

НЕПРОЗРАЧНОСТЬ ФОРМИРОВАНИЯ СТОИМОСТИ НЕФТЕПРОДУКТОВ НА ВНУТРЕННЕМ РЫНКЕ РОССИИ

© 2013 А.Б. Вишнякова, М.С. Паньков*

Ключевые слова: рынок нефтепродуктов, биржа, стоимость нефтепродуктов, непрозрачность, ценообразование.

Рассматриваются российский рынок нефтепродуктов и присущая ему непрозрачность ценообразования. Описываются два источника раскрытия информации - это информационные агентства и биржа. Анализируются результаты торгов нефтепродуктами в 2011 г. Выявляются изъяны законодательства.

Российский рынок нефтепродуктов характеризуется низкой степенью открытости и доступности его участникам информации о результатах производственной деятельности предприятий нефтедобывающей и нефтеперерабатывающей отраслей.

Участникам рынка на бесплатной основе доступна лишь базовая отраслевая статистика, которую ежемесячно публикуют Министерство энергетики России и Федеральная служба государственной статистики РФ.

Статистика отражает четыре показателя рынка нефти (добыча, экспорт, поставка на переработку и переработка) и четыре показателя рынка нефтепродуктов (производство автомобильного бензина, авиационного керосина, дизельного топлива и топочного мазута без разбивки по маркам). Данные публикуются ежемесячно и содержат информацию в целом по России за отчетный месяц и накопительным итогом с начала года.

В открытой отраслевой статистике отсутствуют следующие данные по рынку нефтепродуктов:

- ◆ сведения о плановых профилактических ремонтах на НПЗ;
- ◆ информация об отгрузках нефтепродуктов на внутренний рынок;
- ◆ информация об отгрузках нефтепродуктов на экспорт;
- ◆ информация об остатках нефтепродуктов на НПЗ (запасах нефтепродуктов);
- ◆ информация о запасах нефтепродуктов на нефтебазах регионов.

Эта информация, если бы она была доступной участникам рынка на бесплатной ос-

нове еженедельно в разрезе НПЗ, регионов, федеральных округов и России в целом, могла бы оказывать существенное влияние на цены на нефтепродукты на оптовом и мелкооптовом рынке России.

В условиях низкой степени открытости рынка усиливаются риски манипулирования информацией и ценами на нефтепродукты.

Ценовой мониторинг рынка нефтепродуктов России осуществляют независимые ценовые агентства, в частности, "КОРТЕС", Platt's, Reuters, Argus, но оперативная ценовая информация по рынку распространяется по подписке.

Мониторинг рынков нефти и нефтепродуктов России ценовыми агентствами способствует увеличению "прозрачности" и открытости этих рынков. Котировки, публикуемые независимыми ценовыми агентствами, достаточно реально отражают ситуацию на внутреннем рынке нефти и нефтепродуктов.

Процесс мониторинга подразумевает получение информации от производителей и потребителей нефтепродуктов, а также независимых трейдеров.

Мониторинг российского рынка на данный момент осложняется отсутствием какого-либо крупного центра ценообразования, играющего роль прайсмейкера.

До 2009 г. роль такого прайсмейкера играл уфимский рынок.

На протяжении многих лет Уфимская группа НПЗ оказывала услуги по переработке нефти независимым от нее владельцам сырья за фиксированную плату.

Давальцы (владельцы сырья и нефтепродуктов) осуществляли закупку необходимых

* Вишнякова Ангелина Борисовна, кандидат экономических наук, доцент; Паньков Михаил Сергеевич, магистрант. - Самарский государственный экономический университет. E-mail: Goodwinner@mail.ru.

объемов нефти на внутреннем рынке, согласовывали с компанией “Транснефть” ее прокачку на Уфимскую группу НПЗ и осуществляли реализацию произведенных нефтепродуктов.

Из-за сравнительно большого количества компаний-продавцов на одном базисе и их ориентированности на оптовые продажи нефтепродуктов внутри страны формировался ликвидный рыночный уровень цены на нефтепродукты.

Схема работы независимой давальческой компании представляла собой достаточно простой цикл, основными элементами которого были: закупка сырья => переработка сырья и производство нефтепродуктов => реализация нефтепродуктов.

В следующем месяце этот цикл повторялся, причем в обязательном порядке, так как в противном случае компания-давальец могла потерять квоту на переработку сырья.

