

**Министерство образования и науки Российской Федерации**  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

---

Институт природных ресурсов  
Специальность 080502 Экономика и управление на предприятии (нефтяной и газовой промышленности)  
Кафедра экономики природных ресурсов

**ДИПЛОМНАЯ РАБОТА**

Тема работы
«Анализ рынка нефтепродуктов в Российской Федерации»

УДК 339.13.012.42:665.6(47+57)

Студент

Группа	ФИО	Подпись	Дата
3-2Э00	Агафонова Мария Александровна		

Руководитель

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Ассистент кафедры экономики природных ресурсов	Макашева Юлия Сергеевна			

**КОНСУЛЬТАНТЫ:**

По разделу «Финансовый менеджмент, ресурсоэффективность и ресурсосбережение»

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Ассистент кафедры экономики природных ресурсов	Макашева Юлия Сергеевна			

По разделу «Социальная ответственность»

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Ассистент кафедры менеджмента	Грахова Елена Александровна			

**ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ:**

Зав. кафедрой	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
экономики природных ресурсов	Боярко Григорий Юрьевич	Д.Э.Н.		

Томск – 2016 г.

**Министерство образования и науки Российской Федерации**  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

---

Институт природных ресурсов  
Специальность 080502 Экономика и управление на предприятии (нефтяной и газовой промышленности)  
Кафедра экономики природных ресурсов

УТВЕРЖДАЮ:

Зав. кафедрой экономики  
природных ресурсов

\_\_\_\_\_ Г. Ю. Боярко  
« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2016 г.

**ЗАДАНИЕ**

**на выполнение выпускной квалификационной работы**

В форме:

Дипломной работы

(бакалаврской работы, дипломного проекта/работы, магистерской диссертации)

Студенту:

Группа	ФИО
3-2Э00	Агафоновой Марии Александровне

Тема работы:

«Анализ рынка нефтепродуктов в Российской Федерации»

Утверждена приказом директора (дата, номер)

№ 3052/с от 22.04.2016

Срок сдачи студентом выполненной работы:

20.05.2016

**ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ:**

<b>Исходные данные к работе</b>	Методические указания для ВКР, интернет-ресурсы, учебная литература, рынок нефтепродуктов в Российской Федерации.
<b>Перечень подлежащих исследованию, проектированию и разработке вопросов</b>	а) рассмотреть теоретические основы анализа состояния рынка нефтепродуктов в РФ; б) провести анализ состояния рынка нефтепродуктов в РФ; в) выработать мероприятия по улучшению состояния рынка нефтепродуктов РФ

<b>Перечень графического материала</b>	Графическая часть дипломной работы должна отражать основные результаты и этапы исследования: 1) рисунки динамики показатели добычи нефти, переработке нефти в РФ, реализации продукции и т.п. 2) структура основных нефтяных продуктов 3) динамика цен на нефть Brent в РФ с 1988 по 2015гг.
<b>Консультанты по разделам выпускной квалификационной работы</b>	
<b>Раздел</b>	<b>Консультант</b>
Социальная ответственность	Грахова Елена Александровна
<b>Названия разделов, которые должны быть написаны на русском и иностранном языках:</b>	
1. Теоретические основы анализа состояния рынка нефтепродуктов в РФ	
2. Анализ состояния рынка нефтепродуктов в РФ	
3. Разработка мероприятий по улучшению состояния рынка нефтепродуктов в РФ	
4. Социальная ответственность	
<b>Дата выдачи задания на выполнение выпускной квалификационной работы по линейному графику</b>	08.12.2015г.

**Задание выдал руководитель:**

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Ассистент кафедры экономики	Макашева Ю. С.			

**Задание принял к исполнению студент:**

Группа	ФИО	Подпись	Дата
3-2Э00	Агафонова Мария Александровна		

**Министерство образования и науки Российской Федерации**  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

---

Институт природных ресурсов  
Специальность – 080502 «Экономика и управление на предприятии  
(нефтяной и газовой промышленности)»  
Уровень образования - высшее  
Кафедра экономика природных ресурсов  
Период выполнения весенний семестр 2015/2016 учебного года

Форма представления работы:

Дипломная работа

**КАЛЕНДАРНЫЙ РЕЙТИНГ-ПЛАН  
выполнения выпускной квалификационной работы**

Срок сдачи студентом выполненной работы: 20 мая 2016 года

Дата контроля	Название раздела	Максимальный балл раздела
31.03.2016	Введение	15
13.04.2016	Теоретические основы методов и способов финансового анализа деятельности предприятия	25
25.04.2016	Оценка финансовой деятельности ПАО «Татнефть»	25
12.05.2015	Совершенствование методов финансового анализа деятельности ПАО «Татнефть»	15
20.05.2016	Заключение	20
25.05.2016	Предварительная защита	100

Составил преподаватель:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Ассистент кафедры экономики	Макашева Ю.С.			

**СОГЛАСОВАНО:**

Зав. кафедрой	ФИО	Ученая степень, звание	подпись	Дата
экономики природных ресурсов	Боярко Г. Ю.	д-р экон. наук		

## **Реферат**

Выпускная квалификационная работа состоит из 103 страниц, 20 рисунков, 7 таблиц, 43 источников, и 4х приложений.

Объект исследования является рынок нефтепродуктов Российской Федерации.

Предметом исследования является состояние рынка нефтепродуктов Российской Федерации

Цель работы – анализ рынка нефтепродуктов Российской Федерации и разработка рекомендаций по улучшению состояния рынка нефтепродуктов в Российской Федерации.

В процессе исследования проводились: рассмотрение теоретических основ анализа состояния рынка нефтепродуктов в Российской Федерации, проводился анализ состояния нефтепродуктов в Российской Федерации и разрабатывались мероприятия по улучшению состояния рынка нефтепродуктов в Российской Федерации.

## Оглавление

Введение .....	14
1 Теоретические основы анализа состояния рынка нефтепродуктов в Российской Федерации .....	12
1.1 Понятие структуры рынка и составляющие элементы .....	12
1.2 Характеристика типов рыночных структур и особенности российского рынка нефтепродуктов.....	17
1.3 Методика анализа состояния рынка нефтепродуктов в Российской Федерации .....	28
2 Анализ состояния рынка нефтепродуктов в Российской Федерации .....	41
2.1 Экономическая характеристика рынка нефтепродуктов в Российской Федерации .....	41
2.2 Анализ структуры рынка нефтепродуктов в Российской Федерации.....	46
2.3 Основные проблемы рынка нефтепродуктов в Российской Федерации....	62
3. Разработка мероприятий по улучшению состояния рынка нефтепродуктов в Российской Федерации .....	68
3.1 Основные пути улучшения состояния рынка нефтепродуктов в Российской Федерации .....	68
3.2 Экономическое обоснование предложенных мероприятий.....	75
Заключение .....	83
Список используемых источников.....	85

## **Введение**

Нефтегазовая отрасль России характеризуется высокой степенью монополизации, недостаточной прозрачностью и несовершенной организационной структурой управления, недостаточно развитой конкуренцией. Ей характерна вертикальная интеграция, в которой участвуют крупные компании, большая часть акций которых принадлежит государству. В условиях российской экономики олигополия существенно влияет на развитие страны. Это особенно актуально в современное кризисное время, когда происходит перераспределение собственности, сокращение игроков на рынке, различные слияния и поглощения.

Кроме того, ухудшает состояние нефтеперерабатывающей отрасли России и то, что переработка нефти и производство нефтепродуктов осуществляется на нефтеперерабатывающих заводах, но многие из них морально «устаревшие» и отстают от Европы по технологическим уровням.

Нефтегазовый комплекс – одна из важнейших составляющих топливно-энергетической базы России. Стратегия его развития определяет особенности нефтегазовой отрасли и прогнозные показатели, а также систему взаимосвязанности решений по повышению энергетической независимости и безопасности государства, импортно-экспортной политики и возможностей нефтегазодобывающей отрасли.

Актуальность темы выпускной квалификационной работы заключается в том, что падение цен на нефть, введение санкций в отношении нефтегазового комплекса ставят перед российскими нефтяными и газовыми компаниями значительные вызовы. Оценка рынка нефтепродуктов является сложным процессом, анализ позволяет понять существующие тенденции на рынке и прогнозировать его состояние на будущие периоды.

Целью данной работы является анализ рынка нефтепродуктов РФ и разработка рекомендаций по улучшению состояния рынка нефтепродуктов РФ.

Для достижения поставленной цели в работе необходимо решить следующие задачи:

- рассмотреть теоретические основы анализа состояния рынка нефтепродуктов в РФ;
- провести анализ состояния рынка нефтепродуктов в РФ;
- разработать мероприятия по улучшению состояния рынка нефтепродуктов в РФ.

Объектом исследования является рынок нефтепродуктов РФ.

Предметом исследования является состояние рынка нефтепродуктов РФ.

Теоретической основой исследования послужили работы таких авторов, как В.П. Семеновой, А.С. Сиденко, Е.О. Савченко, ЛБ. Шейнин, С.Р. Моисеев и других.

Методической основой данной работы является комплекс общенаучных методов, таких как общетеоретический и сравнительный методы, анализ, синтез, аналогия, прогнозирование, системный подход.

Практическая значимость данной работы заключается в определении современных проблем рынка нефтепродуктов РФ.

Структура выпускной квалификационной работы определяется целями и задачами исследования. Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех глав, восьми параграфов, заключения, списка использованных источников и приложений.

В первой части работы определено понятие рынка и его элементов, изучены типы рынков и методика анализа рынка нефтепродуктов в РФ.

Во второй главе работы приведена характеристика рынка нефтепродуктов, проведен анализ его структуры и эффективности.

Третья глава работы содержит основные пути улучшения состояния рынка нефтепродуктов в РФ и их экономическое обоснование.

# **1 Теоретические основы анализа состояния рынка нефтепродуктов в Российской Федерации**

## **1.1 Понятие структуры рынка и составляющие элементы**

Рынок является одной из важнейших категорий товарного производства. Он выражает наиболее существенные связи и отношения, связанные с обменом.

В древние времена рынком была названа рыночная площадь в центре города, где товары были выставлены на продажу, и идентификация рынка с местами их продажи сохранились до настоящего времени [26, с. 13].

Одна из первых попыток научного определения рынка была осуществлена А. А. Курно, который утверждал, что рынок не является коммерческой областью деятельности, а любой областью, где взаимодействие продавцов и покупателей приводит к выравниванию цен. Эти идеи были развиты затем У.Джевонсон и А.Маршалом, понятие рынка полностью отошло от какой-либо территориальной привязанности и основным признаком рынка стало существование единых цен.

Для определения рынка можно подойти со стороны соотношения между производством и потреблением. Производство, как известно, существует для потребления, люди производят для того, чтобы потреблять. Однако, в действительности, очень часто, происходит так, что спроса нет, но есть предложение и наоборот. Для достижения целенаправленной связи между производством и потреблением, подчинить первого к последнему не так просто. В некоторых случаях это может быть достигнуто с помощью плана в обмене. Форма связи производства и потребления через обмен и будет представлять собой рынок в наиболее общем его понимании [26, с. 15].

Таким образом, в современном понимании, рынок – это совокупность отношений, которые возникают на почве купли – продажи определенных групп

товаров и услуг. Субъектами рынка являются продавцы и покупатели тех или иных товаров и услуг.

Основными элементами рынка являются [26, с. 17]:

- свобода предпринимательства;
- рыночная конкуренция;
- рыночная инфраструктура.

Структуру рынка можно определить как внутреннее расположение отдельных ее элементов, это внутреннее строение рынка.

В зависимости от комбинации элементов рынка формируются различные структуры.

Рассмотрим основные элементы рынка (рисунок 1.1) [27, с. 40].

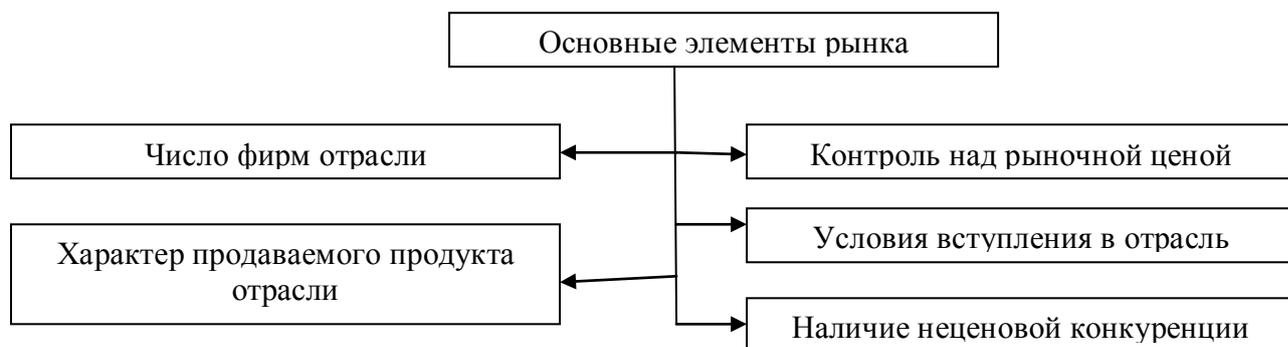


Рисунок 1.1 - Основные элементы рынка

Число фирм в отрасли. От числа продавцов, работающих на рынке, будет зависеть то наличие или отсутствие отдельных фирм, которые оказывают влияние на рыночное равновесие. При прочих равных условиях, когда большое количество фирм присутствует на данном рынке, любые попытки отдельных фирм влиять на предложение товара за счет уменьшения или увеличения отдельных предложений не приведет к каким-либо существенным изменениям в условиях рыночного равновесия. В этом случае рыночная доля каждой фирмы незначительна. Другая ситуация будет возникать, когда рыночная доля фирм велика, то есть на этом рынке имеет место один или несколько крупных фирм.

Такая компания будет иметь возможность оказывать влияние на предложение на рынке, и, следовательно, на рыночное равновесие и рыночную цену.

Контроль над рыночной ценой. Степень контроля отдельных фирм по цене - самый яркий показатель уровня развития отношений конкуренции на рынке отрасли. Чем больше индивидуальный контроль производителя над ценой, тем менее конкурентным является рынок [27, с. 41].

Характер продаваемого продукта отрасли - стандартизированный или дифференцированный продукт реализуется в отрасли. Дифференцируемость продуктов означает, что на рынке различные компании предлагают продукты, предназначенные для удовлетворения одних и тех же потребностей, но имеющие разные параметры. Существует такая зависимость: чем выше степень дифференциации (неоднородности) промышленной продукции, тем больше фирмы влияют на цену производимых товаров и тем ниже степень конкуренции в отрасли. Чем более стандартизированным (однородным) является товар, реализуемый в отрасли, тем более конкурентным является рынок.

Условия вступления в отрасль, которые связаны с наличием или отсутствием барьеров для входа в отрасль. Существование таких барьеров будет препятствовать выходу на рынок новых фирм и, следовательно, развитие отраслевой конкуренции [18, с. 18].

Наличие неценовой конкуренции. Неценовая конкуренция имеет место в том случае, когда промышленный продукт дифференцируется в природе. Неценовая конкуренция - конкуренция с точки зрения качества продукции, услуг, местоположения и доступности, а также рекламы.

Таким образом, различные комбинации элементов рынка позволяют формировать различные рыночные структуры. В таблице 1.1 представлены различные комбинации рыночных элементов и соответствующее формирование рыночных структур.

Рассмотрим особенности российского рынка нефтепродуктов на современном этапе.

Структура нефтяной отрасли в Российской Федерации имеет олигопольный характер и характеризуется наличием вертикально-интегрированных нефтяных компании (ВИНК), которые осуществляют деятельность на всех сегментах рынка: добыча и переработка нефти, хранение, оптовая, мелкооптовая и розничная реализация нефтепродуктов.

Таблица 1.1 - Модели рынка в зависимости от элементов рынка [18, с. 18]

Характеристика	Совершенная конкуренция	Несовершенная конкуренция		
		Монополистическая конкуренция	Олигополия	Чистая монополия
Число фирм отрасли	Очень много	Много	Несколько	Одна
Контроль над рыночной ценой	Отсутствует	Некоторый, но в узких рамках	Ограниченный взаимной зависимостью	Значительный, монополист диктует цены
Характер продаваемого продукта	Стандартизированный товар	Дифференцированный товар	Дифференцированный и стандартизированный товар	Уникальный
Условия вступления в отрасль	Входные барьеры отсутствуют	Сравнительно легкие	Вход в отрасль блокирован	
Наличие неценовой конкуренции	Отсутствует	Главный резерв для повышения выручки и получения прибыли	Типична, особенно для отраслей производящих дифференцированный продукт	Нетипична

В настоящее время в нефтяном секторе экономики России доминируют вертикально интегрированные компании (ВИНК). К ним относятся как частные компании: ОАО «ЛУКОЙЛ», ОАО «Сургутнефтегаз», НК «РуссНефть», ОАО НК «Славнефть» и др., - так и государственные НК «Роснефть», «Газпром нефть». Большинство ВИНКов были образованы в ходе приватизации начала

1990-х годов, другие появились на свет в результате процессов дробления, слияния и поглощения (таблица 1.2) [20].

Несмотря на ряд существенных различий, как по форме собственности, так и по структуре, ВИНКи объединяет один общий признак - деятельность по всей цепочке производственного процесса: геологоразведка, разработка нефтяных месторождений, добыча нефти, переработка в продукты конечного пользования и реализация нефтепродуктов потребителю (оптовая и розничная).

Таблица 1.2 - Крупнейшие вертикально интегрированные компании рынка нефтепродуктов РФ [20]

ВИНК	Основной акционер	Доля в производстве дизтоплива в РФ 2015 г., %
ОАО НК «Роснефть» (с учетом данных ОАО «ТНК-ВР»)	государство	33
ОАО «ЛУКОЙЛ»	частная	19
ОАО «Сургутнефтегаз»	частная	8
ООО «Газпромнефть»	государство	13
ОАО «Татнефть»	частная	0
ОАО НГК «Славнефть»	государство	5
ОАО АНК «Башнефть»	государство	10
ОАО НК «РуссНефть»	частная	4

Практически весь объем дизельного топлива (более 90%) выпускается на нефтеперерабатывающих заводах именно вертикально-интегрированных нефтяных компаний.

