

# **КРИЗИС РЫНКА НЕФТЕПРОДУКТОВ**

## **УРОКИ ОСЕНИ 2007 ГОДА**

Алексей Бураков  
Герман Чеботарев

Постоянный адрес материала: <http://www.direct-oil.ru/press/reports/>

## Трудная осень 2007 года

Уходящая осень 2007 года надолго запомнится всем участникам столичного рынка нефтепродуктов: и трейдерам–оптовикам, и владельцам сетей АЗС, и конечным корпоративным потребителям.

Два месяца жесткого товарного дефицита и галопирующего роста цен на дизельное топливо перевернули все представления о возможных пределах развития ситуации на оптовом рынке дизельного топлива<sup>1</sup>.

Напомним, что в сентябре на оптовом рынке столичного региона сложился острый товарный дефицит, вызванный ростом объемов экспорта нефтепродуктов в преддверии повышения экспортных пошлин и на фоне высоких цен на энергоносители на западных рынках.

В итоге, сентябрьский товарный дефицит не позволил участникам рынка подготовиться к профилактическим работам на МНПЗ и сделать достаточных товарных запасов. Профилактические работы на МНПЗ начались, как это и было заранее известно, в конце сентября и уже в первых числах октября рост цен продолжился, потому что дизельное топливо в столичном регионе практически исчезло. Поставки по железной дороге с других заводов не влияли на ситуацию. Во-первых, они были явно недостаточного объема – на профилактические работы встали заводы по всей стране. А во-вторых, заводы, расположенные в других регионах, ориентируясь на рост цен на столичном рынке, также стали повышать цены.

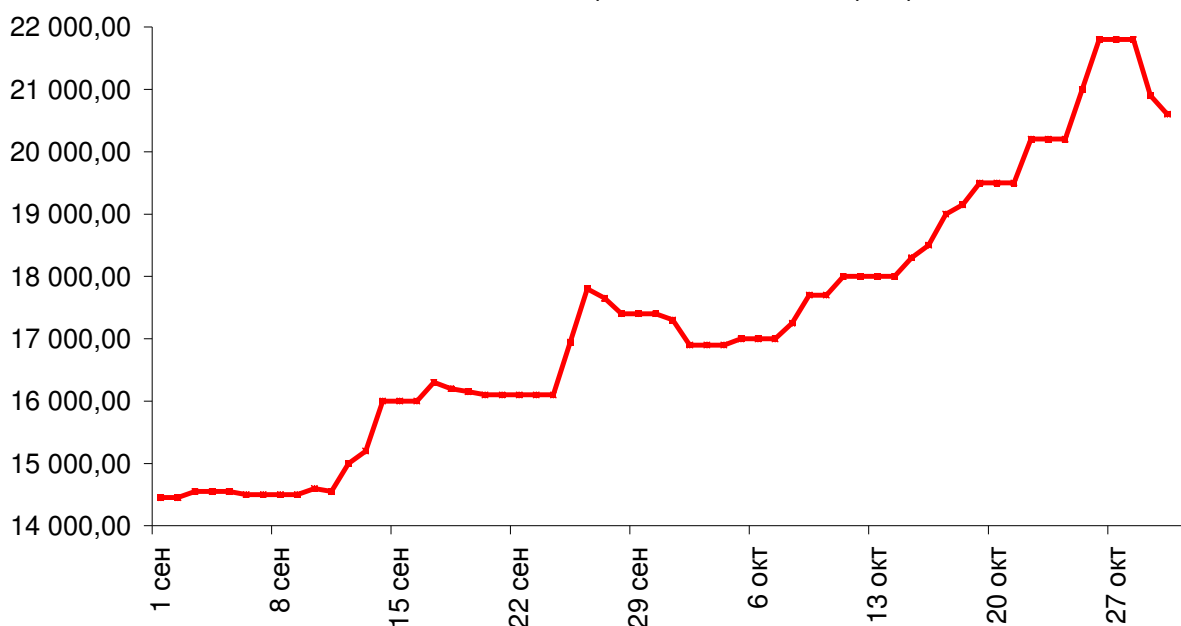
Уже к середине октября дефицит наличного дизельного топлива стал критичным – полностью “сухими” стояли нефтебазы в радиусе 300 км от Москвы. Стоимость тонны дизельного топлива в этой ситуации превысила 26 октября значение в 21 000 рублей.

За два календарных месяца, с 1 сентября по 26 октября, цены дизельного топлива на столичном оптовом рынке выросли с 14 450 до 21 800 рублей за тонну.

На своем пике двухмесячный рост цен составил 7 350 рублей на тонне или 51 %

### Дизельное топливо летнее (Л 0,2 - 62) руб/тн.

(базис поставки: ЛПДС "Володарская", г. Москва)  
данные компании "Алгоритм. Топливный интегратор."



<sup>1</sup> Подробнее о рынке нефтепродуктов смотри главу [“Реальный рынок нефтепродуктов”](#)

## Пострадавшие

Осенний кризис 2007 года на рынке нефтепродуктов для различных групп участников рынка имел разные последствия, но для всех эти последствия оказались очень серьезными.

### Трейдеры

Для трейдеров, действующих на рынке дизельного топлива столичного региона, ситуация острого товарного дефицита и одновременного с ним взлета цен привела к критическому росту операционных издержек и накладных расходов, а также к серьезному недостатку оборотных средств. Наличные объемы топлива стало практически невозможно найти. Потребность в оборотных средствах для обслуживания товарных операций прежнего объема росла прямо пропорционально росту цен и такими же темпами.

Коммерческие банки и в обычных условиях выдают трейдерам кредиты под достаточно высокий процент, в силу непрозрачности бизнеса последних, а, выдавая краткосрочные кредиты под покрытие дефицита оборотных средств трейдеров, банки дополнительно повышали процент кредитования.

Многие трейдеры оказались не в состоянии осуществлять поставки дизельного топлива по рыночной цене в сложившихся условиях, и вынуждены были расплачиваться за свои отказы потерей лояльности своих клиентов.

Общий результат для трейдеров - снижение операционной рентабельности.

### Сети АЗС

Независимые сети АЗС перенесли ситуацию с дизельным топливом, возможно, несколько легче, в силу того, что бизнес АЗС это в большей мере бизнес на бензине, чем на дизельном топливе. Однако и с бензинами на рынке была похожая ситуация, да и дизельное топливо все-таки берут и на АЗС.

