

Перевод с английского

При развитии отечественного розничного рынка топлива не лишне использовать опыт Великобритании в данной сфере

Евгения МЕНЬШИКОВА,
эксперт-аналитик
(Институт энергетической стратегии)

Влияние структуры нефтяного рынка на динамику розничных цен на нефтепродукты и связанные с этим недостатки государственного регулирования – одна из самых дискутируемых в России проблем. Как хроническая болезнь, она ежегодно обостряется, заканчиваясь чаще всего волнами антимонопольных дел, по которым ФАС уже смогла отсудить у ВИНК свыше 20 млрд рублей. Впрочем вопрос высоких цен на бензин и дизельное топливо актуален не только для России. В ЕС, и в частности в Великобритании, – это тоже проблема из разряда навивших оскомину.

БРИТАНСКИЙ РЫНОК КОНЦЕНТРИРУЕТСЯ

Рынок бензина – один из важнейших в Соединённом Королевстве. На протяжении 1990-х годов на НПЗ страны выпускалось ежегодно около 27–28 млн т данной продукции, но уже с 1997 г. началось снижение этого показателя, а к 2001 г. падение составило 25%. В последние годы выпуск бензина колебался на уровне 20–21 млн т с традиционным превышением предложения над потреблением. При этом спрос на бензин постепенно уменьшался при одновременном постоянном увеличении его на дизельное топливо, опережающем прирост предложения.

Основными производителями бензина в Великобритании в 1990-е годы были шесть крупнейших нефтяных компаний – Esso, Shell, BP, Mobil, Texaco и Conoco, – а также более мелкие игроки – Gulf, Elf, Fina, Total и Murco. Тем не менее в 1990-х годах их доля уменьшилась на 15%: в 1988 г. они занимали 76,5% рынка бензина, а в 1996 г. – уже только 61,5%. В 2000-е годы картина значительно изменилась: в нефтепереработке начался об-



Fotolia / PhotoXPress.ru

ратный процесс концентрации. При этом из 11 крупных старых участников осталось лишь пять – Shell ещё в конце 1997 г. приобрела Gulf; в 1999 г. Mobil объединилась с Exxon (Esso); Total в 1999 г. приобрела Fina, а в 2000 г. Elf. А компания BP продала два своих крупных НПЗ.

Правда, на рынке появились новые компании – Essar Energy, Ineos и Petroplus. В результате сегодня в Великобритании восемь основных НПЗ принадлежат ConocoPhillips, Essar Energy, ExxonMobil, Ineos/PetroChina, Murco, Petroplus, Total и Valero. При этом 32% используемого ими сырья добывается в самой Великобритании, 40% импортируется из Норвегии, 12% из Северной и Западной Африки, 9% из России и 7% из других регионов.

Владельцы НПЗ активно используют свопы. Уже в 1996 г. на их основе было реализовано порядка 36% бензина. При этом данная схема рассматривается как один из элементов развития конкуренции, так как позволяет НПЗ действовать на более широком географическом пространстве.

Таким образом, оптовый рынок бензина в Великобритании, как и в России,

достаточно концентрированный. В начале 1990-х годов на нём присутствовали 69 компаний, при этом три (Esso, BP, Shell) контролировали около 60% данного сектора.

КТО ВИНОВАТ В РОСТЕ ЦЕН?

В России проблему высоких цен на бензин часто связывают с налогообложением. Опыт Великобритании в связи с этим очень показателен. Если посмотреть на динамику стоимости бензина в стране, то обращает на себя внимание, что с 1991 г. по 1998 г. наблюдалось снижение цен производителей на фоне достаточно сильной волатильности мировых нефтяных котировок. Тем не менее для потребителя за счёт увеличения налогов они за этот период выросли более чем на 30%. Начиная с 2000 г. цены на бензин и на нефть двигались односторонне.

Повышение цен на бензин в период 1992–2000 гг. объясняют высоким уровнем налогообложения, которое с лихвой компенсировало понижение мировых нефтяных котировок. В Великобритании налог на бензин состоит из двух основ-

Основные НПЗ Великобритании, по состоянию на начало 2012 г.