Таким образом, рынком является одна из важнейших категорий товарного производства, который выражает наиболее существенные связи и отношения, связанные с обменом. Элементы рынка формируют его структуру. К основным элементам относятся число фирм отрасли, контроль над рыночной ценой, характер продаваемого продукта, наличие барьеров, наличие неценовой конкуренции. Особенностью рынка нефтепродуктов РФ является его олигополистический характер с вертикальной интеграцией ВИНК. Почти 95%

нефти и газа, добываемого на территории России, приходится на 8 предприятий нефтегазового комплекса, среди которых лидирующие позиции занимает «Роснефть». Нефтегазовая промышленность считается одной из составных частей российской экономики, что в определяющей мере обеспечивает как функционирование всех других отраслей, так и степень благосостояния российского населения. Она играет важную роль в планомерном экономическом развитии страны, в ее безопасности, энергетической независимости, в сельском хозяйстве и других отраслях. Следует отметить, что нефтегазовая отрасль России в новейших экономических условиях находится в тяжелом состоянии. С каждым годом запасы нефтяных и газовых залежей исчерпываются, продуктивные горизонты становятся более глубокими, существенно усложняются условия их добычи, уменьшаются объемы поставки и переработки нефти.

## 1.2 Характеристика типов рыночных структур и особенности российского рынка нефтепродуктов

В современной экономике разделяют типы рыночных структур по форме и степени свободы. Каждый тип имеет свои достоинства и недостатки.

В экономике выделяют следующие основные типы рыночных структур (рисунок 1.2) [26, с. 21].



Рисунок 1.2 - Типы рыночных структур

Первым из них является совершенная конкуренция - это рынок, на котором осуществляет свою деятельность огромное количество мелких фирм. Они, как правило, занимаются производством одинаковой продукции. Поэтому у них нет возможности самостоятельно контролировать цены. При этом государство не должно влиять на рынок либо заниматься его полным регулированием, так как это может влиять на количество продавцов, а также объёмы продукции на рынке, что сразу же отображается на цене за одну единицу товара [26, с. 22].

Несмотря на, казалось бы, идеальные условия для ведения бизнеса, многие эксперты склоняются к тому, что в реальных условиях на рынке долго существовать не сможет совершенная конкуренция. Примеры, которые подтверждают их слова, в истории случались неоднократно. В конечном результате рынок становился либо олигополией, либо какой-нибудь другой формой несовершенной конкуренции.

Совершенная конкуренция может привести к упадку. Это связано с тем, что в долгосрочном периоде постоянно наблюдается снижение цены. И если человеческий ресурс в мире большой, то вот технологический является весьма ограниченным. И рано или поздно предприятия перейдут к тому, что будут модернизированы все основные фонды и все производственные процессы, а цена всё равно будет падать из-за попыток конкурентов завоевать больший рынок.

А это уже приведёт к функционированию на грани точки безубыточности либо под ней. Спасти положение уже можно будет только влиянием снаружи рынка

Особенности совершенной конкуренции [26, с. 22]:

– большое количество продавцов или производителей продукции. То есть весь спрос, который есть на рынке, должен покрываться не одним либо несколькими предприятиями, как в случае монополии и олигополии;

– продукция на таком рынке должна быть либо однородной, либо взаимозаменяемой. Подразумевается, что продавцы либо производители изготавливают такой товар, который может быть вполне заменён продукцией других участников рынка;

– цены устанавливаются только рыночным путём и зависят от спроса и предложения. На ценообразование не должно влиять ни государство, ни конкретные продавцы либо производители. Цену товара должна определять себестоимость продукции, уровень спроса, а также предложения;

– не должно быть никаких преград для выхода или входа на рынок совершенной конкуренции. Примеры могут быть самые различные из сферы малого бизнеса, где не созданы специальные требования и не нужны специальные лицензии: ателье, услуги ремонта обуви и др.;

– не должно быть никаких других воздействий на рынок извне.

В реальном мире нельзя привести примеры фирм совершенной конкуренции, так как рынка, который функционирует по таким правилам, просто не существует. Есть такие сегменты, которые максимально приближены к его условиям. Чтобы найти такие примеры, необходимо отыскать те рынки, на которых в основном функционирует малый бизнес. Если на рынок, где он функционирует, можно войти любой фирме, а также легко с него выйти, то это является признаком такой конкуренции [26, с. 23].

Примером таких рынков может быть рынок рыбы, сельскохозяйственных продуктов или рынок ценных бумаг. Все типы рыночных структур имеют свои характерные особенности.

Если говорить о несовершенной конкуренции, то ярким её представителем являются монопольные рынки. Предприятия, которые функционируют в подобных условиях, не имеют никакого стимула развиваться и совершенствоваться.

Кроме этого, они производят такой товар и предоставляют такие услуги, которые нельзя заменить любой другой продукцией. Этим и объясняется плохо

контролируемый уровень цен, устанавливающийся нерыночным путём. Примером такого рынка можно назвать целый сектор экономики – нефтегазовая промышленность, а компанией-монополистом является ОАО «Газпром».

Примером рынка совершенной конкуренции является сфера предоставления услуг по ремонту автомобилей. Различных СТО и автомастерских как в городе, так и в других населённых пунктах существует очень много. Вид и количество выполняемых работ везде практически одинаковые.

Невозможно в правовом поле искусственно повысить цены на товары, если на рынке наблюдается совершенная конкуренция. Если при монополии монополист может влиять на цену путём увеличения либо снижения предложения, то в данном случае такие методы не подходят [26, с. 25].

При совершенной конкуренции нельзя самостоятельно повысить цену, как может сделать предприятие-монополист. Из-за большого количества конкурентов просто повысить цену нельзя, так как все клиенты просто перейдут на закупки соответствующих товаров у других предприятий. Так, предприятие может потерять свою долю рынка, что повлечёт за собой необратимые последствия.

Кроме того, на таких рынках наблюдается снижение цен на товары отдельными продавцами. Это происходит в попытке «отвоевать» новые доли рынка для увеличения уровня доходов.

А для того чтобы снижать цены, необходимо меньше тратить сырья и других ресурсов на производство одной единицы продукции. Такие изменения возможны только благодаря внедрению новых технологий, оптимизации производства и другим процессам, которые способны снизить уровень затрат на ведение хозяйственной деятельности.

В России рынки, которые близки к совершенной конкуренции, развиваются недостаточно быстро [26, с. 27].

Если говорить об отечественном рынке, совершенная конкуренция в России, примеры которой встречаются почти во всех сферах малого бизнеса, развивается средними темпами, но могла бы лучше. Основной проблемой является слабая поддержка государства, так как пока очень многие законы ориентированы на поддержку именно крупных производителей, которые зачастую являются монополистами. А пока что сфера малого бизнеса остаётся без особого внимания и необходимого финансирования.

Совершенная конкуренция, примеры которой приведены выше, является идеальной формой конкуренции со стороны понимания критериев ценообразования, спроса и предложения. На сегодняшний день ни в одной экономике мира нельзя найти такой рынок, который бы соответствовал всем требованиям, что необходимо соблюдать при совершенной конкуренции.

Второй тип рыночной структуры - это монополистическая конкуренция - это рынок, на котором мелкие фирмы производят одинаковую продукцию, но, тем не менее, имеют возможность контроля цен на нее [18, с. 20].

Для того чтобы производитель смог поднять цену на свой товар, ему необходимо в чем-то превзойти своих конкурентов. Это может быть качество продукции или качество обслуживания покупателей. Важную роль в этом играет обеспечение гарантийного обслуживания, наличие которого позволяет продавцу повысить цену на свой продукт. Также к увеличению стоимости можно отнести расположение, ведь в кафе рядом с домом люди будут ходить чаще, чем в то, которое находится тремя кварталами дальше. В данном типе рыночной структуры, если отличие от продукции своих конкурентов все-таки имеется, необходимо дать рекламу для информирования об этом потребителей.

Рынок монополистической конкуренцией характеризуется следующими основными признаками [18, с. 21]:

– наличие множества продавцов и покупателей (рынок состоит из большого числа независимых фирм и покупателей), но меньшего, чем при совершенной конкуренции;

– производство дифференцированной продукции имеющей много близких, но несовершенных заменителей. Дифференциация продуктов может основываться не только на различиях в качестве самого товара, но и на тех услугах, которые связаны с его обслуживанием. Привлекательная упаковка, более удобное расположение и время работы магазина, лучшее обслуживание посетителя, наличие скидки – все это может привлечь покупателя;

– невысокие барьеры для вступления в отрасль. Это не означает, что открыть монополистическую конкурентную фирму легко. Такие сложности, как проблемы с оформлением регистраций, патентов и лицензий имеют место на рынке монополистической конкуренции;

– информированность продавцов и покупателей об условиях рынка;

– наличие как ценовой, так и неценовой конкуренции. При неценовой конкуренции используются такие неценовые параметры продукции, как ее новизна, качество, надежность перспективность, соответствие международным стандартам, дизайн, удобство эксплуатации, условия послепродажного обслуживания и др.

Классификация рыночных структур происходит по количеству фирм, присутствующих на данном рынке. Например, третий тип, то есть олигополия - это рынок, принадлежащий нескольким крупным фирмам. Это происходит, потому что барьеры для входа в данную отрасль производства достаточно высоки.

Ими являются [18, с. 22]:

– огромный стартовый капитал, необходимый для начала производства товаров;

– коммерческая тайна;

– необходимость соблюдения авторского или патентного права;

– обязательность лицензии на производство.

Цены на товары в олигополии устанавливаются по принципу ценового лидерства. А конкуренция происходит вокруг потребительских свойств товаров. На рекламу тратятся огромные средства. Примерами таких рынков могут быть: рынок компьютеров, рынок парфюмерии, автомобилей, нефти и телефонов.

Типы рыночных структур выделяют, исходя из различных признаков и черт.

Четвертый вид - это монополия, то есть рынок, принадлежащий единственному продавцу продукта, не имеющему аналогов.

Существование монополии связано с наличием четырех основных условий [18, с. 22]:

- одному продавцу противостоит большое количество покупателей. Поскольку на монопольном рынке действует одна фирма, то поведение фирмы-монополиста аналогично поведению отрасли в целом и понятия «фирма» и «отрасль» совпадают;

- отсутствие совершенных заменителей товара. Монополист выступает единственным производителем уникальной продукции, у которого нет сколько-нибудь близких товаров-заменителей, что вынуждает покупателей приобретать товар только у него;

- контроль над ценой со стороны фирмы-монополиста. Кривая спроса у монополиста имеет отрицательный наклон. Монополист «ищет» ту цену, которая приносит ему максимальный доход;

- отсутствие свободы входа на рынок. Монополия существует тогда, когда другим фирмам представляется невыгодным или невозможным войти в отрасль. Входные барьеры многочисленны и разнообразны: наличие патентов, правительственных лицензий, квот, высоких пошлин на импорт товаров; контроль над источниками поступления сырья и других специфических ресурсов; высокие транспортные расходы; наличие положительного эффекта масштаба и др.

Существуют следующие виды монополий [18, с. 23]:

– Естественная монополия - вид монополии, занимающий привилегированное положение на рынке в силу технологических особенностей производства (в связи с эксклюзивным обладанием необходимыми для производства ресурсами, крайне высокой стоимостью или исключительностью материально-технической базы). Чаще всего, естественные монополии управляют трудоёмкими инфраструктурами, повторное создание которых другими фирмами экономически неоправданно или технически невозможно (например: системы водоснабжения, системы электроснабжения, железные дороги). Благоприятность рыночных условий для естественной монополии требует их государственного регулирования.

– Государственная монополия - монополия государства на производство и/или реализацию товаров массового потребления.

– Чистая монополия - ситуация, когда на рынке присутствует только один поставщик данного вида товаров и услуг. Чистая монополия представляет собой крайний случай рыночной власти.

– Конгломерат (концерн, холдинг) - несколько разнородных, но финансово взаимно интегрированных хозяйствующих субъектов.

Особенность ценообразования при монополии заключается в том, что, в отличие от совершенно конкурентной фирмы, монополист может получить максимальную прибыль, варьируя либо объем производства, либо уровень цены. Его поведение и основано на выборе высокой цены при небольшом количестве продаваемых товаров [18, с. 23].

Такой тип рыночной структуры не выгоден потребителям, так как монополист не заинтересован в повышении качества своего продукта и его разнообразии, к тому же у него имеется возможность устанавливать завышенные цены. Вход на такой рынок является заблокированным. Реклама монополисту не обязательна, поскольку о его продукте и так всем известно.

Рассмотрим особенности состояния рынка нефтепродуктов РФ на современном этапе.

Автономная некоммерческая организация «Независимая финансовая экспертиза» в конце 2015 г., перед формированием годовой бухгалтерской отчетности публичных акционерных обществ (ПАО), провела традиционный обзор предприятий России, связанных с нефтегазодобычей и переработкой сырья.

Обзор нефтегазовой отрасли выполнен на основании финансового экспресс-анализа самых влиятельных компаний, расположенных в России, на временном промежутке с 2009 по 2014 годы. Исходными данными для анализа послужили файлы годовой бухгалтерской отчетности, выполненные на основании РСБУ. Все документы получены с сайтов компаний, а результаты исследования используют единую методику при изложении финансового положения каждой компании.

В процессе экспресс - анализа рассчитывались следующие показатели: коэффициенты ликвидности и платежеспособности, финансовой устойчивости, рентабельности, деловой активности. Результирующим показателем эффективности деятельности является усредненный показатель эффективности:  $K_{ср}$ . Величина  $K_{ср}$  находится в диапазоне 0...1 вычисляется как частное с равным «весом» всех вычисленных ранее коэффициентов в числителе.

На рисунке 1.3 представлена сравнительная диаграмма финансовой эффективности ВИНК в России за 2009-2014 гг. [20]

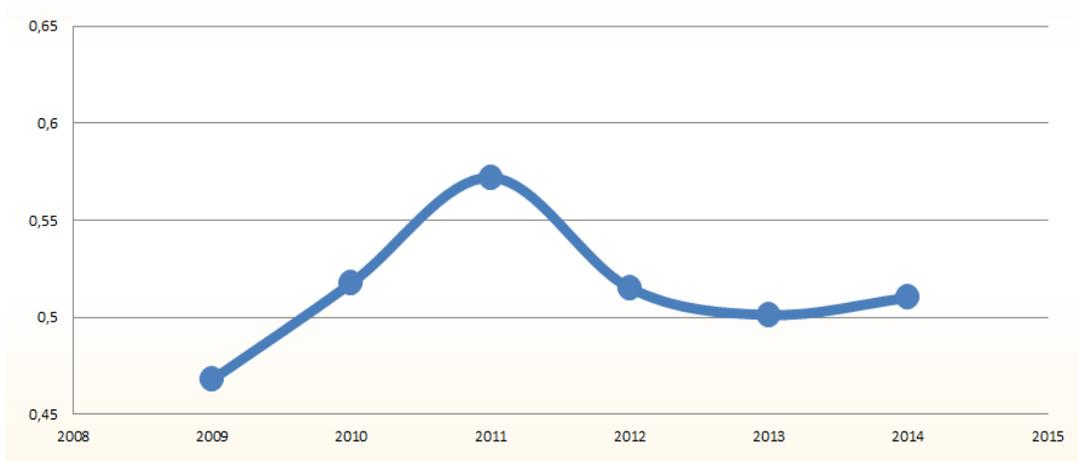


Рисунок 1.3 - Динамика финансовой эффективности ВИНК в РФ за 2009-2014 гг.

Анализ среднеотраслевой эффективности позволяет предположить следующее. Разброс минимальных и максимальных значений за рассматриваемый отрезок времени равен 10%, с течением времени (особенно в 2014 году) его величина уменьшилась до 1,7%, а колебания эффективности происходят около средней величины 0,5. Это является следствием стабилизации эффективности от насыщения рынка продукцией и, как следствие, усиления уровня конкуренции между отдельными компаниями.

«Лучших» и «худших» в отрасли можно определить, обобщив результаты финансового анализа предприятий за каждый год, что определит их «место» в отраслевом рейтинге.

Разделение «мест» по основным показателям деятельности на нефтяном рынке РФ среди ВИНК представлено на рисунке 1.4.

По сумме всех показателей финансового состояния за весь рассматриваемый период (с 2009 по 2014 годы) компания «РИТЭК» стоит на первом месте по отрасли. На втором и третьем местах стоят компании «Татнефть» и «НОВАТЭК». Предпоследнее и последнее места занимают компании «Славнефть» и «Русснефть».

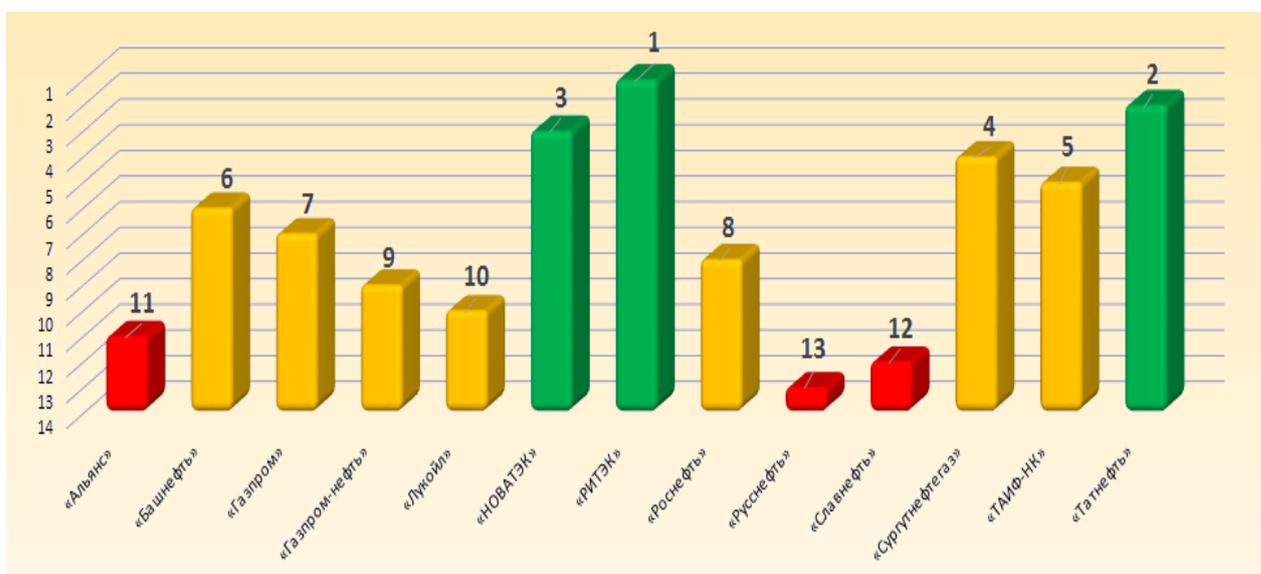


Рисунок 1.4 - Разделение «мест» по усредненному показателю эффективности деятельности на нефтяном рынке РФ среди ВИНК за 2009-2014 гг.