Такая специфика деятельности предполагала повышенное внимание давальцев к оборачиваемости капитала: наибольший интерес для давальцев представляла реализация нефтепродуктов крупным оптом на условиях 100%-ной предоплаты.

Эта схема продаж нефтепродуктов обеспечивала увеличение оборачиваемости капитала и способствовала снижению рисков, связанных с несвоевременной либо неполной оплатой отгруженной продукции.

Структура отгрузок нефтепродуктов с Уфимской группы НПЗ была весьма пестрой, в 2008 г. нефтепродукты поставлялись в 76 регионов России.

Широкая география отгрузок нефтепродуктов являлась следствием ориентированности давальцев на реализацию продукции крупным оптом в адрес независимых участников рынка.

Схема ценообразования, принятая в давальческих компаниях, была гибкой, эта гибкость давала возможность арбитража. При отгрузке нефтепродуктов в отдаленные регионы России покупателям предлагались цены, конкурентоспособные по отношению к ценам других НПЗ, в том числе расположенных ближе к региону потребления.

В настоящее время Уфимская группа НПЗ не является центром ценообразования на внутреннем рынке нефтепродуктов России из-за

построения вертикально интегрированной нефтяной компании на основе предприятий башкирского ТЭК. Весной 2009 г. АФК “Система” приобрела контрольные пакеты акций предприятий башкирского ТЭКа (Уфимский НПЗ, Ново-Уфимский НПЗ и Уфанефтехим).

В настоящее время нефтяные компании формируют цены внутреннего рынка России исходя из мировых цен и собственной оценки экспортного эквивалента, баланса спроса и предложения на рынке и цен конкурентов.

Идентичные подходы к формированию цен и одинаковая сбытовая политика на рынке нефтепродуктов у шести ВИНК, производящих свыше 85% моторных топлив, приводят к частой разбалансированности спроса и предложения на внутреннем рынке нефтепродуктов.

Синхронные перераспределения объемов нефтепродуктов между экспортом и внутренним рынком России будут приводить к ограничению предложения на внутреннем рынке, к локальным дефицитам и ценовым всплескам.

Предполагалось, что логичной заменой Уфимской группы НПЗ в системе ценообразования станет биржевая торговля нефтепродуктами, которая могла легко воспроизвести уфимскую модель и даже сделать ее более полноценной.

Но если схема работы давальцев предполагала постоянство производства и предложения нефтепродуктов, то биржевая торговля изначально была зависима от интересов и сбытовой политики нефтяных компаний.

В результате биржи, которые являются фактически только инструментом процесса ценообразования, стали заложниками его несовершенства.

Основная часть производства нефтепродуктов в России сконцентрирована в руках крупнейших нефтяных компаний. В 2011 г. шесть крупнейших компаний отрасли (“Роснефть”, ЛУКОЙЛ, ТНК-ВР, “Сургутнефтегаз”, “Газпром нефть” и “Башнефть”) произвели 87% автомобильного бензина, 91% авиационного керосина, 85% дизельного топлива и 78% топочного мазута.

Основным признаком олигопольного рынка считается превышение доли четырех компаний-лидеров уровня в 50%. Российский рынок нефтепродуктов следует считать оли-

гопольным, так как свыше 85% моторных топлив производят всего шесть компаний.

Как правило, компании-продавцы на таком рынке весьма чувствительны к ценовой политике и маркетинговым стратегиям друг друга.

В настоящее время биржевой рынок нефтепродуктов, к сожалению, не защищен от ценового манипулирования.

Отсутствие предложения востребованного товара на бирже в течение долгого периода либо предложение продукции в недостаточных для рынка объемах зачастую приводит к существенному росту цен на нее и воспринимается участниками рынка как ограниченное предложение товара в целом на оптовом рынке. При этом цены на бирже могут существенно превышать цены на внебиржевом рынке и приближаться к мелкооптовым ценам на нефтебазах.

Еще один недостаток торговой стратегии нефтяных компаний при реализации нефтепродуктов на бирже - часть ликвидности создается "адресными" или заранее согласованными сделками.

Цены и прочие условия таких сделок, как правило, отличаются от рыночных, а сторонами "адресных" сделок часто являются аффилированные компании.

Реализуемые "адресными" и согласованными сделками объемы не предназначены для свободного рынка, следовательно, публикуемая в отчетах о результатах торгов информация о таких сделках дезинформирует участников рынка, способствует распространению ложных ценовых уровней и снижает планку доверия к результатам биржевых торгов.

