



نویسنده: کاترین لوکاتلی
منبع: OPEC Energy Review

امنیت تأمین گاز اروپا

مقدمه:

روسیه به واسطه شرکت اصلی گاز خود یعنی گازپروم که تأمین کننده اصلی بازار گاز اروپا است، در کانون بحث‌های مربوط به امنیت تأمین گاز اتحادیه اروپا قرار گرفته است. عوامل مختلفی سبب شده است تا مقوله راهبردهای گازپروم و قدرتش در بازار اروپا، در کانون توجه قرار گیرد. این عوامل عبارتند از: نگرانی درباره توان گازپروم برای انجام تعهدات قراردادهای آینده با توجه به تغییراتی که در ظرفیت تولید این شرکت رخ داده است، امکان تشکیل «اوپیک گازی» (اوجک) توسط تأمین کنندگان اصلی گاز اروپا و تلاش گازپروم برای خریدن شرکت‌های اروپایی. این موارد درباره باخط مشی گازی روسیه در قبال اتحادیه اروپا با توجه به دو دگرگونی مهم مطرح شده است. نخست آن که نقش فزاینده دولت روسیه در بخش گاز و در کل در بخش انرژی این کشور، نشان‌گر آن است که دسترسی شرکت‌های بین‌المللی نفت به منابع هیدروکربوری روسیه با دشواری فزاینده‌ای روبه‌رو خواهد بود. دوم آن که

چکیده:

راهبرد شرکت «گازپروم» روسیه امروزه در کانون بحث‌های مربوط به امنیت تأمین گاز اروپا قرار دارد. آزادسازی بازار گاز اروپا موجب تغییر راهبردهای صنعتی، تجاری و حقوقی گازپروم شده است و این شرکت در پی کنار آمدن با دگرگونی‌های نهادی در اصلی‌ترین بازار صادرات خود می‌باشد.

گازپروم در چنین بستری برای تثبیت سهم بازار خود در پی حضور در فعالیت‌های پایین دستی است تا به مصرف‌کنندگان نهایی دسترسی داشته باشد. البته شرایط بازار داخلی روسیه نیز هم از لحاظ عرضه و تقاضا و هم از لحاظ قیمت بر صادرات گاز به اروپا اثر می‌گذارد. بازار داخلی روسیه را دشوار بتوان بازاری واقعی که در آن عرضه و تقاضا به وسیله نوسانات قیمت تنظیم می‌شود در نظر گرفت.



آزادسازی بازار گاز اروپا تغییرات مهمی را در روابط (و به ویژه قراردادهای) اتحادیه اروپا با تأمین کنندگان اصلی گاز این اتحادیه (که عمدتاً خارج از این اتحادیه قرار دارند) ایجاد می‌کند. این مقاله در تلاش برای روشن کردن چگونگی اثرگذاری آزادسازی بازار گاز اروپا بر راهبردهای یکی از تأمین کنندگان اصلی گاز اتحادیه اروپا یعنی روسیه است. در این مقاله خط‌مشی‌های مختلف

آن‌ها به یکدیگر است. اگر کشورهای بالتیک را کنار بگذاریم مجموع صادرات گاز روسیه به اروپا در سال ۲۰۰۶ برابر با ۵/۱۶۱ میلیارد متر مکعب بود (۱۳۷/۱ میلیارد متر مکعب از این مقدار به ۲۷ کشور عضو اتحادیه اروپا صادر شد). ۲۳ درصد گاز ۲۷ کشور عضو اتحادیه اروپا توسط روسیه تأمین می‌شود. طبق برنامه درازمدت انرژی روسیه که در سال ۲۰۰۳ تدوین شده است، این کشور می‌تواند در میان مدت جایگاه خود به عنوان عرضه‌کننده اصلی گاز به اروپا را حفظ کند و صادرات گاز روسیه به اروپا در سال ۲۰۲۰ به ۲۰۰ میلیارد متر مکعب می‌رسد (طبق ابلاغیه اخیر «مدودف» این رقم در سال ۲۰۱۵ برابر با ۱۸۰ میلیارد متر مکعب است).

ساخت اصلی این رابطه گازی که در دوران شوروی شکل گرفت، قراردادهای درازمدت بود. در این نوع قرارداد پیوند مستقیمی بین تولیدکننده گاز و هریک از انحصارگران وارداتی کشورهای اتحادیه اروپا برقرار می‌شود و در عین حال مخاطرات (مربوط به حجم و قیمت) بین خریدار و فروشنده تقسیم می‌شود. با آزادسازی بازار اروپا و افزایش رقابت بین عرضه‌کنندگان، شکل‌گیری بازارهای نقدی و معاملات کوتاه‌مدت احتمال می‌رود که عرضه‌کنندگان سنتی گاز در اتحادیه اروپا بیشتر از گذشته در معرض «ریسک قیمت» و «ریسک حجم» قرار گیرند. در چنین محیطی که از عدم قطعیت بیشتری برخوردار است،

گازپروم برای مواجهه با گرگونی‌های نهادی در مهم‌ترین بازار خارجی این شرکت و حفظ سهم بازار این شرکت تحلیل شده است. اما خط‌مشی‌های صادراتی گازپروم تا حد زیادی تحت تأثیر مشخصات ویژه (عمدتاً مشخصات نهادی) بازار داخلی روسیه است. در میان مدت، و شرایط فقدان بازار واقعی گاز در داخل، محدودیت‌های نیرومندی در برابر ظرفیت تولید و به تبع آن ظرفیت صادرات گازپروم وجود دارد که حالت بازدارنده دارد. تکمیل اصلاح نظام قیمت‌گذاری داخلی گاز دست کم از دو جنبه معضل اصلی صنعت گاز روسیه است. اصلاح قیمت نه تنها برای روند افزایش تقاضا بلکه برای روند افزایش عرضه گاز روسیه و در نتیجه ظرفیت صادرات این کشور متغیر تعیین‌کننده‌ای است. علاوه بر این، با افزایش سودآوری گازپروم در بازار داخلی، اصلاح قیمت راهبردهای صادرات این شرکت را منعطف‌تر می‌کند. بنابراین «روابط گازی» روسیه و اتحادیه اروپا (امنیت تأمین گاز اتحادیه اروپا و توان روسیه برای اعمال قدرت در بازار اروپا) تا حد زیادی به توان روسیه در اصلاح بازار داخلی روسیه بستگی خواهد داشت.

۱- راهبردهای صادراتی جدید گازپروم در واکنش به آزادسازی بازار گاز اروپا

مشخصه روابط گازی اتحادیه اروپا و روسیه، وابستگی متقابل

خط مشی گازپروم برای خرید دارایی های سایر شرکت ها که از پایان دهه ۱۹۸۰ آغاز شده است با این چارچوب جور در می آید زیرا هدف روشن آن دست یافتن به مصرف کنندگان نهایی است. گازپروم برای دست یافتن به ۱۰ درصد سهم مستقیم بازار فرانسه و همچنین بیش از ۱۰ درصد بازار انگلستان تا سال ۲۰۱۰ هدف گذاری کرده است و رسیدن به شاخص ۲۰ درصد در سال ۲۰۱۵ را هدف خود قرار داده است. گازپروم این هدف را در بازارهای «جمهوری چک» و ایتالیا نیز دنبال می کند. این راهبرد روشی برای حفظ سهم در بازارهای اصلی صادرات، به هنگام تغییرات نهادی است و چندین مشخصه مهم را دارا می باشد. تا آغاز دهه ۲۰۰۰ خط مشی سنتی بر همکاری بین گازپروم و مشتریان قدیمی اش در اروپا حاکم بود که متکی بر رقابت نبود. این شرکت مشارکت هائی را در زمینه انتقال، بازاریابی و تجارت گاز تشکیل داد ولی در بیش تر موارد با بهره برداران قدیمی بر اساس قراردادهای درازمدت اقدام می کرد (جدول ۱).

