

Strategii concurențiale

CAPITOLUL I

PREZENTAREA GENERALĂ A COMPANIEI S.C. PETROM S.A.

Petrom este cea mai mare companie petrolieră din România, cu cifra de afaceri de peste 3,5 miliarde de Euro în 2006 și cu circa 32.837 de angajați. La sfârșitul anului 2004, compania a parcurs poate cea mai importantă etapă a existenței sale de la înființarea în 1997 și până în prezent, și anume finalizarea procesului de privatizare, prin achiziția pachetului majoritar de acțiuni de către OMV, unul dintre cele mai mari grupuri petroliere europene. Începând cu anul 2005, Petrom a demarat un proces amplu de restructurare dar și de investiții menite să îmbunătățească procesele de producție și de rafinare dar și serviciile oferite prin rețeaua downstream. Ca parte a grupului OMV, Petrom va putea deveni un jucător important pe piața produselor petroliere din România și din Europa Centrală și de Est, la cele mai înalte standarde de calitate.

Petrom a obținut rezultate financiare pozitive pentru anul 2005, care vor contribui la îndeplinirea obiectivelor strategice ale companiei. Profitul net a crescut semnificativ la 1.416 milioane RON (391 milioane Euro), ca și EBIT-ul care a înregistrat o valoare pozitivă în 2005, ridicându-se la 1.884 milioane RON (520 milioane Euro). Cifra de afaceri a companiei a crescut cu 23,8% față de 2004 și a atins valoarea de 10.760 milioane RON (2.970 milioane Euro).

Un capital fără precedent, de aproximativ 3 miliarde de euro, va fi investit, până în 2010, în activitățile și operațiunile de bază ale companiei.



Adresa

S.C. Petrom S.A:
sediul in Bucuresti,
Calea Dorobantilor,
nr. 239, sector 1.

1.1 SCURT ISTORIC 1997 – 2005

1997 Se înființează Societatea Națională a Petrolului PETROM S.A.

1998 Intră prin fuziune, în componența a S.N.P., o nouă sucursală, INCERP Ploiesti.

S-au stabilit obiectivele principale ale strategiei de privatizare.

A fost semnată asocierea dintre PETROM și ELF AQUITAINE, precum și contractul de concesiune referitor la explorarea și exploatarea în comun a Blocului Neptun din Marea Neagră.

Au fost elaborate și aprobate standardele de firmă, concomitent cu lansarea pe piață a : benzinei Super Plus etilată, benzinei Super Plus fără Plumb și primului ulei de motor 20W40, din gama de produse RO3.

A fost obținută Licența de explorare și exploatare pentru perimetrul Jusaly din Kazahstan.

Platforma Orizont a realizat lucrări de foraj pentru Compania Energy din Bangladesh.

Au fost înființate filiala PETROM Ungaria KFT și reprezentanțele Petrom din Azerbaidjan și Republica Moldova.

1999 A fost anunțată public descoperirea celui mai mare zăcământ petrolier românesc din ultimii 25 de ani, pus în evidență în Platoul continental al Marii Negre prin sonda Pescarus 60.

A fost achiziționat Combinatul Doljchim Craiova, acesta devenind o nouă sucursală a PETROM.

A fost realizată prima etapă a restructurării organizatorice prin disponibilizarea unui număr de 13.000 persoane din sectorul de up-stream, demarându-se totodată prima etapă a privatizării companiei printr-o acțiune de majorare de capital.

S-a semnat contractul cu Universal Oil Products SUA în vederea modernizării sucursalelor Arpechim și Petrobrazi.

S-a deschis primul Complex comercial din Ungaria, complex care include benzinărie, motel, restaurant, spalatorii auto, magazin de produse complementare, parcuri.

PETROM devine titularul zăcămintelor Tasbulat, Turkmenoy și Aktas din Kazahstan, demarând operațiunile de amenajări sociale în vederea explorării și extracției.

A fost semnat contractul cu Essar Oil Limited pentru lucrări de explorare, dezvoltare și producție în Blocul off shore BB - OS5, în India. Au fost înființate societatea mixtă Arab Petro BASE Ltd. între PETROM și BASE Group Intl. (SUA)

2000 A fost inaugurat, în cadrul sucursalei PETROM Videle, unul dintre cele mai moderne spitale din România.

În Ungaria se continuă dezvoltarea rețelei de distribuție produse petroliere aparținând PETROM prin construirea unor noi benzinării în Nagylak, Szeged, Budapesta și Hegyshalom.

S-au demarat negocierile pentru înființarea unei alianțe strategice între PETROM, KAZAHOIL și KAZTRANSOIL pentru realizarea unui coridor de transport țiței din Kazahstan către Europa Centrală și de Est.

A început dezvoltarea unei rețele de distribuție produse petroliere PETROM în Republica Moldova, prin achiziționarea a patru benzinării.

S-au finalizat sondele 62 și 62 bis Pescarus și s-a început forajul la sonda 63 Pescarus;

În domeniul colectării și separării țițeiului și gazelor din parcuri, s-au continuat lucrările de construire și modernizare la 30 de parcuri (alături de 15 care funcționau deja), o parte din ele cu finalizare în primul sem. al anului 2001;

S-au construit un nr. de 9 parcuri de separatoare noi, ecologice și s-au modernizat alte 28;

A fost data în funcțiune LINIA ALBASTRĂ, serviciu telefonic pentru publicul larg, cu

funcționare non stop.

Au fost modernizate 40 stații de distribuție și s-au realizat 3 stații noi;

Kazakhstan: s-au demarat negocierile pentru achiziționarea unui pachet de 95% din părțile sociale ale firmei kazakhstaneze Oztyurk-Munai Ltd.;

Iran: un reprezentant permanent la Teheran prospectează piața locală cu scopul găsirii unor oportunități de cooperare cu Iranul, în ideea deschiderii unei reprezentante Petrom în această țară.

