

УДК 330

Зарубина Юлия Владимировна,

к.э.н., доцент, доцент кафедры «Экономика, маркетинг и психология управления»,  
ФГБОУ ВО «Ангарский государственный технический университет», e-mail: yulzar@mail.ruАНАЛИЗ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА РЫНКЕ  
НЕФТЕПРОДУКТОВ

Zarubina Y.V.

## ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING PRICING IN THE OIL MARKET

**Аннотация.** В статье рассмотрены, систематизированы и проанализированы основные факторы, влияющие на цену нефтепродуктов. Предложена классификация факторов с выделением факторов спроса и предложения, факторов объективного и субъективного характера. Проанализирован фактор сезонности. Определены современные тенденции рынка нефтепродуктов.

**Ключевые слова:** рынок нефтепродуктов, факторы предложения, факторы спроса, сезонность.

**Abstract.** The article considers, systematizes and analyzes the main factors affecting the price of petroleum products. Classification of factors with allocation of factors of supply and demand, factors of objective and subjective character is offered. Seasonality factor are analyzed. The modern tendencies of the market of oil products are defined.

**Keywords:** oil products market, supply factors, demand factors, seasonality.

Ценообразование на рынке нефтепродуктов можно оценивать как очень сложный процесс, испытывающий влияние со стороны широкого круга факторов: конъюнктуры и динамики мировых нефтяных цен, изменения налоговой нагрузки, которая лежит на субъектах топливного рынка, динамики валютных курсов, степени монополизации участников рынка, ценовых ожиданий и т.д. Также важно учитывать сезонные колебания, связанные с балансом спроса и предложения внутри и за пределами страны, с ремонтными работами на нефтеперерабатывающих заводах, которые проводятся, как правило, в конце лета - начале осени, активностью в агропромышленном комплексе (посевная, уборочная).

Как аналитиков, так и субъектов топливного бизнеса России интересуют ценовые перспективы отечественного рынка нефтепродуктов, в частности такого сегмента, как рынок бензина. Динамика цен на бензин – насущный вопрос, волнующий практически каждого россиянина. В настоящий момент в прессе широко обсуждается приближение очередного ценового бума.

Поэтому даже поверхностное изучение вопроса позволяет сделать вывод, что факторы, определяющие конъюнктуру рынка нефтепродуктов, чрезвычайно разнообразны по силе влияния и природе. Классифицировать и изучить их влияние представляется доста-

точно сложной и актуальной задачей, попытка решения которой будет предпринята в данной статье.

По происхождению факторы, влияющие на цену нефтепродуктов, могут быть классифицированы на объективные (взаимодействие спроса и предложения на свободном рынке) и субъективные (например, политика РФ и других стран). Объективные факторы спроса и предложения обычно излагаются в учебниках по теоретической экономике, носят универсальный характер, применимы к любым рынкам и не связаны с действиями государства и других крупных участников рынка. Субъективные факторы, наоборот, – результат действия субъектов рынка. С учетом вышеизложенного предлагается классифицировать все факторы, влияющие на цену на рынке бензина, и разделить их на четыре группы:

- объективные факторы предложения;
- субъективные факторы предложения;
- объективные факторы спроса;
- субъективные факторы спроса.

На практике и в объяснениях, предлагаемых аналитиками и СМИ, присутствует целый «клубок» разнообразных факторов, среди которых нередко какой-то выделяется как «ключевой». Так, в качестве причины, объясняющей рост цен на бензин в нынешнем году, правительство назвало высокую стоимость нефти на мировом рынке, а также

