

Dokonania

Udział Grupy Kapitałowej LOTOS w krajowym rynku paliw w 2011 roku wzrósł do 33,5%. Całkowita sprzedaż przekroczyła 10 mln ton.

Grupa Kapitałowa LOTOS, poprzez umacnianie głównych kanałów sprzedaży oraz poszukiwanie nowych możliwości wzrostu, systematycznie umacnia swoją pozycję rynkową. Dbałość o wysoką jakość obsługi, rozumianą nie tylko jako zapewnienie ciągłości dostaw, odpowiednią infrastrukturę logistyczną, ale również otwartość na rozwiązania ułatwiające współpracę i rozliczenia (np. elektroniczny transfer danych, e-faktury), zaowocowała w 2011 r. dalszym wzrostem udziału w rynku. Udział Grupy Kapitałowej LOTOS w krajowym rynku paliw w 2011 r. wyniósł 33,5%.

Rok 2011 był kolejnym okresem wzrostu skonsolidowanej, całkowitej sprzedaży Grupy Kapitałowej LOTOS. Łączna sprzedaż przekroczyła 10 mln ton i tym samym został odnotowany 14% wzrost w stosunku do 2010 r. W największym stopniu przyczyniła się do tego zwiększona sprzedaż olejów napędowych oraz asfaltów. Dzięki nowym mocom przerobowym uruchomionym w ramach Programu 10+, nastąpiły zmiany w wielkości i strukturze obrotu Grupy Kapitałowej LOTOS. Wraz ze wzrostem przerobu ropy naftowej rosły wolumeny produktów naftowych przeznaczonych do sprzedaży na krajowym rynku, jak również kierowanych na eksport. Zwiększyła się m. in. ilość eksportowanych olejów napędowych, paliw lotniczych oraz benzyn silnikowych.

Grupa LOTOS w 2011 r. wprowadziła na rynek również nowy produkt: frakcję parafinową. W wyniku zasilenia Grupy Kapitałowej LOTOS Petrobaltic, litewską spółką AB Geonafta, w wolumenie sprzedaży Grupy Kapitałowej LOTOS odnotowano sprzedaż ropy naftowej pochodzącej ze złóż litewskich, skierowaną poza strukturę Grupy Kapitałowej LOTOS.

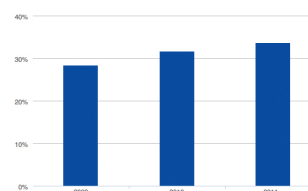
Sprzedaż paliw silnikowych

Sprzedaż krajowa benzyn Grupy Kapitałowej LOTOS spadła o 6% w stosunku do 2010 r. Przyczynił się do tego spadek popytu na tę grupę produktową, wywołany m.in. sytuacją cenową na polskim rynku paliw. Eksport benzyn silnikowych wzrósł o 22% (65 tys. ton) rok do roku i kierowany był drogą morską na rynki Wielkiej Brytanii, Szwecji, Holandii i Estonii.

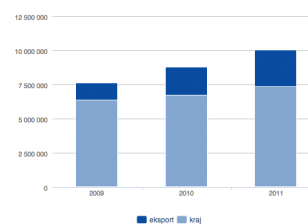
Najwyższą skalę wzrostu sprzedaży zanotowano w oleju napędowym i jest to kontynuacja obserwowanego od kilku lat trendu. Grupa LOTOS dobrze wykorzystuje rosnący popyt na to paliwo transportowe, zgłaszany przez rozwijający się rodzimy sektor usług przewozowych. W 2011 r. całkowita sprzedaż oleju napędowego wzrosła o 16% w stosunku do poprzedniego roku. Przyrost o 13% zanotowano dla sprzedaży tego produktu na rynku krajowym. W 2011 r. udział eksportu oleju napędowego w całkowitym wolumenie wyniósł ponad 2% wobec 0,4% w roku poprzedzającym. Odbiorcami tego produktu były następujące państwa: Wielka Brytania, Francja, Hiszpania, Czechy i Dania.