Ungaria: a fost construită stația de distribuție și spalatoria auto de la Nagylak; Petrom Ungaria a realizat lucrări de reparații, realizare infrastructura cale ferată industrială și punere în funcțiune a depozitului de produse petroliere de la Telekgerendas;

Moldova: s-a deschis prima stație de distribuție produse petroliere la Chișinău și s-au finalizat lucrările la Complexul Ceucari, care a intrat în exploatare în martie 2001;

În dec. s-a semnat acordul de transfer între ELF Petroleum Romania BV, filiala deținută 100 % de ELF Aquitaine, și CONOCO U.K. Limited;

Lansarea uleiului de motor RO3 20W40 Super 3 multigrade.

2001 S-au construit și modernizat un număr de 24 parcuri de separatoare;

Infrastructura sectorului de comercializare: 162 depozite, 669 stații de distribuție din care 578 benzinării și 91 stații uz casnic, 24 skiduri de alimentare cu autogas;

Au fost puse în funcțiune 3 stații noi, au fost modernizate încă 54 stații și s-au executat lucrări de ecologizare și modernizare la 10 depozite;

Kazakhstan Alma Ata : prima sonda sapată, cea de a doua urmând să fie finalizată în 2002;

Iran: a fost deschisă Reprezentanța Petrom la Teheran cu scopul de a promova interesele Petrom pe această piață;

Grecia: în decembrie s-a semnat Contractul de Foraj marin cu firma Kavala Oil, pentru lucrări de foraj cu platforma ATLAS, în apele teritoriale ale Greciei;

Protecția mediului: s-a obținut autorizația de mediu pentru sucursala Doljchim;

Septembrie, acțiunile SNP Petrom au fost listate la Bursa de Valori București;

Emisiune euroobligațiuni: în iulie MPF aprobă lansarea de care SNP Petrom a emisiunii de obligațiuni iar Luxembourg Stok Exchange acordă aprobarea pentru listare.

2002 Ianuarie - Externalizarea activităților mecano-energetice din cadrul sucursalei Petromar Constanța (785 salariați);

Martie - Externalizarea sucursalei Petroserv, acestea fiind preluată de SC Petrom service SA împreună cu întregul personal aferent;

Aprilie - Demararea procesului de privatizare prin publicarea în presa internațională și din România a anunțului pentru selectarea consultantului, 12 banci de investiții depunând expresii de interes dintre care au fost selectate 7;

August - Semnarea acordului cu BERD pentru suma de 150 mil USD reprezentând un împrumut sindicalizat pre-privatizare;

Octombrie - Îmbunătățirea de către Fitch a rating-ului pentru datoriile negarantate de stat și pentru emisiunea de euro - obligațiuni de 125 mil Euro de la B+ la BB;

Noiembrie - CA aproba achiziționarea a 19 terenuri din Yugoslavia în vederea construirii de stații de distribuție;

Decembrie - Desemnarea consultantului pentru privatizare reprezentat de consorțiul format de Credit Suisse First Boston și ING Barings Limited;

2003 Ianuarie - Inițierea primei etape a procesului de privatizare, Pregătirea Privatizării.

Februarie - Externalizare activităților de întreținere din cadrul rafinăriilor Arpechim și Petrobrazi (2.630 persoane - 1.598 de la Arpechim și 1.032 de la Petrobrazi);

Mai - Finalizarea primei etape a procesului de privatizare, concretizată într-un studiu de fezabilitate a privatizării, inclusiv evaluarea Companiei, prezentarea opțiunilor de privatizare și a

planului de privatizare;

August - Finalizarea primei etape a procesului de privatizare odată cu aprobarea strategiei de privatizare a SNP Petrom prin Hotărârea de Guvern nr. 924 din 14 august 2003, urmată de publicarea anunțului pentru depunerea scrisorilor de interes în presa pe 26 august 2003;

Septembrie - Depunerea scrisorilor de interes pe de către 15 companii și consortii interesate de preluarea companiei, din care au fost selectate 11 companii care îndeplineau criteriile de calificare;

Octombrie - Distribuirea Dosarului de Prezentare și accesarea Camerei de Date de către cei 11 cumparatori potențiali.

Noiembrie - Depunerea de oferte preliminare neangajante de către 7 din cele 11 companii selectate;

2004 Depunerea ofertelor angajate

Selectarea companiilor OMV, Occidental și MOL pentru negocieri

Achiziție a 51% din capitalul social de către OMV Austria

2005 Structura Petrom a fost reorganizată pe șase divizii dintre care trei operaționale

Lansarea noului concept "Full Agency"

Noi produse lansate pe piața Top Premium 99+ și Top Nordic Diesel

Demararea primelor proiecte de explorare seismică 3D în România

Petrom sprijină sinistrații afectați de inundații cu peste 1.300.000 Euro

Petrom anunță noua politică de prețuri

Lansarea primei benzinării PetromV

Petrom a obținut drepturile de explorare pentru trei noi blocuri din România

1.2 MISIUNEA FIRMEI

Misiunea firmei constă în:

- Descoperirea, producerea, procesarea de petrol și gaze, distribuirea carburanților și a altor produse petroliere pentru a oferi energie și mobilitate României și regiunilor învecinate;
- Ca parte a grupului OMV, SC. Petrom SA imbină know-how-ul internațional cu puterea locală pentru a oferi clienților cele mai bune produse și servicii;

- Lucrul în echipă, inițiativa, creativitatea, comportamentul responsabil și capacitatea de a anticipa și reacționa în mod eficient la schimbare ne transformă într-un nume de referință în toate domeniile de activitate;
- Dezvoltarea continuă și profitabilă a companiei este spre beneficiul acționarilor, clienților, angajaților și a economiei românești în general și tocmai de aceea constituie și motivația tuturor activităților noastre;
- Prin îmbinarea tradiției în industria petrolieră cu structura, procesele și standardele unei companii moderne, societatea se străduie să stabilească și să dezvolte poziția companiei Petrom drept compania cu cel mai mare succes în industria de țitei și gaze.

