

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский федеральный университет имени первого
Президента России Б.Н.Ельцина»

На правах рукописи

Корсунов Петр Петрович

**МЕТОДИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ ОЦЕНКИ И
ПЛАНИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ
ТОПЛИВНО-ЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством
(экономика, организация и управление предприятиями, отраслями,
комплексными: промышленность)

ДИССЕРТАЦИЯ

на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Научный руководитель

доктор экономических наук, доцент
Матвеева Татьяна Владимировна

Екатеринбург – 2017

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
Глава 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОПЛИВНО-ЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ	15
1.1. Трансформация теоретических подходов к обеспечению конкурентоспособности предприятия	15
1.2. Теоретический анализ инновационно ориентированных технологий обеспечения конкурентоспособности топливно-энергетических предприятий	29
1.3. Обеспечение конкурентоспособности топливно-энергетических предприятий на основе стратегии инновационно-инвестиционного управления	39
ГЛАВА 2. МЕТОДИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОПЛИВНО-ЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ	53
2.1 Аналитический обзор методов оценки конкурентоспособности предприятий	53
2.2. Методика оценки конкурентоспособности топливно-энергетических предприятий на основе динамического подхода	64
2.3. Анализ конкурентоспособности ПАО «Газпром» в сопоставлении с международными конкурентами	76
2.4. Анализ конкурентоспособности ПАО «Газпром» в сопоставлении с отечественными компаниями.....	95
ГЛАВА 3. ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОПЛИВНО- ЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ (НА ПРИМЕРЕ ПАО «ГАЗПРОМ»)).....	110
3.1. Оценка и анализ конкурентоспособности ПАО «Газпром» на основе модификации динамического метода.....	110
3.2. Методика оценки инновационной активности ПАО «Газпром»	127

3.3. Система показателей оценки факторов, влияющих на конкурентоспособность топливно-энергетических предприятий	147
3.4. Формирование системы планирования конкурентоспособности ПАО «Газпром» на основе экономико-математического моделирования	167
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	181
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	184
ПРИЛОЖЕНИЕ 1. Трактовка понятия конкуренции в трудах исследователей ...	203
ПРИЛОЖЕНИЕ 2. Подходы к определению понятия конкурентоспособности предприятия в трудах исследователей	206
ПРИЛОЖЕНИЕ 3. Показатели выручки и прибыли крупнейших международных компаний по отчетности МСФО	211
ПРИЛОЖЕНИЕ 4. Показатели выручки и прибыли крупнейших российских компаний по отчетности МСФО	213
ПРИЛОЖЕНИЕ 5. Основные экономические показатели деятельности сопоставляемых конкурентов.	216
ПРИЛОЖЕНИЕ 6. Показатели конкурентоспособности ПАО «Газпром»	218
ПРИЛОЖЕНИЕ 7. Основные экономические показатели деятельности ПАО «Газпром»	220
ПРИЛОЖЕНИЕ 8. Основные финансовые показатели ПАО «Газпром»	222
ПРИЛОЖЕНИЕ 9. Акты внедрения	224

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. В современных условиях развития экономики в результате процессов глобализации на мировом рынке доминируют крупнейшие транснациональные корпорации и компании, деятельность которых во многом определяет экономическое положение отдельных стран. Для российской экономики такую роль играют крупнейшие отечественные компании, в частности предприятия топливно-энергетического комплекса.

От результатов деятельности таких компаний зависит не только положение дел в соответствующих отраслях промышленного производства, но и в целом самочувствие народного хозяйства. Естественно, что таким компаниям уделяется особое внимание. Поскольку компании являются публичными, и их ценные бумаги котируются на российских и иностранных фондовых рынках, сотни лучших аналитиков ведущих инвестиционных домов, финансовых институтов и рейтинговых агентств в режиме реального времени отслеживают и анализируют любую информацию об их финансово-хозяйственной деятельности.

Некоторые исследователи считают, что лучшим отражением конкурентоспособности хозяйствующего субъекта является динамика котировок его ценных бумаг. Вместе с тем, котировки акций могут не отражать конкурентоспособность предприятия, поскольку волатильность котировок зачастую обусловлена конъюнктурными факторами (геополитическими, спекулятивными и т. п.). Таким образом, можно утверждать, что колебания котировок ценных бумаг компании в большей степени обусловлены изменениями ожиданий участников рынка ценных бумаг относительно её инвестиционной привлекательности, что далеко не всегда совпадает с действительным изменением конкурентного потенциала компании.

В отличие от спекулятивных факторов оценка конкурентоспособности (КСП) предполагает учет сугубо «глубинных», содержательных параметров финансово-хозяйственной деятельности исследуемого предприятия. Именно такая

оценка, «очищенная» от геополитической и прочих компонент, и составляет основное содержание настоящей работы.

Поскольку подобного рода работ, на наш взгляд, крайне недостаточно, можно констатировать, что исследование, посвященное оценке и всестороннему анализу конкурентоспособности топливно-энергетических предприятий страны на примере ПАО «Газпром», а также выявлению факторов, обуславливающих динамику конкурентного положения указанных предприятий, представляется весьма актуальным.

Степень разработанности проблемы. Различные аспекты конкуренции и конкурентоспособности субъектов рыночной экономики составляли предмет пристального внимания многих ученых-исследователей. Так, основы теории конкуренции и формирования конкурентных преимуществ хозяйствующих субъектов были заложены в трудах зарубежных ученых А. Смита и Д. Рикардо и продолжены в работах А. Курно, Дж.М. Кларка, А. Маршалла, У. Джевонса, Дж. Робинсон, Ф. Найта, Э. Чемберлина, Б. Олина, Э. Хекшера, Д. Кейнса, Р. Харрода, Й. Шумпетера, Ф. Хайека, М. Портера и многих других ученых.

Среди отечественных ученых вопросам конкуренции, а также обеспечения и управления конкурентоспособностью компаний посвящены работы С. Авдашевой, Г. Азоева, М. Беста, Е. Горбашко, Н. Комкова, В. Криворотова, Е. Кузнецовой, Ю. Савельева, Л. Чайниковой, А. Юданова и других.

Методологические основы формирования конкурентных преимуществ, оценки конкурентоспособности предприятий и пути ее приращения рассматриваются в работах Т. Адаевой, Р. Бургановой, Д. Воронова, М. Гельвановского, О. Иовлева, И. Костина, А. Кроткова, М. Манвеляна, Е. Млотока, В. Мошнова, Ю. Перского, Л. Родионовой, Т. Ступиной, Х. Фасхиева, В. Швеца, Н. Яшина и ряда других ученых-исследователей.

Планирование и прогнозирование стратегического развития социально-экономических систем в аспекте управления конкурентоспособностью нашли свое отражение в трудах И. Ансоффа, В. Верхоглазенко, С. Важенина, А.

Демченко, И. Ершовой, П. Забелина, А. Ивахненко, В. Катькало, Г. Клейнера, П. Петрова, Р. Фатхутдинова, Д. Ханка.

Вопросы инновационного развития хозяйствующих субъектов и оценки их инновационной привлекательности исследуются в трудах Г. Бутко, Е. Вайсман, Т. Мухиной, А. Пригожина, А. Татаркина, А. Тычинского, А. Трифиловой, С. Шевченко и др.

Несмотря на обилие представленных работ, составляющих базу исследования конкуренции и конкурентоспособности хозяйствующих субъектов, на наш взгляд, остается нерешенным ряд методических проблем оценки и планирования конкурентоспособности современных российских предприятий, связанных, главным образом, с обеспечением комплексности и глубины проводимой оценки, а также учетом факторов инновационного развития промышленного предприятия. Это явилось основанием для выбора темы настоящего диссертационного исследования, определив ее цель и задачи.

Цель диссертационного исследования состоит в разработке методического инструментария оценки и планирования конкурентоспособности топливно-энергетических предприятий, направленного на формирование стратегии их развития.

Для достижения поставленной цели диссертационного исследования потребовалось решить следующие **задачи**:

- исследовать подходы к трактовке конкурентоспособности промышленных предприятий и разработать их классификацию, опираясь на содержательную сторону этого понятия;
- сформировать научно-методический подход к исследованию, оценке и планированию конкурентоспособности промышленных предприятий;
- разработать методику оценки конкурентоспособности промышленных предприятий, комплексно учитывающую различные стороны их производственно-хозяйственной деятельности с учетом широкого спектра факторов;
- сформировать систему показателей оценки факторов, влияющих на конкурентоспособность промышленных предприятий, и разработать логическую

схему построения системы планирования конкурентоспособности промышленных предприятий на основе экономико-математического моделирования.

Объектом исследования являются отечественные предприятия топливно-энергетической отрасли промышленности.

Предмет исследования. Экономические отношения, возникающие между предприятиями топливно-энергетического комплекса в процессе их конкурентного взаимодействия.

Область исследования соответствует следующим пунктам Паспорта специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством» (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами: промышленность): 1.1.1. Разработка новых и адаптация существующих методов, механизмов и инструментов функционирования экономики, организации и управления хозяйственными образованиями в промышленности; 1.1.4. Инструменты внутрифирменного и стратегического планирования на промышленных предприятиях, отраслях и комплексах; 1.1.15. Теоретические и методологические основы эффективности развития предприятий, отраслей и комплексов народного хозяйства; 1.1.19. Методологические и методические подходы к решению проблем в области экономики, организации управления отраслями и предприятиями топливно-энергетического комплекса.

Теоретической и методической основой исследования явились фундаментальные и прикладные работы отечественных и зарубежных ученых по вопросам теории, методологии и практики исследования конкурентоспособности и методов ее оценки и обеспечения, а также по проблемам инновационного развития топливно-энергетической отрасли. В исследовании использованы методы логического и системного подходов, многокритериальной оценки, статистического анализа, экспертных оценок, экономико-математического моделирования, индикативного планирования и другие методы.

Информационную базу исследования составили данные Федеральной службы государственной статистики; рейтинги крупнейших топливно-

энергетических компаний, публикуемые ведущими отечественными и зарубежными экономическими изданиями: Forbes-200, Эксперт-600, РБК-500, Platts-250; прогнозы социально-экономического развития России, разрабатываемые Минэкономразвития РФ, материалы информационных ресурсов сети Internet; экономической и бухгалтерской отчетности предприятий, аналитические материалы топливно-энергетических предприятий, авторские разработки по исследуемым проблемам.

Основные научные и практические результаты, полученные лично автором:

1. Рассмотрен генезис научно-методических подходов к исследованию конкурентоспособности хозяйствующих субъектов, разработана авторская классификация подходов к трактовке конкурентоспособности предприятия, учитывающая сферу ее проявления, и обоснована трактовка конкурентоспособности промышленных предприятий как способности вести экономически эффективную деятельность с учетом применения инновационно ориентированных технологий развития.

2. Проведен аналитический обзор методических подходов к оценке конкурентоспособности предприятий, сделан выбор в пользу подхода, оценивающего конкурентоспособность хозяйствующего субъекта в динамике, и на его основе осуществлена оценка и произведен сравнительный анализ уровня конкурентоспособности ПАО «Газпром» в сопоставлении с мировыми и отечественными конкурентами.

3. Предложена авторская методика оценки уровня конкурентоспособности промышленного предприятия, учитывающая операционную эффективность его деятельности, стратегическое позиционирование и показатели финансовой устойчивости. Установлено, что использование модифицированной математической модели предлагаемого метода оценки конкурентоспособности позволяет повысить достоверность оценки конкурентного статуса ПАО «Газпром» в условиях финансовой нестабильности.

5. Усовершенствована методика оценки инновационной активности предприятия, базирующаяся на определении показателей обеспеченности интеллектуальной собственностью, инновационного роста, освоения новой техники и новой продукции, а также анализе возможностей компании по улучшению показателей инновационной активности с точки зрения финансирования инновационных проектов.

6. Предложена систематизация показателей, отображающих воздействие факторов повышения конкурентоспособности предприятий, и разработана логическая схема построения системы планирования конкурентоспособности промышленных предприятий на основе экономико-математических моделей, отражающих зависимость уровня конкурентоспособности от ключевых показателей деятельности. Дана прогнозная оценка повышения конкурентоспособности ПАО «Газпром» в результате реализации целевых мероприятий.

Научная новизна работы:

1. Дополнены теоретические основы исследования конкурентоспособности промышленного предприятия за счет разработки оригинальной классификации трактовок понятия конкурентоспособности, которая опирается на сферу ее проявления, и формулировки авторской трактовки конкурентоспособности промышленного предприятия, отличающейся от известных учетом применения инновационно ориентированных технологий развития. Указанные разработки создают теоретико-методологическую основу исследования, оценки и обеспечения конкурентоспособности промышленных предприятий, позволяя выстраивать стратегию их развития (п. 1.1.15. Паспорта ВАК).

2. Развита методический подход к оценке конкурентоспособности промышленного предприятия и разработана методика оценки ее уровня, которая отличается от традиционной введением в математическую модель показателей финансовой устойчивости промышленного предприятия, отражающих уровень ликвидности, что позволяет давать более объективную количественную оценку

конкурентоспособности компаний для ведения плано-аналитической работы (п.1.1.1. Паспорта ВАК).

3. Усовершенствована методика оценки инновационной активности промышленных предприятий, особенностью которой является агрегация показателей инновационной деятельности и финансово-инвестиционных возможностей, позволяющая выстраивать инновационную программу их развития (п. 1.1.19. Паспорта ВАК).

4. Разработана логическая схема построения системы планирования конкурентоспособности промышленного предприятия, базирующаяся на моделировании зависимости ее уровня от финансово-экономических показателей деятельности, что позволяет давать прогнозные оценки повышения конкурентоспособности предприятий в результате осуществления целевых мероприятий (п.1.1.4. Паспорта ВАК).

Теоретическая и практическая значимость исследования выражается в возможности использования полученных научных результатов для решения теоретических и практических задач по оценке, обеспечению и планированию конкурентоспособности предприятий топливно-энергетической промышленности.

В работе предложена классификация подходов к трактовке конкурентоспособности предприятия с позиций сферы ее проявления. Обоснована трактовка конкурентоспособности промышленных предприятий как способности вести экономически эффективную деятельность с использованием инновационно ориентированных технологий развития. Предложена методика оценки уровня конкурентоспособности промышленных предприятий на основе развития динамического метода. Усовершенствована методика оценки инновационной активности предприятий, агрегирующая показатели инновационной деятельности и финансово-инвестиционных возможностей. Предложена систематизация показателей оценки факторов, влияющих на конкурентоспособность промышленных предприятий. Разработана логическая схема построения системы планирования конкурентоспособности на основе экономико-математического

моделирования и показаны возможности ее реализации на примере ПАО «Газпром».

Основные научные положения и результаты, выносимые на защиту

1. Дополнены теоретические основы исследования конкурентоспособности промышленного предприятия за счет разработки оригинальной классификации трактовок понятия конкурентоспособности, которая опирается на сферу ее проявления, и формулировки авторской трактовки конкурентоспособности промышленного предприятия, отличающейся от известных учетом применения инновационно ориентированных технологий развития. Указанные разработки создают теоретико-методологическую основу исследования, оценки и обеспечения конкурентоспособности промышленных предприятий, позволяя выстраивать стратегию их развития (п. 1.1.15. Паспорта ВАК).

2. Развита методический подход к оценке конкурентоспособности промышленного предприятия и разработана методика оценки ее уровня, которая отличается от традиционной введением в математическую модель показателей финансовой устойчивости промышленного предприятия, отражающих уровень ликвидности, что позволяет давать более объективную количественную оценку конкурентоспособности компаний для ведения плано-аналитической работы (п.1.1.1. Паспорта ВАК).

3. Усовершенствована методика оценки инновационной активности промышленных предприятий, особенностью которой является агрегация показателей инновационной деятельности и финансово-инвестиционных возможностей, позволяющая выстраивать инновационную программу их развития (п. 1.1.19. Паспорта ВАК).

4. Разработана логическая схема построения системы планирования конкурентоспособности промышленного предприятия, базирующаяся на моделировании зависимости ее уровня от финансово-экономических показателей деятельности, что позволяет давать прогнозные оценки повышения конкурентоспособности предприятий в результате осуществления целевых мероприятий (п.1.1.4. Паспорта ВАК).

Обоснованность и достоверность результатов исследования

подтверждается:

- всесторонним анализом существующих подходов к исследованию, оценке и обеспечению конкурентоспособности промышленных предприятий;
- использованием системного подхода как основного подхода к исследованию и планированию конкурентоспособности ПАО «Газпром»;
- применением совокупности методов исследования, включающей методы маркетингового исследования, экспертных оценок, статистического анализа, расчетно-прогностического и экономико-математического моделирования;
- комплексным учетом различных факторов оценки, обеспечения и планирования, определяющих конкурентоспособность промышленных предприятий;
- использованием данных государственной и ведомственной статистики, а также данных отчетности топливно-энергетических предприятий;
- практическим внедрением разработок автора на топливно-энергетических предприятиях, в организациях высшего профессионального образования, в органах исполнительной власти субъектов Российской Федерации.

Апробация результатов исследования. Основные положения и результаты диссертационного исследования были представлены в научных докладах на 10 международных и всероссийских научно-практических конференциях, в том числе: X Международная конференция «Российские регионы в фокусе перемен», 12-14 ноября 2015 г., г. Екатеринбург; V международный научно-практический форум «Эффективные системы менеджмента – гарантии устойчивого развития», 25-27 февраля 2016 г., г. Казань; Международная научно-практическая конференция «Глобализация и интеграция традиционной и инновационной науки в современном мире», 23-24 сентября 2016 г., г. Санкт-Петербург; Международная научно-практическая конференция «Инновационные исследования: проблемы внедрения результатов и направления развития», 13 октября 2016 г., г. Омск; Международная конференция «Научные исследования и разработки в эпоху глобализации», 25 ноября 2016г., г. Пермь.

Результаты и практические рекомендации диссертационного исследования внедрены и использованы в деятельности ПАО «Газпром» и Министерстве экономики Свердловской области при разработке «Стратегии социально-экономического развития Свердловской области на период до 2030 года».

Материалы диссертационного исследования внедрены в учебный процесс в Уральском государственном горном университете при разработке учебных программ подготовки бакалавров и магистров по направлениям подготовки 080100 – Экономика и 080200 – Менеджмент.

Основные публикации по теме диссертации. По теме диссертационного исследования опубликована 21 работа общим объемом 30,83 п.л. / 12,42 п.л. (авт.), из них 8 статей объемом 5,88 п.л./ 3,82 п.л. (авт.) в рецензируемых научных журналах, рекомендованных ВАК России, и 2 коллективные монографии общим объемом 21,25 п.л. /5,78 п.л. (авт.).

Структура и объем диссертации. Диссертационная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы из 201 источника и 9 приложений. Основное содержание работы изложено на 202 страницах и включает 39 рисунков и 33 таблицы.

Во введении обоснованы актуальность и значимость темы исследования; определены цель, задачи, объект и предмет исследования; представлены научная новизна, практическая значимость и апробация результатов.

В первой главе «Теоретические основы обеспечения конкурентоспособности топливно-энергетических предприятий» проведено исследование теоретических подходов к трактовке конкурентоспособности предприятий с позиций сферы ее проявления. Разработана авторская классификация подходов к трактовке конкурентоспособности промышленного предприятия. Обоснована трактовка конкурентоспособности промышленных предприятий как способности вести экономически эффективную деятельность с использованием инновационно ориентированных технологий развития, обеспечивающей их конкурентоспособность на основе стратегии инновационно-инвестиционного управления.

Во второй главе «Методический инструментарий оценки конкурентоспособности топливно-энергетических предприятий» проведен аналитический обзор подходов и методов оценки конкурентоспособности промышленных предприятий, сделан выбор в пользу так называемого динамического подхода к такой оценке, с использованием указанного подхода осуществлена оценка и произведен анализ конкурентоспособности ПАО «Газпром» в сопоставлении с международными и отечественными конкурентами.

В третьей главе «Обеспечение конкурентоспособности топливно-энергетических предприятий (на примере ПАО «Газпром»)» даны методические и практические рекомендации по применению авторских разработок. Предложена модификация методического подхода к оценке конкурентоспособности предприятий, на основе которого осуществлена оценка и проведен анализ конкурентоспособности ПАО «Газпром» в сопоставлении с ведущими отечественными конкурентами. Усовершенствована методика и дана оценка инновационной активности предприятия на примере ПАО «Газпром». Приведена систематизация показателей оценки факторов, влияющих на конкурентоспособность предприятий. Предложена логическая схема построения системы планирования конкурентоспособности промышленного предприятия с использованием экономико-математического моделирования и приведен расчет прогнозного уровня конкурентоспособности ПАО «Газпром» при осуществлении намеченных мероприятий.

Глава 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОПЛИВНО- ЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

1.1. Трансформация теоретических подходов к обеспечению конкурентоспособности предприятия

Учитывая, что без понимания сущности конкуренции невозможно переходить к исследованию и оценке конкурентоспособности хозяйствующих субъектов, первоначально обратимся к анализу литературных источников, посвященных изучению явления конкуренции.

Конкуренция является объектом внимания как зарубежных, так и отечественных ученых на протяжении более чем двухсотлетнего периода. Она является одной из фундаментальных экономических категорий, теоретические основы которой были заложены ещё в XVIII веке в трудах ярких представителей классической политической экономии [6, 15, 43, 62, 76, 93, 90, 102, 113-115, 121, 137, 139, 162, 168, 175, 179, 180-186]. При этом в работах исследователей встречается множество трактовок понятия конкуренции, всё многообразие которых можно свести к трем основным подходам к исследованию данного понятия (Приложение 1): поведенческому, структурному и функциональному.

Теоретики **поведенческого подхода**, к которым относятся А. Смит [137] и Д. Риккардо [120], а также А. Маршалл [93] и К. Маркс [92], концентрируют свое внимание на исследовании методов конкурентной борьбы, принципов выбора стратегии поведения хозяйствующих субъектов в условиях соперничества за экономические блага. Конкуренция рассматривается как борьба между участниками рынка за получение более выгодных в сравнении с другими субъектами экономической деятельности условий приобретения ресурсов и продажи товаров в целях максимизации получаемой компаниями прибыли, обеспечивающая действие механизма рыночного ценообразования.

Вместе с тем, экономисты в рамках данного подхода базируются свои исследования на том, что большинство благ, включая производимые товары и используемые ресурсы, являются редкими, то есть потенциальные потребности общества превышают количество этих благ. Именно поэтому собственники благ получают возможность распоряжаться ими таким образом, чтобы максимизировать свои выгоды.

Американский экономист М. Портер также рассматривает конкуренцию с точки зрения поведенческого подхода, определяя ее как «динамичный и развивающийся процесс, непрерывно меняющийся ландшафт, на котором появляются новые товары, новые пути маркетинга, новые производственные процессы и новые рыночные сегменты». Важнейшей заслугой М. Портера является то, что он в отличие от своих предшественников предложил рассматривать конкуренцию не в статике, а в динамике – как состояние взаимодействия пяти сил, определяющих условия, в которых функционирует каждый конкретный рынок [182].

В работах сторонников **структурного подхода**, получившего развитие в XIX–XX веках благодаря исследованиям Дж. Робинсон [121], Э. Чемберлина [162], Дж. Кейнса [64], А. Курно [178], Ф. Эджуорта [179], Ф. Найта [101] и других крупных ученых, в центре внимания находится уже не соперничество между субъектами рыночных отношений, а изучение структуры рынка и оценка возможности отдельных компаний оказывать влияние на механизм ценообразования в масштабах всего рыночного пространства. В случае, если такая возможность отсутствует, рынок характеризуется совершенной конкуренцией, на нем действует множество конкурирующих компаний, отсутствуют барьеры для входа и выхода, а неценовые методы борьбы не используются. В противоположном случае, можно говорить о рынке несовершенной конкуренции, имеющем три разновидности: монополистическая конкуренция, олигополия и чистая монополия. Каждая из указанных разновидностей характеризуется все большим сокращением числа участников

рынка и, как следствие, снижением силы конкурентной борьбы, а также ростом ограничений для входа на рынок новых игроков.

Функциональный подход к исследованию конкуренции характерен для работ таких известных экономистов, как Й. Шумпетер [168], Ф. Хайек [155], И. Кирцнер [66], Дж. М. Кларк [177], рассматривающих конкуренцию как неотъемлемую характеристику рынка, играющую важнейшую роль в развитии экономики. Так, конкуренция позволяет оценить эффективность реализации тех или иных управленческих решений, способствует развитию новаторства во всех сферах экономики: производственной, научно-технической, организационной и других.

Российские ученые, наряду с зарубежными, также проявляют существенный интерес к изучению явления конкуренции [2, 3, 10, 14, 82, 99, 115, 137, 139, 152, 154, 170, 171, 182, 186]. Среди наиболее значимых можно выделить работы С. Авдашевой [1], Г. Азоева [3], И. Спиридонова [138], Р. Фатхутдинова [150-152], А. Юданова [169]. Отечественные авторы в большинстве своем отдают предпочтение поведенческому подходу, понимая под конкуренцией борьбу предприятий, заинтересованных в достижении одной цели – получении наибольшей прибыли путем завоевания ограниченного объема платежеспособного спроса потребителей. Вместе с тем, отдельными исследователями, в частности Р. Фатхутдиновым, делаются попытки сформировать комплексное определение конкуренции, учитывающее базовые положения как поведенческого, так и функционального и структурного подходов.

Анализ трудов ведущих экономистов, посвятивших свои работы формированию и изучению теории конкуренции, демонстрирует отсутствие общепризнанного определения исследуемого понятия [42, 44, 81, 85, 129, 143, 144, 153, 154, 162, 169]. Вместе с тем, необходимо заметить, что рассмотренные определения, сгруппированные в рамках трех подходов, не противоречат и не взаимно исключают друг друга. Это еще раз подтверждает справедливость поддерживаемого многими исследователями тезиса о том, что конкуренция

является многоаспектным системным понятием, которое требует рассмотрения с различных сторон.

Однако в рамках настоящей работы наше внимание направлено на изучение взаимоотношений отдельных предприятий, действующих в условиях постоянного рыночного соперничества за ресурсы и спрос на продукцию со стороны потребителей, в связи с чем в целях дальнейшего исследования представляется наиболее логичной и обоснованной поведенческая трактовка понятия конкуренции. Таким образом, главными и неотъемлемыми составляющими определения понятия конкуренции являются следующие [81]:

- конкуренция представляет собой соперничество хозяйствующих субъектов на рынке в целях завоевания более выгодных условий производства и сбыта товаров;
- соперничество происходит в условиях ограниченности экономических ресурсов;
- конкурирующие хозяйствующие субъекты действуют в рамках законодательства либо в естественных условиях;
- конечной целью борьбы с точки зрения рыночной экономики является получение максимальной прибыли.

Понимание структуры механизма рыночной конкуренции невозможно без определения основных движущих сил конкурентной борьбы. Наиболее комплексно данный вопрос раскрыт в работах американского экономиста М. Портера – автора ранее упомянутой концепции пяти сил конкуренции, позволяющей произвести глубокий анализ конкурентной ситуации на рассматриваемом рынке. М. Портер указывает на то, что в конкурентной борьбе участвуют не только непосредственные фирмы-соперники, но и поставщики, потребители, потенциальные участники рынка и товары-заменители. Исходя из этого, в состав представленной им модели пяти сил конкуренции входят: соперничество существующих конкурентов, экономический потенциал поставщиков и потребителей, угроза вторжения на рынок новых фирм и продуктов-субститутов [182].

Анализ обозначенных сил конкуренции позволяет определить факторы, оказывающие наибольшее влияние на ключевые показатели деятельности компании – прибыльность, уровень расходов и капиталовложений с учетом особенностей конкретной отрасли, определяющие в итоге стоимость товаров, предлагаемых фирмой на рынке.

Соперничество между действующими в отрасли компаниями рассматривается М. Портером в качестве главной конкурентной силы. Существующие конкуренты ставят целью улучшить свое положение на рынке, используя при этом методы ценовой и неценовой борьбы. Наиболее значимыми факторами, определяющими степень интенсивности и остроты конкуренции между действующими в отрасли хозяйствующими субъектами, являются:

- количество фирм-конкурентов, их размер и потенциал оказывать влияние на рынок в целом;
- степень однотипности и унифицированности товаров, предлагаемых конкурентами;
- динамика спроса на продукцию со стороны потребителей, их возможность с минимальными затратами отказаться от продукции одной компании в пользу товаров, предлагаемых конкурентами;
- степень удовлетворенности конкурирующих субъектов текущими позициями на рынке и их активности по улучшению этих позиций;
- величина затрат, необходимых для выхода компаний из отрасли, и соотношение этих затрат с величиной расходов на поддержание конкурентных позиций в этой отрасли.

Компании, которые стремятся выйти на определенный сегмент рынка, одновременно получив доступ к ограниченным ресурсам и потребительскому спросу, создают угрозу для действующих на данном рынке хозяйствующих субъектов. Тем самым они вынуждают уже функционирующие в отрасли фирмы создавать барьеры для входа на рынок новых конкурентов, а также сталкиваются с влиянием иных объективных факторов, препятствующих свободному входу на рынок.

В значительной мере обострить конкурентную борьбу в отрасли способна угроза появления товаров-заменителей, привлекающих потребителей низкой ценой или лучшим качеством и эксплуатационными характеристиками, а также не требующих от покупателей больших затрат на изменение потребительских предпочтений с традиционных продуктов на их более привлекательные аналоги. Подобная угроза заставляет участников отрасли совершенствовать выпускаемую продукцию, расширять маркетинговую деятельность, одновременно сокращая общий уровень издержек производства в целях установления конкурентной цены товаров.

Наконец, ощутимое влияние на баланс сил в отрасли могут оказывать поставщики, способные диктовать свои условия производителям и потребители, обладающие возможностью требовать от производителей снижения цен и повышения качества продукции.

Важнейший вывод, который делает М. Портер, заключается в том, что острая конкуренция увеличивает издержки хозяйствующих субъектов, действующих на рынке и, соответственно, уменьшает величину их прибыли. Иными словами, чем большее воздействие конкурентные силы оказывают на положение дел в отрасли, тем менее она привлекательна для компаний с позиций возможности обеспечения высокой рентабельности развиваемого бизнеса.

Определив сущностные характеристики понятия конкуренции, можно перейти к изучению конкурентоспособности. Учитывая, что формирование и поддержание предприятием комплекса конкурентных преимуществ является основой его конкурентоспособности в рыночных условиях, дальнейшее исследование феномена конкурентоспособности невозможно без детального изучения вопросов, связанных с эволюцией теории конкурентных преимуществ [16, 17, 21, 40, 41, 59, 72, 114, 115, 143, 144, 157, 161, 162, 180, 182-184].

Первые научные основы в области исследования конкурентных преимуществ предприятий в мировом масштабе были заложены А. Смитом в рамках предложенной им теории «абсолютных преимуществ» [137]. По его

мнению, главным конкурентным преимуществом страны в международной торговле является более низкий уровень издержек на производство определенной продукции в сравнении со странами-партнерами. Фактически, А. Смит рассматривал международную торговлю как отношения между обычными хозяйствующими субъектами, подчеркивая, что обмен для покупателя выгоден в том случае, если при обмене покупатель уплачивает сумму меньшую, чем та, которую он потратил бы на производство этого же товара.

Впоследствии Д. Рикардо развил теорию А. Смита, трансформировав ее в теорию «сравнительных преимуществ» [120]. Так, он считал, что если стране выгодно экспортировать несколько товарных групп, ей следует сосредоточиться на продаже только той продукции, которая производится с максимальной эффективностью и реализация которой обеспечивает наибольшую выгоду.

В середине XIX века благодаря исследованиям Э. Хекшера и Б. Олина [104] была сформирована теория соотношения факторов производства. Согласно данной теории страны в процессе международной торговли концентрируются на экспорте продукции, для производства которой применяются факторы (земля, природные ресурсы, рабочая сила, капитал), которые имеются у страны в избытке. Главным недостатком теории факторов производства является ее исходное условие о сопоставимом уровне технологического развития стран, которое ни в коей мере не соответствовало действительному положению дел, а также полностью исключало из рассмотрения и оценки технологический фактор.

В XX веке был разработан целый ряд новых теорий конкурентных преимуществ. При этом необходимо отметить, что большинство из них акцентируют внимание на одном или нескольких из множества факторов конкурентоспособности хозяйствующих субъектов. Так, Р. Кейвис [175] считает, что конкурентные преимущества компаний определяются, в первую очередь, факторами спроса и предложения, Д. Кейнс [64] и Р. Харрод [158] выделяют в качестве главенствующего фактора государственного протекционизма в экономике, П. Друкер [47], Ф. Хайек [155], И. Ансофф [171] подчеркивают значимость уникальных и универсальных инструментов стратегического

управления и человеческого фактора, Ж. Вальтер [23], П. Сенге [133] и В. Катъкало [63] видят конкурентное преимущество в интеллектуальном потенциале предприятия, Ф. Селзник [188], Э. Пенроуз [181] и А. Чандлер [176] усматривают конкурентное преимущество компании в скоординированности и организованности внутрифирменных производственных и человеческих ресурсов, У. Оучи [106], Э. Деминг [38], М. Хаммер и Дж. Чампи [156] исследуют конкурентные преимущества с позиции их организационно-управленческой природы, Г. Хамел, К. Прахалад [180], Д. Коллис и С. Монтомери [70] понимают под конкурентными преимуществами уникальные компетенции организации.

По нашему мнению, конкурентоспособность хозяйствующего субъекта определяется множеством специфических факторов, комбинация которых является индивидуальной для каждого конкретного предприятия в определенной ситуации. Именно такой позиции придерживается американский экономист М. Портер [182], который в своей теории выделяет четыре главных детерминанта конкурентных преимуществ, находящихся в постоянном тесном взаимодействии друг с другом:

- стратегия, структура и соперничество хозяйствующих субъектов;
- родственные, поддерживающие и смежные отрасли;
- параметры факторов производства;
- параметры спроса.

Первая группа детерминантов конкурентных преимуществ характеризует специфические особенности организации и управления деятельностью предприятия в условиях острой конкурентной борьбы с учетом особенностей конкретной местности. Сильные местные конкуренты вынуждают предприятие повышать эффективность, улучшать качество продукции, снижать цены, искать новые конкурентные решения.

Большую роль в создании и укреплении конкурентных преимуществ компаний играют родственные предприятия, выпускающие продукцию в рамках единой технологической цепочки, а также поддерживающие предприятия, обеспечивающие возможность развития компании благодаря своевременным

поставкам, постоянному обмену идеями и особым условиям предоставления различных факторов производства. Формирование тесных деловых связей с родственными и поддерживающими хозяйствующими субъектами, обладающими высокой конкурентоспособностью, повышает динамику внедрения инноваций в производство, что является основой для достижения компанией дополнительных конкурентных преимуществ.

Вместе с тем, первостепенное значение при формировании конкурентных преимуществ предприятий имеет наличие факторов производства, которые М. Портер подразделил на исторические (природные, людские ресурсы) и развитые (ресурсы знаний, капитал, инфраструктура). При этом дефицит исторических (основных) факторов, как правило, является толчком и стимулом для совершенствования развитых факторов, что, в конечном счете, приводит к активизации инновационной деятельности и росту эффективности производства.

Наконец, четвертым детерминантом являются условия спроса, характеризующиеся его величиной и структурой, скоростью и динамикой его изменения, степенью насыщенности внутреннего рынка, требовательностью покупателей и посредников. Компании получают конкурентные преимущества в том случае, если анализ параметров спроса дает им возможность получить информацию о возникновении покупательских потребностей в определенной отрасли раньше и точнее, нежели их конкурентам.

Дополнительно к четырем обозначенным детерминантам следует выделить еще два фактора, оказывающих значительное влияние на уровень конкурентоспособности предприятий, действующих в той или иной отрасли – это случайные, трудно прогнозируемые события (научные открытия, войны) и политические решения правительства.

В настоящее время теория М. Портера является общепризнанной в широких кругах теоретиков и практиков, занимающихся вопросами конкурентоспособности предприятий, однако эту теорию нельзя назвать безальтернативной и не имеющей слабых звеньев. Ее основным «узким местом» является тот факт, что М. Портер изучает конкурентоспособность предприятия в

разреze конкурентоспособности выпускаемой им продукции. В то же время, многие исследователи, на наш взгляд, справедливо отмечают, что конкурентоспособность хозяйствующего субъекта недопустимо сводить к конкурентоспособности его продукции, и рассматривают ее с точки зрения эффективности деятельности компании, выбранной ее руководством бизнес-модели или возможности успешно конкурировать с другими участниками рыночных отношений и расширять занимаемую долю рынка.

Все многообразие трактовок понятия конкурентоспособность предприятия автор предлагает систематизировать в разреze **пяти основных походов**. Ключевой характеристикой исследуемого понятия и главным критерием предлагаемой классификации (рисунок 1.1) определена сфера проявления конкурентоспособности хозяйствующего субъекта. Исходя из такой логики, конкурентоспособность предприятия в определениях зарубежных и отечественных исследователей (Приложение 2) находит выражение в:

- способности вести экономически эффективную деятельность;
- способности производить конкурентоспособную продукцию;
- способности конкурировать, то есть создавать и удерживать конкурентные преимущества;
- способности реализовать эффективную бизнес-модель;
- способности сохранять или улучшать положение на рынке.

Сторонники первого подхода трактуют понятие конкурентоспособности предприятия как эффективность использования хозяйствующим субъектом ограниченных экономических ресурсов, достигаемую за счет применения современных производственных, маркетинговых, организационно-управленческих инструментов, а также как способность приносить собственникам фирмы прибыль не ниже определенного уровня. При этом наиболее емкими представляются определения, в которых подчеркивается необходимость сопоставления показателей эффективности деятельности исследуемого предприятия с аналогичными показателями эффективности конкурентов.

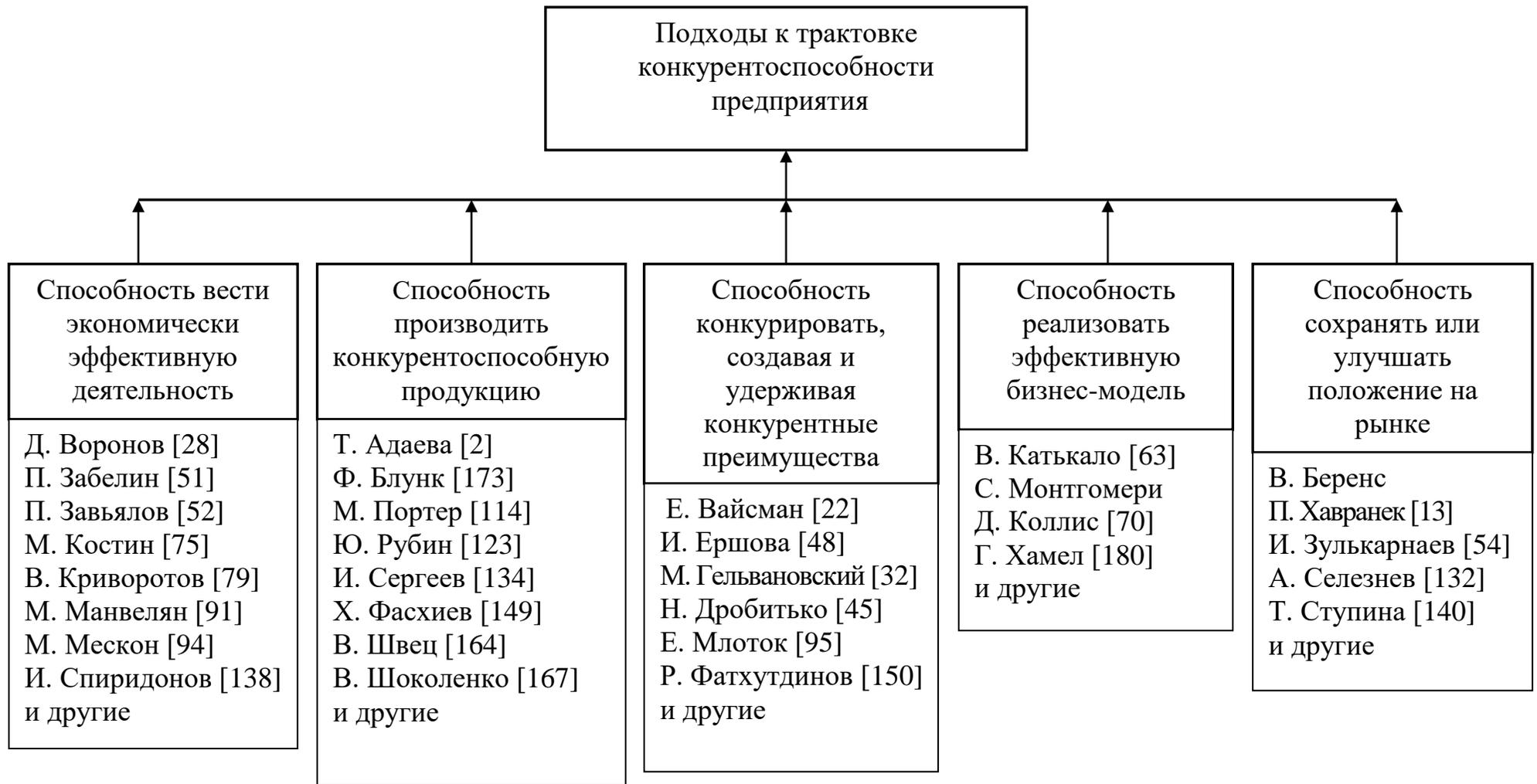


Рисунок 1.1 – Классификация подходов к трактовке конкурентоспособности предприятия

К недостаткам этого подхода можно отнести сосредоточение внимания авторов на внутренних источниках конкурентоспособности предприятия и исключение многими исследователями из рассмотрения внешних факторов, характеризующих ситуацию на рынке или в отрасли, в которой функционирует компания.

Авторы многих экономических исследований отождествляют конкурентоспособность предприятия с возможностью выпускать и реализовывать конкурентоспособную продукцию (товары, работы, услуги) [23, 85, 106, 114, 148, 153]. При этом разные эксперты усматривают конкурентоспособность продукции в различных проявлениях. Одни связывают конкурентоспособность продукции с наличием устойчивого спроса на нее со стороны потребителей [48], другие – с ее качеством [173], третьи – с наличием уникальных, привлекательных для покупателей характеристик [123], четвертые – с эффективным использованием внутреннего потенциала предприятия, обеспечивающим наименьший уровень затрат на ее производство [134, 167].

Ранее было отмечено, что подавляющее большинство экономистов справедливо сходятся во мнении о недопустимости приравнивать конкурентоспособность хозяйствующего субъекта к имеющей более низкую иерархическую природу категории конкурентоспособности продукции. Во-первых, конкурентная сила предприятия зависит не только от степени совершенства производимой им продукции. Большое значение имеют качество и эффективность маркетинговой и сбытовой деятельности, менеджмента компании. В отдельных случаях даже выпуск конкурентоспособной продукции может не приносить предприятию желаемого дохода вследствие неэффективности организации одного из вышеперечисленных элементов цепочки создания ценности, не связанных непосредственно с ее производством. Во-вторых, длительность жизненного цикла компании зачастую не совпадает с продолжительностью жизненного цикла ее продукции, который в большинстве случаев является сравнительно краткосрочным. В-третьих, оценка конкурентоспособности продукции, как правило, является индивидуальной для

каждого ее вида и не охватывает всего ассортимента выпускаемых предприятием товаров. Подобное ограничение не позволяет проанализировать рациональность продуктового портфеля компании, состав которого во многом определяет конкурентные преимущества фирмы на рынке.

С учетом приведенных доводов можно констатировать, что оценка исключительно конкурентоспособности продукции не дает всестороннего и комплексного представления об уровне конкурентоспособности хозяйствующего субъекта. В этой связи рассматриваемый подход трудно считать достаточно обоснованным и целесообразным.

Экономисты, являющиеся приверженцами третьего подхода, усматривают в конкурентоспособности возможность компании создавать, наращивать и удерживать «в течение достаточно длительного периода времени конкурентные преимущества» [45]. Эти преимущества позволяют компании успешно выдерживать соперничество с другими хозяйствующими субъектами, «быть более привлекательной для потребителей, поставщиков и инвесторов, сохраняя при этом свою финансовую устойчивость и положительную динамику стоимости бизнеса» [22]. Преимущество такого подхода заключается в том, что его авторы, с одной стороны, рассматривают конкурентоспособность с акцентом на внутренние сильные стороны предприятия, с другой стороны, подчеркивают важность формируемых конкурентных преимуществ для ведения конкурентной борьбы с другими участниками рыночных отношений, то есть обращают внимание как на внутренние, так и на внешние факторы конкурентоспособности компании. Однако необходимо отметить, что исследователи, определяющие конкурентоспособность как способность конкурировать, подходят к трактовке понятия слишком обобщенно, не конкретизируя ключевые источники конкурентоспособности хозяйствующего субъекта.

Современные исследователи [1, 3, 61, 74, 84- 87, 122, 124, 126,159, 170, 193] все чаще замечают, что обладание ограниченными ресурсами становится определяющим фактором конкурентоспособности предприятия только в случае наличия отлаженной системы управления деятельностью компании, применения

последних достижений в области стратегического и операционного менеджмента. Именно в способности хозяйствующего субъекта выстроить эффективную бизнес-модель, которая «не может быть реализована никем из нынешних или потенциальных конкурентов» [63] и при этом, одновременно, обеспечивает более оперативную, чем у конкурентов, реакцию на изменение условий рыночной борьбы, а также «более быстрое формирование соответствующих ключевых компетенций» [180], видят истоки конкурентоспособности последователи четвертого подхода. Несмотря на свою актуальность такой подход также полностью не отражает сущность рассматриваемой категории, поскольку в поле зрения экономистов не попадают такие важнейшие аспекты, как эффективность производственной деятельности предприятия и конкурентоспособность выпускаемой им продукции.

Наконец, в рамках последнего пятого подхода конкурентоспособность предприятия рассматривается через призму его положения на внутренних и внешних рынках и способности товаропроизводителя удерживать или наращивать занимаемую долю рынка производимой им продукции [13, 132, 140]. Очевидным ограничением такого подхода является полное игнорирование внутрифирменных факторов конкурентоспособности предприятия.

Проведенное исследование подходов к определению понятия конкурентоспособности предприятия позволяет сделать следующие выводы:

- конкурентоспособность предприятия представляет собой динамическую характеристику, которая определяется комплексом внешних и внутренних факторов;
- недопустимо сводить конкурентоспособность предприятия к конкурентоспособности его продукции или рассматривать ее в разрезе отдельных составляющих его деятельности;
- основой конкурентоспособности предприятия является возможность удержания в течение достаточно длительного периода времени набора уникальных конкурентных преимуществ;

- ключевыми источниками конкурентоспособности предприятия являются внутренние факторы – эффективность хозяйственной деятельности и совершенство управленческого механизма;
- конкурентоспособность предприятия необходимо рассматривать как относительную характеристику, базой сравнения для которой выступают аналогичные показатели конкурентоспособности компаний-конкурентов.

Резюмируя анализ существующих подходов к трактовке понятия конкурентоспособности предприятия, заметим, что сегодня отсутствует единое общепризнанное в научном сообществе и управленческой практике понятие конкурентоспособности хозяйствующего субъекта. Представляется, что подавляющее большинство исследователей считают своим долгом в подобной ситуации предложить собственную трактовку рассматриваемой категории. При этом новое определение, как правило, лишь в какой-то мере дополняет либо изменяет уже существующие дефиниции.

В ходе дальнейших исследований понятие конкурентоспособность предприятия автором трактуется как способность вести экономически эффективную деятельность в условиях ограниченных экономических ресурсов, достигаемая за счет применения современных инновационно ориентированных технологий развития, учитывающих как внутренние источники конкурентоспособности предприятия, так и внешние факторы, характеризующие ситуацию на рынке или в отрасли, в которой функционирует компания. Отличием предлагаемого определения от известных (Д. Воронов, П. Забелин, В. Криворотов, М. Костин и др.) является приоритет, который отдается учету применения инновационно ориентированных технологий развития предприятия.

1.2. Теоретический анализ инновационно ориентированных технологий обеспечения конкурентоспособности топливно-энергетических предприятий

Обеспечение и планирование конкурентоспособности в современных экономических условиях неразрывно связано с формированием и использованием на предприятиях инновационной системы развития [26, 46, 116, 117, 125, 172]. Это превратило традиционную конкуренцию в новый вид – инновационную, т.е. востребованные на рынке товары и услуги являются результатами инноваций. Поэтому одна из практически значимых задач заключается в переходе предприятия (организации) в это новое качество.

Как показывает анализ, для деятельности зарубежных и отечественных предприятий, обладающих инновационной конкурентоспособностью, характерны следующие особенности:

1. Разработка целей инновационного развития, установка приоритетов.
2. Внедрение инновационной рыночно ориентированной системы.
3. Достижение инновационно-рыночной результативности.

Кратко охарактеризуем эти особенности и связанные с ними существенные процессы, происходящие на ведущих предприятиях топливно-энергетической отрасли [20].

Разработка целей инновационного развития обусловлена тем, что топливно-энергетические предприятия (ТЭП) обладают высоким научно – техническим и организационно–технологическим уровнем результативности хозяйственной деятельности, что является определяющим фактором перспектив инновационного развития с ориентацией на реальных и потенциальных потребителей как на отечественном, так и на зарубежном рынке.

Внедрение инновационной рыночно ориентированной системы ТЭП представляет собой взаимосвязанную совокупность научно-исследовательских, проектно-конструкторских, технико-технологических, финансово-

экономических, организационно-управленческих, маркетинговых, кадровых и стимулирующих составляющих, интегрированных для производства и коммерциализации инновационного продукта, что позволяет поддерживать и усиливать конкурентоспособность ТЭП и прослеживать инновационную активность на всех этапах жизнедеятельности предприятия: добычи, транспортировки, хранения, сбыта.

При этом функционирование инновационной системы и ее развитие реализуется по следующим основным направлениям.

1. Определение внутренних и внешних инновационных целей и задач.
2. Формулирование заданий по разработке и коммерциализации инноваций на всех стадиях их жизненного цикла.
3. Определение возможных сегментов рынка для коммерциализации инноваций.

Достижение инновационно-рыночной результативности сводится в крупную экономическую систему НИОКР. Организация НИОКР является одним из факторов обеспечения конкурентоспособности и содержит в себе планирование научно-технических работ, научных исследований, проектно-конструкторских работ, производственных планов и реализацию продукции потребителю. Это обеспечивает инновационно-рыночную результативность в аспекте повышения конкурентоспособности, причем особое внимание уделяется развитию интеллектуального и человеческого капитала.

При этом можно выделить следующие проблемы:

1. Определение соотношения между фундаментальными и прикладными исследованиями, которые ориентированы на производственно – технологическую и рыночную результативность.
2. Качество кадров, занятых во всей цепочке «НИОКР – производство – рынок» и уровень их мотивации на достижение требуемых результатов.
3. Конкретизация стратегических целей инновационных проектов.