Сети АЗС не имеют возможности оперативно повышать цены. Поэтому они вынуждены были просто наблюдать, как растут цены на оптовом рынке, все больше приближаясь к ценникам на их стелах и "съедая" рентабельность их бизнеса. Для независимых сетей АЗС, по сути, встал вопрос о прекращении отпуска дизельного топлива со своих бензоколонок.

### Корпоративные потребители

Но в самой сложной ситуации, безусловно, оказались конечные корпоративные потребители дизельного топлива<sup>2</sup>. Взлет цен привел к соответствующему росту затрат конечных корпоративных потребителей. Товарный дефицит привел к недопустимым перебоям в снабжении топлива.

Вопрос поиска наименьшей цены в конце сентября сменился на вопрос поиска дизельного топлива как такового. По любой цене.

Под угрозой оказались собственные технологические циклы предприятий – потребителей нефтепродуктов.

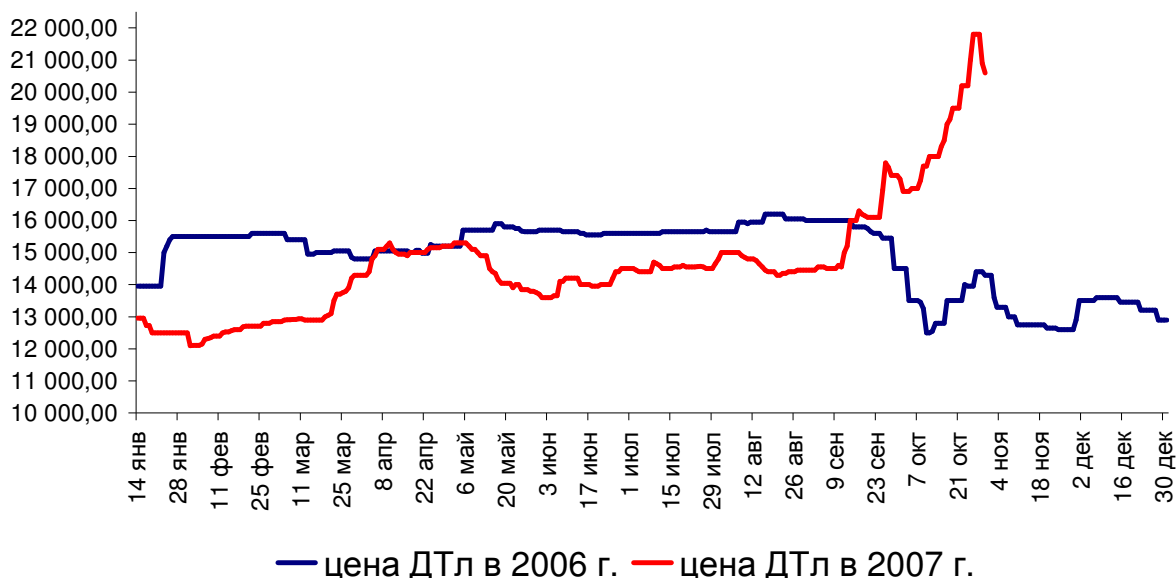
---

<sup>2</sup> Здесь и далее речь идет о корпоративных потребителях нефтепродуктов, которые закупают дизельное топливо не на АЗС, а на региональных нефтебазах с последующей его доставкой автомобильными цистернами.

## Повод задуматься

### Дизельное топливо летнее (Л 0,2 - 62) руб/тн.

(базис поставки: ЛПДС "Володарская", г. Москва)  
данные компании "Алгоритм. Топливный интегратор."



Очевидно, что рынок оказался совершенно не готов к ситуации, с которой вынужден был столкнуться в сентябре – октябре 2007 года. Минувшая осень ярко высветила пределы эффективности действующих на рынке отношений и поставила вопрос об их принципиальном пересмотре.

Если бы кто-то озаботился целью узнать, какие вопросы больше всего волновали трейдеров и корпоративных потребителей нефтепродуктов минувшей осенью, то итогом такого исследования, мы уверены, стал бы достаточно короткий список:

1. Как обеспечить себе гарантированные поставки топлива требуемого объема?
2. Как эффективнее и быстрее согласовывать цену поставки и проводить оплату, в ситуации, когда цена меняется три раза в день и задержка в согласовании цены и оплате означает отсутствие товара или рост цены на него, далее новое согласование и так до бесконечности?
3. Что делать, если совершенно уверен, что цена топлива будет расти, но не можешь сделать требуемых товарных запасов (не на что, не куда и т.д.)?

Для трейдеров эти вопросы дополнены ещё одним: “Как снизить стоимость кредита для пополнения оборотных средств?”.

Если ответы на эти вопросы найти не удастся, то ситуация повторится, для каждого потребителя либо трейдера в отдельности и для рынка в целом. Просто “перетерпеть” нынешний кризис и на том успокоиться будет большой ошибкой. Необходимо решать ситуацию принципиально. Вопросы, которые мы обозначили выше, актуальны всегда и ответ на них должен быть системным. Да, действительно, товарный дефицит и сопутствующий ему рост цен подобные тем, что сложились на рынке осенью 2007 года случались, на нашей памяти только в 1994 году. Но сама по себе ситуация товарного дефицита или колебаний цены, пусть даже и меньшего порядка, не являются чем то исключительным на рынке нефтепродуктов. Минувшая осень лишь особенно яркий пример подобного рода явлений.

Кроме того, есть все основания ожидать в недалеком будущем того, что ситуации товарного дефицита на внутреннем рынке дизельного топлива в России будут возникать не только чаще, но и вообще могут стать постоянным явлением.

В последнее время появилась информация о том, что европейские нефтяники и потребители прогнозируют возникновение в ближайшее время серьезного дефицита дизельного топлива. В решении этой проблемы они во многом надеются на Россию. Однако и иностранные, и отечественные эксперты уверены, что существенно наращивать выпуск дизтоплива российские нефтяные компании не будут.

В октябре, по данным газеты "Коммерсантъ" (№ 195 (3771) от 24.10.2007), в Брюсселе завершилась конференция Platts European Refining Markets, главным вопросом которой стала проблема обеспечения Европы дизельным топливом в необходимых объемах. Его дефицит к 2020 году вырастет более чем в 3,5 раза.