1.2.1 Obiecte de activitate

Explorare&Producție

- rezerve de petrol și gaze estimate la aproape 991 milioane de barili echivalent petrol (bep);
- rezervele Petrom reprezintă 72,6% din rezervele grupului OMV (de 1,36 miliarde bep la finalul lui 2005);
- producția totală în 2005 a fost de 79,1 milioane bep (64% din producția întregului grup OMV), iar în primul semestru din acest an se ridică la 37 milioane bep;
- profit operațional de 2,17 miliarde RON din E&P în sem. I 2006, față de 0,97 miliarde RON în sem. I 2005;
- Petrom deține dreptul de concesiune a 19 perimetre de explorare în România (15000 de sonde de petrol și gaze) și 7 platforme offshore în Marea Neagră;
- desfășoară, împreună cu companiile afiliate, operațiuni de explorare și producție în 4 zone din Kazahstan (producție de 1,1 milioane bep în 2005);
- recent, Petrom a achiziționat 74,9% din Ring Oil Holding & Trading Ltd., companie din domeniul explorării și producției de țitei (înregistrată în Cipru); portofoliul achiziționat constă în 9 licențe de explorare, în două zone distincte din Rusia, unde există rezerve de circa 13 milioane barili și unde sunt așteptate descoperiri de noi zăcăminte.

Rafinare&Marketing

- capacitate anuală de rafinare de 8 milioane de tone (peste 30% din capacitățile totale de rafinare ale grupului OMV în Europa);

- investiții de circa 1 miliard de euro destinate segmentului de rafinare până în 2010;
- țiței procesat în sem. I 2006: 3,43 milioane tone (28% din OMV total);
- a crescut gradul de utilizare în rafinării la 86%, iar până în 2010 se dorește creșterea acestuia la 95%;
- 543 de stații de benzină la finalul primului semestru din 2006 în România și 156 de stații în Rep. Moldova, Bulgaria și Ungaria;

Gaz

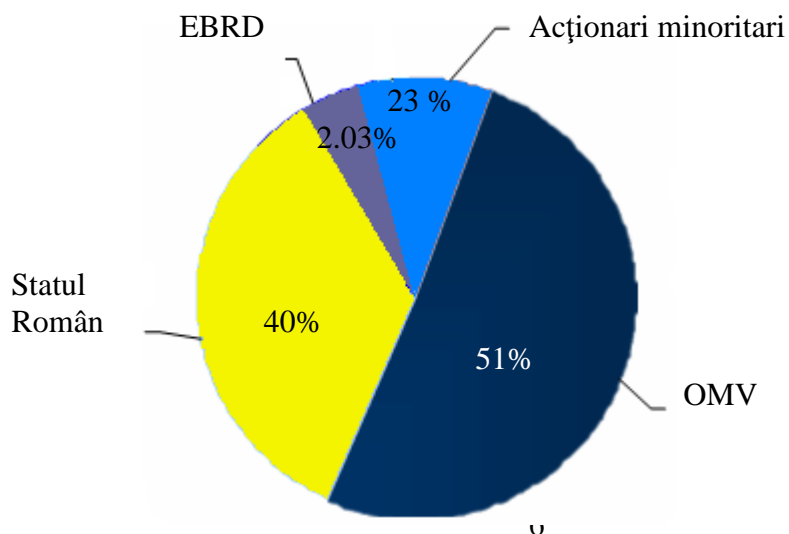
- în prima jumătate a anului 2005 activitatea de comercializare gaze formează o divizie prezentată distinct în raportările financiare ale Petrom, Divizia de Gaze, formată împreună cu Petrom Gas SRL; anterior gazele intrau în divizia de Explorare și Producție;

- întreaga cantitate de gaze produsă în E&P este transferată la Divizia de Gaze, la un preț bazat pe prețul intern pentru producători (în luna septembrie au avut loc discuții contradictorii după decizia Petrom de a majora prețul la gaze, piața gazelor naturale fiind reglementată, inclusiv la nivelul prețurilor, de către ANRGN);

- vânzări cantitative de 2,46 milioane metri cubi în primul semestru (32% din vânzările grupului OMV);

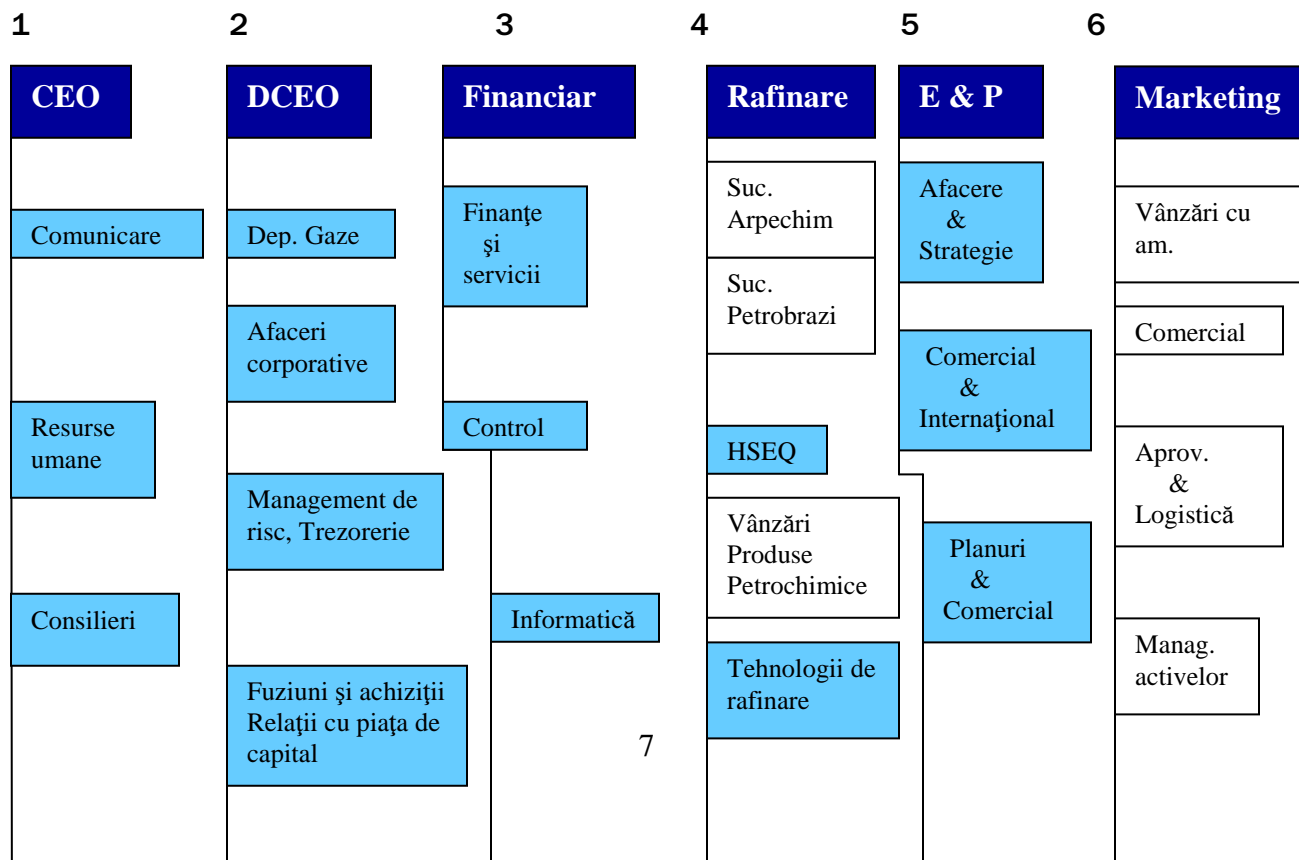
- profit operațional de 27 milioane euro din activitatea de comercializare gaze, ce reprezintă 44% din profitul diviziei de gaze a întregului grup OMV.