Все это в своей совокупности позволяет создать ситуацию, когда предприятие может реально управлять инновационными процессами и планировать результаты инновационной деятельности [20].

Особое внимание необходимо обратить на интеграционную цель финансирования отдельных этапов инновационного процесса с учетом задач и целей каждой в отдельности. При этом инновационный процесс следует рассматривать как взаимодействие зависящих друг от друга подсистем: функциональной, научной и инновационной деятельности, и подсистемы, обеспечивающей их финансирование, которые вместе составляют конкретный инновационный комплекс.

Особенность исследования инновационного обеспечения требует применения разноуровневых зависимостей. Такие зависимости определяются сложностью и многообразием решаемых задач, количеством и разнообразием объективно необходимых для их решения математических подходов, а, следовательно, и сложностью задач инновационного обеспечения [18].

Таким образом, конкуренция и инновации диалектически взаимосвязаны и дополняют друг друга с позиции восприимчивости субъекта рынка к ноу-хау, стимулирования использования более прибыльных способов производства и др.

Не менее важны высокая инвестиционная активность, ликвидность и финансовая стабильность, широкое использование инновационных факторов саморазвития, что позволяет образовать динамически равновесную целостную экономическую систему, адекватно определяющую целенаправленное функционирование предприятия в прогнозируемой перспективе.

Формирование инновационного потенциала невозможно без оценки потребностей рынка и положения конкурентов [43, 44, 62, 67, 76, 145]. Эту задачу можно эффективно решить, используя маркетинг как средство создания конкурентных преимуществ. В этой связи маркетинг будем рассматривать как систему организации и управления хозяйственной деятельностью, которая ориентирует на удовлетворение потребностей и запросов потребителей через рыночную конкуренцию.

В связи с особенностью потребителей топливно-энергетических предприятий определенным образом должна формироваться стратегия маркетинга, а также осуществляться выбор маркетинговых средств.

Для раскрытия категории «маркетинговые средства» будем исходить из следующей их классификации:

- средства удовлетворения потребностей потребителей;
- средства стимулирования сбыта, проникновения и распространения товаров на рынках.

Ключевым и наиболее важным средством удовлетворения потенциальных потребителей продукции предприятий является товар. В конечном итоге, его качество, потребительские характеристики, цена определяют выбор потребителя.

Анализ разработки отдельных этапов маркетинговой стратегии конкурентного развития показывает, что для каждого направления разработки стратегии могут быть использованы как определенные подходы, так и их сочетания:

1) на этапе выявления источников конкурентных преимуществ могут быть использованы методы SWOT, портфельный, корреляционный анализ, метод экспертных оценок, теория нечетных множеств;

2) на этапе определения возможностей реализации конкурентных преимуществ основными методами выявления конкурентных позиций и ресурсных источников являются методы факторного анализа, индексный анализ, матричный подход, метод главных компонент, метод экспертных оценок, финансовый анализ, методы нелинейного и линейного программирования;

3) в ходе выявления возможной реакции конкурентов может быть использована теория игр, методы экспертных оценок;

4) определение типов конкурентного взаимодействия участников рынка основано на методах регрессионного, экспертного и индексного анализа;

5) в основу реализации стратегии конкуренции могут быть положены методики организационного развития, бизнес - планирования, функционально-стоимостного анализа, метод сценариев.

В условиях жесткой конкуренции маркетинговый подход в обеспечении конкурентоспособности является наиболее значимым по сравнению с другими методами как на оперативном, так и на тактическом, и, что особенно важно, на стратегическом уровне. Прежде всего, стратегия исследуемой компании должна предполагать в себе обоснование конкретной модели ценообразования в зависимости от границ (краткосрочная, среднесрочная, долгосрочная). Для этой цели необходима оценка рынков, потребительского спроса, возможностей конкурентов, а также экономической ситуации и финансовой устойчивости.

Для оценки эффективности маркетинговой деятельности топливно-энергетических предприятий необходимо выделить инструмент реализации маркетинговых мероприятий, нацеленный на повышение технико-экономических показателей предприятия с целью оптимизации использования ресурсного потенциала ТЭП и получения наибольшей прибыли. При использовании математического аппарата и теории экономико-статистической информации такую оценку можно представить как соотношение результатов коммерческого характера и затрат на маркетинговую деятельность.

Данные «Результаты-затраты» принимаются в годовом разрезе по официальным данным финансовой и бухгалтерской отчетности предприятия.

Эффективность маркетинговой деятельности предприятия может быть рассчитана в соответствии с методикой работы [112] и определяется по следующей формуле:

$$\mathcal{E}_{\text{марк}} = \frac{1}{3} \times \Pi_{\text{марк}} \times \left(\frac{D_{\text{г}} - Z_{\text{м}}}{Z_{\text{г}}} \right), \quad (1.1)$$

где $\Pi_{\text{марк}}$ – маркетинговый потенциал;

$D_{\text{г}}$ – доход;

$Z_{\text{м}}$ – затраты на маркетинг;

$Z_{\text{г}}$ – затраты.

Потенциал маркетинга рассчитывается, в свою очередь, по следующей формуле:

$$P_{\text{марк}} = A \times (K_1 \times K_2 + K_2 \times K_3 + \dots + K_{10} \times K_1) \quad (1.2)$$

где K_i – критерии потенциала:

K_1 – маркетинговых исследований;

K_2 – информационной системы маркетинга;

K_3 – доля рынка;

K_4 – товарной политики предприятия (ассортимент, качество, услуги и др.);

K_5 – ценовой политики (себестоимость товара);

K_6 – оптимизация каналов товаропродвижения;

K_7 – прямых продаж;

K_8 – рекламы и пиар;

K_9 – бенчмаркинга;

K_{10} – имидж компании

A – активность маркетинговых мероприятий компании.

Активность маркетинговых мероприятий определяется в интервале от 0 до 1:

0 – если в течение 3 лет количество маркетинговых мероприятий по усовершенствованию технологического процесса составляют от 0 до 3;

1 (максимум) – если количество маркетинговых мероприятий составляет 30 и более [112].

Для определения потенциала маркетинга ($P_{\text{марк}}$) необходима оценка его критериев (K_i). Практические результаты оценки критериев выполняются двумя методами:

- методом экспертно-аналитических оценок;
- на основании метода экономико-математического моделирования.

Последнее положение необходимо для восприятия маркетинга как единого системообразующего фактора в обеспечении конкурентоспособности предприятия.

На следующем этапе выполняется группировка предприятий с акцентом на модели рынка с выделением по группам конкурентных стратегий.

С позиции маркетинга главными задачами, решаемыми при оценке конкурентоспособности организации, являются:

- обозначение уровня конкурентоспособности на настоящий момент времени;
- выявление тенденций и закономерностей в повышении конкурентоспособности за исследуемый период;
- определение проблемных факторов, имеющих отрицательное влияние на конкурентоспособность организации;
- выявление доли рынка, которую организация может использовать для повышения своей конкурентоспособности.

С позиции менеджмента конкурентоспособности фирмы необходимо располагать объективной и полноценной технологией ее оценки, включающей совокупность принципов, показателей и механизмов измерения.

Несмотря на значительное количество работ в области повышения конкурентоспособности, в исследовательской литературе по экономике недостаточно изучены проблемы и методические положения в области обеспечения, управления и планирования инновационной конкурентоспособности компании. Необходимо отметить, что конкуренция и инновационная деятельность взаимосвязаны.

Зачастую понятия «инновации» и «конкурентоспособность» исследователи связывают на макроэкономическом уровне, имея ввиду, что вклад государственных средств в инновационную деятельность приведет к конкурентоспособности страны [100, 135]. При этом не рассматривается влияние инноваций на конкурентоспособность организации.

Результатом инновации является либо внедрение новых продуктов или услуг на рынок, либо осваивание новых производственных процессов. Инновационная деятельность объединяет в систему технологические, организационные, социальные и научные мероприятия, которые в комплексе обеспечивают инновации, без которых невозможно создать конкурентоспособную продукцию или услугу.

В соответствии с теоретической концепцией Й. Шумпетера доля рынка, занимаемая компанией, является одним из существенных факторов,

определяющих стремление компании к финансированию инновационной деятельности [168].

Существуют эмпирические исследования как подтверждающие, так и опровергающие точку зрения Й. Шумпетера.

Так, в исследовании Козлова К.К., Соколова Д.Г., Юдаева К.В. подтверждается положительное влияние размера организаций на инновационную активность в российских промышленных компаниях, которые занимают ведущие позиции в нововведениях [69]. Противоположные выводы были сделаны в работах ряда зарубежных ученых. Так, группа исследователей, возглавляемая Bound J., подтвердила, что крупные организации действительно тратят больше средств на НИОКР, но выгода от инвестиций в инновационную деятельность не пропорциональна размеру компании [174].

На наш взгляд, это объясняется тем, что крупные компании не могут обеспечивать рост доходности, сопоставимый со средними или малыми компаниями. Scherer F. показал, что в наибольшей степени склонны к инновациям небольшие компании: 72% крупных инноваций производилось небольшими частными фирмами [187]. В рамках инновационно ориентированного подхода (рисунок 1.2) к системе обеспечения конкурентоспособности, учитывающего необходимость тщательного и всестороннего изучения ТЭП с учетом воздействия на него как внутренних, так и внешних потребителей, необходимо выделить следующие позиции:

1. Ориентация на конкретного потребителя конкретного товара ТЭП.
2. Установление и поддержание тесных связей с потребителями продукции (услуг).
3. Постоянный мониторинг удовлетворенности внешних и внутренних потребителей услуг.

Выявление представленных потребностей и удовлетворенности внешних и внутренних потребителей с учетом политики и миссии ТЭП позволяют анализировать ситуацию, совершенствовать технологический процесс и модернизировать управленческую деятельность на основании использования инновационных продуктов и маркетинговых технологий.



Рисунок 1.2 – Инновационно ориентированный подход к системе обеспечения конкурентоспособности предприятий ТЭП

Инновационные продукты представляют собой систему нововведений (технологий, продуктов, интеллектуальной собственности и др.), разработанных в результате внедрения инновационной деятельности в приоритетах стратегического развития ТЭП и привлечения новых потребителей с целью усиления конкурентных позиций на отраслевом рынке.

Для успешного внедрения инновационных продуктов необходимо использование передовых инновационно ориентированных технологий, которые формируют передовую инновационную стратегию развития ТЭП. Внедрение таких технологий позволяет проводить анализ, разрабатывать план мероприятий и действий по внедрению и управлению инновациями, осуществлять их контроль, вносить необходимые дополнения и изменения, принимать решения по коррекции инновационной деятельности в соответствии с поставленными целями и задачами. Поэтому необходима разработка инновационно ориентированных подходов по принятию решений на оперативном, тактическом и стратегическом уровнях по обеспечению конкурентоспособности ТЭП, базирующихся на поддержании соответствующего уровня качества производимой продукции и услуг, качества системы работы с поставщиками и потребителями, обеспеченных внедрением системы менеджмента качества, подтвержденных соответствующими стандартами ИСО, относящимся ко всем фазам жизненного цикла предприятия.

Реализация такого подхода позволит:

- обеспечить устойчивую конкурентоспособность - сформировать позитивное отношение к системе реформирования деятельности ТЭП со стороны потребителей продукции;
- своевременно адаптировать и корректировать результаты финансово-хозяйственной деятельности в соответствии с непрерывно изменяющимися требованиями рынка;
- выявить слабые и сильные стороны;
- минимизировать финансовые риски при внедрении инноваций.

Основная сложность по внедрению и развитию инновационного процесса связана с финансовым обеспечением мероприятий по внедрению новой продукции либо технологий в производственную деятельность. Сложность заключается в том, что инновационные проекты должны быть четко определены не только на тактическом и операционном уровнях, но и включены в стратегические планы развития предприятия.

1.3. Обеспечение конкурентоспособности топливно-энергетических предприятий на основе стратегии инновационно-инвестиционного управления

В современных экономических условиях грамотная инвестиционная и инновационная политика предприятия является одним из определяющих факторов обеспечения и планирования его конкурентоспособности [90, 116, 117, 103, 125]. Не менее важное значение имеет высокая инвестиционная активность, ликвидность и финансовая стабильность, широкое использование инновационных факторов саморазвития. Только это позволяет образовать динамически равновесную целостную экономическую систему, адекватно определяющую целенаправленное функционирование предприятия в прогнозируемой перспективе.

Прибыль от инвестиционной деятельности заметна не сразу и имеет долгосрочный период реализации. Поэтому основная проблема здесь состоит в установлении финансового соответствия между текущей технико-экономической и стратегической деятельностью предприятий, которые и определяют уровни обеспечения конкурентоспособности – оперативный, тактический и стратегический (рисунок 1.3).

Оперативный уровень – показатель конкурентоспособности продукции. Моделирование показателей конкурентоспособности проводится на стадии проектирования товара. Задача в этой части работы заключается в нахождении параметров качества, сервиса, цены, которые обуславливают конкурентоспособность изделия, программируя его успех на рынке.

В основе обеспечения конкурентоспособности товара на рынке лежит соотношение качества, сервиса и цены. Наиболее значимым показателем обеспечения конкурентоспособности продукции на оперативном уровне является интегральный показатель.

Тактический уровень – комплексный показатель состояния предприятия. На тактическом уровне конкурентоспособность предприятия характеризуется его

общим финансово-хозяйственным состоянием и комплексными показателями. Это предполагает проведение анализа финансового состояния ТЭП и продвижения товара, послепродажного обслуживания. Оценивается вся технологическая цепочка от добычи энергетических продуктов до их поступления к потребителям.



Рисунок 1.3 – Уровни обеспечения конкурентоспособности ТЭП

Стратегический уровень – рост стоимости акций компании. На стратегическом уровне обеспечения конкурентоспособности предприятия необходимо учитывать инвестиционную привлекательность, критерием которой является рост стоимости компании (бизнес-деятельности). На стратегическом уровне, как правило, формируется конкурентная стратегия – это комплексный план действий компании с целью увеличения или удержанию предприятием своего положения на рынке относительно конкурентов.

Далее каждый уровень обеспечения конкурентоспособности рассматривается более детально.

Конкурентоспособность продукции предприятия является комплексной экономической категорией, включающей сравнительные, ценностные и экономические характеристики, которые отражены в различных определениях данного понятия.

Сравнительная характеристика конкурентоспособности продукции предприятия – её способность быть более привлекательной для покупателя в сравнении с аналогичными по виду и назначению изделиями [7].

Ценностная характеристика выражается в способности продукции удовлетворять потребности потребителей, т. е. обладать ценностью для них [38].

Экономическая составляющая конкурентоспособности продукции промышленного предприятия заключается в её способности приносить доход - «быть успешно реализованной на рынке» [34].

Рассмотрим более подробно *оперативный уровень* обеспечения конкурентоспособности ТЭП. Оценка конкурентоспособности продукции на данном уровне основана на следующих подходах:

- индивидуальный;
- комплексно-групповой;
- интегральный.

Индивидуальный подход к оценке конкурентоспособности состоит в экспертной оценке продукции, проводимой по значимым для покупателей характеристикам, что отражает ценностную характеристику данной экономической категории. Недостатком этого подхода является явный субъективизм в оценке.

Комплексно-групповой подход основан на выработке факторов конкурентоспособности продукции предприятия, присущих конкретной сфере деятельности (отрасли) и сопоставлении продукции данного предприятия с эталоном или аналогом. Представление оценки может быть в виде расчета или диаграммы («метод многоугольника конкурентоспособности»). Данный подход отражает сравнительную характеристику конкурентоспособности продукции.

Выбор факторов конкурентоспособности должен отражать специфику продукции организации. Так, на наш взгляд, для продукции предприятий топливно-энергетического сектора экономики должны быть выработаны особые характеристики. За основу может быть взят типовой перечень показателей продукции промышленного предприятия, представленный в работе Комкова Н. И. и Лазарева А. В. [73]:

- показатели, для установления ассортиментного параметрического ряда продукции;
- показатели, определяющие область применения продукции - эксплуатационные, функциональные и прочие свойства;
- показатели надежности, безопасности, в т.ч. экологической и др.

К недостаткам данного подхода можно отнести относительность оценки - один продукт оценивается относительно другого, а не вообще.

Интегральный подход к оценке заключается в сведении основных характеристик конкурентоспособности продукции в один показатель. Преимуществом данного подхода является возможность определения конкурентоспособности продукции компании по сравнению с конкурентами, а также в динамике.

Принято считать, что данный подход является наиболее точным, но трудоёмким. Помимо этого, исследователи выделяют следующие его недостатки [141]:

- предположение о линейной зависимости конкурентоспособности продукции от отдельного показателя;
- сложность установления весовых коэффициентов для большого количества критериев;
- невозможность оценить влияние на конкурентоспособность факторов, не поддающихся количественной оценке;

Данный подход применим для оценки показателей конкурентоспособности предприятия топливно-энергетического сектора экономики при помощи многокритериального регрессионного моделирования.

На *тактическом уровне* оценивается финансовое состояние организации и его влияние на конкурентоспособность.

Текущее и перспективное *финансовое состояние* организации позволяет оценить возможность реализации её интересов. Совокупность показателей финансового состояния отражает результаты деятельности компании и вызывает интерес у широкого круга стейкхолдеров внешних и внутренних (акционеров, кредиторов, менеджеров, прочих сотрудников, контрагентов, контролирующих и фискальных органов и государства в целом), а также служит ориентиром для выстраивания взаимоотношений с организацией.

Среди показателей, оказывающих влияние на конкурентоспособность, большинство исследователей выделяют следующие группы [57]:

- показатели прибыльности. Положительная динамика данных показателей свидетельствует о росте потенциала компании. Позволяют сопоставить сумму дохода с капиталом, который был задействован для его получения;

- показатели ликвидности, которые характеризуют способность организации оплачивать свои обязательства;

- показатели затрат, включая абсолютные (прямые и косвенные, коммерческие расходы и пр.), относительные (доля компонентов в общей сумме) измерители и альтернативные затраты;

- показатели структуры капитала, на основании которых можно установить оптимальное соотношение собственных и привлеченных средств;

- показатели оборачиваемости.

Для публичных компаний, бухгалтерская отчетность которых является достоянием общественности, хорошее финансовое состояние и положительная динамика приведенных показателей является необходимым, но далеко не достаточным условием обеспечения конкурентоспособности.

Стратегический уровень конкурентоспособности – оценка инвестиционной привлекательности компании, основу которой составляет рост стоимости компании.

Инвестиционная привлекательность обуславливает возможность и желание инвесторов финансировать деятельность компании. Инвестиционная привлекательность является индикатором конкурентоспособности компании в борьбе за привлечение финансирования.

Среди основных способов оценки инвестиционной привлекательности можно выделить следующие:

1. Оценка инвестиционной привлекательности, базирующаяся на ретроспективных показателях финансового состояния хозяйствующего субъекта, полученных на основе анализа форм бухгалтерского учета.

Так, в работе под руководством Э.И. Крылова отмечается, что инвестиционная привлекательность характеризуется такими показателями, как платежеспособность предприятия, устойчивость финансового состояния, эффективность использования его имущества, способность объекта привлечения средств самостоятельно развиваться на основе повышения ставки доходности на капитал, роста уровня производства, совершенствования качества и повышения конкурентоспособности продукции [83].

В исследовании Т.Н. Гуськовой в качестве индикаторов инвестиционной привлекательности организации рассматриваются показатели её финансового состояния [36].

Следует отметить, что подобный способ оценки инвестиционной привлекательности можно назвать устаревшим, потому что оценка инвестиционной привлекательности, проведенная при помощи анализа одних лишь показателей финансового состояния организации, не обеспечивает должный уровень объективности. Это связано с искажением финансовой информации, присущей всем системам бухгалтерского учета.

Так, по мнению В.А. Москвина, применение методик оценки финансового состояния основано на ретроспективном анализе. При краткосрочном инвестировании принято считать, что за короткое время финансовое состояние компании, осуществляющей заимствование, существенно не изменится, однако, при финансировании на длительный срок необходимо решать более сложную

задачу, принимая во внимание более широкий перечень используемых показателей [97].

Подтверждает данную точку зрения и один из известнейших практиков инвестирования У. Баффет, который считает, что система бухгалтерского учета не может дать точные ответы на основные вопросы о компании – эффективности действий менеджмента, способности выполнять будущие обязательства, её приблизительной стоимости [12].

2. Оценка инвестиционной привлекательности компании, базирующаяся на перспективной оценке стоимости.

В этом случае инвестиционная привлекательность организации определяется будущими денежными потоками, полученными от вложения собственных и привлеченных средств, а не прошлыми показателями прибыли или активами, зафиксированными в бухгалтерской отчетности.

В работе Бутко Г.П. и Раменской Л.А. обоснованы преимущества стоимостной оценки степени инвестиционной привлекательности организации по сравнению с «бухгалтерской», рейтинговой и факторной оценками [60].

В работе Волкова С.А. оценка стоимости компании рассматривается в качестве универсального индикатора привлекательности для различных групп инвесторов – стратегических, рынка ценных бумаг и пр. [27].

Взаимосвязь стоимости и инвестиционной привлекательности заключается в следующем – если компания наращивает свою стоимость, соответственно максимизирует богатство акционеров и становится более инвестиционно привлекательной, и наоборот, снижение стоимости является негативным сигналом и снижает привлекательность компании в глазах потенциального инвестора.

В данном контексте интересна не стоимость бизнеса сама по себе, а изменение стоимости бизнеса за ряд периодов [25, 37, 49, 107, 131, 142, 163].

Одним из наиболее информативных методов, позволяющих объективно оценить данные показатели, учитывая, в том числе потенциал неиспользованных запасов природных ресурсов и получение выгод от наличия патентов является метод реальных опционов.

В российской экономической литературе использование метода реальных опционов рассмотрено в основном с позиций анализа инвестиционных проектов [53, 89, 189, 194, 195]; при этом использование метода реальных опционов для корректировки стоимости топливно-энергетического предприятия не рассматривается.

Основной моделью оценки опционов является модель Блека-Шоулза. Модель для опциона call выглядит следующим образом:

$$V = PN(d_1) - De^{-rt} N(d_2) \quad , \quad (1.3)$$

где
$$d_1 = \frac{[\ln(P/D) + (r + \sigma^2/2) \cdot t]}{\sigma\sqrt{t}}; \quad (1.4)$$

$$d_2 = d_1 - \sigma\sqrt{t}; \quad (1.5)$$

V – текущая стоимость компании;

P – настоящая стоимость актива;

D – цена исполнения опциона;

r – непрерывная безрисковая процентная ставка со сроком погашения t ;

σ – среднее квадратическое отклонение;

t – время до исполнения опциона;

$N(d_1)$, $N(d_2)$ – кумулятивная нормальное распределение вероятности функции плотности.

Основные типы реальных опционов и возможности их применения для корректировки стоимости компании представлены в таблице 1.1.

Для топливно-энергетических предприятий наиболее очевидными являются опционы на рост и уменьшение, а также опцион на отсрочку. Для оценки их конкурентоспособности на стратегическом уровне метод реальных опционов предоставляет большие возможности и может использоваться вместе с доходным подходом.

С целью определения качественного и количественного состояния уровней обеспечения конкурентоспособности предлагается использовать градацию, представленную в таблице 1.2.

Таблица 1.1 – Типы реальных опционов и их реализация в деятельности ТЭП

Категория	Тип реального опциона	Описание	Реализация на ТЭП
Опцион роста	Опцион на рост	Возможность роста вместе с ростом рынка	Новые неиспользуемые месторождения
	Опцион на переключение	Возможность перехода с одного вида продукции на другой в результате изменения потребностей рынка	Патенты на инновационную продукцию, высокий производственный потенциал
	Опцион на экспансию	Возможность выхода на новый (смежный рынок)	Наличие патентов, лицензий авторских прав, позволяющих выпускать продукцию смежного рынка
Опцион на отсрочку		Возможность отказа от проекта при поступлении информации о снижении денежных потоков ниже прогнозируемого уровня	Возможности консервации месторождений; Разработка новых месторождений
Опцион на выход из бизнеса	Опцион на уменьшение	Возможность откладывания проекта до получения более детальной информации	Возможности консервации месторождений; разработка новых месторождений; патентная защищенность результатов НИОКР
	Опцион на переключение	Возможность переключения на гибкие производственные активы при получении новой информации	Регулярное обновление оборудования и обучения персонала
	Опцион на выход со смежных рынков	Возможность отказа от развития в смежных областях в случае их недостаточной выгоды	Возможности консервации; оценка коммерческой эффективности внедрения инноваций

Таблица 1.2 – Качественный и количественный уровни обеспечения конкурентоспособности

Качественный уровень КСП	Количественное значение, балл
Неудовлетворительное состояние	0,0
Невысокий уровень	0,10-0,285
Недостаточно высокий уровень	0,285-0,50
Средний уровень	0,50-0,715
Уровень выше среднего	0,715-0,90
Выше уровня	0,90-0,99
Очень высокий уровень	1,00

Для оценки уровня обеспечения конкурентоспособности на операционном и тактическом уровнях привлекаются группы исследователей: руководители предприятия (проводят так называемую «самооценку»), эксперты (бизнес-

аналитики, представители науки, специалисты по маркетингу), потребители. Эксперты и потребители проводят оценку внешней конкурентоспособности (удовлетворенность потребителей, связи с поставщиками и др.). Проведение оценки внутренней конкурентоспособности (финансово-экономическое состояние предприятия, кадровое обеспечение, социальные программы, программы по защите окружающей среды, качество продукции и др.) по предлагаемой системе показателей осуществляют руководители.

Конкурентоспособность производственных структур ТЭП в значительной степени зависит от его инновационной активности. С позиции предложенного автором подхода и с учетом предлагаемых ранее подходов [4, 33, 71, 96, 128, 147] система оценки инновационной активности позволяет предприятию проанализировать свои текущие и стратегические возможности.

Конкурентоспособность (КСП) с учетом инновационной активности может быть определена как [165]:

$$\text{КСП} = K_{\text{в}} + K_{\text{и}}, \quad (1.6)$$

где $K_{\text{в}}$ – коэффициент восприимчивости предприятия;

$K_{\text{и}}$ – коэффициент инновационной активности предприятия.

Коэффициент восприимчивости рассчитывается следующим образом:

$$K_{\text{в}} = V_{\text{и}} / V_{\text{о}}, \quad (1.7)$$

где $V_{\text{и}}$ – количество инновационных видов продукции, производимых предприятием;

$V_{\text{о}}$ – общее количество видов продукции, производимых предприятием.

Коэффициент инновационности рассчитывается по формуле:

$$K_{\text{и}} = P_{\text{син}} / P_{\text{о}}; \quad (1.8)$$

где $P_{\text{син}}$ – величина ресурсов, привлеченных в оборот для создания и реализации инноваций;

$P_{\text{о}}$ – общая величина ресурсов предприятия.

Чем выше показатели восприимчивости и инновационности системы, тем выше уровень ее конкурентоспособности ($K \rightarrow 2$) [162]. Таким образом, уровень

конкурентоспособности также определяется и способностью предложить новые инновационные продукты.

В настоящее время разработку и осуществление инноваций осуществляет только 5 % российских промышленных предприятий (для сравнения в США около 30 %). В то же время, в расчете на один рубль затрат инновационно - активные предприятия обеспечивают объемы выпуска продукции в 7 раз больше, чем при производстве по традиционным технологиям [19].

При создании инновационного проекта необходимо выделить следующие этапы по оценке показателей уровня конкурентоспособности:

1. Выбор конкурентоспособного объекта (продукта, услуги, технологии, метода управления). В качестве сравнения берется эталонный объект данной отрасли.

2. Методический подход: факторы, по которым производится сравнение рассматриваемого инновационного объекта (продукта, услуги, технологии, метода управления) с предыдущим объектом (таблица 1.3). Для этого можно использовать математико-статистический аппарат экспертных оценок [165], которые могут определить конкурентные позиции инновации.

Таблица 1.3 – Весовые коэффициенты факторов конкурентоспособности инновации

п/п	Ключевые факторы	Вес фактора
1.	Характеристика инновации	X_1
2.	Период жизненного цикла инновации	X_2
3.	Степень риска при создании инновации	X_3
4.	Эффективность инновации	X_4
5.	Реализуемость инновации	X_5
6.	Затраты на создание инновации	X_6
	Результат	1,00

3. Расчет показателей конкурентоспособности инновации:

$$KI = \sum_{i=1}^6 \Phi u_i * \frac{X_i}{P o_i} X_i \quad (1.9)$$

где КИ – показатель конкурентоспособности инновации по представленным в таблице параметрам; $i=1...6$;

X_i – вес каждого i -го фактора, $\sum X_i = 1$;

Φ_{i_1} – значение i -го фактора конкурентоспособности инновации;

P_{o_i} – значение i -го фактора конкурентоспособности инновации объекта-конкурента.

Значения показателя конкурентоспособности инновации приведены в таблице 1.4.

Таблица 1.4 – Показатели уровня конкурентоспособности инновации [122].

Характеристика конкурентоспособности инновации	Интервал значений уровня конкурентоспособности инновации
Выше уровня конкурентоспособности	$K_{И} \in [4-5]$
На уровне конкурентоспособности	$K_{И} \in [1,9-4]$
Ниже уровня конкурентоспособности	$K_{И} \in [1-1,9]$
Инновация неконкурентоспособная	$K_{И} \in [0,2-1]$

Особое значение при создании инновационного проекта имеет период реализации инновации, что отражает его инвестиционную привлекательность и экономическую результативность в условиях жесткой конкуренции.

Основой для успешной конкурентной борьбы в настоящее время являются идеи маркетинга, инновационного и стратегического менеджмента, реализуемые через повышение качества, дифференциацию рынков, диверсификацию производства и логистику. Принципиальное значение приобретает формирование условий для оптимизации управления ресурсами (совершенствование материально-технической базы, повышение качества персонала и др.) на основе стратегического планирования и постоянного улучшения процессов и проектов путем внедрения инновационно ориентированных технологий (рисунок 1.4).

Представленная на рисунке 1.4 структурная модель предполагает мониторинг и анализ внешней среды функционирования предприятия с целью своевременного внедрения инновационных преобразований, поддерживающих конкурентоспособность хозяйствующего субъекта на рынке. Оценку эффективности таких преобразований можно проводить через определение параметра «уровень инноваций» с использованием следующих показателей:

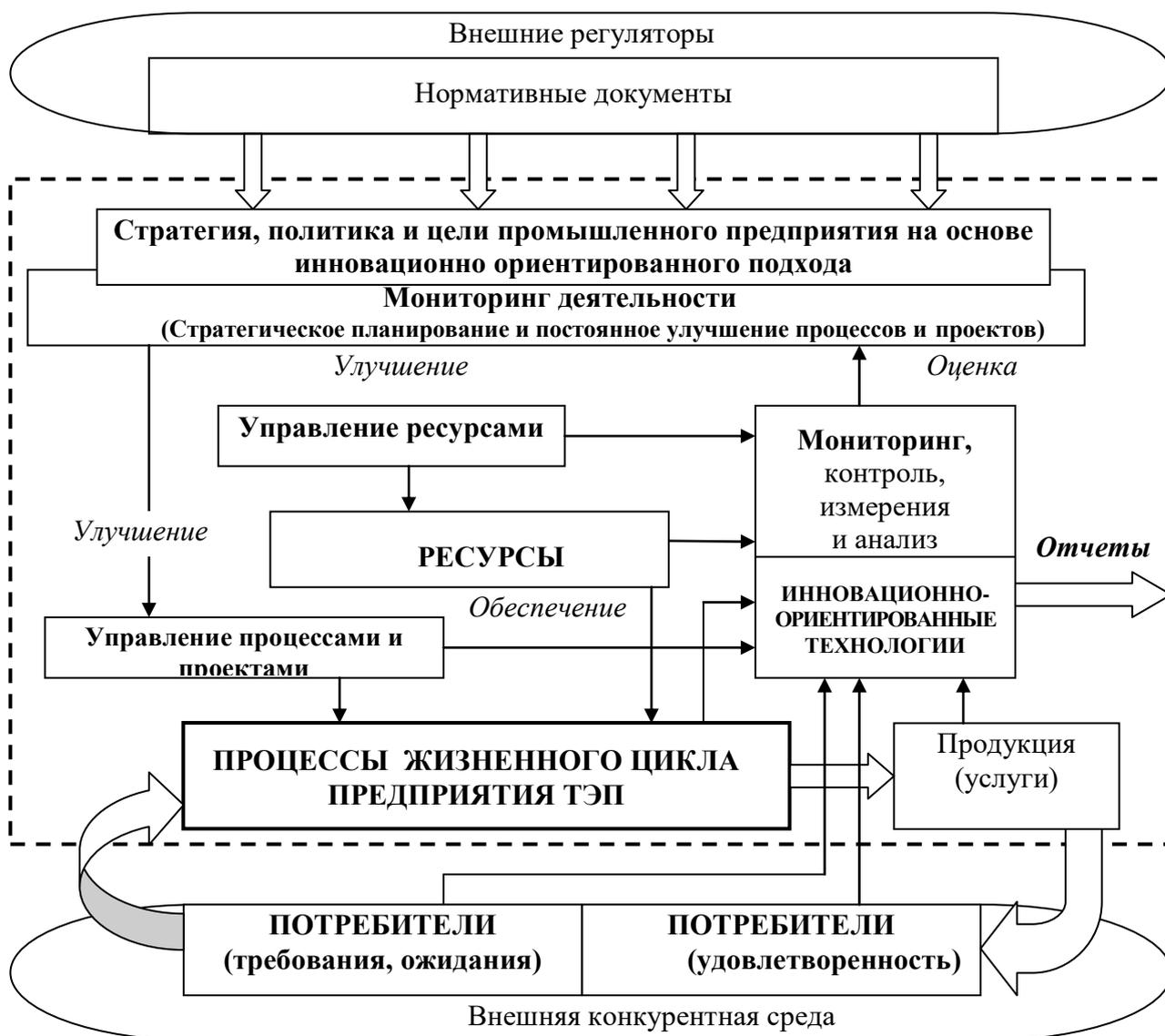


Рисунок 1.4 – Структурная модель обеспечения конкурентоспособности предприятия с использованием инновационно ориентированных технологий развития

1. Уровень инновации для рынка.
2. Уровень предполагаемой экономической эффективности инновации.
3. Уровень организационно-управленческого механизма разработки и внедрения инновации.
4. Повышение конкурентоспособности предприятия после внедрения инновации.
5. Влияние внедрения инновации на стратегию предприятия.
6. Возможность риска инновации.
7. Возможный срок окупаемости инновации.
8. Обеспеченность инновации необходимыми видами и объемами ресурсов (материальными, финансовыми и кадровыми).

По данной методике может определяться среднеарифметическая величина по всем восьми показателям (как достаточная либо недостаточная в зависимости от экспертной оценки). Таким образом, методика дает предприятию измерительную информацию, позволяющую более эффективно управлять инновациями, т.е. принимать своевременные решения.

При оценке показателей инновационной деятельности ТЭП мы рассматриваем технологические, продуктовые, маркетинговые инновации в аспекте отраслевого рынка. При этом «эффективность маркетинговых мероприятий» применительно к ТЭП можно оценивать показателями:

1. Определение доли рынка ТЭП по соотношению к отечественным и зарубежным конкурентам.
2. Количественный показатель реализации товара (услуги) за определенный срок (условия предоставления скидок, формирования спроса и сбыта и т.д.).
3. Численность высококвалифицированного персонала от общего количества сотрудников ТЭП.
4. Расчет оптимальной цены товара (количество потребителей, которые оценивают соотношение цены и качества товара с целью приобретения товара по данной цене)
5. Доля суммарных затрат на продвижение продукции и услуг ТЭП (затраты на транспортировку, хранение, сбыт и реализацию).
6. Затраты на рекламу.

По данной методике может определяться среднеарифметическая величина по всем показателям (как достаточная либо недостаточная в зависимости от экспертной оценки).

Параметры «уровень инноваций» и «эффективность маркетинговых мероприятий» можно объединить в инновационно ориентированную стратегию ТЭП, позволяющую предприятию выгодно отличаться по вышеперечисленным показателям от конкурентов.

Соединяя воедино инновационные и маркетинговые подходы к управлению технико-экономическими показателями ТЭП, можно достоверно оценить конкурентоспособность предприятия на оперативном и тактическом уровнях и спрогнозировать стратегические параметры развития компаний данной отрасли.

ГЛАВА 2. МЕТОДИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОПЛИВНО- ЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

2.1 Аналитический обзор методов оценки конкурентоспособности предприятий

На сегодняшний день в экономической литературе нет недостатка в изложении различных методов оценки конкурентоспособности предприятий. Тем не менее, многие экономисты справедливо признают существующую (можно сказать, классическую) их классификацию. В рамках настоящей работы постараемся проанализировать основные методы оценки конкурентоспособности хозяйствующих субъектов, выделив их преимущества и недостатки.

Продуктовые методы [39, 54, 122, 150, 160]. Суть указанных методов оценки конкурентоспособности предприятия состоит в учете характеристик его продукции с позиций соотношения цены и качества производимых товаров.

В большинстве случаев с использованием рассматриваемых методов экономисты стараются рассмотреть индексы конкурентоспособности (как экономические, так и параметрические), представляющие собой сумму частных индексов по тому или иному оцениваемому параметру с учетом весовых коэффициентов (объемов реализации соответствующего вида продукции).

Отметим, что параметрические индексы конкурентоспособности отражают качественные характеристики продукции, среди которых выделяют ее назначение, нормативные параметры, а также эстетические, эргономические и экологические свойства.

Обобщающим показателем конкурентоспособности того или иного вида продукции является ее интегральный индекс, определяемый как отношение параметрического и экономического индексов. Средневзвешенная величина всей совокупности интегральных индексов конкурентоспособности продукции, где в

качестве статистических весов принимаются объемы реализации ее видов, становится критериальной оценкой конкурентоспособности всего предприятия.

Отметим, что всесторонний учет характеристик выпускаемой предприятием продукции является несомненным достоинством продуктовых методов оценки конкурентоспособности предприятия.

Вместе с тем, рассматриваемые методы имеют целый ряд существенных недостатков: конкуренты быстро адаптируются к новым экономическим условиям и копируют любые преимущества аналогичных компаний. Кроме того, часто конкурентоспособность продукции сводится только к определению его ценовой политики. В лучшем случае, рассматривается соотношение цена-качество.

Добавим, что применение продуктовых методов предполагает, как правило, сопоставление однородной продукции. Вместе с тем, в современных условиях предприятия все более стремятся к диверсификации своей деятельности и, как следствие, к большей дифференциации своих товаров и услуг.

И, наконец, сведение оценки конкурентоспособности предприятия к оценке конкурентоспособности его продукции оставляет за рамками рассмотрения многие существенные аспекты его деятельности, что, в свою очередь, ограничивает представление о плюсах и минусах в его работе, сужая возможности анализа и оперативного управления.

Матричные методы [8, 95]. Оценка конкурентоспособности предприятия с использованием матричных методов учитывает жизненный цикл его продукции и маркетинговые технологии ее продвижения на рынок. В процессе оценки анализируется матрица с темпами роста продаж предприятия по горизонтали и долей рынка – по вертикали.

В экономической литературе широкую известность получили разработки Бостонской консалтинговой группы (БКГ), прославившейся четырехразмерной матрицей. Основу данной матрицы составляет доля рынка, а результатом - планирование его роста относительно конкурентов. При проведении анализа с использованием указанной матрицы, с одной стороны, учитывается кривая опыта (предприятия, имеющие бóльшую долю рынка, минимизируют свои издержки), с

другой, – жизненный цикл товара (наибольшие перспективы имеют растущие сегменты рынка).

Пример построения матрицы Бостонской консалтинговой группы представлен на рисунке 2.1. Предприятия, имеющие существенную долю рынка в отраслях с высокими темпами развития («звезды»), придерживаются стратегии дальнейшего роста. Предприятия со столь же высокой долей рынка в отраслях с умеренными темпами роста («дойные коровы») пытаются удержать завоеванные позиции, выбирая стратегию ограниченного роста. Предприятиям с невысокой долей рынка в медленно растущих отраслях («собакам») уготована стратегия ограниченного выбора, или «отсечения лишнего». И еще одна группа предприятий, имеющих невысокую долю в быстро развивающихся отраслях («дикие кошки»), вынуждена использовать тщательно взвешенную стратегию принятия верных решений после скрупулезного анализа окружающей обстановки.

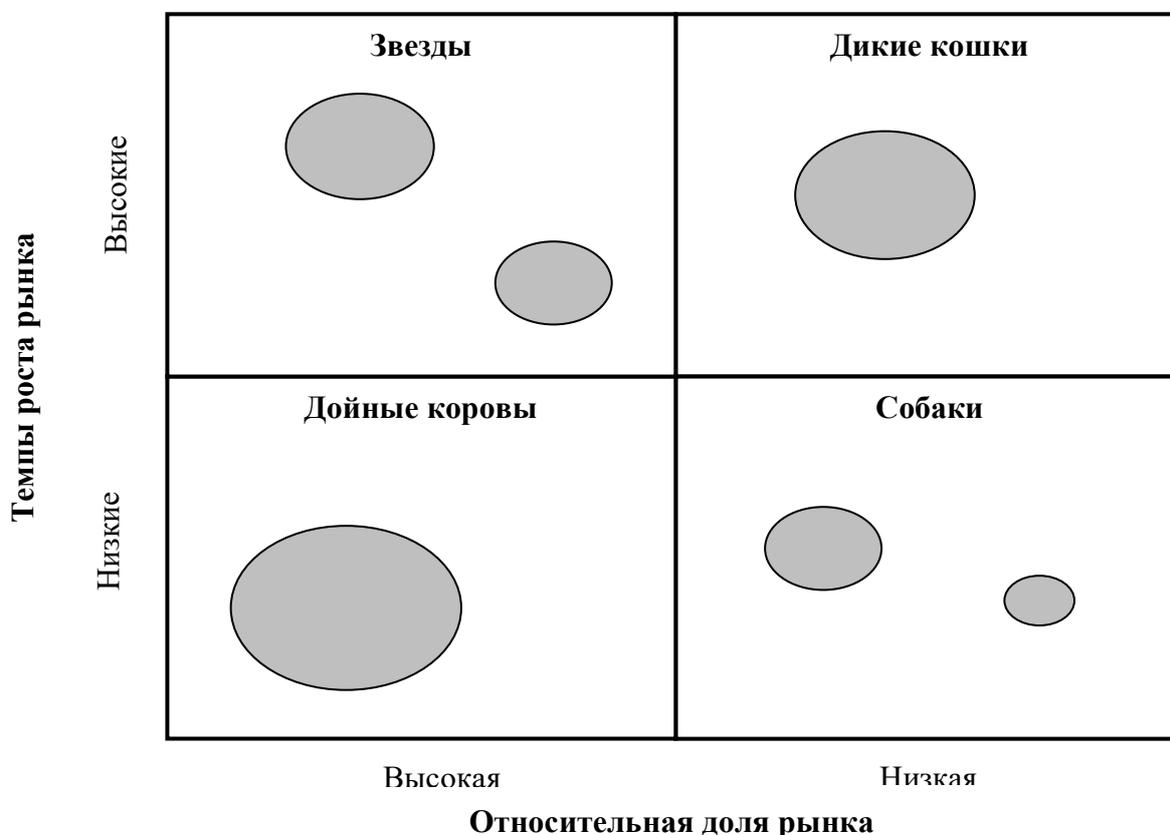


Рисунок 2.1 – Матрица Бостонской консалтинговой группы

Матрица БКГ позволяет предприятию выработать стратегию завоевания позиций на рынке и распределять стратегические ресурсы между зонами

хозяйствования в будущем. Она также обеспечивает хорошую основу для принятия решений о расширении или отказе от некоторых видов деятельности (продуктов).

Вместе с тем, постулируемая специалистами БКГ связь между относительной долей на рынке и прибыльностью предприятия не столь очевидна, особенно в условиях трансформации экономики. Указанный подход делает применимым данный метод лишь в отраслях с массовым производством.

Не менее интересной в рамках рассматриваемых матричных методов является разработанная компанией МакКинси матрица стратегического анализа, имеющая размерность $[3 \times 3]$ и выстраиваемая в осях «Привлекательность рынка» – «Конкурентная позиция».

В основе подхода специалистов МакКинси к выбору стратегических зон хозяйствования предприятий лежит матрица показателей привлекательности рынка и конкурентной позиции конкретного предприятия.

Привлекательность рынка оценивается экспертным путем по десятибалльной шкале [80] и определяется исходя из размеров и доступности рынка, темпов его роста; остроты конкуренции; отраслевой доходности; нормативно-правовых ограничений; социальных и экологических факторов; степени государственного регулирования и т.д.

Факторы, учитываемые при оценке конкурентной позиции, включают: занимаемую долю рынка; источники финансирования; уровень издержек; качество продукции; методы продаж; уровень инновационного обеспечения; квалификацию персонала; уровень технико-экономических параметров производства и др.

Результирующий фактор привлекательности рынка, учитывающий конкурентную позицию компании, определяется как максимальная сумма баллов, умноженных на соответствующие удельные веса определенных показателей (см. рисунок 2.2). Размер отрасли определяет площадь кругов, а доля предприятия – числа в них.

Девять позиций матрицы МакКинси позволяют оценить текущую конкурентоспособность, а также определить стратегию развития предприятия по элементам оценки.

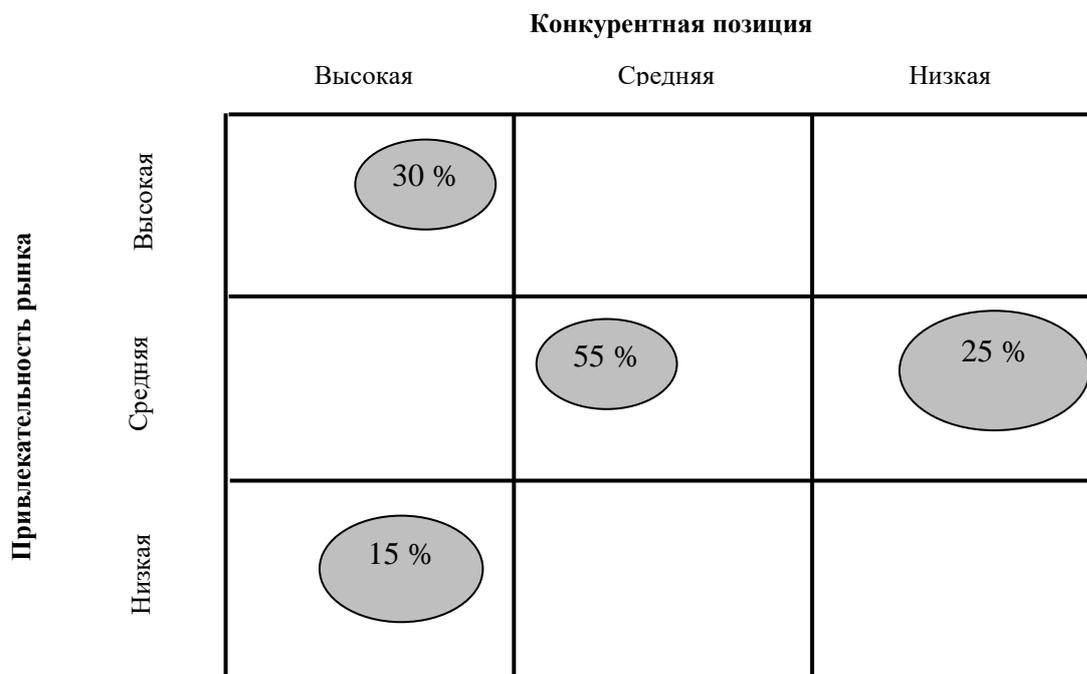


Рисунок 2.2 – Матрица МакКинси

Рассматривая матричные методы оценки конкурентоспособности предприятия, многие экономисты рекомендуют проводить обобщенный анализ его внешней и внутренней среды с использованием SWOT- матрицы (рисунок 2.3). При проведении SWOT- анализа изучаются сильные и слабые позиционные уровни компании, отражающие его географическое положение, доступность и качество ресурсов, техническую и технологическую составляющую производства, учитывая при этом инновационную активность, качество продукции, квалификацию персонала и т.д.

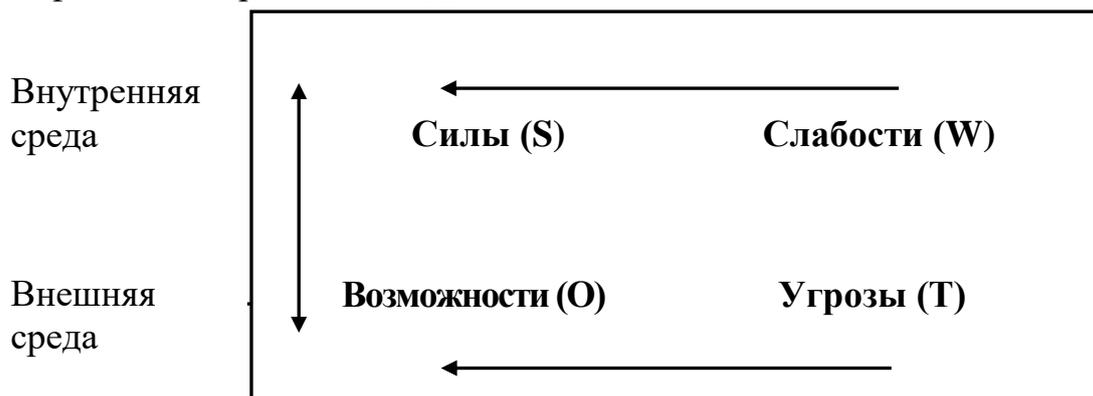


Рисунок 2.3 – Схема проведения SWOT-анализа

Формой представления результатов такого анализа служит матрица как отображение сильных сторон в деятельности предприятия (S), слабых сторон (W), потенциальных возможностей (O) и внешних угроз (T). Слабые позиции свидетельствуют об уязвимости предприятия и требуют соответствующих корректирующих мероприятий, сильные – отражают конкурентные преимущества предприятия и являются основой построения его базовой стратегии.

Таким образом, SWOT- анализ предполагает установление соотношений между угрозами и возможностями определенных позиций предприятия и способствуют формированию как конкурентных преимуществ, так и стратегического развития в целом. Отдельные исследователи относят SWOT-анализ к методам оценки конкурентоспособности предприятий.

Подытоживая краткий обзор матричных методов оценки конкурентоспособности предприятий, отнесем к их достоинствам простоту применения и наглядность отображения результатов исследования, а также значительную репрезентативность проводимой оценки.