Как сообщает газета "Коммерсантъ", со ссылкой на ведущего аналитика Wood McKenzie Джона Уотерло, спрос на дизтопливо в Европе в 2006 году составлял 220 млн тонн, в 2015 году достигнет 290 млн тонн, в 2020 году -- 295 млн тонн. "Причина - 'дизелизация': сейчас 30% европейского автопарка занимают автомобили с дизельным двигателем", - отмечает глава Hellenic Petroleum Панос Кавулакос.

Основным поставщиком дизтоплива в Европу являются страны бывшего СССР, прежде всего Россия. Сейчас Россия экспортирует в Европу примерно 25 млн тонн дизтоплива. Как сообщила генеральный секретарь Европейской ассоциации нефтяной промышленности (Europia) Изабель Мюллер, ожидается, что к 2030 году этот объем удвоится.

Никого не должен вводить в заблуждение такой далекий срок – 2030 год. Европа требует от России больше дизельного топлива уже сегодня. Именно так следует понимать ключевое сообщение конференции Platts European Refining Markets. Цифры, озвученные аналитиком Wood McKenzie это не просто прогноз. Это заблаговременно объявленный спрос.

Применительно к внутреннему рынку дизельного топлива в России, все сказанное выше означает, что вопрос гарантий поставок достаточного объема дизельного топлива в самом скором времени станет едва ли не самым актуальным. В первую очередь для трейдеров и корпоративных потребителей. Риск повторения ситуации сентября – октября 2007 года будет только возрастать.

Внутренний рынок дизельного топлива в целом и каждый отдельный его участник в отдельности (и корпоративный потребитель и трейдер и владелец независимой сети АЗС), должны научиться четко и внятно предъявлять свой спрос на конкретные объемы поставок дизельного топлива.

Этот спрос должен быть внятным, структурированным и консолидированным только тогда он будет услышан. Спрос на дизельное топливо должен быть гарантирован – только тогда он будет удовлетворен.

Мы возьмем на себя смелость утверждать, что жертвами жесткого товарного дефицита сентября-октября 2007 года корпоративные потребители и трейдеры нефтепродуктов стали отчасти и по собственной вине. И для того, чтобы застраховаться от подобных ситуаций в дальнейшем и те и другие должны изменить собственную политику поведения на рынке.

Внутренний рынок нефтепродуктов в том виде как он устроен сегодня - это исключительно спот-рынок. Цена за тонну дизельного топлива согласовывается по каждой отдельной товарной партии, предназначенной к поставке. Цена согласовывается непосредственно перед поставкой. Расчеты проводятся на условиях предоплаты или в течение нескольких ближайших деловых дней. Именно такая модель отношений делает возможным возникновение дефицита объемов наличного товара на рынке.

Сегодня факт согласования или несогласования цены определяет собой факт поставки топлива или отказа от поставки. Согласование цены может происходить путем подписания отдельного договора или приложения к договору, путем оплаты счета, если речь идет о поставке на условиях предоплаты, или даже путем устной “джентльменской” договоренности, если стороны имеют продолжительный опыт работы друг с другом, - суть дела от этого не меняется. А суть заключается в том, что операции на спот – рынке не подразумевают каких-либо обязательств стороны покупателя по приему поставки товара, равно как и обязательств со стороны продавца по осуществлению поставки до того самого момента пока цена поставки не согласована. Это самый главный момент и именно на него мы хотим обратить особое внимание.

За малым исключением, на внутреннем рынке нефтепродуктов сегодня не существует контрактов, в которых стороны на значительные по протяженности будущие периоды, например на год, принимали бы на себя четкие и недвусмысленные обязательства по поставке или приему поставки конкретных, заранее оговоренных объемов товара.

Отсутствие долгосрочных контрактов с зафиксированными в них обязательствами сторон по поставке или приему строго оговоренных объемов топлива - это главная системная причина, которая определяет саму возможность возникновения товарного дефицита на рынке нефтепродуктов подобно тому, что случился в сентябре – октябре 2007 года.

Нет внятных обязательств по приему поставки – значит, нет и встречных обязательств по поставке. Именно по этой причине в сентябре-октябре 2007 года столичный регион, который составляет 10 % от всего российского внутреннего рынка нефтепродуктов, остался без дизельного топлива. Нефтяники не брали на себя такие обязательства перед трейдерами, а трейдеры не брали на себя подобные обязательства друг перед другом или перед своими клиентами – конечными корпоративными потребителями нефтепродуктов.

Осень 2007 года лишний раз показала, что достаточные наличные объемы топлива – это главный фактор нормального функционирования рынка нефтепродуктов.

Но осень 2007 года показала также и то, что простые спот - контракты, на основе которых сегодня функционирует рынок нефтепродуктов, совершенно не отвечают задаче гарантированного обеспечения нефтепродуктами в достаточном объеме не только отдельных трейдеров или потребителей нефтепродуктов, но и опять же рынка в целом.

И поэтому мы считаем, что на рынке нефтепродуктов должны появиться и войти в повседневную практику и корпоративных потребителей и трейдеров контракты на поставку дизельного топлива нового вида. Главным содержанием этих контрактов должны быть встречные обязательства сторон по поставке и приему поставки топлива на будущие периоды.