Из рисунка 1.4 видно, что в 2014 году лидирующая компания не уступила первого места уже третий год подряд, а вторая по общей сумме «Татнефть» с седьмого места поднялась на второе, преодолев резкий спад, случившийся в 2013 году. «Аутсайдер» соревнований, «Русснефть», в 2014 году с последнего места рейтинга перешла на предпоследнюю позицию. Высокий итог в 2014 году показал «Лукойл», переместившись с десятой позиции на третью. Плохой результат у компаний «Башнефть» (переместилось с пятого места на десятое) и «Газпром нефть» (опустилось с шестого места на одиннадцатое). Гистограмма показывает изменение позиции компаний в отрасли на начало и конец 2014 года [20].

Таким образом, выделяют следующие типы рыночных структур: совершенная конкуренция, монополистическая конкуренция, олигополия, монополия. Каждый тип характеризуется особенностью взаимоотношений между продавцом и покупателем, порядок установления цены, взаимодействия с конкурентами.

### **1.3 Методика анализа состояния рынка нефтепродуктов в Российской Федерации**

Рыночная экономика базируется на свободе предложений и спроса. Но это теоретически. На практике вступают в силу такие факторы, как постоянная динамика спроса и предложений, ужесточающаяся конкуренция, стремительное развитие технологий и техники, непрогнозируемые инфляции, изменчивость законодательной базы и многое другое. Все эти условности создают неопределенность экономики и невозможность получить ожидаемый результат. Но бизнес должен развиваться, и одним из основных компонентов этого процесса является анализ рынка, поскольку он определяет стратегию предприятия.

Данные факторы являются набором информации об определенном отраслевом рынке и его потребителях, которая далее всесторонне исследуется. Анализ рынка сбыта включает в себя несколько этапов. Это изучение [16, с. 46]:

- товаров или услуг;
- предложения и спроса;
- поведения потенциальных и реальных потребителей;
- конъюнктуры рынка;
- динамики цен для оптимального продвижения своих предложений на рынке.

Анализ отраслевых рынков подразумевает своим объектом совокупность предприятий, имеющих интересы в одном секторе экономики. Т.е. объектом является хозяйственная отрасль. Она охватывает производство, распределение и потребление конкретных услуг или товаров.

Анализ рынка сбыта должен просчитать возможность и параметры отклонения результатов деятельности определенного субъекта, связанных с нестабильной ситуацией конкретного отраслевого рынка.

Основные критерии анализа отраслевых рынков представлены на рисунке 1.5 [16, с. 47].

Как сделать анализ рынка комплексно – этот вопрос необходим для четкого представления, что будет происходить с товарами или услугами конкретного субъекта отрасли.



Рисунок 1.5 - Основные критерии анализа отраслевых рынков

Ответ будет состоять из следующих позиций [16, с. 48]:

- какова конъюнктура рынка (взаимоотношения, которые образуются на рынке в определенный период времени и существующие тенденции);
- прогноз динамики развития и роста (для краткосрочного прогнозирования важны инерционные процессы, для долгосрочного прогнозирования – вероятность изменений деятельности рынка);

- какова ёмкость рынка (поскольку товара невозможно продать больше, чем его могут купить на определенной территории, как правило, промежуток времени берется равным одному году);
- исследование конкурентов (понимание того, сколько будет затрачено денежных средств на борьбу с ними, либо на сопротивление их борьбе);
- каков объем предполагаемых продаж товара или услуг (жизненно важная информация для планирования и организации функционирования конкретного предприятия).

Методы анализа рынка – это системы, позволяющие комплексно исследовать рынок в совокупности всех показателей. Различают следующие методы, с помощью которых производится исследование рынка [30]:

- статистическая обработка данных;
- многомерные;
- имитационные;
- теория статистики;
- регрессионные;
- корреляционные;
- гибридные;
- детерминированные.

Какой из методов предпочесть в том или ином случае – определяют обстоятельства и цели исследования. Но наиболее объективные показатели даст совокупность нескольких методов, поскольку их показатели взаимно дополняют друг друга.

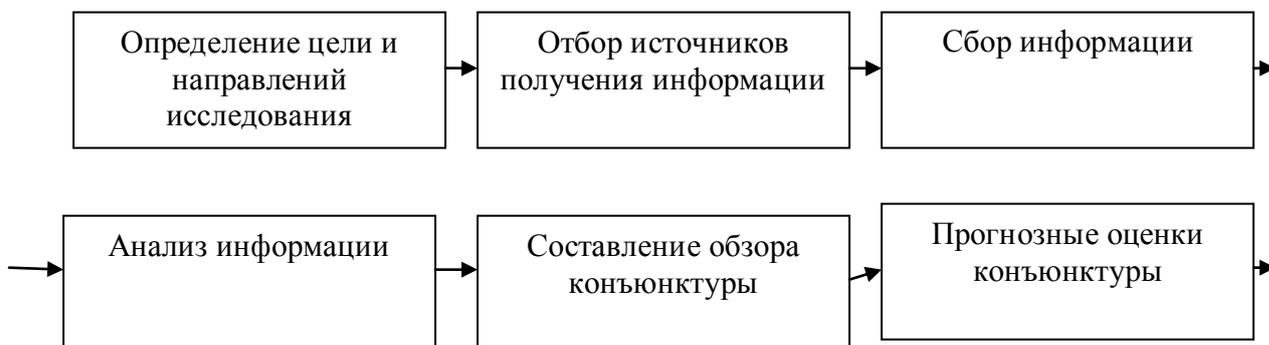
Конъюнктура сырьевого рынка - это конкретная экономическая ситуация, сложившаяся на рынке в данный момент или ограниченный период времени.

Выделяют следующие основные задачи конъюнктурных исследований сырьевого рынка:

- сбор и обработка конъюнктурной информации;
- интегральные и дифференциальные оценки состояния рынка, типология рыночной ситуации;
- характеристика масштаба (объема) рынка;
- выявление, анализ и прогнозирование тенденций развития рынка и его динамической устойчивости;
- оценка и анализ колеблемости, сезонности и цикличности развития рынка;
- оценка и анализ региональных различий рынка;
- оценка и анализ деловой активности;
- оценка коммерческого (рыночного) риска;
- характеристика степени монополизации и интенсивности конкуренции.

Можно выделить два этапа или уровня оценки конъюнктуры рынка. На первом, оценочном, осуществляется анализ рыночной конъюнктуры, который должен охарактеризовать масштабы и типологию рынка, его главные пропорции, вектор и скорость изменения основных параметров, уровень устойчивости развития. Второй, более высокий уровень анализа, имеет целью выявление причинно-следственных связей, условий, определяющих рыночную ситуацию, и на этой основе прогнозирование рыночной конъюнктуры, выводов о перспективности развития рынка, с позиций маркетинга фирм.

Этапы проведения анализа конъюнктуры представлены на рисунке 1.6.



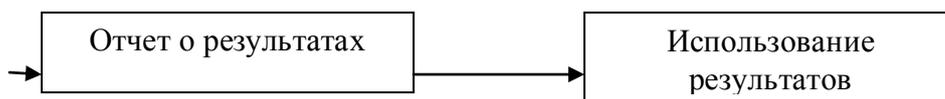


Рисунок 1.6 - Этапы проведения анализа конъюнктуры рынка

Важным методом оценки конъюнктуры сырьевого рынка является его мониторинг. Мониторинг это непрерывное наблюдение за элементом с целью оценки его соответствия желаемому результату.

Мониторингом же сырьевого рынка является система мероприятий, которая позволяет непрерывно следить за их конъюнктурой, регистрировать ее важнейшие характеристики.

Мониторинг сырьевых рынков включает в себя функционирование следующих систем:

- информационной базы;
- комплекса методов обработки информации (методической базы);
- комплекса технических средств регистрации, передачи и обработки информации (технической базы);
- организационной структуры, обеспечивающей мониторинг (организационной базы).

В отношении времени мониторинг - это непрерывно длящаяся операция по сбору и обработке информации из различных источников. В полном объеме мониторинг проводить всегда весьма трудоемко и дорого. Поэтому в хозяйственной практике обычно отбирают отдельные параметры и источники информации, за которыми тщательно следят.

Методологическая база мониторинга обеспечивает группировку и дальнейшую обработку собранной о рынке информации. О том, как систематизировать данные, можно подробно узнать из литературы по общей теории статистики. Обработка собранных и сгруппированных данных

осуществляется в основном тремя способами: экспертными методами, аналитическими или сочетанием этих двух приемов.

Коэффициент дисперсии рыночных долей показывает отклонение доли каждой фирмы на рынке от средней доли фирм по отрасли, т.е. характеризует неравенство их размеров. Дисперсия рыночных долей рассчитывается по следующей формуле:

$$\sigma^2 = \frac{1}{n} \sum (q_i - \bar{q})^2, \quad (1.1)$$

где  $q^2$  – дисперсия рыночных долей;

n-число фирм в отрасли;

$q_i$  - рыночная доля фирмы;

$q$  – средняя доля фирмы на рынке.

Чем больше дисперсия, тем больше разница между долями самой большой и самой маленькой фирмы.

Коэффициент Джини также характеризует рыночную концентрацию продавцов. Он равен нулю, когда все фирмы в отрасли одинакового размера и единице в случае монополии. Рассчитывается он по формуле [7]:

$$G = 1 - \frac{\sum_{i=1}^n \sum_{l=1}^i x_j}{0,5N \sum_{i=1}^n x_i}, \quad (1.2)$$

где G – коэффициент Джини;

$x_j$  – рыночная доля i-й фирмы, когда фирмы расположены в порядке возрастания их рыночных долей;

N – число фирм на рынке.

В практике маркетингового исследования применяются различные методы прогнозирования рыночных процессов. К ним относятся:

экстраполяционные модели прогноза; факторные регрессионные прогнозные модели; имитационные и аналоговые модели; экспертные прогнозы.

Существуют различные приемы и методы прогнозирования. Чаще других в прогнозировании рынка применяются следующие методы:

- предупреждающая (сигнальная) информация, основанная на визуальном наблюдении за параметрами рынка, поведением покупателей и т.д.;

- методы экстраполяции: техническое (визуальное) сглаживание, механические способы сглаживания динамических рядов, трендовые модели;

- методы статистического моделирования (парные и многофакторные уравнения регрессии);

- аналоговые модели, когда в качестве прогноза рассматриваются благоприятные показатели рыночной ситуации в каком-либо регионе (или стране);

- имитационные модели, когда вместо реальных данных, рассчитанных на определенный период времени, используются построения, созданные по специальной программе;

- прогнозирование по экспертным оценкам (чаще всего с помощью т.н. Дельфи-метода);

- составление прогнозных сценариев как динамических альтернативных моделей будущего, где допускается многовариантность и эвристические оценки; описательный способ исследования сочетается с другими, в т.ч. со статистическими моделями.

Суть экстраполяции заключается в первую очередь в анализе имеющихся сведений об экономических событиях, которые уже происходили до этого. Эксперты подробно разбирают все ситуации, составляя причинно-следственные связи. Это первостепенная задача в экономике, особенно при составлении программ развития.

Метод экстраполяции предполагает проверку показателей имеющихся данных, на основе чего можно предсказать возможные изменения. Сведения об изменениях в прошлом переносятся на события, которые должны случиться в будущем.

К методам экстраполяции относятся метод скользящей средней, метод экспоненциального сглаживания, метод наименьших квадратов.

Метод экспоненциального сглаживания наиболее эффективен при разработке среднесрочных прогнозов. Он приемлем при прогнозировании только на один период вперед. Его основные достоинства простота процедуры вычислений и возможность учета весов исходной информации.

$$U_{t+1} = \alpha * y_t + (1 - \alpha) * U_t, \quad (1.3)$$

где  $t$  – период, предшествующий прогнозному;

$t+1$  – прогнозный период;

$U_{t+1}$  - прогнозируемый показатель;

$\alpha$  - параметр сглаживания;

$U_t$  - фактическое значение исследуемого показателя за период, предшествующий прогнозному;

$U_t$  - экспоненциально взвешенная средняя для периода, предшествующего прогнозному.

Расчет простой скользящей средней осуществляется по формуле:

$$MA = \frac{\sum_{i=j-k+1}^{i=j} p_i}{n}, \quad (1.4)$$

где  $p_i$  - цена  $i$ -ого периода ( $i = 1, n$ );

$k$  - период осреднения (порядок) скользящей средней;

$j$  - порядковый номер скользящей средней ( $j = k, n$ ).

Суть метода наименьших квадратов заключается в нахождении коэффициентов линейной зависимости, при которых функция двух переменных

$a$  и  $b$   $F(a,b) = \sum_{i=1}^n (y - (ax_i + b))^2$  принимает наименьшее значение. То есть, при

данных а и b сумма квадратов отклонений экспериментальных данных от найденной прямой будет наименьшей. В этом вся суть метода наименьших квадратов.

Среди статистических моделей наиболее распространенными являются уравнения регрессии.

Простая линейная регрессия:

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 * X_i + \varepsilon_i, \quad (1.5)$$

где  $\beta_0$  - сдвиг (длина отрезка, отсекаемого на координатной оси прямой Y);

$\beta_1$  - наклон прямой Y,

$\varepsilon_i$ - случайная ошибка переменной Y в i-м наблюдении.

В этой модели наклон  $\beta_1$  представляет собой количество единиц измерения переменной Y, приходящихся на одну единицу измерения переменной X. Эта величина характеризует среднюю величину изменения переменной Y (положительного или отрицательного) на заданном отрезке оси X. Сдвиг  $\beta_0$  представляет собой среднее значение переменной Y, когда переменная X равна 0. Последний компонент модели  $\varepsilon_i$  является случайной ошибкой переменной Y в i-м наблюдении. Выбор подходящей математической модели зависит от распределения значений переменных X и Y на диаграмме разброса.

Емкость рынка– размер рынка определенного товара или услуги, выраженный в совокупном объеме продаж товара за расчетный период; или общий спрос на категорию товаров, выраженный в покупательской способности населения.

Существует несколько способов оценки емкости рынка:

- метод «снизу-вверх»:
- метод «сверху-вниз».

Метод «снизу-вверх» является наиболее распространенным и основывается на определении спроса на рынке.

$$N = Q * n * P, \quad (1.6)$$

где Q- целевая аудитория рынка;

n - норма потребления товара;

P - цена единицы товара.

Метод «сверху-вниз» предполагает определение размера рынка на основе данных внутренних продаж всех игроков рынка за расчетный период (при невозможности охватить всех игроков – достаточно взять только крупных, составляющих 80-90% продаж рынка).

$$N = S, \quad (1.7)$$

где S- сумма продаж всех компаний на рынке, выраженных в ценах продажи покупателю (т.е. не в отгрузочных, а в розничных ценах).

Информация о распределении долей рынка между предприятиями позволит проанализировать конкурентную структуру рынка, что является одной из целей исследования. Для этого целесообразно использовать такие статистические методы, как расчет коэффициентов концентрации рынка (CR) и индекс Гиршмана-Герфиндаля (ННІ), характеризующие преобладание на рынке той или иной фирмы.

Индекс Херфиндала-Хиршмана (ННІ) используется, чтобы оценить степень неравномерности распределения долей фирм на рынке. Он рассчитывается по формуле [7]:

$$ННІ = \sum_{i=1}^n q_i^2, \quad (1.7)$$

где ННІ – индекс Херфиндала-Хиршмана;

$q_i$  – доля производства (продаж)  $i$ -ой фирмы в объеме выпуска (сбыта) отрасли;

n – число фирм на рассматриваемом рынке.

Индекс рассчитывается как сумма квадратов долей всех фирм на рынке. В международной практике считается, что если его значение колеблется в интервале от 0 до 1000, то рынок считается слабоконцентрированным; в интервале от 1000 до 1800 – среднеконцентрированным; больше 1800 – высококонцентрированным [30].

Индекс концентрации используется, чтобы определить, какую часть рынка занимают самые крупные компании. Если значение индекса для трех производителей больше 45%, то рынок является высококонцентрированным.

Формальное выражение для его расчета имеет вид:

$$CRk = \sum_{i=1}^k [g_i]^2, \quad (1.8)$$

где CRk – индекс концентрации;

$g_i$  – доля производства данной фирмы в объеме выпуска (сбыта) в целом.

Индекс энтропии показывает разброс общего объема реализации между фирмами в отрасли. Чем больше этот индекс, тем больше различие фирм в отрасли, тем больше энтропия.

Чем больше степень неопределенности на рынке, тем выше уровень конкуренции. Индекс энтропии рассчитывается по формуле [7]:

$$E = \sum_{i=1}^n s_i * \ln \frac{1}{s_i}, \quad (1.9)$$

где  $s_i$  – доля фирмы на рынке;  $n$  – количество фирм на рынке.

Увеличение индекса означает, что идет процесс увеличения экономической определенности, т.е. рынок имеет тенденцию к уменьшению степени конкурентности.

Таким образом, сложно переоценить необходимость проведения исследований рынка для жизнеспособности предприятия. Анализ дает не только четкое представление настоящей ситуации в отрасли и место конкретной компании на нём, но и показывает вероятности развития событий в будущем.

Результаты исследований в совокупности с плановой и отчетной информацией позволяют предприятию разрабатывать стратегические меры заблаговременно (развитие благотворных процессов, устранение выявленных диспропорций и отслеживание возможных). Анализ рынка позволяет осуществлять максимально эффективные мероприятия – организационные и экономические.

В данном разделе работы были рассмотрены теоретические основы анализа состояния рынка нефтепродуктов в РФ.

На основании проведенного исследования можно сделать выводы.

В общем понимании рынок это категория товарного производства, которая выражает существенные отношения между покупателями и продавцами товаров, работ, услуг по их обмену. Основными элементами рынка являются число фирм отрасли, контроль над рыночной ценой, характер продаваемого продукта, наличие барьеров, наличие неценовой конкуренции. В зависимости от различных комбинаций элементов рынка выделяют следующие типы рынков: совершенной и несовершенной конкуренции. В структуре рынков несовершенной конкуренции выделяют монополистическую конкуренцию, олигополию, чистую монополию.

Анализ сырьевого рынка должен содержать следующие этапы: анализ конъюнктуры рынка, прогноз динамики развития и роста, анализ емкости рынка, исследование конкурентов и объема предполагаемых продаж товара или услуг.

Анализ конъюнктуры рынка заключается в изучении предложения и спроса на сырьевом рынке. При этом основным методом является мониторинг, который заключается в наблюдении за изменениями на сырьевом рынке.

Прогноз динамики и роста рынка заключается в использовании таких методов как экстраполяция, статистических методов, в частности применения дисперсии,

Основными показателями для оценки структуры и концентрации сырьевого рынка являются индекс концентрации, индекс Херфиндала-Хиршмана, индекс энтропии, коэффициент дисперсии рыночных долей, коэффициент Джини.

