

## ПРОДАЖА НЕФТИ

В 2016 г. объем реализации нефти вырос на 36,7 % относительно 2015 г. – до 22,71 млн т, в частности:

- > рост экспорта в дальнее зарубежье связан с увеличением добычи нефти на Новопортовском и Приразломном месторождениях и началом добычи на Мессояхском месторождении;
- > рост международных продаж является результатом увеличения добычи в Ираке;
- > увеличение продаж в Российской Федерации обусловлено повышением эффективности трейдинговых операций на внутреннем рынке и ростом добычи в Оренбургском регионе;
- > снижение экспорта в СНГ связано с сокращением графика поставок нефти в Республику Беларусь.

## ПРОДАЖА ГАЗА

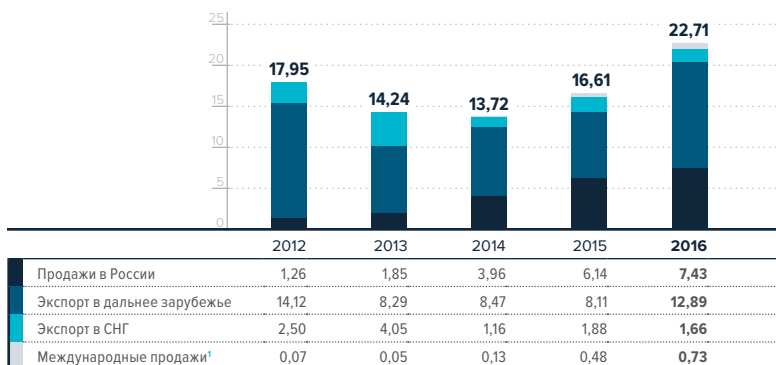
Под международными продажами имеется в виду реализация газа зарубежными дочерними обществами «Газпром нефти».

## ПРОДАЖА НЕФТЕПРОДУКТОВ

В 2016 г. Компанией было реализовано 43,6 млн т нефтепродуктов, что на 2,8 % меньше, чем в 2015 г. На внутреннем рынке сбытовыми подразделениями Компании было реализовано 27,11 млн т нефтепродуктов (–1,4 % к 2015 г.). При этом объем поставок моторных топлив на внутренний рынок увеличился на 2,7 % – до 16,82 млн т. Сокращение поставок нефтепродуктов на внутренний рынок вызвано, главным образом, снижением реализации судового топлива вследствие падения спроса. Несмотря на снижение в 2016 г. потребления нефтепродук-

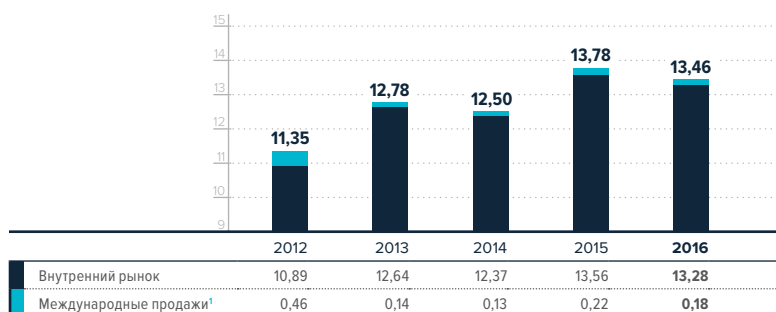
### ПРОДАЖА НЕФТИ (млн т)

Источник: данные Компании



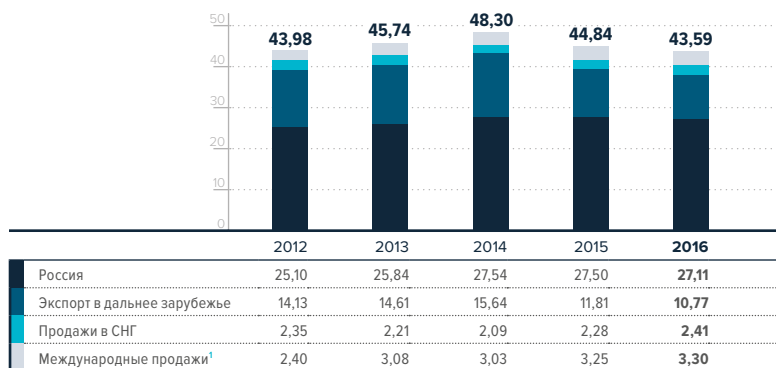
### ПРОДАЖА ГАЗА (млрд м<sup>3</sup>)