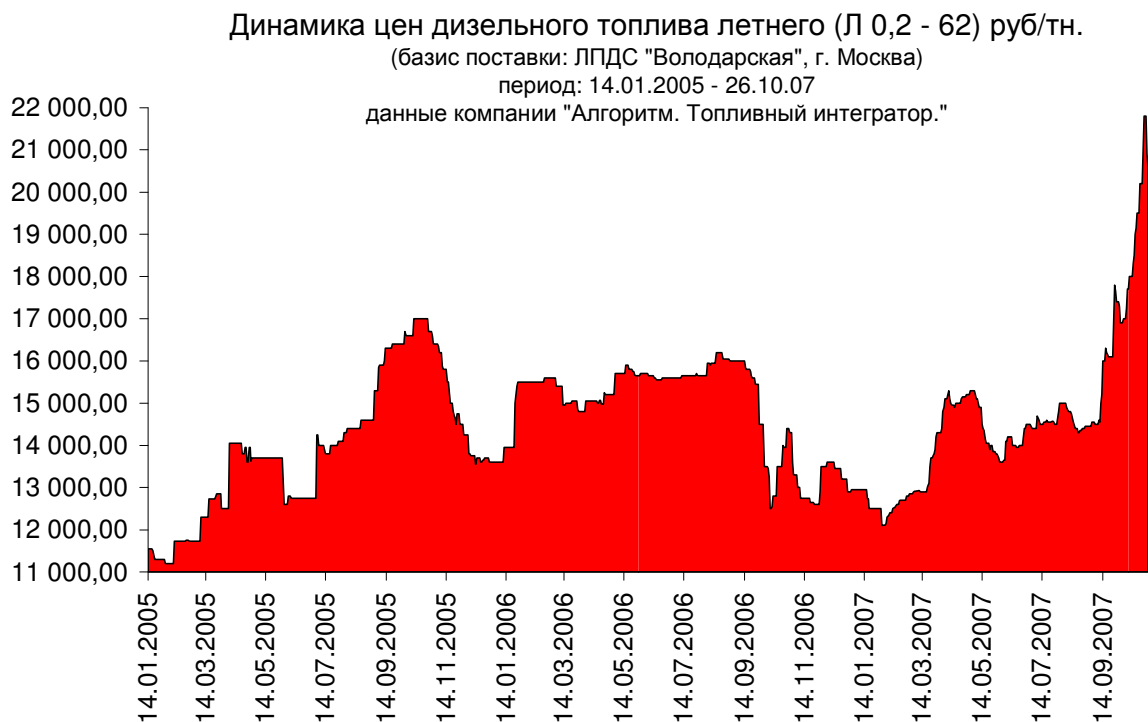
Здесь сразу встает два очевидных вопроса. Обязательства по приему поставки какого именно объема следует фиксировать в будущих периодах, а главное каким образом определять цену поставляемого топлива в будущем и возможно ли это в принципе, учитывая высокую волатильность рынка нефтепродуктов (см. график 3).

*Стороной, которая больше других заинтересована в гарантиях поставок топлива в достаточных объемах, объективно являются конечные корпоративные потребители. Именно для корпоративных потребителей своевременно и в достаточном объеме поставленное топливо означает непрерывность их технологических циклов на нужды, которых это топливо и закупается.*

*Поэтому наши рассуждения ориентированны в первую очередь именно на корпоративных потребителей, но мы считаем, что представляемая нами логика полностью подходит и для трейдеров заинтересованных в стабильных товарных операциях на рынке.*

Таким образом, вопрос гарантий поставки объема в будущем упирается в вопрос определения цены топлива в будущем.

**График 3.**



Колебания и скачки цен на нефтепродукты крайне сложно предсказать. Мы работаем на рынке нефтепродуктов более 10 лет, но не знаем никого, кто мог бы поручиться за достоверность своего прогноза цен с горизонтом хотя бы в календарный месяц. Казалось бы, крупные нефтяные компании, как производители нефтепродуктов и крупнейшие игроки рынка, должны четко представлять себе будущие колебания цен, но в реальности нефтяные компании, так же как и все остальные операторы рынка, не имеют возможности сделать сколько-нибудь долгосрочные прогнозы. Слишком много факторов влияют на региональные цены дизельного топлива и величину товарных запасов на свободном рынке, несмотря даже на мнение некоторых аналитиков о его отсутствии как такового.

Существует два базовых производных финансовых инструмента, которые позволяют фиксировать обязательства продавца и покупателя по объемам товарных партий на будущие периоды и фиксировать цену на будущее. Это форвардные и фьючерсные контракты.

Форвардные контракты – соглашения с твердыми обязательствами между двумя сторонами купить (длинная позиция по форварду) или продать (короткая позиция) базовый актив (в нашем случае дизельное топливо) на определенный момент в будущем по установленной цене исполнения сделки. Цена товара и другие условия фиксируются в момент заключения сделки.

В свою очередь фьючерсные контракты – стандартизированные соглашения купить (длинная позиция по фьючерсу) или продать (короткая позиция) базовый актив на определенный момент в будущем по установленной цене исполнения.

Фьючерсный контракт предусматривает строго определенное количество товара установленного вида с минимально допустимыми отклонениями, поставляемого на определенных условиях оплаты накладных или транспортных расходов.

Форварды являются внебиржевыми контрактами и по этой причине не стандартизованы в отличие от фьючерсных контрактов, которые заключаются на бирже.

Оптимальным для участников внутреннего рынка нефтепродуктов было бы использование одновременно двух этих контрактов. Например, корпоративный потребитель, используя эти инструменты, мог бы купить на внебиржевом рынке форвардный контракт и обеспечить себе тем самым гарантированные поставки заранее оговоренных объемов дизельного топлива по твердой цене, а, продав на бирже одновременно с этим фьючерс на равный объем, застраховал бы себя от риска изменения цены.

Суть механизма в том, что если цена на рынке к моменту исполнения форвардного контракта и принятия поставки покупателем станет ниже, чем цена на момент заключения контракта, то эта разница изменения цены будет компенсирована результатом от продажи фьючерсного контракта. Для продавца нефтепродуктов логика та же, а порядок действий прямо-противоположный.

Но сегодня рынок нефтепродуктов не владеет ни одним из перечисленных выше инструментов. Использование форвардных контрактов на таком волатильном рынке, каким является рынок нефтепродуктов без одновременного использования фьючерсных контрактов представляется вряд ли возможным – рыночная цена топлива на момент поставки может не соответствовать цене прописанной в контракте. Никто не возьмет на себя такие ценовые риски без возможности их хеджировать<sup>3</sup>.

В свою очередь фьючерсные контракты на дизельное топливо на сегодняшний день к сожалению только начинают развиваться и не получили ещё того развития, которого они заслуживают.

Тем не менее, на внутреннем рынке нефтепродуктов уже сегодня вполне возможны долгосрочные контракты с четкими встречными обязательствами сторон по объемам. Существует ещё третий путь.

## Индексируемые контракты

Речь идет о долгосрочных контактах с ценообразованием по формуле и на основе индекса рыночных цен, т.е. о так называемых “индексируемых контрактах”. Цена поставляемого в рамках индексируемого контракта дизельного топлива жестко привязывается к полностью независимому от продавца и покупателя нефтепродуктов индексу рыночных цен. Величину отклонения от индекса покупатель и поставщик согласовывают и фиксируют на весь срок действия контракта. Использование индекса рыночных цен, которому доверяет и продавец и покупатель позволяет отложить вопрос согласования цены до момента поставки, сохраняя при этом уверенность, что поставка пройдет по рыночной цене.

Несмотря на то, что индексируемый контракт является внебиржевым, он подразумевает жесткие взаимные обязательства сторон по объемам осуществления или принятия поставки наличного товара, а также четко определенные и прописанные процедуры поставки.

