

试论石油销售企业如何增强竞争力

■ 张 洁

(中国石油天然气股份有限公司陕西延安销售分公司, 陕西 延安, 716000)

近年来,石油销售企业面临的市场竞争环境愈发严峻。因此,石油销售企业要正确认识自身所处的盈利环境,并树立现代化的管理理念,通过强化成本控制等工作的开展来有效提升自身的竞争能力。

一、增强危机意识,转变思想观念

结合实际情况来看,石油销售企业面对的问题可从以下几个方面进行论述。第一,部分石油销售企业在经营管理的过程中缺乏危机意识,存在盲目乐观的情况;第二,部分企业的决策活动过于功利,缺乏对市场发展状况的科学分析;第三,营销手段陈旧,难以紧跟市场环境变化及时调整自身的经营发展战略;第四,传统投资观念根深蒂固,且投资活动的开展缺乏风险约束机制,易出现不合理投资行为。针对上述问题,石油销售企业须重视以下工作的开展。

(一)在盈利环境面前保持清醒

一方面,在盈利环境中,石油销售企业需正确认识这类现象的出现得益于油价相对较高,以及国家针对成品油市场整改工作的不断深入,这类盈利环境并不是石油销售企业参与市场竞争时真正获得的竞争成果。另一方面,在我国加入世贸组织后,国内的石油市场愈发具有开放性,这使得石油销售企业面临的市场环境愈发严峻,石油销售企业自身的竞争能力决定着自身的发展效率。因此,石油销售企业须做好危机意识的传达工作,统一员工思想,转变管理思想观念,为自身竞争能力的提升提供充分保障。

(二)在管理观念上入世

加入世贸组织后,我国的市场经济体系愈发完善,同时,我国参与全球经济一体化的步伐也愈发迅速。在这类社会背景下,石油销售企业必须从基础出发创新自身管理观念,从以下几方面入手。第一,石油销售企业需明确自身的战略观念,并在积极开展市场分析工作的基础上,挖掘市场环境中存在的潜在发展机会。第二,正视市场竞争。石油销售企业应转变自身参与市场竞争活动的观念,并在参与市场竞争活动的过程中不断调整自身的经营管理战略及经营方式,进一步完善自身的经营模式。第三,石油销售企业应积极学习其他企业优秀的营销策略,并在将其有效融入自身市场营销体系的同

时,进一步明确自身参与市场竞争的优势。第四,石油销售企业应正确认识风险约束机制的重要性,并以此为基础针对各项投资活动开展必要的可行性分析、审批等工作,在有效提升自身投资效益的同时,为自身竞争力的提升奠定坚实的基础。

二、强化成本控制,改善经营管理

结合实际情况来看,我国大部分油田位于北方,而南方成品油销售市场却相对较大,这使得成品油运输成本相对较高,加上石油销售企业大多存在销售体系庞大、劳动生产率低等问题,因此在一定程度上增加了石油销售企业的经营成本。

(一)优化成本控制机制

从实际情况来看,石油销售企业优化自身成本控制机制需不断提升自身成本控制体系的完善性与科学性,切实做到事前审计、事中控制及事后检查。通常情况下,石油销售企业在优化自身成本控制机制时,要不断加大自身预算、决算及稽查工作开展的力度,在全面落实成本控制工作职责的基础上构建起现代化的成本控制考核体系,从而在根本上强化自身的成本控制机制。

(二)降低运营和经营成本,确保成本结构的合理性

在石油销售行业市场竞争环境愈发严峻的情况下,石油销售企业降低自身成品油运输及经营成本是十分必要的,石油销售企业需从以下方面入手开展相关工作。第一,不断提升油品流向及运输组织的优化性,并积极运用新型运输方式有效降低自身的运营成本支出。第二,提升地区油库布局的合理性,降低成品油仓储成本。第三,强化自身资金管理工作的开展力度,通过合理调度下属企业闲置资金的方式来有效压缩银行贷款。同时,对自身内部资金的实际流向进行严格监控,进一步提高闲置资金的利用效率。另外,充分利用国家调低利率的机会,全面降低自身的筹资成本。第四,做好清欠工作,降低资金占用等负面问题出现的概率。石油销售企业应不断强化自身的管理目标,并对办公费等方面的费用支出开展严格控制工作,以此进一步减少不必要的成本支出。第五,在充分考虑自身实际情况的基础上积极运用现代化营销手段,如连锁经营等。