Источник: данные Компании



### ПРОДАЖА НЕФТЕПРОДУКТОВ ПО РЕГИОНАМ (млн т)

Источник: данные Компании



<sup>1</sup> Международные продажи – это продажи зарубежными дочерними обществами «Газпром нефти».

тов на внутреннем рынке, «Газпром нефть» нарастила объемы продаж битумной продукции и смазочных материалов, увеличила объемы реализации моторных топлив через мелкооптовые и розничные каналы сбыта.

Объем экспорта нефтепродуктов в страны дальнего зарубежья снизился на 1 млн т – до 10,8 млн т. Основными причинами падения объемов экспорта являются:

- > снижение объема реализации мазута вследствие сокращения производства темных нефтепродуктов;
- > снижение объема реализации авиационного топлива, что было связано с сокращением спроса на международные перевозки (снижение туристического потока).

## СТРУКТУРА ПРОДАЖ ПО КАНАЛАМ

Объем премиальной реализации в отчетном периоде сократился на 2,1% и составил 25,16 млн т. Сокращение объема премиальных продаж является следствием продолжающихся негативных тенденций на рынках авиатопливно-обеспечения и бункеровки в России. Емкость розничных рынков авиационного топлива и бункеровки сократилась на 7,7 и 25,3% соответственно.

При этом успехи Компании по развитию каналов премиальных продаж, расширению географии поставок и номенклатуры выпускаемой премиальной продукции позволили по итогам года нарастить долю на розничных рынках большинства нефтепродуктов, включая рынки авиационного керосина, смазочных материалов и премиальных битумных материалов.

Премиальные продажи:

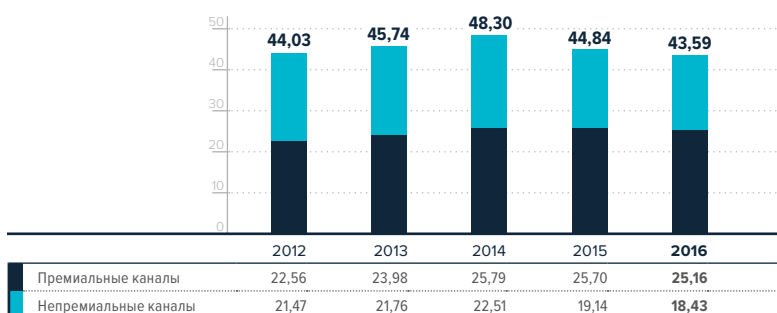
- > продажи нефтепродуктов через премиальные каналы сбыта – в розницу и мелким оптом. К данной группе относятся все продажи нефтепродуктов через АЗС и неф-

тебазы, а также в крыло летательных аппаратов, борт судна, мелкооптовые продажи с ТЗК в аэропортах и терминалов в портах;

- > продажи фасованных нефтепродуктов. К данной группе относятся все продажи масел в бочках и канистрах, продажи битумов в кловертейнерах и т. п.;
- > продажи премиальных нефтепродуктов, то есть нефтепродуктов, приносящих дополнительную стоимость за счет наличия определенных качественных преимуществ перед остальными продуктами своего вида. К данной группе относятся продажи наливных смазочных материалов премиальных марок (Gazpromneft, G-Family, Тexaco), битумных материалов премиальных марок (ПБВ, ПМБ, битумных эмульсий и т. п.), а также возможные оптовые продажи премиальных марок моторных топлив – G-Drive и т. п.

### СТРУКТУРА ПРОДАЖ ПО КАНАЛАМ (млн т)

Источник: данные Компании



### СТРУКТУРА ПРОДАЖ ПО ПРОДУКТАМ (млн т)

Источник: данные Компании