Практика ценообразования на основе индексов цен спот-рынка получает широкое распространение во всем мире. Об этом, в частности, заявил директор Platts по глобальным энергетическим рынкам Хорхе Монтепеки в своем выступлении 29 марта на конференции «Развитие рынка фьючерсных контрактов на нефть и нефтепродукты». Мы уверены, что Россия не станет исключением в этом вопросе. Индексы цен на спот-рынке также будут все больше входить в практику ценообразования при заключении контрактов на внутреннем рынке дизельного топлива.

---

<sup>3</sup> Из этого правила как из любого другого есть исключения.

Крупные нефтяные компании сегодня продают дизельное топливо крупным гос. потребителям по месячным контрактам с фиксацией цены в начале месяца. Эти контракты, по своей сути, являются форвардными. Но такой формат отношений не является характерным для рынка в целом.

Индексируемые контракты, имеющие в своей основе индексы рыночной цены - это единственный доступный на сегодня инструмент, полностью избавляющий корпоративных потребителей от возможных ценовых манипуляций со стороны поставщиков и обеспечивающий прозрачное ценообразование на всей глубине цепочки поставок нефтепродуктов включая логистику. Прозрачность ценообразования на всю глубину цепочки поставки дизельного топлива достигается за счет полного раскрытия стоимости топлива у корпоративного потребителя.

Согласованная величина отклонения от индекса рыночных цен включает в себя все накладные расходы поставщика по осуществлению поставки дизельного топлива на оговоренный в контракте базис поставки и с оговоренным в контракте уровнем сервиса и всех дополнительных услуг.

Благодаря использованию внешнего независимого индикатора цены, потребитель получает возможность в любой момент самостоятельно рассчитать и проверить справедливость своей цены на топливо. Таким образом, индексируемый контракт позволяет осуществлять эффективный текущий и ретроспективный контроль закупочных цен. Индексируемый контракт позволяет потребителю усилить контроль и повысить прозрачность процесса закупки нефтепродуктов. Это простой способ найти баланс между тотальным контролем, детальным документированием операций по закупкам топлива и скоростью бизнес - процессов”, которая особенно важна в ситуации резких колебаний цены и товарного дефицита.

## Индексы цен столичного региона

Для столичного региона, по нашему убеждению, оптимальными будут индексы, которые определяются на базе ЛПДС “Володарская”, которая является не только крупнейшей нефтебазой, но и фактическим центром ценообразования центрального региона России. ЛПДС “Володарская” (Володарка) включена в систему трубопроводного транспорта Транснефтепродукт. Именно на эту нефтебазу по трубе поступают основные объемы дизельного топлива с Московского нефтеперерабатывающего завода, после чего распределяются бензовозами по потребителям Москвы и Московской области. Через ЛПДС “Володарская” проходит, по нашим оценкам, порядка 50 процентов всего объема дизельного топлива отгружаемого на столичный рынок.

Одна из важнейших особенностей этой ЛПДС “Володарская” заключается в том, что на ней не доминирует ни один из игроков: нефтяных компаний или трейдеров.

Рисунок 1.



Сегодня уже существуют два индекса, которые определяются на базе ЛПДС им. Володарского.

Информационный Центр “КОРТЕС”, ведущий отечественный поставщик данных о состоянии рынка нефтепродуктов, публикует индекс цен дизельного топлива на рынке наличного товара “КОРТЕС - Володарка”. Индекс “Кортес-Володарка” создан специально для целей “ценообразования по формуле” при поставках нефтепродуктов конечным корпоративным потребителям столичного региона. Этот индекс восполняет существовавший до недавнего времени пробел в качественных ценовых индикаторах состояния рынка реального товара. Этот пригодный к практическому использованию индикатор предоставляет всем заинтересованным сторонам возможность свободно ориентироваться в реальных ценах на дизельное топливо.

Публикуется он уже около полугода и по нему накоплена статистика, которая позволяет сказать, что индекс “КОРТЕС - Володарка” действительно раскрывает реальную цену дизельного топлива на сегодняшний день.

Кроме того, 25 октября международным информационным агентством Reuters на специально организованной по этому поводу конференции был представлен новый продукт “Служба энергетических новостей и котировок на русском языке” или сокращенно RXPlus. Мы особенно были рады в числе котировок Reuters увидеть котировку по ЛПДС “Володарская”. Это означает, что появился ещё один индекс, ориентированный на отображение наиболее ликвидной части столичного оптового рынка нефтепродуктов и пригодный для ценообразования при поставках нефтепродуктов дизельного топлива конечным корпоративным потребителям.

Мы будем приветствовать появление новых индексов и котировок, отражающих реальную ситуацию на столичном рынке нефтепродуктов в России. Мы также были бы рады увидеть большую активность уважаемого международного агентства Platts по переводу своих продуктов на русский язык и их “приземления” до конечного корпоративного потребителя, т.е. снижения объема котироваемых товарных партий как это уже сделало Reuters в случае со своим индексом по ЛПДС “Володарская”.

Кроме того в отношении котировок Platts по дизельному топливу остается очень важный вопрос, который пока к сожалению не находит своего решения. Котировка дизельного топлива в Центральном Федеральном Округе (Platts Diesel 0.2 FCA CFD), которую Platts публикует в зимний период, рассчитывается Platts по специальной методике на основе цен одновременно и зимнего дизельного топлива и летнего. В результате зимняя котировка дизельного топлива Platts не отражает ни стоимость зимнего топлива, ни летнего, что является основной преградой на пути использования котировки Platts (Platts Diesel 0.2 FCA CFD) в зимний период.

Для большей устойчивости ценообразования в индексируемом контракте, вполне возможно на наш взгляд, использовать композитный индекс, составленный на основе нескольких уже существующих индексов и котировок. Использование композитных (сложносоставных) индексов особенно актуально для регионов России, в которых свободный рынок нефтепродуктов значительно уже, чем в Москве.

Сегодня ВИНКи на внутреннем рынке по индексируемым контрактам продают независимым трейдерам нефть. Мы считаем, что крупные вертикально интегрированные нефтяные компании будут заинтересованы также и в том, чтобы поставлять на внутреннем рынке по индексируемым контрактам и нефтепродукты, в первую очередь дизельное топливо как продукт, наиболее востребованный трейдерами и корпоративными потребителями.

Мы убеждены, что в современных условиях именно долгосрочные индексируемые контракты могут стать тем решением, которое позволит всему внутреннему рынку избежать повторения ситуации товарного дефицита сентября-октября 2007 года на рынке дизельного топлива в столичном регионе.