عرضه کنندگان می کوشند راهبردهائی را برای تضمین موقعیتی مطمئن در بازار تدوین کنند.

۱-۱- راهبردهای صنعتی مبتنی بر خرید دارایی ها (الف) یکپارچگی پایین دستی:

عرضه کنندگان برای آن که بتوانند سهم (یا فروش) خود را در بازار آزادسازی شده نیز حفظ کنند باید در فعالیتهای پایین دستی حضور داشته باشند تا به مصرف کننده نهایی دسترسی داشته باشند. عرضه کنندگان گاز می توانند با اجرای خط مشی خرید دارایی های شرکت های انتقال و توزیع گاز و حتی مصرف کنندگان بزرگ گاز (مثل بخش برق) بدون آن که مجبور به رقابت با سایر تولید کنندگان گاز در بازار عمده فروشی باشند منابع خود را عرضه کنند (آیکلند، ۲۰۰۷). تولید کننده ای که در پایین دست زنجیره عرضه جایگاهی داشته باشد می تواند از لحاظ قیمت در بازارهای فروشندگان همان حاشیه سود خرده فروشان را به دست آورد.

جدول ۱: مشارکت های اصلی گازپروم با شرکای اروپایی (اواخر سال ۲۰۰۷)

کشور	گروه مشترک	درصد سهم گازپروم	فعالیت
آلمان	وینگاس (وینترشال/C) WIEH (وینترشال/BASF)	۵۰ درصد از سال ۲۰۰۷	حمل و نقل و فروش فروش و بازاریابی
اتریش	GWH (با OMV)	۵۰ درصد	بازاریابی و تجارت
فنلاند	گاسوم (فورنوم، ای. آن روهرگاس) نورت ترانسگاس OY	۵۰ درصد	توزیع حمل و نقل
فرانسه	فراگاز (GDF)	۵۰ درصد	توزیع و تجارت
یونان	پرومتوس گاز	۵۰ درصد	بازاریابی
مجارستان	پانروس گاز (مول) بورسودچم دی کاجی - ایست	۴۰ درصد ۲۵ درصد ۳۸ درصد	بازاریابی و توزیع پتروشیمی بازاریابی و تجارت
ایتالیا	پروم گاز (SNAM، اديسون)	۵۰ درصد	بازاریابی و توزیع
لهستان	یوروپول گاز (PGNiG) گاز تریدینگ (PGNiG)	۴۸ درصد ۱۶ درصد	حمل و نقل (خط لوله یامال) بازاریابی و تجارت، گاز و LNG
جمهوری چک	گاز - اینوست ومکس	۳۷.۵ درصد ۳۳ درصد	بازاریابی، توزیع و تجارت تجارت
اسلواکی	اسلوروس گاز (E.ON)	۵۰ درصد	حمل و نقل و بازاریابی
سوئیس	WIEE (وینترشال)	۵۰ درصد	بازاریابی

جدول ۲: سهام گازپروم در شرکت‌های همکاری در اتحادیه اروپا و شرکت‌های تابعه گازپروم (پایان ۲۰۰۷)

کشور	شرکت
اتریش	گازپروم حق آن را دارد که از طریق شرکت تابعه خود GWH و سترکس (۲۵ درصد متعلق به گازپروم) فروش مستقیم داشته باشد.
مجارستان	تملک سهام "E.ON فولداگ" و "E.ON فولداز" و عرضه‌کنندگان منطقه‌ای گاز و برق در چارچوب معامله با E.ON در زمینه سهام MOL
ایتالیا	احتمال خرید ۱۰ درصد سهام "انی پاور" و فروش مستقیم گاز به تولیدکنندگان برق
انگلستان	خرید سهام شرکت توزیع گاز "پنین نچرال گاز" (PNG)، خرید سهام شرکت توزیع گاز NGSS (خدمات حمل گاز طبیعی)، گازپروم از طریق شاخه بازاریابی و تجارت خود می‌تواند به طور مستقیم گاز روسیه را در انگلستان به فروش برساند.
استونی	خرید ۳۷/۵ درصد سهام شرکت بازاریابی و توزیع استی گاز
لتونی	خرید ۳۴ درصد سهام شرکت بازاریابی و توزیع لاتویاس گاز
لیتوانی	خرید ۳۰ درصد سهام شرکت حمل و نقل و توزیع استلاویتا، خرید ۳۷ درصد سهام شرکت حمل و نقل و بازاریابی لیتوس دوجوس

منبع: س. لوکاتلی، ۲۰۰۷

انتقال گاز این شرکت به اروپا در حدود ۱۴۵ میلیارد متر مکعب است که بین دو خط لوله اصلی تقسیم می‌شود، یکی از طریق اوکراین و دیگری از طریق روسیه سفید (یامال ۱). خط «بلو استریم» نیز که از بستر دریای سیاه می‌گذرد ۱۶ میلیارد متر مکعب ظرفیت دارد. پروژه‌های «نورد استریم» و «ساوت استریم» دو پروژه اصلی روسیه برای گسترش و حفظ مسیرهای صادرات است که اولی در دست ساخت است و در سال ۲۰۱۲ به بهره‌برداری می‌رسد. این پروژه در پی توافق بین گازپروم و شرکت‌های BASF و E.ON در سال ۲۰۰۵ اجرائی شد. «نورد استریم» نخستین خط لوله گاز روسیه خواهد بود که بدون گذر از هر کشور دیگری به اروپا می‌رسد زیرا از بستر دریای بالتیک به آلمان وصل می‌شود. پروژه «ساوت استریم» با آن که در مراحل آغازین قرارداد وقتی که در سال ۲۰۱۱ تکمیل شود و گاز روسیه را به طور مستقیم به بلغارستان برساند ظرفیت صادرات گازپروم را ۳۰ میلیارد متر مکعب دیگر افزایش می‌دهد. این خط لوله از بلغارستان به دوشاخه تقسیم می‌شود که یکی به رومانی، مجارستان و اسلونی و دیگری یونان و جنوب ایتالیا می‌رود. گازپروم برای تکمیل این مسیرهای صادرات، سهام دو خط لوله را هم خریده است و هدف آشکارش راه یافتن به بازار انگلستان است. گازپروم سهام کانون گاز «باومگارتن» در اتریش را نیز خریداری کرده است.