Sprzedaż oleju napędowego do celów opałowych

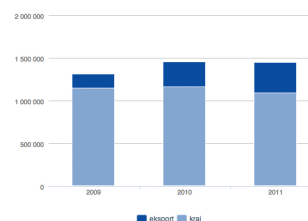
Udział Grupy Kapitałowej LOTOS w krajowym rynku paliw (%)



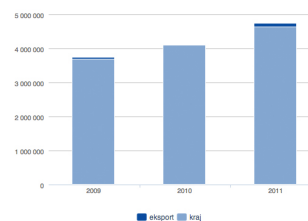
Sprzedaż Grupy Kapitałowej LOTOS (tony)



Sprzedaż Grupy Kapitałowej LOTOS - benzyny (tony)



Sprzedaż Grupy Kapitałowej LOTOS - oleje napędowe (tony)



Sprzedaż Grupy Kapitałowej LOTOS - olej napędowy do celów opałowych (tony)

W 2011 r. sprzedaż oleju napędowego do celów opałowych wzrosła o 4% w porównaniu do roku poprzedzającego. Produkt ten, podobnie jak w 2010 r., sprzedawany był wyłącznie na rynku krajowym. Zanotowana wyższa sprzedaż była efektem większego zapotrzebowania, spowodowanego warunkami atmosferycznymi z początku roku, wymuszającymi przedłużenie okresu grzewczego. Elementem ważącym na poprawie wyników sprzedaży była również rozbudowa sieci regionalnych dealerów oleju napędowego do celów opałowych oraz zwiększenie dostępności tego produktu na bazach paliw skutkujące optymalizacją procesu dystrybucji.

Sprzedaż paliw lotniczych

W porównaniu z 2010 r. całkowity wolumen sprzedanego paliwa lotniczego JET przez Grupę Kapitałową LOTOS wzrósł w 2011 r. o 82%. Dominującym kanałem dystrybucji tego paliwa był eksport morski, głównie na rynki skandynawskie. Handel w kraju odbywał się w ramach dwóch kanałów dystrybucji: działalność lotniskowa – sprzedaż w Gdańsku realizowana we współpracy ze Statoil oraz działalność hurtowa – sprzedaż m.in. do Petrolotu, który dystrybuował to paliwo w całym kraju.

Sprzedaż produktów olejowych

Łączna sprzedaż produktów olejowych wzrosła o 14% w stosunku do 2010 r., osiągając tym samym poziom ponad 262 tys. ton. Sprzedaż na rynku krajowym i zagranicznym wzrosła odpowiednio o 4% i 19%.

Głównymi odbiorcami produktów olejowych poza granicami Polski były kraje Unii Europejskiej, a także Azji Środkowej i Bliskiego Wschodu.

Na rynku olejów silnikowych pogłębia się spadek zainteresowania jednonosezonowymi olejami mineralnymi, co związane jest głównie z unowocześnianiem parku maszynowego w rolnictwie. Również w branży motoryzacyjnej obserwuje się tendencję zamiany mineralnych olejów silnikowych na półsyntetyczne oraz syntetyczne. Jako lider w segmencie olejów mineralnych, spółka LOTOS Oil najbardziej odczuła spadek zainteresowania właśnie tą kategorią produktów.

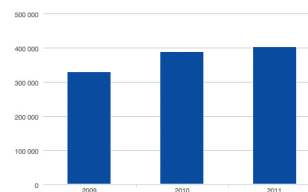
W poszukiwaniu nowych możliwości rozwoju, LOTOS Oil konsekwentnie rozwija produkcję olejów procesowych – plastyfikatorów. Dzięki systematycznej rozbudowie kierunków sprzedaży w 2011 r. spółka awansowała do grona ważnych i liczących się, nie tylko w Europie, dostawców nowoczesnych plastyfikatorów TDAE.

Dodatnia dynamika sprzedaży olejów bazowych wynika z panującej sytuacji ekonomicznej na świecie, gdzie z jednej strony obserwuje się wzrastające notowania cen surowców, z drugiej zaś ograniczoną podaż surowca.

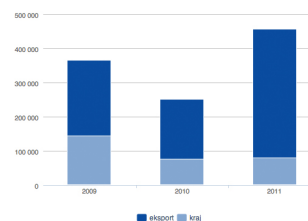
Sprzedaż asfaltów

W stosunku do 2010 r. całkowita sprzedaż asfaltów wzrosła w 2011 r. o 18%. Zaawansowane narzędzia wspierające sprzedaż, starannie zaplanowana logistyka materiałowa i doskonała dystrybucja asfaltów z przeznaczeniem na projekty drogowe w Polsce i za granicę, miały znaczny udział w osiągniętym wyniku. Eksportowano m.in. do takich krajów, jak Szwajcaria, Szwecja i Rumunia. Sprzedaż krajowa asfaltów wzrosła o 22% rok do roku (co stanowiło przyrost o prawie 124 tys. ton). Tak wysokie zapotrzebowanie skonsumowane zostało przy realizacji kontraktów drogowych zaplanowanych zgodnie z Programem Budowy Dróg Krajowych w Polsce, w związku z przygotowaniem kraju do EURO 2012. Produkty LOTOS Asfalt były dostarczane na najbardziej prestiżowe inwestycje drogowe w Polsce, m.in. na ukończony odcinek A1 Nowe Marzy – Toruń.