Выраженная в виде индексируемых контрактов система встречных обязательств по поставке и приему поставки дизельного топлива от крупных вертикально интегрированных компаний до конечного корпоративного потребителя или независимых сетей АЗС может стать основной формой, как внятного и недвусмысленного выражения, так и гарантированного удовлетворения спроса всего внутреннего рынка на дизельное топливо.

На наш взгляд, порядка 70 процентов объема дизельного топлива и корпоративным потребителям и трейдерам и независимым сетям АЗС следует закупать именно через контракты предполагающие встречные обязательства по осуществлению поставки и по приему поставки на будущие периоды, и только 30 процентов через операции на спот-рынке. Пропорция достаточно условна, и отражает наши собственные представления о том, какой объем товарных операций эффективнее всего проводить по долгосрочным контрактам. Каждый участник рынка должен в этом вопросе определяться самостоятельно, но в любом случае большая часть пропорции, мы уверены, должна быть за долгосрочными контрактами.

Вопрос консолидации спроса на внутреннем рынке, это главный вопрос для внутреннего рынка дизельного топлива, его стабильного обеспечения достаточными объемами и повышения эффективности отношений на нем в свете ожидаемого дефицита дизельного топлива в Европе, а значит и у нас на внутреннем рынке.

Сегодня функцию консолидации спроса на внутреннем рынке выполняют трейдеры, задумываются они об этом или нет. Именно трейдеры работают с хаотичным и разрозненным спросом со стороны корпоративных потребителей, чем снижают операционные риски и издержки крупных нефтяных компаний. Именно трейдеры обслуживают так называемую "последнюю милю". Лишь очень немногие потребители по своему объему потребления могут быть интересны Нефтяным компаниям для заключения с ними договоров.

Индексируемые контракты позволят трейдерам выполнять свою функцию на рынке более эффективно. Но для этого трейдерам необходимо осознать необходимость изменений в своей стратегии поведения на рынке и степени своей информационной прозрачности.

В сентябре – октябре 2007 года в столичном регионе трейдеры не смогли обеспечить своих клиентов стабильными поставками дизельного топлива. Если такие ситуации будут повторяться, а трейдеры не изменят формата своей работы, то потребность рынка в них может отпасть за не надобностью.

Трейдеры либо смогут стать более эффективными посредниками между ВИНками и корпоративными потребителями, либо их место займут сбытовые структуры нефтяных компании.

Свободный рынок нефтепродуктов по мнению многих у нас в стране отсутствует. Это вполне может стать реальностью. Пока ещё это не так.

## Реальный рынок нефтепродуктов – рынок “невидимка”.

В представлении людей, для которых распределение или потребление моторного топлива не является профессией и содержанием повседневной деятельности, существуют только ВИНКи (крупные вертикально-интегрированные нефтяные компании) и сети АЗС. Про нефтяные компании можно прочесть в газете, а на АЗС мы заезжаем по пути с работы домой. Есть скважины, трубы, нефтеперерабатывающие заводы, и есть сети АЗС.

Единственное звено нефтяной отрасли, которое и можно с полным правом назвать собственно “рынком” – это оптовый рынок нефтепродуктов, и он скрыт от посторонних глаз.

На реальном рынке нефтепродуктов могут происходить какие угодно бури, но если ценники на АЗС не поменялись, то мало кто увидит предмет для обсуждения.

Драматические события, с описания которых мы начали нашу статью, оставались незамеченными для широкой общественности и совершенно не привлекали внимание прессы ровно до тех пор, пока представители сетей АЗС не заговорили о скором повышении цен на высокооктановые бензины.

Существует одно очень важное отличие российского внутреннего рынка нефтепродуктов от рынка нефти. Оно заключается в том, что свободный внутренний рынок нефтепродуктов в России существует. Но реальный рынок нефтепродуктов - это рынок “невидимка”. По целому ряду причин он выпадает из поля зрения стороннего наблюдателя. Структура реального рынка нефтепродуктов, формы действующих на нём отношений, логистика и действующие принципы ценообразования – все это скрыто густым туманом умолчания. Так сложилось исторически.

Трейдеры мало говорят о себе. Большинство из них информационно закрыты. Трейдеров реального рынка нефтепродуктов достаточно много: Филипп Никонов, Вице-президент ОАО «АК «Транснефтепродукт», в одном из своих докладов, говоря о структуре внутреннего рынка, со ссылкой на ИнфоТЭК назвал цифру в 1 500 трейдерских компаний, которые занимаются оптовой торговлей на внутреннем рынке. 3 500 операторов АЗС (розничная торговля на внутреннем рынке).

Что касается корпоративных потребителей, которых как следует все из того же доклада Филиппа Никонова, в стране насчитывается около 25 000, то ни один потребитель нефтепродуктов, кроме сельхозпроизводителей, армии и РЖД не позиционирует себя в качестве собственно “потребителя нефтепродуктов”. Российский корпоративный сектор публично не говорит о своих проблемах в сфере потребления нефтепродуктов или о применяемых способах управления ценой и ценовыми рисками. Возможно потому, что корпоративный сектор этих проблем не видит или не считает их для себя важными.

Но и этого мало, огромная часть корпоративных потребителей элементарно не отображают в своей отчетности затраты на ГСМ. Это известный факт. Т.е. российский корпоративный сектор, большинство корпоративных потребителей нефтепродуктов, если судить по их отчетности, и не потребляют вовсе.

Здесь хотелось бы вернуться к теме ожидаемого Европой увеличения поставок дизельного топлива из России и тому, как это скажется на нашем внутреннем рынке дизельного топлива. Возникают простые вопросы: может ли вообще коллективный потребитель в лице российского корпоративного сектора, ожидать обеспечения достаточными объемами дизельного топлива, учитывая тот факт, что как потребитель он о себе никак не заявляет и могут ли эту потребителю помочь трейдеры, которые никак о себе не заявляют как о поставщиках?

Парадокс ситуации заключается в том, что из российской печати легче узнать о том, каков сегодня объем коммерческих запасов нефти и нефтепродуктов в США чем в России. Наши аналитики дружно и со знанием дела рассуждают о том, что происходит в Кушинге, (Cushing), доставочном пункте по фьючерсным контрактам на нефть WTI на NYMEX, о бурях в мексиканском заливе и об остановке какого ни будь нефтеперерабатывающего завода в США. О российском внутреннем рынке говорят, только то, что необходимо увеличивать глубину переработки. Это конечно важная, но далеко не единственная актуальная тема для внутреннего рынка.