НПЗ	Компания-собственник	Производственная мощность, млн т/год	Доля в выпускаемой продукции, %	
			дизельное топливо	бензин
Milford Haven (юго-западный Уэльс)	Amoco / с 1981 г. Amoco, Elf, Murco / с 1990 г. Elf, Murco / с 2000 г. Total, Murco / с 2007 г. Murco	6	33	33
Grangemouth (близ Эдинбурга)	BP / с 2005 г. Ineos / с 2011 г. Ineos, PetroChina	10	24	22
Stanlow (графство Чешир)	Shell / с 2011 г. Essar Energy	12	29	25
Fawley (близ Саутгемптона)	Esso	16	29	28
Coryton (севернее устья Темзы)	Mobil / с 1996 г. Mobil, BP* / с 2000 г. BP / с 2007 г. Petroplus	10	27	36
Lindsey (графство Линкольншир)	Total, Fina / с 1999 г. Total	11	30	25
Pembroke (Пемброк-Док в Уэльсе)	с 1956 г. Texaco / с 2001 г. Chevron / с 2011 г. Valero Energy Corporation	10,5	н. д.	н. д.
Hamber (графство Йоркшир)	ConocoPhillips	11,5	44	32

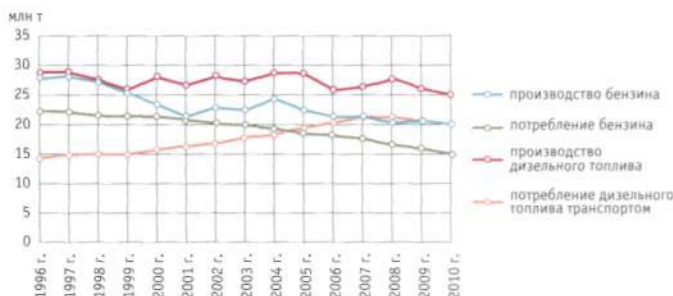
Источники: Department of Energy & Climate Change, UK, London, 2012.

*В 1996 г. произошло слияние сектора downstream BP и Mobil под брендом BP.

ных частей: углеводородный налог (hydrocarbon tax) – фиксированная сумма за литр – и общий налог – VAT¹. Обычно первый из них растёт ежегодно вместе с инфляцией. В 1993 г. была выдвинута инициатива, согласно которой он должен был превосходить темпы инфляции. Сначала предложили увеличивать его ежегодно на 3%, затем на 5%, в период премьерства Тони Блэра он опережал динамику инфляции и рос на 6% в год. В итоге к 2000 г. налоги в цене на неэтилированный бензин (unleaded petrol) составляли 81,5%, поднявшись с 72,8% в 1993 г. После прошедших в стране выступлений по поводу высокой стоимости горючего в 2000 г. этот принцип «опережения» был отменён.

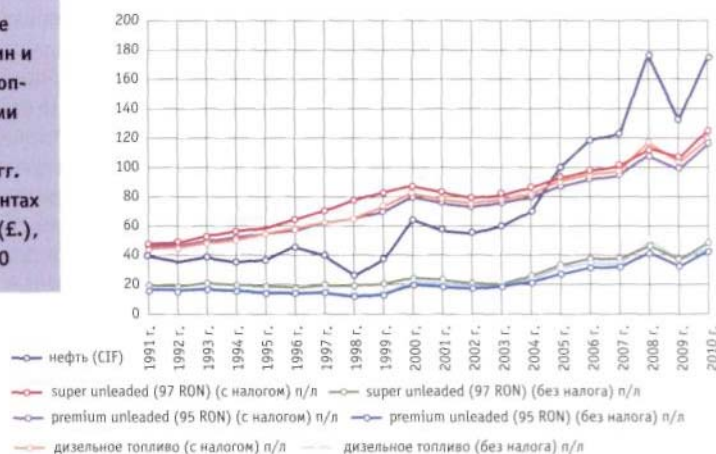
В 1999–2000 гг. в Лондоне и ряде других городов, а также возле нефтеперерабатывающих заводов прошли протестные акции. Их целью было снижение налога на бензин и дизельное топливо. 12 сентября 2000 г. из-за отсутствия горючего закрылись 3 тыс. автозаправок. 14 сентября поток автомашин на дорогах Великобритании оказался меньше обычного на 25–39%. Правительство заявило, что повышение цен было связано не с налогами, а с общемировым увеличением котировок «чёрного золота». Результатом акций стало сокращение налога на бензин с низким содержанием серы² (ultra-low sulphur petrol) и замораживание цен на другие виды бензина до апреля 2002 г. Это положило конец кампании правительства по опережению

Производство и потребление бензина и дизельного топлива в Великобритании в 1996–2010 гг.



Источник: Oil information, 2000; 2001; 2004; 2005; 2008; 2011.

Соотношение цен на бензин и дизельное топливо с ценами на нефть в 1991–2010 гг. Индекс в фунтах стерлингов (£), 2005 г. = 100



Примечание. (RON) – research octane number (октановое число по исследовательскому методу).