باتوجه با ستیزه‌جویی‌هایی که از دوران شوروی به جا مانده است تلاش برای خرید سهام شبکه‌های موجود

از آغاز دهه ۲۰۰۰ در کنار این رهیافت کلاسیک، روش‌های سازمانی دیگری پا گرفت که از جمله عبارتند از ایجاد شاخه‌های بازاریابی در کشورهای معینی از اروپا و یا خرید سهام اقلیت یا اکثریت در شرکت‌های محلی (جدول ۲). اگر کشورهای اروپای مرکزی و شرقی و کشورهای بالتیک (و همچنین کشورهای همسود) را نادیده بگیریم به کارگیری روش دوم تاکنون بسیار محدود بوده است. اما اگر این خط مشی در قلمرو صنعت در مقیاس گسترده اجرا شود می‌تواند روابط پایدار گازپروم و مشتریان سنتی‌اش را از حالت ثبات خارج کند. زیرا در این رهیافت مقداری رقابت با بهره‌بردارن قدیمی یعنی مشتریان سنتی این شرکت روسی ایجاد می‌شود. چنین روش‌هایی در اغلب موارد تهدیدی برای امنیت انرژی اروپا تلقی می‌گردد که کمترین دلیل آن سهم داشتن دولت روسیه در گازپروم است (۵۱ درصد). البته کمیسیون اروپا عزم خود را برای صدور سومین دستور گاز نشان داده است که توزیع کردن مالکیت و جلوگیری از تجمیع کردن سهام از جمله مفاد آن است و در نتیجه آن شرکت‌های عرضه گاز از یکپارچه کردن بخش پایین دستی منع می‌شوند. بنابراین راهبردهای گازپروم زیر سؤال می‌رود و توازن کنونی به هم می‌خورد.

ب) استراتژی مسیرهای صادراتی:

گازپروم در کنار راهبرد یکپارچگی پایین دستی، جهت گسترش و حفظ کانال‌های صادرات به اروپا، خط مشی افزایش ظرفیت انتقال رانیزپی گرفت. در حال حاضر، ظرفیت

بنابراین گازپروم با معضل کلاسیک فراروی تمام عرضه کنندگان گاز مواجه است، معضل ایجاد توازن درست بین حجم و قیمت. بنابراین خط مشی به دست آوردن سهم بازار از طریق تجارت نقدی و فروش های کوتاه مدت، در صورتی که در مقیاس وسیع باشد می تواند قیمت ها را کاهش دهد. در ضمن شرایط بازاری داخلی گاز روسیه که در آن قیمت ها تأثیر چندانی در سودآوری این شرکت ندارند، ارجحیت دادن به قراردادهای درازمدت توسط گازپروم را توجیه می کند. چنین قراردادهایی برای تأمین مالی سرمایه گذاری های بزرگ لازم برای توسعه مناطق جدید تولید، ضروری است و فروش درازمدت سودآور در بازار اروپا را تضمین می کند. بدون چنین فروش هایی، با توجه به قیمت پایین گاز در روسیه، توسعه میدان های جدید گازی صرفه اقتصادی ندارد و هزینه های تولید نیز به گونه چشم گیری از گذشته بیشتر خواهد شد.

گازپروم در مواجهه با چنین وضعیتی می تواند به فروش گاز در بازارهای تک محموله ای روی بیاورد، همان کاری که در زمان های مختلف در انگلستان انجام داده است تا از قیمت هایی که بالاتر از قیمت های قراردادی هستند بهره برد. در این مورد خاص، گازپروم با بازار «جدیدی» روبرو خواهد بود که قیدوبند قرارداد ندارد (بنابراین تمام اشکال رقابت از بین می رود). گازپروم سوای چند مورد خاص، در پی آن است تا نظام قراردادهای درازمدت برای فروش گاز به اروپا را حفظ کند. قراردادهای اخیر با شرکت های GDFE.ON، روگاس، ENIOMV و RWE ترانس گاز نمونه هایی از مصادیق این راهبرد هستند (جدول ۳).

کشورهای مشترک المنافع نیز بخشی از راهبرد حفظ مسیرهای صادرات گازپروم است. با چنین هدفی بود که گازپروم به مذاکره با اوکراین و روسیه سفید پرداخت و پیشنهاد کرد در قبال دریافت سهام اکثریت در شرکت های خط لوله گاز این کشورها از بدهی های گازی آن ها بگذرد. اوکراین با این پیشنهاد مخالفت کرد ولی در سال ۲۰۰۷ موفقیت هایی در روسیه سفید به دست آمد.

۱-۲- راهبردهای تجاری: مجموعه قراردادهای روسیه چگونه باشد؟

تعریف مجموعه قراردادی دو مین مولفه مهم راهبرد گازپروم است. آزادسازی بازار گاز اروپا گزینه های بازاریابی جدیدی را برای عرضه کنندگان پدید آورد (به ویژه فروش در بازارهای تک محموله و فروش های کوتاه مدت) و به ایجاد تغییراتی در قراردادهای بلندمدت منجر شد که تغییر در مدت قراردادهای حذف یا اصلاح بندهای مهم معینی (بند مقصد نهایی و بند شاخص بندی قیمت) از جمله این تغییرات می تواند باشد. افزایش انعطاف پذیری مقدار گازی که واقعاً تحویل داده می شود (بند گاز را برداشت کن یا وجه آن را بپرداز) از جمله پیامدهای دیگر تغییرات می تواند باشد (شوالیه و پرسبویس، ۲۰۰۷).



جدول (۳): قراردادهای عمده درازمدت بین گازپروم و بهره‌برداران گاز اروپا از سال ۲۰۰۵ تا ۲۰۰۷

کشور	شرکت	مدت قرارداد (تاریخ امضا)	مقدار	تمدیدی / جدید	توضیحات
آلمان	E.ON و هگاس*	۲۰۱۱-۲۰۳۶ (۲۰۰۶)	۱۰۰ میلیارد متر مکعب	جدید	از طریق لوله "نورد استریم"
آلمان	E.ON و هگاس*	۲۰۲۰-۲۰۳۵ (۲۰۰۶)	۳۰۰ میلیارد متر مکعب	تمدیدی	
آلمان	E.ON	۲۰۰۹-۲۰۲۰ (۲۰۰۵)		تمدیدی	
آلمان	WIEH	۲۰۱۴-۲۰۳۱ (۲۰۰۶)	۹۰ میلیارد متر مکعب	تمدیدی	
اتریش	OMV*	۲۰۱۲-۲۰۲۷ (۲۰۰۶)	۷/۵ میلیارد متر مکعب در سال	تمدیدی	۲۵ درصد توسط دو شرکت سنترکس و GWH به بازار عرضه می‌شود که به ترتیب ۵۰ و ۱۰ درصد سهام شان از آن شرکت‌های روسی است.
بلغارستان	بلغار گاز*	۲۰۱۱-۲۰۳۰ (۲۰۰۶)	۳ میلیارد متر مکعب در سال	جدید	
دانمارک	دونگ	۲۰۱۱-۲۰۳۰ (۲۰۰۶)	۱ میلیارد متر مکعب در سال	جدید	از طریق لوله "نورد استریم"
ایتالیا	ENI*	۲۰۱۷-۲۰۳۵ (۲۰۰۶)	۲۲ میلیارد متر مکعب در سال	تمدیدی	ENI پذیرفته است که گازپروم سالی ۳ میلیارد متر مکعب به صورت مستقیم به مشتریان ایتالیایی بفروشد**.
فرانسه	GDF*	۲۰۱۷-۲۰۳۰ (۲۰۰۶)	۱۲ میلیارد متر مکعب در سال	تمدیدی	از سال ۲۰۱۰ میلادی ۲/۵ میلیارد متر مکعب در سال هم اضافه می‌شود (از طریق نورد استریم). گازپروم می‌تواند ۱/۵ میلیارد متر مکعب در سال را به طور مستقیم در بازار بفروشد.
جمهوری چک	RWE ترانسگاز*	۲۰۱۴-۲۰۳۵ (۲۰۰۶)	۹ میلیارد متر مکعب در سال	تمدیدی	
جمهوری چک	ومکس	۲۰۰۸-۲۰۱۲ (۲۰۰۷)	۰/۵۵ میلیارد متر مکعب در سال	جدید	قابل تمدید به مدت ۵ سال (ومکس شرکت بازاریابی است که ۳۳ درصد سهام آن به گازپروم تعلق دارد).
رومانی	WIEH	۲۰۱۲-۲۰۳۰ (۲۰۰۵)	۴/۵ میلیارد متر مکعب در سال	تمدیدی	