Самая главная для внутреннего рынка тема – консолидация спроса на дизельное топливо. Этот спрос должен быть объявлен и зафиксирован в долгосрочных контрактах, т.е. обеспечен и подкреплен обязательствами сторон, и покупателя и продавца на всей цепочки поставки от ВИНКов до корпоративного потребителя при самом активном посредничестве трейдеров.

Мы все должны начать относиться к себе и как к потребителю дизельного топлива. Только в этом случае мы можем говорить о стабильном снабжении дизельным топливом в достаточном объеме.

Сегодня же мы относимся к себе исключительно как к производителям и экспортерам нефти и нефтепродуктов, потребителями становимся только заезжая на АЗС.

Российские информационные агентства традиционно котировали нефтепродукты на нефтеперерабатывающих заводах на партиях в тысячи тонн или опять же на тысячах тонн, но на неких усредненных и аморфных базисах поставки в соответствии с административным делением России.

Именно поэтому котировки российских информационных агентств по внутреннему рынку всегда имели так мало практического смысла для трейдеров и корпоративных потребителей и ещё меньше смысла для автолюбителя, который и без информационного агентства знает сколько стоит литр топлива. Они носили справочный характер и не могли отражать реальную ситуацию на внутреннем рынке, потому что внутренний рынок выглядит иначе. Цифры в миллионы тонн добычи и экспорта завораживают наши информационные агентства, но мешают видеть реальный рынок нефтепродуктов.

В реальности внутренний рынок нефтепродуктов выглядит совсем иначе. Основная ликвидность внутреннего рынка сосредоточена на средне и мелкооптовом сегменте региональных рынков, на партиях 50 – 200 тонн.

Объем свободного рынка нефтепродуктов сравним с объемами реализации дизельного топлива нефтяными компаниями через свои сети АЗС или по прямым договорам с крупнейшими потребителями, а порой и превосходит эти объемы (см. таблица 1).

Именно реальный (свободный) рынок поставок наиболее чувствителен к изменениям конъюнктуры. Он всегда был и остается наилучшим индикатором ситуации на рынке нефтепродуктов. Именно на этом сегменте формируются запасы топлива, здесь происходит их конечная реализация. Это высоколиквидный рынок, на котором в режиме ежедневных операций обслуживается большая часть российского корпоративного сектора и подавляющая часть «независимых» АЗС.

Ниже в Таблице 1. изложено наше представление о структуре распределения дизельного топлива в России. Это наши экспертные данные. Мы ни в коем случае не претендуем на истину в последней инстанции и будем рады ознакомиться с данными других участников рынка или информационных агентств, которые раскрывали бы структуру распределения дизельного топлива.

**Таблица 1.** Структура производства и распределения дизельного топлива в России

|   |  | млн<br>тонн | %      |
|---|--|-------------|--------|
| Объем внутреннего рынка дизельного топлива в России |  | 32,40       | 100,00 |
| ВИНК  | Реализация через собственные сети АЗС  | 9,72        | 30,00  |
|   | Железнодорожные поставки по прямым договорам с потребителями<br>(включая Минобороны, МЧС, сельхозпроизводителей, а также крупные коммерческие структуры) | 5,67        | 17,50  |
|   | Реализация дизельного топлива на свободный рынок   | 17,01       | 52,50  |
| Свободный<br>рынок<br>(трейдеры)                    | Независимые АЗС  | 6,48        | 20,00  |
|   | Железнодорожные поставки потребителям  | 7,14        | 22,05  |
|   | Самовывоз потребителями бензовозами с региональных нефтебаз  | 0,32        | 1,00   |
|   | Бензовозные поставки конечным корпоративным потребителям   | 3,06        | 9,45   |

Источник: Экспертные оценки компании «Алгоритм. Топливный интегратор.»

Из представленных данных ЦДУ ТЭК (рис. 3) видно, что объем поставленного нефтяными компаниями дизельного топлива по договорам с Минобороны, РЖД, сельхозпроизводителями составляет ежемесячно в среднем 284,90 тыс. тонн, или 11,2% от всего объема дизельного топлива, поставленного на внутренний рынок с НПЗ нефтяных компаний за январь—март 2007 г.

В регионах своего доминирования каждая отдельная ВИНК может реализовывать через собственные сети АЗС до 70% дизельного топлива, но в целом по стране доля продаж дизельного топлива через сети АЗС, принадлежащие ВИНК, составляет не более 30%.

**Таблица 2.** Поставки дизельного топлива нефтяными компаниями в январе—марте 2007 г., тыс. тонн.

| Показатель   | Значение        |
|--|-----------------|
| Поставки на внутренний рынок с НПЗ нефтяных компаний | <b>7 630,00</b> |
| По договорам   | <b>854,70</b>   |
| с Минобороны РФ                                      | 102,40          |
| с ОАО «РЖД»  | 540,40          |
| с сельхозпроизводителями                             | 211,90          |

Источник: Данные ЦДУ ТЭК.

Объем столичного рынка дизельного топлива составляет примерно 10 процентов от всего российского с небольшим смещением пропорций распределения товарных потоков в сторону бензовозных поставок. Каждый третий литр дизельного топлива (60 – 75 тысяч тонн в месяц только в московском регионе) доставляется автомобильными цистернами непосредственно в адрес корпоративного потребителя, а не реализуется через сети АЗС. Любая компания, автопарк которой превышает хотя бы 3 единицы грузового транспорта, стремится закупать топливо не на АЗС, а именно таким образом. Цена нефтепродуктов с доставкой в адрес клиента ниже, чем цена на АЗС в среднем на два рубля за каждый литр.

Характер сложившихся отношений и структуру рынка нефтепродуктов определяет, главным образом, непрозрачность ценообразования, которая является основным препятствием для формирования долгосрочных отношений, развитию систем встречных обязательств и взаимных гарантий между участниками рынка.

Сегодня, в условиях непрозрачного ценообразования, каждая транзакция на рынке нефтепродуктов обременена “премией за риск”, что является основной причиной низкой эффективности всего российского downstream сектора.

Операции на чрезвычайно фрагментированном и непрозрачном рынке нефтепродуктов воспринимаются финансовыми институтами, как операции с повышенным риском, что не только находит отражение в повышенной ставке банковского процента, но и препятствует инвестициям в логистику и распределение нефтепродуктов.