Вместе с тем, матричным методам присущ целый ряд недостатков. Прежде всего, эти недостатки связаны с наличием достоверной маркетинговой информации о рынке и его параметрах. Поскольку достижение такой информации, сопряженное с проведением трудоемких исследований, не всегда возможно, при построении расчетных матриц подчас используется много субъективных допущений. Это, в свою очередь, приводит к ограничению количественных параметров математического аппарата и существенно снижает возможность анализа динамики показателей конкурентоспособности предприятия.

Кроме того, определенные нарекания вызывает сведение характеристики конкурентоспособности предприятия только к оценке сочетания его рыночной доли, темпов роста и привлекательности рынка, что неправомерно ограничивает рассмотрение многих факторов, отражающих конкурентную среду отрасли и конкурентные преимущества исследуемого предприятия.

Операционные методы [50, 98, 149]. Эти методы базируются на теории эффективной конкуренции, предполагающей оценку деятельности всех подразделений предприятия с позиции рационального использования имеющихся ресурсов и операций, определяющих хозяйственную деятельность предприятия.

Состав и структура оцениваемых показателей могут варьироваться в зависимости от конкретной отрасли и целей исследования. При оценке конкурентоспособности предприятия каждый из показателей сопоставляется с аналогичным показателем конкурентов (или эталонным значением). Полученные таким образом частные коэффициенты эффективности по каждой операции подвергаются математической обработке, в результате чего рассчитывается показатель конкурентоспособности предприятия, который чаще обычного представляет собой их средневзвешенное значение.

Заметим, что в операционных методах оценки конкурентоспособности предприятия используются различные приемы статистической обработки данных и другие методы интерпретации: графики, диаграммы, таблицы, многогранники ит.д.. Так, на рисунке 2.4 представлен пример графической интерпретации операционного метода оценки конкурентоспособности предприятия экономиста В. А. Мошнова [98].

Рассматриваемые операционные методы, вне сомнения, обладают существенным преимуществом, состоящим во всестороннем учете производственной и рыночной деятельности предприятия.

Что же касается недостатков операционных методов, то они, прежде всего, вытекают из необходимости выявления факторов, определяющих конкурентоспособность предприятия. В большинстве этих методов авторы стараются вовлечь в процесс оценки конкурентоспособности предприятия максимальное количество факторов. Эти факторы, подчас, находятся в функциональной зависимости либо являются факторами разного уровня иерархии. Кроме того, большое число факторов требует сбора соответствующего объема данных, что, в свою очередь, сопряжено с трудоемкостью обработки крупных массивов информации.

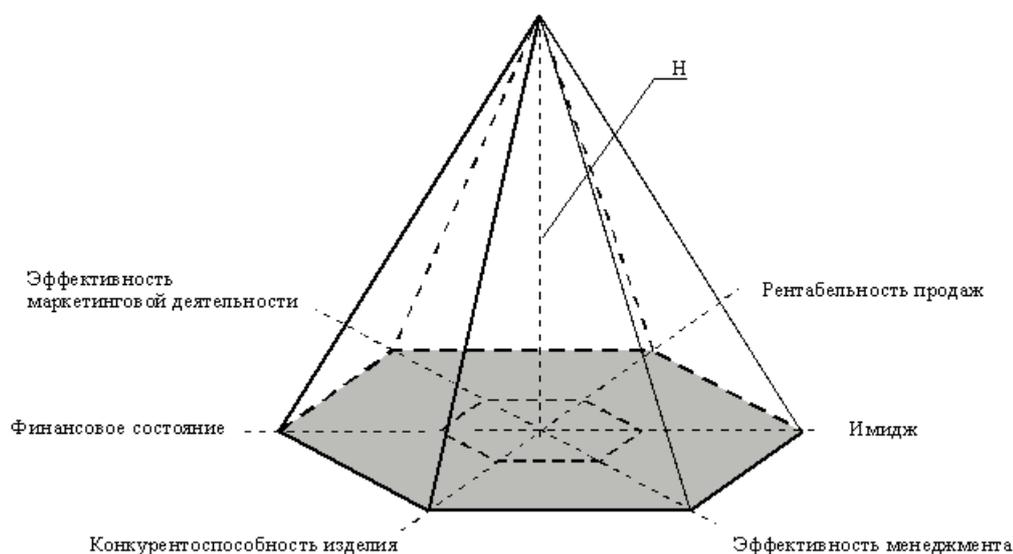


Рисунок 2.4 – Многогранник конкурентоспособности предприятия

Ввиду влияния человеческого фактора данные оценки являются весьма условными, при этом следует учитывать разномерность и неоднородность показателей конкурентоспособности, что требует вводить коэффициенты, учитывающие весовое значение каждого из оцениваемых факторов. Поэтому в результате, непростая процедура экспертизы еще и не дает оснований утверждать, что произведенная оценка конкурентоспособности предприятия объективна и точна.

И все же основным недостатком операционных методов, не дающим им широкого практического применения, является необходимость сбора больших массивов данных, в силу чего трудоемкость и стоимость проведения такой оценки становится чрезмерной.

Комбинированные методы [51, 124]. Методы, отнесенные к указанной группе, предполагают оценку конкурентоспособности как величины интегральной, вбирающей в себя оценку текущей (достигнутой) конкурентоспособности предприятия и его конкурентного потенциала. Текущая и потенциальная конкурентоспособность трактуются авторами по-разному, хотя в большинстве случаев текущая конкурентоспособность предприятия определяется на основании оценки конкурентоспособности его продукции (продуктовые методы), а

потенциальная – с использованием методов, базирующихся на теории эффективной конкуренции (операционные методы).

С одной стороны, комбинированные методы нацелены на стратегическую оценку конкурентоспособности предприятия, учитывая возможную динамику ее уровня в перспективе. Это их несомненное преимущество.

С другой стороны, те способы и приемы, которые используются при определении текущей и потенциальной конкурентоспособности, к сожалению, воспроизводят недостатки ранее рассмотренных методов. В итоге, методологическая противоречивость продуктовых методов и высокая трудоемкостью операционного подхода к оценке конкурентоспособности предприятия в совокупности преумножают недостатки, присущие комбинированным методам. Можно констатировать, что в результате своеобразного скрещивания подходов вместо приращения достоинств произошло усиление их недостатков.

Именно эти обстоятельства являются основной причиной того, что комбинированные методы оценки конкурентоспособности предприятий не нашли особого признания в практике их применения.

Методы оценки стоимости бизнеса [77, 79, 136]. Приверженцы указанных методов полагают, что стоимость субъекта экономической деятельности объединяет в себе основные показатели, отражающие его внутреннее положение и внешнюю среду, и, стало быть, необходимо сопоставлять деятельность экономических субъектов исходя из их стоимости. По их мнению, ключевые финансовые показатели предприятия (объем продаж, прибыль, себестоимость, ликвидность, оборачиваемость активов и пр.) являются промежуточными характеристиками его деятельности. Конечным же критерием финансового благополучия и экономической эффективности является рыночная оценка предприятия. И, следовательно, сопоставление стоимости предприятий позволяет оценить их конкурентоспособность.

Оценка стоимости предприятия может производиться с использованием доходного, затратного (на основе активов), сравнительного (рыночного) подходов

либо в результате определения его капитализации исходя из котировок ценных бумаг на фондовом рынке.

В целом, разделяя правомерность теоретической подоплеки, лежащей в основе метода оценки стоимости бизнеса, и считая его вполне пригодным для оценки конкурентоспособности предприятия, все же отметим проблематичность его практического использования, поскольку процесс такой оценки требует сбора огромного массива данных о финансовых, технологических, трудовых и прочих аспектах деятельности предприятия. При этом нужно помнить, что аналогичный объем информации необходимо получить по предприятиям-конкурентам.

Добавим, что далеко не все предприятия имеют биржевые котировки, а процедура оценки стоимости является крайне дорогостоящей, поэтому применение метода оценки стоимости бизнеса имеет существенные ограничения с точки зрения больших затрат на проведение исследования.

Динамические методы [28, 80]. Суть этих методов состоит в том, что в отличие от большинства методов, рассмотренных ранее, оценка ключевых экономических показателей деятельности предприятия осуществляется с учетом их динамики, что в дальнейшем дает возможность не только оценивать текущую технико-экономическую ситуацию предприятия, но и планировать и прогнозировать результаты стратегического развития хозяйствующего субъекта с позиции конкурентоспособности. В научной литературе данный вопрос был представлен во многих работах, но до сих пор данная тематика не раскрыта в полном объеме в связи с диверсификацией и интеграцией отраслевых рынков [24, 35, 36, 55, 56, 58, 108-111, 118]. Действительно, учет изменения указанных показателей во времени позволяет сформировать достаточно полное представление об анализируемом процессе и при этом значительно повысить достоверность проведения оценки конкурентоспособности предприятий.

Динамический подход базируется на определении ключевых индикаторов деятельности предприятия и применении в их отношении динамического анализа. В качестве ключевых показателей, как правило, рассматриваются рентабельность деятельности предприятия (операционная эффективность) и изменение

занимаемой доли рынка (стратегическое позиционирование). При этом оценка конкурентоспособности предприятия может быть произведена по следующей формуле:

$$K = K_r \cdot K_I, \quad (2.1)$$

где K – конкурентоспособность предприятия;
 K_r – коэффициент операционной эффективности;
 K_I – коэффициент стратегического позиционирования.

Более подробно порядок расчета указанных коэффициентов будет рассмотрен далее.

Оценка конкурентоспособности предприятия с использованием формулы (2.1) осуществляется за отчетный период и за несколько периодов. Динамический метод позволяет минимизировать методологические недостатки, присущие другим подходам к оценке конкурентоспособности. По достоверности полученных результатов он является оптимальным, так как имеет практическую возможность эффективно оценивать конкурентоспособность предприятия и в статике, и в динамике с учетом общих и частных показателей как отдельных предприятий, так и целых групп предприятий.

Более того, динамический метод позволяет оценить не только уровень конкурентоспособности продукции предприятия, но и эффективность технико-экономических показателей хозяйствующего субъекта. При этом методологическая основа оценки конкурентоспособности предприятия настолько проста, что обеспечивает возможность проведения расчетов не только текущего (анализируемого) периода, но и в ретроспективе, что, в свою очередь, позволяет на основе полученных динамических рядов осуществлять глубокий факторный анализ изменений конкурентоспособности предприятия и прогнозировать её на перспективу.

Таким образом, в целях оценки и анализа конкурентных позиций ПАО «Газпром», на наш взгляд, наиболее целесообразно использование так называемого динамического метода.

2.2. Методика оценки конкурентоспособности топливно-энергетических предприятий на основе динамического подхода

В основе динамического подхода к оценке конкурентоспособности предприятия, отражающей эффективность использования хозяйствующим субъектом экономических ресурсов в сравнении с конкурентами в течение определенного времени, лежит характеристика ключевых источников формирования его конкурентных преимуществ, к которым авторы этого подхода [28, 80] относят операционную эффективность деятельности предприятия и его стратегическое позиционирование на рынке.

По мнению этих авторов, все множество факторов, влияющих на продуктивность использования ограниченных экономических ресурсов и определяющих конкурентоспособность предприятия, можно отнести либо к факторам базирования, либо к факторам конкурентной среды хозяйствующего субъекта. Воздействуя друг на друга, эти факторы образуют отмеченные источники: стратегическое позиционирование и операционную эффективность.

Операционная эффективность характеризует степень рационального использования имеющихся у предприятия факторов базирования. Высокая степень использования этих факторов, отражая гибкость технологической оснащенности предприятия и позволяя ему быстро изменять технико-экономические возможности для выпуска востребованной рынком продукции, с одной стороны, характеризует рентабельность производственной деятельности предприятия, с другой – создает условия для рыночного позиционирования хозяйствующего субъекта.

С другой стороны, стратегическое позиционирование предприятия, отображая воздействие факторов конкурентной среды, характеризует адаптивность хозяйствующего субъекта к постоянно меняющимся условиям этой среды и своевременность его реагирования на окружающие изменения. Основой адаптивности является инновационная деятельность предприятия, направленная

на внедрение новшеств во все сферы производства и реализации продукции и отслеживающая меняющиеся требования рынка. Таким образом, стратегическое позиционирование предприятия нацелено на поиск и осуществление новых видов деятельности относительно конкурентов.

Поскольку операционная эффективность обеспечивает предприятию получение прибыли в процессе его производственно-хозяйственной деятельности, а стратегическое позиционирование создает возможность наращивания ее объемов, именно учет их совместного воздействия позволяет произвести объективную интегральную оценку конкурентоспособности хозяйствующего субъекта.

Добавим, что, по сути, операционная эффективность деятельности предприятия отражает его текущую (достигнутую) конкурентоспособность, тогда как стратегическое позиционирование – потенциальную возможность развития конкурентных преимуществ в будущем.

Естественно, что такая оценка может быть осуществлена только в результате сопоставления соответствующих показателей деятельности рассматриваемого предприятия и его непосредственных конкурентов.

Для расчета интегрального показателя, учитывающего воздействие операционной эффективности и стратегического позиционирования на уровень конкурентоспособности предприятия, используется интегрально-индексный метод построения его модели, включающий определение индексов (коэффициентов) операционной эффективности деятельности хозяйствующего субъекта и его стратегического позиционирования и их последующую интеграцию (перемножение).

Таким образом, формула для расчета уровня конкурентоспособности предприятия будет выглядеть следующим образом:

$$K = K_r \cdot K_I , \quad (2.2)$$

где K – уровень конкурентоспособности предприятия;

K_r – коэффициент операционной эффективности;

K_I – коэффициент стратегического позиционирования.

Выше отмечалось, что основной характеристикой операционной эффективности деятельности предприятия выступает его прибыль. Вместе с тем, при сопоставлении объемов прибыли разномасштабных хозяйствующих субъектов приоритет заведомо будет отдан более крупным предприятиям, и тогда предлагаемая оценка обнаруживает свою полную несостоятельность при сопоставлении предприятий с различными масштабами деятельности. В этой связи сравнивать необходимо не объемы прибыли, а прибыльность хозяйственной деятельности.

В качестве оценки деятельности предприятия может выступать рентабельность производства (либо продаж), что является показателем прибыльности хозяйственной деятельности. Тогда оценка операционной эффективности может иметь как отрицательное значение (в случае убыточности предприятия и прибыльности конкурентов), так положительное значение (в случае прибыльности предприятия и убыточности конкурентов), хотя рассмотренные ситуации имеют совершенно разное экономическое содержание.

Если иметь в виду, что успешность деятельности предприятия связана с объемом выручки от реализации его продукции, и по сумме этой выручки можно определить уровень операционной эффективности предприятия. Отсюда следует вывод, что в качестве показателя операционной эффективности деятельности предприятия может быть принято отношение полученной выручки от реализации его продукции к понесенным затратам:

$$r = \frac{B}{Z}, \quad (2.3)$$

где r – операционная эффективность предприятия;

B – объем выручки от реализации продукции;

Z – затраты на производство и реализацию продукции.

Показатель операционной эффективности предприятий конкурентного поля (предприятий выборки) можно определить следующим образом:

$$R = \frac{B^S}{Z^S}, \quad (2.4)$$

где R – операционная эффективность предприятий выборки;

B^S – выручка от реализации продукции предприятий выборки;

Z^S – затраты на производство и реализацию продукции предприятий выборки.

Отметим, что выбор масштаба конкурентного поля зависит от целей проводимого исследования. При этом выборку может составлять только одно предприятие (ключевой конкурент) либо группа предприятий-конкурентов данной отрасли. Более того, допускается формирование выборки не только по отраслевому признаку: в этой ситуации ведется отбор любых хозяйствующих субъектов, в той или иной мере конкурирующих с исследуемым предприятием. Также с целями исследования связаны определенные ограничения по составу предприятий выборки, которые могут касаться видов производимой продукции или масштабов деятельности сравниваемых хозяйствующих субъектов.

Знаменатель в формулах (2.3) и (2.4) включает совокупные затраты предприятий на производство и реализацию продукции. Причем это не только себестоимость производства продукции, но также другие расходы, связанные с производственной деятельностью предприятия от нулевого до завершающего цикла выпуска продукции. Такой учет затрат обусловлен их непосредственным влиянием на размер прибыли предприятия, лежащей в основе оценки показателя его операционной эффективности.

Характеризуя смысловое содержание показателя операционной эффективности, представленного формулой (2.3), заметим, что его количественное значение находится на положительной оси числовой прямой. Значение показателя меньше единицы свидетельствует о превышении понесенных затрат над полученной выручкой, или, другими словами, говорит об убыточности деятельности предприятия. И наоборот, если значение показателя выше единицы, хозяйственная деятельность прибыльна.

Для определения коэффициента операционной эффективности предприятия необходимо сопоставить следующие показатели: рассматриваемый показатель хозяйствующего субъекта и соответствующий показатель предприятия выборки:

$$K_r = \frac{r}{R} , \quad (2.5)$$

где K_r – коэффициент операционной эффективности предприятия.

Второй коэффициент в выражении (2.2) характеризует стратегическое позиционирование хозяйствующего субъекта, результативность которого отражается на рыночной адаптивности предприятия (доле предприятия на рынке).

Основой адаптивности является активная инновационная деятельность предприятия, главная цель которой состоит в создании и внедрении разнообразных новшеств, обеспечивающих снижение затрат производства и дополнительную прибыль. Значимость этой цели подчеркивается динамично меняющимися условиями конкурентной борьбы, ограниченностью экономических ресурсов, завышенными ожиданиями потребителей и т.д.

Успешность инновационной деятельности компании тесно взаимосвязана с ее рыночной адаптивностью, что определяет ее местоположение на рынке. Высокой адаптивности соответствует наличие адекватной доли рынка, которая большинством экономистов-исследователей признается одним из ключевых показателей конкурентоспособности предприятия, учитывающих продуктивность стратегических мероприятий, проводимых предприятием по завоеванию рынка. Таким образом, основным оценочным критерием стратегического позиционирования предприятия является занимаемая им доля рынка.

Вместе с тем, сопоставлять доли рынка предприятий-конкурентов (объемы их выручки) с целью оценки их стратегического позиционирования представляется методически неверным, поскольку, к примеру, имея существенную долю рынка, предприятие может быть убыточным, действуя менее эффективно, чем конкуренты с меньшей долей рынка. Подобное обстоятельство подсказывает, что в качестве показателя стратегического позиционирования предприятия следует рассматривать не соотношение показателей

конкурентоспособности оцениваемых конкурентов (например, соотношение долей рынка), а отношение изменения показателя конкурентоспособности исследуемого хозяйствующего субъекта в сравнении с таким же показателем предприятий выборки.

Таким образом, предлагаемый математический инструментарий оценки стратегического позиционирования предприятия может быть представлен следующим образом.

Доля рынка предприятия может быть определена как:

$$D = \frac{B}{V}, \quad (2.6)$$

где D – доля рынка предприятия;

B – выручка от реализации продукции предприятия;

V – объем рынка.

Поясним, что под рынком подразумевается вся совокупность экономических секторов, где осуществляется деятельность предприятия и его конкурентов

Доля рынка предприятий выборки запишется так:

$$D^s = \frac{B^s}{V}, \quad (2.7)$$

где D^s – доля рынка предприятий выборки;

B^s – выручка от реализации продукции предприятий выборки;

V – объем рынка.

Изменение доли рынка предприятия можно рассчитать по формуле:

$$\Delta D = \frac{B}{V} \cdot \frac{V_0}{B_0}, \quad (2.8)$$

где ΔD – изменение доли рынка предприятия;

B_0 – выручка от реализации продукции рассматриваемого предприятия в предшествующем периоде;

V_0 – объем рынка в предшествующем периоде.

Изменение доли рынка предприятий выборки определяется следующим образом:

$$\Delta D^S = \frac{B^S}{V} \cdot \frac{V_0}{B_0^S}, \quad (2.9)$$

где ΔD^S – изменение доли рынка предприятий выборки;

B_0^S – объем выручки от реализации продукции предприятий выборки в предшествующем периоде;

V_0 – объем рынка в предшествующем периоде.

Оценку позиционирования предприятия можно произвести исходя из сопоставления определенных показателей компании с их аналогами объектов выборки:

$$\frac{\Delta D}{\Delta D^S} = \frac{B}{B_0} \cdot \frac{B_0^S}{B^S}. \quad (2.10)$$

Отметим, что отношение выручки предприятия в рассматриваемый период к его выручке в предшествующем периоде является индексом изменения показателя выручки, и характеризует позицию предприятия на рынке, отражая при этом показатель его стратегического позиционирования.

Вместе с тем, объемы выручки предприятий, лежащие в основе определения их стратегического позиционирования, совершают гораздо большие колебания, чем показатели операционной эффективности. Это влечет за собой большую изменчивость показателей стратегического позиционирования и приводит к тому, что доминирующим фактором оценки уровня конкурентоспособности предприятия становится оценка его стратегического позиционирования.

С целью приведения влияния указанных показателей на конкурентоспособность предприятия к сопоставимым величинам необходимо извлечь из отношения индексов изменения объемов выручки квадратный корень:

$$K_I = \sqrt{\frac{I}{I^S}}, \quad (2.11)$$

где K_I – коэффициент стратегического позиционирования;

I – индекс изменения объемов выручки рассматриваемого предприятия;

I^S – индекс изменения объемов выручки предприятий выборки.

Индексы, входящие в выражение (2.11), рассчитываются так:

$$I = \frac{B}{B_0} , \quad (2.12)$$

$$I^S = \frac{B^S}{B_0^S} . \quad (2.13)$$

Таким образом, предлагаемый математический инструментарий оценки конкурентоспособности предприятия представляет собой последовательный расчет показателей с использованием следующих выражений:

$$K = K_r \cdot K_I , \quad (2.14)$$

где K – конкурентоспособность рассматриваемого предприятия;

K_r – коэффициент операционной эффективности;

K_I – коэффициент стратегического позиционирования.

$$K_r = \frac{r}{R} , \quad (2.15)$$

где r – операционная эффективность рассматриваемого предприятия;

R – операционная эффективность предприятий выборки.

$$r = \frac{B}{Z} , \quad (2.16)$$

где B – выручка от реализации продукции предприятия;

Z – затраты на производство и реализацию продукции предприятия.

$$R = \frac{B^S}{Z^S} , \quad (2.17)$$

где B^S – выручка от реализации продукции предприятий выборки;

Z^S – затраты на производство и реализацию продукции предприятий выборки.

$$K_I = \sqrt{\frac{I}{I^S}} , \quad (2.18)$$

где I – индекс изменения объемов выручки рассматриваемого предприятия;

I^S – индекс изменения объемов выручки предприятий выборки.

$$I = \frac{B}{B_0}, \quad (2.19)$$

где B_0 – объем выручки от реализации продукции предприятия в предшествующем периоде.

$$I^S = \frac{B^S}{B_0^S}, \quad (2.20)$$

где B_0^S – объем выручки от реализации продукции предприятий выборки в предшествующем периоде.

Тогда, с учетом выражений (2.4) и (2.10):

$$K = \frac{r}{R} \cdot \sqrt{\frac{I}{I^S}}. \quad (2.21)$$

Результаты, получаемые с использованием формулы (2.21), можно трактовать следующим образом. Понятно, что значение показателя K может меняться в диапазоне от 0 до ∞ . При этом, если $0 < K < 1$, показатель конкурентоспособности предприятия уступает аналогичному показателю предприятий выборки. Причем чем ближе к нулю значение K , тем ниже показатель его конкурентоспособности. Если величина показателя $K = 1$, то конкурентоспособность предприятия имеет тот же уровень, что и конкурентоспособность предприятий выборки. И, наконец, при значении $K > 1$ конкурентоспособность предприятия превышает показатель выборки: чем выше K , тем более конкурентоспособным по отношению к предприятиям выборки является исследуемое предприятие.

Из экономической практики известно, что наиболее полную картину об изучаемом явлении или процессе можно получить, если анализировать изменение показателей, отражающих этот процесс, используя их динамические ряды. Именно такой подход положен в основу динамического метода оценки конкурентоспособности предприятия, при котором и сами расчетные формулы, и наличие требуемой исходной информации позволяют произвести расчеты не только за рассматриваемый отчетный период, но и за 3-4 ретроспективных периода. При этом выявление тенденций изменения анализируемых показателей

существенно повышают достоверность оценки конкурентоспособности предприятий.

К отмеченному выше преимуществу динамического метода следует добавить то, что при его использовании оценка конкурентоспособности предприятия осуществляется по признанным большинством экономистов ее ключевым критериям: прибыльности и доле продукции предприятия на рынке. Кроме того, исходная информация о требуемых данных, необходимая для проведения соответствующих расчетов, может быть почерпнута из публичной статистической отчетности. Это особенно важно, поскольку в подавляющем большинстве альтернативных подходов сбор данных для их реализации связан либо с проведением дополнительных математических расчетов, либо с дорогостоящими маркетинговыми исследованиями, либо с подбором экспертов.

Таким образом, динамический метод оценки конкурентоспособности предприятия представляется достаточно универсальным инструментарием, допускающим любой объем и состав выборки как предприятия так и предприятий-конкурентов в зависимости от целей стратегического позиционирования хозяйствующего субъекта.

Что же касается самого анализа, то в его арсенал входит не только количественная оценка показателя конкурентоспособности предприятия за сколько угодно продолжительный период времени, но и оценка факторов, оказывавших воздействие на конкурентоспособность за этот же период. При этом такая оценка становится возможной благодаря математическому разложению показателя конкурентоспособности.

Логическая цепочка проведения анализа следующая. Изначально с использованием выражения (2.2) и его последующего раскрытия в дальнейших формулах осуществляется оценка конкурентоспособности предприятия на фоне рассматриваемых конкурентов. Динамика показателя конкурентоспособности позволяет судить о тенденциях его изменения и заставляет искать их причины.

Поиску этих причин способствует анализ конкурентоспособности предприятия в разрезе источников ее формирования благодаря оценке

коэффициентов операционной эффективности и стратегического позиционирования, определяемых с использованием выражений (2.5) и (2.11) соответственно.

Добавим, что предлагаемый математический инструментарий оценки конкурентоспособности предприятия дает возможность охарактеризовать степень влияния на этот показатель выбранных объектов сопоставления. Действительно, рассматривая числитель и знаменатель в выражении (2.20), можно утверждать, что, по сути, они представляют собой соотношение показателей, отражающих эффективность хозяйственной деятельности предприятия и его конкурентов.

Аналитически это можно представить следующим образом.

Числитель выражения (2.21) запишется как:

$$K_0 = r \cdot \sqrt{I} \quad , \quad (2.22)$$

где K_0 – коэффициент эффективности хозяйственной деятельности исследуемого предприятия.

Знаменатель выражения (2.21) выглядит так:

$$K_S = R \cdot \sqrt{I^S} \quad , \quad (2.23)$$

где K_S – коэффициент эффективности хозяйственной деятельности по выборке.

Тогда, показатель конкурентоспособности предприятия может быть представлен следующим образом:

$$K = \frac{K_0}{K_S} \quad . \quad (2.24)$$

Расчет показателя конкурентоспособности предприятия, проводимый с использованием выражения (2.24), и оценка его динамики позволяет сделать вывод о том, чем обусловлена величина этого показателя: либо высокой эффективностью деятельности исследуемого предприятия, либо низкой эффективностью деятельности предприятий выборки.

Таким образом, анализ конкурентоспособности хозяйствующего субъекта в разрезе источников формирования конкурентоспособности и объектов сопоставления, проводимый в рамках динамического метода ее оценки, позволяет

выявлять ключевые факторы, воздействующие на конкурентоспособность хозяйствующего субъекта, оценивать степень этого воздействия и рассматривать возможности целевого изменения этих факторов.

Последнее обстоятельство радикально расширяет границы применения динамического метода, подразумевая его использование в целях планирования и прогнозирования показателя конкурентоспособности предприятия, что более подробно будет рассмотрено в последующих разделах настоящего исследования.

Далее осуществим оценку уровня конкурентоспособности ПАО «Газпром» и проведем всесторонний анализ этого показателя в сравнении с основными конкурентами.

2.3. Анализ конкурентоспособности ПАО «Газпром» в сопоставлении с международными конкурентами

Общая характеристика объекта исследования

ПАО «Газпром» – ведущая энергетическая мега-компания. Она занимается геологоразведкой, добычей, транспортировкой, хранением, переработкой и реализацией газа, газового конденсата и нефти, реализацией газа, а также производством и сбытом тепло- и электроэнергии.

Основным акционером ПАО «Газпром» является Правительство Российской Федерации, имеющее контрольный пакет акций (включая прямое и косвенное владение) – свыше 50 %.

Компании «Газпром» принадлежат колоссальные запасы природного газа: российская доля запасов составляет 72 %, мировая – 17 %. Ее доля в российской добыче газа достигает 66 %, в мировой – 11 % [196,197, 201].

Среднесписочная численность работников в 2015 г. составила 450 тыс. человек. Протяженность газотранспортной системы компании составляет более 170 тыс. км и является одной из крупнейших в мире, что позволяет реализовать газ не только на внутреннем, но и внешнем рынке (свыше 30 зарубежных стран).

В России только ПАО «Газпром» производит и экспортирует сжиженный природный газ (СПГ), в том числе успешно реализуется проект «Сахалин-2», что является несомненным конкурентным преимуществом на мировом отраслевом рынке. Возглавляя мировое первенство по производству тепловой энергии, ПАО «Газпром» занимает достойное место в четверке крупнейших российских производителей нефти.

В России на долю Группы Газпром приходится около половины общего объема переработки природного и попутного газа и 18 % переработки нефти и стабильного газового конденсата.

По результатам аудита запасов углеводородов ПАО «Газпром» их доказанные и вероятные объемы по состоянию на 31.12.2015 г. оцениваются в

157,2 млрд. барр. н. э. По сравнению с оценкой на 31 декабря 2014 г. доказанные и вероятные запасы углеводородов показали рост на 1,7 млрд барр. н. э. Увеличение объемов запасов углеводородов обеспечено за счет введения в аудит в отчетном году запасов Парусового и Северо-Парусового месторождений, а также приростом запасов на Чаяндинском, Ковыктинском, Вакунайском и Царичанском месторождениях в результате бурения новых скважин.

Основные запасы углеводородов компании сосредоточены на ее лицензионных участках на территории России, запасы за рубежом оценивались как незначительные. Коэффициент воспроизводства запасов природного газа составил 1,27, газового конденсата – 6,12, нефти – 0,47.

В 2015 г. ПАО «Газпром» была продолжена работа в области поиска, разведки и разработки месторождений за рубежом. В рамках реализации геолого-разведочных проектов, в которых компания имеет операторские функции, разведочное бурение выполнялось в Алжире, Вьетнаме и Сербии, сейсморазведочные работы велись в Алжире, гравиразведочные – в Кыргызстане.

Также ПАО «Газпром» имеет долевое участие в ряде нефтегазовых проектов на территории зарубежных стран, вошедших в стадию добычи:

- Месторождения во вьетнамской акватории Южно-Китайского моря;
- Месторождение Вингейт на шельфе Северного моря;
- Месторождение Шахпахты в Республике Узбекистан;
- Проект «Хунин-6» в Венесуэле;
- Месторождение Бафра в Ираке;
- Блок Гармиан в Ираке (Курдистан).

Стратегия развития ПАО «Газпром» предусматривает обширную инвестиционную программу, осуществляемую по всем направлениям деятельности компании. Среди основных стратегических проектов ПАО «Газпром» можно отметить следующие.

Основной объем капитальных вложений в добычу газа был направлен на обустройство сеноманаптских залежей Бованенковского НГКМ, на техническое

первооружение, реконструкцию и расширение действующих мощностей, а также на обустройство Киринского ГКМ и Южно-Русского НГКМ.

Капитальные вложения ПАО «Газпром» в разведку и добычу нефти и газового конденсата были в основном направлены на обустройство нефтяной оторочки ботубинской залежи Чаяндинского НГКМ, строительство арктического терминала в рамках реализации проекта обустройства Новопортовского месторождения, разработку Приобского месторождения и месторождений компании в Оренбургской области.

Долгосрочные финансовые вложения в разведку и добычу нефти и газового конденсата были связаны с реализацией проекта «Мессояха»

В 2015 г. ПАО «Газпром» приступило к обустройству Чаяндинского месторождения в Якутии – одного из основных источников газа для поставок газа в Китай по «восточному» маршруту – газопроводу «Сила Сибири».

Одной из основных производственных задач ПАО «Газпром» является обеспечение проектной производительности действующих месторождений и ввод в разработку месторождений Надым-Пур-Тазовского региона, вовлечение в разработку крупнейших месторождений полуострова Ямал, месторождений шельфа северных морей для поддержания и наращивания объемов добычи углеводородного сырья.

Компания последовательно вводит в эксплуатацию добычные мощности в Надым-Пур-Тазовском регионе и на Бованенковском месторождении полуострова Ямал. Очень перспективными регионами добычи газа являются полуостров Ямал (сеноман-аптские залежи Харасавэйского месторождения, неоком- юрские залежи Бованенковского и Харасавэйского месторождений, Крузенштернское месторождение), акватории северных морей России.

ПАО «Газпром» ведет формирование центров газодобычи на Востоке России. Чаяндинское НГКМ является основным для формирования Якутского центра газодобычи, Ковыктинское ГКМ – Иркутского центра газодобычи. Эти месторождения станут ресурсной базой для магистрального газопровода «Сила Сибири».

В части развития мощностей Сахалинского центра газодобычи первостепенными объектами освоения являются месторождения проекта «Сахалин-3» – введенное в промышленную разработку в 2014 г. Киринское ГКМ, а также Южно-Киринское НГКМ, входящее в число приоритетных проектов Газпрома в области добычи газа на долгосрочную перспективу.

Развитие газотранспортной системы компании осуществляется по следующим направлениям. В 2015 г. инициирован новый газотранспортный проект «Северный поток-2». В октябре 2015 г. начато строительство газопровода Ухта – Торжок-2, предназначенного для поставки дополнительных объемов газа на Северо-Запад России для газификации и газоснабжения отечественных потребителей, а также поставок на экспорт по «Северному потоку-2». В 2015 г. была оптимизирована конфигурация проекта «Турецкий поток» (число ниток сокращено с четырех до двух), практическая реализация проекта приостановлена.

Ведется строительство газопровода «Сила Сибири», предполагающего транспортировку газа Якутского и Иркутского центров газодобычи потребителям на российском Дальнем Востоке и в Китае.

В части добычи нефти компания намерена увеличить объемы добычи углеводородов до 100 млн. т н. э. в год к 2020 г. и поддерживать этот уровень до 2025 г. Отношение доказанных запасов к добыче планируется сохранять на текущем уровне. Предусматривается создание нового центра добычи на севере Ямало-Ненецкого автономного округа. ПАО «Газпром» рассматривает нетрадиционные запасы в качестве возможности для роста и будет развивать этот класс активов как важный элемент своего портфеля.

Общая сумма капитальных вложений ПАО «Газпром» в 2015 г. составила 1 693 млрд. руб. Величина инвестиционной программы компании является настолько существенной (2,1 % от ВВП РФ за 2015 г.), что её динамика обуславливает развитие многих отраслей экономики.

Стратегической целью компании ПАО «Газпром» является занятие лидирующих позиций среди глобальных энергетических компаний путем увеличения поставок газа, нефти, топлива, электроэнергии и другой продукции,

обеспечения надежности их поставок, роста эффективности технико-экономической и инновационной деятельности, использования научно-технического и инновационного потенциала на основе диверсификации и глобализации рынков сбыта.

Двигаясь к стратегической цели, компания работает по всей производственной цепочке: от добычи до сбыта как первичных энергоносителей, так и конечных продуктов, в числе которых электро- и теплоэнергия.

Обоснование выбора объектов сопоставления [31]

Как известно, конкурентоспособность не является имманентным, объективно присущим свойством объекта, а находит свое выражение только в условиях конкуренции (в сопоставлении с конкурентами). Следовательно, уровень конкурентоспособности хозяйствующего субъекта, рассчитанного относительно одних конкурентов, может существенно отличаться от значения того же показателя, рассчитанного в сравнении с другими конкурентами. Таким образом, оценке конкурентоспособности любого предприятия должен предшествовать анализ конкурентной ситуации на рынке, обосновывающий адекватный выбор объектов сопоставления (предприятий-конкурентов).

Суть указанного выбора сводится к тому, чтобы, принимая во внимание характеристику и стратегию Исследуемой компании, в качестве объектов сопоставления выбрать те предприятия, которые в наибольшей степени конкурируют с исследуемым хозяйствующим субъектом. Здесь очевидными параметрами выбора объектов сопоставления являются следующие.

Сегментация рынка. Речь в данном случае идет о том, что предприятия-конкуренты должны действовать на одном рынке, конкурировать между собой. В противном случае сопоставление теряет всякий экономический (и математический) смысл. В частности, не имеет смысла сопоставление конкурентов, реализующих продукцию различным группам потребителей.

Ассортимент продукции. Сопоставлению подлежат предприятия, производящие и (или) реализующие конкурирующие товары (работы, услуги). Мы преднамеренно не применяем термин "аналогичные" («схожие») товары. В

ряде случаев основными являются конкуренты, предлагающие не схожие, а взаимозаменяемые товары. Сопоставление с таковыми может иметь особое значение

Масштабы конкурентов. Нецелесообразно сравнивать предприятия, объемы реализации продукции которых рознятся на порядки. Сопоставлять индивидуального предпринимателя, оказывающего услуги по ремонту и пошиву обуви, с обувной фабрикой – бессмысленно. Отметим, правда, что смысл появится при сравнении обувной фабрики с агрегированными показателями сотен предпринимателей [31].

Итак, вернемся к ПАО «Газпром». Географическая сегментация обуславливает необходимость оценки конкурентоспособности Исследуемой компании с двумя базами сравнения: российскими компаниями, а также международными конкурентами. При этом по каждой базе сравнения оценку конкурентоспособности предлагается осуществлять в следующем порядке.

Во-первых, интерес представляет оценка конкурентоспособности в сравнении с основным конкурентом. Среди российских компаний основным конкурентом ПАО «Газпром» является ОАО «НОВАТЭК». Среди мировых компаний основным конкурентом Исследуемой компании необходимо рассматривать Exxon Mobil.

Во-вторых, будет осуществлено сопоставление с выборкой отраслевых конкурентов. При этом отраслевую принадлежность можно рассматривать как в узком контексте (компании, осуществляющие добычу и переработку газа и нефти), так и в широком (энергетические компании, включая электро-генерацию). Широкое понимание отрасли представляется актуальным, поскольку ПАО «Газпром» в своей стратегии позиционирует себя не просто как нефтегазодобывающее предприятие, а как глобальная энергетическая компания.

Третье сопоставление предлагается сформировать с учетом «глобальности» Исследуемой компании. Многие исследователи конкурентоспособности [53, 56] небезосновательно считают, что конкуренция носит не только внутриотраслевой,

но и универсальный характер, вовлекая в конкурентную борьбу всех экономических субъектов, а не только непосредственных соперников по отрасли.

С этой точки зрения за ограниченные экономические ресурсы соперничают работники и работодатели, продавцы и покупатели, производители и потребители. И уж тем более независимо от отраслевой принадлежности конкурируют между собой крупнейшие корпорации: за ограниченные общественные блага, за кредитные ресурсы банков, за капиталы на фондовом рынке и т. д. В силу этого, в-третьих, будет осуществлена оценка конкурентоспособности ПАО «Газпром» в сопоставлении с широкой выборкой крупнейших российских и мировых компаний [29].

Выбор «международного» конкурентного поля осуществлялся с учетом консолидированной выручки компаний по итогам их деятельности в 2014 г. Такой выбор можно назвать корректным хотя бы по тому, что в числе пятидесяти крупнейших корпораций мира оказались и три российские: Газпром, Роснефть и Лукойл.

На этапе подготовки требуемых данных была сформирована выборка, исходная информация по которой, необходимая для проведения оценки и анализа конкурентоспособности ПАО «Газпром», представлена в Приложении 3.

В качестве источников информации использовалась опубликованная компаниями на своих сайтах финансовая и прочая отчетность, составленная по международным стандартам (GAAP и IFRS) и выраженная в долларах США.

С целью получения более объективных результатов оценки и анализа показателей конкурентоспособности компаний было принято решение о сборе годовых отчетных данных, поскольку такие данные нивелируют сезонные и прочие колебания, характерные для предоставляемой информации в более краткие периоды отчетности. В целом собранная информация охватывает период времени с 2011 по 2014 годы.

Оценка и анализ конкурентоспособности ПАО «Газпром»

в сопоставлении с Exxon Mobil

Поскольку одним из основных конкурентов ПАО «Газпром» на мировом рынке является корпорация Exxon Mobil, логичнее, прежде всего, провести оценку и анализ конкурентоспособности отечественной компании в сравнении именно с этим конкурентом.

Требуемые для оценки уровня конкурентоспособности ПАО «Газпром» и последующего анализа ее динамики расчеты осуществляются с использованием динамического метода, изложенного в предыдущих параграфах настоящей главы. В соответствии с алгоритмом указанного метода изначально осуществляется общая оценка уровня и динамики конкурентоспособности Исследуемой компании с разбивкой по годам. При этом отметим, что показатели затрат, используемые в расчетах, определяются из исходных данных как разность между выручкой и прибылью. Результаты расчетов представлены в таблице 2.1.

Таблица 2.1 – Показатели конкурентоспособности ПАО «Газпром» в сопоставлении с Exxon Mobil

Показатель	Год			
	2011	2012	2013	2014
K_r	1,284	1,222	1,186	0,944
K_I	1,028	1,002	1,074	0,976
K_0	1,625	1,337	1,333	0,972
K_S	1,232	1,092	1,046	1,055
K	1,320	1,224	1,274	0,921

Как видно из таблицы 2.1, показатель конкурентоспособности ПАО «Газпром» в конце анализируемого периода в 2014 г. составил лишь 0,921, что говорит о крайне невысоком ее уровне на фоне деятельности корпорации Exxon Mobil в рассматриваемом году. Вместе с тем, динамика показателя конкурентоспособности ПАО «Газпром» за анализируемый период, отраженная на рисунке 2.5, свидетельствует о том, что в 2011-2013 гг. ее уровень был

достаточно высоким и претерпел существенное снижение (на 28 %) только лишь в 2014 г.

Нетрудно предположить, что падение уровня конкурентоспособности ПАО «Газпром» в сопоставлении с Exxon Mobil, скорее всего, объяснимо теми неблагоприятными изменениями в финансово-хозяйственной деятельности отечественной компании, которые произошли в 2014 г.

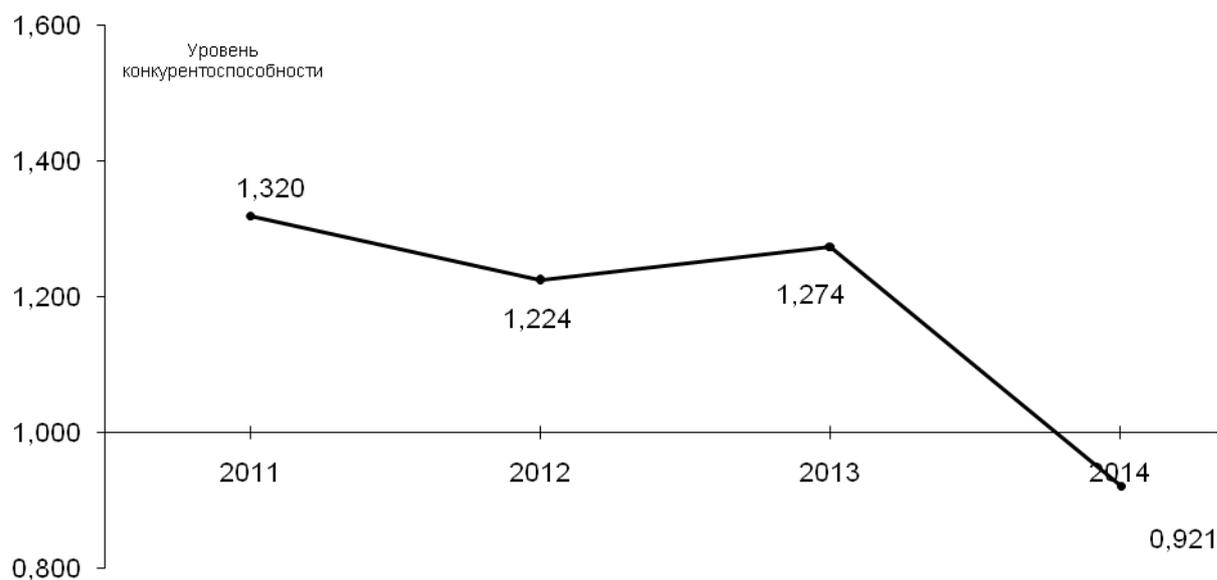


Рисунок 2.5 – Динамика конкурентоспособности ПАО «Газпром»

С целью подтверждения правильности указанного довода проведем анализ конкурентоспособности компании ПАО «Газпром» с точки зрения источников ее формирования и выбранного объекта сопоставления.

Декомпозиция показателя конкурентоспособности в разрезе источников ее формирования (показатели K_r и K_f) показана на рисунке 2.6.

Оценивая динамику показателя конкурентоспособности ПАО «Газпром», приходится констатировать, что на протяжении всего рассматриваемого периода времени обе ключевые составляющие ее уровня неизменно падали: уровень операционной эффективности снизился с 1,284 до 0,944, уровень стратегического позиционирования – с 1,028 до 0,976.

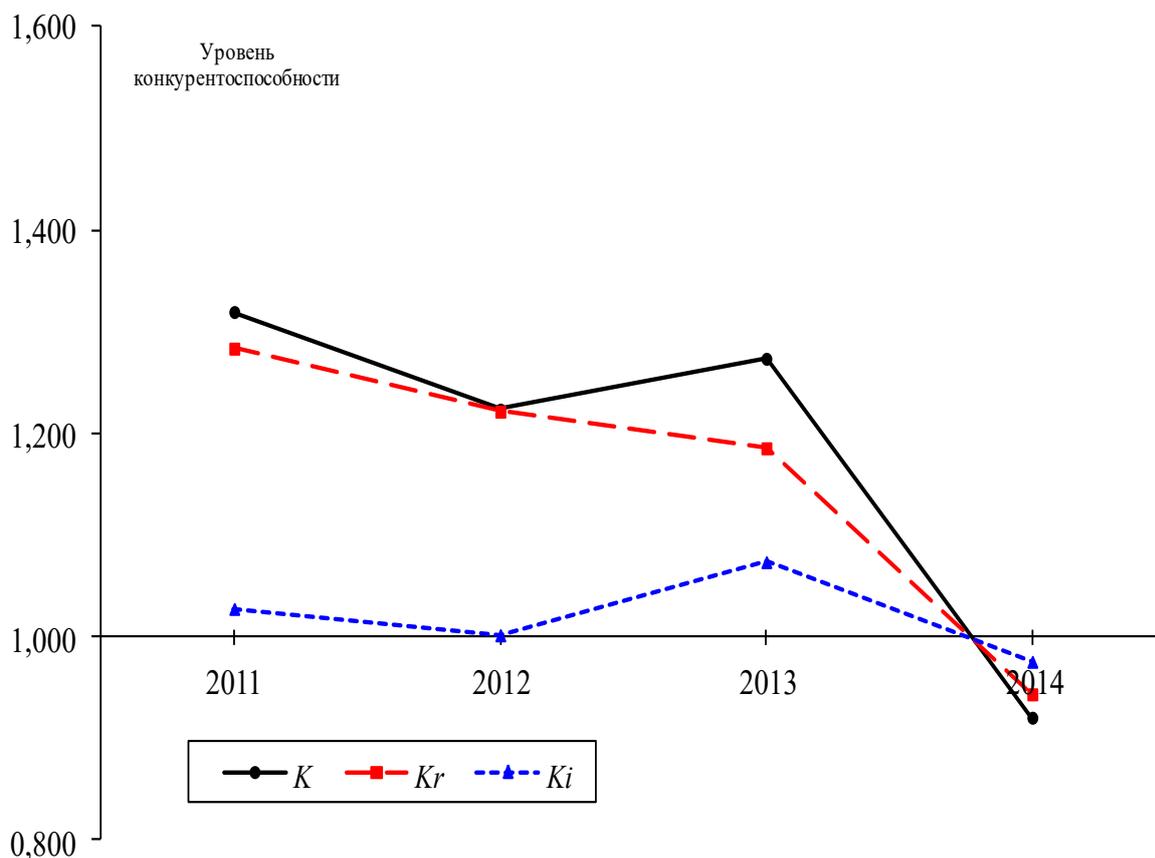


Рисунок 2.6 – Динамика конкурентоспособности ПАО «Газпром» в разрезе источников ее формирования

И если коэффициент стратегического позиционирования, оставаясь сравнительно невысоким, снижался плавно и относительно безболезненно, то достаточно резкое падение коэффициента операционной эффективности, по сути дела, и предопределило столь существенное снижение конкурентоспособности ПАО «Газпром» в 2014 г., подтверждая сделанный ранее вывод.

Теперь постараемся ответить на вопрос, почему столь невысоким оказался уровень конкурентоспособности ПАО «Газпром» в сравнении именно с компанией Exxon Mobil. Для этого согласно динамическому подходу к оценке и анализу конкурентоспособности, позволяющему осуществить декомпозицию коэффициента конкурентоспособности предприятия в разрезе объектов сопоставления, обратимся к анализу динамики коэффициентов эффективности хозяйственной деятельности рассматриваемых конкурентов (соответственно K_0 и K_S , представленные на рисунке 2.7).