слабый курс рубля, что активизировало экспортную деятельность и обеднило внутренний рынок. Например, «Роснефть» практически обнулила поставки на российские АЗС, предпочитая вывозить топливо за пределы РФ. Когда антимонопольная служба потребовала урегулировать ситуацию, руководство компании сообщило, что «Роснефть» не продает бензин на экспорт, а всего лишь снижает поставки из-за проведения ремонтных работ [1]. Пока поставщики нефтепродуктов приводят в качестве объяснения объективные факторы, сокращающие предложение на рынке бензина, в СМИ широко обсуждается конфликт коммерческих интересов субъектов топливного рынка: производителей, которым выгодно продавать топливо на экспорт, государства и потребителей, которые заинтересованы в стабильных ценах на топливном рынке. Что касается положения дел на практике, цены на автозаправочных станциях продолжают расти. Государство, рискуя нарушить социальную стабильность, вынуждено предпринимать жесткие меры по ценовому регулированию, в частности, прибегать к «заморозке» и снижению акцизов. В чем же причины сложившейся в очередной раз непростой ситуации на рынке бензина?

В целях системного рассмотрения сложного механизма ценообразования на рынке нефтепродуктов проанализируем силу и характер влияния названных четырех групп факторов.

Начнем анализ с рассмотрения объективных факторов предложения. К объективным факторам предложения можно отнести издержки производства, закупочные цены на нефть на НПЗ, экспортные таможенные пошлины на нефть и нефтепродукты. Мнения аналитиков сходятся в том, что в этом ряду существенный фактор влияния на цены на нефтепродукты – размер экспортных пошлин. Между экспортными пошлинами и объемом предложения существует взаимосвязь. Повышение экспортных пошлин на нефть и нефтепродукты влияет в целом на объемы экспорта сырья и на рост предложения нефтепродуктов на внутреннем рынке. И как следствие, могут снизиться цены на бензин.

Субъективные факторы предложения – это те факторы, которые создаются действиями участников рассматриваемого рынка. Так, например, ценовой сговор с целью удержания высоких цен на топливо – пример

таких действий. Ведь только этим можно объяснить разницу в пределах 5-10% в цене на бензин на АЗС Иркутской области и соседнего Красноярского края не в пользу Иркутской области, НПЗ которой выступает поставщиком для обоих регионов. А ведь в соответствии с законами рынка бензин в Красноярске должен быть дороже из-за транспортных расходов. Другие субъективные факторы предложения – все многообразие действий правительства, направленных на корректировку объема предложения, как правило, в сторону его увеличения на внутреннем рынке (рост экспортных пошлин, изменение размера акцизов). Тем не менее, отметим, что тенденция роста экспортного паритета, несмотря на предпринятые правительством налоговые маневры, сохраняется.

Объективные факторы предложения получают дополнительный импульс со стороны субъективных факторов предложения, главными из которых эксперты называют налоговую нагрузку, экспортные пошлины и методы административного влияния на бизнес (административный ресурс) и вступают в сложное взаимодействие с факторами спроса.

Продолжим анализ рассмотрением объективных факторов спроса. Среди объективных факторов, влияющих на спрос на нефтепродукты, можно выделить сезонность. Сезонные колебания отмечаются в продажах нефтепродуктов, таких как бензин, керосин, корабельное топливо. Влияние сезонных колебаний ощущают на себе практически все компании нефтегазового сектора, что заставляет их следовать определенным правилам и учитывать возможные ограничения в управлении бизнесом. Прогнозированием цен на нефтепродукты с учетом фактора сезонности занимаются все субъекты рынка (частные фирмы, транснациональные корпорации, министерства финансов, аналитические и исследовательские структуры и др.).

В настоящее время применяется большое количество разнообразных подходов к анализу сезонности, например, модели анализа временных рядов. Основная цель данных моделей – это выявление сезонных колебаний в объемах продаж в краткосрочном периоде с помощью анализа характеристик исторических данных по продажам нефтепродуктов. Аналитики отмечают, что сезонный фактор на рынке нефти имеет место быть, однако его значимость для прогнози-

рования изменений котировок довольно низкая. Здесь можно снова отметить оценки многих аналитиков, которые склонны видеть в качестве определяющих не объективные, а субъективные факторы, влияющие на ценообразование на рынке нефтепродуктов.

Проанализируем сезонность на основе данных по месячным объемам продаж на АЗС (таблица 1).