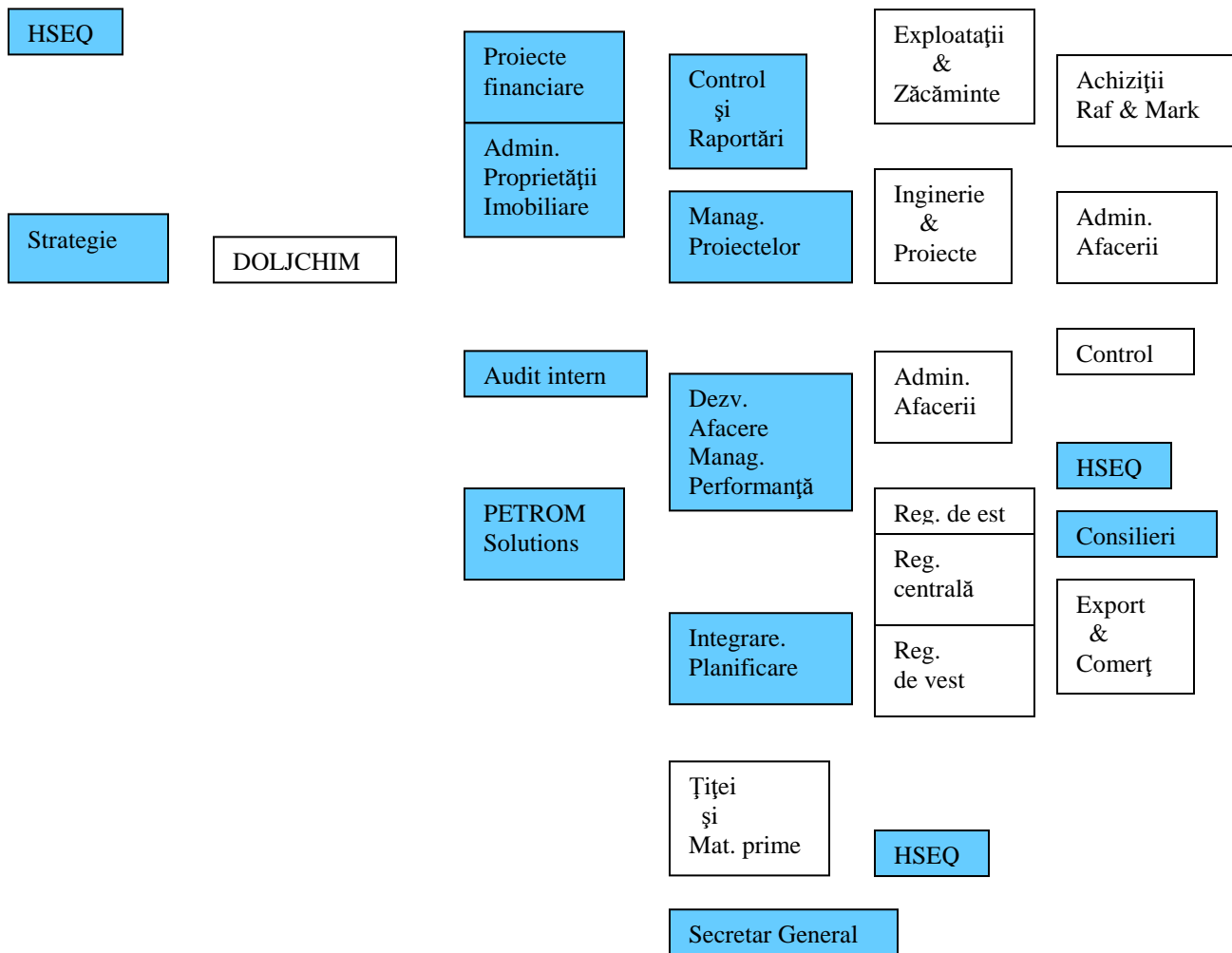
Structura acționariatului



Petrom este în prezent deținut în proporție de 51% de către OMV, 40,74 % - Statul român, 2,03% - Banca Europeană de Reconstrucție și Dezvoltare și 6,23% - acționarii minoritari.

1.3 STRUCTURA ORGANIZATORICĂ ORGANIGRAMA SC. PETROM S.A





1.4 AVANTAJUL COMPETITIV

Societatea PETROM S.A. rămâne singurul producător de țiței din România, cu o producție anuală de circa 6 mil.tone. SNP asigură aprox. 50% din totalul țițeiului prelucrat în România, restul fiind importat.

Punctul forte al Petrom este caracterul integrat al activităților sale, din sectorul de explorare și producție țiței și gaze – până la vânzarea carburanților. Are, de asemenea, o infrastructură competitivă pentru a sprijini lanțul de distribuție.

Principalul indicator de măsurare a competitivității în acest sector este costul activităților de descoperire și extragere a țițeiului și costul înlocuirii rezervelor. În comparație cu concurenții internaționali, poziția Petrom este slabă iar costurile sale de descoperire și extracție sunt relativ mari (în special, pentru activitățile pe uscat). Rata înlocuirii rezervelor este mică (în prezent, în jur de 25%).