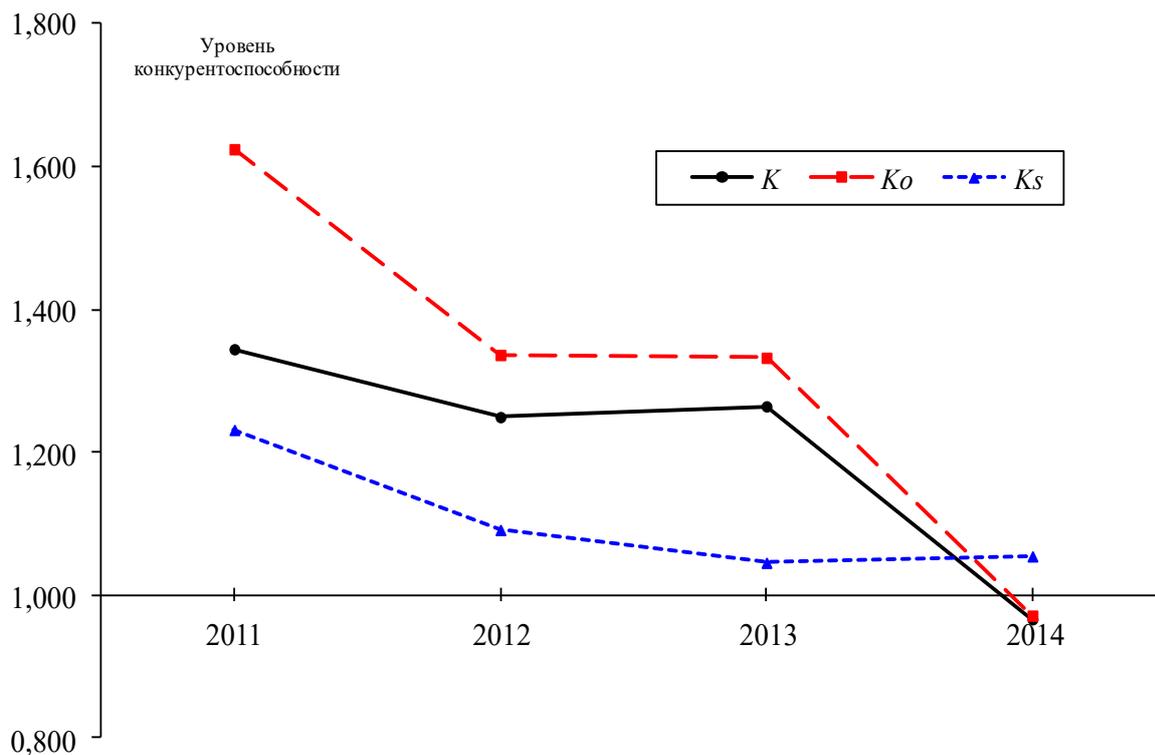


Рисунок 2.7 – Динамика конкурентоспособности ПАО «Газпром» в разрезе объектов сопоставления

Смысловое содержание указанных коэффициентов сводится к оценке результативности производственно-хозяйственной деятельности сопоставляемых объектов. При этом значение коэффициента ниже единицы свидетельствует о невысокой рентабельности деятельности предприятия, и, наоборот, чем выше единицы рассматриваемый коэффициент, тем рентабельнее функционирует это предприятие.

Сопоставление показателей хозяйственной деятельности ПАО «Газпром» и компании Exxon Mobil делает очевидным тот факт, что причиной падения уровня конкурентоспособности отечественного предприятия явилось существенное снижение эффективности его производственно-хозяйственной деятельности в 2014 г. (до значения $K_s = 0,972$). При этом эффективность хозяйственной деятельности Exxon Mobil также невысока ($K_s = 1,055$) и имеет тенденцию к снижению.

Подводя итог проведенного анализа, приходим к неутешительному выводу: с позиций рыночной конкурентоспособности ПАО «Газпром» в рассматриваемый

период уступает компании Exxon Mobil. Справедливости ради добавим, что уровень конкурентоспособности на протяжении 2011-2013 гг. был достаточно высоким и резко снизился к концу 2014 г. Факторный анализ позволил установить, что причиной указанного снижения явилось падение операционной эффективности деятельности ПАО «Газпром».

Разумеется, что подобное заключение подчеркивает острую необходимость разработки и скорейшей реализации мероприятий, направленных на повышение конкурентоспособности ПАО «Газпром». Основным направлением указанных мероприятий должно стать восстановление показателя операционной эффективности деятельности компании до уровня 2011-2013 гг. В то же время, низкий уровень показателей стратегического позиционирования позволяет рассматривать указанный источник в качестве одного из возможных резервов повышения конкурентного статуса ПАО «Газпром».

Справедливо предположить, что оценка конкурентоспособности отечественной компании на фоне других отраслевых конкурентов может оказаться не столь негативной, поскольку из-за тех или иных причин показатель результативности производственно-хозяйственной деятельности отдельного предприятия может существенно превышать среднеотраслевое значение, как в случае с Exxon Mobil. В противном случае уровень конкурентоспособности ПАО «Газпром» в сопоставлении с прочими конкурентами может оказаться не столь низким.

***Оценка и анализ конкурентоспособности ПАО «Газпром»
в сопоставлении с мировыми компаниями ТЭК***

В связи с последним заключением представляется целесообразным провести оценку конкурентоспособности ПАО «Газпром» в сопоставлении с мировыми отраслевыми конкурентами. В выборку для проведения соответствующих расчетов, состоящую из восемнадцати компаний ТЭК, вошли как крупнейшие международные корпорации, такие как Exxon Mobil, Chevron, BP, Eni, Petroleos De Venezuela, Royal Dutch Shell и другие, так и отечественные компании Роснефть и Лукойл. Таким образом, при расчете уровня

конкурентоспособности (таблица 2.2) объектом сопоставления для ПАО «Газпром» выступают суммарные показатели деятельности выбранных конкурентов.

Как видно из таблицы 2.2, в течение анализируемого периода уровень конкурентоспособности исследуемой отечественной компании скатился с показателя 1,345 в 2011 г. до 0,967 в 2014 г., свидетельствуя о понижении конкурентного статуса ПАО «Газпром» в сравнении с мировыми лидерами.

Таблица 2.2 – Показатели конкурентоспособности ПАО «Газпром»

в сопоставлении с крупнейшими мировыми компаниями ТЭК

Показатель	Год			
	2011	2012	2013	2014
K_r	1,314	1,293	1,220	0,999
K_l	1,023	0,966	1,037	0,968
K_o	1,625	1,337	1,333	0,972
K_s	1,209	1,069	1,053	1,005
K	1,345	1,250	1,265	0,967

Вместе с тем, анализ динамики показателя конкурентоспособности (рисунок 2.8) до 2013 г. включительно отражает устойчиво высокий уровень конкурентоспособности компании до его падения.

Чтобы установить причину произошедшего в 2014 г., проанализируем динамику показателя конкурентоспособности ПАО «Газпром» (рисунок 2.9) в разрезе источников ее формирования (показатели K_r и K_l).

Из рисунка 2.9 хорошо видно, что искомой причиной является отрицательная динамика показателя операционной эффективности деятельности ПАО «Газпром» на протяжении всего рассматриваемого периода. Причем наиболее сильное падение этого показателя (с 1,220 до 0,999) наблюдается именно в 2014 г.

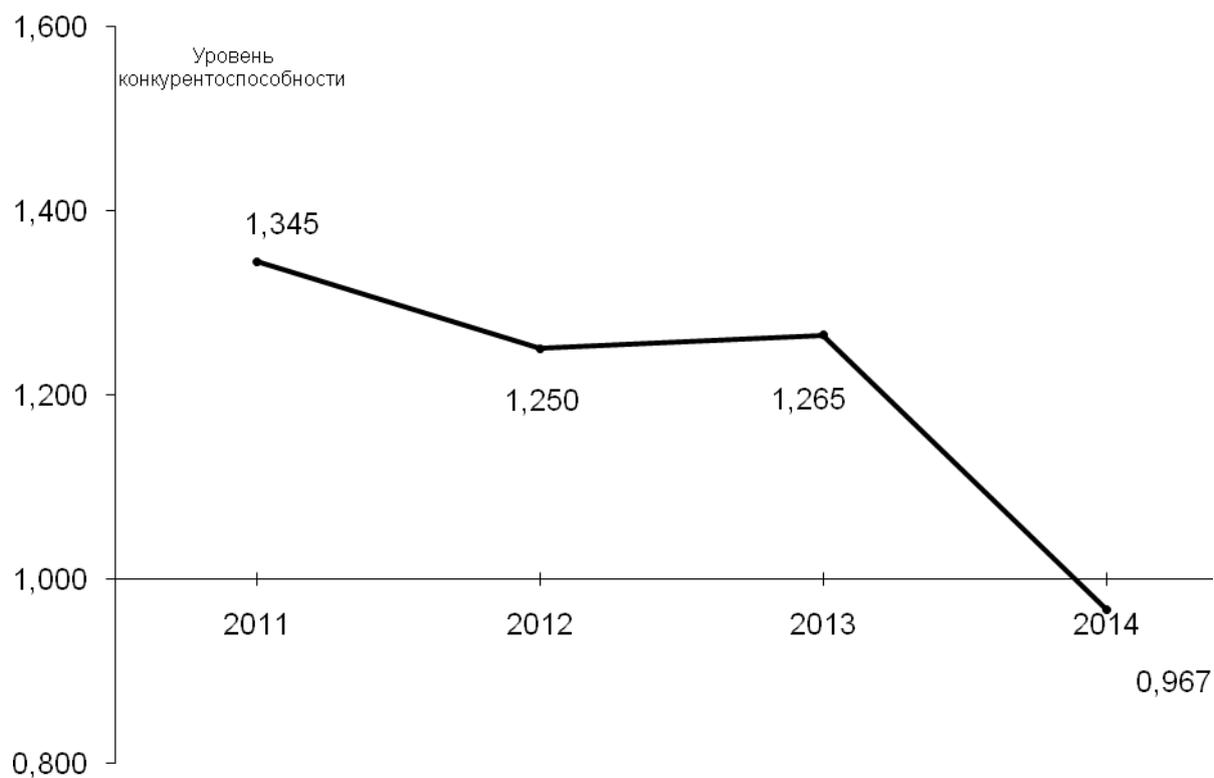


Рисунок 2.8 – Динамика конкурентоспособности ПАО «Газпром»

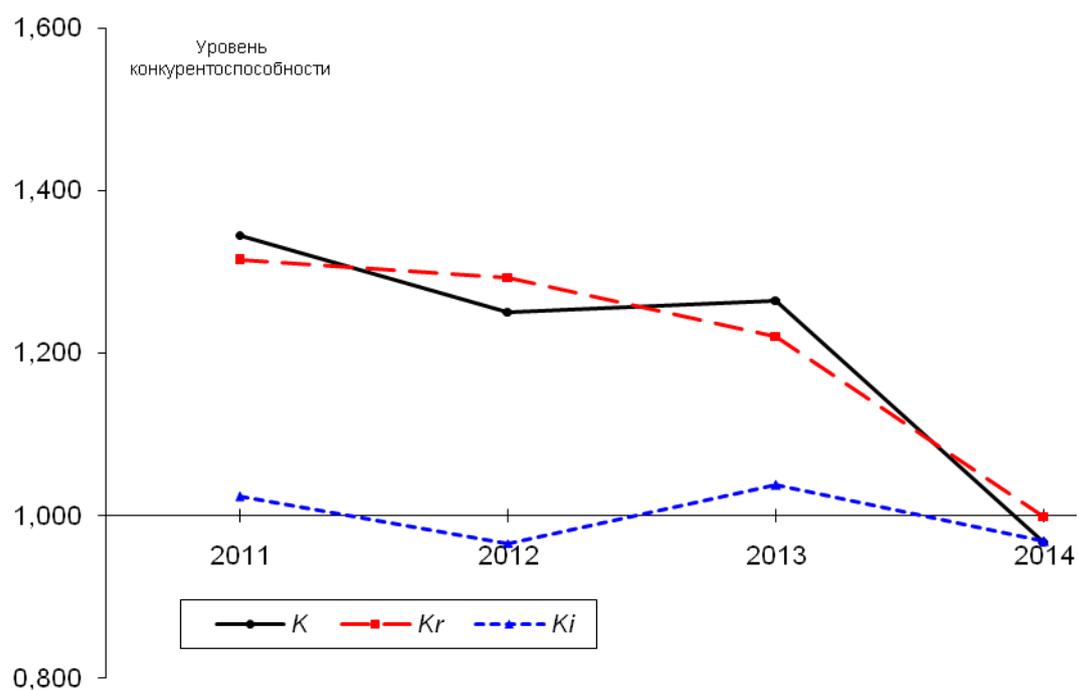


Рисунок 2.9 – Динамика конкурентоспособности ПАО «Газпром»
в разрезе источников ее формирования

Кроме того, в этом же году произошло снижение показателя стратегического позиционирования (с 1,037 до 0,968), что еще больше усугубило сложившуюся ситуацию.

Делая вывод, отметим, что негативная тенденция, связанная с существенным падением уровня конкурентоспособности ПАО «Газпром» и обусловленная снижением показателей его операционной эффективности и стратегического позиционирования, напрямую требует принятия соответствующих мер по их приращению.

С целью получения полной картины проводимого анализа оценим динамику показателей эффективности хозяйственной деятельности рассматриваемых компаний в разрезе объектов сопоставления (рисунок 2.10). Очевидно, что невзирая на общее снижение показателей эффективности хозяйственной деятельности, наблюдаемое в топливно-энергетической отрасли, существенное падение этого показателя у ПАО «Газпром» свидетельствует о нежелательном влиянии факторов, связанных с операционной эффективностью деятельности компании и определяющих ее внутреннюю среду.

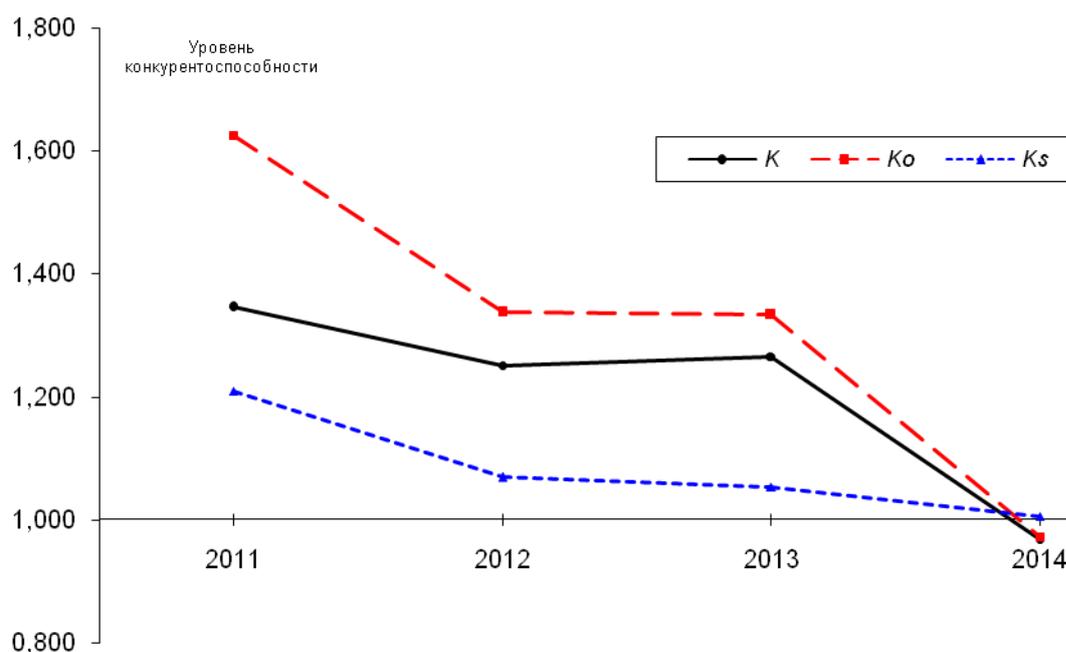


Рисунок 2.10 – Динамика конкурентоспособности ПАО «Газпром» в разрезе объектов сопоставления

В завершение параграфа справочно укажем показатели уровня конкурентоспособности прочих российских компаний, вошедших в выборку крупнейших нефтегазовых гигантов: коэффициент конкурентоспособности компании Роснефть составил 1,057 (2-е место из 18 компаний ТЭК); Лукойл – 1,041 (6-е место из 18). Таким образом, негативная оценка конкурентоспособности ПАО «Газпром» не связана со спецификой российской экономики (в этом случае у всех российских компаний был бы одинаково низкий уровень конкурентоспособности, а это далеко не так). Следовательно, низкий уровень конкурентоспособности ПАО «Газпром» обусловлен специфическими факторами самой компании.

***Оценка и анализ конкурентоспособности ПАО «Газпром»
в сопоставлении с ведущими мировыми компаниями***

В контексте настоящего исследования представляется интересной оценка деятельности ПАО «Газпром» на фоне мировых экономических лидеров. В этой связи произведем оценку уровня конкурентоспособности отечественной компании в сравнении с пятьюдесятью крупнейшими компаниями мира (без учета рассмотренных ранее компаний ТЭК). Такое сопоставление позволит оценить конкурентные позиции ПАО «Газпром» с точки зрения рынка капиталов и инвестиционной привлекательности. Результаты соответствующих расчетов представлены в таблице 2.3.

Анализируя динамику уровня конкурентоспособности ПАО «Газпром» (рисунок 2.11) в сопоставлении с показателями выборки, отметим, что в течение всего рассматриваемого периода он неизменно падал, опустившись до значения 0,919 в 2014 г. При этом начиная с 2011 г. общее снижение уровня конкурентоспособности компании, обусловленное его ключевыми составляющими, составило почти 37 %, подтвердив в конце 2014 г. негативную оценку конкурентного статуса ПАО «Газпром».

Таблица 2.3 – Показатели конкурентоспособности ПАО «Газпром»
в сопоставлении с ведущими мировыми компаниями

Показатель	Год			
	2011	2012	2013	2014
K_r	1,327	1,282	1,210	0,975
K_I	1,093	0,936	1,005	0,942
K_0	1,625	1,337	1,333	0,972
K_S	1,121	1,113	1,096	1,058
K	1,450	1,201	1,216	0,919

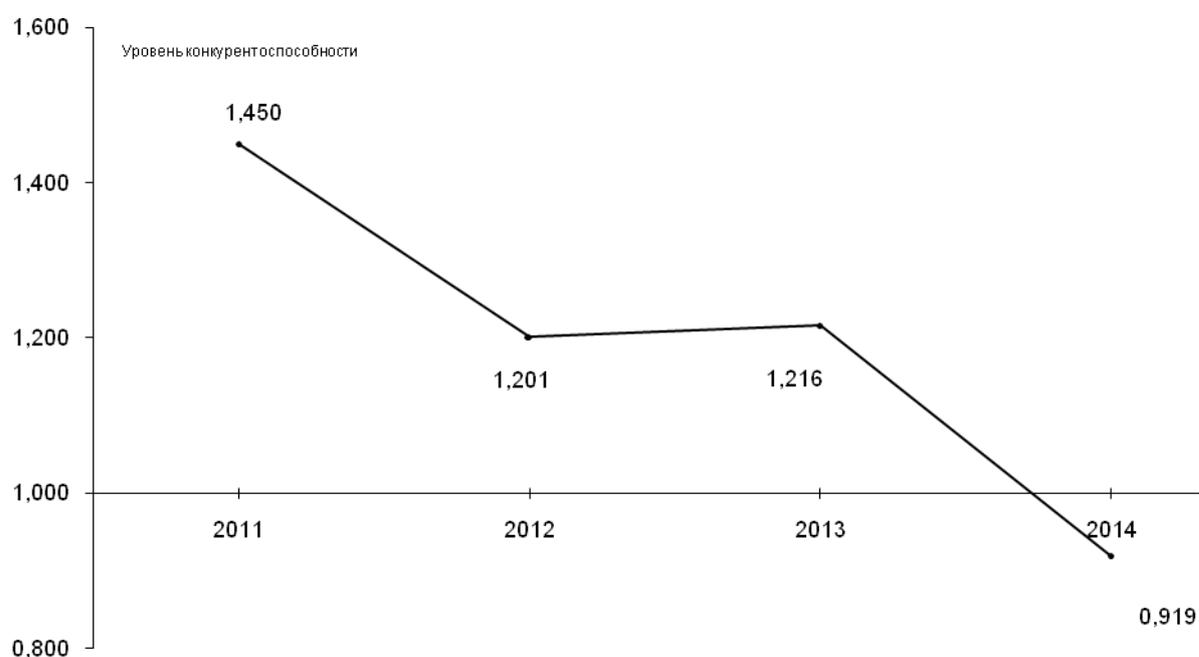


Рисунок 2.11 – Динамика конкурентоспособности ПАО «Газпром»

Ранее было отмечено, что основной целью сопоставления ПАО «Газпром» с крупнейшими компаниями широкого рынка является оценка его деятельности с точки зрения рынка капиталов и инвестиционной привлекательности. Подводя итог, заметим, что проведенный анализ позволяет констатировать: негативная тенденция к снижению уровня конкурентоспособности отечественной компании,

наблюдаемая на протяжении всего анализируемого периода времени, в свою очередь, свидетельствует о существенном падении показателей ее инвестиционной привлекательности.

Действительно, такое заключение нетрудно подтвердить изменением капитализации ПАО «Газпром». Если в начале 2012 г. цена одной акции компании на ММВБ составляла 190 руб., то в начале 2015 г. акции ПАО «Газпром» котировались уже по цене 140 руб. за акцию. Таким образом, за четырехлетний период времени капитализация ПАО «Газпром» снизилась на 27 %, что, вне сомнений, явилось следствием потери конкурентного статуса компании.

Чтобы разобраться с более конкретными причинами такого положения дел, обратимся к анализу динамики показателей конкурентоспособности ПАО «Газпром» в разрезе источников ее формирования (K_r и K_I – на рисунке 2.12) и объектов сопоставления (K_0 и K_S – на рисунке 2.13).

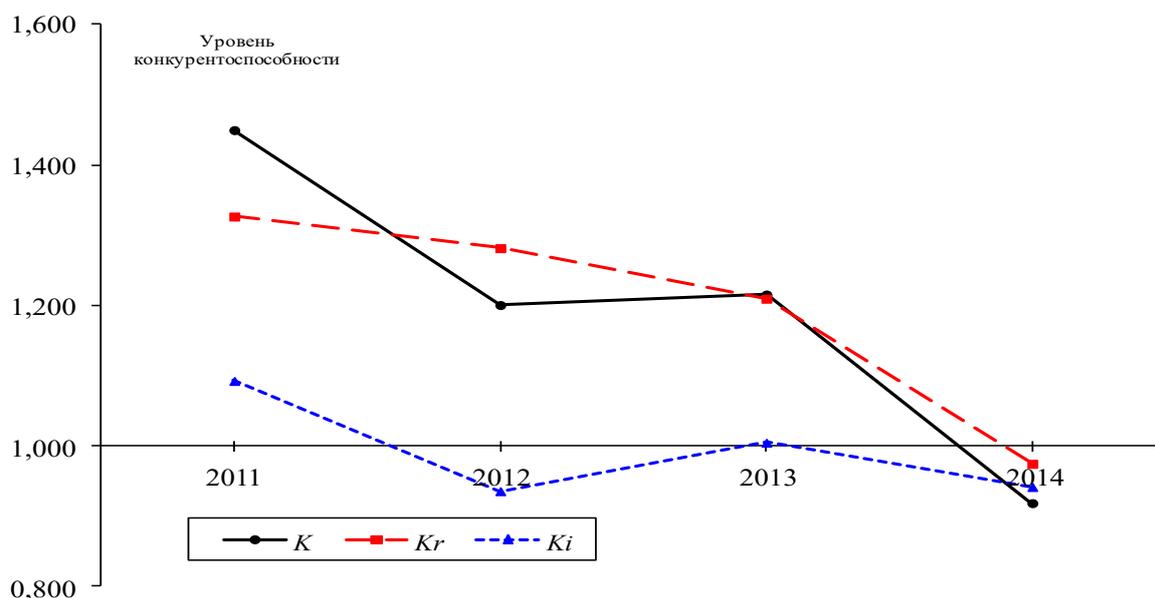


Рисунок 2.12 – Динамика конкурентоспособности ПАО «Газпром» в разрезе источников ее формирования

В первом случае опять же отметим существенное снижение операционной эффективности компании по итогам 2014 г. При этом добавим, что несомненными рычагами роста конкурентоспособности ПАО «Газпром» являются мероприятия, нацеленные на оптимизацию обоих ее источников.

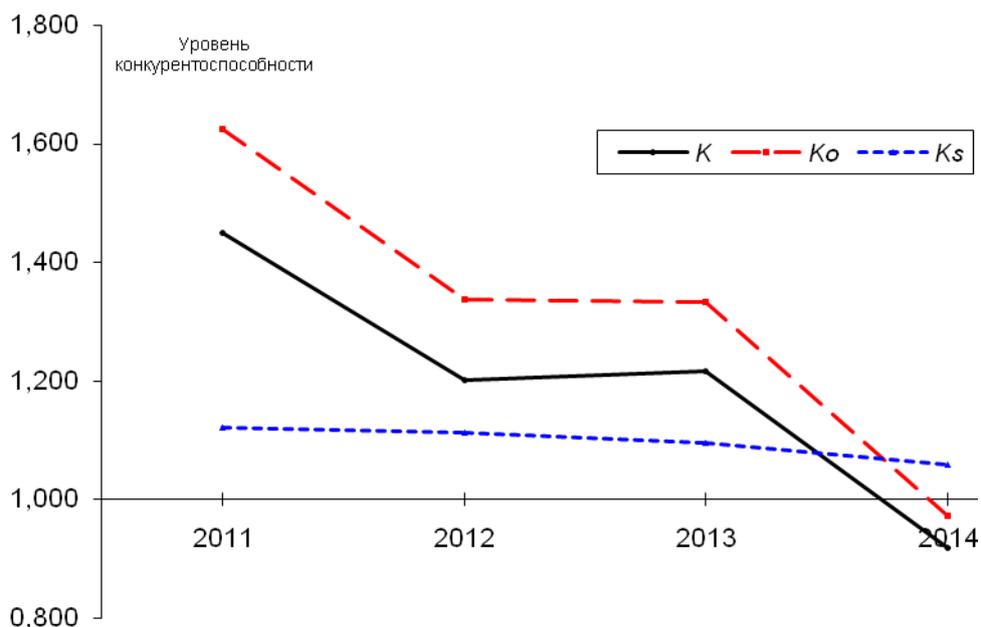


Рисунок 2.13 – Динамика конкурентоспособности ПАО «Газпром» в разрезе объектов сопоставления

Анализ показателя конкурентоспособности с точки зрения объектов сопоставления свидетельствует о поступательном снижении эффективности производственно-хозяйственной деятельности ПАО «Газпром» при сравнительно стабильных аналогичных показателях компаний-конкурентов.

Подытоживая результаты проведенного всестороннего анализа при сопоставлении деятельности ПАО «Газпром» и международных корпораций, сформулируем главные выводы:

- Уровень конкурентоспособности ПАО «Газпром» в течение анализируемого периода времени имел продолжительную тенденцию к снижению и по итогам 2014 г. оказался ниже, чем у объектов сопоставления;
- Основным фактором, оказавшим существенное влияние на падение уровня конкурентоспособности, явился показатель ее операционной эффективности, а основным резервом увеличения конкурентоспособности ПАО «Газпром» должна стать оптимизация его стратегического позиционирования.

2.4. Анализ конкурентоспособности ПАО «Газпром» в сопоставлении с отечественными компаниями

Оценка конкурентоспособности в сопоставлении с отечественными предприятиями представляет собой особый интерес, поскольку отечественные конкуренты, также как ПАО «Газпром», подвержены влиянию тех же факторов отечественного рынка (геополитические, девальвационные риски и т. п.). Таким образом, сопоставление с отечественными предприятиями, находящимися в равных макроэкономических условиях, в большей степени отражает истинную конкурентоспособность Исследуемой компании.

Кроме того, в отношении отечественных предприятий более доступна актуальная финансовая отчетность. Так, на момент проведения настоящего исследования были опубликованы финансовые результаты за I полугодие 2015 г. большинства ведущих компаний РФ. Следовательно, сравнение с российской базой сопоставления позволит получить наиболее актуальную оценку конкурентоспособности, что имеет особую значимость в условиях повышенной нестабильности 2015 г.

Информационной базой данных для оценки конкурентоспособности ПАО «Газпром» является годовая финансовая отчетность самой компании и принимаемых во внимание конкурентов за 2011-2014 гг. и за I полугодие 2015г. В последнем случае при определенных расчетах сопоставление производится с показателями I полугодия 2014 г.

С учетом имеющейся по итогам отчетности за I полугодие 2015 г. актуальной информации об объемах консолидируемой выручки компаний, послужившей критерием отбора, была сформирована выборка объектов сопоставления из 50 крупнейших предприятий РФ. Компании банковского сектора были включены в выборку исходя из показателей суммарных процентных и комиссионных доходов от основной деятельности (принятый эквивалент выручки). В случае, если отчетность была представлена в валюте, производилась

её конвертация в рублевые значения по текущему среднему номинальному курсу (публикуются ЦБ РФ¹).

Имея ввиду, что подавляющее большинство крупных российских компаний технологически и организационно представляют собой группы аффилированных субъектов, оценка их конкурентоспособности в целях повышения объективности получаемых результатов производилась на основе консолидированных показателей отчетности, официально опубликованной на принадлежащих компаниям сайтах и серверах раскрытия информации и составленной в соответствии со стандартами МСФО.

Таким образом, с учетом отмеченных нюансов исходная информация для оценки конкурентоспособности ПАО «Газпром» в сопоставлении с крупнейшими российскими компаниями была собрана и представлена в Приложении 4.

Оценка и анализ конкурентоспособности ПАО «Газпром» в сопоставлении с ОАО «НОВАТЭК»

На начальном этапе проводимого исследования наиболее логичным действием представляется оценка и анализ конкурентоспособности ПАО «Газпром» в сравнении с компанией ОАО «НОВАТЭК», которая в нашей стране является, по сути дела, основным конкурентом ПАО «Газпром» в газодобывающей отрасли. Результаты проведенных расчетов представлены в таблице 2.4.

Из таблицы 2.6 видно, что показатели ОАО «НОВАТЭК» выглядят гораздо предпочтительнее. Действительно, уровень конкурентоспособности ПАО «Газпром» на протяжении всего рассматриваемого периода существенно уступает аналогичному показателю конкурента и по итогам I полугодия 2015 г. составляет величину, равную 0,796, что ощутимо ниже критического уровня (1,000) и свидетельствует о серьезных проблемах в деятельности ПАО «Газпром».

¹ http://www.cbr.ru/statistics/print.aspx?file=credit_statistics/ex_rate_ind_15.htm&pid=svs&sid=analit

Таблица 2.4 – Показатели конкурентоспособности ПАО «Газпром» в сопоставлении с ОАО «НОВАТЭК»

Показатель	Год				
	2011	2012	2013	2014	6 мес. 2015
K_r	0,703	0,910	0,811	0,922	0,893
K_l	0,796	1,077	0,883	0,945	0,891
K_o	1,598	1,375	1,349	1,062	1,320
K_s	2,858	1,403	1,883	1,219	1,658
K	0,559	0,980	0,716	0,871	0,796

Еще больше отмеченные проблемы высвечиваются при анализе динамики показателя конкурентоспособности компании (рисунок 2.14), поскольку за весь анализируемый период конкурентоспособность ПАО «Газпром» является «хронически» низкой: начиная с 2011 г. уровень конкурентоспособности никогда не превышал единицу.

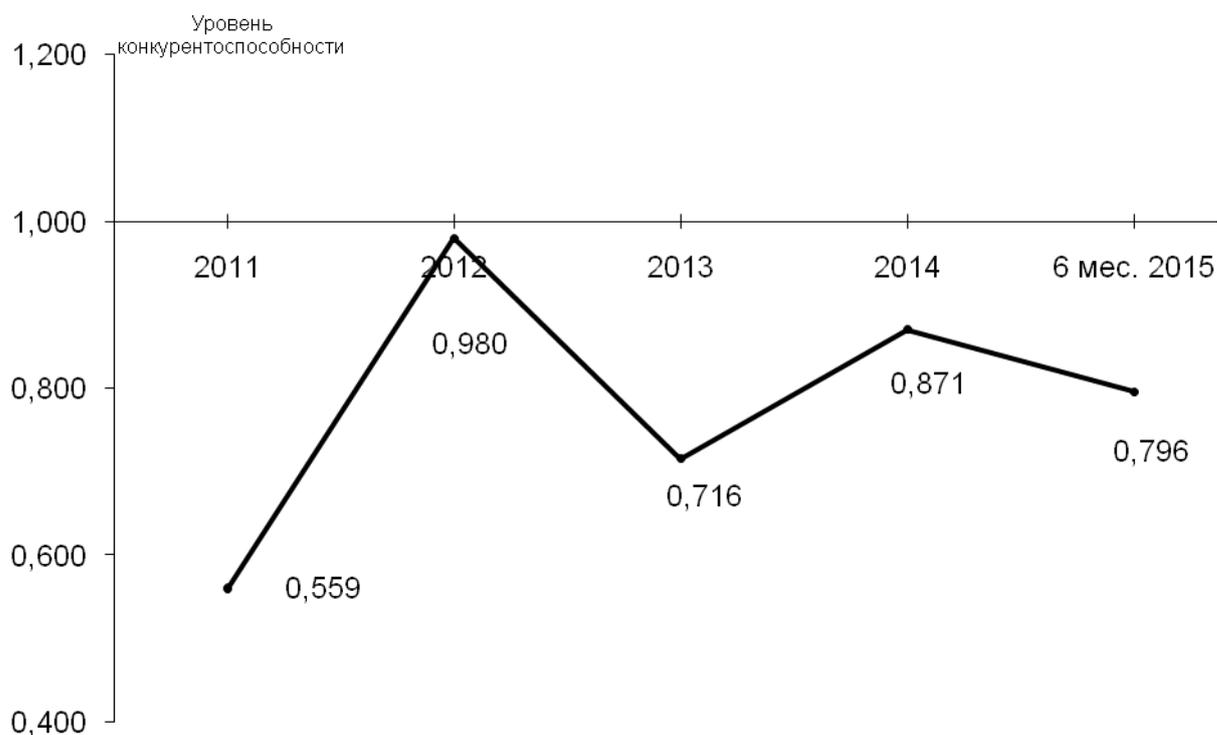


Рисунок 2.14 – Динамика показателя конкурентоспособности ПАО «Газпром»

Единственный «всплеск» уровня конкурентоспособности наблюдался в 2012 г., когда значение коэффициента конкурентоспособности почти достигло единицы, составив 0,980. Текущая динамика уровня конкурентоспособности также является отрицательной. Действительно, с конца 2014 г. к началу II полугодия 2015 г. уровень конкурентоспособности упал с показателя 0,871 до значения 0,796.

Проведенные расчеты позволяют сделать следующие выводы: во-первых, в сравнении с ОАО «НОВАТЭК» конкурентоспособность ПАО «Газпром» имеет очень низкий уровень и, во-вторых, наблюдается отчетливая тенденция дальнейшего снижения этого уровня. При этом заметим, что выявленный низкий уровень конкурентоспособности Исследуемой компании сложился задолго до текущей геополитической нестабильности. Такое положение дел свидетельствует о том, что снижение конкурентоспособности носит не конъюнктурный, а системный характер, и дает недвусмысленный сигнал о необходимости поиска путей повышения конкурентоспособности ПАО «Газпром».

Для выяснения более конкретных причин такого резкого падения уровня конкурентоспособности Исследуемой компании обратимся к анализу динамики ее составляющих, рассмотрев поэтапно изменение коэффициентов операционной эффективности и стратегического позиционирования. Изначально произведем декомпозицию показателя конкурентоспособности по источникам ее формирования (показатели K_r и K_f на рисунке 2.15).

Из рисунка 2.15 хорошо видно, что в целом столь низкий уровень конкурентоспособности ПАО «Газпром» определяется как низким уровнем операционной эффективности, так и стратегического позиционирования: оба показателя находятся практически на одном уровне.

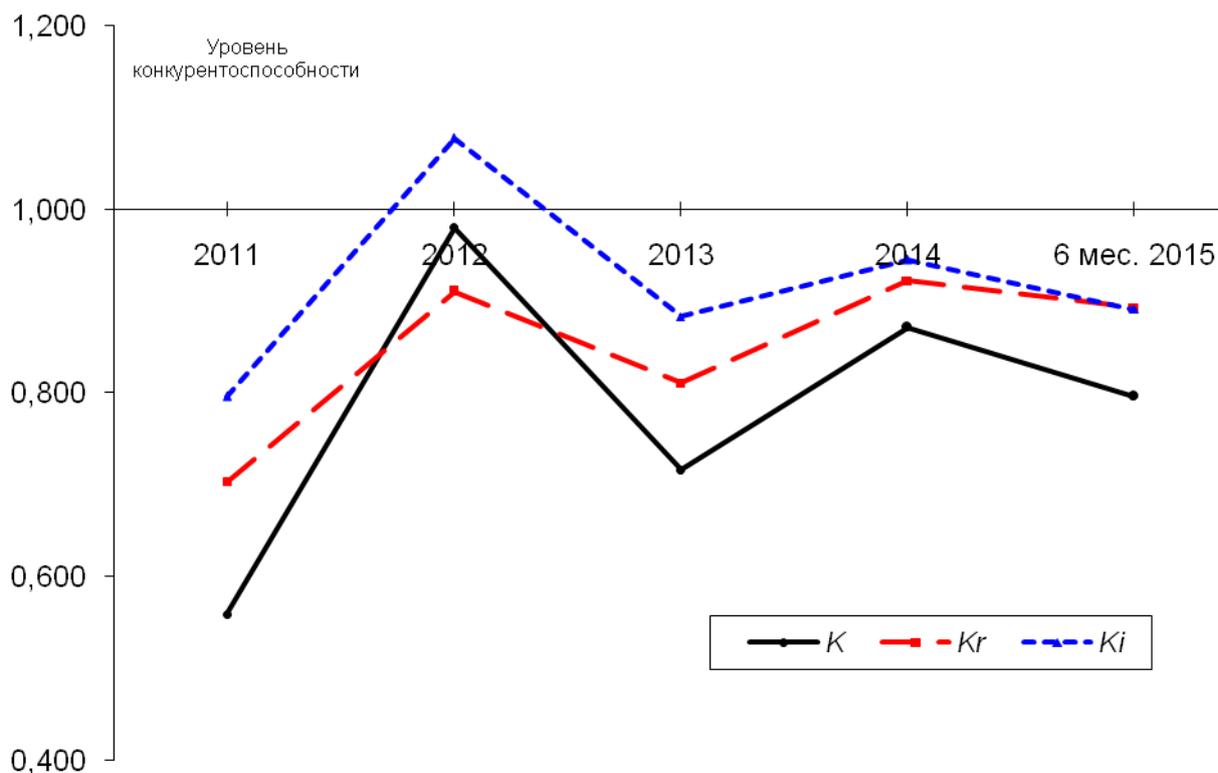


Рисунок. 2.15 – Динамика конкурентоспособности ПАО «Газпром» в разрезе источников ее формирования

Действительно, невысокие значения указанных коэффициентов, наблюдаемые в конце рассматриваемого периода (0,893 и 0,891), достаточно красноречиво подтверждают тот факт, что потеря конкурентных позиций ПАО «Газпром» в сравнении с ОАО «НОВАТЭК» произошла из-за утраты конкурентных преимуществ, создаваемых прямыми источниками их формирования: операционной эффективностью хозяйственной деятельности и стратегическим позиционирования компании на рынке.

Теперь попробуем установить, насколько повлияло на сложившуюся ситуацию само сопоставление показателей эффективности хозяйственной деятельности ПАО «Газпром» и его основного конкурента. Для этого проведем анализ конкурентоспособности Исследуемой компании в разрезе объектов сопоставления (рисунок 2.16).

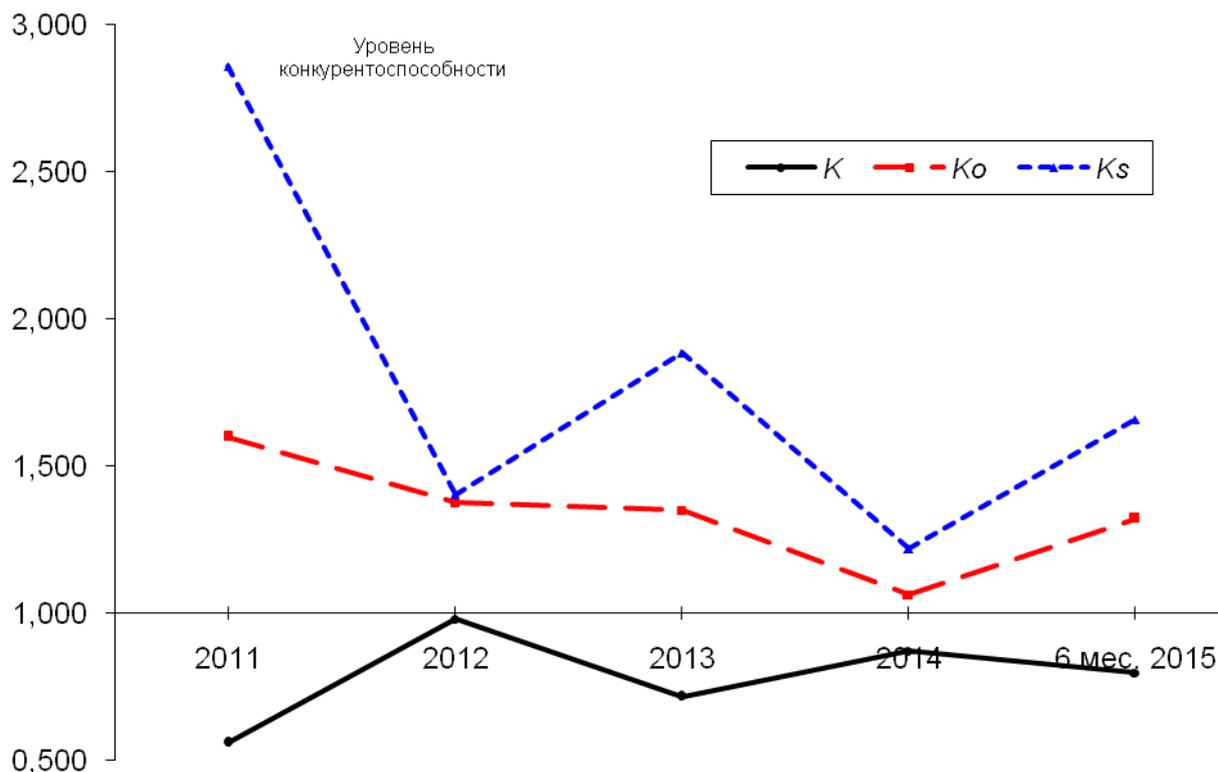


Рисунок 2.16 – Динамика конкурентоспособности ПАО «Газпром» в разрезе объектов сопоставления

На рисунке 2.16 видно, что значение показателя эффективности хозяйственной деятельности ОАО «НОВАТЭК» значительно превышает аналогичный показатель ПАО «Газпром» в течение анализируемого периода (например, по итогам I полугодия 2015 г. значение 1,658 против 1,320). Отсюда вывод, что крайне невысокая конкурентоспособность Исследуемой компании в сравнении с конкурентом объясняется еще и очень высоким коэффициентом эффективности хозяйственной деятельности ОАО «НОВАТЭК», существенно превышающим такой же показатель ПАО «Газпром».

Таким образом, проведенный анализ конкурентоспособности ПАО «Газпром» по отношению к ОАО «НОВАТЭК» свидетельствует о том, что ее уровень оставался низким на протяжении всего анализируемого периода. При этом детальный анализ конкурентоспособности в разрезе источников ее формирования и объектов сопоставления подтвердил отставание Исследуемой компании как по рентабельности хозяйственной деятельности, так и по показателям динамики доли рынка. Добавим, что столь невысокий уровень

конкурентоспособности ПАО «Газпром» наблюдался вопреки высокой эффективности его хозяйственной деятельности. Последнее объясняется «сверхвысокими» показателями конкурента.

Приведенные выше доводы подчеркивают острую необходимость поиска решений, направленных на повышение конкурентоспособности Исследуемой компании, даже с учетом того, что негативной ее оценка является только на фоне выбранного конкурента. При сопоставлении же с другими отраслевыми конкурентами уровень конкурентоспособности ПАО «Газпром» может оказаться не столь низким.

Оценка и анализ конкурентоспособности ПАО «Газпром» в сопоставлении с компаниями ТЭК

В целях всестороннего и комплексного исследования, связанного с анализом конкурентоспособности ПАО «Газпром», необходимо обратиться к оценке её деятельности на фоне отраслевых отечественных конкурентов. Выборка таких конкурентов включает крупнейшие предприятия ТЭК Российской Федерации: Роснефть, Лукойл, Сургутнефтегаз, НОВАТЭК, Славнефть и Татнефть. Суммарные показатели этой выборки компаний были приняты в качестве объекта сопоставления при проведении необходимых расчетов, результаты которых представлены в таблице 2.5.

Таблица 2.5 – Показатели конкурентоспособности ПАО «Газпром»
в сопоставлении с предприятиями ТЭК

Показатель	Год				
	2011	2012	2013	2014	6 мес. 2015
K_r	1,223	1,198	1,136	0,914	1,199
K_l	1,001	0,965	0,956	0,922	0,980
K_0	1,598	1,375	1,349	1,062	1,320
K_s	1,305	1,190	1,242	1,260	1,124
K	1,224	1,156	1,086	0,843	1,175

Анализ динамики уровня конкурентоспособности ПАО «Газпром» по отношению к основным конкурентам отрасли (рисунок 2.17) можно считать

обнадеживающим, поскольку за исключением 2014 г., когда этот уровень снизился до значения 0,843, все остальное время он был выше единицы, составив на конец I полугодия 2015 г. величину 1,175.

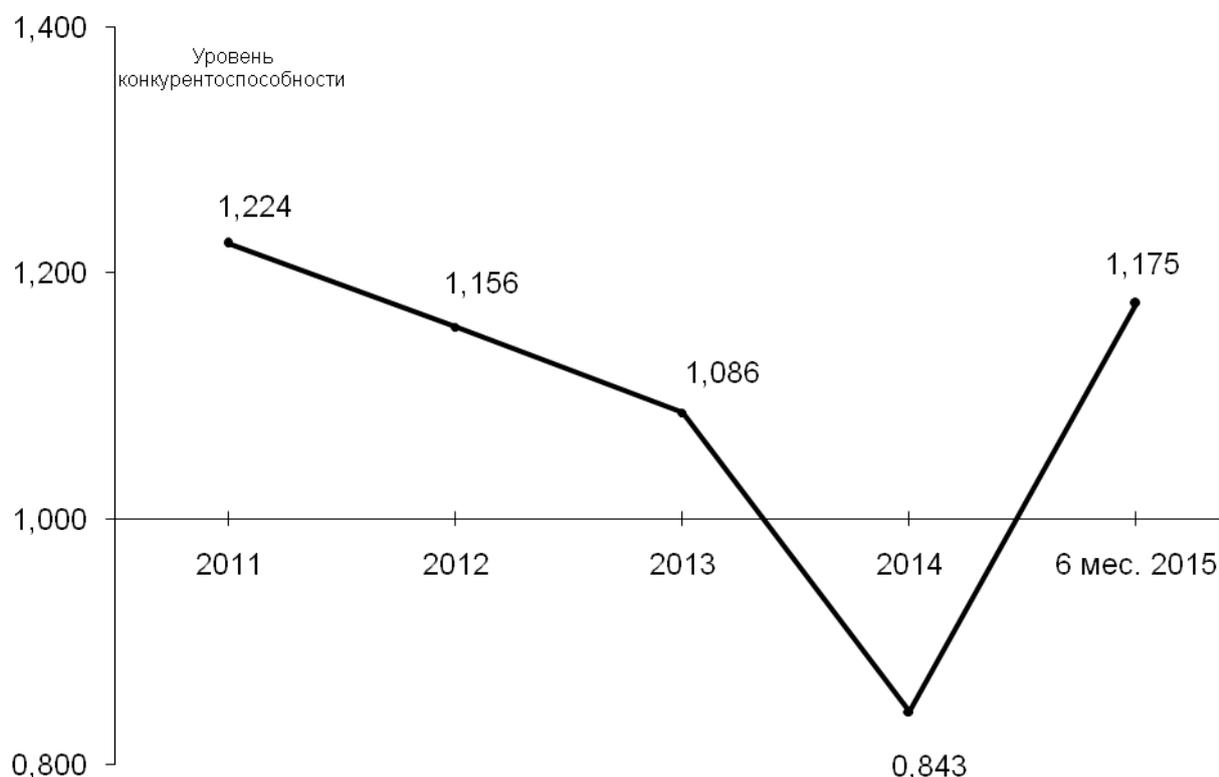


Рисунок 2.17 – Динамика конкурентоспособности ПАО «Газпром»

Заметим, что при относительно стабильном уровне показателя стратегического позиционирования динамика конкурентоспособности Исследуемой компании обусловлена существенной волатильностью показателя операционной эффективности. Действительно, резкое падение коэффициента операционной эффективности с 1,136 до 0,914 явилось ключевой причиной снижения конкурентоспособности в 2014г. И наоборот, восстановление уровня рентабельности по итогам I полугодия 2015 г. до 1,199 обусловило обратный рост общего уровня конкурентоспособности ПАО «Газпром». Из графика видно, что в кризисном 2015 г. коэффициент операционной эффективности достиг максимальных значений с 2012 г.

Теперь оценим влияние на показатель конкурентоспособности источников ее формирования (показатели K_r и K_l на рисунке 2.18).

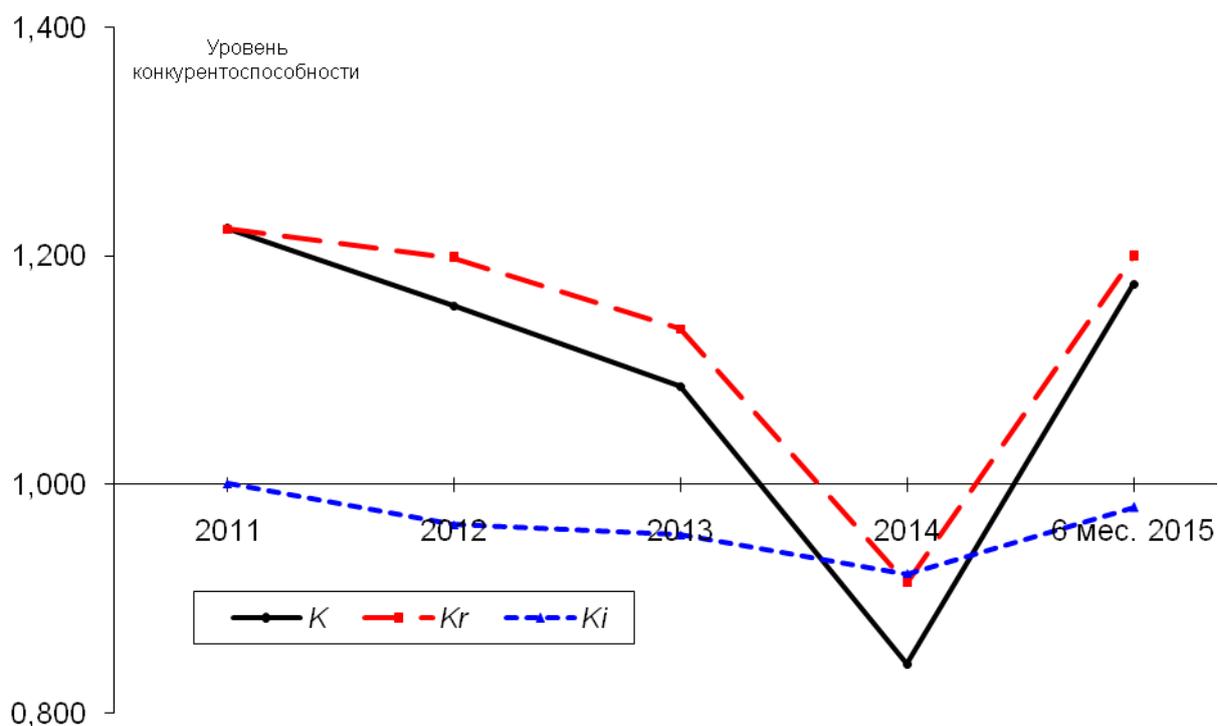


Рисунок 2.18 – Динамика конкурентоспособности ПАО «Газпром» в разрезе источников ее формирования

Относительно стратегического позиционирования следует обратить внимание на то, что указанный источник, с одной стороны, показывая стабильные значения, в то же время может рассматриваться как резерв увеличения конкурентоспособности ПАО «Газпром», поскольку его значения ниже единицы.