Тем не менее, на сегодняшний день нет альтернативы биржам как тому основному источнику ценовой информации, который будет отражать сложившийся уровень цен на внутреннем рынке с учетом всех его факторов и особенностей.

К сожалению, у профильных министерств и ведомств нет единого понимания развития биржевого движения в области торговли нефтепродуктами.

Ярким примером этого является фактический уход абсолютного большинства всех торгуемых объемов только на одну биржевую площадку СПБМТСБ, произошедший в

самом начале 2011 г., негативно повлиявший на развитие биржевого движения в целом и на репрезентативность биржевых ценовых показателей в частности.

По итогам 2011 г.:

♦ суммарный объем продаж нефтепродуктов вырос на 64,5%;

♦ объем продаж на СПБМТСБ вырос на 137,4%;

♦ объем продаж на НП МБНК сократился на 43,3%;

♦ объем продаж на бирже "Санкт-Петербург" вырос на 27%.

В 2011 г. на биржах реализовано 6,08 млн т дизельного топлива, что составило 47,0% от общего объема продаж.

Вторым наиболее торгуемым продуктом стал автомобильный бензин - его продано 3,09 млн т (23,9%). На биржах реализовано 9,6% отгруженного на внутренний рынок автобензина и 18,8% дизельного топлива.

За 2011 г. на биржах продано 1,88 млн т топочного мазута, или 14,5% от суммарного объема реализации нефтепродуктов. Доля биржевого рынка во внутреннем потреблении для топочного мазута составила 14,1%.

Продажи авиационного керосина на биржах в 2011 г. составили 1,82 млн т, или 14,1% от объема торгов нефтепродуктами. Доля продаж на биржах от поставок на внутренний рынок составила 21,4%.

Львиную долю объема продаж биржам обеспечила пятерка крупнейших ВИНК.

Пять крупнейших ВИНК - "Роснефть", ЛУКОЙЛ, ТНК-ВР, "Газпром нефть" и "Сургутнефтегаз" - в 2011 г. реализовали на биржах 11,27 млн т нефтепродуктов, что составило 87% от суммарного объема торгов.

В наблюдавшийся рост объема торгов внесли свой вклад все пять крупнейших ВИНК, но в разных пропорциях.

По итогам 2011 г. крупнейшим продавцом нефтепродуктов на биржах стала "Роснефть". За год компания реализовала 3,27 млн т нефтепродуктов, что составило 25,3% от суммарного объема торгов. По нефтепродуктам "Роснефти" заключено 2724 сделок, или 64,7% от общего числа.

"Газпром нефть" стала вторым крупнейшим продавцом нефтепродуктов на биржах по объему реализации с показателем 2,61 млн т, но оказалась на четвертой позиции по коли-

честву сделок. За прошедший год было заключено лишь 2048 сделок по продукции “Газпром нефти”, или 13,2% от общего количества.

“Сургутнефтегаз” занял третье место в обоих рейтингах, как по объему продаж нефтепродуктов, так и по количеству сделок.

На товары пяти продавцов за отчетный год пришлось 11 961 сделка. По итогам 2010 г. аналогичный показатель составлял 17 155 сделок.

Количество сделок по итогам 2010 г. составляло 12 170, т.е. мы видим понижение этого показателя на 77,6% при общем увеличении объемов продаж компании.

Таким образом, при увеличении объемов продаж в 2011 г. на 64,5% количество сделок сократилось на 30,3%. В отношении объема торгов нефтепродуктами биржевой рынок в 2010-2011 гг. следует разделить на два периода. Фактически, это 2010 и 2011 гг. Границей является дата 18 февраля 2011 г., когда административным решением была протокольно зафиксирована рекомендованная доля продаж 15% объема производимых основных нефтепродуктов через биржевые площадки, и этим же документом все эти объемы были направлены на одну биржу СПБМТСБ.

Рекомендация продаж 15%, несомненно, сыграла свою положительную роль для развития биржевой торговли нефтепродуктами. Если за 2010 г. было продано 7,87 млн т нефтепродуктов, то за 2011 г. уже 12,95 млн т, увеличение составило 5,08 млн т, или 64,5%.

Однако это увеличение с лихвой перекрывается тем отрицательным влиянием, которое данное решение оказало на биржевое движение в целом.