În condițiile actuale, Petrom poate rămâne doar producător de țiței intern, deoarece nu are suficiente resurse financiare pentru a participa în societăți mixte cu investiții în zone petrolifere majore, cu grad de risc ridicat.

Principalii concurenți:

- **ROMPETROL GROUP**
- RAFO Onesti
- LUKOIL
- OMV
- MOL

Piața. Concurența

Conform raportului anual al companiei, în 2005 cota de piață în activitatea de retail a fost de circa 24%. La intern, principalul concurent autohton este grupul Rompetrol, la care se adaugă marii operatori care au intrat în ultimii ani pe piață carburanților: MOL, OMV, Agip. În zona central-răsăriteană a Europei, Petrom intră în categoria marilor grupuri petroliere (chiar luat separat fata de OMV), alături de MOL Ungaria, PKN Orlen Polonia și OMV Austria.

CAPITOLUL II

MODELUL SWOT ÎN EVALUAREA FACTORILOR INTERNI ȘI EXTERNI LA S.C. PETROM S.A.

Analiza SWOT a fost gândită ca un instrument managerial ce colectează și organizează această informație critică, permițând managerilor decidenți să acționeze proactiv, să apere și să promoveze interesele/obiectivele organizației cu succese mai bune.

Astfel analiza SWOT constituie cea mai importantă tehnică managerială utilizată pentru înțelegerea poziției strategice a unei întreprinderi/organizații. Analiza SWOT începe cu scrierea unei liste cu puncte curente : puncte de forță dar și puncte de slăbiciune, privind starea unei întreprinderi/organizații. Denumirea SWOT însăși este un acronim provenind de la inițialele unui număr de patru cuvinte în limba engleză :

Strengths. Punctele forte ale organizației, deci capacitățile, resursele și avantajele pe care ea le posedă, competențele distinctive ale personalului managerial de cele două nivele: prescriptor și decident, precum și alți factori de succes ai întreprinderii/organizației, nu neapărat doar factori „tangibili”, fizici, ci și elemente



„intangibile”, precum aserțiuni peremptorii din zona cunoașterii prudentiale. „Punctele forte” ale organizației definesc valorile pozitive și condiționările interne care pot constitui surse pentru succesul organizației în atingerea obiectivului managerial. Într-adevar, din punctul de vedere al managerului, un „punct forte” reprezintă oricare element, tangibil sau intangibil, adică fizic ori numai intelectual, care facilitează atingerea obiectivelor manageriale. De fapt, în analiza SWOT punctele forte sunt definite atât ca valori, cât și drept factori interni care creează valorile. Insistăm asupra faptului că ‘punctele forte’ pot să fie gestionate în cadrul unui plan strategic al organizației/firmei.

Weaknesses. Ceea ce înseamnă punctele de slăbiciune ale organizației, ariile sale de vulnerabilitate, zonele de resurse sărace, și alte „valori negative” sau ,conștiințări negative’.



„Punctele de slăbiciune” ale organizației reprezintă condiționări interne ce sunt contrariul valorilor propriu-zise. Din perspectiva managerului, un „punct de slăbiciune” reprezintă un element identificat în organizație, element ce poate împiedica atingerea obiectivelor manageriale ale organizației.

Opportunities. Oportunitățile ori căile pe care pot fi avansate interesele organizației respective, căi pe care pot fi exploatate liniile sale de forță, și eliminat balastul punctelor vulnerabile, reprezintă valori pozitive și condiționări externe.



Deci ‘oportunitățile’ sunt tendințe generale prezente în mediul extern, ori șanse oferite de intamplare în afara câmpului de influențare a lor prin management, deși ele pot influența pozitiv procesul dezvoltării. Oportunitatea este o proiecție a ‘binelui în viitor’ (‘good in the future’, în limba engleză). Se consideră că oportunitățile “aduc lumină” pe calea strategică a întreprinderii/organizației.

Threats. Adică amenințările la adresa intereselor creșterii organizației respective, aspecte negative ce apar din supraexploatarea resurselor sale, ori limitările care se impun organizației din partea unui mediu extern aflat în schimbare; în fine, riscuri. ‘Amenințările’ reprezintă „valori”

negative și condiționări externe aflate dincolo de câmpul de acțiune managerială ; ele pot fi atât riscuri tranzitorii, cât și permanente.



Analiza SWOT reprezintă astfel o cale practica pentru asimilarea informației privind mediul intern și mediul extern al unei organizații.

2.1 MODELUL CALITATIV AL ANALIZEI SWOT

Puncte forte	Puncte slabe
<ul style="list-style-type: none"> - indicatori foarte buni de profitabilitate și rentabilitate; - rezultate financiare în creștere considerabilă în acest an; - echilibru financiar stabil în ultimii ani și, mai mult, îmbunătățit în primul semestru din 2006; - lichiditate și solvabilitate peste nivel optim; - cota ridicată de piață, Petrom este nu numai cea mai mare companie petrolieră din România ci una dintre cele mai mari din regiune; - calitatea produselor oferite; - rezerve mari de țiței și capacitate ridicată de rafinare, la ambele capitole deținând mai mult de jumătate din întreg grupul OMV; - personal calificat. 	<ul style="list-style-type: none"> - indicatorii de evaluare a acțiunilor (PER, P/Bv) mai puțin favorabili decât la alte companii petroliere din regiune; - consum energetic mare în rafinării, ceea ce face necesare investiții serioase pentru creșterea marjelor de rafinare
Oportunități	Amenințări
<ul style="list-style-type: none"> - descoperirea de noi câmpuri petroliere în zona Mării Caspice, țițeiul caspic având marje mai bune de exploatare; - extinderea rețelei de distribuție în afara granițelor țării. 	<ul style="list-style-type: none"> - oscilațiile mari pe piața petrolului; - eventuale conflicte în zona Mării Caspice.