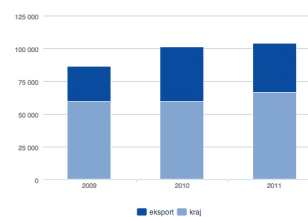
Wzrost o 16% w stosunku do poprzedniego analogicznego okresu odnotowano również w sprzedaży asfaltów modyfikowanych. Osiągnięty wolumen sprzedaży był możliwy m.in. dzięki zakończonej inwestycji w Jaśle, gdzie uruchomiona została trzecia, po Gdańsku i Czechowicach, instalacja do produkcji asfaltów modyfikowanych z możliwością produkcji asfaltów drogowych na poziomie 300



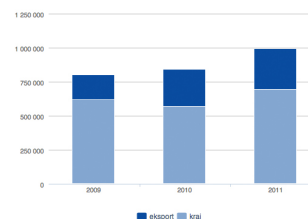
Sprzedaż Grupy Kapitałowej LOTOS - paliwo lotnicze (tony)



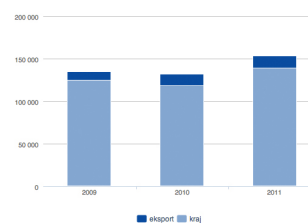
Sprzedaż Grupy Kapitałowej LOTOS - produkty olejowe (tony)



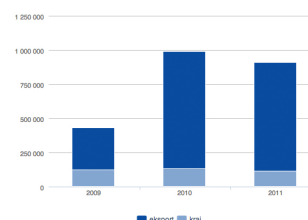
Sprzedaż Grupy Kapitałowej LOTOS - asfalty (tony)



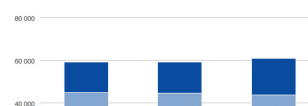
Sprzedaż Grupy Kapitałowej LOTOS - asfalty modyfikowane (tony)



Sprzedaż Grupy Kapitałowej LOTOS - ciężki olej opałowy (tony)



Sprzedaż Grupy Kapitałowej LOTOS - parafiny (tony)



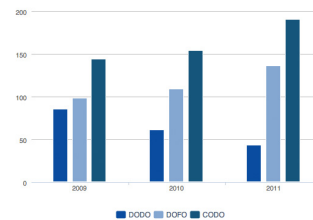
tys. ton/rok.

Sprzedaż ciężkiego oleju opałowego

W 2011 r. spadek całkowitej sprzedaży ciężkiego oleju opałowego wyniósł 8% w stosunku do roku poprzedniego. Obniżenie wolumenu na poziomie 12% i 7% zanotowano odpowiednio na rynku krajowym i w eksporcie. Osiągnięty wynik sprzedaży m.in. wynikał z przekierowania strumienia produkcyjnego ciężkich pozostałości w kierunku innej grupy produktowej – asfaltów. Kraje, do których eksportowano ciężki olej opałowy, to Norwegia i Estonia, a także bałtyckie porty europejskie, skąd produkt ten był następnie reeksportowany.



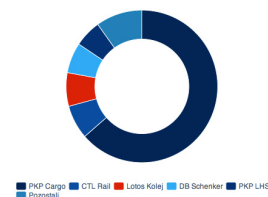
Zmiana struktury sieci detalicznej LOTOS



Sprzedaż parafin

W 2011 r. całkowita sprzedaż parafin została utrzymana na podobnym poziomie do roku poprzedniego. Produktami kierowanymi na rynek krajowy były głównie parafiny świecowo-zniczowe dla wiodących producentów świec i zniczy. Głównymi kierunkami eksportowymi były Niemcy, Holandia i Słowenia.

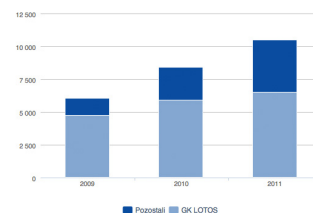
Udział w krajowym rynku przewozów towarowych w 2011 r. (%)



Rozwój sieci stacji paliw

Działania Grupy Kapitałowej LOTOS na polskim rynku detalicznym ukierunkowane są na osiągnięcie poziomu sprzedaży zapewniającego realizację celu strategicznego, wyznaczonego dla tego obszaru na poziomie 10% udziału w rynku w 2015 r. Rok 2011 zamknął się poziomem 7,6%, co potwierdziło kontynuację umacniania pozycji rynkowej.