И еще один важный вывод, который позволяет сделать анализ конкурентоспособности ПАО «Газпром», но уже с точки зрения объектов сопоставления (рисунок 2.19). На фоне конкурентов отрасли показатель эффективности хозяйственной деятельности Исследуемой компании ведет себя крайне нестабильно и его резкое падение по итогам 2014 г. сигнализирует о наличии определенных проблем.

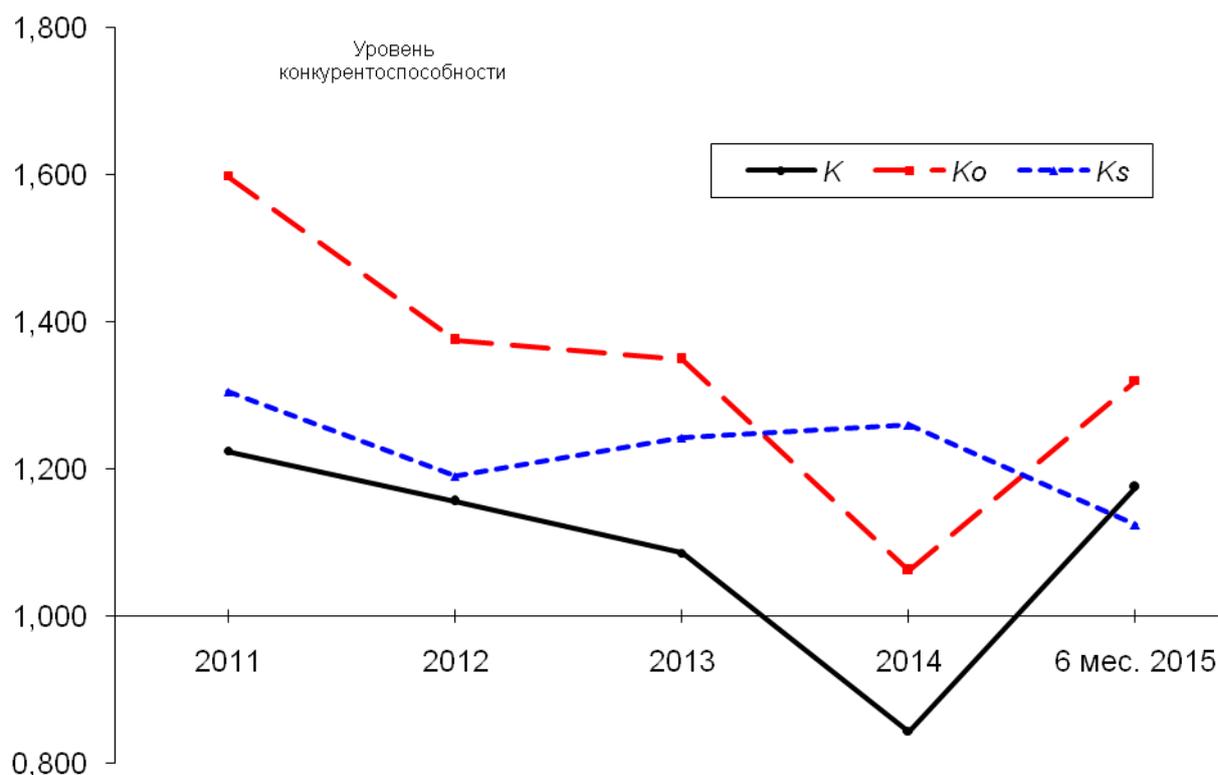


Рисунок 2.19 – Динамика конкурентоспособности ПАО «Газпром» в разрезе объектов сопоставления

Подытоживая сравнение показателей конкурентоспособности ПАО «Газпром» и отечественных отраслевых конкурентов, отметим, что в целом уровень конкурентоспособности Исследуемой компании заметно выше. Вместе с тем, настораживает его нестабильность, проявившаяся по итогам 2014 г., которая обусловлена специфическими условиями хозяйствования ПАО «Газпром». Добавим, что результатом указанных условий явилось столь существенное краткосрочное снижение операционной эффективности в 2014 г. и, как следствие, общее падение конкурентоспособности. Ко II полугодию 2015 г. уровень операционной эффективности «восстановился», и сегодня для компании важнейшим условием роста является увеличение объемов добычи и реализации энергоносителей. При этом следует особо отметить, что все компании ТЭК подверглись воздействию «турбулентности» цен на энергоносители и валютных курсов в равной степени, и всё же именно динамика рыночной доли Исследуемой компании оставляет желать лучшего.

**Оценка и анализ конкурентоспособности ПАО «Газпром»
в сопоставлении с ведущими компаниями РФ**

В рамках проводимого исследования представляется небезынтересным сопоставление деятельности ПАО «Газпром» с представителями широкого круга отечественных компаний. Без учета проанализированных ранее предприятий ТЭК выборку по итогам I полугодия 2015 г. составили пятьдесят крупнейших компаний РФ. Результаты расчетов по ним представлены в таблице 2.6.

Таблица 2.6 – Показатели конкурентоспособности ПАО «Газпром»
в сопоставлении с ведущими компаниями РФ

Показатель	Год				
	2011	2012	2013	2014	6 мес. 2015
K_r	1,213	1,214	1,203	1,015	1,213
K_l	1,035	0,962	1,012	0,967	0,914
K_o	1,598	1,375	1,349	1,062	1,320
K_s	1,273	1,177	1,109	1,082	1,191
K	1,255	1,168	1,217	0,981	1,108

Анализируя оценку уровня конкурентоспособности ПАО «Газпром» на фоне ведущих российских компаний, отметим ее как положительную. При этом показатели динамики конкурентоспособности Исследуемой компании (рисунок 2.20) имеют уровень выше единицы на протяжении всего рассматриваемого периода. Исключение составляет 2014 г., когда уровень конкурентоспособности снизился до 0,981.

Тем не менее, настораживает определенная тенденция к снижению уровня конкурентоспособности ПАО «Газпром», который с 2011 г. к началу II полугодия 2015 г. упал на 12 %.

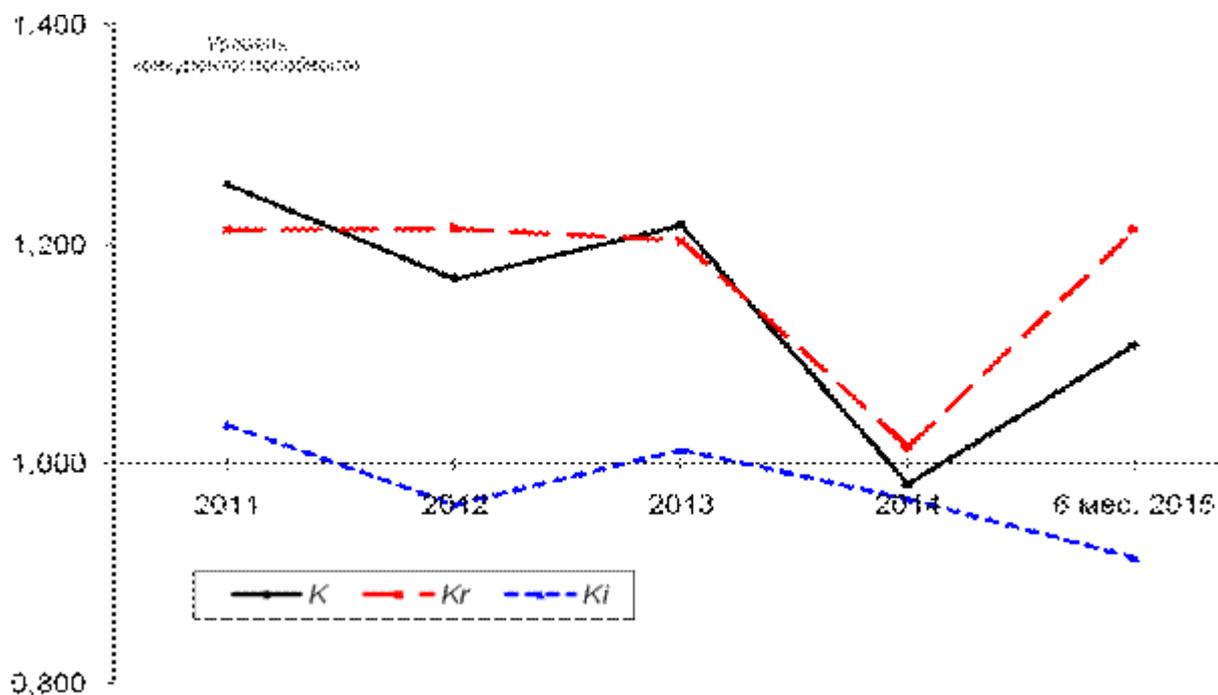


Рисунок 2.20 – Динамика конкурентоспособности ПАО «Газпром»

С целью выявления причин произошедшего проанализируем динамику показателя конкурентоспособности Исследуемой компании в разрезе источников ее формирования (K_r и K_I на рисунке 2.21) и объектов сопоставления (K_0 и K_S на рисунке 2.22).

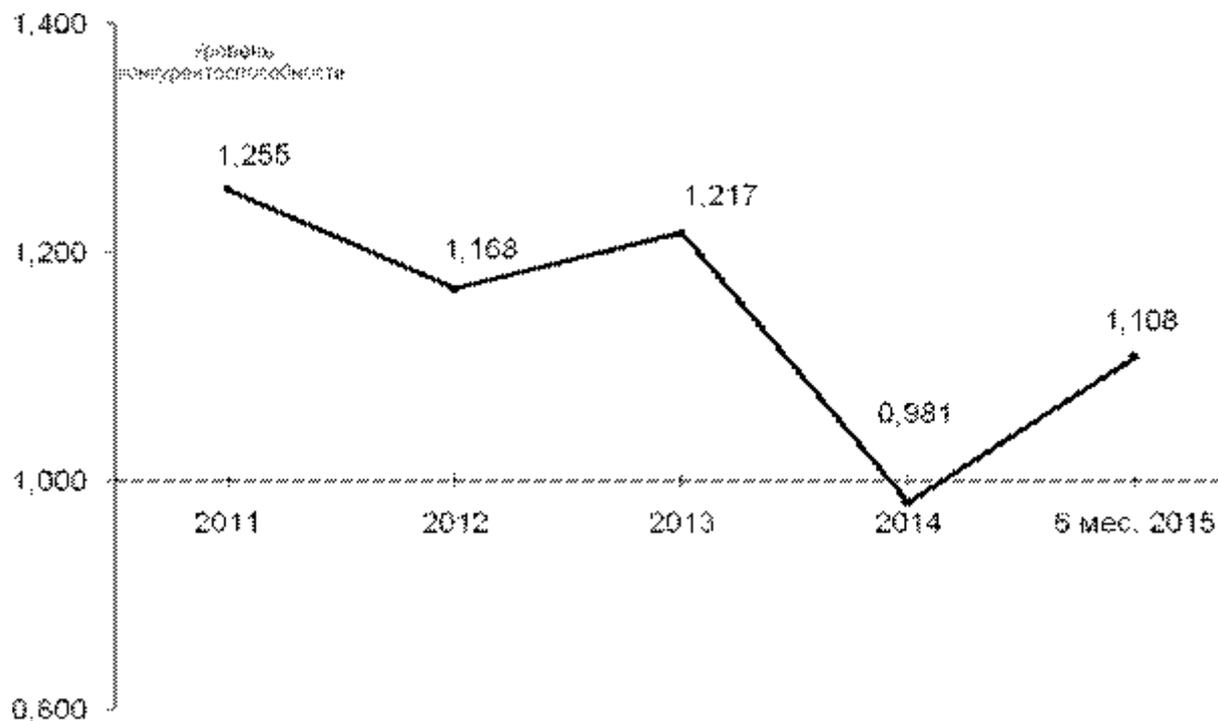


Рисунок 2.21 – Динамика конкурентоспособности ПАО «Газпром» в разрезе источников ее формирования

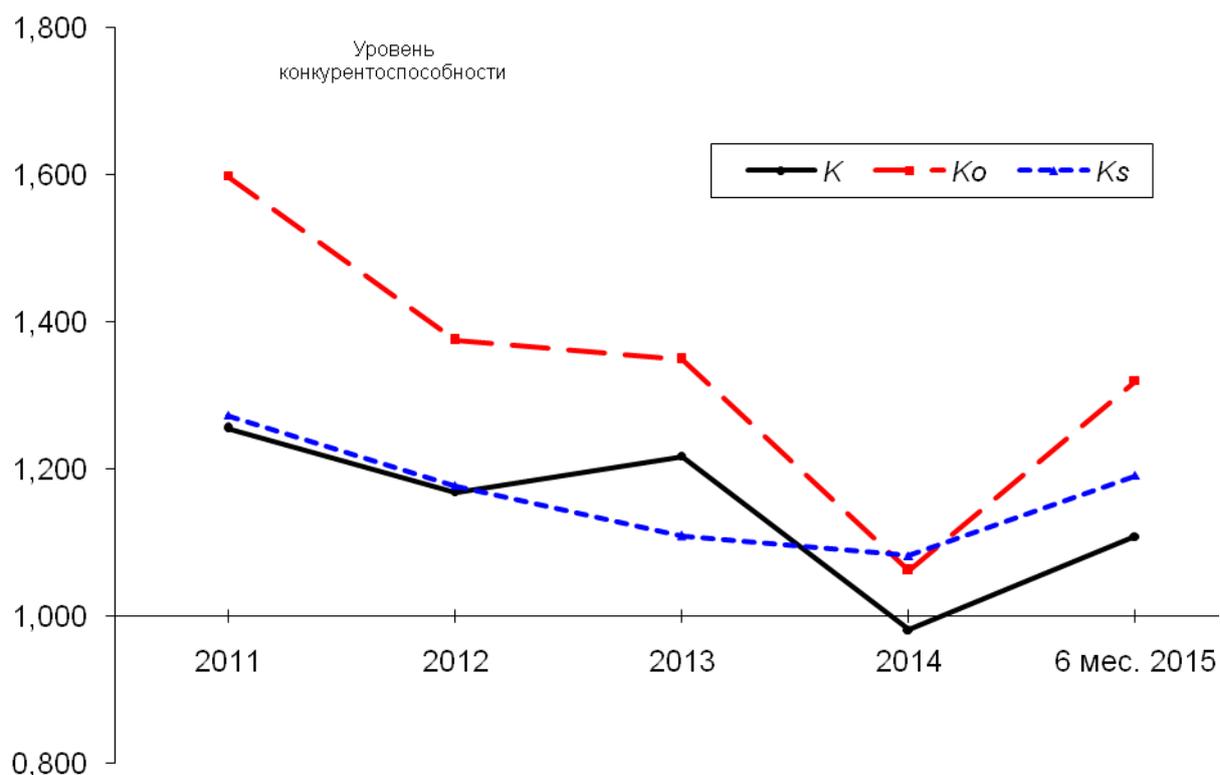


Рисунок 2.22 – Динамика конкурентоспособности ПАО «Газпром» в разрезе объектов сопоставления

Прежде всего, отметим невысокий уровень показателя стратегического позиционирования ПАО «Газпром», лежащий ниже единицы практически на всем протяжении исследуемого периода и неуклонно снижающийся с течением времени. Вне сомнений, оптимизация этого показателя является ключевым условием повышения конкурентоспособности Исследуемой компании на данном этапе развития. Кроме того, другим немаловажным условием поступательного развития является устранение «скачкообразности» динамики показателя операционной эффективности компании, крайне негативно влияющей на общий уровень ее конкурентоспособности.

Добавим, что также поступательно с начала рассматриваемого периода (рисунок 2.22) снижается и показатель эффективности хозяйственной деятельности ПАО «Газпром», хотя аналогичные суммарные показатели предприятий выборки относительно стабильны.

Подводя итог сопоставлению деятельности ПАО «Газпром» и компаний выборки из крупнейших предприятий России, выделим главное:

- Показатель конкурентоспособности Исследуемой компании крайне нестабилен и имеет выраженную тенденцию к снижению;
- Устранение чрезмерной волатильности показателя операционной эффективности и поиск путей оптимизации показателя стратегического позиционирования наряду с повышением эффективности хозяйственной деятельности ПАО «Газпром» должны послужить основой приращения его конкурентоспособности.

***Заключение по результатам оценки и анализа
конкурентоспособности ПАО «Газпром»***

Всесторонний с точки зрения объектов сопоставления сравнительный анализ конкурентоспособности ПАО «Газпром» свидетельствует об ухудшении рыночного позиционирования компании в последние несколько лет. С одной стороны, по временам «лихорадит» операционную эффективность деятельности предприятия, что приводит к резкому падению уровня его конкурентоспособности, с другой стороны, не способствуют росту этого уровня и в целом невысокие показатели стратегического позиционирования компании. Кроме того, эффективность хозяйственной деятельности ПАО «Газпром» в сравнении с сильными конкурентами по временам оставляет желать лучшего. Как следствие, при существенном снижении рентабельности деятельности Исследуемой компании по итогам 2014 г. адекватно «отреагировала» и её конкурентоспособность.

Заметим, что обрисованная выше картина сложилась на основе анализа конкурентоспособности ПАО «Газпром» при сопоставлении с очень широким кругом конкурирующих компаний, причем как отечественных, так и зарубежных, поэтому говорить о каких-то особых ситуациях явно не приходится. Напротив, особенно отчетливо отмеченные проблемы вырисовываются при сравнении Исследуемой компании с ее основным конкурентом ОАО «НОВАТЭК», которому она уступает практически по всем позициям. И то обстоятельство, что в

современных не особенно благоприятных макроэкономических условиях отдельные компании показывают определенный рост, повышая рентабельность производства и реализации своей продукции, укрепляет в убеждении, что снижение уровня конкурентоспособности ПАО «Газпром» имеет не конъюнктурные, а скорее фундаментальные причины.

Установление этих причин должно послужить основой для разработки мероприятий по улучшению стратегического позиционирования ПАО «Газпром» и увеличению доли рынка компании. Так, если причины касаются нехватки производственных мощностей, то необходима реорганизация производственного процесса. Если причины связаны с просчетами маркетинговых служб, то необходимо менять маркетинговую политику. Возможно, что для активизации продаж необходимы изменения ценовой политики, позволяющие повысить привлекательность поставок ПАО «Газпром».

В любом случае с целью выявления действенных направлений повышения конкурентоспособности Исследуемой компании не обойтись без анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности ПАО «Газпром».

ГЛАВА 3. ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОПЛИВНО-ЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ (НА ПРИМЕРЕ ПАО «ГАЗПРОМ»)

3.1. Оценка и анализ конкурентоспособности ПАО «Газпром» на основе модификации динамического метода

Безусловно, признавая так называемый динамический метод оценки конкурентоспособности предприятий наилучшим по соотношению трудоемкости применения и достоверности получаемых результатов, отметим, что в определенных условиях его результаты могут не в полной мере отражать конкурентный статус анализируемых хозяйствующих субъектов. К подобному выводу подталкивает экономическая практика, которая показывает, что в период макроэкономической нестабильности (который имеет место в РФ в 2015-2016 гг.) одним из основных факторов конкурентоспособности становится финансовая устойчивость предприятия [30].

Более того, можно утверждать, что в периоды экономической волатильности финансовая устойчивость предопределяет не только конкурентоспособность, но и саму жизнеспособность, возможность дальнейшего функционирования компании. Об этом убедительно свидетельствуют резонансные прецеденты неплатежеспособности признанных лидеров отечественного рынка (Мечел, Трансаэро и др.), имевшие место в 2015 г.

С одной стороны, уровень финансовой устойчивости компании уже учитывается при оценке конкурентоспособности динамическим методом. Ведь известно, что уровень финансовой устойчивости в долгосрочной перспективе определяется, в первую очередь, долей собственного капитала в пассивах компании [68, 127]. Принимая во внимание то, что основным источником формирования собственного капитала является прибыль предприятия, именно прибыльность финансово-хозяйственной деятельности может рассматриваться

как основной показатель формирования финансовой устойчивости хозяйствующего субъекта.

Другими словами, если предприятие постоянно работает в убыток, то это неизбежно приводит к утрате финансовой устойчивости. Справедливо и обратное утверждение: стабильная эффективная и прибыльная деятельность обуславливает высокий уровень финансовой устойчивости компании. Таким образом, учет финансовой устойчивости хозяйствующего субъекта в рамках динамического подхода осуществляется через операционную эффективность.

Для верификации результатов применения динамического метода оценки конкурентоспособности в условиях рецессии необходимо соотнести их с вышеупомянутыми прецедентами финансовой несостоятельности российских компаний. В этих целях произведем расчет и осуществим сопоставление коэффициентов эффективности хозяйственной деятельности (показатель K_0 согласно выражению 2.22) компаний, вошедших в состав выборки при оценке конкурентоспособности ПАО «Газпром» в сопоставлении с российскими конкурентами (Приложение 4). Результаты расчетов указанного коэффициента приведены в таблице 3.1 [30].

Напомним, что значения коэффициента эффективности хозяйственной деятельности прямо пропорциональны уровню конкурентоспособности анализируемого предприятия. Поясним, что компании в таблице 3.1 ранжированы по убыванию коэффициента эффективности хозяйственной деятельности. Также отметим, что в указанной таблице приведены показатели Уралкалия (имеющего наибольшее значение коэффициента по итогам I полугодия 2015 г.), ПАО «Газпром» (Исследуемой компании), а также компаний выборки, имеющих значение коэффициента эффективности хозяйственной деятельности менее 1,000. Именно эта группа «низкоэффективных» предприятий в контексте осуществляемой верификации представляет наибольший интерес.

Очевидно, что эффективность хозяйственной деятельности не может быть признана высокой, если в результате этой деятельности компания признается банкротом. Следовательно, с учетом имеющей место финансовой

несостоятельности компаний Трансаэро и Мечел уровень эффективности их деятельности должен быть ниже, нежели у иных компаний выборки [30].

В то же время, по данным таблицы 3.1 значения коэффициентов эффективности хозяйственной деятельности Трансаэро и Мечела находятся на одном уровне с компаниями, которые не допустили дефолта по своим обязательствам. Тогда мы можем утверждать, что в условиях финансовой волатильности учет операционной эффективности недостаточен для отражения текущей финансовой устойчивости предприятия.

Таблица 3.1 – Коэффициенты эффективности хозяйственной деятельности некоторых российских компаний

№ п/п	Компания	Отчетный период			
		2012	2013	2014	6 мес. 2015
1.	Уралкалий	1,835	1,161	0,913	1,892
...
15.	Газпром	1,375	1,349	1,062	1,320
...
43.	Мостотрест	1,162	0,991	1,183	0,997
44.	Объединенная авиастроительная корпорация (ОАК)	0,996	1,074	1,106	0,993
45.	АвтоВАЗ	1,231	0,924	0,917	0,973
46.	Трансаэро	1,157	0,951	0,922	0,965
47.	ГАЗ	1,052	1,093	0,899	0,959
48.	Мечел	0,827	0,678	0,562	0,945
49.	КамАЗ	1,108	1,021	0,985	0,843
50.	Россельхозбанк	1,101	1,069	0,804	0,735

Действительно, многие специалисты разделяют финансовую устойчивость в долгосрочном и краткосрочном аспектах. Долгосрочная финансовая устойчивость отражает независимость от кредиторов и характеризуется долей собственного капитала в пассивах компании, а также прибыльностью финансово-хозяйственной деятельности.

Краткосрочную интерпретацию финансовой устойчивости дает профессор А. Д. Шеремет [166]. Он считает, что сущностью финансовой устойчивости в краткосрочном контексте является обеспеченность запасов источниками

формирования. Следовательно, краткосрочная финансовая устойчивость предприятия может быть оценена по обеспеченности собственными оборотными средствами и охарактеризована путем оценки отношения оборотных активов предприятия к его краткосрочным обязательствам (коэффициента текущей ликвидности).

Таким образом, в целях более объективного отражения эффективности финансово-хозяйственной деятельности компаний далее предлагается усовершенствовать динамический метод оценки конкурентоспособности предприятий, дополнив его математическую модель показателями сопоставления уровня ликвидности анализируемых конкурентов.

Кроме того, с введением в математическую модель третьего сомножителя (помимо коэффициентов операционной эффективности и стратегического позиционирования) влияние факторов модели нивелируется, в силу чего отпадает необходимость в извлечении квадратного корня из отношения индексов изменения объемов выручки.

С учетом указанных изменений математическая модель предлагаемого метода оценки конкурентоспособности предприятий может быть представлена с использованием интегрально-индексного метода построения, суть которого сводится к расчету индексов (коэффициентов) операционной эффективности деятельности предприятия, его стратегического позиционирования и финансового состояния, последующей их интеграции и извлечению корня соответствующей степени:

$$K = \sqrt[3]{K_r \cdot K_I \cdot K_L} , \quad (3.1)$$

где K – конкурентоспособность исследуемого предприятия;

K_r – коэффициент операционной эффективности;

K_I – коэффициент стратегического позиционирования;

K_L – коэффициент финансового состояния.

$$K_r = \frac{r}{R} , \quad (3.2)$$

где r – операционная эффективность рассматриваемого предприятия;

R – операционная эффективность по выборке.

$$r = \frac{B}{З} , \quad (3.3)$$

где B – выручка от реализации продукции предприятия;
 $З$ – затраты на производство и реализацию продукции предприятия.

$$R = \frac{B^S}{З^S} , \quad (3.4)$$

где B^S – выручка от реализации продукции по выборке;
 $З^S$ – затраты на производство и реализацию продукции по выборке.

$$K_I = \frac{I}{I^S} , \quad (3.5)$$

где I – индекс изменения объемов выручки рассматриваемого предприятия;
 I^S – индекс изменения объемов выручки по выборке.

$$I = \frac{B}{B_0} , \quad (3.6)$$

где B_0 – объем выручки от реализации продукции предприятия в предшествующем периоде.

$$I^S = \frac{B^S}{B_0^S} , \quad (3.7)$$

где B_0^S – объем выручки от реализации продукции по выборке в предшествующем периоде.

$$K_L = \frac{L}{L^S} , \quad (3.8)$$

где L – уровень ликвидности рассматриваемого предприятия;
 L^S – уровень ликвидности по выборке.

$$L = \frac{OA}{KO} , \quad (3.9)$$

где OA – оборотные активы рассматриваемого предприятия;
 KO – краткосрочные обязательства рассматриваемого предприятия.

$$L^S = \frac{OA_S}{KO_S} , \quad (3.10)$$

где OA_S – оборотные активы по выборке;
 KO_S – краткосрочные обязательства по выборке.

Тогда, с учетом выражений (3.2), (3.5) и (3.8), получаем:

$$K = \sqrt[3]{\frac{r}{R} \cdot \frac{I}{I^S} \cdot \frac{L}{L^S}} . \quad (3.11)$$

Критериальные значения коэффициента конкурентоспособности остаются теми же: чем выше K , тем более конкурентоспособным по отношению к выборке является рассматриваемое предприятие. Если $0 < K < 1$, конкурентоспособность предприятия по отношению к выборке является низкой (чем ближе к нулю, тем ниже конкурентоспособность). При $K = 1$ конкурентоспособность предприятия идентична конкурентоспособности выборки. При $K > 1$ конкурентоспособность предприятия выше, чем по выборке.

Ключевым аспектом предлагаемого подхода является осуществление расчетов не только за отчетный период, а также за 3-4 ретроспективных периода. Полученные динамические ряды обеспечивают репрезентативность массива данных и повышают достоверность оценки конкурентоспособности предприятий.

Коэффициенты хозяйственной деятельности рассматриваемого предприятия и по выборке (K_0 и K_S согласно выражению (2.24)) примут следующий вид:

$$K_0 = r \cdot I \cdot L , \quad (3.12)$$

где K_0 – коэффициент эффективности хозяйственной деятельности исследуемого предприятия;

$$K_S = R \cdot I^S \cdot L^S , \quad (3.13)$$

где K_S – коэффициент эффективности хозяйственной деятельности по выборке.

Тогда, показатель конкурентоспособности предприятия может быть представлен следующим образом:

$$K = \sqrt[3]{\frac{K_0}{K_S}} . \quad (3.14)$$

Значения коэффициента эффективности деятельности не поддаются строгому нормированию, но поскольку величина каждого из сомножителей, участвующих в его расчете, с позиций обеспечения эффективности имеет значение более единицы, можно утверждать, что рекомендуемое значение коэффициента эффективности хозяйственной деятельности также более единицы.

Анализируя показатели конкурентоспособности предприятия в динамике в разрезе объектов сопоставления можно выявить, на основании чего определяется уровень конкурентоспособности хозяйствующего субъекта.

Принимая во внимание выражение (3.12), можно осуществить сравнение результатов оценки конкурентоспособности компаний до и после модификации динамического метода. При этом, сопоставляя коэффициенты эффективности хозяйственной деятельности до (таблица 3.1) и после усовершенствования математической модели оценки конкурентоспособности (таблица 3.2), следует помнить, что сравнивать необходимо не абсолютные значения коэффициентов, а соотношения коэффициентов эффективности различных компаний [30].

Таблица 3.2 – Коэффициенты эффективности хозяйственной деятельности российских компаний после модификации динамического метода

№ п/п	Компания	Отчетный период			
		2012	2013	2014	6 мес. 2015
1.	Уралкалий	1,584	0,947	1,549	1,863
...
15.	Газпром	1,313	1,428	1,269	1,353
...
28.	Объединенная авиастроительная корпорация (ОАК)	1,079	1,213	1,199	1,091
...
33.	КамАЗ	1,239	1,157	1,100	1,029
...
42.	Мостотрест	1,078	0,957	1,045	0,924
...
45.	АвтоВАЗ	1,168	0,922	0,830	0,876
...
48.	ГАЗ	1,062	0,812	0,737	0,772
49.	Мечел	1,044	0,785	0,451	0,520
50.	Трансаэро	0,642	0,624	0,525	0,497

* Показатели Россельхозбанка по усовершенствованной методике не определяются в силу специфики балансового отчета кредитных организаций.

Без учета показателей ликвидности значения коэффициентов эффективности компаний Мечел и Трансаэро были на одном уровне с КамАЗом, ГАЗом и АвтоВАЗом. При этом все они находились в интервале от 0,843 до 0,973. После введения фактора ликвидности диапазон значений коэффициентов эффективности указанных компаний существенно расширился (от 0,497 до 1,029), что обеспечивает бóльшую количественную дифференциацию уровней конкурентоспособности анализируемых хозяйствующих субъектов.

Особо отметим, что коэффициенты эффективности компаний Мечел и Трансаэро стали существенно ниже коэффициентов всех иных предприятий выборки, что объективно отражает фактическое финансовое положение указанных хозяйствующих субъектов. Таким образом, поставленную цель можно считать достигнутой, а динамический подход к оценке конкурентоспособности компаний – усовершенствованным.

В рамках дальнейшей апробации предложенной модификации метода оценки конкурентоспособности предприятий предлагается произвести оценку и анализ конкурентоспособности ПАО «Газпром» по результатам финансово-хозяйственной деятельности за 2015 г.

В этих целях осуществим оценку конкурентоспособности ПАО «Газпром» в сравнении с ОАО «НОВАТЭК» и предприятиями топливно-энергетического комплекса. Оценка конкурентоспособности ПАО «Газпром» производится на основании годовых показателей 2012-2015 гг.

Для проведения расчетов с использованием модифицированной математической модели потребовалось дополнительно собрать информацию о величине оборотных активов и краткосрочных обязательств анализируемых хозяйствующих субъектов. Расчеты осуществлялись исходя из консолидированных показателей отчетности, составляемой по стандартам МСФО. Исходная информация для апробации модификации динамического метода оценки конкурентоспособности представлена в таблицах 3.3 и 3.4.

Таблица 3.3 – Выручка и чистая прибыль российских энергетических компаний (по отчетности МСФО), млн руб.

№ п/п	Компания	Выручка					Чистая прибыль			
		2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
1	Газпром	4 637 090	4 766 495	5 249 965	5 589 811	6 073 317	1 342 442	1 252 415	1 165 705	157 192
Компании ТЭК										
2	Лукойл	3 922 628	4 324 043	4 501 003	5 504 856	5 749 050	288 393	339 440	242 691	394 076
3	Роснефть	2 718 000	3 089 000	4 694 000	5 503 000	5 150 000	335 000	365 000	551 000	350 000
4	Сургутнефтегаз	795 196	849 575	837 734	1 736 514	1 585 611	274 989	184 330	279 081	884 833
5	Татнефть	417 586	444 099	454 983	476 360	552 712	64 210	78 448	78 344	97 677
6	НОВАТЭК	238 221	210 973	298 158	355 673	475 325	119 291	69 441	109 945	36 915
7	Славнефть	102 906	123 797	121 255	125 543	142 810	-680	12 865	10 554	1 373

Таблица 3.4 – Балансовые показатели российских энергетических компаний (по отчетности МСФО), млн руб.

№ п/п	Компания	Оборотные активы				Краткосрочные обязательства				
		31.12.2012	31.12.2013	31.12.2014	31.12.2015	31.12.2012	31.12.2013	31.12.2014	31.12.2015	
1	Газпром	2 420 803	2 862 670	3 461 155	3 993 722	1 492 066	1 391 465	1 855 947	2 124 701	
Компании ТЭК										
2	Лукойл	737 171	765 718	1 236 227	1 213 647	378 198	428 665	779 446	695 168	
3	Роснефть	949 000	1 455 000	2 131 000	2 404 000	453 000	1 387 000	2 031 000	1 817 000	
4	Сургутнефтегаз	548 982	666 139	957 500	821 273	98 114	120 769	177 853	221 120	
5	Татнефть	140 332	151 998	180 602	179 229	76 550	83 173	68 464	68 911	
6	НОВАТЭК	58 243	82 426	126 591	128 472	55 130	59 873	81 208	169 675	
7	Славнефть	53 488	43 614	67 667	67 328	26 387	31 266	38 675	36 630	

Оценка и анализ конкурентоспособности ПАО «Газпром» в сопоставлении с ОАО «НОВАТЭК»[29]

Прежде всего, произведем оценку и анализ конкурентоспособности ПАО «Газпром» в сопоставлении с ОАО «НОВАТЭК», являющимся основным конкурентом Исследуемой компании в газодобывающей отрасли Российской Федерации. Результаты расчетов представлены в таблице 3.5.

Таблица 3.5 – Показатели конкурентоспособности ПАО «Газпром» в сопоставлении с ОАО «НОВАТЭК»

Показатель	Отчетный период			
	2012	2013	2014	2015
K_r	0,910	0,811	0,922	0,972
K_I	1,161	0,779	0,893	0,813
K_L	1,536	1,494	1,196	2,483
K_0	2,262	2,913	2,043	2,354
K_S	1,395	3,082	2,075	1,200
K	1,175	0,981	0,995	1,252

Из таблицы 3.5 видно, что уровень конкурентоспособности ПАО «Газпром» по итогам 2015 г. составил 1,252, что свидетельствует о ее высоком уровне в сопоставлении с ОАО «НОВАТЭК». Анализ динамики конкурентоспособности за анализируемый период (рисунок 3.1) позволяет сделать вывод о том, что в 2013-2014 гг. уровень конкурентоспособности Исследуемой компании снижался до уровня менее 1 и вырос лишь по итогам 2015 г.

Таким образом, конкурентоспособность ПАО «Газпром» в сопоставлении с ОАО «НОВАТЭК» может быть охарактеризована как высокая и, в то же время, кратковременная. Для выявления причин существенных колебаний уровня конкурентоспособности ПАО «Газпром» проведем анализ ее динамики в разрезе источников конкурентоспособности, а также объектов сопоставления (рисунки 3.2 и 3.3 соответственно).

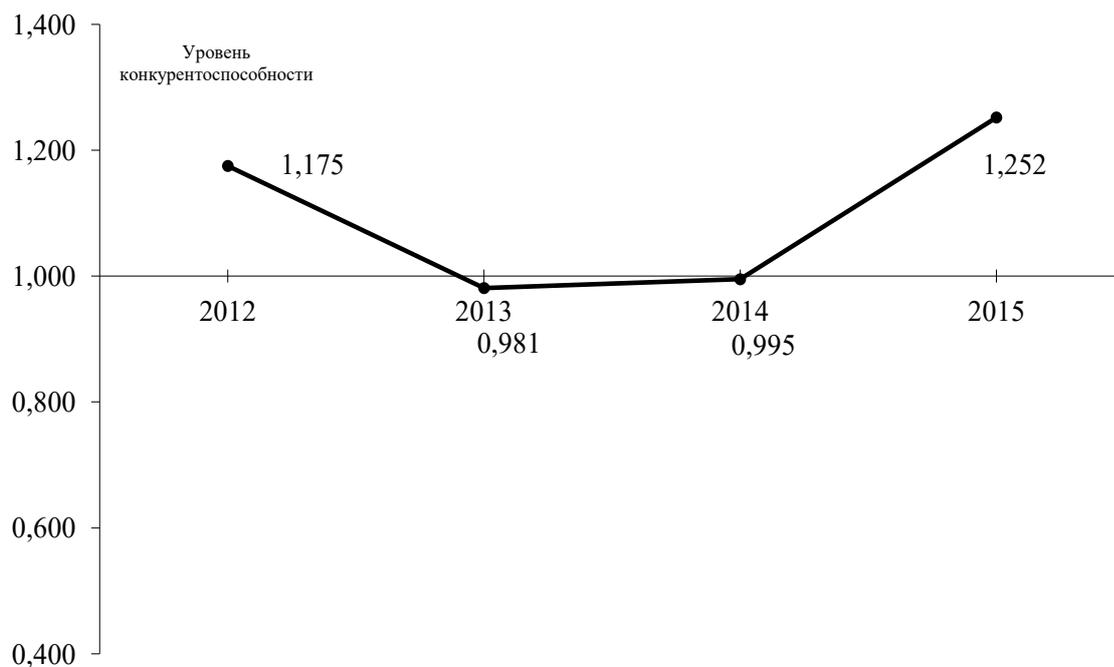


Рисунок 3.1 – Динамика конкурентоспособности ПАО «Газпром»

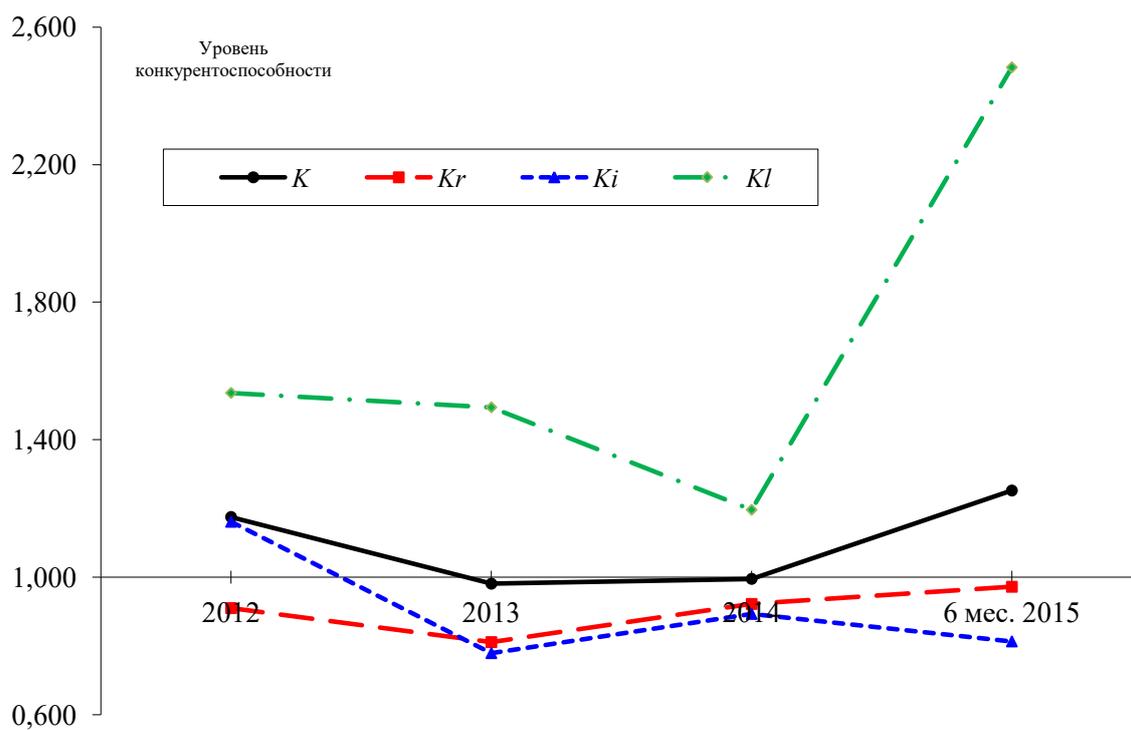


Рисунок 3.2 – Динамика конкурентоспособности ПАО «Газпром» в разрезе источников ее формирования

Изначально произведем декомпозицию показателя конкурентоспособности ПАО «Газпром» в разрезе источников ее формирования (показатели K_r , K_I и K_L). Результаты расчетов отражены на рисунке 3.2.

Анализ представленных результатов позволяет сделать вывод о том, что снижение уровня конкурентоспособности в 2013 г. было обусловлено, в первую очередь, снижением уровня стратегического позиционирования Исследуемой компании. Что же касается резкого роста уровня конкурентоспособности по результатам 2015 г., то указанный рост продиктован значительным увеличением коэффициента финансового состояния ПАО «Газпром».

Именно устойчивое финансовое состояние Исследуемой компании обусловило общий высокий уровень его конкурентоспособности: если значение коэффициента операционной эффективности по итогам 2015 г. составило 0,972, стратегического позиционирования – 0,813, то коэффициента финансового состояния – 2,483.

Перейдем к анализу конкурентоспособности Исследуемой компании в разрезе объектов сопоставления (рисунок 3.3). Декомпозиция показателей конкурентоспособности в разрезе объектов сопоставления (K_0 и K_S) позволяет сделать вывод о том, что низкий уровень конкурентоспособности ПАО «Газпром» в 2013-2014 гг. был обусловлен высокой эффективностью хозяйственной деятельности конкурента. Относительно роста уровня конкурентоспособности по итогам 2015 г. отметим, что он обусловлен увеличением эффективности хозяйственной деятельности ПАО «Газпром» (с 2,043 до 2,354) при существенном снижении указанного показателя ОАО «НОВАТЭК» (с 2,075 до 1,200).

Причина существенных колебаний уровня конкурентоспособности кроется в учете фактора финансовой устойчивости анализируемых предприятий. Если коэффициент текущей ликвидности ПАО «Газпром» за последний отчетный период существенных изменений не претерпел и по состоянию на 31.12.2015 г. составил 1,880, то уровень ликвидности ОАО «НОВАТЭК» за 2015 г. существенно снизился с 1,559 до 0,757 (что, в свою очередь, обусловлено резким увеличением краткосрочных обязательств ОАО «НОВАТЭК» за 2015 г.).

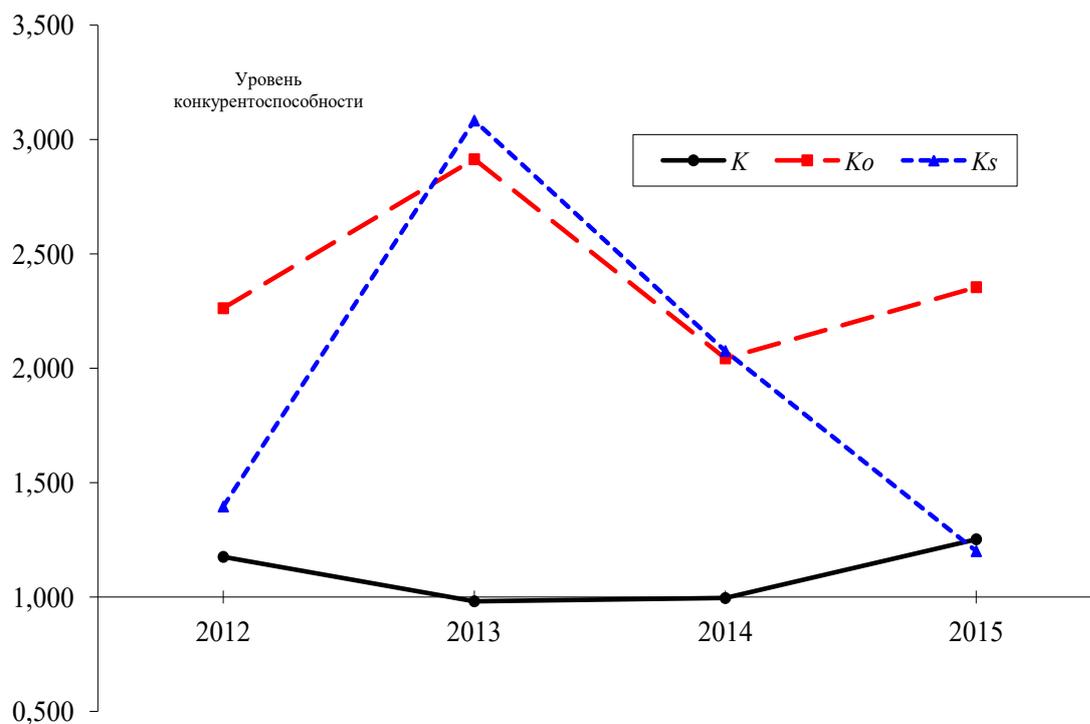


Рисунок 3.3 – Динамика конкурентоспособности ПАО «Газпром»
в разрезе объектов сопоставления

С учетом снижения ликвидности ОАО «НОВАТЭК» до критически низкого уровня (при сохранении высокого уровня ликвидности ПАО «Газпром») значительное изменение уровня конкурентоспособности анализируемых предприятий представляется закономерным. В то же время, резервами увеличения конкурентоспособности ПАО «Газпром» следует признать повышение уровня операционной эффективности, а также стратегического позиционирования.

*Оценка и анализ конкурентоспособности ПАО «Газпром»
в сопоставлении с компаниями ТЭК*

Далее предлагается осуществить оценку уровня конкурентоспособности Исследуемой компании в сопоставлении с отраслевыми показателями. В выборку конкурентов включены крупнейшие предприятия ТЭК РФ: Лукойл, Роснефть, Сургутнефтегаз, Татнефть, НОВАТЭК, Славнефть. Таким образом, далее расчет уровня конкурентоспособности ПАО «Газпром» будет осуществляться в

сравнении с суммарными показателями вышеперечисленных конкурентов. Результаты расчетов представлены в таблице 3.6.

Таблица 3.6 – Показатели конкурентоспособности ПАО «Газпром» в сопоставлении с предприятиями ТЭК

Показатель	Отчетный период			
	2012	2013	2014	2015
K_r	1,199	1,136	0,896	1,018
K_I	0,932	0,913	0,848	1,090
K_L	0,709	1,372	1,261	1,175
K_0	2,262	2,913	2,043	2,354
K_S	2,855	2,048	2,133	1,806
K	0,925	1,125	0,986	1,092

Анализ результатов расчетов позволяет констатировать, что по итогам 2015 г. уровень конкурентоспособности ПАО «Газпром» в сопоставлении с показателями основных отечественных конкурентов в рамках ТЭК РФ составил 1,092, что характеризует конкурентный статус Исследуемой компании как достаточно высокий.

Вместе с тем, анализ динамики конкурентоспособности ПАО «Газпром» (рисунок 3.4) позволяет сделать вывод о том, что уровень конкурентоспособности Исследуемой компании является нестабильным и подвержен существенным колебаниям.

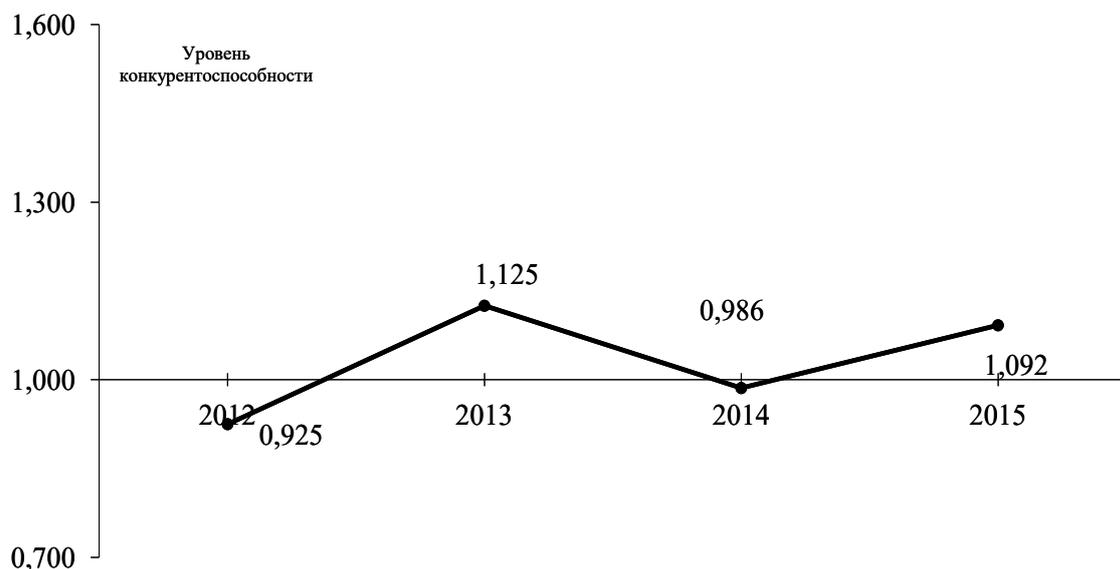


Рисунок 3.4 – Динамика конкурентоспособности ПАО «Газпром»

Далее произведем декомпозицию показателя конкурентоспособности в разрезе источников ее формирования (показатели K_r , K_I и K_L на рисунке 3.5).