В 2010 г. ценовые индикаторы, полученные в результате биржевой торговли, хорошо согласовывались с индикаторами агентств, отражавшими цены на внутреннем рынке нефтепродуктов по всем торгуемым основным нефтепродуктам.

Анализ итогов биржевой торговли нефтепродуктами в 2011 г. показывает, что из-за устранения конкуренции между биржами производители стали изменять стратегии работы на биржевом рынке, что не могло не сказаться на согласованности цен биржевого и внебиржевого рынков.

Если первая стратегия сводится к реализации на торгах продукции собственным сбытовым структурам, то вторая - к увеличению продаж на биржах в адрес не аффилированных с ними участников рынка.

Тот факт, что нефтяные компании выбрали одну из этих стратегий по собственным соображениям, объясняется отсутствием четких требований к организации торгов в самом начале развития биржевого рынка нефтепродуктов.

Единственное требование, которое озвучивалось, но пока не закреплено законодательно, - реализовывать на биржевых торгах 15% нефтепродуктов от объемов производимых нефтепродуктов (в другой редакции - поставок на внутренний рынок). Пока, руководствуясь рекомендациями протокола, нефтяные компании пытаются соответствовать его пожеланиям, но ситуация достаточно неопределенная и требует законодательного закрепления.

В отсутствии прозрачных правил и четких ориентиров развитие биржевой торговли нефтепродуктами стало саморегулирующимся процессом, цели которого начали определять сами нефтяные компании.

Резкое изменение количества сделок и среднего объема сделки на биржевом рынке нефтепродуктов при переходе 2010-2011 гг., на наш взгляд, было вызвано именно устранением конкуренции между биржами и, как следствие, изменением сбытовой политики нефтяных компаний.

В настоящее время биржи реализовали требование регуляторов об обеспечении анонимности торгов.

Уже понятно, что нынешняя трактовка понятия анонимности биржевых торгов не способствует увеличению открытости российского рынка нефтепродуктов.

Невозможность определить продавца ресурсов создает дополнительные сложности в интерпретации заключаемых на биржах сделок и их цен. Вариант раскрытия продавца в отчете, который публикуется по итогам торгового дня, поможет устранить эти сложности.

Регистрация внебиржевых сделок, которая сейчас реально проводится только на СПБМТСБ, не позволяет оценить ни размера этого рынка, ни уровня цен на нем, так как обработка не проводится по единому утвер-

жденному алгоритму и не приводится по условиям единым базисам.

Для того чтобы возродить утраченную конкуренцию между биржами, регуляторами предлагается создание Единой торговой сессии (ЕТС). Меморандум, который был в декабре 2011 г. заключен между биржами, оказался гораздо менее подробным, нежели изначально предлагаемый документ. Последняя версия не детализирует процесса ее создания и сроков исполнения. Скорее всего, это говорит о том, что различие в интересах бирж по дальнейшему развитию не позволяет им найти варианты работы в данных условиях.

Очевидно, что введение подобной формы торговли должно осуществляться на паритетных для всех вовлеченных в процесс биржевой торговли товарных бирж, на которых уже проводятся торги нефтепродуктами.

Но, согласно изначально предложенному меморандуму, администратор торгов, по сути, являясь товарной биржей, получит возможность самостоятельно определять условия работы на биржевом товарном рынке.

Конкуренция идей и продуктов в формате ЕТС исключена, так как администратор владеет торговой системой, определяет параметры работы и параметры биржевых инструментов.

Таким образом, создание ЕТС, призванной возродить утраченную конкуренцию между биржами, не решит поставленной задачи и приведет к окончательному исчезновению конкуренции.

1. *Баранов В.Н.* Аналитический отчет // Межрегиональная биржа нефтегазового комплекса. М., 2012.

2. *Моргунов Е.В., Буравцев Л.А.* Нефтяная биржа и биржевая торговля сырой нефтью // Проблемы развития рыночной экономики / под ред. В.А. Цветкова. М., 2009. Вып. 2. С. 92-101.

3. Нефтегазодобывающая и нефтеперерабатывающая промышленность: тенденции и прогнозы / РИА-Аналитика; Центр экон. исслед. М., 2012. Вып. 1. С. 52-58.

4. *Сизиков А.П.* Оптимизация производственно-сбытовой программы нефтяной компании // Вестн. Самар. гос. экон. ун-та. Самара, 2011. □ 7 (81). С. 80.

Поступила в редакцию 29.01.2013 г.