Nr. crt.	Factori interni –Denumire Fj	Coefficient de importanță γ_j	Nota acordată N_j	P
1	Calitatea produselor oferite	0.15	4	0.45

2.2

MODELUL CANTITATIV AL ANALIZEI SWOT

Modelul cantitativ al analizei SWOT implică două etape:

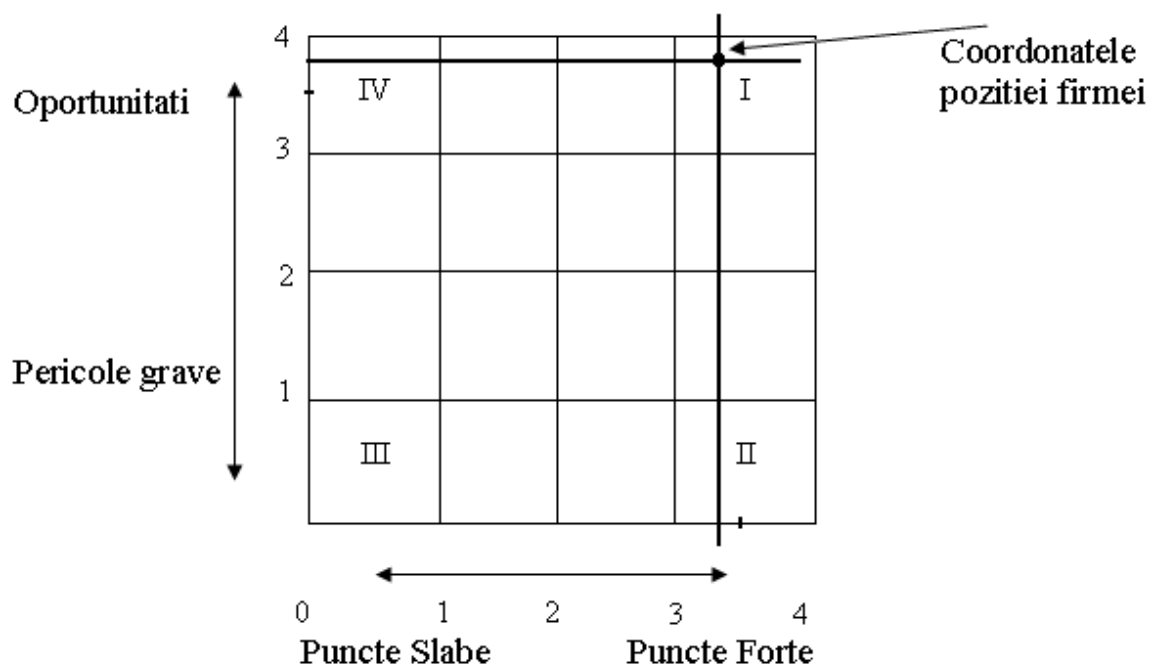
- Identificarea cadranelor SWOT
- Formularea strategiei concrete

2.2.1. Matricea de evaluare a factorilor interni pentru SC Petrom SA

2	Personal calificat	0.20	4	0.80
3	Indicatori foarte buni de profitabilitate și rentabilitate	0.05	4	0.20
Nr.	Factori externi – Denumire Fj	Coefficient de importanță	Nota acordată	P
crt.			Nj	Pj
4	Rezultate financiare în creștere considerabilă	0.05		0.20
5	Echilibru financiar stabil în ultimii ani și, mai mult, îmbunătățit în primul semestru din 2006;	0.1	3	0.30
6	Lichiditate și solvabilitate	0.05	2	0.10
7	Extinderea rețelei de distribuție în afara granițelor țării; Cota ridicată de piață	0.20	3	0.60
8	Rezerve mari de țiței și capacitate ridicată de rafinare, la ambele capitole deținând mai mult de jumătate din întreg grupul OMV;	0.10	3	0.30
9	Indicatorii de evaluare a acțiunilor (PER, P/Bv) mai puțin favorabili decât la alte companii petroliere din regiune	0.05	1	0.05
10	consum energetic mare în rafinării, ceea ce face necesare investiții serioase pentru creșterea marjelor de rafinare	0.05	2	0.10
-	TOTAL	1.00	-	3.30

2.2.2. Matricea de evaluare a factorilor externi pentru SC Petrom SA

3	oscilațiile mari pe piața petrolului	0.10	4	0.40
4	eventuale conflicte în zona Mării Caspice	0.20	4	0.80
-	TOTAL	1.00	-	3.80



Formularea strategiei concrete este facilitata de identificarea cadranelui SWOT(II). Acestui cadran îi corespund strategiile de creștere.

CAPITOLUL III

MODELUL BOLTING CONSULTING GROUP (BCG) LA S.C. PETROM S.A.

Modelul BCG de analiza a *portofoliului* are la bază matricea rata de creștere a pieței - cota de piață, fiind formată din patru cadrane (fiecare activitate sau cuplu produs/piață va fi reprezentat printr-un simbol grafic de marime proporțională cu cifra de afaceri realizată):

- domeniul *dileme* - produse aflate, de regula, la începutul vieții comerciale (sunt lansate recent pe piață), caracterizate printr-o cotă de piață și o rentabilitate scăzută, necesar sporit de resurse financiare, însă o rată de creștere ridicată (o perspectivă favorabilă);
- domeniul *vedete* - produse cu o puternică rată de creștere și o cotă de piață ridicată, cele mai promițătoare și atractive mărci ale firmei;
- domeniul *vacă de muls* - cele mai rentabile pe termen scurt (se caracterizează printr-o creștere scăzută, dar o cotă ridicată de piață);
- domeniul *pietre de moara* - produse cu o competitivitate slabă, în legatura cu care firma trebuie să ia o decizie: le îmbunătățește (le relansează) sau le elimină din portofoliu.