Для расчета необходимы натуральные показатели по объемам продаж, так как, если рассчитывать в стоимостном выражении, то количество влияющих факторов увеличивается многократно и это сильно увеличит шанс ошибки.

Таблица 1 – Динамика сезонных колебаний в реализации нефтепродуктов

Год	Месяц	Объем реализации, тонн	Скользкая средняя	Центрированная скользкая средняя	Индекс сезонных колебаний
2015	ноябрь	188,000	–	–	–
	декабрь	193,200	192,925	–	–
2016	январь	196,400	199,425	196,175	1,001
	февраль	194,100	204,875	202,150	0,960
	март	214,000	210,775	207,825	1,030
	апрель	215,000	217,250	214,013	1,005
	май	220,000	218,450	217,850	1,010
	июнь	220,000	220,450	219,450	1,003
	июль	218,800	223,575	222,013	0,986
	август	223,000	232,825	228,200	0,977
	сентябрь	232,500	236,675	234,750	0,990
	октябрь	257,000	238,775	237,725	1,081
	ноябрь	234,200	233,625	236,200	0,992
	декабрь	231,400	217,900	225,763	1,025
2017	январь	211,900	212,850	215,375	0,984
	февраль	194,100	214,925	213,888	0,907
	март	214,000	228,975	221,950	0,964
	апрель	239,700	249,275	239,125	1,002
	май	268,100	266,150	257,713	1,040
	июнь	275,300	278,275	272,213	1,011
	июль	281,500	278,975	278,625	1,010
	август	288,200	274,950	276,963	1,041
	сентябрь	270,900	266,750	270,850	1,000
	октябрь	259,200	252,450	259,600	0,998
	ноябрь	248,700	240,975	246,713	1,008
	декабрь	231,000	231,425	236,200	0,978
2018	январь	225,000	–	–	–
	февраль	221,000	–	–	–

На основе расчетов, осуществленных в таблице 1, проведем расчет усредненных индексов сезонных колебаний (таблица 2).

Таблица 2 – Усредненные индексы сезонных колебаний

Индекс	январь	февраль	март	апрель	май	июнь
$I_{2016}$	1,001	0,960	1,037	1,019	1,014	1,027
$I_{2017}$	0,984	0,907	0,964	1,007	1,049	1,011
$I_{\text{средний}}$	0,993	0,934	1,001	1,013	1,031	1,019
Индекс	июль	август	сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь
$I_{2016}$	1,004	1,001	0,990	1,110	1,003	1,025
$I_{2017}$	1,023	1,055	1,000	1,009	1,014	0,978
$I_{\text{средний}}$	1,014	1,028	0,995	1,059	1,000	1,000

В ходе анализа осуществляется выравнивание сезонных колебаний с помощью метода скользящей средней. Затем на основе центрированной скользящей средней рассчитывается индекс сезонных колебаний, который дает возможность обнаружить и количественно оценить фактор сезонности. Повысить надежность можно за счет усреднения значения нескольких индексов общих временных периодов (в нашем расчете 2016, 2017 гг.). Заметим, что результаты анализа сильно зависят от достоверности и качества исходной информации. Проведенный анализ демонстрирует некоторую сезонность на рынке нефтепродуктов (наибольший спрос в весенне-летний период), которую можно увидеть на рисунке 1.



Рисунок 1 – Динамика среднего индекса сезонных колебаний

Другим значимым объективным фактором спроса на рынке нефтепродуктов является общий уровень реальных доходов потребителей. Данный фактор оказывает существенное влияние на спрос на бензин, так как падение уровня реальных доходов населения приведет к снижению спроса. Часть потребителей в случае роста цен на бензин начнут

«экономить» на бензине – использовать автомобиль реже, только в особых случаях, когда нет возможности воспользоваться общественным транспортом. Однако, следует отметить, что эластичность спроса на бензин низка. В результате роста цен на него объем спроса сократится в меньшей степени, чем увеличилась цена бензина. Достаточно неэластичный спрос на бензин по цене работает в интересах производителей и продавцов топлива.