Источник: Energy prices and taxes, 1999; 2003; 2011; Quarterly energy prices, December, 2011. P. 46.

¹ VAT – value added tax – налог на добавленную стоимость выплачивается с валовой розничной прибыли (gross retail margin) и является аналогом российского НДС. До 1 апреля 1991 г. VAT составлял 15%. 1 апреля 1991 г. он увеличился до 17,5%. 1 декабря 2008 г. был снижен до 15%, но уже 1 января 2010 г. вновь поднялся до 17,5%, а с 4 января 2011 г. был доведен до 20%. См.: Energy prices and taxes, 2011.

² С 2001 г. как бензин марки premium unleaded (95 RON).

инфляции темпами роста налога. Новые протесты начались в августе 2005 г. Их причиной стало повышение цены бензина до рекордных 90 пенсов, а в сентябре 2005 г. она достигла 94,6 пенса за литр. На этот раз власти заявили, что причинами увеличения цен стали последствия урагана «Катрина» и более низкое предложение сырья со стороны стран ОПЕК.

При этом позиция компаний оставалась нейтральной. Некоторые протестующие высказывали мнение о том, что

представители бизнеса негласно их поддерживают, ибо никак не способствовали активизации действий полиции. Аналитики же отмечали, что корпорации особо не выиграли бы от снижения налога, а правительство вполне могло затруднить их жизнь в случае открытой поддержки протестов.

Цены на бензин в Великобритании остаются одними из самых высоких в Ев-

Структура собственности на розничном рынке бензина в Великобритании, 2011 г.

Компания	Доля рынка, %	Количество АЗС	Средний объём отпуска (кл/год)	Доля в общем количестве АЗС, %
Tesco	15,1	476	11715	5,4
BP	14,8	1169	4631	13,3
Shell	12,4	876	5176	10,0
Esso	10,6	899	4297	10,3
Morrisons	9,0	295	11165	3,4
Sainsburys	8,7	262	12091	3,0
Total	7,3	918	2896	10,5
Texaco	6,3	883	2609	10,1
Asda	4,8	187	9409	2,1
Jet	2,8	375	2747	4,3
Murco	2,1	412	1865	4,7
Независимые компании	1,6	790	719	9,0
Gulf	0,8	212	1461	2,4
Minor	1,1	329	5469	3,7
Maxol	0,5	99	1690	1,1
Co-operative	0,5	32	5192	0,4
Food Store	0,4	63	2496	0,7
Pace	0,4	144	1079	1,6
GB Oils	0,4	228	654	2,6
Gleaner	0,2	72	931	0,8
Rix	0,1	44	676	0,5
Компании	25,1	2198	4695	25,1
Независимые	60,5	5301	2295	60,5
Супермаркеты	14,4	1266	11112	14,4

Источники: Experian Catalyst, 2012.

ропе с учётом налогов и одними из самых низких без их учёта. Например, в ноябре 2011 г. налог на дизельное топливо составил 58% от цены на АЗС по сравнению с 39–52% в других странах ЕС. Это очень напоминает Россию, где доля налогов и акцизов в розничной стоимости бензина превышает уже 55%. Опыт Великобритании показывает, что высокое налогообложение в большей степени отражается на потребителях и не способствует увеличению нефтепереработки внутри страны. Эти проблемы сегодня стоят на повестке дня и в России.

Под защитой конкуренции

Снижение цен на бензин (без учёта налога) связывают в первую очередь с выходом на розничный рынок супермаркетов. Значительный рост числа заправок при торговых комплексах пришёлся на период с 1993 по 1996 гг. Так, в конце 2011 г. в стране насчитывалось 8,7 тыс. автозаправок, из которых 38,6% принадлежало супермаркетам (в 1992 г. – 11%). Нефтяные компании контролировали в прошлом году порядка 25% розничного рынка, с 1997 г. их доля уменьшилась на 7%. Крупнейшие игроки в данном сегменте сегодня – BP, Tesco, Esso и Shell (в совокупности более 50% рынка).

Объёмы реализации бензина в последние десятилетия практически не менялись: в 1988 г. они составляли 23249 тыс. т; в 1997 – 22243 тыс. т, а с тех пор увеличились примерно лишь на 1%. Однако в последние 20 лет наблюдался процесс концентрации продаж, обусловленный жёсткой конкуренцией на розничном рынке. Так, средние объёмы отпуска горючего с заправок (число которых уменьшилось в два раза) возросли с 2,51 до 4,78 млн л в год. При этом наилучшие результаты демонстрировали супермаркеты. К примеру, в 1996 г. через среднюю АЗС, принадлежавшую одному из трёх лидеров рынка (Esso, Shell, BP) было продано 2,56 млн л топлива, независимому оператору – 1,16 млн л, а супермаркету – 8,59 млн л. Это и стало одним из важнейших преимуществ торговых центров, так как позволяло им работать при низкой прибыли и предлагать конкурентные цены, используя эффект масштаба. Низкая стоимость горючего была также обусловлена конкуренцией среди самих супермаркетов³. Кроме того, магазины устанавливали цену самостоятельно, в отличие от независимых заправок, которые

зачастую не имели права реализовывать топливо дороже определённого уровня, который им рекомендовали оптовики, из-за специальной скидки в виде SPS⁴.