Analiza produsului

Secțiunea cuprinde informații generale privind produsele fabricate în cadrul sucursalelor S.C. PETROM S.A. și este structurată pe următoarele categorii:

1. produse petroliere
2. produse petrochimice și speciale
3. produse diverse

Produse petroliere

- Butan comercial

- Benzina OMV Carrera 95
- Benzina OMV Carrera 100
- Benzina EN 228/10 ppm
- Benzina Premium 95 neetilata
- Benzina COR 90
- Benzina COR 92
- Benzina COR 92/150 ppm
- Benzina COR 95/500 ppm
- Benzina ECO Premium 95
- Benzina Top Premium 99+ fara plumb
- Benzina EN – TK 228/150 ppm
- GPL-Auto
- Top Aragaz
- Gaz petrolier lichefiat (aragaz)
- Euro Diesel 5 / OMV Premium Diesel
- TOP Euro Diesel 4 / OMV Sprint Diesel
- Motorina EN 590/10 ppm
- Motorina Super Euro-Diesel(EN 590/50 ppm)
- Motorina Euro-Diesel (EN 590/350 ppm)
- Pacura usoara 1%S
- Pacura grea 1%S
- Combustibil lichid usor
- Bitum neparafinos pentru drumuri
- Propan
- Propan comercial
- Ulei de baza hidrodeparafinat
- Ulei mineral tip C hidrocracat si hidrodeparafinat
- Ulei mineral monograd aditivat M30 Super 2-hc si M40 Super 2-hc
- Ulei multigrad aditivat M20W/40 Super 2 hc si M15W/40 Super 2 hc

Produse petrochimice speciale

- Anhidrida maleica tehnica
- Benzen
- Benzen 535
- Dietanolamina tehnica
- Dietilenglicol
- Etilena
- Monoetanolanina tehnica
- Monoetilenglicol
- Nonilfenol etoxilat
- Oxid de etilena
- Polietilenglicoli tehnici
- Poliglicoli
- Propilena
- Toluen
- Toluen–grad de nitrare
- Trietanolamina
- Ulei de piroliza
- Xileni
- Cocs de petrol
- Reziduu de cracare catalitica
- Sulf de petrol
- Sulfura de sodiu

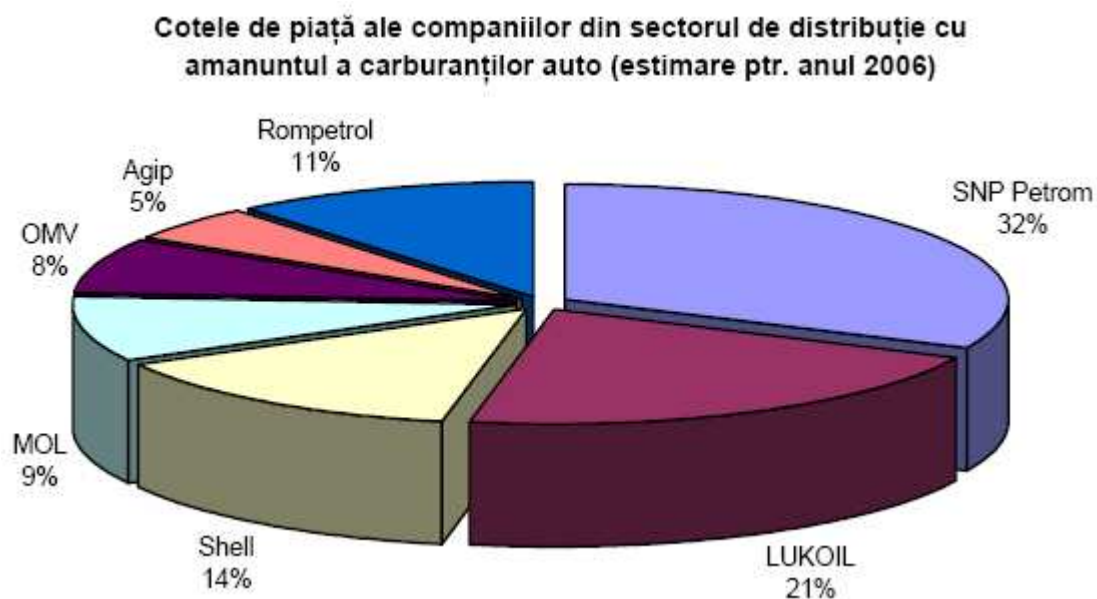
Produse diverse

- Lichid antigel tip 1/1 vol.
- Inhibitori de coroziune ACORAMID 21
- Inhibitori de coroziune CORED 95 Ex
- Inhibitori de coroziune EXCOR
- Inhibitori de coroziune INCOR-95
- Lichid antigel concentrat

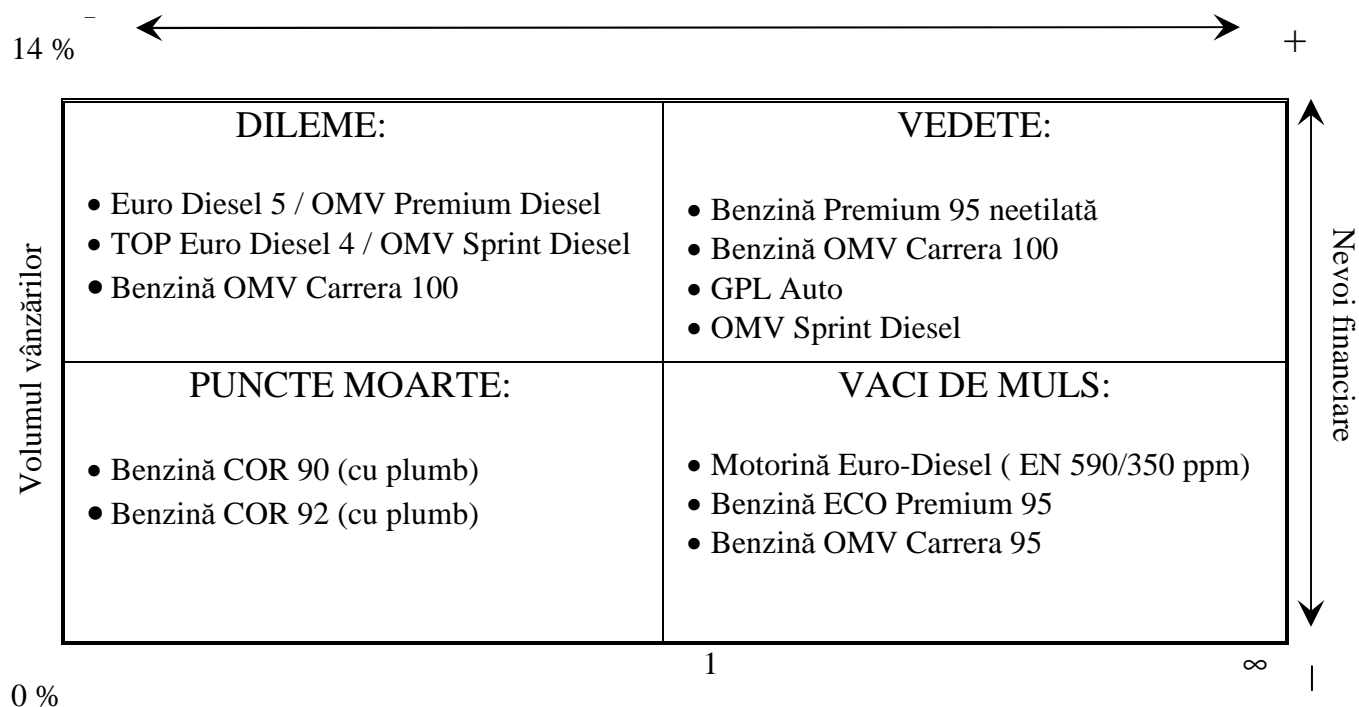
Indicatorii de rentabilitate au inregistrat imbunatatiri substantiale in anul 2005, situandu-se