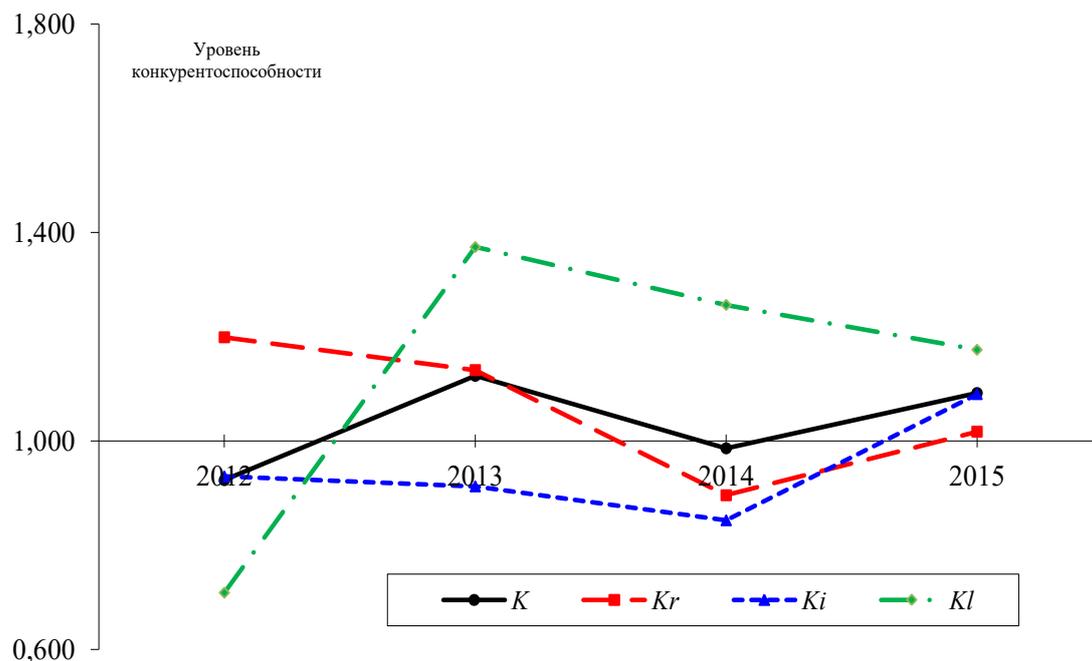


Рисунок 3.5 – Динамика конкурентоспособности ПАО «Газпром»

в разрезе источников ее формирования

Снижение уровня конкурентоспособности по итогам 2014 г. было обусловлено снижением показателей по всем источникам. По итогам 2015 г. рост

конкурентоспособности вызван увеличением операционной эффективности и стратегического позиционирования ПАО «Газпром».

Анализ конкурентоспособности в разрезе объектов сопоставления (рисунок 3.6) обнаруживает общую тенденция к снижению эффективности хозяйственной деятельности по всей топливно-энергетической отрасли. В то же время, резкое падение эффективности в 2014 г. наблюдается только у ПАО «Газпром». По итогам 2015 г. эффективность хозяйственной деятельности ПАО «Газпром» несколько возросла (за счет восстановления уровня рентабельности) при продолжившемся снижении эффективности по выборке, вследствие чего уровень конкурентоспособности ПАО «Газпром» вновь повысился.

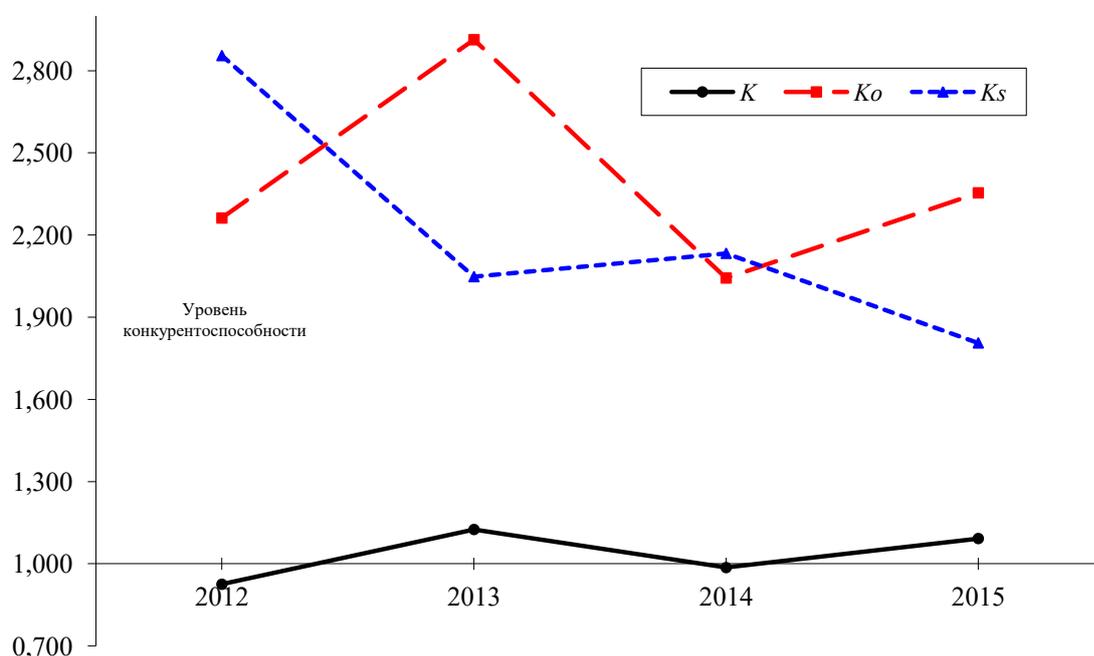


Рисунок 3.6 – Динамика конкурентоспособности ПАО «Газпром» в разрезе объектов сопоставления

Таким образом, конкурентоспособность ПАО «Газпром» в сопоставлении с предприятиями ТЭК в целом может быть охарактеризована как высокая. При этом обращает на себя внимание нестабильность уровня конкурентоспособности,

проявившаяся по итогам 2014 г., что было обусловлено, в первую очередь, колебаниями уровня операционной эффективности.

Основные выводы по результатам апробации модифицированного метода оценки и анализа конкурентоспособности предприятий

Резюмируя основные результаты оценки и анализа конкурентоспособности ПАО «Газпром» в сравнении с российскими конкурентами, можно сформулировать следующие основные выводы:

1. Конкурентоспособность ПАО «Газпром» носит нестабильный характер, а также продолжительную тенденцию к снижению.

2. Основным фактором снижения конкурентоспособности по итогам 2014 г. является снижение операционной эффективности, основным резервом увеличения конкурентоспособности – стратегическое позиционирование, а одним из основных конкурентных преимуществ – высокая финансовая устойчивость;

3. Стоит обратить внимание на невысокий уровень конкурентоспособности в сопоставлении с основным конкурентом ПАО «Газпром» (ОАО «НОВАТЭК»).

Таким образом, апробация модифицированной математической модели предлагаемого метода оценки конкурентоспособности предприятий может быть признана успешной, а предложенные усовершенствования методики оценки конкурентного статуса компаний – повышающими ее методическую и практическую значимость.

3.2. Методика оценки инновационной активности ПАО «Газпром»

Для наиболее эффективного внедрения инноваций в деятельность организации необходимо осуществить оценку её инновационного потенциала [71].

Среди известных методик оценки инновационного потенциала широко используется методика Трифиловой А.А. [146], позволяющая установить соответствие между текущей деятельностью и стратегическим развитием компании.

Данная методика интересна тем, что позволяет оценить финансовые возможности компании по внедрению технологий с учетом необходимости ведения эффективной производственной деятельности.

Методика позволяет до начала инновационной деятельности установить взаимосвязь между реализацией стратегий инновационного развития и финансовыми возможностями исполнения.

Недостатком методики Трифиловой А.А., затрудняющей её применение для решения задач данного исследования, является невозможность учета специфических особенностей инновационного развития нефтегазовых компаний.

С учетом отмеченного выше в рамках настоящего исследования разработана авторская методика оценки инновационного потенциала компании, базирующаяся на идее взаимосвязи между инновационной активностью компании, являющейся важнейшим источником роста конкурентоспособности предприятия, и финансовыми возможностями компании.

В рамках данной методики представлены основные этапы оценки инновационной активности компании с позиции обеспечения ее конкурентоспособности (рисунок 3.7). На рисунке 3.8 представлена матрица выбора стратегии инновационного развития компании.

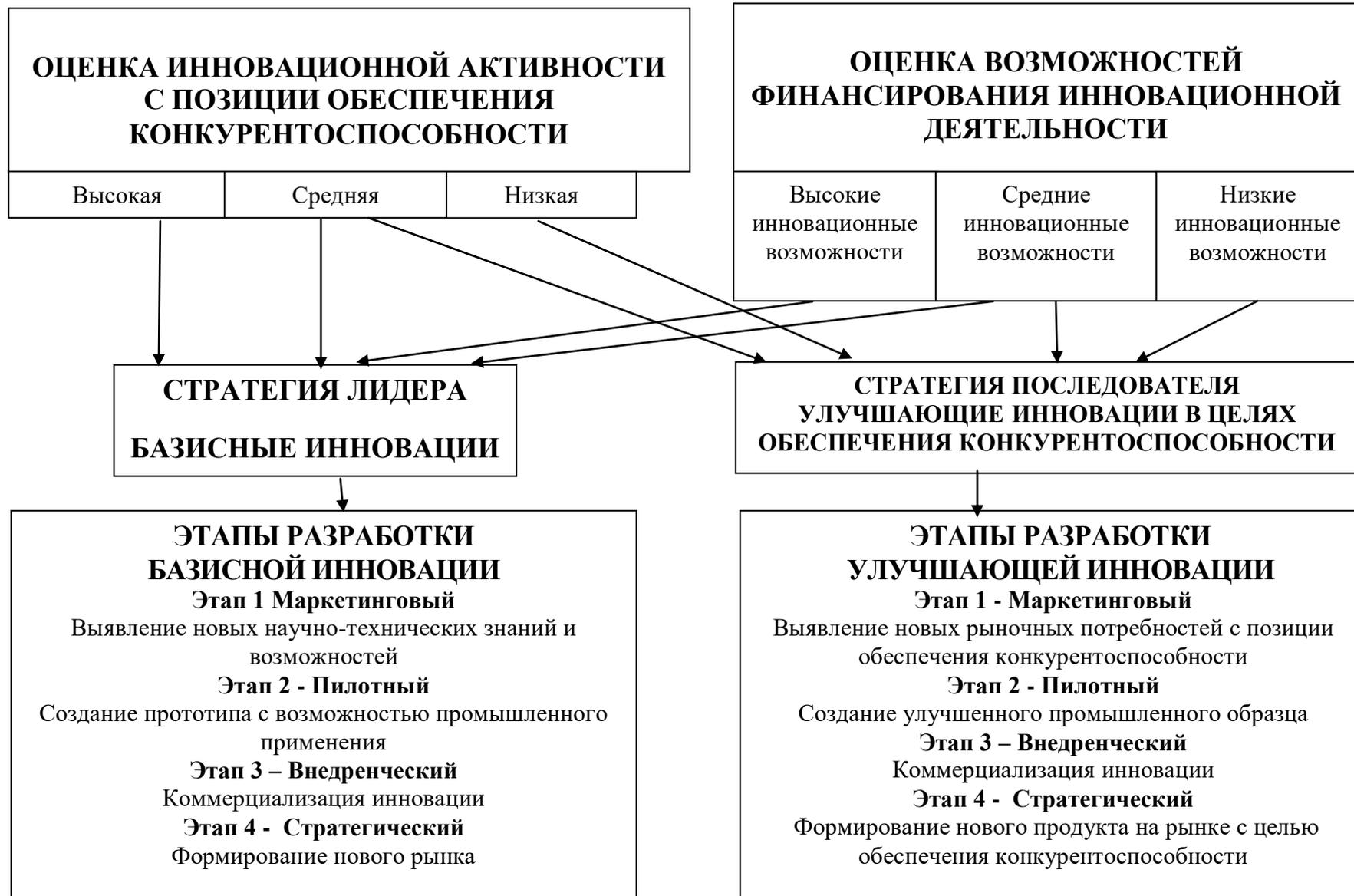


Рисунок 3.7 – Механизм выбора стратегии инновационного развития компании с позиции обеспечения конкурентоспособности

Возможности финансирования инновационной деятельности

		высокие	средние	низкие
Инновационная активность	высокая	Лидер	Лидер	Последователь
	средняя	Лидер	Последователь	Последователь
	низкая	Последователь	Последователь	Последователь

Рисунок 3.8– Матрица выбора направления инновационного развития компании

Оценка инновационной активности предоставляет возможность компании оценить свои инновационные ресурсы еще до осуществления инвестиций, что, в свою очередь, позволяет обеспечить адекватный выбор направлений вложения средств.

Высокая оценка инновационной активности будет свидетельствовать о значительном заделе компании в сфере научно-технического развития и возможности создания принципиально нового продукта (услуги) в перспективе.

Средняя оценка инновационной активности компании говорит о возможностях движения как по пути внедрения базисных инноваций, так и по пути совершенствования существующих на рынке продуктов (услуг) в зависимости от возможностей финансирования инновационной деятельности.

Низкая инновационная активность будет свидетельствовать об отсутствии у компании существенных научно-технических наработок и необходимости сосредоточиться на стратегии последователя.

Оценку инновационной активности компании предлагается проводить по ряду показателей (таблица 3.7.), критериальные значения которых приняты на основании изучения отечественной и мировой статистики и заключений экспертов-специалистов, работающих в топливно-энергетической сфере производства.

Таблица 3.7 – Показатели определения инновационной активности компаний топливно-энергетической сферы производства

Показатель	Сущность и расчет показателя	Значение инновационной активности		
		Высокая	Средняя	Низкая
Коэффициент обеспеченности интеллектуальной собственностью (К _{ИС})	Показывает степень внедрения и использования полезных моделей, патентов, товарных знаков, а также иных прав и активов, необходимых для эффективного инновационного развития в совокупных внеоборотных активах компании, что определяет долю интеллектуальной собственности предприятия, обеспечивающую интеллектуальный капитал в целом.	$\geq 0,05 \dots$ 0,10	$\leq 0,05 \dots$ 0,10 $\geq 0,01$	$\leq 0,01$
Коэффициент освоения новой техники (К _{ОТ})	Показывает способность организации к освоению нового оборудования, соответствие техники передовому технологическому уровню. Рассчитывается как соотношение вновь введенных в эксплуатацию основных производственно-технологических фондов и среднегодовой стоимости основных производственных фондов.	$\geq 0,15 \dots$ 0,20	$\leq 0,15 \dots$ 0,20 $\geq 0,05$	$\leq 0,05$

Продолжение таблицы 3.7.

Коэффициент инновационного роста ($K_{ИР}$)	Характеризует устойчивость производственного развития. Показывает долю средств, выделяемых организацией на исследования и разработки в общем объеме инвестиций компании.	$\geq 0,20 \dots$ $0,25$	$\leq 0,20 \dots$ $0,25$ $\geq 0,10$	$\leq 0,10$
Коэффициент освоения новой продукции ($K_{ОП}$)	Показывает способность организации к освоению новой или усовершенствованной продукции и продукции, изготовленной с использованием новых или улучшенных технологий. Рассчитывается как соотношение выручки от реализации новой или усовершенствованной продукции и общей выручки от продажи всей продукции предприятия.	$\geq 0,15 \dots$ $0,20$	$\leq 0,15 \dots$ $0,20$ $\geq 0,05$	$\leq 0,05$

Расчет показателей инновационной активности ПАО «Газпром» производился с использованием форм бухгалтерской отчетности.

Исходные данные для расчета показателей с указанием источника представлены в таблице 3.8.

Таблица 3.8 – Источники данных для определения показателей инновационной активности ПАО «Газпром» [196]

Анализируемые параметры оценки инновационной активности предприятий	Источник данных
Стоимость нематериальных активов	стр. 1110 «Нематериальные активы» Бухгалтерского баланса
Сумма внеоборотных активов	стр. 1100 Бухгалтерского баланса
Стоимость вновь введенных основных производственных фондов	Таблица «Наличие и движение объектов основных средств» в пояснении к бухгалтерскому балансу стр. 5200 за вычетом стр. 5205
Среднегодовая стоимость основных производственных фондов организации	Таблица «Наличие и движение объектов основных средств» в пояснении к бухгалтерскому балансу. Столбец «поступило» стр. 5200 за вычетом стр. 5205
Стоимость научно-исследовательских и учебно-методических инвестиционных проектов	Таблица «Незаконченные и неоформленные НИОКР и незаконченные операции по приобретению нематериальных активов» как сумма затрат по незаконченным исследованиям и разработкам (строка 5160) и незаконченных операций по приобретению нематериальных активов (строка 5180).
Общая стоимость инвестиционных расходов	Таблица «Наличие и движение финансовых вложений» в пояснении к бухгалтерскому балансу (стр.5300 и 5310).

Выручка от реализации новой или усовершенствованной продукции	<p>Таблица «Наличие и движение результатов НИОКР» пояснения к бухгалтерскому балансу стр. 5140.</p> <p>Данный подход обусловлен тем, что в разделе «Существенные аспекты учетной политики и представления информации в бухгалтерской (финансовой) отчетности» пояснения к бухгалтерскому балансу и отчету о финансовых результатах в годовой бухгалтерской отчетности финансовых отчетов ПАО «Газпром» за 2014 и 2015 годы указано, что «расходы на завершённые НИОКР, по которым получены результаты, не подлежащие правовой охране в соответствии с действующим законодательством, используемые для производственных либо управленческих нужд организации списываются на затраты по производству продукции (работ, услуг) в течение года с начала их фактического применения при производстве продукции (работ, услуг) линейным способом путем уменьшения их первоначальной стоимости».</p>
Общая выручка от реализации продукции	«Выручка (нетто) от продажи товаров, продукции, работ, услуг (за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов и аналогичных обязательных платежей)» формы «Отчет о финансовых результатах» (стр. 2110).

Анализируемые параметры оценки инновационной активности исследуемого предприятия позволяют оценить улучшающие инновации в целях обеспечения конкурентоспособности ПАО «Газпром» (таблица 3.9).

Таблица 3.9 – Исходные данные для расчета показателя инновационной активности ПАО «Газпром», тыс. руб.

Анализируемые параметры оценки инновационной активности предприятий	Исходные данные (тыс.руб.)		
	2013	2014	2015
Стоимость нематериальных активов	277 132	7 659 649	11 776 108
Сумма внеоборотных активов	7867405248	8 931 076 560	9 291 306 836
Стоимость вновь введенных основных производственных фондов	613099807	610171448	557498359
Стоимость основных производственных фондов организации на начало года	14863562160	15463311591	18348030419
Стоимость основных производственных фондов организации на конец года	15463311591	18348030419	18887243755
Стоимость научно-исследовательских и учебно-методических инвестиционных проектов	3 093 124	12 199 392	9 870 574
Общая стоимость инвестиционных расходов	1 721 255 821	1 933 934 853	2 044 659 275
Выручка от реализации новой или усовершенствованной продукции	18 447 355	21 088 276	24 245 881
Общая выручка от реализации продукции	3 933 335 313	3 990 280 172	4 334 293 477

$$K_{ИС} = C_{И} / A_{ВН} \quad (3.15)$$

где $A_{ВН}$ – внеоборотные активы организации (основные средства, незавершенное строительство, доходные вложения в материальные ценности, долгосрочные финансовые вложения);

$C_{И}$ – сумма затрат на интеллектуальную собственность, руб. (таблица 3.10).

Таблица 3.10 – Показатели инновационной деятельности ПАО «Газпром» для расчета коэффициента обеспеченности интеллектуальной собственностью

Год	Показатель, тыс. руб.		К _{ИС}
	Внеоборотные активы	Интеллектуальная собственность	
2013	7 867 405 248	277 132	0,00003523
2014	8 931 076 560	7 659 649	0,00085764
2015	9 291 306 836	11 776 108	0,00126743

На основании расчета данного показателя можно сделать вывод о том, что для ПАО «Газпром» характерна крайне низкая инновационная активность. Вместе с тем, за последние 3 года данный показатель вырос почти в 36 раз, что безусловно является позитивной тенденцией и говорит о хорошем потенциале роста.

Коэффициент освоения новой техники:

$$K_{OT} = O\Phi_H / O\Phi_{CP}, \quad (3.16)$$

где $O\Phi_H$ – стоимость вновь введенных основных производственных фондов, руб.;

$O\Phi_{CP}$ – среднегодовая стоимость основных производственных фондов организации, руб. (таблица 3.11).

Рассчитанный показатель свидетельствует о том, что для ПАО «Газпром» характерна низкая инновационная активность в части освоения новой техники. За последние 3 года этот показатель сократился на 36%, что связано с ослаблением курса рубля и, соответственно, с удорожанием оборудования. Вместе с тем, столь низкий показатель для одного из лидеров отечественной промышленности может быть оценен как неприемлемый.

Таблица 3.11 – Показатели инновационной деятельности ПАО «Газпром» для расчета коэффициента освоения новой техники

Год	Показатель, тыс. руб.			Коэффициент освоения новой техники
	Стоимость вновь введенных основных производственных фондов	Стоимость основных производственных фондов предприятия		
		На начало года	На конец года	
2013	613099807	14863562160	15463311591	0,04043277
2014	610171448	15463311591	18348030419	0,03609271
2015	557498359	18348030419	18887243755	0,02994464

Коэффициент инновационного роста:

$$K_{ИР} = I_{ИС} / I_{ОБ}, \quad (3.17)$$

Где $I_{ИС}$ – стоимость научно-исследовательских и учебно-методических инвестиционных проектов, руб.;

$I_{ОБ}$ – общая стоимость инвестиционных расходов, руб. (таблица 3.12).

Таблица 3.12 – Показатели инновационной деятельности ПАО «Газпром» для расчета коэффициента инновационного роста

Год	Показатель, тыс. руб.		Коэффициент инновационного роста
	Стоимость научно-исследовательских и учебно-методических инвестиционных проектов	Общая стоимость прочих инвестиционных расходов	
2013	3 093 124	1 721 255 821	0,001797016
2014	12 199 392	1 933 934 853	0,006308068
2015	9 870 574	2 044 659 275	0,004827491

Этот показатель говорит о том, что ПАО «Газпром» не использует в достаточной степени возможности построения стратегического управления с учетом инновационного подхода, предполагающего последовательный рост инвестиционных вложений в различные инновационные проекты, следовательно, инновационная активность компании может оцениваться как неприемлемо низкая.

Коэффициента освоения новой продукции:

$$K_{ОП} = ВР_{НП} / ВР_{Об}, \quad (3.18)$$

где $ВР_{НП}$ – выручка от продажи новой или усовершенствованной продукции (работ, услуг) и продукции (работ, услуг), изготовленной с использованием новых или улучшенных технологий, руб. (таблица 3.13) [146];

$ВР_{Об}$ – общая выручка от продажи всей продукции (работ, услуг), руб.

Таблица 3.13 – Показатели инновационной деятельности ПАО «Газпром» для расчета коэффициента освоения новой продукции

Год	Показатель, тыс. руб.		Коэффициент освоения новой продукции
	Выручка от продажи новой или усовершенствованной продукции	Общая выручка от продажи всей продукции	
2013	18 447 355	3 933 335 313	0,00469
2014	21 088 276	3 990 280 172	0,00528491
2015	24 245 881	4 334 293 477	0,00559396

Значение коэффициента освоения новой продукции для ПАО «Газпром» свидетельствует о низкой степени использования инновационной продукции в деятельности компании, что, по сути дела, является следствием низкого уровня показателей, рассчитанных ранее.

Таким образом, на основе анализа коэффициентов инновационной активности можно сделать вывод о том, что инновационная деятельность ПАО

«Газпром» на сегодняшний день находится на низком уровне и требует неотложных мер по улучшению сложившейся ситуации.

Теперь обратимся к анализу возможностей компании по улучшению своих показателей инновационной активности с точки зрения финансирования инновационных проектов. Подобная оценка, проводимая в рамках анализа инновационного потенциала компании, характеризует возможности по финансированию инноваций без ущерба для основной деятельности.

Проводимый анализ позволит дать ответ на вопросы:

- могут ли привести затраты на инновации к нарушению платежеспособности организации в будущем?
- соответствуют ли ресурсы организации предстоящим долгосрочным затратам?
- может ли финансирование долгосрочной инновационной деятельности негативно сказаться на эффективности текущей производственной деятельности.

Для ответа на эти вопросы целесообразно определить наличие и положительную динамику доходности компании - соотношения объемов собственных и заемных средств. Это можно сделать на основе материалов финансовой отчетности (таблицы 3.14 и 3.15).

Таблица 3.14 – Показатели оценки возможностей финансирования инновационной деятельности

Показатель	Сущность показателя	Возможности финансирования		
		Высокие	Средние	Низкие
Рост (+) или снижение (-) рентабельности продаж ($K_{рп}$)	Является индикатором финансовой эффективности компании. Увеличение рентабельности продаж может быть свидетельством того, что темпы роста выручки опережают темпы роста затрат,	+	-	-

	либо темпы снижения затрат опережают темпы снижения выручки. Снижение показателя является индикатором того, что либо темпы роста затрат опережают темпы роста выручки, либо темпы снижения выручки опережают темпы снижения затрат, либо показателем снижающейся выручки при растущих затратах.			
Избыток (+) или недостаточность (-) собственных оборотных средств (Ис)	Характеризует обеспеченность собственными ресурсами. При излишке собственных оборотных средств предприятие самостоятельно может осуществлять реализацию стратегий инновационного развития	+	-	-
Избыток (+) или недостаточность (-) собственных оборотных средств и долгосрочных заемных источников формирования запасов и затрат (Ит)	Положительное значение характеризует достаточную финансовую обеспеченность производства необходимыми ресурсами. При недостатке собственных оборотных средств для эффективного вовлечения новых технологий следует привлечь и заемные средства (в небольшом количестве)	+	+	-

Избыток (+) или недостаточность (-) общей величины основных источников для формирования запасов и затрат(Иоб)	Положительное значение свидетельствует о наличии как минимум удовлетворительной финансовой поддержки текущих производственных запасов и затрат. Излишек при недостатке собственных оборотных средств и долгосрочных заемных источников показывает, что необходимо значительное финансирование из внешних источников для реализации стратегий инновационного развития. Отрицательное значение является свидетельством дефицита источников формирования затрат	+	+	+
---	---	---	---	---

Таблица 3.15 – Источники данных для определения показателей оценки возможностей финансирования инновационной деятельности ПАО «Газпром»

Анализируемые параметры оценки возможностей финансирования инновационной деятельности	Источник данных
Прибыль от реализации продукции (работ, услуг)	Таблица «Отчет о финансовых результатах»), стр. 2200
Выручка от реализации продукции	Таблица «Отчет о финансовых результатах»), стр. 2110
Источники собственных средств	Таблица «Бухгалтерский баланс», стр. 1300

Основные средства и вложения	Таблица «Бухгалтерский баланс», стр. 1100
Величина запасов и затрат	Таблица «Бухгалтерский баланс», стр. 1210 и стр. 1220
Долгосрочные кредиты и заемные средства	Таблица «Бухгалтерский баланс», стр. 1400
Краткосрочные обязательства по кредитам и займам	Таблица «Бухгалтерский баланс», стр. 1500

Необходимым, но недостаточным условием для наличия у компании возможностей финансирования инновационной деятельности является положительная динамика рентабельности продаж – важнейшего индикатора финансовой эффективности компании. Рентабельность продаж рассчитывается как соотношение прибыли и выручки от продаж:

$$K_{рп} = П_{нп} / ВР_{нп} \quad (3.19)$$

где $П_{нп}$ – прибыль от реализации продукции (работ, услуг), руб.;

$ВР_{нп}$ – общая выручка от продажи всей продукции (работ, услуг), руб.

(таблица 3.16).

Таблица 3.16 – Расчет показателя рентабельности продаж ПАО «Газпром», тыс.руб.

Год	Прибыль от реализации продукции	Выручка от реализации продукции	Рентабельность продаж	Изменение рентабельности продаж к предыдущему периоду
2012	993 206 947	3 659 150 757	0,271430999	
2013	962 035 500	3 933 335 313	0,244585174	-0,026845826
2014	920 214 538	3 990 280 172	0,230614017	-0,013971157
2015	811 940 021	4 334 293 477	0,187329267	-0,043284749

Снижение рентабельности продаж показывает опережающий рост затрат по отношению к росту выручки, что, скорее всего, является первопричиной недостаточных возможностей финансирования значимых инновационных проектов компании и влечет за собой снижение других, не менее важных показателей деятельности ПАО «Газпром». Это, прежде всего, касается показателей его собственных оборотных средств, динамики их изменения, а также собственных оборотных средств и долгосрочных заемных источников для формирования запасов и затрат.

Наличие собственных оборотных средств вычисляется как разность между собственными средствами компании и ее основными средствами с учетом вложений внеоборотных активов:

$$Ис = Сс - ОС, \quad (3.20)$$

где Ис – наличие собственных оборотных средств;

Сс – источники собственных средств;

ОС – основные средства и вложения, (таблица 3.17).

Избыток или недостаток собственных оборотных средств:

$$\Delta Ис = Ис - З, \quad (3.21)$$

где З – величина запасов и затрат, (таблица 3.18).

Таблица 3.17 – Расчет показателя наличия собственных оборотных средств ПАО «Газпром», тыс.руб.

Год	Источники собственных средств	Основные средства и вложения	Наличие собственных оборотных средств
2013	8 369 165 460	7 867 405 248	501 760 212
2014	9 089 213 120	8 931 076 560	158 136 560
2015	9 322 338 840	9 291 306 836	31 032 004

Таблица 3.18 – Определение изменения собственных оборотных средств ПАО «Газпром», тыс.руб.

Год	И _с	Запасы и затраты		Изменение Е _с
		Запасы	НДС по приобретенным ценностям	
2013	501 760 212	402 256 939	56 729 385	+42 773 888
2014	158 136 560	491 437 777	69 933 019	-403 234 236
2015	31 032 004	539 864 750	67 036 633	-575 869 379

Наличие собственных оборотных средств и долгосрочных заемных источников для формирования запасов и затрат вычисляется как сумма собственных оборотных средств и долгосрочных кредитов и займов:

$$И_{Т} = И_{с} + О_{д}, \quad (3.22)$$

где И_Т – наличие собственных оборотных средств и долгосрочных заемных источников для формирования запасов и затрат;

О_д – долгосрочные обязательства по кредитам и заемным средствам (таблица 3.19).

Таблица 3.19 – Расчет показателя наличия собственных оборотных и долгосрочных заемных источников для формирования запасов и затрат ПАО «Газпром». тыс.руб.

Год	Наличие собственных оборотных средств	Долгосрочные кредиты и заемные средства	Наличие собственных оборотных средств и долгосрочных заемных источников для формирования запасов и затрат
2013	501 760 212	1 246 573 687	1 748 333 899
2014	158 136 560	1 705 131 817	1 863 268 377
2015	31 032 004	2 087 032 902	2 118 064 906

Избыток или недостаток собственных оборотных средств и долгосрочных заемных источников формирования запасов и затрат может быть рассчитан по формуле:

$$\Delta I_T = I_T - Z = (I_c + O_d) - Z. \quad (3.23)$$

Общая величина основных источников средств для формирования запасов и затрат рассчитывается как сумма собственных оборотных средств, долгосрочных и краткосрочных кредитов и займов и может быть определена с использованием выражения:

$$I_{OB} = I_T + O_k \quad (3.24)$$

где I_{OB} – общая величина по основным источникам средств для формирования результатов и затрат;

O_k – краткосрочные обязательства по кредитам и займам (таблица 3.20).

Таблица 3.20 – Определение изменения собственных оборотных средств и долгосрочных заемных источников формирования запасов и затрат ПАО «Газпром», тыс. руб.

Год	I_T	Запасы и затраты		Изменение E_T
		Запасы	НДС по приобретенным ценностям	
2013	1 748 333 899	402 256 939	56 729 385	+1 289 347 575
2014	1 863 268 377	491 437 777	69 933 019	+1 301 897 581
2015	2 118 064 906	539 864 750	67 036 633	+1 511 163 523

Общая величина основных источников средств для формирования запасов и затрат рассчитывается как сумма собственных оборотных средств, долгосрочных и краткосрочных кредитов и займов:

$$I_{OB} = I_T + O_k = (I_c + O_d + O_k) - OC, \quad (3.25)$$

где I_{OB} – общая величина по основным источникам средств для формирования результатов и затрат;

O_k – краткосрочные обязательства по кредитам и займам (таблица 3.21).

Таблица 3.21 – Расчет показателя общей величины основных источников средств для формирования запасов и затрат ПАО «Газпром», тыс.руб.

Год	Наличие собственных оборотных средств и долгосрочных заемных источников для формирования запасов и затрат	Краткосрочные кредиты и займы	Общая величина по основным источникам средств для формирования результатов и затрат
2013	1 748 333 899	1 239 446 915	2 987 780 814
2014	1 863 268 377	1 455 390 187	3 318 658 564
2015	2 118 064 906	1 571 876 215	3 689 941 121

На основе данных показателей дается оценка размера источников для покрытия запасов и затрат. Избыток или недостаток размера основных источников можно выразить формулой:

$$\Delta I_{\text{ОБ}} = I_{\text{ОБ}} - Z = (C_{\text{с}} + O_{\text{д}} + O_{\text{к}}) - Z. \quad (3.26)$$

Таблица 3.22 – Определение изменения общей величины основных источников для формирования запасов и затрат ПАО «Газпром», тыс.руб.

Год	I _{ОБ}	Запасы и затраты		Изменение E _{ОБ}
		Запасы	НДС по приобретенным ценностям	
2013	2 987 780 814	402 256 939	56 729 385	+2 528 794 490
2014	3 318 658 564	491 437 777	69 933 019	+2 757 287 768
2015	3 689 941 121	539 864 750	67 036 633	+3 083 039 738

Определение направления инновационного развития ПАО «Газпром» с учетом произведенных расчетов рекомендуется осуществлять на основе матрицы (рисунок 3.9).

Возможности финансирования инновационной деятельности

		высокие	средние	низкие
Инновационная активность	высокая	Лидер	Лидер	Последователь
	средняя	Лидер	Последователь	Последователь
	низкая	Последователь	Последователь ПАО «Газпром»	Последователь

Рисунок 3.9– Расположение ПАО «Газпром» на матрице выбора направления инновационного развития

Таким образом, расчет совокупности показателей оценки возможностей финансирования инновационной деятельности ПАО «Газпром» показал, что на сегодняшний день эти возможности можно оценить как средние.

Что же касается выбора дальнейшей стратегии, связанной с поиском направлений инновационного развития (рисунок 3.9), то на основе определения инновационной активности компании и возможностей финансирования её деятельности современная стратегия может быть определена как стратегия последователя, заключающаяся во внедрении улучшающих инноваций.

В настоящий момент времени ПАО «Газпром» обладает определенными инвестиционными средствами для внедрения улучшающих инноваций как в технологическом, так и в ресурсном аспекте, что необходимо учитывать при разработке программ развития компании, направленных на повышение ее конкурентоспособности. Не следует забывать, что существенного роста эффективности деятельности и повышения уровня конкурентоспособности компания может достигнуть только при переходе к стратегии лидерства, для которой характерны более высокие показатели инновационной активности. Это необходимо помнить при планировании прогнозного уровня конкурентоспособности планово-аналитическими службами ПАО «Газпром».

3.3. Система показателей оценки факторов, влияющих на конкурентоспособность топливно-энергетических предприятий

Инновационно ориентированные технологии развития предприятия, направленные на повышение его конкурентоспособности предполагают разработку программы конкретных мероприятий, нацеленных на модернизацию технологии производства, обновление продуктовой линейки, совершенствование методов организации производства и труда и т.д. При этом мероприятия, составляющие программу, должны учитывать ключевые факторы, обеспечивающие успешность проведения инновационных преобразований, а также наличие требуемых ресурсов для их разработки и реализации.

Оценивая результативность инновационных преобразований предприятия, следует иметь в виду, что они во многом взаимообусловлены и охватывают практически все аспекты его деятельности, касаясь экономической, научно-технической, ресурсной, социальной и экологической сторон функционирования хозяйствующего субъекта (рисунок 3.10).

Таким образом, процесс инновационных преобразований включает в себя различные аспекты функционирования и развития компании и ориентирован на совершенствование таких факторов, от которых зависит повышение ее конкурентоспособности.

В целях обеспечения конкурентоспособности предприятия необходимо разработать систему показателей, отображающих воздействие указанных факторов. При этом методической основой формирования такой системы показателей, на наш взгляд, должен стать ряд принципиальных положений, изложение которых приведено ниже.

Принцип системности, позволяющий формировать и выстраивать набор взаимосвязанных показателей, характеризующих различные стороны деятельности предприятия и в совокупности определяющих его конкурентоспособность.



Рисунок 3.10 – Система показателей эффективности инновационной деятельности предприятия

Принцип комплексности. Разработке отмеченных показателей должно предшествовать исследование факторов, определяющих уровень конкурентоспособности, а сама логика построения показателей должна создаваться с учетом всего комплекса факторов, обуславливающих повышение конкурентоспособности предприятия.

Принцип специфичности. В разрабатываемой системе должны присутствовать показатели, которые отражают особенности и специфику производственного цикла с учетом отраслевых особенностей и их влияния на уровень конкурентоспособности предприятия.

Принцип иерархичности, позволяющий выстроить систему подчиненных взаимовлияющих показателей, которые должны быть ранжированы по их важности, включая обобщающие показатели, дающие интегральную характеристику основных направлений повышения конкурентоспособности, и частные показатели, отражающие влияние на нее специфики деятельности предприятия.

Принцип информационной обеспеченности и сопоставимости. Систему должны наполнять показатели, обеспеченные статистической отчетной информацией, которая обладает полнотой, достоверностью и своевременностью поступления. Кроме того, показатели системы должны быть сопоставимы по всем основным характеристикам, методам, оценкам, единицам измерения.

Принцип универсальной направленности, обеспечивающий возможность использования разрабатываемой системы показателей для оценки деятельности любого предприятия с позиций конкурентоспособности при условии адаптации к специфике его деятельности.

Принцип открытости, дающий возможность включать в систему дополнительные показатели в зависимости от специфики и условий деятельности исследуемого предприятия.

Указанные выше принципы построения системы показателей могут быть представлены в виде блоков, и, в конечном итоге, формируют уровень конкурентоспособности предприятия. В состав блоков системы входят как

количественные, так и качественные показатели, которые отражают организацию и уровень производства, управление и планирование, взаимоотношения с потребителями, НИОКР, систему бухгалтерской отчетности, оплаты и стимулирования труда и др. (рисунок 3.11).

1. Блок «Состояние и степень использования средств труда» включает показатели, характеризующие соответствие имеющихся средств труда, их мощности и технологических возможностей применяемого оборудования той работе, которая на этом оборудовании выполняется. При этом оценивается степень использования оборудования по времени (экстенсивная нагрузка) и напряженности работы (интенсивная нагрузка).

Основные показатели блока:

1.1. **Коэффициент морального износа оборудования** ($K_{МИ}$), призванный оценивать изменения его потребительной стоимости и определяемый отношением стоимости морально устаревшего оборудования (O_{MV}) к общей стоимости оборудования предприятия (O_{OB}), %:

$$K_{МИ} = \frac{O_{MV}}{O_{OB}} 100. \quad (3.27)$$

1.2. **Интегральный коэффициент использования оборудования** ($K_{ИНТ}$), характеризующий его экстенсивную ($K_{Э}$) и интенсивную ($K_{И}$) нагрузку, %:

$$K_{ИНТ} = K_{Э} \cdot K_{И}. \quad (3.28)$$

Экстенсивная нагрузка оценивает степень использования календарного фонда времени и определяется соотношением фактического ($T_{Ф}$) и календарного ($T_{К}$) времени загрузки оборудования, %:

$$K_{Э} = \frac{T_{Ф}}{T_{К}} 100. \quad (3.29)$$

В свою очередь, интенсивная нагрузка оборудования определяется как отношение фактической его производительности ($\Pi_{Ф}$) к максимально возможной (нормативной) производительности ($\Pi_{М}$), %:

$$K_{И} = \frac{\Pi_{Ф}}{\Pi_{М}} 100. \quad (3.30)$$



Рисунок 3.11 – Систематизация показателей, отражающих влияние факторов повышения конкурентоспособности промышленного предприятия



Продолжение рисунка 3.11



Окончание рисунка 3.11

К дополнительным показателям блока можно отнести:

1.3. **Удельный вес активной части основных производственных фондов (ОПФ)** в общем их объеме.

1.4. **Коэффициент физического износа ОПФ**, характеризующий их техническое состояние с позиций дальнейшего эффективного использования.

1.5. **Коэффициент обновления ОПФ**, дающий оценку процесса их возмещения и интенсивность ввода в действие новых средств труда.

2. Блок **«Технологический уровень производства»** содержит показатели, отражающие использование при производстве продукции прогрессивных технологий на основе высокопроизводительной техники и автоматизации производства. Внедрение передовых технологий является основой современной организации производства и повышения его эффективности, а также непременным атрибутом конкурентоспособности предприятия.

Основные показатели блока:

2.1. Уровень механизации и автоматизации технологических процессов (Y_{MA}), характеризующий производство предприятия с позиций степени его механизации и использования автоматизированных систем управления, рассчитывается как отношение численного состава рабочих, работающих при помощи машин и автоматов ($Ч_{PMA}$), к общей численности рабочих ($Ч_{POB}$), %:

$$Y_{MA} = \frac{Ч_{PMA}}{Ч_{POB}} 100. \quad (3.31)$$

2.2. Уровень прогрессивности технологий (Y_{IT}), отражающий степень соответствие используемых предприятием технологий современным достижениям научно-технического прогресса и оцениваемый отношением объема выпускаемой высокотехнологичной продукции (B_{IT}), к общему ее объему (B_o), %:

$$Y_{IT} = \frac{B_{IT}}{B_o} 100. \quad (3.32)$$

Дополнительные показатели блока:

2.3. Средний возраст технологических процессов, характеризующий своевременность обновления средств производства с точки зрения их морального износа.

2.4. Фондовооруженность труда работников как показатель насыщенности производственных технологических процессов активно действующими основными фондами.

3. Блок «Степень использования предметов труда» включает показатели, которые в совокупности характеризуют производственный процесс предприятия в зависимости от его отраслевой принадлежности, сырьевой базы, уникальности производимой продукции и т.д. По своей сути эти показатели отражают рациональное использования сырья и материалов и, как следствие, дополнительные объемы выпускаемой продукции, снижение себестоимости и рост рентабельности производства, что, в свою очередь, приводит к повышению конкурентоспособности предприятия.

Основными показателями блока могут служить:

3.1. Коэффициент оборачиваемости оборотных средств (K_{OB}), показывает достигнутый уровень потребления материальных ресурсов, и то, каким образом они используются. Он определяется как отношение объема реализованной продукции предприятия (B_{II}) к стоимости его оборотных средств (OC).

$$K_{OB} = \frac{B_{II}}{OC}. \quad (3.33)$$

3.2. Показатель средней продолжительности оборота (T_{OB}) дает оценку рационального использования предприятием своих материальных ресурсов и рассчитывается как отношение рассматриваемого периода времени (T_P) к величине коэффициента оборачиваемости (K_{OB}):

$$T_{OB} = \frac{T_P}{K_{OB}}. \quad (3.34)$$

Дополнительные показатели блока:

3.3. Коэффициент использования материалов ($K_{ИМ}$) рассчитывается как отношение чистого веса изделия либо к норме расхода материала (плановое значение коэффициента), либо к фактическому расходу материала (фактическое значение коэффициента). Именно соотношение планового и фактического значений свидетельствует о соблюдении нормативного расхода материальных ресурсов и продуктивности их использования.

4. Блок «**Трудовая и социальная политика предприятия**» объединяет показатели, характеризующие технико-технологические особенности предприятия; эргономические, экологические и эстетические условия труда и его оплату; профессиональный рост персонала; усилия предприятия по удовлетворению социальных нужд своих работников и т.п. В совокупности эти показатели отражают настроение персонала и общий социально-психологический «климат» на предприятии.

Основные показатели блока:

4.1. Коэффициент потерь рабочего времени ($K_{ЛВ}$) характеризует вынужденные простои в работе предприятия из-за сокращения продолжительности рабочих смен, связанного с заболеваниями, случаями

травматизма и т.п. и рассчитывается как отношение общего количества отработанных человеко-часов (T_o) к сумме указанных человеко-часов и упущенного рабочего времени (T_{II}), %:

$$K_{IV} = \frac{T_o}{T_o + T_{II}} 100. \quad (3.35)$$

4.2. **Уровень дохода работников** (Y_d) как комплексный показатель, отражающий результативность социально-трудовой политики предприятия, который рассчитывается как отношение среднего дохода его работников (\bar{D}) к совокупным затратам на персонал ($З_{II}$), %:

$$Y_d = \frac{\bar{D}}{З_{II}} 100. \quad (3.36)$$

4.3. **Коэффициент социального развития персонала** (K_{CP}), оценивающий существенность социальной политики предприятия через отношение доли прибыли, направляемой на реализацию мероприятий социального характера ($П_c$), к ее общему объему ($П$), %:

$$K_{CP} = \frac{П_c}{П} 100. \quad (3.37)$$

К дополнительным показателям блока можно отнести:

4.4. **Показатель темпов роста совокупных затрат на персонал** как оценка возмещения затрат живого труда и социального обеспечения.

4.5. **Уровень профессионального обучения**, отражающий работу с персоналом предприятия и определяемый долей работников, проходящих переподготовку и повышение квалификации, в общем составе персонала.

4.6. **Уровень обеспеченности социально-бытовыми условиями**, дающий характеристику социального благополучия работников предприятия и определяемый как отношение работников, пользующихся данными условиями, к общей численности персонала.

5. Блок «**Уровень организации производства и труда**» объединяет показатели, свидетельствующие о применении на предприятии современных форм и методов организации производства и труда.

Основные показатели блока:

5.1. Интегральный коэффициент специализации ($K_{ис}$), дающий оценку достигнутому уровню предметной ($K_{ис}$) и технологической специализации ($K_{тс}$) на данном предприятии:

$$K_{ис} = \sqrt{K_{ис} \cdot K_{тс}}. \quad (3.38)$$

Коэффициент предметной специализации ($K_{ис}$) отражает трудоемкость выпуска каждого вида продукции (T_i) с учетом ее удельного веса (d_i) в общей трудоемкости производства всей продукции (T_o):

$$K_{ис} = \frac{\sum d_i \cdot T_i}{T_o}. \quad (3.39)$$

Коэффициент технологической специализации ($K_{тс}$) оценивается как трудоемкость продукции, проходящей обработку по каждому переделу ($T_{пi}$) и имеющей свой удельный вес (d_i), в общей трудоемкости продукции, изготавливаемой с этой обработкой ($T_{п}$):

$$K_{тс} = \frac{\sum d_i \cdot T_{пi}}{T_{п}}. \quad (3.40)$$

5.2. Уровень кооперирования производства (Y_k), учитывающий полный перечень предприятий-смежников данного предприятия и определяемый отношением стоимости поставок смежников ($C_{п}$) к общему объему произведенной продукции (B_o), %:

$$Y_k = \frac{C_{п}}{B_o} 100. \quad (3.41)$$

5.3. Комплексный показатель уровня организации труда ($K_{от}$), объединяющий показатели степени разделения труда (K_1), нормирования труда (K_2), организации рабочих мест (K_3), занятости рабочих (K_4) и прочих индикаторов деятельности предприятия:

$$K_{от} = \sqrt[n]{K_1 \cdot K_2 \cdot K_3 \cdot \dots \cdot K_n}. \quad (3.42)$$

Алгоритмы расчетов указанных коэффициентов можно найти в работе [61, С. 127-136].

Эти коэффициенты составляют дополнительные показатели блока:

5.4. **Коэффициент разделения труда** (K_1).

5.5. **Коэффициент нормирования труда** (K_2).

5.6. **Коэффициент организации рабочих мест** (K_3).

5.7. **Коэффициент занятости рабочих** (K_4).

6. Блок **«Инновационно ориентированные показатели»** включает показатели организационно-технических, инновационных и маркетинговых мероприятий, которые непосредственно отражают рост эффективности производства и организации труда с позиций достижения заданных целей на основе инновационно ориентированного подхода.

6.1. **Коэффициент инновационного роста** ($K_{ип}$) характеризует устойчивость производственного развития, показывая долю средств, выделяемых предприятием на исследования и разработки, в общем объеме инвестиций компании.

6.2. **Коэффициент освоения новой техники** ($K_{шт}$) отражает способность организации к освоению нового оборудования, соответствие используемой предприятием техники передовому технологическому уровню. Рассчитывается как соотношение стоимости вновь введенных в эксплуатацию основных производственно-технологических фондов и среднегодовой стоимости ОПФ.

6.3. **Коэффициент обеспеченности интеллектуальной собственностью** ($K_{ис}$) характеризует степень внедрения и использования полезных моделей, патентов, товарных знаков, а также иных прав и активов, необходимых для эффективного инновационного развития, и их долю в совокупных внеоборотных активах компании, что, по сути, определяет долю интеллектуальной собственности предприятия, обеспечивающую рост интеллектуального капитала в целом.

6.4. **Уровень инновационного развития (УИР)**, определяемый по формуле

$$\text{УИР} = \sum R\tau_i \times q_i, \quad (3.43)$$

где q_i – удельный вес i -го нового товара в общем объеме выпуска;

$R\tau_i$ – ранг инновационного уровня (срока выпуска) i -го продукта

$$\sum_{i=1}^n q_i = 1 \quad (3.44)$$

Максимальный ранг по пятибалльной шкале равен 5. Минимальный ранг – 0 (ноль) имеют продукты, выпускаемые за установленным «порогом инновационности». Величина УИР находится в пределах $0 < \text{УИР} < 5$. Величина коэффициента УИР:

- от 0 до 1,0 – означает низкий уровень инновационного развития предприятия;
- от 1,0 до 2 – ниже среднего;
- от 2 до 3 – средний;
- от 3 до 4 – выше среднего;
- выше 4 – высокий.

Во всяком случае, в любой отрасли промышленности конкуренты, в принципе, имеют представление об инновационных показателях друг друга – доля новых продуктов, частота обновления номенклатурного ряда, преемственность отдельных компонентов изделий и других. [20].

6.5. Затраты на продвижение продукции (ЗП) определяются в стоимостном выражении либо в относительных единицах.

6.6. Коэффициент спроса товара на целевых рынках ($K_{\text{спр}}$) показывает степень потенциальных возможностей по реализации продукции на целевых рынках и характеризует долю спроса, необходимого для эффективного развития ТЭП в аспекте инновационно ориентированного подхода с учетом особенности спроса на различные товары.

6.7. Коэффициент себестоимости товара после внедрения инновационно ориентированных мероприятий (K_c) отражает эффективность внедрения новой или усовершенствованной продукции (технологии).