К середине 1990-х годов продолжающиеся потери от достаточно быстро расширяющейся розничной сети супермаркетов побудили нефтяные компании к более жёсткой реакции. В конце 1994 г. BP начала централизованно устанавливать цены по всей стране. Следствием этого стало постепенное снижение ценового преимущества супермаркетов, а также уменьшение средней прибыли данного сектора. Осенью 1995 г. Esso начинает кампанию Pricewatch (дословно «Смотрящий за ценой») в Шотландии и северо-восточной Англии. Смысл её заключался в обещании потребителям, что на заправке, принимающей участие в данной акции, цены будут самыми низкими по сравнению с конкурентами в радиусе трёх миль. Вскоре к кампании присоединились Shell и другие ВИНК.

Подводя итоги ценовых войн

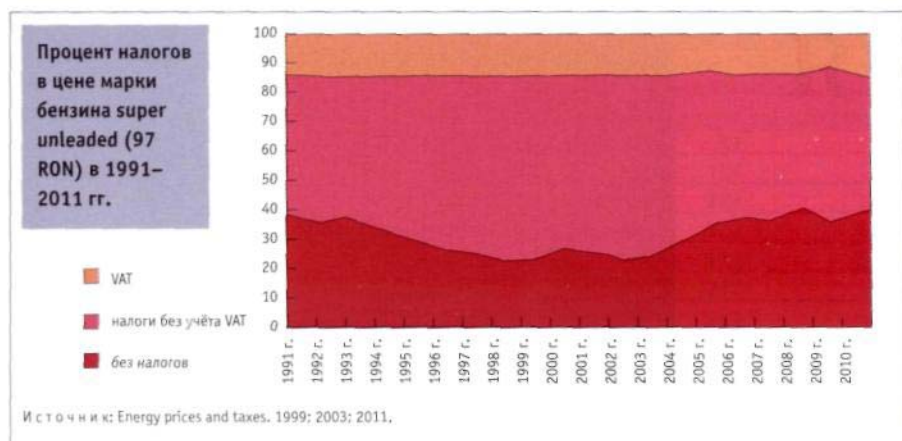
Период 1992–1995 гг., когда наблюдался вышеописанный быстрый рост числа заправок при супермаркетах, стал убыточным для компаний Texaco и Mobil. А в 1996 г. уже четыре крупные компании – BP/Mobil, Esso, Shell и Texaco заявили об убытках. Показатели более мелких нефтепереработчиков (Conoco, Elf, Fina, Gulf, Murco и Total), как и оптовиков, не имеющих собственных НПЗ, были ещё хуже, чем у лидеров.

Основной причиной такой ситуации стали жёсткие условия конкуренции, достигшие кульминации в ходе кампании Pricewatch. В результате крупнейшие корпорации закрыли часть заправок и сосредоточились на улучшении качества обслуживания клиентов на оставшихся станциях (например, стали открывать на АЗС круглосуточные магазины). Свою роль сыграл избыток предложения нефтепродуктов в Европе, усугублённый уменьшением спроса. В итоге, если в начале 1990-х годов прибыль в рознице составляла 4–5 пенсов за литр, то в середине 1990-х она упала до 1 пенса. С 2000 г. она колеблется в коридоре от 1 до 9 пенсов.

В 2005–2008 гг. средняя валовая прибыль компаний и супермаркетов на розничном рынке горючего равнялась 70–80 фунтам стерлингов за 1 т, чистая при-

⁴ SPS (selective price support) – избранная ценовая поддержка. Скидка предоставлялась оптовикам на время и по своему усмотрению.

³ Competition in the supply of petrol in the UK. С. 94.



быль – 40 фунтам стерлингов для бензина и 35 для дизеля. Резкий скачок наблюдался в 2008 г. в связи с обвалом мировых цен на нефть. При этом для бензина он был более существенным, чем для дизеля. В указанный период из валовой прибыли, равнявшейся чуть менее шести пенсам за литр бензина, порядка одного пенса приходилось на оптовую торговлю и пять пенсов – на розничную. С дизельным топливом пропорция была несколько иная: два пенса против четырёх.