Wielkość przewozów kolejowych w latach 2009-2011 (tys. ton)



Na koniec 2011 r. w ramach sieci stacji LOTOS funkcjonowały 369 punkty sprzedaży, w tym:

- 190 stacji własnych prowadzonych w systemie agencji (CODO),
- 136 stacji partnerskich zarządzanych w systemie partnerstwa handlowego (DOFO),
- 43 stacje obsługiwane w systemie patronackim (DODO).

Łączna liczba stacji własnych i partnerskich zwiększyła się o 63 w stosunku do 2010 r.

Zarówno w kanale stacji w systemie agencji, jak i partnerstwa handlowego rozpoczęto budowę nowej sieci stacji paliw – stacje ekonomiczne LOTOS Optima.

Dynamicznie rozwijana jest sieć stacji partnerskich, funkcjonujących w ramach umowy Partnerstwa Handlowego Rodzina LOTOS. W 2011 r. sieć zwiększyła się o 10 nowych obiektów premium oraz 17 nowych obiektów ekonomicznych LOTOS Optima. W większości przypadków są to włączenia, które poza przejęciem wolumenu sprzedaży przejętych obiektów, rokurają przejęcie sprzedaży innych podmiotów funkcjonujących na poszczególnych lokalnych rynkach.

W 2011 r. sieć CODO rozbudowano o 3 stacje MOP (Miejsca Obsługi Podróżnych) w standardzie premium i 33 obiekty ekonomiczne LOTOS Optima. W zakresie rozwoju sieci stacji własnych prowadzony jest proces pozyskania nieruchomości, dla którego najistotniejszym kryterium doboru lokalizacji jest wielkość potencjału sprzedażowego w danym miejscu.

Oferta paliwowa stacji LOTOS skierowana jest do dwóch głównych grup klientów: klientów indywidualnych oraz klientów flotowych, dokonujących zakupów na karty flotowe LOTOS Biznes.

Jako uzupełnienie działalności flotowej pozyskiwani są klienci głównie spośród firm transportu drogowego z krajów bałtyckich, celem realizacji zakupów paliw przez podmioty zagraniczne na stacjach LOTOS. Dodatkowo w krajach tych LOTOS Paliwa działa jako Agencja Handlowa koncernu ExxonMobil Deutschland. W ramach współpracy dotyczącej honorowania kart paliwowych ukraińskiego emitenta WOG LOTOS Paliwa prowadzi sprzedaż paliw poprzez sieć swoich stacji do przewoźników drogowych z terenu Ukrainy i Rosji.

Poza ofertą paliwową stacje LOTOS oferują szeroki asortyment towarów charakterystycznych dla sklepów typu „convenience”. Wybrane stacje posiadają także w ofercie przekąski w ramach kącików gastronomicznych. Uzupełnieniem są usługi towarzyszące, takie jak myjnie czy kompresory.

W zakresie stacji LOTOS w segmencie premium głównymi obszarami rozwoju w 2012 r. będą:

- myjnie bezdotykowe,
- sklepy - dostosowanie obiektów do aktualnych standardów rynkowych poprzez przeprojektowanie sal sprzedaży, wyposażenie w ergonomiczne meble, urządzenia ekspozycyjne i kąciki gastronomiczne nastawione na tzw. szybką konsumpcję w trakcie podróży, zwiększenie liczby stacji z ofertą „Pierozkowego Kubka”,

- bardziej efektywne zarządzanie asortymentem pozapaliwowym poprzez budowanie profesjonalnych narzędzi informatycznych.

Zakładane jest dalsze, stopniowe wygaszanie kanału stacji patronackich, przy założeniu kontynuacji współpracy z wybranymi stacjami w formule stacji partnerskich.

Strategia Grupy Kapitałowej LOTOS zakłada kontynuację wzrostu liczby obiektów w sieci stacji paliw. W 2012 r. planowane jest włączenie kolejnych 50 stacji LOTOS Optima i konsekwentny rozwój segmentu premium, w tym rozwój stacji przyautostradowych.

Rynek stacji paliw w Polsce funkcjonuje w trzech segmentach:

- premium,
- przymarketowy/samoobsługowy,
- zorientowany na wartość.