Что касается субъективных факторов спроса в анализе ценообразования на рынке нефтепродуктов, то они не играют значительной роли в силу того, что участники рынка (покупатели бензина) не могут оказать существенного влияния на цену. Исключение составит разве что практика организации массовых протестов и «народное недовольство», к которым вынуждено прислушиваться правительство и предпринимать меры воздействия.

В заключение отметим, что цена на нефтепродукты в Российской Федерации является одним из основных вопросов не только энергетического сектора, но и экономики страны. В России цены на бензин определяются не только спросом и предложением, но и многообразными субъективными ответными на объективные импульсы реакциями субъектов этого рынка. Жесткие меры по ценовому регулированию поясняются тем, что налоговые поступления от предприятий нефтегазового сектора являются основным источником поступлений в бюджет, но и стабильность общества – стратегический ориентир власти. В итоге цена бензина устанавливается на базе соглашений между ответственными группами. Даже в эти дни переговоры с производителями топлива продолжа-

ются, и пока не понятно, удастся ли найти компромисс. Для рынка, населения и потребителей из различных отраслей выгодно, чтобы бензин был дешевым, однако государственная казна нуждается в регулярном пополнении. А главным источником денег для бюджета являются налоги, в том числе – акциз на бензин.

Что касается прогнозов на 2019 год, ожидается очередной этап роста цен на бензин на 5-7% [2]. Предпосылками для увеличения цен в 2019 г. являются:

1. Увеличение налоговой нагрузки, которая ляжет на субъекты топливного рынка:

- увеличение акцизов с 1 января 2019 г.;

- рост НДС до 20%.

2. Рост цен на нефть в мире.

3. Ослабление российского рубля, вероятность которого увеличивается на фоне введения новых санкций США.

В качестве меры противодействия этой тенденции правительство рассматривает возможность использования тарифных и нетарифных методов регулирования экспорта: введения запретительных экспортных пошлин и лицензирования экспорта.

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Экономические и финансовые новости 2019 года [Электронный ресурс]. – URL: [www.fin2019.com](http://www.fin2019.com) (02.11.18).

2. Экономика – информационный портал [Электронный ресурс]. – URL: [www.life.ru/t/](http://www.life.ru/t/) (02.11.18).

УДК 338.46

*Козлова Ксения Александровна, старший преподаватель кафедры «Экономика, маркетинг и психология управления», ФГБОУ ВО «Ангарский государственный технический университет», тел.: +7(3955) 56-13-16, e-mail: kozlova\_k09@mail.ru*

*Мурашова Мария Константиновна, обучающаяся кафедры «Экономика, маркетинг и психология управления», ФГБОУ ВО «Ангарский государственный технический университет», e-mail: eco@angtu.ru*

### СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ В СФЕРЕ ВОДОСНАБЖЕНИЯ И ВОДООТВЕДЕНИЯ

*Kozlova K.A., Murashova M.K.*

### IMPROVING THE MANAGEMENT OF FINANCIAL RESULTS IN THE AREA OF WATER SUPPLY AND WATER SUPPORT

**Аннотация.** В статье рассмотрено содержание понятия «финансовый результат» и его значение в деятельности коммерческой организации. На основе проведенного анализа финансовых результатов ООО «АкваСервис» выявлены проблемы и предложен комплекс мероприятий по совершенствованию управления ими.

**Ключевые слова:** финансовый результат, прибыль, доходы, себестоимость работ и услуг, сфера водоснабжения и водоотведения, энергоэффективность.

**Abstract.** The article considers the essence of the concept «financial result» and its importance in the activity of the commercial organization. On the basis of the conducted analysis of financial result of «AquaService» the problems are identified and a set of measures to improve their management is proposed.

**Keywords:** financial result, profit, income, cost of works and services, the field of water supply and wastewater, energy efficiency.

В условиях рыночной экономики главной целью деятельности любой коммерческой организации является получение поло-

жительного финансового результата. Так как именно он свидетельствует о признании обществом (рынком) полезности вида её дея-