объект исследования – сервисная политика ООО «ГАЗПРОМНЕФТЬ - ЦЕНТР»

Предмет исследования – организационно-экономические и управленческие условия осуществления сервисной деятельности