* بهره بردار قدیمی ** هدف از قراردادهای امضا شده تعریف همکاری براساس تبادل دارایی بین گازپروم و ENI است: ۱۰ درصد سهام انی پاور در قبال سهام در یک میدان گازی و تأسیس شرکت بازاریابی مشترک در ازای سهام میدان گاز.

۱-۳- برخی محدودیت‌های تعریف راهبرد جدید گازی:

راهبرد گازپروم برای راه یافتن به زنجیره پایین دستی می‌تواند با محدودیت‌ها و تنگنانهایی مواجه شود. حداقل مشکل خاصی که برای این شرکت پیش می‌آید این است که اگر این اقدام در مقیاسی گسترده باشد روابط قراردادی با مشتریان سنتی در بازار اروپا رازیرسؤال می‌برد. بنابراین مسأله رقابت بین قراردادهای درازمدت و فروش‌های مستقیم، چالشی بسیار مهم است که شباهت بسیاری دارد به ایجاد توازن بین انواع مختلف قراردادها به گونه‌ای که روابط این غول گازی با مشتریان سنتی دچار تزلزل نشود. برای مثال در بازار فرانسه برای گازپروم دشوار است که حجم‌های قراردادی مربوط به توافق‌های TOP را حفظ کند یا حتی افزایش دهد و در عین حال ۱۰ درصد سهم مستقیم بازار مصرف‌کننده نهایی را داشته باشد مگر آن که تقاضا افزایش زیادی پیدا کند. به همین ترتیب قرارداد میان مدت امضا شده با «ومکس» (شرکت بازاریابی گاز که ۳۳ درصد سهام آن متعلق به گازپروم است) پرسش مشابهی را در ارتباط با قرارداد درازمدت امضا شده با RWE ترانس گاز (صاحب امتیاز پیشین واردات گاز جمهوری چک) پیش می‌کشد.

از این نقطه نظر، قرارداد بین گازپروم و GDF که در سال ۲۰۰۶ امضا شده است اندکی این مسأله را روشن می‌کند و به تفسیر اوضاع کمک می‌کند. به خصوص آن که این قرارداد به گازپروم امکان می‌دهد تا به طور مستقیم سالی ۱/۵ میلیارد مترمکعب گاز به مصرف‌کنندگان فرانسوی بفروشد (GDF باید این مقدار را به گازپروم برگرداند). با توجه به مقادیری که مطرح شده است به نظر نمی‌رسد این گونه توافق اثر جدی ویژه‌ای بر شرایط رقابت بگذارد. گرچه حجم مربوطه به نسبت چشم‌گیر است (۱۰/۳ درصد عرضه‌های قراردادی گازپروم) فقط درصد کوچکی (۲/۳ درصد) از کل فروش گاز GDF به مصرف‌کنندگان فرانسوی (حدود ۶۶ میلیارد مترمکعب) را تشکیل می‌دهد. بنابراین بسیار نامحتمل است که این راهبرد بتواند قراردادهای بسته شده با GDF را متزلزل کند. در مورد قرارداد با جمهوری چک نیز می‌توان همین نتیجه را گرفت.

با توجه به اهمیتی که گازپروم برای قراردادهای درازمدت باشرکای سنتی‌اش قائل است و با تغییراتی که به تازگی در قراردادها داده شده است، به نظر می‌رسد که راهبرد گازپروم برای حضور در بخش پایین دستی، محدود بماند. به نظر ما گازپروم تنها با خرید سهام بهره‌برداران قدیمی می‌تواند خط مشی حضور در بخش پایین دستی را به صورت گسترده اجرا کند و در عین حال روابط قراردادی موجودش زیرسؤال نرود. همان گونه که گفته شد

در شرایط کنونی به نظر می‌رسد که پذیرش چنین چیزی برای کشورهای اتحادیه اروپا دشوار باشد البته شاید این نکته درباره کشورهای اروپای شرقی و مرکزی و برخی کشورهای شوروی سابق درست نباشد. از همین رو است که گازپروم توانسته است در فرایند خصوصی سازی شرکت‌های انرژی به ویژه در کشورهای بالتیک، بلغارستان و رومانی شرکت کند (اما حتی در این موارد هم مقاومت‌های زیادی مشاهده شده است).

دسترسی به منابع در ازای داری‌های پایین دستی؟

شاید تصور اجرای گسترده راهبرد پایین دستی گازپروم دشوار باشد، مگر آن که غول گاز روسیه، نیز شرکت‌های اروپایی را به فعالیت‌های بالادستی خود راه دهد. گازپروم در مواردی تمایل داشته است که براساس قراردادهای دوسویه، در ازای حضور در زنجیره پایین دستی اروپا دسترسی به منابع گازی خود را آزاد کند. قرارداد با BASF نخستین نمونه از این موارد است.

قرارداد سال ۲۰۰۷ بین BASF- گازپروم شامل کل زنجیره گاز است و فعالیت‌های اکتشاف و تولید (در روسیه) و حمل و توزیع (در آلمان و برخی کشورهای دیگر) را در برمی‌گیرد. طبق این قرارداد ۲۵ درصد منهای یک سهام شرکت روسی سورنفته گازپروم در اختیار شرکت وینترشال (شاخه‌ای از BASF) قرار می‌گیرد. سورنفته گازپروم در حال توسعه میدان گازی یوژنوروسکویه است که پیش‌بینی شده است ظرفیت تولید آن در سال ۲۰۰۹ به ۲۵ میلیارد مترمکعب برسد. در عوض سهام گازپروم در وینگاس از ۳۵ به ۴۹ درصد افزایش خواهد یافت. در ضمن BASF و گازپروم برای عرضه گاز روسیه به بازار اروپا گروه مشترکی به صورت ۵۰/۵۰ تشکیل می‌دهند.