## **2 Анализ состояния рынка нефтепродуктов в Российской Федерации**

### **2.1 Экономическая характеристика рынка нефтепродуктов в Российской Федерации**

В 90-х годах обеспечение нефтепродуктами определялось деятельностью больших вертикально-интегрированных нефтяных компаний, обладавших соответствующими региональными заводами и автозаправочной сеткой. Регионы привлекали не только месторасположением нефтепроводов и перерабатывающих предприятий, но и состоятельными промышленными потребителями [3].

Дополнительный механизм воздействия на рынок сбыта – это соглашения вышеуказанных компаний с администрациями регионов (около ½ субъектов РФ подписали такие соглашения). Таким образом, определенные компании в буквальном смысле определяли рыночную обстановку в регионах благодаря привязке других субъектов хозяйствования к собственной инфраструктуре в рамках сбыта нефтепродуктов, а также их хранения. Это не могло не сказываться на рынке, влияя и на опт, и на розницу.

До 1999 г. монополизация рынка реализовывалась при помощи оптового звена, в некоторых ситуациях – с помощью транспортной составляющей. Что касается розничной сети, там сложилась жесткая конкуренция.

Независимые торговцы нефтепродуктами во времена кризиса цен 1999 г. оказались в условиях товарного дефицита – компании требовали приобретать при полной предоплате исключительно крупные партии товара. В связи с этим, продавцы были вынуждены приобретать продукт по завышенной стоимости, что нашло отображение в ценовой политике розницы.

Начиная с 2000 г. стали меняться условия работы нефтерынка. Формируется определенное направление рынка, с принадлежностью основной

доли 2-3 нефтяным компаниям. Товары конкурентов, как правило, однородны, и главный аспект успешности - это своевременные поставки и стоимость.

В 2013 г. Россия вышла на первое место в мире по объемам добычи нефти - 523,2 миллиона тонн. Этот показатель стал рекордным для России с начала 1990-х годов. Однако добытую нефть и получаемые в результате ее переработки нефтепродукты необходимо реализовывать, для чего необходимы каналы сбыта, коммерческая и технологическая инфраструктура соответствующего товарного рынка и надлежащее правовое регулирование.

Рынок нефти и нефтепродуктов в России представлен в настоящее время преимущественно вертикально интегрированными нефтяными компаниями, осуществляющими деятельность по всей цепочке энергетического бизнеса - от добычи нефти до реализации нефтепродуктов. Основная часть добычи нефти в РФ приходится именно на четверку крупнейших ВИНК (ОАО «Роснефть», ОАО «ЛУКОЙЛ», ОАО «Сургутнефтегаз», ОАО «Газпром нефть») - около 80% рынка. Тем не менее в России действуют около 100 малых и средних нефтедобывающих компаний, к которым, следует относить все предприятия, не входящие в вертикально интегрированные холдинги, которые имеют лицензии на добычу нефти и 70% выручки которых приходится на этот вид деятельности, т.е. на реализацию сырой нефти [3].

Эти компании занимаются преимущественно разработкой малых нефтяных месторождений, большинство которых находится в районах со сложными географическими и геологическими условиями, и продают нефть на внутреннем рынке.

По видам деятельности, осуществляемой на рынке нефти, выделяются следующие участники (субъекты) рынка:

- добывающие компании;
- нефтеперерабатывающие заводы (далее - НПЗ);

- предприятия нефтепродуктообеспечения, изучающие потребность в нефтепродуктах на определенной территории;
- организованные оптовые рынки, в том числе нефтяные и газовые биржи;
- субъекты, оказывающие услуги по транспортировке нефти.

Более половины добываемой в России нефти поставляется на экспорт (из-за чего внутренние цены на нефть и нефтепродукты зависят от уровня мировых цен), остальная часть реализуется на внутреннем оптовом рынке. Около 75% переработки нефти осуществляется на нефтеперерабатывающих заводах, входящих в структуру ВИНК, что исключает потребность в покупке данными НПЗ сырой нефти для переработки. Излишки добытой ВИНК нефти, которые в силу загруженности производственных мощностей НПЗ последние не в состоянии переработать, реализуются третьим лицам, и таким образом формируется т.н. свободный рынок нефти. Однако доля свободного рынка нефти в России крайне невелика - порядка 8 - 10% от всей добываемой в России нефти (около 50 млн. т. в год) [3].

Продукты нефтепереработки реализуются как на оптовом, так и на розничном рынках. При этом оптовый рынок отличается от розничного по составу продавцов и покупателей, а также по целевому использованию. Розничный рынок нефтепродуктов включает в России рынок бункерного топлива (заправка судов топливом), рынок авиационных керосинов (заправка воздушных судов («заправка в крыло»)) и реализацию нефтепродуктов через АЗС.

Крупнооптовая торговля на рынке нефти и нефтепродуктов ведется по трем основным направлениям: заключение экспортных контрактов, биржевая торговля и заключение прямых контрактов.

За последние годы нефтяная промышленность РФ масштабно трансформировалась, за счет чего Россия очутилась в компании крупнейших нефтепроизводителей.

На сегодняшний день тяжело вообразить международные отношения без определенной роли нефти. Она влияет на политические аспекты и экономические правоотношения, выступает горячей темой в СМИ. Но данная отрасль промышленности возникла в РФ не так давно. В 1846 году вблизи Баку (на тот момент - составляющая Российской империи) пробурили одну из первых в мире скважин.

РФ два года назад побила абсолютный рекорд по объему экспорта нефти и нефтепродуктов. Так, на сумму 283 млрд. дол. Было экспортировано 388 000 000 т нефти и нефтепродуктов. 90 % экспортного объема ушло в дальнее зарубежье, остальное - в государства СНГ [3].

Рассмотрим становление биржевой торговли нефтепродуктами.

В 2006 г. в послании Федеральному Собранию Президент РФ В.В. Путин задался вопросом, почему наши энергетические ресурсы торгуются на мировых биржах, а не у нас, и обратил внимание на необходимость организации на территории России биржевой торговли нефтью, газом и другими товарами с расчетами в рублях.

Во исполнение Послания Президента РФ 5 июня 2007 г. было принято Постановление Правительства РФ № 350 «Об организации мероприятий по закупке и поставке нефти и нефтепродуктов через товарные биржи», положившее начало развитию в России биржевой торговли на оптовом рынке нефти и нефтепродуктов [3].

В соответствии с указанным Постановлением заказы на поставку нефти и нефтепродуктов с 1 августа 2007 г. должны были размещаться на товарной бирже, выбираемой Министерством экономического развития и торговли РФ на конкурсной основе. Также в данном Постановлении Правительство РФ рекомендовало получателям бюджетных средств приобретать с 1 октября 2007 г. не менее 15% закупаемых ими в течение финансового года объемов нефти и нефтепродуктов на товарной бирже (если указанный объем не меньше минимального лота на товарной бирже). В соответствии с результатами

конкурсного отбора товарной биржей стала биржа «Санкт-Петербург», преобразованная в апреле 2008 г. в Санкт-Петербургскую Международную товарно-сырьевую биржу.

Порядок проведения конкурсного отбора (в т.ч. критерии отбора) был утвержден Приказом Минэкономразвития РФ от 04.07.2007 № 225 «Об организации конкурсного отбора биржи для размещения заказов на поставку нефти и нефтепродуктов».

Важным этапом на пути развития биржевой торговли нефтью и нефтепродуктами стало вступление в силу 16 июля 2013 г. совместного приказа ФАС России № 313/13 и Минэнерго России № 225 от 30.04.2013 «Об утверждении минимальной величины продаваемых на бирже нефтепродуктов и требований к биржевым торгам, в ходе которых заключаются сделки с нефтепродуктами хозяйствующим субъектом, занимающим доминирующее положение на соответствующих товарных рынках», принятого в рамках «Третьего антимонопольного пакета» [3].

Данный приказ установил минимальные объемы нефтепродуктов, подлежащих реализации посредством биржевых торгов, для занимающих доминирующее положение на рынках соответствующих нефтепродуктов ВИНК. Так, установлено, что соответствующие субъекты обязаны реализовывать на бирже не менее 10% ежемесячно производимого автомобильного бензина, не менее 5% дизельного топлива, не менее 10% топлива для реактивных двигателей и не менее 2% мазута. Также данным приказом утверждены требования к проведению соответствующих биржевых торгов.

В настоящее время торги на СПБМТСБ в секциях «Нефть» и «Нефтепродукты» ведутся в соответствии с Правилами проведения организованных торгов в данных секциях, утвержденных 1 января 2014 г.

В 2013 г. на оптовом рынке биржи было продано 13,5 млн. тонн нефтепродуктов, заключено 53240 ед. сделок. При этом имеется рост объемов

продаж по сравнению с предыдущим годом, когда было продано 9,6 млн. тонн нефтепродуктов.

Безусловно, развитие биржевой торговли нефтью и нефтепродуктами необходимо, ибо она призвана обеспечить транспарентность ценообразования, долгосрочность планирования хозяйственной деятельности.

Таким образом, основными участниками рынка нефтепродуктов являются ВИНК и НК. Наибольшую долю в нефтепереработке имеет Роснефть, большая доля акций которой принадлежит государству. Торговля на рынке является как биржевой, так и внебиржевой.

## **2.2 Анализ структуры рынка нефтепродуктов в Российской Федерации**

Структура рынка включает такие элементы как число фирм в отрасли, контроль над ценой, характер продаваемого продукта, условия вступления в отрасль, наличие неценовой конкуренции.

Следует отметить, что повышенная концентрация бизнеса - это отличительная черта нефтегазовой отрасли.

Нефтяные предприятия обладают солидными производственными ресурсами. Общее число таких предприятий – более 8 000, крупных и средних из которых примерно 800 [32].

Следующая заметная особенность состоит в том, что капиталовложение в эту отрасль обладает экстенсивным характером. Благополучная обстановка в сфере нефтяной промышленности влияет на увеличение объема добычи, однако, совершенствование технологий нефтяной добычи и переработки нефти доступно далеко не всем. С увеличением объема добычи российской нефти последовало моментальное «состаривание» оборудования. Таким образом, сегодня отсутствует 100%-ое соответствие уровню современных стандартов.

Пропагандируются модернизационные идеи для российских НПЗ путем внедрения новейших технологий, а также энергосбережения. В результате, внимание акцентируется на компаниях, которые выпускают оборудование в сфере нефтепереработки.

Львиную долю в российской добыче занимают шесть крупнейших ВИНК - «НК «Роснефть», ЛУКОЙЛ, «Сургутнефтегаз», «Газпром нефть», «Татнефть», «Башнефть» [32].

«Роснефть» – пожалуй, наиболее быстрорастущая компания России. За все время существования она не раз подтверждала свое лидерство и достигала новых рекордов. Рассмотрим некоторые из них подробнее.

После кризиса 1998 года «Роснефть» первой среди российских предприятий провела размещение еврооблигаций. Благодаря эффективной управленческой политике «Роснефть» уже в 2005 году заняла лидирующие позиции среди нефтяных компаний России по объемам добычи нефти и газа. Как следствие, в июле 2006 года было проведено первичное размещение акций на Лондонской фондовой бирже (IPO). Общая сумма размещения составила 10,7 млрд. долларов – это пятое крупнейшее IPO в мире и самое масштабное в истории нефтегазовой отрасли [35].

Сделка по приобретению 100% акций ТНК-ВР в 2013 году стала самой значимой в истории нефтегазового бизнеса мирового масштаба. «Роснефть» мгновенно стала лидером нефтяной отрасли России и крупнейшей публичной нефтегазовой компанией мира. Наконец, на XVII Петербургском международном экономическом форуме 2013 года «Роснефть» подписала рекордное количество соглашений, экономически значимых как для компании, так и для страны в целом.

Более 40% российской нефти добывает «Роснефть». Более 20% российской нефтепереработки приходится на долю компании.

ОАО «ЛУКОЙЛ» обеспечивает более 2% мировой добычи нефти [35].

Занимает ведущие позиции по размеру доказанных запасов нефти и объему добычи нефти среди крупнейших мировых частных нефтегазовых компаний.

ОАО «ЛУКОЙЛ» сегодня – это одна из крупнейших нефтяных бизнес-групп России с выручкой в 2013 году более 141 млрд. долларов.

Свыше 16% общероссийской добычи нефти свыше 16% общероссийской переработки нефти.

Нефтегазодобывающая компания «Сургутнефтегаз» – одно из крупнейших предприятий нефтяной отрасли России.

На его долю приходится около 12% объемов добычи нефти и более 20% – попутного нефтяного газа в России.

НПЗ «Киришинефтеоргсинтез», входящий в состав ОАО «Сургутнефтегаз», – одно из крупнейших нефтеперерабатывающих предприятий страны: его доля составляет 7,2% в общероссийской нефтепереработке [35].

ОАО «Газпром нефть» стоит в одном ряду с 20 крупнейшими нефтяными компаниями мира.

Основные виды деятельности – разведка и разработка месторождений нефти и газа, реализация добытого сырья, производство и сбыт нефтепродуктов.

Доказанные запасы углеводородов по классификации SPE (PRMS) компании составляют 1,34 млрд. тонн. нефтяного эквивалента.

Продукция «Газпром нефти» экспортируется в более чем 50 стран мира и реализуется на всей территории России. В структуру «Газпром нефти» входят более 70 нефтедобывающих, нефтеперерабатывающих и сбытовых предприятий в России и за рубежом [35].

«Татнефть» - одна из крупнейших российских нефтяных компаний, международно-признанный вертикально-интегрированный холдинг. В составе производственного комплекса Компании стабильно развиваются

нефтегазодобыча, нефтепереработка, нефтехимия, шинный комплекс, сеть АЗС и блок сервисных структур. Татнефть также участвует в капитале компаний финансового (банковского и страхового) сектора. Сегодня Комплекс НПЗ является полноправным участником нефтеперерабатывающей отрасли России и производит высококонкурентную, экологически чистую продукцию, среди которой дизельное топливо Евро-5, авиационный керосин марок РТ, ТС-1 и Джет А-1, высокоиндексные базовые масла III группы. С завершением реализации Проекта предусматривается выпуск широкой номенклатуры продукции высокого передела нефти [35].

Единый нефтеперерабатывающий комплекс ПАО АНК «Башнефть» представлен тремя НПЗ совокупной мощностью 24,1 млн тонн в год: «Башнефть-Уфанефтехим», «Башнефть-УНПЗ» и «Башнефть-Новыйл».

ПАО АНК «Башнефть» — динамично развивающаяся российская вертикально-интегрированная нефтяная компания. По итогам 2014 года компания занимает шестое место по объему добычи нефти и четвертое по объему первичной переработки среди нефтяных компаний России. Башнефть демонстрирует устойчивые финансовые результаты и стабильно высокие дивидендные выплаты. НПЗ «Башнефти» занимают лидирующие позиции в отрасли по глубине переработки нефти и выпуску светлых нефтепродуктов. Компания обеспечивает более 12% поставок автомобильного бензина и около 6% дизельного топлива на российский топливный рынок [35].

ВИНК добывают 480,6 млн. тонн из 518 млн. тонн - это более 92% добычи. Еще около 20 млн. тонн добывают компании, которые хотя и не входят в структуру крупнейших ВИНК.

За первые пять месяцев 2015 года компания «Роснефть» добыла 78,513 млн. тонн нефти (в мае - 16,112 млн. тонн), ЛУКОЙЛ - 35,787 млн. тонн (в мае - 7,327 млн. тонн), «Сургутнефтегаз» - 25,453 млн. тонн (в мае - 5,235 млн. тонн), «Газпром нефть» - 14,084 млн. тонн (в мае - 2,910 млн. тонн), «Татнефть» - 11,041 млн. тонн (в мае - 2,276 млн./ тонн), «Славнефть» - 6,472 млн. тонн (в

мае - 1,317 млн. тонн), «Башнефть» - 7,921 млн. тонн (в мае - 1,630 млн. тонн). Весь объем нефти, который с января по май добыли ВИНК, составляет 182 437,792 тыс. тонн нефти [32].

Однако если взять не фактические объемы добытой нефти, а динамику добычи, то ВИНК вряд ли можно назвать непосредственными виновниками рекордной нефтедобычи. Согласно подсчетам, предоставленным ассоциацией малых и средних нефтегазодобывающих организаций «Ассонефть», основной прирост добычи за первые пять месяцев текущего года приходится на компании, которые в отчетах ЦДУ ТЭК проходят в графе «прочие»: на их долю приходится 22,629 млн. тонн.

Поэтому эксперты считают, что своему нефтяному рекорду российская нефтедобыча обязана в основном сегменту независимых нефтяных компаний, в то время как крупные компании в этот период демонстрировали гораздо более слабый рост, а некоторые из них - даже падение добычи. Для сравнения: официальные объемы добычи ВИНК в нынешнем году всего на 6,186 тыс. тонн больше того, что за тот же период эта группа компаний добыла в прошлом году (182 431,606 тыс. тонн нефти) - разница составляет менее 1% [32].

Структура ВИНК по переработке нефти в 2015 году представлена в таблице 2.1.

Таблица 2.1 - Структура ВИНК по переработке нефти в 2015 году

ВИНК	Объем переработки, млн. т.	Доля, %
ОАО НК «Роснефть»	84,7	31,62
ОАО «ЛУКОЙЛ»	65,6	24,49
ОАО «Сургутнефтегаз»	18,5	6,91
ООО «Газпромнефть»	43,7	16,31
ОАО «Татнефть»	8,5	3,17
ОАО НГК «Славнефть»	27,6	10,30
ОАО АНК «Башнефть»	19,3	7,20
Итого	267,9	100

В сектор ННК входят 250 компаний, в том числе небольшие холдинги.

Всего в секторе насчитывается 280 юридических лиц - пользователей недр. При этом чуть более половины ННК (130 компаний) в 2012 году добывали нефть. Еще 28 компаний не осуществляли добычу, но вели поисково разведочное бурение. Остальные компании не занимались ни добычей, ни поисково-разведочным бурением.

Главной отличительной особенностью ННК является тот факт, что они занимаются только разведкой и добычей нефти. То есть, бизнес ННК менее диверсифицирован по сравнению с ВИНК. Расширение сектора ННК возможно за счет ряда ВИНК в случае продажи последними своих активов по нефтепереработке и сбыту. Вероятность такого сценария повышается в результате существенного ухудшения экономики НПЗ после очередного налогового маневра Минфина России [36].