三、优化用人机制，提升员工综合素养

从石油销售企业的用人机制来看，部分石油销售企业的内部存在十分严重的论资排辈现象，这类现象的存在严重影响了工作人员的工作积极性，并在一定程度上限制了石油销售企业人才培养工作开展。因此，石油销售企业应从以下方面入手开展相关工作，在有效避免人才断层问题出现的同时，为自身竞争能力的提升提供更全面的保障。

（一）制订人才战略

现阶段，石油销售企业应在深入分析自身发展情况的基础上开展人才战略制订工作。从实际情况来看，石油销售企业在制订人才战略时，首先要明确自身的人才开发目标与计划。石油企业应在开展专业人才招聘工作的基础上，为自身原有的工作人员开展专业化内部培训工作，以此提升内部员工的整体专业素质。

（二）健全用人机制

在当前社会下，完善的用人机制是石油销售企业吸引人才、留住人才的关键因素。一方面，石油销售企业应不断完善自身的用人环境，并以此为基础进一步提升人才队伍的整体工作能力及团队凝聚力。另一方面，石油销售企业应采取竞争上岗机制，并在不断提升工作队伍结构科学性的同时，拓展人才选拔与任用方式，有效激发工作人员的工作积极性，充分发挥企业内部人力资源的应用价值。

四、推行品牌战略，树立优良企业形象

（一）制订规范化的服务标准

从实际情况来看，石油销售企业要想有效提升自身营销服务工作开展的优质性，树立优质的企业市场外在形象，就必须切实提高服务标准的统一性与规范性。在通常情况下，从加油站工作人员的角度来看，规范化的服务标准应包含以下几个方面。第一，统一规范的工作服及工作牌，并提供“微笑服务”。第二，服务工作开展的程序要做到有序性与协调性。在上班时间内，加油站工作人员要严格遵守候车、引导、加油、找零的工作顺序。同时，在应用先进的个人营销方式时，工作人员要自主完成开关车辆油箱、加油及找零等工作，从根本上确保自身营销服务的优质性。第三，积极、合理地提供相关延伸服务，例如，帮助司机检查车辆轮胎是否需要充气，或提供一些简单的车辆冲洗服务等。第四，为客户提供相应的知识咨询服务，例如向司机介绍成品油的性能等。

（二）加大营销培养活动开展力度

现阶段，各加油站要想提升自身的市场竞争能

力，就必须积极转变加油站工作人员对加油工作的固有认识，对他们进行专业培训，从而确保他们能够在严格遵守统一、规范的服务标准的约束下，熟练开展加油工作。同时，加油站工作人员应深入分析消费者的消费心理，并通过向消费者细致介绍、推荐产品的方式来进一步调动消费者的消费意识。从实际情况来看，要想做到上述内容，石油销售企业必须不断提升加油站工作人员的整体综合素养，并在帮助其充分掌握成品油应用知识、大多数车辆性能及部分市场营销知识的同时，使其真正成为加油站营销工作开展的主体，最终为石油销售企业整体竞争能力的提升奠定坚实基础。

（三）开展多元化经营活动

在下，加油站主要经营的业务为汽油与柴油两大类，但是，在消费者消费需求日益多元化的当今社会，加油站应在充分考虑自身实际情况的基础上，尽可能地开展多元化的经营与服务活动，以此全面满足消费者的消费需求。例如，城区内的加油站可以适当提供润滑油经营、车辆维修、清洗等服务项目；高速加油站可以合理增加百货、饮食等方面的服务；乡镇地区的加油站可以在结合自身实际情况的基础上提供日用百货出售等方面的服务项目。另外，在我国人民整体生活水平不断提升、新能源汽车数量不断增加的社会背景下，为满足新能源汽车的充电需求，石油销售企业需不断提升加油站经营活动开展的多样性。石油销售企业可与国家电网等相关部门开展深入的合作交流，通过在加油站设置电动汽车充电桩的方式，满足新能源汽车行驶、续航的需求，提升加油站经营活动的多样性。

五、结语

在当前社会，虽然石油销售企业正不断加大加油站营销、加油站工作人员培训工作的开展力度，但是这些工作仍存在一些不足之处。结合实际情况来看，这些不足主要体现在工作观念、管理模式、专业人才培养及营销活动开展手段等多个方面。在市场竞争环境日益严峻的背景下，石油销售企业应及时认识到自身存在的不足之处，并积极应用相关措施提升自身的市场竞争能力，为自身可持续发展目标实现奠定坚实基础。

【作者简介】张洁（1982—），女，陕西延安人，本科，中级经济师，中国石油天然气股份有限公司陕西延安销售分公司，研究方向为工商管理。