В конечном итоге, весь массив дополнительных операционных, а также финансовых рисков и издержек, сопутствующих непрозрачному ценообразованию, ложится на плечи конечного корпоративного потребителя.

## **Встречные риски.**

Сегодня отсутствие в практике закупок нефтепродуктов со стороны корпоративного сектора внешних ценовых индикаторов образует замкнутый круг встречных рисков как для поставщиков, так и для конечных потребителей нефтепродуктов.

Поставщик нефтепродуктов (трейдер) не способен выстроить долгосрочные отношения с потребителем. Прямой результат неустойчивых отношений с потребителем для поставщика — неустойчивость собственного бизнеса. В настоящее время трейдер не способен спрогнозировать продажи и финансовые поступления, имеет дорогой кредит, низкую эффективность логистики и товарных операций и в конечном счете постоянное снижение рентабельности сделок.

Базовой стратегией поведения корпоративных потребителей является постоянный поиск наименьшей цены. Все свои силы и организационные ресурсы, корпоративные потребители отдают на то, чтобы найти наименьшую цену нефтепродуктов вместо того, чтобы сосредоточить свои усилия и методично бороться за обеспечение своевременного и бесперебойного снабжения моторным топливом в гарантированных объемах, за гарантии качества и прозрачности расчетов.

При этом покупатель сегодня постоянно борется с манипуляциями цен со стороны поставщика и крайне низким качеством сервиса, которое является следствием того, что поставщики ориентированы на методы ценовой конкуренции между собой. Низкое качество сервиса при поставках нефтепродуктов — это, в первую очередь, негарантированное качество топлива и его несвоевременная доставка, т. е. дополнительные товарные и операционные риски для покупателя.

В погоне за наименьшей ценой корпоративные потребители постоянно меняют поставщиков. Именно по этой причине многие корпоративные потребители оказались один на один перед лицом товарного дефицита осени 2007 года и поставили под угрозу свои технологические циклы из-за сбоя поставок — поставщики отгружали дизельное топливо в первую очередь своим постоянным клиентам.

Эффективность логистики, и закупочной в том числе, определяется простыми принципами: "получайте правильный продукт, в правильном месте, в нужное время, в правильном количестве, с правильным качеством, за правильную стоимость". Но осенью для корпоративных потребителей нефтепродуктов все происходило ровно наоборот. Корпоративные потребители, в силу сложившихся обстоятельств, были готовы получать дизельное топливо в любое время суток, хоть в каком ни будь количестве и по любой цене.

Корпоративным потребителям необходимо понять, что они оказались заложниками собственной политики закупок. Сегодня корпоративные потребители пытаются копировать поведение трейдеров рынка нефтепродуктов. Но закупочные операции корпоративного потребителя и их бюджетное сопровождение должно быть подчинено совершенно другой логике, нежели торговые операции трейдера.

Наименьшая цена - не всегда лучшая. Погоня за наименьшей ценой исключает возможность долгосрочных отношений с поставщиком и не позволяет обеспечить стабильное снабжение топливом в мало-мальски сложных рыночных ситуациях.

Именно поэтому стратегия закупок по принципу “поиск наименьшей цены”, которой сегодня придерживается большинство корпоративных потребителей нефтепродуктов, не только не имеет смысла, но и изначально обречена на провал.

Единственным разумным объяснением стратегии поиска наименьшей цены со стороны корпоративного потребителя является его простое и понятное желание не быть обманутым. Значительное число трейдеров сегодня и это факт пытаются заработать на неосведомленности клиента о реальной рыночной ситуации на рынке дизельного топлива. Тем самым трейдеры сами вынуждают корпоративных потребителей “давить ценой” до последнего края. Другими словами трейдеры своей манерой работы сами ввергают себя в ценовую конкуренцию и постоянное снижение рентабельности сделок.

Бизнес трейдера нефтепродуктов сегодня — это постоянное балансирование на грани. Большинство операторов рынка нефтепродуктов еще не осознали необходимость перемен и продолжают действовать в рамках стратегий, ориентированных на бизнес-среду, характерную для конца 1990-х гг., но уже сегодня рынок требует развития новых бизнес-моделей. Именно об этом говорит вся ситуация сентября – октября 2007 года на столичном рынке дизельного топлива.

После осени 2007 года должно стать очевидным, что колебания рыночных цен на моторное топливо не должны определять эффективность и устойчивость производственных циклов корпоративных потребителей нефтепродуктов.

Очевидно также и то, что для трейдера доступ к объемам дизельного топлива важен безотносительно колебания рыночных цен.

Мы убеждены, что ситуация товарного дефицита на рынке дизельного топлива в столичном регионе сформирует у трейдеров и корпоративных потребителей убеждение, что для стабильной работы и тех и других нужны в первую очередь стабильные и достаточные объемы дизельного топлива и что долгосрочные отношения невозможны без ценообразования, которое обе стороны считали бы справедливым.

Мы считаем, что система отношений на рынке дизельного топлива отжила свое и должна уйти в прошлое потому, что она объективно не выгодна ни поставщику не потребителю.

Индексируемые контракты являются оптимальным инструментом для того, чтобы повысить устойчивость отношений между поставщиком и потребителем дизельного топлива. Они позволяют участникам рынка гарантированные поставки топлива требуемого объема, эффективно согласовывать цену поставки и проводить оплату.

Независимый индекс рыночных цен – это тот арбитр, который позволит поставщику и потребителю из противоборствующих сторон превратиться в партнеров.

Использование индексируемых контрактов возможно уже сегодня, для этого есть все необходимое, включая и пригодные к использованию индексы рыночных цен, по крайней мере, на столичном рынке. Именно на столичном рынке, рынке с наибольшим уровнем конкуренции и доли свободного рынка начнется развитие индексируемых контрактов. Опыт использования индексируемых контрактов, безусловно, привлечет внимание региональных трейдеров и потребителей дизельного топлива. Спрос рождает предложение и поэтому мы ожидаем, что индексы пригодные для использования в качестве элемента ценообразования будут появляться и в других регионах, а не только в Москве и области.

Индексируемые контракты являются инструментом для стабильных товарных операций со справедливым и прозрачным ценообразованием. Они дадут толчок развитию качественных индексов рынка дизельного топлива и информации о реальных коммерческих запасах на рынке, а также подготовят реальный рынок нефтепродуктов к использованию биржевых контрактов на дизельное топливо и других инструментов хеджирования ценовых рисков.