از نظر اتحادیه اروپا نیز گشایش بخش گاز عرضه‌کنندگان و به ویژه عرضه‌کنندگان روسیه به روی سرمایه‌گذاران خارجی متغیر مهمی در خط‌مشی انرژی در بستر آزادسازی بازار انرژی است. در منشور انرژی (و حتی در بحث‌های پیوستن روسیه به WTO) هم به این نکته اشاره شده است. در مورد چگونگی حضور شرکت‌های اروپایی در فعالیت‌های بالادستی روسیه و میزان گشودن فعالیت‌های پایین دستی اروپا همچنان در روسیه و اتحادیه اروپا تعارض و سوء تفاهم وجود دارد. هم‌اکنون روشن است که دولت روسیه بیش از همیشه برای حفظ کنترل مستقیم بر منابع نفت و گاز خود مصمم است. نمی‌توان گفت که روسیه به طور کامل بسته است و مذاکرات

چشم‌گیری یافته است اما هنوز آن قدر نیست که چین بتواند قیمتی مشابه بازارهای اروپا برای واردات گاز بپردازد. دست کم در کوتاه‌مدت، بازار اروپا برای گازپروم سودآورترین است. نهایتاً آن که وضعیت گازپروم از لحاظ عوامل نهادی نیز مشخص نیست. گازپروم دارای امتیاز انحصاری صادرات گاز و همچنین هماهنگ‌کننده توسعه میدان‌های گازی در شرق سیبری است اما تاکنون در توسعه میدان‌های گازی این ناحیه دخالتی نداشته است و امتیاز توسعه میدان‌های گازی اصلی در دست شرکت‌های نفت روسیه است. البته بدون حضور بیش‌تر گازپروم، دشوار بتوان تصور کرد که توسعه بزرگی در این منطقه صورت گیرد. شاید عضویت این شرکت گازی روسیه در کنسرسیوم ساخالین-۲ و خرید سهام TNK-BP (صاحب امتیاز توسعه کویتکا) نشانه‌ای از آغاز تحولات تازه باشد.

۲- بازار داخلی، سد راه راهبردهای صادرات

دگرگونی‌های نهادی بازار گاز اتحادیه اروپا گازپروم را وادار کرده است که راهبردهای صادرات خود به این بازار را با این دگرگونی‌ها همساز کند. اما شرایط بازار داخلی روسیه بر صادرات به اروپا اثر می‌گذارد و شاید حتی در آینده آن را محدود کند. علی‌رغم دگرگونی‌های چشم‌گیری که در چند سال گذشته رخ داده است بازار داخلی روسیه را دشوار بتوان بازاری واقعی که در آن عرضه و تقاضا توسط نوسانات قیمت تنظیم شود تلقی کرد. بخش بزرگی از این بازار با ابزارهای کلاسیک اقتصاد برنامه‌ریزی شده، یعنی سهمیه بندی مصرف و نه از طریق قیمت، کنترل می‌شود. بنابراین دشوار بتوان عرضه و تقاضای داخلی را ارزیابی کرد و این کار تا حدی خطرناک است. اما تغییرات عرضه و تقاضا، مثل نوسانات قیمت‌ها، عامل‌های اصلی برای تعریف ظرفیت صادرات روسیه در میان مدت است.

۲-۱- عدم قطعیت در آینده تولید گاز

نخستین بار میلوف بود که اعلام کرد از سال ۲۰۱۰ به بعد روسیه دیگر نمی‌تواند هم تعهدات قراردادی خود را انجام دهد و هم نیازهای داخلی را برآورده کند و سپس آژانس بین‌المللی انرژی و اتحادیه اروپا نیز بر این نکته تأکید کردند. این باعث شد تا موضوع افزایش ظرفیت تولید گاز طی ۱۰ سال آینده در کانون بحث‌ها قرار گیرد. کسری گاز روسیه در سال ۲۰۱۰ به حدود ۱۳۲ میلیارد مترمکعب می‌رسد (میلوف، ۲۰۰۵) که مؤید پیش‌بینی‌های مرکز مطالعات

مستمری به صورت مورد به مورد با مقامات بلندپایه روسیه انجام می‌شود که توافق بین گازپروم، توتال و استات اوپل-هیدرو برای توسعه میدان گازی «اشتوکمنگ» از این موارد است. البته این توافق نیز آکنده از ابهامات و سوء تفاهم‌هایی است که گریزناپذیر می‌نماید. گازپروم می‌گوید ۰۰ درصد ذخایر و تولید گاز طبیعی اشتوکمن را در اختیار دارد اما توتال هم می‌گوید سهام دار این ذخایر است.

۴-۱- متنوع‌سازی صادرات: پاسخی شایسته به آزادسازی بازار گاز اروپا؟

تغییرات نهادی در بازار گاز اروپا این شرکت روسی را برمی‌انگیزد تا برای متنوع‌سازی صادراتش، نخست به سوی بازارهای آسیا و سپس از طریق زنجیره گاز طبیعی مایع شده (ال‌ان‌جی) به سوی بازار ایالات متحده سمت‌گیری کند. در درازمدت به خوبی می‌توان تصور کرد که بازارهای اروپا ناچار به رقابت با بازارهای آسیایی بر سر گاز روسیه شوند. اما در کوتاه‌مدت چنین گزینه‌ای برای روسیه پاسخ‌چندان مقبولی در قبال عدم قطعیت‌های حاصل از آزادسازی بازار گاز اروپا نیست.

گاز روسیه را از دو مسیر اصلی می‌توان به آسیا صادر کرد. نخستین گزینه آن است که با توسعه میدان‌های گازی سیبری، گاز چین تأمین شود. میدان «کویتکا» در منطقه «ایرکوتسک» نخستین میدانی است که برای این منظور مورد استفاده قرار می‌گیرد. سپس می‌توان از میدان‌های دورافتاده‌تر جمهوری ساخا (چایاندیسکویه، تالاکان) بهره گرفت. در این گزینه، نواحی مورد بهره‌برداری برای تأمین گاز آسیا کمابیش از نواحی تأمین گاز اروپا (غرب سیبری) دور است. اما در گزینه دوم که توسعه میدان «آلتای» از میدان‌های گازی غرب سیبری برای تأمین گاز آسیا را شامل می‌شود رقابتی جدی میان اروپا و آسیا در می‌گیرد.

به دلایل متعددی تصور این متنوع‌سازی در آینده نزدیک دشوار است. بحث بر سر کافی بودن ذخایر گازی نیست هر چند که فقدان اکتشاف در این منطقه به معنای عدم اطمینان در قبال مقادیر واقعی صادرات است. خطلوله‌های بسیار طولانی هم برای انتقال گاز باید ساخته شود (به خصوص برای میدان‌های گازی غرب سیبری) که به تأمین مالی زیادی نیاز دارد. اما معضل اصلی به چین مربوط می‌شود و مشخص نیست که این کشور تا چه حد برای تأمین هزینه واردات گاز از روسیه آمادگی دارد. چین تمایلی به قراردادهای درازمدت ندارد که هم از لحاظ حجم و هم از لحاظ قیمت تعهدآور است. قیمت گاز در داخل چین طی چند سال گذشته افزایش

صادرات سال ۲۰۱۰ (سرجمع صادرات به تمام نواحی) ۲۲۵ میلیارد مترمکعب برآورد شده است و در حالت خوش بینانه نیز میزان صادرات به اروپا در سال ۲۰۱۰ از ۲۱۰ میلیارد مترمکعب فراتر نمی رود. براساس طرح های در نظر گرفته شده، این میزان صادرات با میزان تولید گاز انطباق دارد که برای سال ۲۰۱۰ بین ۵۶۰ تا ۶۶۵ میلیارد مترمکعب است (جدول ۴). طبق طرح کلی توسعه بخش گاز تا سال ۲۰۳۰ که توسط گازپروم آماده شده است و از سال ۲۰۰۵ مورد بحث بوده است تولید گاز سال ۲۰۱۰ بین ۶۸۳ تا ۷۱۰ میلیارد مترمکعب در نظر گرفته شده است.