Zmiany zachodzące na rynku paliw w Polsce wskazują na ewolucję ostatniego z wymienionych sektorów, który rozwija się w dużo szybszym tempie niż pozostałe segmenty i już w 2010 r. posiadał 11% udział¹ w wolumenie sprzedaży detalicznej.

Segment zorientowany na wartość definiowany jest jako te stacje, które mają klientów pragmatycznych poszukujących produktów o dobrej jakości w atrakcyjnej cenie.

Grupa Kapitałowa LOTOS odpowiadając na potrzeby rynku, rozpoczęła w 2011 r. budowę nowej formuły stacji paliw – stacje ekonomiczne LOTOS Optima. W wyniku podjęcia tej decyzji Grupa Kapitałowa LOTOS będzie realizowała swój strategiczny cel dotyczący pozycji na rynku detalicznym poprzez obecność i rozwój w dwóch segmentach tego rynku – premium i zorientowanym na wartość.

¹ Ogólnopolskie badania PENTOR, 2010.

Zadaniem i rolą marki LOTOS Optima jest:



Prezentacja nowego konceptu stacji ekonomicznych LOTOS Optima odbyła się na XVIII targach Stacja Paliw w maju 2011 r. W lipcu dokonano uroczystego otwarcia pierwszych trzech stacji LOTOS Optima w Warszawie. Kolejne stacje powstały na Mazurach, a do końca 2011 r., zgodnie z planem strategicznym było już 50 obiektów.

Stacje LOTOS Optima zlokalizowane są w rejonach o zróżnicowanym potencjale rozwoju sprzedaży, tak aby zapewnić optymalny rozwój całej sieci. Placówki działają w większości polskich województw, tj. w pomorskim, warmińsko-mazurskim, podlaskim, wielkopolskim, kujawsko-pomorskim, mazowieckim, dolnośląskim, łódzkim, świętokrzyskim, opolskim, śląskim i małopolskim. Wdrożenie segmentu ekonomicznego pozwoliło na efektywne przejęcie lokalizacji na obszarze o relatywnie mniejszej sile nabywczej.

Logistyka

Realizowany w 2011 r. wzrost sprzedaży paliw Grupy LOTOS oraz konieczność stałego dostosowywania się do wymogów zmieniającego się otoczenia rynkowego, spowodowały intensyfikację działań nakierowanych na rozwój sieci dystrybucji oraz wykorzystywanej siatki baz. Cały łańcuch logistyczny podlegał optymalizacji w oparciu o rachunek ekonomiczny, m.in. poprzez integrację logistyki pierwotnej i wtórnej. Stale podnoszona była jakość obsługi klientów oraz zwiększana elastyczność systemu logistycznego. Zapewniono niezbędne zaplecze do dystrybucji zwiększonej masy oraz nowych produktów powstałych w wyniku zakończonego Programu 10+.

W 2011 r. w pełni zrealizowano plan wymiany oraz tworzenia nowych zapasów obowiązkowych, zgodnie z obowiązującymi wymogami ustawowymi. Przyrost zapasów zakładał maksymalnie wysoki udział zapasów rotujących w ogólnej puli składowanych zapasów obowiązkowych. Struktura utrzymywanych zapasów obowiązkowych była na bieżąco optymalizowana w celu osiągnięcia minimalnego poziomu kosztów oraz systematycznego wzrostu przychodów z tytułu świadczenia usługi biletowej opartej o potencjał wytwórczy ropy naftowej.

Siatka wykorzystywanych baz magazynowych została objęta pełnym nadzorem w celu spełnienia wszelkich wymagań związanych z obrotem paliwami. Szczegółowe badania jakościowe realizowane na poszczególnych etapach transportu i magazynowania, zapewniły klientom niezmienną wysoką jakość oferowanych paliw.

Kontynuowano prace nad kontrolą i minimalizacją ubytków w całym łańcuchu dostaw. Równocześnie zapewnione zostało odpowiednie wsparcie logistyczne niezbędne do realizacji Narodowego Celu Wskaźnikowego.

Transport kolejowy

W celu optymalnego wykorzystania aktywów oraz zapewnienia efektywnej ekonomicznie, sprawnej i bezpiecznej dystrybucji własnych produktów, spółki Grupy Kapitałowej LOTOS zlecają ich transport kolejowy spółce LOTOS Kolej.