В последние годы, несмотря на высокие цены на нефть, которые способствовали увеличению доходности отрасли (примерно на 3,6%), положение компаний особо не улучшилось. Итогом стала активизация продаж НПЗ в связи с их достаточно низкой прибыльностью.

Улучшение общих финансовых показателей крупных ВИНК было обеспечено сектором upstream и нефтепереработкой. Однако и Mobil, и Техасо прибыли, получаемой в данной сегменте, не хватало для компенсации потерь downstream. Те компании, которые дальше всех зашли в демпинговой политике, понесли большие убытки, чем те, которые придерживались более высоких, но менее конкурентных цен. В результате часть игроков ушла с рынка, другие, наоборот, укрепили свои позиции, закрыв часть заправок и сосредоточившись на крупных АЗС, а также диверсифицировав свою деятельность – расширив ассортимент товаров. В связи с тем что небольшие заправки принадлежали обычно независимым дилерам, именно они и закрывались в первую очередь, сохранившись лишь в сельских местностях с невысокой конкуренцией.

До 1994 г. быстрое увеличение прибыли отмечалось у супермаркетов. С началом кампании Pricewatch их позиции пошатнулись, однако уже в первой половине 1997 г. они восстановились. Специа-

Опыт Великобритании показывает, что высокое налогообложение в большей степени отражается на потребителях и не способствует увеличению нефтепереработки внутри страны. Эти проблемы сегодня стоят на повестке дня и в России.

листы также обращали внимание на то, что торговые центры предоставляли на своих АЗС более широкий спектр услуг, следовательно, они могли снизить затраты на содержание заправок и продавать бензин по более низким ценам, оставаясь в прибыли. До сих пор у супермаркетов затраты на единицу продукции ниже (меньше точек, большая пропускная способность). По-видимому, отечественным нефтяным компаниям стоит более детально рассмотреть возможность использования данного опыта применительно к российским условиям.

С 1965 г. рынок бензина трижды становился предметом изучения Комиссии по конкуренции (национальный антимонопольный орган Великобритании), в последний раз в 1990 г. Комиссия пришла к выводу, что оптовый рынок, несмотря на монополизированность (из более чем 70 компаний только 14 имели свыше 1%), является конкурентным. С тех пор данный сектор не становился предметом специального изучения антимонопольных служб. Они лишь рассматривали дела о слияниях компаний для недопущения возможности использования доминирующего положения.

Внимание органов по защите конкуренции в последние годы привлекал рынок сжиженного углеводородного газа

(liquefied petroleum gas – LPG), а также керосина и газойля (видимо, в связи с тем, что в некоторых областях Великобритании эти продукты используются вместо газа, а газ является предметом специального регулирования).

О чем стоит подумать России?

Сегодня автозаправочный бизнес в Великобритании является крупномасштабным, низкоприбыльным и высоко конкурентным (как уже отмечалось, в значительной степени по «вине» супермаркетов). Хотя шести компаниям принадлежит более 70% рынка, существует, однако, очень много «малышей» с небольшими, около 1% и менее, долями. Многим независимым операторам пришлось покинуть данный сектор, как это происходит в последние годы и в России.

При этом оптовый рынок носит, как и в РФ, фактически олигопольный характер. А вмешательство антимонопольных органов сводится преимущественно к контролю над структурой рынка, отслеживанием новых слияний. Возможно, одна из причин такого «попустительства» со стороны регулятора связана с четким пониманием того, что высокие цены на АЗС прежде всего обусловлены значительным уровнем налогообложения.

Низкие прибыли в секторе downstream в 1990–2000 гг., которые удавалось компенсировать за счёт сегмента upstream (в случае его наличия в рамках ВИНК), свидетельствуют о том, что основным преимуществом в борьбе за розничный рынок оказалась не эффективность менеджмента, а возможность перекрёстного субсидирования внутри компаний. В связи с этим встаёт вопрос о целесообразности реструктуризации российских ВИНК, в частности отделения от них бытовых компаний, как это предлагает сегодня ФАС в качестве одной из возможных мер для решения проблемы высоких цен на нефтепродукты.

Примечателен и тот факт, что основную роль в усилении конкуренции сыграла не форма торговли, на которую обращается столько внимание в России (в Великобритании в своё время определённые надежды возлагали на союпы), а приход на рынок новых игроков с конкурентным преимуществом. Искусственно создать конкурентов в России вряд ли возможно, но можно снизить издержки компаний отрасли за счёт увеличения пропускной способности АЗС.