استراتژیک اروپا (۱۲۶ میلیارد مترمکعب) است (رایلی، ۲۰۰۶). اما برخی از فرض ها پرسش برانگیز است. اساس این برآورد کسری، در نظر گرفتن ۳۱۲ میلیارد مترمکعب برای حجم صادرات بوده است که شامل ۲۰۰ میلیارد مترمکعب صادرات به اروپا و ۱۱۲ میلیارد متر مکعب صادرات به کشورهای مشترک المنافع (CIS) می شود (درعین حال سطح تولید روسیه چندان با آمارهای رسمی فاصله ای ندارد). این حجم از صادرات قابل توجه به نظر می رسد زیرا از صادرات پیش بینی شده توسط مقامات روسی برای سال ۲۰۲۰، در چارچوب برنامه درازمدت انرژی، بیش تر است. طبق این برنامه حداکثر

جدول ۴: چشم انداز تولید گاز در روسیه

۲۰۳۰	۲۰۲۰	۲۰۱۵	۲۰۱۰			
-	-	۵۰۰	-	گازپروم	برآورد پایین	ساگن و تسیگانکوا ۲۰۰۶
-	-	۵۸۰	-	جمع کل	برآورد متوسط	
-	-	۵۴۰	-	گازپروم	برآورد بالا	
-	-	۶۶۰	-	جمع کل		
-	-	۵۸۰	-	گازپروم		
-	-	۷۴۰	-	جمع کل		
-	۱۰۱۳.۷	۸۰۴.۴	۷۱۲.۴	جمع کل		ویکتور و دیگران، ۲۰۰۶
-	-	-	-	گازپروم	برآورد پایین	طرح درازمدت انرژی، ۲۰۰۳
-	۶۱۰	-	۵۶۰-۵۵۵	جمع کل	برآورد متوسط	
-	۵۳۰	۵۴۰	۵۳۰	گازپروم	برآورد بالا	
-	۶۸۰	۶۶۰	۶۳۵	جمع کل		
-	۵۹۰	۵۷۰	۵۵۰	گازپروم		
-	۷۳۰-۷۱۰	۷۰۵	۶۶۵	جمع کل		
۵۹۵	-	-	۵۴۶	گازپروم	کمینه	طرح توسعه بخش گاز، ۲۰۰۷
۷۸۹	-	-	۶۸۳	جمع کل		
۶۵۶	-	-	۵۵۶	گازپروم	بیشینه	
۹۲۲	-	-	۷۱۰	جمع کل		
-	-	-	۵۸۱	گازپروم		سرمایه نوزایی، ۲۰۰۴
-	-	-	۷۷۶	جمع کل		
-	-	-	۵۵۰	گازپروم		میلوف، ۲۰۰۵
-	-	-	*۶۴۰	جمع کل		
-	۸۰۰	-	-	جمع کل		WEO، ۲۰۰۴
۹۸۵	۸۴۰	۷۶۷	۶۹۷			DOE، ۲۰۰۴

× بدون در نظر گرفتن تولید خاور دور روسیبری شرقی



برخی متغیرها پرسش برانگیز است اما این واقعیت همچنان پابرجا است که گازپروم در میان مدت در پی هیچ گونه افزایش چشم گیر تولید گاز نیست و قسمت اعظم افزایش تولید گاز روسیه به عهده شرکت های مستقل گاز و شرکت های نفت روسیه است. طبق برآوردهایی که خود گازپروم انجام داده است تولید این شرکت تا سال ۲۰۱۰ ثابت است (حدود ۵۵۰ تا ۵۷۰ میلیارد متر مکعب)، سپس تا سال ۲۰۱۵ افزایش چشم گیری پیدا می کند (۶۱۰ تا ۶۱۵ میلیارد متر مکعب) و در سال ۲۰۲۰ به ۶۵۰ تا ۶۷۰ میلیارد متر مکعب

می رسد (گازپروم ۲۰۰۸). رهیافت آزمایش و خطائی که گازپروم در قبال راهبرد سرمایه گذاری برای احیای ذخایر موجود در پیش گرفته است موضوع اصلی بحث های جاری است. این افت تولید تا سال ۲۰۰۹-۲۰۱۰ توسط حوضه های گازی زاپولارنویه، پستوویه و تارکوسالینسکویه جبران می شود که اقمار اصلی سه ذخایر گازی بسیار بزرگ مدوهزه، اورنگوی و یامبورگ هستند. هم اکنون تولید گاز در این سه ذخیره بسیار بزرگ به اوج خود رسیده است. پس از تاریخ مذکور هم طرح چندان مشخصی وجود ندارد.

گازپروم برای آن که بتواند سطح کنونی تولید خود را حفظ کند مجبور خواهد شد تا در سال ۲۰۱۵ و ۲۰۲۰ به ترتیب ۷۰ و ۱۸۰ میلیارد متر مکعب به ظرفیت تولید خود بیافزاید. میدان های گازی بزرگ در استان یامال (در گام نخست میدان های بووانکو، خارساوی و کروزنشترن به بهره برداری می رسد)، دریای بارنت (اشتوکمن) و سیبری شرقی باتوجه به ذخایر عظیمی که دارند می توانند این ظرفیت اضافی لازم را فراهم کنند. باید منتظر ماند و دید که گازپروم در راهبرد سرمایه گذاری اش کدام نواحی را در صدر دستور کار قرار می دهد. گزینه های متعددی پیش روی گازپروم قرار دارد. گازپروم می تواند از میدان های استان یامال (باتولید بالقوه ۲۵۰ میلیارد متر مکعب) میدان فلات قاره اشتوکمن (با حداکثر تولید ۹۴ میلیارد متر مکعب) آغاز کند. راه کار سوم که کمتر مورد توجه است و ذکری از آن به میان نمی آید اولویت دادن به توسعه ذخایر خلیج

«اوبگ» و ناحیه «تاز» در دریای «کارا» است. اولویت رسمی گازپروم توسعه میدان گازی «بووانکو» در استان یامال است که پیش بینی می شود تولید گاز آن به ۷۹ میلیارد متر مکعب در سال ۲۰۱۱ برسد. باین همه، تحولات اخیر مربوط به میدان اشتوکمن و امضای قرارداد بین گازپروم، توتال و استانت اوپل هیدرو که طبق آن قرار است بهره برداری از این میدان در سال ۲۰۱۰ به صورت گاز طبیعی و در سال ۲۰۱۴ به صورت گاز طبیعی مایع آغاز شود نشان گر آن است که علی رغم کوتاه مدت بودن چارچوب کار، هنوز انتخاب هانهایی نشده است و راه برای انتخاب گزینه ها باز است. به نظر برخی از کارشناسان، «بووانکو» همچنان در قیاس با اشتوکمن گزینه کوتاه مدت معتبرتری است.