7. Блок «**Финансовое состояние предприятия**» содержит важнейшие информационные показатели доходности и платежеспособности компании,

предназначенные для широкого круга контрагентов внешнего и внутреннего рынка, инвесторов и кредиторов предприятия. Значимость этих показателей, свидетельствующая об устойчивом финансовом положении предприятия, служит прочной основой взаимодействия с контрагентами.

Основные показатели блока:

7.1. **Коэффициент независимости** (K_{HEZ}) предприятия, отображающий структуру его финансовых средств, определяется соотношением стоимости собственных средств компании (C_{COB}) и общей стоимости ее имущества (C_{IM}), выраженным в %:

$$K_{HEZ} = \frac{C_{COB}}{C_{IM}} 100. \quad (3.45)$$

7.2. **Коэффициент финансовой устойчивости** предприятия ($K_{ФУ}$), показывающий долю тех средств финансирования, которыми организация может пользоваться достаточно длительное время, и рассчитываемый как отношение суммы собственных (C_{COB}) и долгосрочных заемных средств ($C_{ЗД}$) к стоимости имущества предприятия (C_{IM}), %:

$$K_{ФУ} = \frac{C_{COB} + C_{ЗД}}{C_{IM}} 100. \quad (3.46)$$

7.3. **Коэффициент текущей ликвидности** ($K_{ТЛ}$), свидетельствующий о готовности предприятия выполнять свои краткосрочные обязательства и определяемый отношением суммарных оборотных активов компании (C_{OA}) без включения расходов будущих периодов к сумме ее краткосрочных обязательств ($C_{КО}$), %:

$$K_{ТЛ} = \frac{C_{OA}}{C_{КО}} 100. \quad (3.47)$$

7.4. **Рентабельность активов** (P_A), характеризующая степень доходности предприятия, определяется отношением полученной прибыли (Π) к средней величине активов ($\overline{C_A}$), %:

$$P_A = \frac{\Pi}{\overline{C_A}} 100. \quad (3.48)$$

7.5. **Доля внеоборотных активов в валюте баланса** (D_{BA}), отражающая удельный вес основных и прочих внеоборотных фондов в общем объеме имущества предприятия и рассчитываемая как отношение величины внеоборотных активов (BA) к валюте баланса (BB):

$$D_{BA} = \frac{BA}{BB} . \quad (3.49)$$

7.6. **Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами** (K_{COC}), характеризующий соотношение собственных оборотных средств и общего объема оборотных активов, рассчитывается как отношение разности собственного капитала компании (CK) и величины внеоборотных активов (BA) к оборотным активам компании (OA):

$$K_{COC} = \frac{CK - BA}{OA} . \quad (3.50)$$

7.7. **Коэффициент маневренности собственного капитала** (K_M), определяемый отношением собственных оборотных средств предприятия к величине собственного капитала, рассчитывается как отношение разности собственного капитала компании (CK) и величины внеоборотных активов (BA) к собственному капиталу компании (CK):

$$K_M = \frac{CK - BA}{CK} . \quad (3.51)$$

7.8. **Доля собственного капитала в валюте баланса** (D_{CK}), характеризующая удельный вес собственного капитала в общем объеме пассивов компании, рассчитывается как отношение величины собственного капитала (CK) к валюте баланса (BB):

$$D_{CK} = \frac{CK}{BB} . \quad (3.52)$$

Дополнительные показатели блока:

7.9. **Коэффициент финансирования** как соотношение собственных и заемных средств предприятия.

7.10. **Коэффициент финансовой зависимости** как соотношение заемных средств и общей стоимости средств предприятия.

7.11. **Коэффициент срочной ликвидности** как соотношение суммы денежных средств, краткосрочных финансовых вложений и дебиторской задолженности предприятия и суммы его краткосрочных обязательств.

7.12. **Коэффициент абсолютной ликвидности**, характеризующий отношение денежных средств предприятия и его краткосрочных финансовых вложений к сумме краткосрочных обязательств.

7.13. **Показатель скорости оборота активов**, показывающий время превращения оборотных средств предприятия в реальные деньги.

8. Блок «**Эффективность функционирования предприятия**» вбирает показатели, комплексно отражающие эффективность его хозяйственной деятельности с точки зрения экономии затрат, рационального использования фондов, продуктивности труда персонала и прибыльности.

Основные показатели блока:

8.1. **Фондоотдача** (Φ_o) предприятия как показатель, характеризующий рациональное и продуктивное использования его ОПФ и определяемый соотношением объема реализованной продукции (B_{II}) и среднегодовой стоимости основных производственных фондов (Φ_{II}), р/р:

$$\Phi_o = \frac{B_{II}}{\Phi_{II}}. \quad (3.53)$$

8.2. **Затратоотдача** ($З_o$), показывающая эффективность текущих затрат производства предприятия как отношение объемов реализованной им продукции (B_{II}) к полной смете производственных затрат (C_3), р/р:

$$З_o = \frac{B_{II}}{C_3}. \quad (3.54)$$

8.3. **Производительность труда** (Π_T), отражающая продуктивность затрат живого труда как отношение объема реализованной продукции (B_{II}) предприятия к среднесписочной численности его персонала ($Ч_{II}$), р/чел.:

$$\Pi_T = \frac{B_{II}}{Ч_{II}}. \quad (3.55)$$

8.4. **Рентабельность продаж** (P_{Π}) является важнейшим показателем эффективности рыночной деятельности предприятия и определяется делением его прибыли (Π) на объем реализованной продукции (B_{Π}), р/р:

$$P_{\Pi} = \frac{\Pi}{B_{\Pi}}. \quad (3.56)$$

Дополнительные показатели блока:

8.5. **Рентабельность продукции**, характеризующая прибыльность производства предприятия через соотношение полученной прибыли и себестоимости продукции.

8.6. **Рентабельность ОПФ**, оценивающая эффективность использования основных средств предприятия как отношение прибыли к среднегодовой стоимости указанных средств.

8.7. **Материалоотдача**, отражающая эффективность использования предприятием своих материальных ресурсов и определяемая отношением стоимости произведенной продукции к стоимости материальных затрат.

8.8. **Прибыль на одного работающего**, дающая оценку результативности затрат живого труда и определяемая отношением полученной прибыли к среднесписочной численности персонала.

9. Блок **«Квалификация персонала и степень его использования»** включает показатели, связанные с решением задач формирования персонала предприятия с учетом требуемой квалификации и возможностей ее потенциального роста при получении дополнительных компетенций, а также максимальной эффективности использования рабочего времени. Решение этих задач нацелено на снижение текучести кадров и улучшение трудовых показателей деятельности предприятия, а, следовательно, на повышение его конкурентоспособности.

Основные показатели блока:

9.1. **Средний квалификационный разряд** (\bar{P}_P), характеризующий потенциальные возможности работников предприятия и учитывающий долю

рабочих ($Ч_p$), имеющих тот или иной разряд (P_p), в общей численности рабочих предприятия ($Ч$):

$$\bar{P}_p = \frac{\sum P_p \cdot Ч_p}{Ч}. \quad (3.57)$$

9.2. **Коэффициент использования фонда рабочего времени ($K_{ив}$)** как отражение базовой платформы повышения производительности труда на предприятии определяется отношением фактически отработанного времени (T_ϕ) к максимально возможному фонду рабочего времени (T_M):

$$K_{ив} = \frac{T_\phi}{T_M}. \quad (3.58)$$

Дополнительные показатели блока:

9.3. **Показатель соответствия персонала предприятия профилю работы**, характеризующий соотношение фактического и необходимого количества работников по требуемым профессиям.

9.4. **Показатель потребности в подготовке квалифицированных кадров**, дающий соотношение планируемого и требуемого приема на предприятие работников определенной квалификации.

9.5. **Коэффициент текучести кадров** определяет, насколько успешно происходит в компании процесс управления персоналом.

10. Блок «**Показатели качества продукции предприятия**» отражает свойства продукции предприятия, связанные с ее назначением и надежностью, стандартизацией и унификацией, эргономичностью и эстетической выразительностью, экологической безопасностью и прочими важными характеристиками. Естественно, что чем качественнее продукция предприятия, тем больше она котируется на рынке.

Основные показатели блока:

10.1. **Комплексный показатель уровня качества продукции (\bar{y}_K)**, дающий интегральную оценку качества продукции с использованием ключевых показателей (y_{ki}), характеризующих ее с различных сторон с учетом своей значимости (m_i):

$$\overline{y}_k = \sum m_i \cdot y_{ki}. \quad (3.59)$$

Показатели y_{ki} представляют собой соотношения значений отдельного показателя качества оцениваемого (K_i) и эталонного изделия (K_{Bi}):

$$y_{ki} = \frac{K_i}{K_{Bi}}. \quad (3.60)$$

Весомость показателей качества продукции (m_i) в общем виде может быть определена отношением максимального количества баллов (B_i) для данного i -го показателя качества (свойства) продукции к постоянному числу баллов (B), принятому для всех свойств анализируемой группы изделий:

$$m_i = \frac{B_i}{B}. \quad (3.61)$$

10.2. Индекс качества продукции (I_k) как показатель среднего уровня качества разнородной продукции, учитывающий комплексный показатель уровня качества каждого вида продукции (\overline{y}_{ki}), а также количество этого вида продукции (B_i) и ее отпускную цену (C_i):

$$I_k = \frac{\sum B_i \cdot C_i \cdot \overline{y}_{ki}}{\sum B_i \cdot C_i}. \quad (3.62)$$

Дополнительные показатели блока:

10.3. Показатели назначения и надежности, дающие оценку функциональных свойств продукции и ее эксплуатационных характеристик, таких как долговечность, безотказность, ремонтпригодности и т.п.

10.4. Показатели эргономичности и эстетичности, характеризующие соответствие продукции антропометрическим и физиологическим требованиям, а также ее соответствие среде и стилю.

10.5. Показатели технологичности продукции, отражающие эффективность ее конструктивно-технологических решений с учетом материальных и трудовых затрат.

10.6. Показатели безопасности и экологичности, характеризующие использование продукции с позиций безопасности для покупателя или

обслуживающего персонала и оценивающие возможный уровень ее вредных воздействий на окружающую среду.

Представленная выше разработанная система показателей отражает влияние множества факторов, воздействующих на конкурентоспособность предприятия, и может быть использована его планово-аналитическими службами в своей работе для характеристики отдельных сторон деятельности организации, выявления и устранения недостатков, составления программ развития хозяйствующего субъекта с целью повышения уровня его конкурентоспособности.

3.4. Формирование системы планирования конкурентоспособности ПАО «Газпром» на основе экономико-математического моделирования

Предложенная в настоящей работе модификация методического подхода к оценке конкурентоспособности предприятий представляет собой результат сопоставления деятельности исследуемого хозяйствующего субъекта и действующих конкурентов с позиций показателей, учитывающих эффективность функционирования предприятия и обеспечение его финансовой устойчивости, что требует принятия соответствующих управленческих решений.

Управленческие решения должны базироваться на результатах планомерной аналитической работы, суть которой составляет комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия с точки зрения обеспечения конкурентоспособности хозяйствующего субъекта на должном уровне с учетом воздействия внутренних и внешних факторов. Оценка такого воздействия осуществляется поэтапно и требует соблюдения ряда условий.

Прежде всего, необходимо установить конкурентное поле и состав реально действующих на нем конкурентов. Кроме того, в рамках изложенного ранее динамического метода оценки уровня конкурентоспособности предприятия должна быть собрана требуемая информация о функционировании исследуемого хозяйствующего субъекта и объектов сопоставления. И, наконец, объем указанной информации должен быть репрезентативным, позволяя осуществлять экономико-математическое моделирование взаимосвязи уровня конкурентоспособности рассматриваемого предприятия и показателей его производственно-хозяйственной деятельности, блочная система которых, раскрывающая их сущность, значимость и методы измерения, представлена ранее [9, 65, 119, 130].

В основе моделирования лежит корреляционно-регрессионный анализ показателей уровня конкурентоспособности предприятия на всех этапах его жизненного цикла [5, 11, 49, 66, 78, 88].

Изначально в процессе моделирования исследуется степень влияния на конкурентоспособность предприятия показателей каждого из блоков разработанной в ходе настоящего исследования системы (рисунок 3.11). При этом полученные регрессионные модели оцениваются с точки зрения силы связи, критериев достоверности, степени аппроксимации, мультиколлинеарности факторов-аргументов и т.д. Комплексная оценка моделей позволяет из общего состава показателей выделить наиболее значимые с точки зрения влияния на показатели конкурентоспособности предприятия.

Отобранные таким образом модели могут использоваться при разработке различных мероприятий, направленных на повышение конкурентоспособности предприятия, поскольку содержат в своем составе показатели, целенаправленное изменение которых влечет за собой требуемые преобразования деятельности хозяйствующего субъекта. Кроме того, полученные модели позволяют выделить из общего состава показателей наиболее значимые (ключевые) с точки зрения влияния на уровень конкурентоспособности хозяйствующего субъекта, что, в свою очередь, дает возможность построения интегральной (обобщающей) модели рассматриваемой зависимости.

Обобщающая модель, вбирающая в себя ключевые показатели деятельности с позиций их влияния на конкурентоспособность хозяйствующего субъекта, может служить основой для планирования уровня конкурентоспособности предприятия при разработке конкретных мероприятий его развития. При этом планирование показателя конкурентоспособности опирается на задаваемые показатели деятельности предприятия, достижение которых обеспечивает повышение его конкурентоспособности.

Таким образом, рассмотренная логическая цепочка действий представляет собой схему построения системы планирования конкурентоспособности предприятия (рисунок 3.12). В рамках этой схемы построения необходимо выделить следующие этапы:

1. Устанавливается состав действующих конкурентов (объектов сопоставления) исследуемого хозяйствующего субъекта.

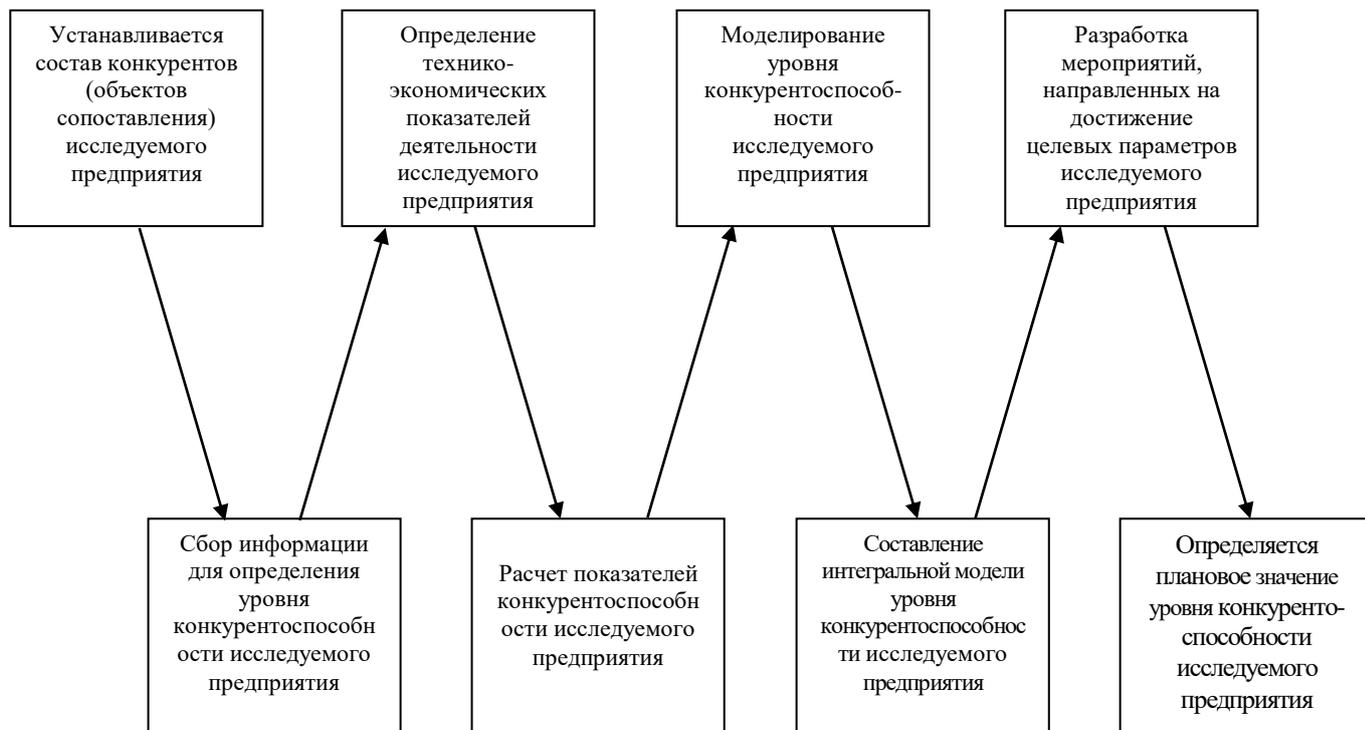


Рисунок 3.12 – Логическая схема построения системы планирования конкурентоспособности предприятия

2. Осуществляется сбор требуемой информации для определения уровня конкурентоспособности исследуемого предприятия с использованием разработанной методики определения этого показателя в рамках динамического подхода к оценке конкурентоспособности предприятия.

3. Определяются технико-экономические показатели деятельности исследуемого предприятия, методы расчета которых представлены в ходе разработки системы показателей, отражающих воздействие факторов, влияющих на конкурентоспособность хозяйствующих субъектов. При этом указанные показатели должны охватывать тот же исследуемый период времени.

4. Производится расчет показателя конкурентоспособности исследуемого предприятия в сравнении с рассматриваемыми конкурентами за возможно более продолжительный период времени. Такой расчет дает возможность оценить

динамику показателя конкурентоспособности и проанализировать тенденции его изменения.

5. С использованием корреляционно-регрессионного анализа моделируются зависимости уровня конкурентоспособности исследуемого предприятия от различных показателей его функционирования, оценивается степень влияния отдельных показателей и производится отбор из них наиболее значимых с позиции приращения конкурентоспособности хозяйствующего субъекта.

6. Составляется интегральная (обобщающая) модель зависимости уровня конкурентоспособности исследуемого предприятия от ключевых показателей его деятельности, которые впоследствии могут служить целевыми параметрами приращения конкурентоспособности рассматриваемого хозяйствующего субъекта.

7. Разрабатываются конкретные мероприятия, направленные на достижение целевых параметров функционирования исследуемого предприятия, которые позволят обеспечить запланированный рост показателя его конкурентоспособности.

8. С использованием интегральной (обобщающей) модели и с учетом запланированного изменения ключевых показателей деятельности исследуемого предприятия определяется плановое значение уровня его конкурентоспособности.

Заметим, что представленная логическая схема построения системы планирования конкурентоспособности предприятия может применяться как на оперативной стадии, так и в стратегическом планировании хозяйствующего субъекта.

В соответствии с представленной схемой нами было осуществлено построение многофакторной математической модели зависимости уровня конкурентоспособности ПАО «Газпром» от показателей хозяйственной деятельности ПАО «Газпром». Уровень конкурентоспособности при этом определялся в сопоставлении с крупнейшими конкурентами Исследуемой компании – ПАО «НК «Роснефть» и ПАО «ЛУКОЙЛ». Выбор конкурентов в данном случае обусловлен тем, что для наибольшей объективности результатов

оценки конкурентоспособности в разрезе поквартальной отчетности необходима максимальная сопоставимость конкурентов. Для этого требуется соблюсти, в том числе, критерий сопоставимости масштабов деятельности сравниваемых компаний. Исходя из этого, единственными предприятиями в РФ, сопоставимыми с Исследуемой компанией по отраслевой принадлежности и масштабам деятельности являются ПАО «ЛУКОЙЛ» и ПАО «НК «Роснефть».

Представим основные технико-экономические показатели данных компаний с 2010 по 2015 гг. В целях повышения достоверности моделирования сбор данных осуществлялся поквартально (Приложение 5). При поквартальном анализе данных формируется необходимое количество наблюдений, что, в свою очередь, обеспечивает статистическую достоверность осуществляемой аппроксимации. Также отметим, что оценка уровня конкурентоспособности относительно выборки из двух основных конкурентов существенно повышает достоверность оценки конкурентоспособности, поскольку сопоставление с одним конкурентом может быть подвержено стохастическим «шумам» и исказить действительный уровень конкурентоспособности Исследуемой компании.

Кратко охарактеризуем указанные компании.

ПАО «НК «Роснефть» – крупнейшая публичная нефтегазовая корпорация мира. Наряду с российскими активами данная компания содержит активы в Венесуэле, республике Эквадор, республике Куба, Канаде, США, Бразилии, Норвегии, Германии, Италии, Алжире, Монголии, Китае, Индии, Вьетнаме, Туркменистане, Беларуси, Украине и ОАЭ.

В состав Компании входят 11 крупных нефтеперерабатывающих заводов. За рубежом Компании принадлежит 50% в совместном с ВР предприятии Ruhr Oel GmbH (ROG), которое владеет долями в четырех НПЗ на территории Германии. Сбытовая сеть Компании охватывает 59 регионов России, а также страны ближнего зарубежья.

ПАО «ЛУКОЙЛ» – одна из крупнейших нефтегазовых компаний в мире, на долю которой приходится более 2% мировой добычи нефти и около 1% доказанных запасов углеводородов.

Обладая полным производственным циклом, ПАО «ЛУКОЙЛ» полностью контролирует всю производственную цепочку – от добычи нефти и газа до сбыта нефтепродуктов. На Россию приходится 90% доказанных запасов компании и 87% добычи товарных углеводородов. За рубежом ПАО «ЛУКОЙЛ» участвует в проектах по добыче нефти и газа в шести странах мира. Основная часть деятельности компании осуществляется на территории четырех федеральных округов Российской Федерации – Северо-Западного, Приволжского, Уральского и Южного.

На следующем этапе с использованием выражений (3.1)–(3.13) на основании собранных данных были рассчитаны показатели конкурентоспособности ПАО «Газпром» в сопоставлении с выборкой, в состав которой вошли ПАО «НК «Роснефть» и ПАО «Лукойл» (Приложение 6).

Рассчитав показатели конкурентоспособности, мы получили возможность осуществлять моделирование зависимости уровня конкурентоспособности ПАО «Газпром» от различных факторов. Рассматривая их состав, заметим, что исходя из целей и задач настоящего исследования, нас в первую очередь интересовали финансово-экономические факторы деятельности Исследуемой компании (блоки показателей 7 и 8, рассмотренные в параграфе 3.3).

Подобный выбор обусловлен, прежде всего, тем, что именно финансово-экономические показатели деятельности хозяйствующего субъекта обобщают в себе всю полноту технических и организационных факторов, определяющих конкурентный статус предприятия. Кроме того, технические и иные параметры компании за различные периоды времени могут быть несопоставимы в силу изменения технологических, экологических, маркетинговых и прочих условий деятельности Исследуемой компании, непрерывно происходящих в макросреде любого хозяйствующего субъекта.

На следующем этапе нами была собрана информация об основных технико-экономических показателях деятельности ПАО «Газпром» (Приложение 7), на основании чего рассчитаны финансово-экономические показатели, которые

являются факторами искомой экономико-математической модели (Приложение 8).

Последующая процедура корреляционно-регрессионного моделирования, в ходе которой анализируется степень влияния рассчитанных финансовых показателей на изменение уровня конкурентоспособности ПАО «Газпром», позволила выделить наиболее значимые из них с точки зрения приращения конкурентоспособности Исследуемой компании. При этом критерием включения фактора в итоговую математическую модель было соблюдение следующих условий:

- Значение коэффициента детерминации (R^2), характеризующего уровень корреляции между выбранными факторами и результативным показателем конкурентоспособности (т. е. качество полученной модели), должно быть не менее 0,9.
- Если вычисленное значение критерия Фишера (F) больше табличного для определенного уровня значимости и соответствующих чисел степеней свободы.
- Значения парных коэффициентов корреляции между факторами полученной модели должны быть незначительными, что позволяет исключить эффект мультиколлинеарности (или взаимовлияния независимых переменных на результирующий признак).
- Существенность математической связи между фактором и уровнем конкурентоспособности ПАО «Газпром». Существенность связи будет иметь место в случае, если модуль соответствующего коэффициента регрессии значительно выше единицы.
- Непротиворечивость логической и экономической связи показателей. К примеру, если рост рентабельности активов очевидно повышает конкурентоспособность предприятия, то отрицательная математическая связь между указанными показателями будет некорректна.

Коэффициент детерминации рассматривают как универсальную меру связи одной случайной величины от множества других.

Критерий Фишера – это статистический критерий, используемый для сравнения дисперсий двух вариационных рядов, то есть для определения значимых различий между групповыми средними в установке дисперсионного анализа.

Также поясним, что при проведении многомерного статистического анализа [65, 105, 130, 183, 190, 191, 192], как правило, осуществляется стандартизация значений факторов модели, поскольку в противном случае переменные, имеющие больший масштаб значений, будут доминировать над переменными с малыми значениями. Иными словами, из-за неоднородности единиц измерения признаков становится невозможно корректно сопоставить значения коэффициентов регрессии.

Эта проблема решается при помощи предварительной стандартизации переменных, в ходе которой осуществляется приведение значений всех переменных к единому диапазону значений. В то же время, анализ размаха вариации значений факторов позволяет нам прийти к выводу о том, что в нашем случае проведения стандартизации факторов модели не требуется.

Проведенные расчеты показали, что выполнение всех вышеперечисленных условий достигается в следующей модели:

$$K = 10,7 \cdot D_{BA} + 2,1 \cdot K_{COC} + 4,9 \cdot K_M - 15,1 \cdot D_{CK} + 3,2 \cdot R_A, \quad (3.63)$$

где K – уровень конкурентоспособности ПАО «Газпром»;

D_{BA} – доля внеоборотных активов в валюте баланса;

K_{COC} – коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами;

K_M – коэффициент маневренности собственного капитала;

D_{CK} – доля собственного капитала в валюте баланса;

R_A – рентабельность активов.

Коэффициент детерминации (R^2) представленной модели составляет 0,9972, что позволяет охарактеризовать качество полученной регрессионной модели как весьма высокое. О том же свидетельствует и значение критерия Фишера. Так,

величина F полученной модели составляет 1189,6, что значительно превышает табличный показатель (4,45), подтверждая достоверность результатов моделирования.

Установление целевых параметров повышения конкурентоспособности ПАО «Газпром»

Полученная модель является инструментом, который позволяет осуществлять планирование уровня конкурентоспособности ПАО «Газпром» согласно схеме, представленной на рисунке 3.12.

Указанной цели, прежде всего, будет способствовать экономическая интерпретация полученной математической зависимости. Такая интерпретация позволит выявить факторы, оказывающие наибольшее влияние на конкурентоспособность Исследуемой компании [31].

Рассматривая выражение (3.63), в первую очередь обратим внимание на существенное влияние доли собственного капитала в валюте баланса ($D_{СК}$) на конкурентоспособность ПАО «Газпром». При этом указанная зависимость носит противоположный характер: с ростом доли собственного капитала конкурентоспособность снижается. С учетом того, что в рамках классической методологии финансового анализа рост доли собственного капитала рассматривается как положительная тенденция, полученное «отрицательное» влияние рассматриваемого показателя на конкурентоспособность Исследуемой компании может показаться недостоверным.

В то же время, на наш взгляд, полученная зависимость является вполне корректной и достаточно точно отражает конкурентную ситуацию Исследуемой компании. Действительно, считается, что чем больше доля собственного капитала в валюте баланса, тем финансово устойчивее является анализируемый хозяйствующий субъект. Рекомендуемой считается доля не менее 0,5. При этом у ПАО «Газпром» в течение всего анализируемого периода доля собственного капитала колеблется от 0,717 до 0,667 (по состоянию на 30.06.2015 г. доля собственного капитала составила 0,685), что существенно больше рекомендуемых аналитиками уровней.

Таким образом, доля собственного капитала ПАО «Газпром» является избыточной, что свидетельствует о том, что Исследуемая компания не в полной мере использует возможности привлечения заемных средств, что, в свою очередь, снижает её конкурентоспособность.

Что касается остальных факторов полученной модели, то они повышают конкурентоспособность ПАО «Газпром». Их ранжирование по степени влияния на конкурентоспособность Исследуемой компании (по убыванию коэффициентов регрессии) позволяет расположить их в следующей последовательности:

- доля внеоборотных активов в валюте баланса;
- коэффициент маневренности собственного капитала;
- рентабельность активов;
- коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами.

Осуществленное ранжирование позволяет сделать следующие выводы. Наибольшее увеличение конкурентоспособности ПАО «Газпром» оказывает рост доли внеоборотных активов, что отражает значимость капиталовложений в топливно-энергетической отрасли.

Также существенное значение для конкурентоспособности Исследуемой компании имеет маневренность её собственного капитала, т. е. отношение собственных оборотных средств к собственному капиталу компании. Кроме того, учитывая положительное влияние коэффициента обеспеченности собственными оборотными средствами, можно говорить о значительном влиянии величины собственного оборотного капитала на конкурентоспособность ПАО «Газпром». Таким образом, можно констатировать, что существенным резервом повышения конкурентоспособности Исследуемой компании является повышение оборачиваемости оборотных фондов.

Анализ влияния рентабельности активов, с одной стороны, свидетельствует о значимости повышения эффективности текущих операций ПАО «Газпром». В то же время, модуль коэффициента регрессии указанного фактора существенно меньше соответствующих коэффициентов прочих факторов, что позволяет

предположить, что в условиях топливно-энергетического комплекса превалирующее значение для обеспечения конкурентоспособности имеет структура имущественного комплекса, а также источников финансирования хозяйствующих субъектов, нежели их краткосрочные финансовые результаты.

Таким образом, основными направлениями разработки мероприятий по повышению конкурентоспособности ПАО «Газпром» являются интенсификация инвестиционной программы в целях расширенного воспроизводства внеоборотных активов, а также оптимизация использования оборотных средств предприятия с целью повышения величины собственного оборотного капитала.

Одним из направлений деятельности ПАО «Газпром», направленных на реализацию сформулированных выше мероприятий, является реализация совместного проекта с немецкой нефтегазодобывающей компанией Wintershall. Здесь полученная математическая модель позволит осуществить количественное прогнозирование последствий реализации конкретного проекта на уровень конкурентоспособности Исследуемой компании.

Wintershall – дочернее предприятие концерна BASF (Германия). Компания работает в области разведки и добычи нефти и газа. Основные регионы – это Европа, Южная Америка, Северная Африка, а также Россия и Прикаспийские территории. В компании занято более 2 тысяч сотрудников из 35 стран. Wintershall – это крупная нефтегазодобывающая компания и одновременно предприятие газоснабжения на рынках Германии и Европы [196].

Сотрудничество Wintershall и ПАО «Газпром» насчитывает уже несколько десятилетий. В 1990 году Wintershall и российский (тогда ещё советский) «Газпром» создали совместное предприятие WINGAS, которое занимается транспортировкой и сбытом газа в Европе.

Главной сферой деятельности WINGAS является оптовая торговля и хранение природного газа. Сегодня компания поставляет углеводороды клиентам в Германии, где компания занимает более 20% рынка, а также в Австрии, Бельгии, Великобритании, Нидерландах, Чехии и в других странах.

В 2015 г. ПАО «Газпром» и Wintershall завершили обмен активами, в результате которого «Газпром» увеличил до 100% свою долю в WINGAS. Кроме того, в рамках указанного обмена ПАО «Газпром» получил 100% долю в других компаниях по торговле и хранению газа в Европе: WIEN (сбыт природного газа в Германии) и WIEE (сбыт природного газа в странах Юго-Восточной Европы), а также получил 50% в компании WINZ, которая ведет геологоразведку и добычу углеводородов в Северном море. Компания Wintershall, в свою очередь, получила 25,01% в проекте по разработке и освоению участков 4А и 5А ачимовских отложений Уренгойского нефтегазоконденсатного месторождения [198-200].

Накопленный объем добычи на участках 4А и 5А ачимовских отложений оценивается примерно в 274 млрд. куб. м. природного газа и 74 млн. т. конденсата.

В 2008 г. АО «Ачимгаз» (совместное предприятие ПАО «Газпром» и Wintershall на паритетных началах) ввело в опытно-промышленную эксплуатацию первый опытный участок ачимовских отложений Уренгойского месторождения.

Wintershall также является партнером ПАО «Газпром» по освоению Южно-Русского месторождения и по проекту «Северный поток».

Южно-Русское месторождение пущено в эксплуатацию в 2007 году. Здесь работают более 140 эксплуатационных скважин. Ежедневно из этого месторождения извлекается около 70 миллионов кубометров природного газа.

ПАО «Газпром», Wintershall и E.ON построили морской газопровод «Северный поток» протяженностью около 1200 км. Кроме того, Wintershall и «Газпром» сотрудничали в отношении проекта «Южный поток».

Можно утверждать, что долгосрочное сотрудничество с Wintershall позволяет ПАО «Газпром» решать следующие задачи:

- наращивать темпы реализации своей инвестиционной программы, что позволяет увеличивать величину внеоборотных активов, а также привлекать заемные средства в качестве проектного финансирования;

- развивать свою газотранспортную и логистическую систему, что позволяет оптимизировать величину собственных оборотных активов;
- увеличивать объемы добычи и реализации газа, что позволяет повышать рентабельность активов компании.

Таким образом, в результате реализации перечисленных совместных проектов с Wintershall выделенные аспекты хозяйственной деятельности Исследуемой компании подвергаются целенаправленному воздействию, в результате чего уровень конкурентоспособности ПАО «Газпром» будет поступательно увеличиваться. К такому выводу позволяет прийти полученная нами ранее математическая модель (3.63).

Количественные параметры указанного увеличения конкурентоспособности Исследуемой компании могут быть спрогнозированы на основании прогнозных значений факторов математической модели в результате осуществления совместных проектов с компанией Wintershall (таблицу 3.23).

Таблица 3.23– Значения факторов конкурентоспособности ПАО «Газпром»

Фактор	30.06.2015 (факт)	30.06.2018 (прогноз)
Доля внеоборотных активов в валюте баланса (на конец периода)	0,787	0,796
Коэффициент обеспеченности собственных оборотных средств (на конец периода)	-0,481	-0,475
Коэффициент маневренности собственного капитала (на конец периода)	0,833	0,835
Доля собственного капитала в валюте баланса (на конец периода)	0,685	0,681
Рентабельность активов (за квартал)	0,020	0,023

На основании прогнозных значений факторов становится возможным произвести расчет прогнозируемого уровня конкурентоспособности Исследуемой компании (рисунок 3.13):

$$K = 10,7 \cdot 0,796 + 2,1 \cdot (-0,475) + 4,9 \cdot 0,835 - 15,1 \cdot 0,681 + 3,2 \cdot 0,023 = 1,402$$

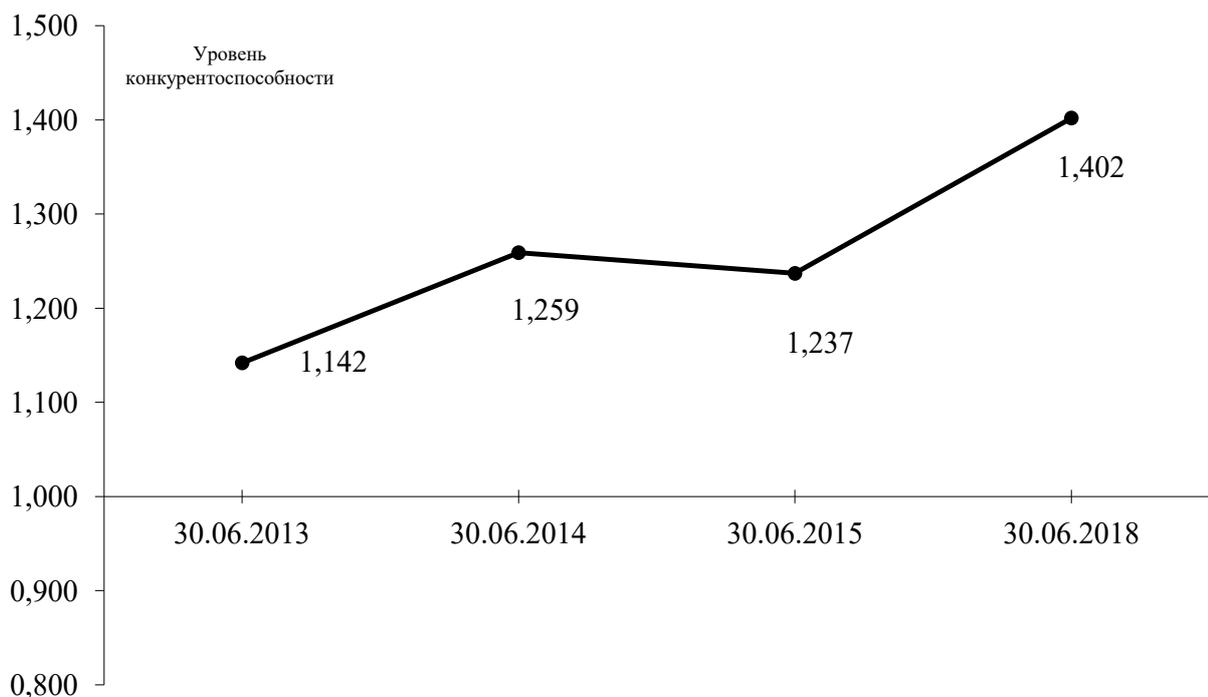


Рисунок 3.13 – Динамика конкурентоспособности ПАО «Газпром»

Таким образом, в случае успешной реализации совместных долгосрочных проектов с компанией Wintershall можно прогнозировать рост конкурентоспособности ПАО «Газпром» относительно основных российских конкурентов до уровня 1,402. Следовательно, реализуемые проекты действительно могут повысить конкурентный статус Исследуемой компании.

Разработанная математическая модель также может применяться для оценки и прогнозирования влияния на уровень конкурентоспособности Исследуемой компании любых других мероприятий, реализуемых предприятием. Это, в свою очередь, позволяет эффективно и целенаправленно управлять конкурентоспособностью ПАО «Газпром».

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подводя итоги проведенного диссертационного исследования, выделим его основные результаты:

1. Рассмотрен генезис научно-методических подходов к исследованию конкурентоспособности хозяйствующих субъектов, обоснована ведущая роль конкуренции в производственно-хозяйственной деятельности субъектов рыночной экономики и показано, что критерием успешности этой деятельности является показатель конкурентоспособности предприятий.

2. Разработана авторская классификация подходов к трактовке конкурентоспособности предприятия, учитывающая сферу ее проявления, и обоснована трактовка конкурентоспособности топливно-энергетических предприятий как способности вести экономически эффективную деятельность с использованием инновационно ориентированных технологий развития.

3. Показано, что использование существующих рейтинговых оценок, применяемых на сегодняшний день для характеристики конкурентоспособности современных предприятий, недостаточно информативно. В этой связи проведен аналитический обзор известных в экономической литературе подходов и методов оценки конкурентоспособности и сделан обоснованный выбор в пользу методического подхода, оценивающего конкурентоспособность предприятия в динамике.

4. С использованием указанного методического подхода проведен анализ конкурентоспособности исследуемого предприятия ПАО «Газпром» в сравнении с международной и отечественной базами сопоставления и сделаны обстоятельные аргументированные выводы.

5. С учетом имеющей место в настоящее время макроэкономической нестабильности предложена модификация методического подхода, состоящая в дополнении экономико-математической модели показателями финансовой устойчивости. Дана оценка и сделан анализ конкурентоспособности ПАО «Газпром» в сопоставлении с ведущими отечественными конкурентами на основе

модифицированного подхода. Проведенная апробация предложенной модификации подтвердила достоверность оценки конкурентного статуса предприятий в условиях существующей на сегодняшний день финансовой волатильности.

6. Разработана методика оценки инновационной активности ПАО «Газпром» с позиций обеспечения его конкурентоспособности. Оценка базируется на определении показателей обеспеченности интеллектуальной собственностью, инновационного роста, освоения новой техники и новой продукции, а также анализе возможностей компании по улучшению показателей инновационной активности с точки зрения финансирования инновационных проектов и позволяет проконтролировать правильность выбранного направления стратегического развития с позиции повышения конкурентоспособности предприятия.

7. Обоснованы методические принципы построения системы показателей повышения конкурентоспособности предприятия, разработана указанная система, раскрыта сущность и значимость показателей и приведены алгоритмы их расчета.

8. Обоснована возможность использования предложенных методических разработок в целях планирования и определения прогнозного уровня показателя конкурентоспособности предприятия. Разработана логическая схема построения системы планирования конкурентоспособности предприятия, в основе которой лежит математическое моделирование зависимости уровня его конкурентоспособности от показателей производственно-хозяйственной деятельности.

9. Показано, что основными направлениями дальнейшего повышения конкурентоспособности ПАО «Газпром» являются:

- увеличение темпов реализации инвестиционной программы, что позволит увеличить величину внеоборотных активов, а также привлечь заемные средства в качестве проектного финансирования;
- развитие собственной газотранспортной и логистической системы, что позволит оптимизировать величину собственных оборотных активов;

- увеличение объемов добычи и реализации газа, что позволит повысить рентабельность активов компании.

10. Рассмотрен конкретный пример реализации сформулированных выше мероприятий, касающийся совместного с немецкой нефтегазодобывающей компанией Wintershall проекта по транспортировке и сбыту газа в Европе. Определен прогнозный уровень конкурентоспособности ПАО «Газпром» в случае успешной реализации указанного проекта к середине 2018 г..

Таким образом, в ходе настоящего исследования выполнено комплексное исследование конкурентоспособности ПАО «Газпром», которое позволяет дать всестороннюю оценку и прогнозирование его конкурентного статуса, а также разрабатывать конкретные мероприятия, направленные на повышение уровня конкурентоспособности Исследуемой компании.

В целях дальнейшего углубления и расширения достигнутых результатов диссертационного исследования в перспективе необходимо рассмотреть моделирование уровня конкурентоспособности ТЭП не только в зависимости от показателей их финансово-хозяйственной деятельности, но и используя другие важные показатели, учитывающие экологическую безопасность, охрана труда и промышленную безопасность.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Авдашева С.Б. Конкуренция и развитие структуры российских рынков: 1992-2005 / С.Б. Авдашева // Экономика региона. – 2005. – № 3. – С.112-127.
2. Адаева Т.Ю. Организационные факторы и резервы повышения конкурентоспособности предприятия / Т.Ю. Адаева. – Пенза: Изд-во Пензенского гос. ун-та, 1999. – 27 с.
3. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика / Г.Л. Азоев. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. –420 с.
4. Айтжанова, Д.А. Роль иностранных инвестиций в условиях повышения конкурентоспособности предприятия [Электронный ресурс]. – / Д.А. Айтжанова, Ж. Мырзахан. – Режим доступа: <http://www.be5.biz/ekonomika1/r2012/2655.htm>
5. Андерсон Т. Введение в многомерный статистический анализ./ Т. Андерсон. – М.: Физ-матгиз, 1963. –520 с.
6. Ансофф, И. Стратегическое управление / И. Ансофф. Пер. с англ. – М.: Экономика, 1989. – 303 с.
7. Антонов Г. Д. Управление конкурентоспособностью организации: учеб. пособие. / Г. Д. Антонов. – М.: ИНФРА-М, 2012. - 300 с. С. 24
8. Арутюнова Д. В. Стратегический менеджмент: учебное пособие. / Д. В. Арутюнова. – Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2010. – 122 с.
9. Аршинов В.И. Синергетика как феномен постнеклассической науки. / В.И. Аршинов. – М.: Институт философии РАН, 1999. – 203 с.
10. Афанасьев М., Мировая конкуренция и кластеризация экономики / М. Афанасьев, Л. Мясникова // Вопросы экономики. – 2005. – № 4. – С. 75-86.
11. Багриновский К.А. Экономико-математические методы и модели (микроэкономика). / К.А. Багриновский, В.М. Матюшо. – М.: РУДН. 1999. – 183 с.
12. Баффет У. Эссе об инвестициях, корпоративных финансах и управлении

- компаниями / У. Баффет; сост., авт. предисл. Лоренс Каннингем; пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 268 с.
13. Беренс В. Руководство по оценке эффективности инвестиций / В. Беренс, П. Хавранек. – М.: АОЗТ «Интерэксперт», 1995. – 528 с.
 14. Бест М. Новая конкуренция: институты промышленного развития / М. Бест. – М.: ТЕИС, 2002. – 356 с.
 15. Блауг М. Экономическая мысль в ретроспективе. / М. Блауг. – М.: Дело, 1994. – 720 с.
 16. Бурганова Р.А. Анализ и выбор конкурентных позиций предприятия / Р.А. Бурганова. – Казань, 1998. – 44 с.
 17. Бутко Г.П. Конкурентоспособность продукции металлургического комплекса России. / Г.П. Бутко, С. И. Бондаренко. – М.: Научная Книга, 2012. – 104 с.
 18. Бутко Г.П. Управление конкурентоспособностью промышленных предприятий региона на основе инновационно ориентированных технологий. Монография / Г.П. Бутко, М.А. Меньшикова. – М.: Научный консультант, 2016. – 230с.
 19. Бутко Г.П. Основы управления инновационной деятельности предприятия / Г.П. Бутко, Л.А. Раменская, Я.В. Савченко. – Екатеринбург: УрФУ, 2013. – 182 с.
 20. Быков В.А. Управление конкурентоспособностью: Учеб.пособие. / В.А.Быков, Е.И. Комаров. – М.: РИОР.; ИНФРА-М, 2017. – 242 с.
 21. Важенин С.Г. Конкурентоспособность социально-экономических систем: вызовы нового времени: монография / В.В. Криворотов, И.В. Ершова, И.С. Белик, Е.Ю. Кузнецова, С.Г.
 22. Вайсман Е.Д. Повышение конкурентоспособности промышленного предприятия на основе инновационной модели развития: дисс. д-ра экон.наук: 08.00.05 / Е.Д. Вайсман. – Челябинск, 2011. – 486 с.

23. Вальтер Ж. Конкурентоспособность: Общий подход / Ж. Вальтер // Проект Российско-Европейского Центра Экономической Политики (РЕЦЭП). – М., 2005. – 52 с.
24. Верхоглазенко В.Н. Стратегическое корпоративное планирование: проблемы и перспективы (анализ зарубежного и отечественного опыта стратегического планирования развития корпорации) / В.Н. Верхоглазенко // Консультант директора. – М.: Инфра-М. – 2006. – № 6. – С. 10–16.
25. Владимирова Т.А. Применение сравнительного подхода к оценке стоимости коммерческого банка в условиях финансового кризиса. / Т.А.Владимирова, А.А. Хлебников // Вестник томского государственного университета. – Экономика. – 2009. – №4. – С.49-57.
26. Влияние инноваций на конкурентные преимущества предприятий // Инновационное развитие звеньев экономики: монография / под ред. А.А. Быкова, М.И. Ноздрин-Плотницкого. – Мн: Мисанта, 2009. – С.1–9.
27. Волков А.С. Создание рыночной стоимости и инвестиционной привлекательности / А.С. Волков, К.М. Муликов, А.А. Марченко. – М.: Вершина, 2007. – 304 с.
28. Воронов Д. С. Динамический подход к оценке конкурентоспособности предприятий // Конкурентоспособность социально-экономических систем: монография / под науч. ред. А.И. Татаркина и В. В. Криворотова. – М.: Экономика, 2014. – 466 с.
29. Воронов Д.С. Оценка конкурентоспособности ПАО «Газпром» / Д.С. Воронов, П.П. Корсунов, В.В. Криворотов // Вестник УрФУ. Серия: экономика и управление. – 2016. – Том 16, – № 2. – С-179-197.
30. Воронов Д.С. Модификация динамического метода оценки конкурентоспособности предприятий нефтегазового комплекса / Д.С. Воронов, П.П. Корсунов, Т.В. Матвеева // Научно-практический журнал «Современная экономика: проблемы и решения». – 2016. – № 4. – С.75-84.
31. Воронов Д.С. Оценка и анализ конкурентоспособности ПАО «Газпром» в

- сопоставлении с мировыми компаниями теплоэнергетического комплекса / Д.С. Воронов, П.П. Корсунов, Я.А. Матвеева // Научно-практический журнал «Современная экономика: проблемы и решения». – 2016. – № 1. – С.82-96.
- 32.** Гельвановский М. Конкурентоспособность в микро-, мезо- и макро-уровневом измерениях / М. Гельвановский, В. Жуковская, И. Трофимова // Российский экономический журнал. – 1998. – № 3. – С. 67-77.
- 33.** Герасимов, Е.А. Развитие инновационного потенциала предпринимательской структуры как фактора повышения ее конкурентоспособности / Е.А. Герасимов // Проблемы современной экономики. – 2011. – №4. – С.175-178.
- 34.** Горбашко Е.А. Управление конкурентоспособностью. Теория и практика: учебник для магистров. / Е.А. Горбашко. – М.: Юрайт, 2014. – 447 с. С. 24
- 35.** Гранберг А.Г. Соотношение точечных и пространственных моделей народного хозяйства // Методы и модели регионального анализа / Под ред. В.С. Зверева. – Новосибирск: ИЭиОПП, 1977. – С. 5-20.
- 36.** Гуськова Т.Н. Методология статистического исследования инвестиционной привлекательности объектов: автореф. дисс... канд. экон. наук: 08.00.11. /Т.Н. Гуськова. – Самарская государственная экономическая академия - Ростов на Дону, 1997. – 30 с.
- 37.** Дамодаран А. Инвестиционная оценка. Инструменты и техника оценки любых активов / А. Дамодаран. пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. –1342 с.
- 38.** Деминг Э. Выход из кризиса. / Э. Деминг. – Тверь: Альба, 1994. – 497 с.
- 39.** Демченко А.А. Измерение конкурентоспособности предприятий отрасли: Теория и методы измерения. / А.А. Демченко, Э.Н. Кузьбожев. – Курск: ГУИПП «Курск», 2000. – 88 с.
- 40.** Демченко А.А. Управление конкурентностью предприятий отраслевого комплекса: Монография. / А.А. Демченко, Э.Н. Кузьбожев. -

- Курск.гос.техн.ун-т. Курск, 2003. — 388 с.
41. Демченко С. Г. Повышение конкурентоспособности продукции промышленных предприятий – адекватный ответ на западные санкции: методологический подход / С. Г. Демченко //Актуальные проблемы экономики и права. – 2015. – № 1. – С.10-16, с.11
 42. Денисова, А.Л. Управление конкурентоспособностью промышленного предприятия: аспекты качества / А.Л. Денисова, Т.М. Уляхин. Под науч. ред. д-ра экон. наук, проф. А.Л. Денисовой. – Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2006 – 120 с.
 43. Джевонс, У.С. Деньги и механизм обмена / У.С. Джевонс. Пер. с англ. – Челябинск: Социум, 2006. – 192 с.
 44. Дракер, П. Рынок: как выйти в лидеры. Практика и принципы / П. Дракер. Пер. с англ. – М.: Бук Чембэр Интернешнл, 1992. – 352с.
 45. Дробитько Н.А. Оценка и диагностика конкурентоспособности предприятий. Дисс. канд экон.наук: 08.00.05 / Н.А. Дробитько. – Харьков, 2002. – 220 с.
 46. Дроботов, А.С. Анализ эффективности инновационных проектов технических систем: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 05.13.01, 05.13.10 / Дроботов Александр Сергеевич. – Волгоград, 2013. – 20 с.
 47. Друкер П. Эффективное управление / П. Друкер. – М.: АСТ, 2004. – 288 с.
 48. Ершова И.В. Конкурентные стратегии технологически ориентированных предприятий. / И.В. Ершова. – Екатеринбург: УГТУ–УПИ, 1999. –151 с.
 49. Есипов В.Е. Оценка бизнеса / В.Е. Есипов, Г.А. Маховикова, В.В. Терехова. 2-е изд. – Спб.: Питер, 2006. – 464 с.
 50. Ефименко А. Г. Отраслевые рынки: формирование и эффективное развитие (на примере рынка автотранспортных услуг в АПК). Теория, методология, практика. / А. Г. Ефименко. – Минск: Изд. Центр БГУ, 2009. – 214 с.
 51. Забелин П. В. Основы стратегического управления. / П. В. Забелин. – М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 1998. – 195 с.