В российских реалиях важнейшим фактором высокой доходности бизнеса ВИНК является наличие нефтепереработки, которая получает государственную «субсидию» из-за разницы в ставках экспортных пошлин на нефть и нефтепродукты. В зависимости от уровня модернизации и месторасположения НПЗ компании, а также от уровня развития сбытовой сети, сектор переработки и сбыта ВИНК может приносить до \$15/барр. дополнительной EBITDA холдинга.

При этом и в нефтедобывающем секторе возможности ННК ниже по сравнению с ВИНК. В частности, ограничения доступа к инфраструктуре и ее высокая стоимость являются существенными препятствиями для развития ННК на новых активах. Другим важным фактором, ухудшающим экономические условия деятельности ННК по сравнению с ВИНК, является более ограниченная возможность по привлечению финансирования.

Динамика добычи нефти ВИНК и прочими нефтяными компаниями за 2014-2015 гг. представлена на рисунке 2.1 [36].

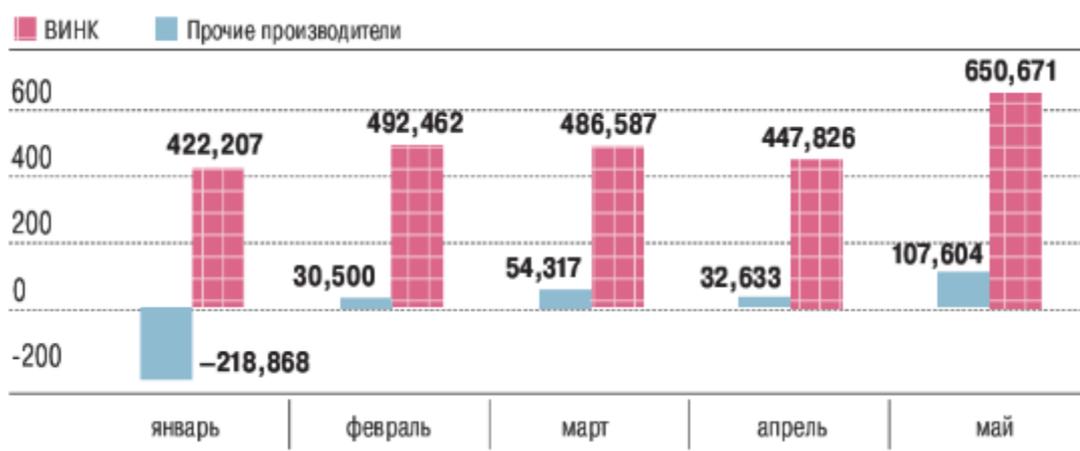


Рисунок 2.1 - Динамика добычи нефти ВИНК и прочими нефтяными компаниями за 2014-2015 гг., тыс. т.

Структура текущих извлекаемых запасов нефти НК и ВИНК представлены на рисунке 2.2.

Таким образом, основными действующими компаниями на рынке нефтепродуктов являются ВИНК и НК. Рыночная доля фирм рынка нефтепродуктов велика, то есть на этом рынке имеет место несколько крупных фирм. Такая компания будет иметь возможность оказывать влияние на предложение на рынке, и, следовательно, на рыночное равновесие и рыночную цену.

Рассмотрим, какие факторы влияют на цены на нефть.

Цена нефти зависит от спроса и предложения [36].

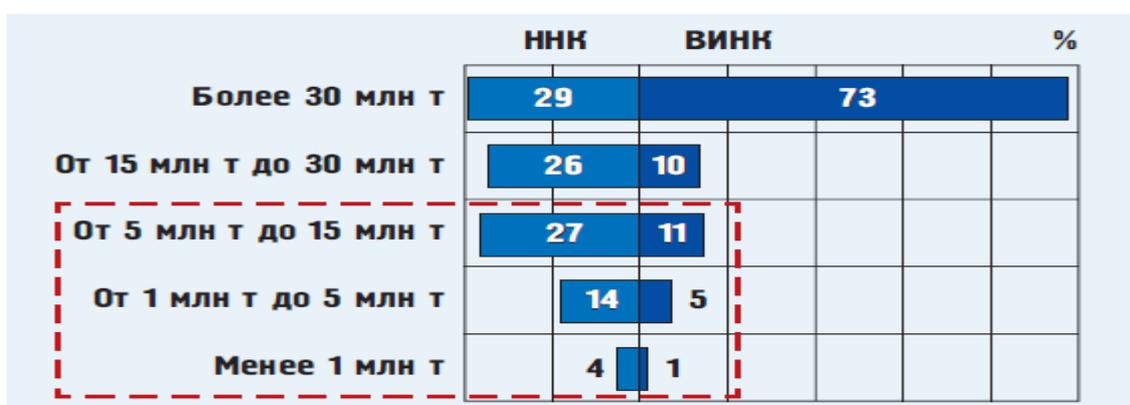


Рисунок 2.2 - Структура текущих извлекаемых запасов нефти НК и ВИНК, %

При этом нужно учитывать, что на практике на эти две простые составляющие котировок влияет множество факторов. Собственно, все, что может так или иначе (прямо или косвенно) затронуть производство или потребление, закупки энергоносителей, может повлиять на ситуацию на товарных рынках. Особенно если инвесторы, торгующие нефтяными контрактами, будут верить в действенность того или иного фактора: в уровне цен всегда есть место спекулятивному элементу.

Основные факторы, влияющие на спрос и предложение [36]:

– позиция стран-экспортеров нефти. ОПЕК (объединение стран, являющихся главными поставщиками нефти на мировой рынок) может назначить ту или иную квоту для добычи. Очевидно, что волевое решение ОПЕК о снижении квоты сильно уменьшает предложение и толкает цену вверх;

– политическая нестабильность в богатых нефтью регионах - как фактор, затрудняющих поставки и транспортировку энергоносителя;

– аналогично - предложение могут снизить разнообразные (не относящиеся к политике) условия, препятствующие свободной торговле - например, природные катаклизмы, плохие погодные условия, аварии на трубопроводах и так далее;

– политические решения о увеличении или уменьшении запасов нефти в США. Небольшой уровень запасов может подтолкнуть спрос - работает беспокойство покупателей («резервов мало!»);

– общий рост/деградация мировой экономики: чем больше мировое хозяйство, тем больше ему требуется энергии;

– научные разработки, принятие тех или иных законопроектов: например, к некоторому ослаблению позиций нефти привело увеличение в Европе доли автомобилей с двигателями, работающими на спирту.

Помимо этих, достаточно очевидных факторов, следует отметить также следующее.

Во-первых, колебания курса могут быть вызваны попросту «крупной игрой» богатых инвесторов. Спекулятивный элемент на товарных рынках ничуть не меньше, чем на чисто финансовых [36].

Во-вторых, необходимо принимать во внимание еще и курс американской валюты. Ведь товары (и нефть в том числе) оцениваются по отношению именно к доллару - пара так и выглядит: USD/баррель. А потому ослабление доллара означает подорожание нефти и наоборот.

Динамика цен на нефть Brent в РФ с 1988 по 2015 гг. представлена на рисунке 2.3.

За 2015 год цена изменилась на -34.97% с 57.33 до 37.28.

4-й квартал. В декабре цена на нефть находилась между 35.98 и 45.18. В начале месяца цена составляла 44.62, в конце 37.28. Цена изменилась на -16.45% за месяц. В ноябре цена нефти колебалась в диапазоне от 43.15 до 50.91. Курс начал на уровне 49.5, а завершил 44.61. За месяц цена изменилась на -9.88%. В октябре цена на нефть находилась между 46.41 и 54.05. В начале месяца цена составляла 48.4, в конце 49.56. Цена изменилась на 2.4% за месяц.

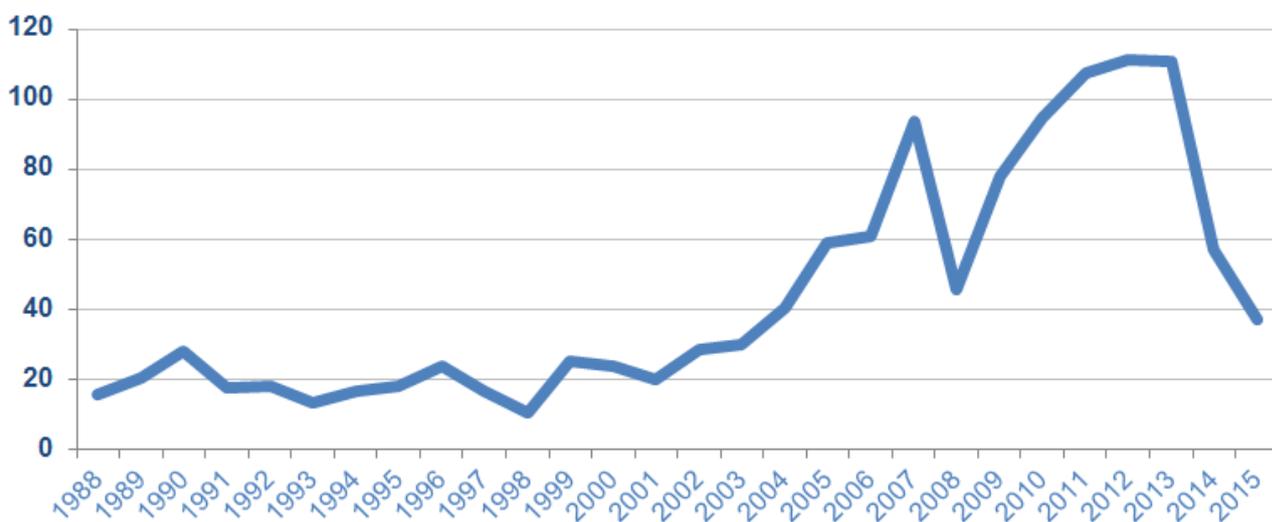


Рисунок 2.3 - Динамика цен на нефть Brent в РФ с 1988 по 2015 гг.,  
долл./баррель [36]

3-й квартал. В сентябре цена нефти колебалась в диапазоне от 45.98 до 53.47. Курс начал на уровне 52.92, а завершился 48.37. За месяц цена изменилась на -8.6%. В августе цена на нефть находилась между 42.23 и 54.32. В начале месяца цена составляла 51.55, в конце 54.15. Цена изменилась на 5.04% за месяц. В июле цена нефти колебалась в диапазоне от 51.63 до 63.35. Курс начал на уровне 63.02, а завершился 52.21. За месяц цена изменилась на -17.15%.

2-й квартал. В июне цена на нефть находилась между 60.94 и 66.36. В начале месяца цена составляла 65.59, в конце 63.59. Цена изменилась на -3.05% за месяц. В мае цена нефти колебалась в диапазоне от 61.24 до 69.63. Курс начал на уровне 66.78, а завершился 65.56. За месяц цена изменилась на -1.83%. В апреле цена на нефть находилась между 54 и 66.93. В начале месяца цена составляла 55.18, в конце 66.78. Цена изменилась на 21.02% за месяц.

1-й квартал. В марте цена нефти колебалась в диапазоне от 52.5 до 62.5. Курс начал на уровне 62.5, а завершился 55.11. За месяц цена изменилась на -11.82%. В феврале цена на нефть находилась между 51.41 и 63. В начале месяца цена составляла 52.68, в конце 62.58. Цена изменилась на 18.79% за месяц. В январе цена нефти колебалась в диапазоне от 45.19 до 58.54. Курс начал на уровне 58.02, а завершился 52.99. За месяц цена изменилась на -8.67%.

Рассмотрим характер продаваемого продукта. Товар является стандартизированным, т.е. товары удовлетворяют одни потребности и имеют одинаковые параметры. Чем более стандартизированным (однородным) является товар, реализуемый в отрасли, тем более конкурентным является рынок.

Структура основных нефтяных продуктов РФ представлена на рисунке 2.4 [36].

К основным товарным группам нефтепродуктов РФ относятся следующие:

- автомобильный бензин;
- дизельное топливо;

- топочный мазут и битумы;
- авиационное и ракетное топливо;
- моторные масла.

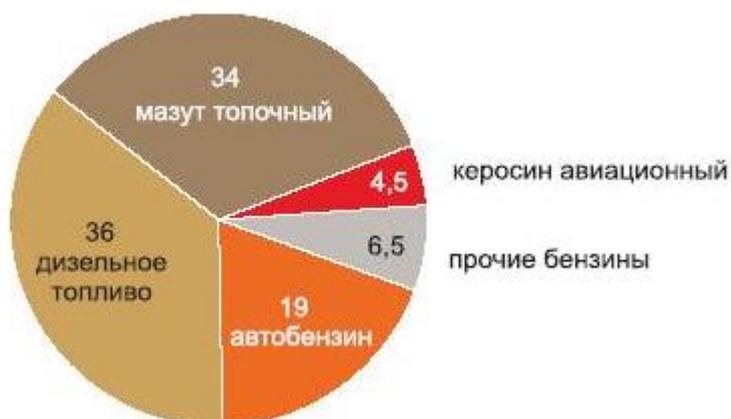


Рисунок 2.4 - Структура основных нефтяных продуктов РФ, %

Географические границы рынка необходимо определить как территорию расположения и деятельности входящих в группы лиц ОАО «Сургутнефтегаз»; ОАО «Газпром нефть»; ОАО «НК «Роснефть»; ОАО «ЛУКОЙЛ»; ОАО «ТНК-ВР Холдинг» хозяйствующих субъектов имеющих лицензию и осуществляющих добычу нефти, то есть административными границами РФ.

Структура торговли нефтепродуктами делится на биржевой и не биржевой рынок. Структура торговля биржевой и не биржевой по федеральным округам РФ представлена на рисунке 2.5 [36].

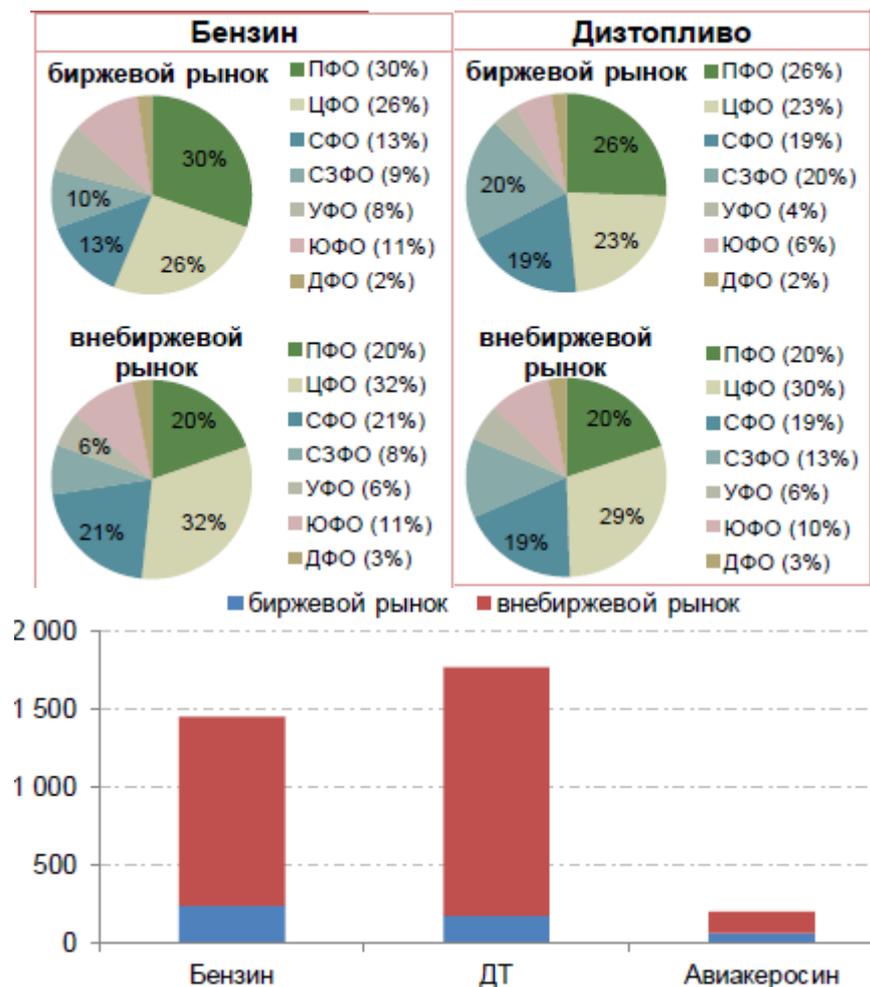


Рисунок 2.5 - География биржевой и внебиржевой торговли основными нефтепродуктами в 2015 г.,%

В течение года наблюдался рост объема торгов по всем 3 товарам, при этом наибольшие темпы роста к концу 2015 года наблюдались:

– по бензину в Уральском ФО (в 3 раза до 29 млрд. руб.), Сибирском ФО (в 2,6 раза до 120 млрд. руб.) и Центральном ФО (в 2,5 раза до 153 млрд. руб.);

по дизельному топливу в Приволжском ФО (в 3,7 раза до 147 млрд. руб.) и Центральном ФО (в 2,9 раза до 175 млрд. руб.). В большинстве случаев рост был обеспечен увеличением объемов внебиржевых сделок. По авиакеросину объемы оставались незначительными.

На рисунке 2.6 представлены объемы выпуска и продаж бензина за 2015 год [36].

Объем выпуска бензина за IV кв. по сравнению с III кв. снизился на 2,9%, дизельного топлива – на 1,9%, а авиакеросина – на 22,9%;

По бензину в течение 2015 г. наблюдалось отрицательное сальдо между объемом выпуска и объемом торгов (выпуск за год составил 39,2 млн. тонн при объеме торгов 44,5 млн. тонн).

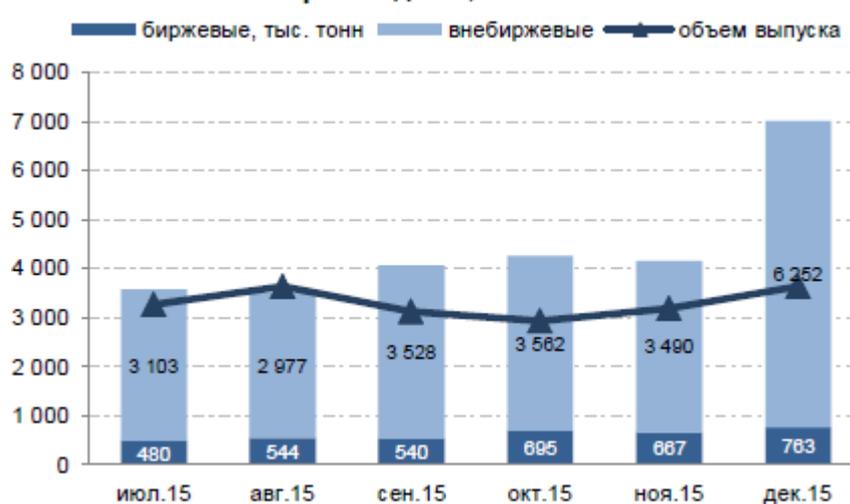


Рисунок 2.6 - Виды реализации бензина в общем объеме производства в 2015 г., тыс. тонн

Указанное превышение объемов торгов над объемами производства вероятно связано с особенностью сложившейся системы регистрации внебиржевых сделок, когда одни и те же объемы нефтепродуктов могут регистрироваться на различных этапах при движении от производителя к потребителю.