این تأخیرها نشان گر تردیدهایی است که در تصمیم گیری برای سرمایه گذاری فراروی شرکت روسی گازپروم قرار دارد که هم به بازار اصلی صادرات این شرکت یعنی اتحادیه اروپا مربوط می شود و هم به بازار داخلی. ممکن است هیچ نیازی به افزایش چشم گیر تولید گاز روسیه نباشد. از یک طرف برای بازار اروپا، هدف از آزادسازی ایجاد رقابت بین عرضه کنندگان است که به طور ضمنی به معنای متنوع سازی منابع تأمین گاز اتحادیه اروپا است. از این لحاظ ممکن است این بازار به نظر گازپروم دارای ثبات و حتی قابلیت اطمینان کمتری جلوه کند و بر اساس نوع قراردادهای خود با وارد کنندگان به سوی تعهدات کوتاه مدت تر حرکت کند. در چنین شرایطی عرضه کنندگان باید تصمیم بگیرند که آیا به افزایش چشم گیر تولید

نیاز دارند. چنین استدلالی رامی توان از این حد فراتر هم برد. گازپروم در بازارهای آزادسازی شده می تواند با محدودسازی حجم تولید اقتدار خود را در بازار حفظ کند زیرا بالا نگه داشتن قیمت های تک محموله ای و همچنین قیمت های قراردادهای جدید آسان تر می شود (فینون، ۲۰۰۷). اما با توجه به ارجحیت قراردادهای درازمدت برای این شرکت که تا حد زیادی به علت ناتوانی در کسب سود کافی از بازار داخلی و همچنین کندی آهنگ آزادسازی بازار گاز اتحادیه اروپا موجه است دلیلی ندارد چنین چیزی رخ دهد. لازم به گفتن نیست که گازپروم نمی تواند از تریدهای ناشی از آزادسازی بازار بگریزد. از سوی دیگر این تردید بر بازار داخلی گازپروم هم اثر می گذارد و این پرسش جدی را پیش می کشد که اصلاح قیمت گاز در مقیاس گسترده چه پیامدهایی دارد.

۲-۲- اصلاح قیمت در مرکز مسائل گاز روسیه

سرعت اجرای اصلاحات، میزان افزایش قیمت ها و ساختار بازار اصلاح شده (متشکل از بازار «آزاد» و بازار تنظیم شده) است که دگرگونی های عرضه و تقاضای گاز در روسیه و در پی آن ظرفیت صادرات این کشور را معین می کند. نباید فراموش کرد که علی رغم آغاز اصلاحات اقتصادی در سال ۱۹۹۱، هنوز هم پایین بودن قیمت ها، یارانه های متقابل و تداوم ارزانی قیمت گاز طبیعی نسبت به قیمت زغال سنگ در ساختار قیمت انرژی مشخصه بازار گاز روسیه است. در سال ۲۰۰۶، میانگین قیمت عمده فروشی تنظیم شده ۱۰۰ متر مکعب گاز برای مصرف کنندگان صنعتی داخلی ۴۴ دلار بود. در بخش خانگی به علت وجود یارانه هایی که در قالب تعرفه های صنعتی ارایه می شود و از جمله اقدامات اقتصاد برنامه ریزی شده است قیمت ها بسیار کمتر است. در حالی که متوسط قیمت ۱۰۰ متر مکعب گاز صادراتی به اروپا در سال ۲۰۰۶ معادل ۲۴۰ دلار بود. به همین علت، سود چندانی از بازار داخلی نصیب گازپروم نمی شود در حالی که قسمت اعظم فروش گازپروم هم در این بازار است. از ۶۵۶ میلیارد متر مکعب گاز تولیدی گازپروم در سال ۲۰۰۶ میلادی ۶۸۷ درصد یعنی ۴۵۱ میلیارد متر مکعب صرف تأمین نیازهای داخلی شد که از این مقدار ۳۰ درصد صرف بخش صنعت و ۳۹ درصد صرف بخش برق شد. قسمت اعظم تقاضا توسط گازپروم تأمین می شود ولی سهم تولید کنندگان مستقل و شرکت های نفت روسیه نیز در تأمین نیازهای داخلی روبه افزایش است. در سال ۲۰۰۶، تولید کنندگان مستقل و شرکت های نفت روسیه ۶۱ میلیارد متر مکعب گاز طبیعی تولید کردند که قسمت اعظم آن در بازار روسیه

به فروش رفت زیرا انحصار لوله های صادرات گاز در دست گازپروم است. در چنین وضعیتی که قیمت معنی چندانی ندارد نظام سهمیه بندی مصرف بر بازار گاز روسیه حاکم است که در اصل همان نظام جیره بندی است (البته بازار آزادی نیز تعریف شده است که صنایع و نیروگاه ها می توانند گاز بیشتری را به قیمت های بالاتر نیز خریداری کنند). در چنین شرایطی عرضه گاز باید با تقاضا همخوان باشد و با توجه به آن که روسیه در دوران رشد اقتصادی قوی قرار دارد، افزایش چشم گیری می یابد مگر آن که افزایش قیمت شدیدی رخ دهد. طبق پیش بینی وزارت اقتصاد و دارایی، تقاضای داخلی گاز تا سال ۲۰۱۰ به میزان ۲۰ درصد افزایش می یابد.

افزایش تدریجی قیمت ها که مورد نظر مقامات روسیه است اگر به راستی انجام شود این رهیافت را به گونه چشم گیری تغییر می دهد. هدف کلی برابری قیمت داخلی گاز و قیمت های اروپا است به طوری که از سال ۲۰۱۱ به بعد در بخش صنعت و از سال ۲۰۱۳ به بعد در بخش خانگی این تعادل برقرار شود. طبق زمان بندی افزایش قیمت های کنترل شده گاز که در ۳۰ نوامبر ۲۰۰۶ تعیین شد قیمت ها در سال ۲۰۰۷ و ۲۰۰۸ به ترتیب ۱۵ و ۲۵ درصد افزایش می یابد. در سال ۲۰۰۹ قیمت ها باید در دو گام ۱۳ درصدی افزایش یابد و در سال ۲۰۱۰ نیز این افزایش در دو گام ۱۳ و ۱۲ درصدی صورت گیرد. البته دشوار بتوان گفت که در سال ۲۰۱۱ به طور دقیق چه قیمت هایی برقرار خواهد بود زیرا با توجه به آن که قیمت گاز در رابطه قیمت مورد استفاده در قراردادهای درازمدت با قیمت نفت تعیین می شود رهیافت همتراز کردن قیمت ها با قیمت های اروپا افزایش های چشم گیری می تواند به بار آورد.

در طرف تقاضا، این گونه تغییر قیمت ها انگیزه هایی اقتصادی پدید می آورد که برای ترغیب مصرف کننده به مصرف منطقی گاز لازم است و آهنگ رشد تقاضا را کند می کند. هم اکنون در طرح درازمدت انرژی روسیه، برای افزایش تقاضا برای گاز طبیعی تا سال ۲۰۲۰ رقم کمابیش ناچیزی در نظر گرفته شده است و میانگین رشد سالانه آن ۱٫۳ درصد در نظر گرفته شده است. در این صورت روسیه می تواند بدون آن که تولید گاز را افزایش چشم گیری بدهد هم نیازهای داخلی را تأمین کند و هم پاسخ گوی تعهدات قراردادی اش باشد.