peste media marilor companii mondiale din sector. Volumul vânzărilor în 2006 din sectorul de marketing au crescut cu 8,3%, la 5,46 milioane tone. Vânzările la carburanți au urcat cu 14%, până la 3,91 milioane tone. Vânzările la benzină au fost mai mari în special la export, iar în cazul motorinei, pe piața internă.

De asemenea indicatorii de lichiditate se situeaza la valori ridicate, astfel incat compania nu intampina probleme legate de incapacitate de plata a datoriilor pe termen scurt. In ultimii doi ani de activitate se poate observa o mai buna gestionare a stocurilor ceea ce a dus la diminuarea nevoii de fond de rulment.



Pentru a întocmi o analiză de portofoliu vom prezenta matricea Boston Consulting Group (BCG) pe sectorul de produse petroliere.



Produsele cu cea mai mare rată de creștere a pieței și poziție pe piață fiind cunoscute și apreciate sunt benzina premium 95 neetilată, benzina OMV Carrera 100, GPL Auto, OMV Sprint Diesel , ele fiind vedetele.

Produsele ce au și ele o rată de creștere a pieței, dar poziția lor pe piață scade , ele nemaifiind considerate o noutate găsindu-se într-o perioadă de maturitate a ciclului de viață sunt motorina Euro-Diesel, benzina ECO premium 95 benzina OMV Carrera 95 ele fiind vaci de mulș.

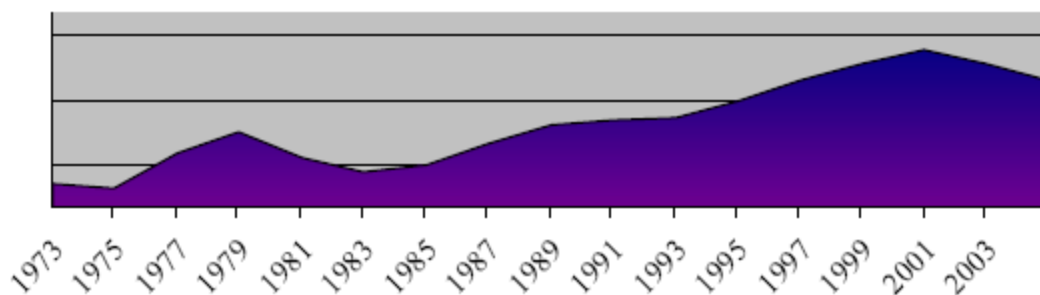
Produsele nou introduse pe piață la care le urmărim evoluția, aflându-se în faza de inițiere, prezentând un risc mare, le-am considerat dileme neputând intui evoluția lor, gradul lor de acceptare pe piață.

Punctele moarte sunt: benzina COR 90 și Benzina COR 92, datorită gradului mic de acceptare pe piață privind respectarea normelor de poluare impuse de Uniunea Europeană, dar și apariției vehiculelor EURO.

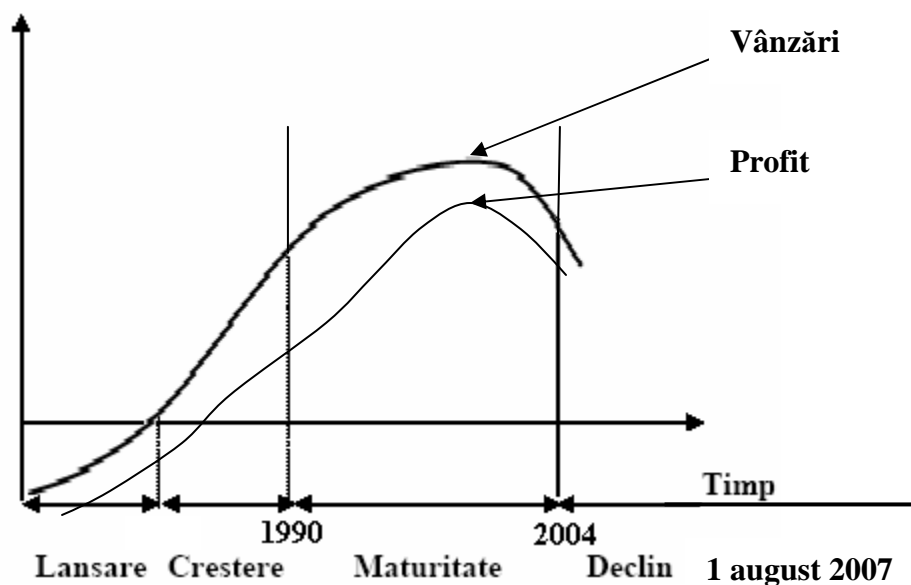
CAPITOLUL IV

MODELUL CICLULUI DE VIAȚĂ AL PRODUSULUI LA S.C. PETROM S.A.

Așa cum am arătat produsele care au un grad mic de acceptare pe piață, care au o cerere scăzută sunt benzina COR 90, 92 (cu plumb), acest lucru datorându-se în principal apariției mașinilor euro începând cu anul 2000 acestea din urmă neavând capacitatea de a funcționa cu acest tip de benzină dar datorită și normelor de mediu impuse.



Evoluția consumului de benzină (cu plumb) în România



Ciclul de viață al benzinei cu plumb în România