Виды реализации мазута в общем объеме производства представлены на рисунке 2.7 [36].

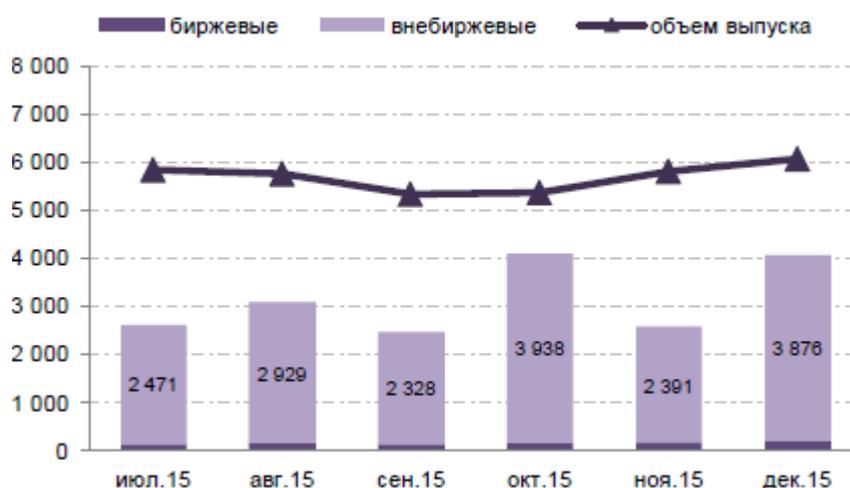


Рисунок 2.7 - Виды реализации мазута в общем объеме производства в 2015 г.,  
тыс. тонн

Стоимостные объемы торгов мазута в IV кв. упали на фоне роста объемов физических торгов, что привело к падению цены реализации в декабре до 5,7 тыс. руб. при среднегодовом уровне 11,1 тыс. руб. Причиной этого послужил переизбыток данного вида топлива на рынке.

Рост объемов торгов нефтепродуктами в декабре объясняется длительными новогодними праздниками: участники торгов фактически хеджируют свои позиции на все каникулы. Далее в январе традиционно следует провал объемов торгов.

Далее рассмотрим условия вступления в отрасль.

К административным ограничениям входа на данный рынок относятся: необходимость получения лицензий, экологические ограничения, необходимость осуществления деятельности в сложных геологических и погодных условиях, применение инновационных технологий, доступ к которым ограничен.

К барьерам входа на рынок следует также отнести ограниченное количество мощностей по переработке нефти и возможности трубопроводного транспорта системы ОАО «АК «Транснефть», а также наличие ВИНК, которые владеют более 70% мощностей по переработке сырой нефти (затраты на

осуществление добычи нефти, способ реализации сырой нефти на нефтеперерабатывающих заводах групп лиц ВИНК (реализация или поставка по давальческой схеме), динамика и структура инвестиционных затрат на развитие добычи сырой нефти).

Существование таких барьеров будет препятствовать выходу на рынок новых фирм и, следовательно, развитие отраслевой конкуренции.

В результате исследования рынка установлено следующее.

ОАО «Газпром нефть», ОАО «НК «Роснефть», ОАО «ЛУКОЙЛ», ОАО «ТНК-ВР Холдинг», ОАО «Сургутнефтегаз» занимают на рынке сырой нефти в РФ суммарную долю, превышающую 70%. Вышеуказанные компании являются вертикально-интегрированными хозяйствующими субъектами, поскольку в их состав входят лица, осуществляющие в РФ добычу основных объемов нефти, их переработку на своих НПЗ, а также реализацию произведенных нефтепродуктов [36].

Доля каждого из указанных хозяйствующих субъектов более восьми процентов, а также превышает доли других хозяйствующих субъектов на рынке сырой нефти в РФ.

В течение длительного периода (на протяжении года) относительные размеры долей указанных хозяйствующих субъектов подвержены малозначительным изменениям, доступ на рынок сырой нефти в РФ новых конкурентов затруднен.

Реализуемый или приобретаемый товар хозяйствующими субъектами не может быть заменен другим товаром.

Цена реализации нефти на внутреннем рынке РФ устанавливается с учетом мировых котировок на нефть и текущей ситуации, складывающейся на рынке нефти в РФ.

Следовательно, применительно к ОАО «Газпром нефть», ОАО «НК «Роснефть», ОАО «ЛУКОЙЛ», ОАО «ТНК-ВР Холдинг», ОАО [36].

«Сургутнефтегаз» на рынке сырой нефти выполняются в совокупности условия части 3 ст. 5 Закона о защите конкуренции, в соответствии с которой доминирующим признается положение каждого хозяйствующего субъекта из нескольких хозяйствующих субъектов.

Таким образом, каждый из хозяйствующих субъектов занимает доминирующее положение на рынке сырой нефти и, кроме того, имеет дополнительную возможность оказывать существенное воздействие на основные условия обращения товара на исследуемом товарном рынке.

Сопоставление и анализ количественных и качественных показателей, характеризующих рынок, позволяет сделать следующие выводы:

- рассматриваемый рынок относится к рынку с недостаточно развитой конкуренцией;

- на основании ч. 3 ст. 5 Закона о защите конкуренции и пункта 3.2.3 Административного регламента ОАО «Газпром нефть» занимает доминирующее положение на рынке сырой нефти на территории РФ;

- на основании ч. 3 ст. 5 Закона о защите конкуренции и пункта 3.2.3 Административного регламента ОАО «НК «Роснефть» занимает доминирующее положение на рынке сырой нефти на территории РФ;

- на основании ч. 3 ст. 5 Закона о защите конкуренции и пункта 3.2.3 Административного регламента ОАО «ЛУКОЙЛ» занимает доминирующее положение на рынке сырой нефти на территории РФ;

- на основании ч. 3 ст. 5 Закона о защите конкуренции и пункта 3.2.3 Административного регламента ОАО «Сургутнефтегаз» занимает доминирующее положение на рынке сырой нефти на территории РФ;

## 2.3 Основные проблемы рынка нефтепродуктов в Российской Федерации

Одной из проблем рынка нефтепродуктов в РФ является наличие регресса рынка.

Главными факторами регресса рынка нефтепродуктов в РФ являются [36]:

- непомерные транспортные тарифы;
- несоответствие стоимости нефтепродуктов внешнего рынка внутреннему;
- услуги нефтепереработки больших заводов ограничивают доступ мелких и средних предприятий.

Заводы по нефтепереработке не хотят обслуживать небольшой нефтяной объем компаний менее крупных, а чтобы обеспечить рентабельную нефтепереработку, необходимы длительные поставки более чем на 50 000 т в месяц.

Кроме вышперечисленного, основным направлением в развитии нефтеперерабатывающей промышленности является коренная реконструкция и модернизация НПЗ, а также повышение качества нефтепродуктов.

Предстоит разрешать проблему понижения загрязняющих выбросов от сжигания котельного топлива.

Следующей проблемой является сокращение объемов переработки нефти.

В 2015 г. общий объем переработки нефти, по сравнению с 2014 годом, уменьшился на 6,5 млн. т. (-2,2%) и составил 282,4 млн. тонн. [36]



Рисунок 2.8 - Динамика переработки нефти в РФ, млн. тонн

Основные факторы сокращения переработки:

- увеличение средней по отрасли глубины переработки нефти (до 74,2% +1,9 процентных пункта к 2014 г.) за счет мероприятий по модернизации технологической оснащённости российских НПЗ, реализуемых в рамках четырехсторонних соглашений;

- оптимизация нефтеперерабатывающими компаниями объемов первичной переработки сырья при одновременном поддержании уровней и повышении качества производимых моторных топлив (в первую очередь автомобильных бензинов), обеспечивающих бездефицитное снабжение потребителей внутреннего рынка РФ.

Увеличение технологических мощностей стало результатом предпринимаемых в последние годы усилий по модернизации нефтеперерабатывающих предприятий и строительству новых НПЗ, включая малые предприятия (т.н. мини-НПЗ). В соответствии с четырехсторонними соглашениями между нефтяными компаниями, ФАС России, Ростехнадзором и Росстандартом на 2015 г. был запланирован ввод в эксплуатацию 19 новых установок и завершение реконструкции восьми имеющихся установок вторичной переработки и облагораживания. По итогам года, на 11 установках из 27 установок работы завершены, а по остальным 16 срок ввода в эксплуатацию перенесен на 2016 и последующие годы.

Ввод новых и реконструкция действующих технологических мощностей, реализуемых, преимущественно на НПЗ ВИНК России, позволили по итогам 2015 г.:

- увеличить среднюю по НПЗ ВИНК глубину переработки нефти на +1,8 пп к 2014 г. до 75,9%;
- нарастить выход светлых нефтепродуктов на НПЗ ВИНК на +2,3 пп к 2014 г. — до 59,9%;
- повысить качество выпускаемой продукции и обеспечить подготовку к переходу на производство топлив экологического класса 5 в объемах, полностью обеспечивающих потребности внутреннего рынка.

Нефтегазовый комплекс России в настоящее время имеет огромное значение для экономики страны (пополнение бюджета, обеспечение функционирования многих отраслей российской экономики, удовлетворение внутреннего спроса в топливе и энергоресурсах и пр.), одновременно внося существенный вклад в энергосырьевое хозяйство современного мира. Для сохранения устойчивого функционирования и обеспечения условий для дальнейшего развития данного комплекса необходимо: максимально эффективное использование энергетического потенциала страны с целью сохранения в долгосрочном периоде времени собственной энергетической безопасности и выполнения взятых на себя обязательств по экспорту углеводородных ресурсов в другие государства.

Достигнуть этого возможно за счет:

- вовлечения в хозяйственный оборот малых месторождений углеводородных ресурсов;
- сокращения объемов сжигания попутного нефтяного газа;
- увеличения объема геологоразведочных работ и открытия новых месторождений нефти и газа;
- дальнейшего обновления и развития энергетической инфраструктуры;

- укрепления позиций ведущих российских нефтегазовых компаний за рубежом;
- снижения риска транзита энергоресурсов в ходе межправительственных дипломатических переговоров и установления четко регламентированных правил в данной сфере;
- ускоренное наращивание в структуре экспорта доли энергоресурсов высокого уровня переработки.

Для этого потребуются ускорить процесс обновления техники и технологий на перерабатывающих углеводородное сырье предприятиях, а также создание новых нефте и газоперерабатывающих заводов; снизить таможенные пошлины на вывоз продукции глубокой переработки, в первую очередь с труднодоступных участков недр, месторождений с трудноизвлекаемыми запасами газа и нефти; установить налоговые и другие льготы для стимулирования глубокой переработки этого сырья, в ходе которой получается высококачественная конечная продукция; применение в энергетике и нефтегазовом комплексе самых последних научно-технических достижений с целью повышения энергоэффективности, рационального использования энергетических ресурсов, повышения эффективности и безопасности проведения работ на океаническом шельфе и в регионах с суровыми климатическими условиями.

Так же осложнилось развитие рынка нефтепродуктов в связи с падением цен на нефть.

Конец 2014-го – начало 2015 года ознаменовалось рекордным падением цен на нефть: если в середине прошлого года сырьё марки Brent торговалось на мировых биржах на уровне \$100, то в февральских контрактах на 2015 г. можно увидеть цифры в пределах \$45-50 за баррель.

Со слов экспертов сегодня предложение нефти сильно превышает спрос. При этом основные добытчики – Саудовская Аравия и США – не планируют снижать объемы добычи «черного золота». И если гиганты индустрии в

состоянии пережить практически вдвое понизившиеся котировки, то таким государствам-экспортерам, как Венесуэла, Алжир, Иран, ОАЭ и Россия подобное положение вещей способно нанести серьезный ущерб внутренним экономикам, по сути являющимся сугубо экспортно-ориентированными.

Таким образом, основными проблемами рынка нефтепродуктов на современном этапе является непомерные транспортные тарифы, несоответствие стоимости нефтепродуктов внешнего рынка внутреннему, услуги нефтепереработки больших заводов ограничивают доступ мелких и средних предприятий, устаревание оборудования переработки и добычи, ограничение для входа в отрасль, снижение цен на нефть в связи с санкциями.

В данном разделе работы был проведен анализ состояния рынка нефтепродуктов в РФ.

На основании проведенного исследования можно сделать следующие выводы.

Основными участниками рынка нефтепродуктов в РФ являются ВИНК и ННК. Наибольшая доля на добычу и переработку приходится на ВИНК. Постоянно продолжающийся процесс консолидации снижает конкуренцию и приводит к сокращению сектора. ННК крайне нужны отрасли. Первое - они активно участвуют в геологоразведке, второе - они способствуют рациональному недропользованию, поскольку работают на небольших малопривлекательных для ВИНК запасах, третье - они создают конкурентную среду, обеспечивающую прозрачность бизнеса и высокую экономическую активность.

Основными продуктами рынка нефтепродуктов являются бензин, дизельное топливо, мазут, авиабензин. На рынке присутствует недостаточно развитая конкуренция, цена на рынке определяется спросом и предложением, так же цены на нефть зависят от курса доллара.

Основными проблемами рынка является непомерные транспортные тарифы, несоответствие стоимости нефтепродуктов внешнего рынка

внутреннему, услуги нефтепереработки больших заводов ограничивают доступ мелких и средних предприятий, устаревание и сложность обновление оборудования, сложность входа в отрасль, резкое снижение цен на нефть в связи с ростом предложения.

### 3 Разработка мероприятий по улучшению состояния рынка нефтепродуктов в Российской Федерации

#### 3.1 Основные пути улучшения состояния рынка нефтепродуктов в Российской Федерации

Существенной проблемой российского рынка нефтепродуктов является устаревшее оборудование на НПЗ. Крупные заводы России, в основном, имеют длительные сроки эксплуатации: количество предприятий, пущенных в эксплуатацию более 60 лет назад – максимальное (рисунок 3.1) [38].

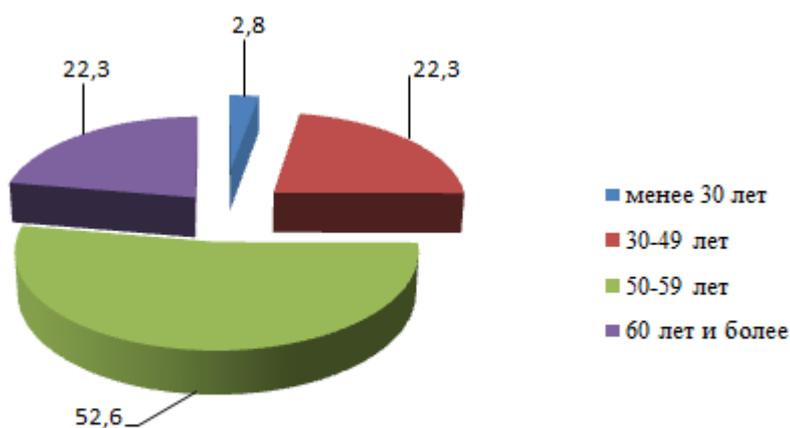


Рисунок 3.1 - Структура срока эксплуатации российских НПЗ. %

Качество выпускаемых нефтепродуктов серьезным образом отстает от мирового. Доля бензинов, удовлетворяющих требованиям Евро 3,4, составляет 38% от всего объема выпускаемого бензина, а доля дизельного топлива, удовлетворяющего требованиям класса 4,5, всего лишь 18%.

При общем объеме экспорта дизельного топлива из России в дальнее зарубежье в количестве 38,6 млн. тонн дизельное топливо класса Евро-5 составляет около 22%, т. е. остальные 78% – топливо, не соответствующее европейским требованиям. Оно реализуется, как правило, по более низким ценам или как полуфабрикат.

Поэтому основным направлением решением сложившейся проблемой является модернизация оборудования НПЗ, которая уже началась [37].

Модернизация нефтеперерабатывающих производств в последние годы стала одной из самых масштабных программ российского ТЭК, практически не уступающей по своей амбициозности и размерам инвестиций освоению шельфа или созданию новой системы экспортных газопроводов. И, пожалуй, это одна из наиболее успешно реализуемых программ. Благодаря мощному административному давлению практически все ВИНК начали интенсивное техническое перевооружение своих НПЗ.

Но изменяющиеся геополитические и внутриэкономические условия могут самым серьезным образом отразиться на дальнейших темпах реализации данной программы. Хотя представители Минэнерго утверждают, что ввод новых мощностей в строй практически не отстает от графика, уже заметны некоторые отступления от первоначальных планов, намечавшихся в 2011–2012 г.

По данным Росстата, с 2006 по 2012 год мощность отечественных НПЗ увеличилась с 259,3 до 293,6 млн. тонн, или на 13,2%. Наиболее существенная часть активов сосредоточена на территории Приволжского ФО (41,3% совокупного объема) [37].

С 2010 по 2013 год переработка в стране выросла с 249,3 до 278,2 млн. тонн, или на 11,6%.

Наилучшую динамику в абсолютных цифрах опять-таки продемонстрировал ПФО (+9,4 млн. тонн, или +9,3%), а в относительных показателях - Уральский ФО (+6,9 млн. тонн, или +90,4%). Наибольшая доля переработки сырья (39,4%) приходится на ПФО.

Средняя глубина переработки нефти на российских НПЗ в 2013 году составила 71,4%, что на 0,2% ниже уровня 1012 года и на 0,7% меньше исторического максимума, зафиксированного в 2008 году.

Обострение конкуренции между экспортерами нефтепродуктов в Европу может существенно ослабить позиции России на этом рынке. А возможности повышения конкурентоспособности отечественного топлива за счет снижения таможенных пошлин уже исчерпаны.

К тому же последствия налогового маневра грозят сделать нерентабельным целый ряд отечественных НПЗ.

Падение мировых цен на нефть, углубление экономического кризиса и обмен санкциями между Западом и Россией не лучшим образом отразились на экономике страны, в том числе на нефтеперерабатывающей отрасли – спрос на моторное топливо на внутреннем рынке начал падать. По подсчетам экспертов Wood Mackenzie, в 2015 году падение составит 2,1% [37].