Podstawowym strategicznym celem LOTOS Kolej jest świadczenie usług związanych z kompleksową kolejową obsługą Grupy Kapitałowej LOTOS oraz dywersyfikacja źródeł przychodu pomiędzy kontrahentów koncernu i klientów zewnętrznych.

Spółka oferuje swoim klientom jedną z najbardziej kompleksowych ofert spośród wszystkich przewoźników towarowych w Polsce. Obejmuje wszelkie etapy kolejowego transportu towarów - od spedycji, przez przewóz i obsługę bocznicy (w Gdańsku, Czechowicach, Jaśle, Rypinie, Poznaniu Górczynie i Piotrkowie Trybunalskim), po usługi serwisu technicznego taboru kolejowego wraz z myciem i czyszczeniem cystern kolejowych. Jako jedyny przewoźnik kolejowy w kraju spoza Grupy PKP S.A. jest w stanie zapewnić usługi przewozu zarówno przesyłek całopociągowych, jak również przewozu pojedynczych wagonów na większości linii kolejowych, co stanowi istotną przewagę konkurencyjną na rynku. LOTOS Kolej dysponuje nowatorskim systemem logistyki kolejowej oraz najnowocześniejszym parkiem lokomotyw w Polsce. W znaczący sposób wpływa to na zwiększenie efektywności realizowanych przewozów i jest gwarancją wysokiej jakości oraz sprawności świadczonych usług.

LOTOS Kolej wykonuje usługi przewozowe na terenie kraju, a we współpracy z przewoźnikami zagranicznymi także w relacjach międzynarodowych.

Krajowa sieć połączeń kolejowych LOTOS Kolej



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Grupy Kapitałowej LOTOS.

Międzynarodowa sieć połączeń kolejowych LOTOS Kolej



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Grupy Kapitałowej LOTOS.

LOTOS Kolej należy do ścisłej czołówki przewoźników kolejowych w Polsce, zajmując trzecie miejsce z udziałem w rynku na poziomie 7,13% (drugie wśród przewoźników spoza Grupy PKP). Według danych Urzędu Transportu Kolejowego, po trzech kwartałach 2011 r. LOTOS Kolej jest także drugim największym przewoźnikiem intermodalnym w kraju z 22,56% udziałem w rynku (obie wielkości dotyczą wykonanej pracy przewozowej).

Logistyka morska

Logistyka morska jest ważnym elementem w łańcuchu logistycznym Grupy Kapitałowej LOTOS. Połączenie rurociągami produktowymi rafinerii w Gdańsku z bazą przeładunkową paliw płynnych w Porcie Północnym daje firmie znaczącą przewagę logistyczną. W 2011 r. do terminali przeładunkowych w portach w Gdańsku i Gdyni zawinęło 370 tankowców z ropą, produktami naftowymi i komponentami, a także pod załadunek produktów naftowych przeznaczonych na eksport. Znaczący wzrost liczby statków w 2011 r. w stosunku do roku poprzedniego, był spowodowany wzrostem eksportu paliw drogą morską w wyniku realizacji inwestycji Programu 10+.

Baza Przeładunkowa Paliw Płynnych, gdzie operuje Naftoport, stwarza możliwości przeładunku zbiornikowców o zanurzeniu do 15 m i załadunku do 150 tys. ton ropy lub produktów naftowych. Dzięki temu Grupa LOTOS efektywnie eksportuje nadwyżki produkcyjne, lokując je głównie na rynkach krajów skandynawskich, Północno-Zachodniej Europy oraz krajów nadbałtyckich. Bezpośrednie połączenie z portem ułatwia także organizację i prowadzenie uzupełniającego importu produktów naftowych - przede wszystkim komponentu lekkiego oleju opałowego.

Położenie rafinerii Grupy LOTOS w pobliżu morskiego terminalu przeładunkowego ropy naftowej pozwala na dywersyfikację dostaw surowca, umożliwia dostawy ropy naftowej pochodzącej z własnych złóż na Bałtyku, a w niedalekiej przyszłości również z Morza Północnego.

Grupa LOTOS konsekwentnie dąży do przejmowania w dostawach morskich gestii transportowej, czyli kontrolowania transportu na jak najdłuższym odcinku łańcucha dostaw, od frachtowania po formalną obsługę transportu morskiego. Zapewnia to większą kontrolę i usprawnia proces planowania przeładunków w portach morskich, pozwalając minimalizować przypadki przestoju statków i optymalizować związane z tym koszty.

Zobacz także:

Stopień realizacji celów strategicznych **Komunikacja marketingowa**