در طرف عرضه نیز افزایش چشم گیر قیمت داخلی گاز می تواند تولید کنندگان مستقل (مانند نواتک و نورت گاز) و شرکت های نفت روسیه (سورگوتفتنگاز، روسنفت، TNK-BP و لوک اویل) را به تولید بیش تر تشویق کند. در حال حاضر به علت آن که پایین بودن قیمت های داخلی و انحصار صادرات در دست گازپروم این

قیمت‌های کنترل شده دولتی در بازار آزاد تأمین کرد). این گونه جیره‌بندی مبتنی بر کنترل مقداری به گازپروم امکان می‌دهد تا تعهدات قراردادی خود را برآورده کند، تعهداتی که با توجه به وضعیت بازار داخلی همچنان در خط مشی گازی این شرکت اولویت دارد (هرچند که گازپروم همواره از واگذار کردن منافع اش در بازار داخلی سرباز زده است). در این مسیر از زغال سنگ سوز کردن نیروگاه‌های گازسوز نیز حمایت می‌شود. با توجه به وضعیت کنونی اصلاحات و تردیدهایی که وجود دارد (به ویژه تردیدهای سیاسی) و هر گونه افزایش ناگهانی و چشم‌گیر در قیمت‌ها را نامحتمل می‌کند، این طرح بسیار محتمل است.

نتیجه‌گیری:

احتمال اعمال قدرت روسیه در بازار گاز اتحادیه اروپا، در حال حاضر نمی‌تواند تهدیدی واقعی باشد. نخست آن که بازار گاز اروپا در سیطره قراردادهای درازمدت است. دوم آن که روسیه در راهبردهای صادرات خود نه از ظرفیت اضافی برخوردار است نه از انعطاف‌پذیری لازم. دست کم به دو دلیل فقط در صورت افزایش چشم‌گیر قیمت‌ها در بازار داخلی است که گازپروم از ظرفیت اضافی و انعطاف‌پذیری برخوردار می‌شود. شکی نیست که اگر بازار داخلی سودآوری وجود داشته باشد گازپروم آسان‌تر می‌تواند فروش گاز در داخل و خارج را تنظیم کند و اتحادیه اروپا اولویت کنونی اش را از دست می‌دهد (استرن ۲۰۰۷). به این ترتیب گازپروم می‌کوشد در مورد قراردادهای انعطاف بیشتری به خرج دهد و کمتر به صورت خودکار به دفاع از قراردادهای درازمدت بپردازد و به سوی فروش‌های کوتاه‌مدت تمایل بیشتری نشان دهد. در عین حال چنین افزایش قیمت‌هایی تضمین می‌کند که ظرفیت تولید گازپروم به لطف کاهش تقاضا یا اقتصادی شدن توسعه میدان‌های متعدد آن قدر بالا باشد تا راهبردهای صادراتی انعطاف‌پذیر به گزینه مقبولی تبدیل شود (افزایش یا کاهش قیمت صادرات بر اساس شرایط بازار نقدی). در واقع با توجه به ظرفیت کنونی تولید گازپروم، خیلی نامحتمل می‌نماید که در زمینه صادرات فضای چندانی برای تحرک داشته باشد.

چنین تغییراتی می‌تواند به اعتبار این فکر که روسیه به اعمال قدرت در بازار اروپا خواهد پرداخت بیافزاید اما با توجه به وابستگی روسیه به درآمد حاصل از صادرات هیدروکربورها (و هم چنین تحولات بازارهای تک‌محموله‌ای اتحادیه اروپا) دشوار به نظر می‌رسد که در حال حاضر گازپروم از پس چنین کاری برآید.

شرکت‌ها را از صادرات به بازار اروپا بازمی‌دارد به محدودسازی تولیدشان گرایش دارند به طوری که در سال ۲۰۰۶ سهم‌شان از گاز تولیدی روسیه ۱۶ درصد بود. بنابراین در میان مدت توسعه پدانه میدان‌های گازی دارای ذخایر زیاد، مانند میدان‌های یامال، به خاطر هراس از عرضه بیش از حد گاز توجیه ندارد.

گازپروم بدون افزایش قیمت چه فضایی برای تحرک دارد؟

توسعه میدان‌های گازی یامال، که تولید در آن بی‌شک از سبیری غربی بسیار پرهزینه‌تر است افزایش تعرفه‌های داخلی گاز (و/یا «حفظ تقاضای گاز اروپا») را ضروری خواهد کرد. بدون افزایش عمده قیمت‌ها، بعید است که گازپروم بتواند در بازار داخلی بابت چنین سرمایه‌گذاری‌هایی به سود دست یابد. بنابراین حتی برای تأمین تقاضای داخلی هم توسعه این گونه میدان‌های گازی توجیه اقتصادی ندارد. بنابراین گازپروم دو راه در پیش رو دارد. نخست آن که مطمئن شود در کنار گاز تولیدی در روسیه به حجم زیادی گاز در آسیای مرکزی (ترکمنستان و قزاقستان) دسترسی دارد. روسیه برای سال ۲۰۰۸، برای خرید ۵۰ میلیارد متر مکعب گاز به قیمت ۱۰۰ دلار برای هر ۱۰۰۰ متر مکعب با ترکمنستان قرارداد بست. طبق قراردادی که گازپروم در سال ۲۰۰۳ با رییس‌جمهور ترکمنستان امضا کرده است، این واردات تا سال ۲۰۱۰ به ۸۰ میلیارد متر مکعب قابل افزایش است و تا سال ۲۰۲۸ قابل تمدید است. با امضای قرارداد بین روسیه، قزاقستان و ترکمنستان برای نوسازی شبکه خط لوله بین ترکمنستان و روسیه که از ازبکستان و قزاقستان می‌گذرد و همچنین ساخت لوله‌ای به موازات لوله نخست و در نهایت نوسازی خط لوله مرکز آسیای مرکزی اوضاع روشن‌تر می‌شود. دومین راه فراروی گازپروم سازماندهی بازار داخلی گاز است. برای مثال وقتی قیمت‌ها پایین است (برای مثال پایین‌تر از هزینه نهایی) گازپروم باید بکوشد فروش خود را به حداقل برساند (ساگن و تسیگانکوا، ۲۰۰۶) و بگذارد تا تولیدکنندگان مستقل از طریق بازارهای موازی کمبودها را برطرف کنند. به این ترتیب گازپروم می‌تواند بخشی از گازی را که در داخل می‌فروخت به خارج صادر کند. با توجه به ساختاری که بازار گاز روسیه دارد تنظیم مقادیر می‌تواند فرض واقع‌بینانه‌ای باشد. گازپروم می‌تواند با استفاده از نظام سهمیه‌بندی در زمینه جیره‌بندی به مذاکره با مصرف‌کنندگان بزرگ و بخش‌های صنعت و برق بپردازد (استرن ۲۰۰۶). (تمام تقاضاهای فراتر از سهمیه را می‌توان به قیمت‌های بالاتر از