Все эти факторы подтолкнули российские нефтяные компании вновь заговорить о переносе модернизации НПЗ на более поздние сроки. Так, в апреле 2015 года в ФАС обратились «Лукойл», «Газпром нефть» и «ТАИФ» (акционер «Татнефти») с просьбой внести изменения в четырехсторонние соглашения о модернизации НПЗ в части сроков ее реализации. Другие компании с аналогичными просьбами в ведомство не обращались.

Вместе с тем, Минэнерго уже взялось прорабатывать возможность переноса сроков ввода в эксплуатацию 11 установок вторичной переработки нефти на разных НПЗ из 27, запланированных к запуску в 2015 году. О каких именно заводах идет речь, министерство не уточняет. Эксперты же отмечают, что в зону риска попадают установки изомеризации на Рязанском НПЗ и «Газпром нефтехим Салавате», а также установка каталитического крекинга на Омском НПЗ. Еще более пессимистично оценивают перспективы ввода новых установок аналитики агентства Platts – по их мнению, в 2015 году в действие будет введено всего 6 установок вторичной переработки нефти.

«Роснефть», реализующая самую масштабную программу модернизации НПЗ среди ВИНК, пока не обращалась с официальными просьбами о переносе сроков модернизации НПЗ, но при этом подала заявку на средства Фонда

национального благосостояния (ФНБ), которые планирует использовать в том числе для реализации инвестиционных проектов в сфере нефтепереработки. Окончательно судьба заявки пока не решена, однако, по словам Министра энергетики РФ Александра Новака, проекты «Роснефти» по модернизации НПЗ достойны для финансирования из ФНБ.

Стоит отметить, что перенос сроков модернизации НПЗ, инициируемый сегодня ВИНКами, уже не сводится только к вопросу финансирования этих проектов, а лежит также в технологической плоскости. Проекты практически всех отечественных НПЗ осуществляются в большей части по зарубежным технологиям и с использованием иностранного оборудования. Западные санкции на ограничение поставок нефтегазового оборудования стали дополнительным ударом по нефтепереработке [37].

Согласно расчетам Минэнерго, на данный момент отечественная промышленность способна обеспечить поставку лишь 67% оборудования, необходимого для модернизации НПЗ. Возможности импортозамещения имеются, но довольно ограниченные, особенно если учесть, что речь идет о сжатых сроках. С этой точки зрения западные санкции играют на задержку модернизации российских НПЗ.

Так или иначе, вероятность несоблюдения сроков программы модернизации в нефтепереработке налицо. Основной проблемой, связанной с этим, связана с выводом из употребления моторного топлива класса «Евро-4», запланированного российским правительством с января 2016 года, в результате чего объемов топлива «Евро-5» и выше может просто не хватить для насыщения внутреннего рынка, что грозит огромным дефицитом и ростом цен.

Далее с целью создания конкурентной среды, создающей прозрачность рынка нефтепродуктов, высокую экономическую активность необходимо организовать поддержку ННК. Эксперты полагают, что если не организовать поддержку ННК, но данные компании совсем исчезнут из отрасли. ННК крайне нужны отрасли. Они активно участвуют в геологоразведке, они

способствуют рациональному недропользованию, поскольку работают на небольших малопривлекательных для ВИНК запасах [38].

Крупные нефтяные компании извлекают, как правило, легкую нефть, оставляя в недрах углеводороды, на добычу которых нужно привлекать дополнительные ресурсы. По мнению отраслевых экспертов, в сложившихся условиях сегодня целесообразно обратить внимание на развитие в России малых нефтяных компаний. Месторождения, на которых они ведут работу, характеризуются не только небольшими запасами, но и часто худшим их качеством. Средний проектный коэффициент извлечения нефти (КИН) запасов малых нефтяных компаний на 20 % ниже, чем у ВИНК [38].

Количество МНК в последние годы в нашей стране незначительно выросло: если в 2008 году их было 137, то в 2014 году число увеличилось до 149 предприятий. Процесс развития малых нефтяных компаний в регионах России происходит по-разному, наиболее ярко выражен он в Татарстане.

Объем нефтедобычи, включая газовый конденсат, силами МНК, по данным ГП «ЦДУ ТЭК», увеличился за шесть лет в четыре раза - с 0,8 % в 2009 году до 3,2 % в 2014 году. При этом доля добычи нефти вертикально интегрированными нефтяными компаниями вместе с «Газпромом» за этот же период с отметки 91,9 % снизилась до 87,9 %.

Подобная ситуация в свое время сложилась в США, где теперь насчитывается 7,4 тыс. МНК. Большинство из них работают в глубине континента на низкорентабельных скважинах. В общей сложности на малые компании по итогам 2012 года в США приходилось 46 % нефтедобычи, в Канаде - 33 %, на мировом рынке сырой нефти - 15 %. В России их доля по итогам того же года достигла 5 % [38].

Особенностью минерально-сырьевой базы нефтедобывающей промышленности России является то, что на 75 % она представлена мелкими и мельчайшими месторождениями с извлекаемыми запасами менее 10 млн. тонн. Представить себе отечественные нефтегазовые госкомпании на таких

месторождениях трудно. Согласно мировой практике, такие участки разрабатывают МНК. Они не только применяют новые технологии, но и значительно экономят средства ввиду отсутствия развитой внутрикорпоративной бюрократии и необходимости обустройства местности.

В ряде субъектов России, как например, в Татарстане, процесс активно развивается. Это обусловлено тем, что для российских регионов своя нефтяная компания, хоть и малая, является средством пополнения бюджета и гарантом социальной стабильности [38].

По оценкам экспертов Минэнерго и Минприроды России, минимум треть отечественных нефтяных месторождений может быть эффективно освоена только малыми и средними предприятиями или СП с иностранным участием.

Малый бизнес в нефтедобыче России рассматривается, с одной стороны, как фактор, противодействующий чрезмерной монополизации отрасли, с другой, малые предприятия способствуют разработке небольших месторождений, вводу в действие простаивающих скважин и, как результат, увеличению добычи.

В сферу интересов ВИНК не входят остаточные запасы разрабатываемых месторождений, а также мелкие месторождения. Эти объекты являются полем деятельности МНК.

Мировой опыт показывает, что средние и малые нефтяные компании активно развиваются там, где создаются условия для их роста и где крупные инвесторы охотно передают на баланс малым ненужные им активы - простаивающие скважины и месторождения, а также предоставляют доступ к своей инфраструктуре. В США малые нефтяные предприятия получают целый ряд налоговых льгот, а российские - не могут пользоваться никакими преференциями, в результате МНК имеют гораздо меньше налоговых льгот, чем ВИНК.

Главными преимуществами малых нефтяных компаний являются оперативность, связанная с отсутствием забюрократизированности при принятии решений, и индивидуальный подход к каждой конкретной скважине.

По оценкам Международного энергетического агентства и Организации стран - экспортеров нефти (ОПЕК), малый бизнес в нефтяной промышленности активно сближает ее с научно-техническими достижениями, что позволяет этой отрасли эффективнее осваивать месторождения [39].

Нестандартные решения, реализованные в короткие сроки, могут позволить себе только малые компании, и в этом заключается одно из конкурентных преимуществ малого нефтяного бизнеса перед крупным.

По данным Национального научного фонда США, количество нововведений в малых компаниях на единицу затрат существенно больше, чем в средних и крупных фирмах. Кроме того, малые фирмы почти на треть опережают крупные по темпам освоения новых технологий. Это связано с технологической необходимостью и с тем, что в малых компаниях процент сотрудников, принимающих ответственные решения, на порядок ниже, чем в крупных фирмах.

В Великобритании крупнейшие компании (например, Royal Dutch Shell) практикуют командирование квалифицированных управляющих со своих предприятий в МНК на срок до двух лет.

Для усиления роли малых нефтяных компаний, по мнению отраслевых экспертов, в России нужно на региональном уровне подготовить институциональную среду, подразумевающую целый ряд мероприятий (передача федеральным центром в регионы полномочий в сфере недропользования, создание региональных рынков кредитования и сервисных услуг для малых предприятий, запуск новой модели привлечения инвестиций и гарантии обеспечения доступа МНК к инфраструктуре и активам, лежащим мертвым грузом на балансе крупных нефтяных компаний, включая

простаивающие и законсервированные скважины, и мелкие месторождения) [39].

Для государства развитие деятельности МНК могло бы стать очень выгодным направлением. По мнению экспертов, государственная поддержка независимых нефтяных предприятий позволила бы значительно увеличить добычу нефти этими предприятиями.

Основные проблемы и направления решения рынка нефтепродуктов в РФ представлены в таблице 3.1.

Таблица 3.1 - Основные проблемы рынка нефтепродуктов в РФ и направления их решения

Проблемы	Мероприятия
Устаревания основных производственных фондов по переработке НПЗ. Максимальный срок службы более 60 лет- около 22,3% всех НПЗ.	Модернизация оборудования
Низкая поддержка малого бизнеса на рынке нефтепродуктов. Основные льготы предоставляются ВИНК	Поддержка малого бизнеса в сфере нефтедобычи и нефтепереработки

Таким образом, анализ показал, что основными проблемами рынка нефтепереработки является устаревшее оборудование на НПЗ, модернизация которого в настоящее время затруднено санкциями Запада, а так же низкая поддержка малого бизнеса в сфере нефтепереработки. Высокие барьеры входа в отрасль. Основным направления решения проблем является модернизация оборудования НПЗ и поддержка малого бизнеса в области нефтепереработки.

### **3.2 Экономическое обоснование предложенных мероприятий**

Для оценки эффективности модернизации НПЗ рассмотрим два варианта проектов по строительству установок гидрокрекинга и каталитического крекинга. В качестве основных предпосылок для обоих проектов было принято

следующее: цена на нефть - 110 долларов США за баррель на протяжении всего периода прогнозирования (10 лет), одобренные в настоящее время налоговые условия, инвестиционная фаза - 2,5 года, ставка дисконтирования - 15%, темпы роста в постпрогнозном периоде - 2%, а также отсутствие премии внутреннего рынка по нефтепродуктам. В качестве налоговых условий были приняты параметры системы «55-61-90-100» без повышения пошлины на мазут до 100% от экспортной пошлины на сырую нефть [37].

При этом данные модели построены с учетом ряда обобщений и носят условный характер, поскольку в реальности каждый проект в нефтепереработке зачастую связан с использованием уникального оборудования, а также зависит от специфических условий его осуществления.

Для проекта строительства установки гидрокрекинга мощностью 2 млн. тонн в год размер капитальных затрат был принят на уровне 800 млн. долларов США. Выход нефтепродуктов составляет 50% по дизельному топливу, 10% - по керосину, 10% - по мазуту, 30% - по прочим нефтепродуктам. Денежный поток по строительству установке гидрокрекинга представлен на рисунке 3.2.

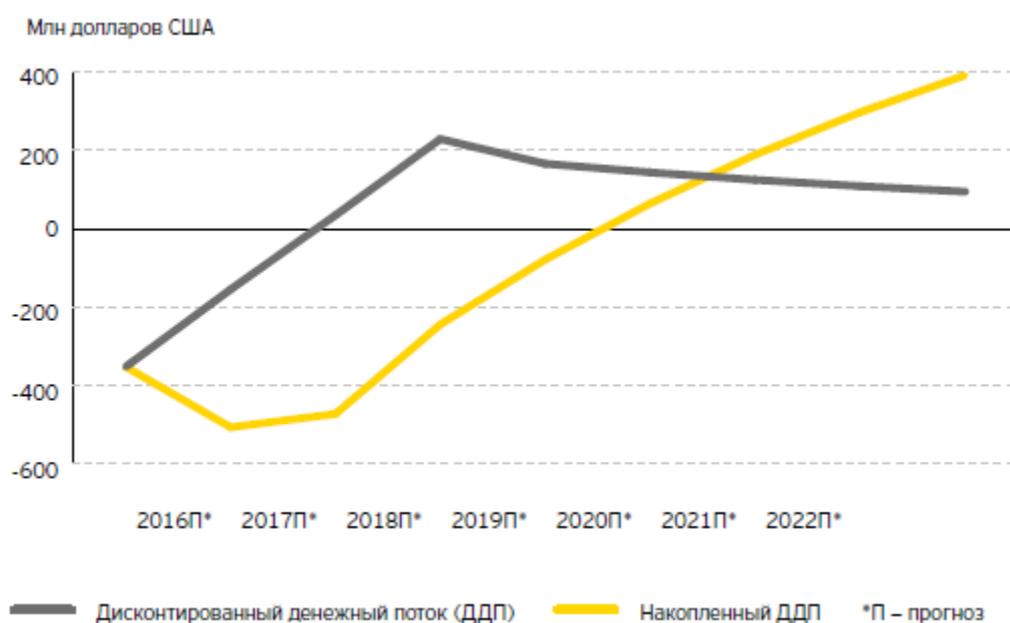


Рисунок 3.2 - Денежный поток по строительству установки гидрокрекинга на 2016 - 2020, млн. долл. США

Согласно расчетам, чистый приведенный доход (ЧПД) данного проекта составляет порядка 1128 млн. долларов США (при внутренней норме доходности на уровне 31%) [37].

Проект по строительству установки каталитического крекинга мощностью 2 млн. тонн в год предполагает инвестиции в размере 700 млн. долларов США (рисунок 3.3). При этом структура выхода нефтепродуктов будет выглядеть следующим образом: 50% - бензин, 10% - дизельное топливо, 10% - мазут, 30% - прочие нефтепродукты. ЧПД по такому проекту составляет 763 млн. долларов США (при внутренней норме доходности на уровне 26%).

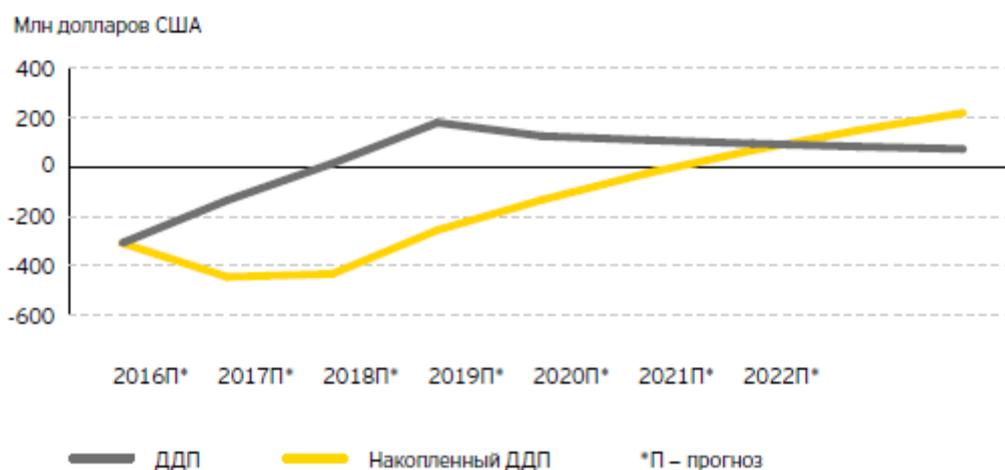


Рисунок 3.3- Денежный поток по строительству установки каталитического крекинга на 2016 - 2020, млн. долл. США

Исходя из сохраняющейся экономической привлекательности, полагаем, что в текущих условиях значительное количество заявленных нефтяными компаниями проектов по запуску установок будет реализовано (рисунок 3.4).

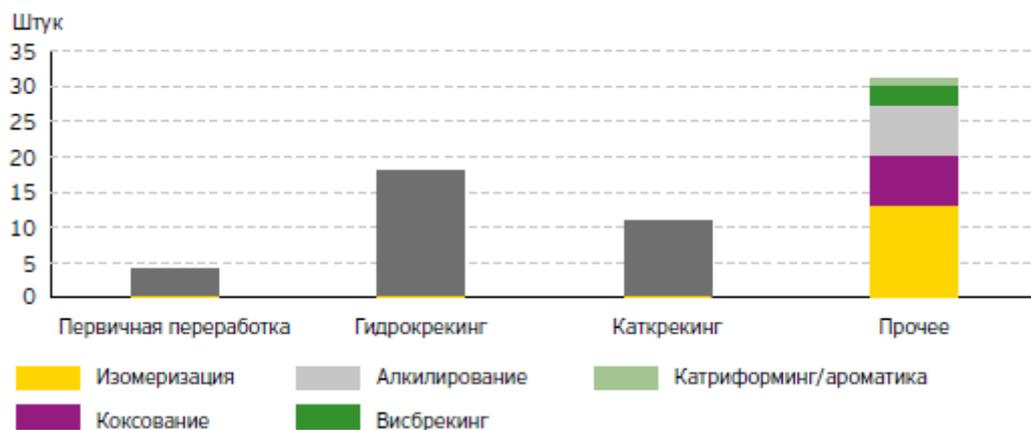


Рисунок 3.4 - План ввода установки, влияющей на глубину переработки 2014 - 2020 гг.

По расчетам, за счет ввода к 2020 году 18 установок гидрокрекинга и 11 установок каталитического крекинга, которые направлены на получение из мазута более ценных продуктов (дизельного топлива и бензина соответственно), выпуск бензина увеличится примерно на 6 млн. тонн, а дизельного топлива - на 21,6 млн. тонн.

С учетом приведенных данных, а также дополнительного влияния на выход НПЗ прочих установок (изомеризации, коксования, висбрекинга, каталитического риформинга), ожидаемая глубина переработки российских заводов увеличится с текущих 72% до 85% к 2020 году. Структура выхода отечественных НПЗ будет выглядеть следующим образом: бензин - 18%, дизельное топливо - 33%, мазут - 15%, прочее - 34% (график 3.5).

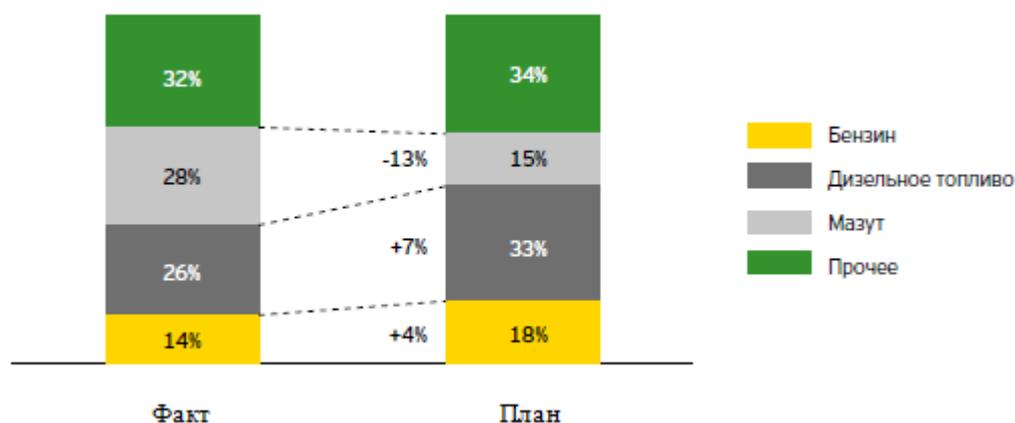


Рисунок 3.5 - План ввода установки, влияющей на глубину переработки 2014 - 2020 гг.,%

Таким образом, за счет реализации проектов выпуск бензина отечественными НПЗ увеличится на 4%, дизельного топлива - на 7%, мазута - снизится на 13%, прочих нефтепродуктов - увеличится на 2%.

Далее рассмотрим экономическую эффективность поддержки МНК.

Необходимость поддержки малого предпринимательства в нефтегазовой отрасли в России специалисты объясняют тем, что в этом случае государство получит целый ряд преимуществ [39]:

- здоровую конкурентную среду в нефтегазовой отрасли;
- поддержание текущего уровня добычи нефти;
- пополнение накопленной добычи за счет увеличения нефтеотдачи;
- увеличение количества эффективных технологий нефтедобычи, в том числе при разработке трудноизвлекаемых запасов;
- увеличение дополнительных рабочих мест на территории РФ;
- более широкое привлечение иностранных инвестиций;
- увеличение поступлений в бюджет РФ за счет налогов.

Потенциал независимых нефтяных компаний эксперты научно-технологического инновационного комплекса по разработке и коммерциализации новых технологий «Сколково» видят в разработке открытых

залежей, повышении коэффициента извлечения нефти на действующих месторождениях на 3–5 %, доразведке и приобретении «хвостовых» активов ВИНК [39].

В России процесс образования малых нефтяных компаний наиболее ярко развивался в Татарстане. В 1997 году в регионе разработана и внедрена стратегия увеличения нефтедобычи, и тогда же стали создаваться первые МНК. Эти предприятия через конкурсы получали в эксплуатацию в основном мелкие месторождения с трудноизвлекаемыми запасами нефти, разработкой которых не занималась «Татнефть». В результате в Татарстане появилось 18 частных МНК, которые вели разработку 56 небольших месторождений с трудноизвлекаемой нефтью. Все малые нефтяные компании имеют партнерские отношения с «Татнефтью», благодаря которой решают вопросы, связанные с транспортировкой углеводородов, переработкой и сбытом [40].

Руководство «Татнефти» в 2006 году заявило о целесообразности укрупнения МНК для увеличения добычи нефти в Татарстане. Инициатива была поддержана республиканским правительством. В том же году на базе трех малых нефтяных компаний - «Шешмаойл», «Иделойл» и «Геология» - была создана «Управляющая компания «Шешмаойл».

Компания стабильно обеспечивает прирост уровня добычи. В 2014 году объем добычи ПАО «Татнефть» составил 26,223 млн. тонн. В целом по Группе «Татнефть» в 2014 году объем добычи составил 26,529 млн. тонн нефти.

Для ПАО «Татнефть» в 2014 году пробурены и закончены строительством 286 эксплуатационных скважин (при плане - 259 скважин), введены из бурения 206 скважин, с дебитом нефти - 12,3 т/сут.

Ввод новых добывающих скважин в 2014 году - 255 скважин.

Рассмотрим на сколько увеличится объем добычи нефти ПАО «Татнефть» при реализации повышения коэффициента извлечения нефти на действующих месторождениях на 3–5 % (таблица 3.2) [40].

Таблица 3.2 - Расчет увеличения объема добычи нефти ПАО «Татнефть» при реализации повышения коэффициента извлечения нефти на действующих месторождениях на 3–5 %

Наименование месторождения	Объем, тыс. т.			Абсолютное отклонение	
	2014	2015 год	Проект	План/ 2015	План/ 2014
Ромашкинское	15240	15573,76	16352,44	778,69	1112,44
Ново-Елховское	2541	2596,65	2726,48	129,83	185,48
Бавлинское	1077	1100,59	1155,62	55,03	78,62
Бондюжское	285	291,24	305,80	14,56	20,80
Первомайское	359	366,86	385,21	18,34	26,21
Сабанчинское	530	541,61	568,69	27,08	38,69
Итого	20032	20470,70	21494,24	1023,54	1462,24

Из расчетов видно, что в результате повышения коэффициента извлечения нефти на 5% за счет поддержки малого бизнеса, увеличение нефтедобычи по сравнению с 2014 годом составит 1462,24 тыс. т., по сравнению с 2015 годом - 1023,54 тыс. т. (рисунок 3.6).

Таким образом, проведенный анализ позволил выявить экономический эффект от обновления оборудования на НПЗ: выпуск бензина увеличится на 4%, дизельного топлива - на 7%, мазута - снизится на 13%, прочих нефтепродуктов - увеличится на 2%.

Анализ эффективности поддержки малого бизнеса был проведен на примере ПАО «Татнефть».

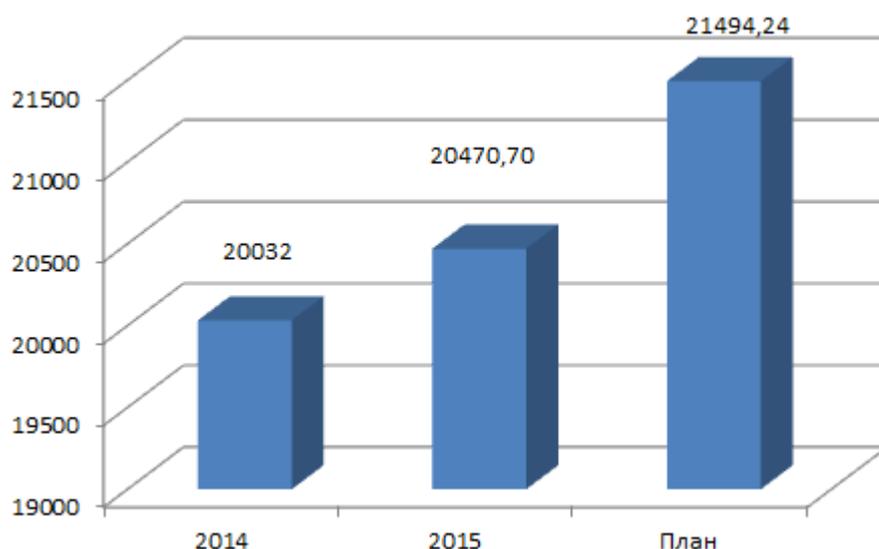


Рисунок 3.6 - Динамика объемов нефтедобычи ПАО «Татнефть» в результате повышения коэффициента извлечения нефти на 5% за счет поддержки малого бизнеса, тыс. т.

Анализ показал, что реализация повышения коэффициента извлечения нефти, компания увеличит добычу нефти на 1462,24 тыс. т. по сравнению с 2014 годом.

В данном разделе работы была проведена разработка мероприятий по улучшению состояния рынка нефтепродуктов в РФ.

На основании проведенного исследования можно сделать следующие выводы.

Основными проблемами рынка нефтепереработки является устаревшее оборудование на НПЗ, низкая поддержка малого бизнеса в сфере нефтепереработки. Основным направлением решения проблем является модернизация оборудования НПЗ и поддержка малого бизнеса в области нефтепереработки.

Расчеты показали, что обновления оборудования на НПЗ позволит увеличить выпуск бензина на 4%, дизельного топлива - на 7%, прочих нефтепродуктов - на 2%. Поддержка малого бизнеса позволит повысить коэффициента извлечения нефти на 5%.

## Заключение

Рынком является одна из важнейших категорий товарного производства, который выражает наиболее существенные связи и отношения, связанные с обменом. Элементами рынка являются число фирм отрасли, контроль над рыночной ценой, характер продаваемого продукта, наличие барьеров, наличие неценовой конкуренции. Выделяют следующие типы рыночных структур: совершенная конкуренция, монополистическая конкуренция, олигополия, монополия.

Анализ функционирования сырьевого рынка должен содержать анализ конъюнктуры рынка, прогноз динамики развития и роста, анализ емкости рынка, исследование конкурентов и объема предполагаемых продаж товара или услуг. Основными показателями для оценки структуры и концентрации сырьевого рынка являются индекс концентрации, индекс Херфиндала-Хиршмана, индекс энтропии, коэффициент дисперсии рыночных долей, коэффициент Джини.

Изучение рынка нефтепродуктов РФ показало, что основная доля добываемой нефти и производимых нефтепродуктов в РФ приходится на ВИНКи. ВИНК это вертикально-интегрированные нефтяные компании, которые осуществляют добычу и переработку нефти. Присутствие таких крупных компаний на нефтеперерабатывающем рынке, значительная доля преференций государства в пользу данных компаний осложняет вход на рынок для малых компаний.

Цены на нефтепродукты формируются под воздействием спроса и предложения, так же значительное влияние оказывает курс доллара. Товаром является нефть и нефтепродукты, дифференциация товара низкая. На рынке представлена как биржевая, так и внебиржевая торговля. Рынок нефтепродуктов относится к рынку с недостаточно развитой конкуренцией.

Анализ рынка нефтепродуктов позволил выявить следующие проблемы его функционирования: непомерные транспортные тарифы, несоответствие стоимости нефтепродуктов внешнего рынка внутреннему, услуги нефтепереработки больших заводов ограничивают доступ мелких и средних предприятий, устаревание и сложность обновление оборудования, сложность входа в отрасль, резкое снижение цен на нефть в связи с ростом предложения.

Наиболее значимыми проблемами является устаревшее оборудование на НПЗ и ограничение для входа в отрасль малым компаниям.

Расчеты показали, что обновления оборудования на НПЗ позволит увеличить выпуск бензина на 4%, дизельного топлива - на 7%, прочих нефтепродуктов - на 2%. Поддержка малого бизнеса позволит повысить коэффициента извлечения нефти на 5%.

Кроме того, для решения стратегических задач по развитию нефтепереработки России необходимо усиление роли государства, прежде всего в части жесткого контроля за реализацией основных положений технического регламента на нефтепродукты; совершенствование таможенного и налогового регулирования нефтепереработки с целью стимулирования производства нефтепродуктов с высокими потребительскими свойствами и углубления переработки нефти; а также обеспечение производства высокотехнологичной продукцией за счет внедрения новых инновационно-направленных российских разработок.

## Список используемых источников

1. Федеральный закон от 17.08.1995 № 147-ФЗ (ред. от 05.10.2015) «О естественных монополиях» // Справочно-правовая система «Консультант Плюс»: [Электронный ресурс] / Компания «Консультант Плюс». – (Дата обращения 30.04.2016).
2. Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ (ред. от 05.10.2015) «О защите конкуренции» (с изм. и доп., вступ. в силу с 10.01.2016) // Справочно-правовая система «Консультант Плюс»: [Электронный ресурс] / Компания «Консультант Плюс». – (Дата обращения 30.04.2016).
3. Абчук В. А. Прогнозирование в бизнесе, менеджменте и маркетинге. - М.: Издательство Михайлова В. А., 2014. - 448 с.
4. Афанасьев В. Н., Юзбашев М. М. Анализ временных рядов и прогнозирование. - М.: Финансы и статистика, 2013. - 320 с.
5. Бабич Т. Н., Козьева И. А., Вертакова Ю. В., Кузьбожев Э. Н. Прогнозирование и планирование в условиях рынка. - М.: Инфра-М, 2012. - 336 с.
6. Бизнес-планирование: вузовский учебник. - М.: Инфра-М, 2013. - 304 с.
7. Брагинский О.Б. Прогнозирование российского рынка автомобильных видов топлива [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ecfor.ru/pdf.php?id=seminar/energo/z129>, свободный. – Загл. с экрана. – (Дата обращения: 30.04.2016).
8. Будаев А. Нефтегазовая отрасль имеет большой потенциал для использования лизинга [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://m.oilcapital.ru/industry/247543.html> , свободный. – Загл. с экрана. – (Дата обращения: 30.04.2016).

9. Вертикально-интегрированные нефтяные компании (ВИНК) России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://мосдизель.рф/gynok\\_diztopliva/vinki.php](http://мосдизель.рф/gynok_diztopliva/vinki.php), свободный. – Загл. с экрана. – (Дата обращения: 30.04.2016).
10. Варламова, Т.П. Финансовый менеджмент: Учебное пособие / Т.П. Варламова, М.А. Варламова. - М.: Дашков и К, 2012. - 304 с.
11. Гаврилова, А.Н. Финансовый менеджмент: Учебное пособие / А.Н. Гаврилова, Е.Ф. Сысоева, А.И. Барабанов. - М.: КноРус, 2013. - 432 с.
12. Герасименко, А. Финансовый менеджмент - это просто: Базовый курс для руководителей и начинающих специалистов / А. Герасименко. - М.: Альпина Пабли., 2013. - 531 с.
13. Городничев П. Н., Городничева К. П. Финансовое и инвестиционное прогнозирование. - М.: Экзамен, 2012. - 224 с.
14. Кандрашина, Е.А. Финансовый менеджмент: Учебник / Е.А. Кандрашина. - М.: Дашков и К, 2013. - 220 с.
15. Ковалев, В.В. Финансовый менеджмент в вопросах и ответах: Учебное пособие / В.В. Ковалев, В.В. Ковалев. - М.: Проспект, 2013. - 304 с.
16. Качалкина К. Г. Маркетинговые стратегии в нефтегазовой отрасли // Экономическая наука и практика: материалы IV междунар. науч. конф. (г. Чита, апрель 2016 г.). - Чита: Издательство Молодой ученый, 2016. - С. 46-49.
17. Ксенофонтова О. В., Этова Е. В. Маркетинг как инструмент регулирования хозяйственной деятельности и снижения рисков на предприятиях нефтегазовой отрасли // Концепт. - 2015. - Перспективы интеграции экономического и гуманитарного образования в туризме и гостеприимстве: теория и практика. - С. 121-123.\
18. Моисеев С.Р. Новая макроэкономическая теория открытой экономики // Деньги и кредит. - 2016. - № 1. - С.18-25.

19. Монопольные и другие невыровненные цены: экономический анализ с примерами из отечественной и зарубежной практики / Л. Б. Шейнин. - Москва: URSS: ЛИБРОКОМ, 2013. - 218 с
20. Навоев А. О правомерности структуры основного макроэкономического
21. Нефтяные компании России. Нефтяная промышленность-2015. ВИНК [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ppnf.ru/analitika/neft-gaz-analiz-obzor.htm> , свободный. – Загл. с экрана. – (Дата обращения: 30.04.2016).
22. Особенности нефтегазовой отрасли [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.neftegaz-expo.ru/ru/articles/osobennosti-neftegazovoj-otrasli/>, свободный. – Загл. с экрана. – (Дата обращения: 30.04.2016).
23. Официальный сайт ОАО «Роснефть» [Электронный ресурс]. – Электронные текстовые данные. – Режим доступа: <http://www.rosneft.ru/Investors/dividends>, свободный. – Загл. с экрана. – (Дата обращения: 30.04.2016).
24. Официальный сайт ПАО «Лукойл» [Электронный ресурс]. – Электронные текстовые данные. – Режим доступа: [http://www.lukoil.ru/static\\_6\\_5id\\_243\\_.html](http://www.lukoil.ru/static_6_5id_243_.html), свободный. – Загл. с экрана. – (Дата обращения: 30.04.2016).
25. Проведение анализа рынка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://memosales.ru/planirovanie/issledovanie-rynka-kak-bazovaya-strategiya-biznesa>, свободный. – Загл. с экрана. – (Дата обращения: 30.04.2016).
26. Под новые санкции ЕС попали «Роснефть», «Транснефть», «Газпром нефть» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.newsru.com/world/12sep2014/es.html>, свободный. – Загл. с экрана. – (Дата обращения: 30.04.2016).
27. Скрыбин О.О. Макроэкономика: Учебное пособие / О.О. Скрыбин, А.Ю. Анисимов, Ю.Ю. Костюхин. - М.: МИСиС, 2013. - 88 с.

28. Савченко Е. О необходимости и содержании смены макроэкономической политики // Рос. экон. журнал. - 2013. - № 4. - С.40-45.
29. Семенова В. П., Сиденко А. С. Анализ источников финансирования деятельности компаний нефтегазовой отрасли // Проблемы и перспективы экономики и управления: материалы IV междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, декабрь 2015 г.). - СПб.: Свое издательство, 2015. - С. 105-107.
30. Чиненов М. В., Семибратов В. С. Бюджетное планирование и прогнозирование; Де-По - Москва, 2012. - 118 с.
31. Эффективность бизнес-стратегий российских нефтегазовых компаний [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://burneft.ru/archive/issues/2015-03/3>, свободный. – Загл. с экрана. – (Дата обращения: 30.04.2016).
32. Обзор российского рынка нефтепродуктов 2015 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://moboil.ru/upload/20150608orig.pdf>, свободный. – Загл. с экрана. – (Дата обращения: 21.05.2016).
33. Российские независимые нефтяные компании: есть ли будущее [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ngv.ru/upload/medialibrary/c96/c9666ddbc82d7b701ff7bcb47c854141.pdf>, свободный. – Загл. с экрана. – (Дата обращения: 21.05.2016).
34. Нефть и нефтепродукты в РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://utmagazine.ru/posts/8737-neft-i-nefteprodukty-v-rf>, свободный. – Загл. с экрана. – (Дата обращения: 21.05.2016).
35. 250 компаний нефтегазовой отрасли [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://1tmn.ru/nauchno-issledovatel'skie-raboty>, свободный. – Загл. с экрана. – (Дата обращения: 21.05.2016).
36. Анализ товарного рынка РФ за 2015 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.cbr.ru/analytics/pres\\_040516.pdf](http://www.cbr.ru/analytics/pres_040516.pdf), свободный. – Загл. с экрана. – (Дата обращения: 21.05.2016).

37. Нефтепереработка в России: курс на модернизацию [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-downstream-in-russia-course-to-modernization/\\$FILE/EY-downstream-in-russia-course-to-modernization.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-downstream-in-russia-course-to-modernization/$FILE/EY-downstream-in-russia-course-to-modernization.pdf), свободный. – Загл. с экрана. – (Дата обращения: 24.05.2016).

38. Проблемы и пути развития глубокой переработки нефти в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://burneft.ru/archive/issues/2011-05/2>, свободный. – Загл. с экрана. – (Дата обращения: 24.05.2016).

39. Шанс для малых нефтяных компаний [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cdu.ru/catalog/mintop/infograf/112014/>, свободный. – Загл. с экрана. – (Дата обращения: 24.05.2016).

40. Официальный сайт ПАО «Татнефть» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tatneft.ru>, свободный. – Загл. с экрана. – (Дата обращения: 24.05.2016).