52. Завьялов П.С. Конкурентоспособность и маркетинг. / П.С. Завьялов // Российский экономический журнал. – 1995. – №12. – С. 66-69
53. Зубарева В.Д. Инвестиционные нефтегазовые проекты: эффективность и риски. / В.Д. Зубарева, А.С. Саркисов, А.Ф. Андреев. –М.: Недра, 2010.– 259 с.
54. Зулькарнаев И.У. Метод расчета интегральной конкурентоспособности промышленных, торговых и финансовых предприятий. / И.У. Зулькарнаев, Л.Р. Ильясова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – №4. – С. 17-28.
55. Иванов Е.А. Индикативное планирование развития экономики. / Е.А. Иванов // Экономист. –1993. –№ 9.– С. 59-63.
56. Ивахненко А.Г. Долгосрочное прогнозирование и управление сложными системами. / А.Г. Ивахненко. – Киев: Техника, 1975. – 312 с.
57. Илышева Н.Н. Финансовая составляющая в интегральной оценке конкурентоспособности предприятий металлургического холдинга / Н.Н.Илышева, Л.В. Юрьева //Финансовая аналитика: проблемы и решения. – 2011. – №12. – С.2-12.
58. Индикативное планирование: теория и пути совершенствования: Монография. / А.Н. Петров и др.. – СПб., 2000. – 92 с.
59. Иовлева О.В. Конкурентоспособность товаров и предприятий. / О.В. Иовлева. – Екатеринбург: ООО «УИПЦ», 2012. – 123 с.
60. Исследование системных связей и закономерностей повышения инвестиционной привлекательности лесного комплекса Урала: монография / Г.П. Бутко, Л.А. Раменская. – Екатеринбург: Урал. гос. лесо-техн. ун-т, 2009. – 162 с.
61. Казаков, М.В. Роль конкурентоспособности персонала в конкуренции между субъектами предпринимательства / М.В. Казаков // Современная конкуренция. – 2010. – №5. – С.45–52.
62. Кантер, Р.М. Рубежи менеджмента / Р.М. Кантер. Пер. с англ. – М.: Олимп-бизнес, 1999. – 360 с.

63. Катъкало В. С. Эволюция теории стратегического управления. / В. С. Катъкало. – СПб.: Издат. Дом С.-Петербур. гос. ун-та, 2008. – 548 с.
64. Кейнс Дж.М. Общая теория занятости, процента и денег / Дж.М. Кейнс. – М.: Прогресс, 1978. – 494 с.
65. Кендалл М.Дж. Многомерный статистический анализ и временные ряды. / М.Дж. Кендалл, А. Стьюарт. – М.: Наука, 1976. – 736 с.
66. Кирцнер И. Конкуренция и предпринимательство. / И. Кирцнер - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001 – 239 с.
67. Клейнер Г.Б. Предприятие в нестабильной экономической среде: риски, стратегия, безопасность / Г.Б. Клейнер, В.Л. Тамбовцев, Р.М. Качалов. – М.: "Экономика", 1997. – 288 с.
68. Ковалев В.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / В.В. Ковалев. – М.: ООО «ТК Велби», 2010. – 424 с.
69. Козлов К.К. Инновационная активность российских фирм / К.К. Козлов, Д.Г. Соколов, К.В. Юдаева // Экономический журнал ВШЭ . – 2004. – № 3. – С. 399-419.
70. Коллис Д. Корпоративная стратегия. Ресурсный подход / Д. Коллис, С. Монтгомери. – М.: ЗАО «Олимп Бизнес», 2007. – 400 с
71. Корсунов П.П. Оценка инновационной активности топливно-энергетических предприятий [Электронный ресурс] / П.П. Корсунов // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. –2017. – № 2 (96). Режим доступа: <http://www.uecs.ru>.
72. Комарова М.А. О критериях конкурентоспособности региона / М.А. Комарова // Пути и механизмы обеспечения конкурентоспособности российских регионов: сб. науч. тр. Саратов: Поволжская академия государственной службы им. П.А. Столыпина, 2007. – 292 с.
73. Комков Н. И. Многоуровневая структура и подходы к оценке экономической категории «конкурентоспособность» / Н. И. Комков, А. В. Лазарев // Проблемы прогнозирования. – 2007. – № 4. – С. 3 – 21. 10, с. 8.

74. Конкурентоспособность регионов: теоретико-прикладные аспекты / под ред. Ю.К. Перского, Н.Я. Калюжной. – М.: ТЕИС, 2003. – 472 с.
75. Костин И.М. Измерение конкурентоспособности предприятий / И.М. Костин, Х.А. Фасхиев. // Тезисы докладов Международной научно-практической конференции «Менеджмент организации XXI века». – Наб. Челны: КамПИ, 2001. – С. 115-117.
76. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс / Ф. Котлер. Пер. с англ. под ред. Ю.Н. Каптуревского. – СПб: Питер, 2003. – 496 с.
77. Коупленд Т. Стоимость компаний: оценка и управление: пер. с англ. / Т. Коупленд, Т. Коллер, Дж. Муррин. – М.: Олимп-Бизнес, 2005. – 554 с.
78. Крамер Г. Математические методы статистики. / Г. Крамер. – М.: Мир, 1975. – 648 с.
79. Криворотов В. В. Повышение конкурентоспособности современных российских территориально-производственных комплексов / В. В.Криворотов, А.В. Калина, Т.В. Матвеева, А.Ю. Байраншин. – Екатеринбург: УрФУ, 2013. – 262 с.
80. Криворотов В.В. Методология формирования механизма управления конкурентоспособностью предприятия / В.В.Криворотов. – Екатеринбург: УГТУ-УПИ, 2007. – 238 с.
81. Криворотов В.В. Индустриальные парки как эффективный механизм роста конкурентоспособности региональных производственных комплексов / В.В. Криворотов, А.В. Калина, Е.А. Тиханов, С.Е. Ерыпалов // Вестник УрФУ. Серия экономика и управление.–2014. – № 2. – С. 61–74.
82. Кротков А.М., Конкурентоспособность предприятия: подходы к обеспечению, критерии, методы оценки / А.М. Кротков, Ю.Я. Еленева // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – № 6. – С.59 – 68.
83. Крылов Э.И. Анализ финансового состояния и инвестиционной привлекательности предприятия: Учеб. пособие / Э.И. Крылов, В.М. Власова, М.Г. Егорова и др. – М.: Финансы и статистика, 2003. –192 с.

84. Кузнецова Е.Ю. Конкурентоспособность фирмы. Учебное пособие. / Е.Ю. Кузнецова. – Екатеринбург: УГТУ – УПИ, 2007.
85. Кузнецова Е.Ю. Стратегии обеспечения конкурентоспособности предприятий нефтегазового комплекса / Е.Ю.Кузнецова, О.О. Подоляк // Проблемы экономики и управления нефтегазовым комплексом. Научно-экономический журнал. – 2010. – № 4. – С. 31-34.
86. Кузнецова Е.Ю. Концептуальные основы использования ключевых компетенций в обеспечении конкурентоспособности предприятий / Е.Ю.Кузнецова, Е.А. Чоповда // Вестник УГТУ-УПИ. Серия экономика и управление. –2010. – № 5. – С. 22 – 34.
87. Кушлин В.И. Государственное регулирование рыночной экономики. / В.И. Кушлин, Н.А. Волгин. – Москва, "Экономика", 2000. – 620 с.
88. Лебедев В.В. Математическое моделирование социально-экономических процессов. / В.В. Лебедев. – М.: "Изограф", 1997. – 222 с.
89. Лимитовский М. А. Инвестиционные проекты и реальные опционы на развивающихся рынках: учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры. / М. А. Лимитовский — 5-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2015. — 486 с.
90. Матвеева Т.В. Формирование инновационной стратегии предприятия нефтедобывающего комплекса / Т.В.Матвеева, Н.В.Машкова, А.Ю.Байраншин // Современная экономика: проблемы и решения. – 2010. Т.10. – № 10. – С.22-28
91. Манвелян М.О. Конкурентоспособность промышленных предприятий: методика оценки и пути повышения. Дисс..... канд. экон. наук. 08.00.05 /Манвелян Манвел Олегович. – Краснодар, 2009. – 170 с.
92. Маркс К. Капитал. Критика политической экономии. Т.3. / К. Маркс. – М.: Политиздат, 1978. –197 с.
93. Маршалл, А. Принципы экономической науки / А. Маршалл. Пер. с англ. – М.: Издательская группа «Прогресс», 1993. – 310с.

94. Мескон М. Основы менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури.– М.: Дело, 1993. – 665 с.
95. Млоток Е. Принципы маркетингового исследования конкуренции на рынке. / Е. Млоток. - М.: Экономика. 2000. – 187 с.
96. Москаленко, Г.Н. Инновации и методы оценки их эффективности [Электронный ресурс]. – / Г.Н. Москаленко. – Режим доступа: <http://journal-aael.intelbi.ru/main/wp-content/uploads/Г.Н.-Москаленко.pdf>.
97. Москвин В.А. Инвестиционная привлекательность предприятий и её роль в кредитовании инвестиционных проектов / В.А. Москвин // Инвестиции в России. – 2000. – №11. – С. 38-45.
98. Мошнов В.А. Методические основы управления конкурентоспособностью промышленного предприятия. Дисс..... канд. экон. наук. 08.00.05. / В.А. Мошнов. – Владимир, 2003. – 183 с.
99. Муратова М.А. Роль конкуренции в микроэкономических процессах переходного периода: автореф. дис. ...канд. экон. наук. / М.А.Муратова. – Ростов н/Д., 1998.
100. Мухина Т.Н. Влияние инноваций на конкурентоспособность российских предприятий / Т.Н. Мухина, Е.И. Минайченкова, В.В. Филатов //Научный журнал НИУ ИТМО. Серия: Экономика и экологический менеджмент. – 2014. – № 3. – С. 359-374,
101. Найт Ф. Риск, неопределенность и прибыль. / Ф. Найт. – М.: Дело, 2003. – 360 с.
102. Негиши Т. История экономической теории. / Т. Негиши. – М.: АспектПресс, 1995 – 462 с.
103. Никитина Н.А. Инвестиционно-инновационный механизм повышения конкурентоспособности российской экономики и его правовое отражение / Н.А. Никитина // Вопросы экономики и права. – 2010. – №6. – С.4–11.
104. Олин Б. Межрегиональная и международная торговля. / Б. Олин - М.: Дело, 2004 – 416 с.
105. Орлов А.И. Математика случая: Вероятность и статистика – основные

- факты: Учебное пособие. / А.И. Орлов. – М.: МЗ-Пресс, 2004. – 110 с.
- 106.** Оучи У. Методы организации производства: японский и американский подходы. / У. Оучи. – М.: Экономика, 1984. – 184 с.
- 107.** Оценка стоимости предприятия (бизнеса) / А.Г. Грязнова, М.А. Федотова, М.А. Эскиндаров [и др.]. – М.: ИНТЕРРЕКЛАМА, 2003. – 544 с., с.212.
- 108.** Парсаданов Г.А. Прогнозирование национальной экономики: Учебник. / Г.А. Парсаданов, В.В. Егоров. – М.: Высшая школа, 2002. – 304 с.
- 109.** Пересунько В.Н. Анализ и прогнозирование рыночной конъюнктуры химической продукции: Учебное пособие. / В.Н. Пересунько, С.Б. Куцына. – СПб: СПбГИЭА, 1997. – 88 с.
- 110.** Петров П.В. Прогнозирование емкости рынка. Лекции. / П.В.Петров, Соломатин А.Н. – СПб.: ТЭИ, 1997. – 30 с.
- 111.** Петухова И.В. Прогнозирование емкости рынка отдельных групп товаров и услуг / И.В. Петухова, Н.В. Петухова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – № 5. – С.47-52.
- 112.** Поротников П.А. Управление конкурентоспособностью предприятий лесопромышленного комплекса на основе маркетинговых средств Автореф. дис к-та экон. наук: 08.00.05. / П.А. Поротников. – Екатеринбург, 2015 г.– 22 с.
- 113.** Портер М. Конкуренция: пер. с англ. / М. Портер. – М.: Издательский дом "Вильямс", 2005. – 608 с.
- 114.** Портер М. Международная конкуренция. Конкурентные преимущества стран. / М. Портер - М.: Международные отношения, 1993. – 896 с.
- 115.** Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов. Пер. с англ. / М. Портер. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005.– 454 с.
- 116.** Пригожин А.И. Нововведения: стимулы и препятствия: социальные проблемы инноватики / А.И. Пригожин. – М.: Издательство «Политиздат», 1989. – 270с.
- 117.** Прихач А.Ю. Активная инновационная деятельность персонала как

- конкурентное преимущество / А.Ю. Прихач // Управление персоналом. – 2005. – № 1–2. – С.69.
118. Прогнозирование, стратегическое планирование и национальное программирование: учебник / Б.Н. Кузык, В.И. Кушлин, Ю.В. Яковец. 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Экономика, 2011. – 604 с.
119. Прохоров Ю.В. Теория вероятностей. (Основные понятия. Предельные теоремы. Случайные процессы). / Ю.В.Прохоров, Ю.А. Розанов. – М.: Наука, 1973. – 496 с.
120. Рикардо Д. Начала политической экономии и налогового обложения. / Д. Рикардо. – Петрозаводск: Петроком, 1993. – 159 с.
121. Робинсон, Дж. Экономическая теория несовершенной конкуренции / Дж. Робинсон. Пер. с англ. – М.: Прогресс, 1986. – 471с.
122. Родионова Л.Н. Оценка конкурентоспособности продукции / Л.Н. Родионова, О.Г. Кантор, Ю.Р. Хакимова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2000. – № 1. – С.63-67.
123. Рубин Ю. Б. Конкуренция: упорядоченное взаимодействие в профессиональном бизнесе. / Ю. Б. Рубин. – М.: Маркет ДС, 2008. – 464 с.
124. Рудычев А.А. Повышение конкурентоспособности строительных материалов на внешнем рынке / А.А. Рудычев. – СПб: Изд-во «Химия», 1998. – 208 с.
125. Румянцев А. А. Менеджмент инноваций. Как научную разработку довести до инновации / А. А. Румянцев. – СПб.: Ин-т проблем регион. экономики; Рос. акад. наук.: [Бизнес-пресса], 2007. - 199 с.
126. Савельев Ю.В. Управление конкурентоспособностью региона: от теории к практике / Ю.В. Савельев. – Петрозаводск: Карельский научный центр РАН, 2010. – 516 с.
127. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник. / Г. В. Савицкая. – Минск: ООО «Новое знание», 2010. – 688 с.
128. Санто, Б. Инновация как средство экономического развития / Б. Сан-то.

- Пер. с венг. / Общ. ред. и вступ. Б.В. Сазонова. – М.: Прогресс, 1990. – 296с.
- 129.** Светуныков, С.Г. Конкурентные рынки, конкуренция и конкурентоспособность [Электронный ресурс]. – / С.Г. Светуныков, И.А. Курамишин. – Режим доступа: <http://www.managment.aaanet.ru/management/konkurentrinki.php>
- 130.** Себер Дж. Линейный регрессионный анализ / Дж. Себер. – М.: Мир, 1980. – 456 с.
- 131.** Секачев С.А. Сравнительный подход к оценке рыночной стоимости коммерческого банка / С.А. Секачев // Управление в кредитной организации. – 2007. – № 4. – С. 15-21.
- 132.** Селезнев А.З. Инфраструктура рынка и конкурентоспособность продукции / А.З. Селезнев // Экономист. – 1996. – № 2. – С. 9-25.
- 133.** Сенге П. Пятая дисциплина: искусство и практика самообучающейся организации: пер. с англ. / П. Сенге. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2003. – 408 с.
- 134.** Сергеев И.В. Экономика предприятия: учебное пособие. / И.В. Сергеев. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 304 с.
- 135.** Сергеева С.А. Радикальная инновация, ее влияние на рынок и конкурентоспособность российских предприятий / С.А. Сергеева // Белгородский экономический вестник. – 2016. – № 2 (82). – С. 32-38.
- 136.** Скотт М. Факторы стоимости: руководство для менеджеров по выявлению рычагов создания стоимости: пер. с англ. / М. Скотт. – М.: Олимп-Бизнес, 2005. – 432 с.
- 137.** Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит. – Петрозаводск: «Петроком», 1993. – 319 с.
- 138.** Спиридонов И.А. Международная конкуренция и пути повышения конкурентоспособности экономики России. / И.А. Спиридонов. – М.: ИНФРА-М, 1997. – 170 с.
- 139.** Столяров, И.А. Антология экономической классики. В. Петти, А. Смит, Д. Рикардо. Т.1. / И.А. Столяров. – М.: «Эконов» - «Ключ», 1993. – 475с.

- 140.** Ступина Т.А. Конкурентоспособность промышленных предприятий и пути ее повышения в условиях глобализации экономического пространства. Дисс.канд.экон. наук 08.00.05. / Т.А. Ступина. – Орел, 2010. – 227 с.
- 141.** Суркова Т.В. Разработка комплексного подхода к оценке конкурентоспособности продукции промышленного предприятия / Т.В.Суркова, П.Ю. Бабкин // Вестник Международной академии системных исследований. Информатика, экология, экономика. – 2014. – Т. 16. – № -2. – С. 112-117, с. 133.
- 142.** Татаркин А.И. Программно-проектный менеджмент как условие инновационного развития социально-экономических систем /А.И. Татаркин // Вестник Пермского национального политехнического университета. Социально-экономические науки. – 2014. – № 2 (23). – С.25-42.
- 143.** Траут Дж. Дифференцируйся или умирай! Выживание в эпоху убийственной конкуренции / Дж.Траут, С.Ривкин. / Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2007. – 288 с.
- 144.** Траут Дж., Новое позиционирование. Все о бизнес-стратегии № 1 в мире / Дж. Траут, С. Ривкин / Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2007. –224 с.
- 145.** Трейси М. Стратегия управления рынком / М. Трейси, Ф. Вирсема. – М.: Вильямс, 2005.
- 146.** Трифилова А.А. Оценка эффективности инновационного развития / А.А. Трифилова. – М.: Финансы и кредит, 2005. –304 с.
- 147.** Тычинский А.В. Управление инновационной деятельностью компаний: современные подходы, алгоритмы, опыт / А.В. Тычинский. – Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2009. – 189с.
- 148.** Ушвицкий Л.И. Конкурентоспособность региона как новая реалья: сущность, методы оценки, современное состояние. Серия "Экономика". 2005. № 1. [Электронный ресурс]. – / Л.И.Ушвицкий, В.Н. Парахина – Режим доступа: <http://www.ncstu.ru>.
- 149.** Фасхиев Х. А. Как измерить конкурентоспособность предприятия? / Х. А.

- Фасхиев // Маркетинг в России и за рубежом. –2003. – № 4. – С. 53-68.
150. Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации. / Р. А. Фатхутдинов. – М.: Маркет ДС, 2008. – 432 с.
151. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент. / Р.А. Фатхутдинов. – М.: Издательско-книготорговый центр "Маркетинг", 2002. – 892 с.
152. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. / Р.А. Фатхутдинов. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 311 с.
153. Фатхутдинов Р.А. Проблемы оценки и повышения конкурентоспособности России / Р.А. Фатхутдинов // Стандарты и качество. – 2000. – № 7. – С. 3-9.
154. Фатхутдинов Р.А. Стратегическая конкурентоспособность: учебник / Р.А. Фатхутдинов. – М.: ЗАО "Издательство "Экономика", 2005. – 504 с.
155. Хайек Ф.А. Дорога к рабству / Ф.А. Хайек. – М.: Экономика, 1992. – 175 с.
156. Хаммер М. Реинжиниринг корпорации: манифест революции в бизнесе. Пер. с англ. / М. Хаммер, Дж. Чампи. – СПб.: Изд. С.-Петербургского университета, 1997. – 332 с.
157. Ханк Д. Бизнес-прогнозирование. 7-е издание.: Пер. с англ. / Д. Ханк, Д. Уичерн, А. Райтс и др. – М.: Издательский дом "Вильямс", 2003. – 656 с.
158. Харрод Р. К теориям экономической динамики. / Р. Харрод. – М.: Гелиос АРВ, 1999. – 160 с.
159. Цветкова И.И. Конкурентоспособность персонала туристических предприятий и ее особенности / И.И. Цветкова // Экономика и управление. – 2004. – №6. – С. 54–57.
160. Чайникова Л. Н. Конкурентоспособность предприятия: учеб. пособие. / Л. Н. Чайникова, В. Н. Чайников - Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007. – 192 с.
161. Чайникова Л.Н. Методологические и практические аспекты оценки конкурентоспособности региона: монография. / Л.Н. Чайникова. – Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2008. – 148 с.

162. Чемберлин, Э. Теория монополистической конкуренции: реориентация теории стоимости / Э. Чемберлин. Пер. с англ. Э.Г. Лейкина, Л.Я. Розовского. – М.: Экономика, 1996. – 351с.
163. Чиркова Е.В. Как оценить бизнес по аналогии: Метод. пособие по использованию сравнительных рыночных коэффициентов при оценке бизнеса и ценных бумаг. / Е.В. Чиркова. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005.–190 с.
164. Швец В.Е. Об управлении конкурентоспособностью продукции на предприятии. / В.Е. Швец. – Л.: ЛДНТП, 1990. – 32 с
165. Шевченко С.Ю. Обеспечение конкурентоспособности средствами инновационного развития. автореф. дисс.. д-ра.экон.наук. 08.00.05 / С.Ю. Шевченко. – СПб., 1996 – 32 с.
166. Шеремет А. Д. Комплексный анализ хозяйственной деятельности: Учеб. Пособие. / А. Д. Шеремет. – М.: ИД РИОР, 2009. – 255 с.
167. Шоколенко В.В. Конкурентоспособность машиностроительных предприятий. Дисс.... канд. экон. наук. 08.00.05 / Шоколенко Вера Владимировна. – Москва, 2005. – 172 с.
168. Шумпетер, Й. Теория экономического развития / Й. Шумпетер. – М.: Прогресс, 1982. – 495 с.
169. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика: учеб. пособие. / А.Ю. Юданов. – М.: Гном-Пресс, 2001. – 304 с..
170. Яшин Н.С. Конкурентоспособность субъектов хозяйствования: проблемы обеспечения и методы регулирования. / Гугелев А.В., Яшин Н.С// Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета.– 2014. –№ 7.– С. 46.
171. Ansoff H. I. Checklist for Competitive and Competence Profiles Corporate Strategy / H. I. Ansoff. – New York: McGraw-Hill, 1965. – P. 98-99.
172. Asheim B.T. Regional Innovation Systems: The Integration of Local "Sticky" and Global "Ubiquitous" Knowledge / B.T. Asheim, A. Isaksen // Journal of Technology Transfer. – 2002. –Vol. 27. – Issue 1. – PP. 77 – 86.

- 173.** Blunck F. What is Competitiveness? The Competitiveness Institute (TCI) / F. Blunck, 2006. – 132 p.
- 174.** Bound J. (1984). Who does R&D and who patents? : Working Paper № 908 [Electronic resource]– / J.Bound, C.Cummins, Z.Griliches, B.Hall, A.Jaffe // National Bureau of Economic Research. – Available at: www.nber.org.
- 175.** Caves R.E. Trade and economic Structure / R.E. Caves. – L.: Models and Methods, 1956.
- 176.** Chandler A.D. Strategy and Structure: Chapters in the History of American Enterprise / A.D. Chandler. – Cambridge; MA: MIT Press, 1962.
- 177.** Clark J.M. Towards a Concept of Workable Competition. / J.M. Clark American Economic Review, 1940.
- 178.** Cournot, A. Recherches sur les principes mathematiques de la theorie des richesses / A. Cournot. – Paris, 1838.
- 179.** Edgeworth F.Y. Mathematical Physics: An essay on application of mathematics to the moral sciences / F.Y. Edgeworth. 1881.
- 180.** Hamel G. Competing for the Future / G. Hamel, C.K. Prahalad. // HBS Press. – 1996. – №12.
- 181.** Penrose E. The Theory of the Growth of the Firm. 3rd edition. / E. Penrose. – Oxford University Press: Oxford, 1995.
- 182.** Porter M. E. On Competition. / M. E. Porter . – Boston: Harvard Business School, 1998.
- 183.** Porter M.E. Clusters and New Economics of Competition / M. E. Porter // Harvard Business Review. –1998. – November-December. – P. 77-90.
- 184.** Porter M.E. Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. / M. E. Porter. – N.Y.: Free Press, 1980. –396 p.
- 185.** Porter M.E. How Competitive Forces Shape Strategy / M. E. Porter // Harvard Business Review. – 1979. –Vol. 57. – № 2.
- 186.** Robinson D. Cluster Theory as Constructive Confusion: With Applications to Sudbury / D. Robinson // Paper presented to Laurentian Economics Department

- Seminar. – 2002. – December 4.–17 p.
- 187.** Scherer F. (1986). Innovation and Growth: Schumpeterian Perspectives : Journal of Economic Behavior & Organization [Electronic resource]. – / F. Scherer (1986 // Science Direct. – Available at: www.sciencedirect.com.
- 188.** Selznick P. Leadership in administration: a sociological. / P. Selznick. – New York, 1957.
- 189.** Макроэкономическое прогнозирование. Материалы сайта Института народнохозяйственного прогнозирования РАН. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.ecfor.ru/> (дата обращения: 26.05.2016).
- 190.** Материалы официального сайта Федеральной службы государственной статистики. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat/rosstatsite/main/> (дата обращения 15.02.2012).
- 191.** Материалы сайта ОАО НК "РуссНефть". [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.russneft.ru/structure/info_4991.stm.
- 192.** Материалы Центральной базы статистических данных Федеральной службы государственной статистики. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/dbscripts/Cbsd/DBInet.cgi> (дата обращения 15.02.2012).
- 193.** Фатхутдинов, Р.А. Теория управления конкурентными преимуществами объектов / Р.А. Фатхутдинов. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.cfin.ru/management/strategy/competit/obj_edge.shtml
- 194.** Филатов В.В.. Методика оценка рыночной стоимости собственного капитала (доли в уставном капитале) доходным подходом [Электронный ресурс]. – / В.В.Филатов, А.Ю.Дорофеев, А.С.Фадеев, В.М.Медведев, А.В.Шестов // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ». 2015. – Том 7. – №2 – Режим доступа: <http://naukovedenie.ru/PDF/71EVN215.pdf>
- 195.** Сайт-портал Бинарные опционы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://binary-options.com/>
- 196.** Пресс-релиз ПАО «Газпром»: годовые отчеты [Электронный ресурс]

- Режим доступа <http://ir.gazprom-neft.ru/novosti-i-otchety/godovye-otchety/>
- 197.** ПАО «Газпром» / Отчетность за 2016 год. Режим доступа
<http://www.gazprom.ru/investors/disclosure/reports>
- 198.** Пресс-релиз ПАО «Газпром»: «Газпром» и Wintershall завершили обмен активами [Электронный ресурс]. Режим доступа
<http://www.gazprom.ru/press/news/2015/october/article248070/>
- 199.** Wintershall [Электронный ресурс]. – Режим доступа www.wintershall.com
- 200.** Purchasing Power Parities for GDP. Материалы официального сайта Организации экономического сотрудничества и развития. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.oecd.org/std/prices-ppp/purchasingpowerparitiespppsdata.htm>
- 201.** European Economic Forecast. Autumn 2015. Institutional Paper 011 / November 2015. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ec.europa.eu/economy_finance/publications/eeip/pdf/ip011_en.pdf

ПРИЛОЖЕНИЕ 1 Трактовка понятия конкуренции в трудах исследователей

Исследователь	Период	Трактовка	Подход
Зарубежные исследователи			
А. Смит (Англия)	Вторая половина XVIII в.	Свободное, всеобщее соперничество между субъектами рынка за наиболее выгодные условия продажи и покупки товаров, приводящее к оптимальному распределению труда и капитала	Поведенческий
Д. Рикардо (Англия)	Начало XIX в.	Механизм установления меновой стоимости товаров (рыночного ценообразования)	
А. Маршалл (Англия)	Конец XIX в.	Борьба за редкие экономические блага, ведущая к оптимальному разделению труда и обеспечивающая эффективность экономики	
К. Маркс (Германия)	Конец XIX в.	Борьба за более выгодные условия производства и сбыта товаров, обеспечивающая такое распределение общественного капитала между различными сферами производства, при котором цены производства в каждой сфере складываются по образцу цен производства в сферах среднего строения	
М. Портер (США)	Конец XX в.	Динамичный и развивающийся процесс, непрерывно меняющийся ландшафт, на котором появляются новые товары, новые пути маркетинга, новые производственные процессы и новые рыночные сегменты	
Ф. Эджуорт (Ирландия) Э. Чемберлин Дж. Кейнс (США)	Конец XIX в. – начало XX в.	Основной акцент делается на исследовании структуры рынка и возможности установления отдельными участниками рынка контроля над ним, в том числе с применением неценовых методов борьбы	Структурный

Исследователь	Период	Трактовка	Подход
А. Курно (Франция)	Конец XIX в.	Борьба двух и более фирм, когда каждая предполагает, что объем производства ее конкурентов будет оставаться неизменным	
Дж. Робинсон (Англия)	Начало XX в.	Закон, устанавливающий правила регулирования цен, заработной платы, ренты	
Ф. Найт (США)	Середина XX в.	Ситуация, в которой конкурируют множество независимых единиц, действующих в условиях неопределенности	
М. Буйи (Франция)	Конец XX в.	Ситуация, способствующая свободному формированию цен и действию законов спроса и предложения на конкретном рынке	
К. Макконнел С. Брю (США)	Конец XX в.	Наличие на рынке большого числа независимых покупателей и продавцов, возможность для покупателей и продавцов свободно выходить на рынок и покидать его	
Й. Шумпетер (Австрия)	Конец XIX в. – начало XX в.	Источник новаторства, порождающий технические и организационные нововведения, которые, в случае если они будут приняты рынком, вытесняют устаревшие товары и технологии	Функциональный
Ф. Хайек (Австрия)	Середина XX в.	«Процедура открытия», сила, благодаря которой открывается верная линия поведения на рынке, которая позволяет оценить последствия принятия тех или иных решений хозяйствующих субъектов в рыночных условиях	
Дж. М. Кларк (США)	Середина XX в.	Сила, действующая на индивидуальных субъектов рынка, под влиянием которой формируется идеальное распределение элементов производственного механизма	
И. Кирцнер (Австрия)	Вторая половина XX в.	Процесс обнаружения новых возможностей и способов их удовлетворения	

Исследователь	Период	Трактовка	Подход
Отечественные исследователи			
С. Авдашева	Конец XX в. – начало XXI в.	Сила, понуждающая предпринимателей к эффективным действиям на рынке, заставляя их предлагать потребителям более широкий ассортимент товаров и услуг по более низким ценам и лучшего качества	Функциональный
Г. Азоев А. Челенков		Соперничество на каком-либо поприще между отдельными юридическими или физическими лицами, заинтересованными в достижении одной и той же цели	Поведенческий
В. Криворотов		Совокупность экономических отношений, возникающих вследствие рыночного соперничества хозяйствующих субъектов с целью завоевания устойчивого признания потребителей и получения прибыли при условии ограниченности всех видов ресурсов, способствующей достижению указанной цели	Комплексный
И. Спиридонов		Экономический процесс взаимодействия, взаимосвязи и борьбы между выступающими на рынке предприятиями в целях обеспечения лучших возможностей сбыта своей продукции, удовлетворения разнообразных потребностей покупателей и получение наибольшей прибыли	Поведенческий
Р. Фатхутдинов		Процесс управления субъектом своими конкурентными преимуществами на конкретном рынке для одержания победы или достижения других целей в борьбе с конкурентами за удовлетворение объективных и субъективных потребностей в рамках законодательства либо в естественных условиях	Комплексный
А. Юданов		Борьба товаропроизводителей за ограниченный объем платежеспособного спроса потребителей, ведущаяся субъектами на доступных им сегментах рынка	Поведенческий

ПРИЛОЖЕНИЕ 2 Подходы к определению понятия конкурентоспособности предприятия в трудах исследователей

№ п/п	Исследователь	Определение
Способность вести экономически эффективную деятельность		
1	Д. Воронов [28]	Обобщающая характеристика деятельности хозяйствующего субъекта, отражающая уровень эффективности использования хозяйствующим субъектом экономических ресурсов относительно эффективности использования экономических ресурсов конкурентами
2	П. Забелин [51]	Способность предприятия приносить прибыль на вложенный капитал в краткосрочном периоде не ниже заданной прибыльности
3	П. Завьялов [52]	Возможность эффективной хозяйственной деятельности и ее практической прибыльной реализации в условиях конкурентного рынка
4	М. Костин [75]	Понятие, отражающее уровень производительности труда, материализованных в производстве достижений НИОКР, уровень налогового пресса, величину прибыли монополий и других факторов
5	В. Криворотов [79]	Реальная и потенциальная способность хозяйствующего субъекта удовлетворять конкретные потребности на рынке, опосредуемая более эффективным в сравнении с конкурентами использованием ограниченных экономических ресурсов и применением более эффективных бизнес-моделей управления

№ п/п	Исследователь	Определение
6	М. Манвелян [91]	Способность предприятия оставаться экономически эффективным в условиях конкурентной среды, то есть достигать основной цели своего существования в условиях наличия субъектов-конкурентов, имеющих схожие цели и реализующих схожие бизнес-процессы по их достижению
7	М. Мескон [94]	Относительная характеристика, которая выражает отличия развития данной фирмы от степени удовлетворения своими товарами потребности людей и по эффективности производственной деятельности характеризует возможности и динамику приспособления к условиям рыночной конкуренции
8	И. Спиридонов [138]	Способность осуществлять прибыльную хозяйственную деятельность в условиях конкурентного рынка, чему способствует умелое использование организационно-управленческих, научно-технических, экономических, производственных, маркетинговых и иных средств ведения эффективной хозяйственной деятельности
Способность производить конкурентоспособную продукцию		
9	Т. Адаева [2]	Способность предприятия выпускать конкурентоспособную продукцию, быть конкурентоустойчивым и иметь возможность адаптации к изменяющимся условиям конкуренции
10	Ф. Блунк [173]	Способность предоставлять более качественную продукцию и услуги, чем у конкурентов

№ п/п	Исследователь	Определение
11	И. Ершова [48]	Способность предприятия производить пользующуюся спросом продукцию при эффективном использовании производственного, кадрового и финансового потенциалов
12	М. Портер [114]	Свойство товара выступать на рынке наравне с присутствующими там аналогичными товарами, услугам или конкурирующими субъектами рыночных отношений
13	Ю. Рубин [123]	Реальная и потенциальная способность компаний, а также имеющихся у них возможностей способностей проектировать, изготавливать и сбывать товары, которые по ценовым и неценовым характеристикам в комплексе более привлекательны для потребителей, чем товары конкурентов
14	И. Сергеев [134]	Способность предприятия производить конкурентоспособную продукцию за счет его умения эффективно использовать финансовый, производственный и трудовой потенциал
15	Х. Фасхиев [149]	Реальная и потенциальная способность фирмы разрабатывать, изготавливать, сбывать и обслуживать конкурентоспособную продукцию
16	В. Швец [164]	Возможность продукции занимать место на конкретном рынке в максимально возможном объеме и без убытков для изготовителя
17	В. Шоколенко [167]	Реальная и потенциальная возможность предприятия производить и продавать конкурентоспособную продукцию с наименьшими затратами
Способность конкурировать, то есть создавать и удерживать конкурентные преимущества		

№ п/п	Исследователь	Определение
18	Е. Вайсман [22]	Способность, используя наилучшим образом свои ресурсы и сформированное внутреннее и сложившееся внешнее институциональное обеспечение, создать конкурентные преимущества, позволяющие в настоящем и будущем быть более привлекательным, относительно конкурентов, для потребителей, поставщиков и инвесторов, сохраняя при этом свою финансовую устойчивость и положительную динамику стоимости своего бизнеса
19	М. Гельвановский [32]	Обладание свойствами, создающими преимущества для субъекта экономических соревнований
20	Н. Дробитько [45]	Система, состоящая из непрерывно взаимодействующих факторов, и характеризующая степень реализации потенциальных возможностей предприятия по приобретению и удержанию в течение достаточно длительного периода времени конкурентного преимущества
21	Е. Млоток [95]	Сравнительное преимущество предприятия по отношению к другим предприятиям данной отрасли внутри национальной экономики и за ее пределами
22	Р. Фатхутдинов [150]	Свойство объектов, характеризующее степень удовлетворения конкретной потребности по сравнению с лучшими аналогичными объектами, представленными на данном рынке
Способность реализовать эффективную бизнес-модель		
23	В. Катькало [63]	Реализация такой стратегии создания ценности и присвоения рента, которая одновременно не может быть реализована никем из нынешних или потенциальных конкурентов

№ п/п	Исследователь	Определение
24	С. Монтгомери Д. Коллис [70]	Управленческое соответствие между ресурсами фирмы и ее способностями, видением ее будущего образа и бизнес-моделью функционирования в конкретной отрасли или наборе отраслей в конкретный период
25	Г. Хамел [180]	Способность создавать с более низкими издержками и быстрее, чем конкуренты, ключевые компетенции, на основе которых рождаются непредвиденные ранее продукты
Способность сохранять или улучшать положение на рынке		
26	В. Беренс П. Хавранек [13]	Все то, что способствует расширению производителем своей рыночной доли за счет конкурентов, а также расширению доли продуктов его производства
27	И. Зулькарнаев [54]	Текущее положение предприятия на рынке, в первую очередь, доля рынка и тенденции ее изменения
28	А. Селезнев [132]	Предопределяемое совокупностью факторов положение товаропроизводителя на внешних и внутренних рынках, отражаемое через совокупность показателей
29	Т. Ступина [140]	Способность организации функционировать в динамичной конкурентной среде таким образом, чтобы привлекать и сохранять потребителей своей продукции (постоянно повышая его качество), повышая конкурентные преимущества и увеличивая долю на рынке

ПРИЛОЖЕНИЕ 3 Показатели выручки и прибыли крупнейших международных компаний по отчетности МСФО, млн. USD

№ п/п	Компания	Страна	Выручка 2010	Выручка 2011	Выручка 2012	Выручка 2013	Выручка 2014	Прибыль 2010*	Прибыль 2011	Прибыль 2012	Прибыль 2013	Прибыль 2014
1	Wal-Mart Stores	США	421 849	446 509	468 651	476 294	485 651	16 389	15 699	16 999	16 022	16 363
2	Sinopec	Китай	265 315	368 010	413 205	440 776	430 579	10 841	11 621	10 156	10 837	7 594
3	Royal Dutch Shell	Великобритания	368 388	470 171	467 317	451 317	421 117	20 127	30 918	26 712	16 371	14 874
4	Exxon Mobil	США	370 125	467 029	451 509	420 836	394 105	30 460	41 060	44 880	32 580	32 520
5	Petrochina	Китай	221 262	318 280	349 355	374 468	376 055	21 137	21 102	18 336	21 237	17 515
6	BP	Великобритания	297 513	375 917	377 123	379 631	353 568	-3 721	25 698	11 015	23 449	3 778
7	Volkswagen	Германия	175 265	213 554	262 528	280 192	253 890	8 623	19 264	27 853	11 587	12 270
8	Toyota Motor	Япония	228 482	226 216	234 351	249 800	226 746	4 910	3 452	10 219	17 726	18 095
9	Glencore	Великобритания	144 978	186 152	214 436	232 694	221 073	1 291	4 048	1 004	-8 046	2 308
10	Total	Франция	188 175	215 729	240 677	228 259	212 294	14 132	15 884	13 998	11 228	4 244
11	Chevron	США	198 198	244 371	230 639	220 264	199 941	19 024	26 895	26 179	21 423	19 241
12	Samsung Electronics	Южная Корея	136 262	143 256	187 842	216 688	187 579	13 922	11 619	21 656	28 256	20 997
13	Apple	США	65 225	108 249	156 508	170 910	182 795	14 013	25 922	41 733	37 037	39 510
14	McKesson	США	112 084	122 321	122 069	137 392	179 045	1 202	1 403	1 338	1 263	1 476
15	Phillips 66	США	146 561	195 931	179 290	171 596	161 212	735	4 775	4 124	3 726	4 762
16	Daimler	Германия	131 797	139 490	152 631	164 754	159 737	6 013	7 333	8 481	9 436	8 453
17	General Motors	США	135 592	150 276	152 256	155 427	155 929	4 668	7 585	4 859	3 770	2 804
18	General Electric	США	149 567	146 542	146 684	146 045	148 589	11 344	13 120	13 641	13 057	15 233
19	Газпром	Россия	118 480	157 993	153 411	164 989	147 217	32 872	45 739	40 309	36 634	4 140
20	Роснефть	Россия	63 076	92 606	99 421	147 517	144 930	9 914	11 414	11 748	17 316	9 218
21	Лукойл	Россия	105 081	133 708	139 171	141 452	144 167	9 006	10 357	10 925	7 627	4 714
22	Ford Motor	США	128 954	135 605	133 559	146 917	144 077	6 561	20 213	5 613	7 182	3 187
23	CVS Health Corporation	США	95 778	107 080	123 120	126 761	139 367	3 427	3 462	3 864	4 592	4 644
24	E.On	Германия	138 493	156 018	183 022	171 563	138 144	7 825	-2 871	2 888	2 884	-3 837
25	Eni	Италия	132 993	140 538	169 894	160 091	134 878	8 447	8 876	10 278	7 116	1 567

№ п/п	Компания	Страна	Выручка 2010	Выручка 2011	Выручка 2012	Выручка 2013	Выручка 2014	Прибыль 2010*	Прибыль 2011	Прибыль 2012	Прибыль 2013	Прибыль 2014
26	Hon Hai Precision	Тайвань	103 266	114 345	134 831	131 965	133 435	2 651	2 695	3 261	3 552	4 120
27	AT&T	США	124 280	126 723	127 434	128 752	132 447	19 864	3 944	7 264	18 249	6 224
28	Valero Energy	США	82 233	125 987	138 393	138 074	130 844	324	2 090	2 083	2 720	3 630
29	Petroleos De Venezuela	Венесуэла	94 929	124 754	124 459	113 979	128 439	13 565	20 399	2 678	14 254	7 386
30	Trafigura Beheer	Голландия	79 245	121 614	120 426	133 026	127 613	762	1 274	1 122	2 181	1 080
31	Verizon Communications	США	106 565	110 875	115 846	120 550	127 079	2 549	2 404	875	11 497	9 625
32	Petroleo Brasileiro	Бразилия	126 655	132 401	138 168	130 158	127 000	20 871	17 922	10 341	10 014	-8 129
33	China State Construction Corporation	Китай	53 646	74 927	87 360	107 549	125 697	1 395	2 165	2 502	3 343	3 689
34	AmerisourceBergen	США	77 776	78 696	78 081	87 959	119 569	637	707	719	434	276
35	Fiat Chrysler Automobiles	Италия	47 968	78 390	110 773	119 569	116 902	695	1 726	58	1 247	690
36	Unitedhealth Group	США	85 405	91 983	99 728	109 557	115 302	4 634	5 142	5 526	5 673	5 619
37	Costco Wholesale	США	77 946	88 915	99 137	105 156	112 640	1 303	1 462	1 709	2 039	2 058
38	Hewlett-Packard	США	126 033	127 245	120 357	112 298	111 454	8 761	7 074	-12 650	5 113	5 013
39	Petroleos Mexicanos	Мексика	109 579	125 370	142 653	127 919	110 360	-3 841	-6 539	-28 748	-4 930	-18 042
40	Kroger	США	82 049	90 269	96 619	98 375	108 465	1 116	602	1 497	1 519	1 728
41	China Mobile Limited	Китай	73 719	84 294	89 546	103 410	104 829	18 064	19 977	20 554	19 942	17 859
42	Axa	Франция	111 484	104 250	111 611	117 887	104 737	4 132	5 669	5 524	6 600	6 480
43	Industrial & Commercial Bank Of China	Китай	56 909	74 486	84 036	94 699	103 889	25 068	33 082	37 950	43 092	45 152
44	Saic Motor Corporation	Китай	53 947	67 252	75 206	92 155	102 196	2 475	3 209	3 299	4 065	4 572
45	SK Holdings	Южная Корея	80 775	99 872	113 143	106 892	102 140	581	1 453	980	94	-442
46	Express Scripts Holding	США	44 973	46 128	93 714	104 099	100 887	1 181	1 276	1 313	1 845	2 008
47	Marathon Petroleum	США	62 594	78 747	82 315	100 248	98 081	623	2 389	3 389	2 112	2 524
48	Noble Group	Китай	56 795	80 850	94 045	97 880	97 605	607	274	604	98	133
49	China Railway Group	Китай	69 290	70 573	74 535	89 034	96 793	1 117	1 062	1 175	1 536	1 677
50	Tesco	Великобритания	98 914	102 895	98 484	109 376	96 532	4 310	4 474	188	1 625	-8 858

* Здесь и далее в полях «Прибыль» указывается величина чистой прибыли за отчетный период

ПРИЛОЖЕНИЕ 4 Показатели выручки и прибыли крупнейших российских компаний по отчетности МСФО, млн. руб.

№ п/п	Компания	Выручка 2010	Выручка 2011	Выручка 2012	Выручка 2013	Выручка 6 мес. 2014	Выручка 2014	Выручка 6 мес. 2015	Прибыль 2010**	Прибыль 2011	Прибыль 2012	Прибыль 2013	Прибыль 6 мес. 2014	Прибыль 2014	Прибыль 6 мес. 2015
1	Лукойл	3 186 464	3 922 628	4 324 043	4 501 003	2 583 793	5 474 021	2 934 017	276 853	288 393	339 440	242 691	144 671	178 991	97 984
2	Газпром	3 597 054	4 637 090	4 766 495	5 249 965	2 873 932	5 589 811	2 913 452	997 993	1 342 442	1 252 415	1 165 705	465 226	157 192	691 256
3	Роснефть	1 915 000	2 718 000	3 089 000	4 694 000	2 810 000	5 503 000	2 600 000	301 000	335 000	365 000	551 000	260 000	350 000	190 000
4	Сбербанк	926 595	1 002 500	1 346 500	1 723 400	995 100	2 167 400	1 281 700	181 648	315 942	347 900	362 000	170 400	290 300	85 200
5	РЖД	1 334 240	1 480 879	1 540 323	1 762 838	863 743	1 796 160	961 983	208 324	182 987	78 262	36 722	26 037	-99 320	675
6	Группа ВТБ	359 300	464 100	616 900	741 700	417 100	907 200	566 400	54 800	90 500	90 600	100 500	2 000	800	-17 100
7	Сургутнефтегаз	596 915	795 196	849 575	837 734	470 120	1 736 514*	537 979	128 392	274 989	184 330	279 081	134 086	884 833	134 905
8	Магнит	236 122	335 700	448 661	579 695	348 951	763 527	453 249	9 724	12 304	25 117	35 620	16 522	47 686	28 541
9	Транснефть	447 532	670 270	732 375	749 617	377 913	774 380	407 044	125 482	191 218	184 390	158 017	91 978	59 500	119 775
10	Ингер РАО	464 386	536 244	556 189	662 321	352 896	741 101	391 633	18 639	41 457	-22 276	-24 030	6 856	9 774	19 690
11	X5 Retail Group	342 476	453 607	490 757	534 560	299 746	633 873	382 608	8 234	8 870	-3 930	10 984	6 449	12 691	7 942
12	Россети	559 496	634 608	652 183	759 779	379 526	759 608	351 895	34 137	38 966	43 855	-159 389	31 540	-24 257	24 092
13	Евраз	399 052	481 340	457 537	458 558	237 971	495 926	279 937	14 269	13 325	-13 049	-17 533	525	-48 526	1 087
14	Татнефть	468 032	417 586	444 099	454 983	190 862	476 360	279 511	50 648	64 210	78 448	78 344	54 607	97 677	59 528
15	Норильский никель	387 849	414 481	384 212	366 176	199 650	456 013	278 233	94 055	106 423	66 583	23 546	50 943	93 400	99 122
16	Русал	333 322	360 741	338 383	310 563	153 308	355 285	271 700	87 042	6 956	-16 405	-105 706	-7 309	-3 455	50 279
17	Новолипецкий металлургический комбинат (НЛМК)	253 529	344 233	377 705	347 138	190 447	394 726	249 144	37 160	38 607	18 966	6 605	11 589	32 122	28 105
18	Атомэнергопром	н/д	389 375	396 352	436 135	200 664	498 807	244 904	н/д	60 946	26 525	31 277	32 867	64 548	41 560
19	НОВАТЭК	117 024	238 221*	210 973	298 158	177 046	355 673	225 986	40 276	119 291	69 441	109 945	57 023	36 915	72 014
20	Мобильные телесистемы (МТС)	342 855	348 571	378 240	398 443	196 422	410 758	202 873	46 997	45 939	30 612	80 788	34 554	52 393	26 677
21	Газпромбанк	131 029	157 151	192 846	228 782	130 849	292 128	191 632	17 965	40 832	30 881	33 042	2 615	-13 698	-22 929

№ п/п	Компания	Выручка 2010	Выручка 2011	Выручка 2012	Выручка 2013	Выручка 6 мес. 2014	Выручка 2014	Выручка 6 мес. 2015	Прибыль 2010**	Прибыль 2011	Прибыль 2012	Прибыль 2013	Прибыль 6 мес. 2014	Прибыль 2014	Прибыль 6 мес. 2015
22	Северсталь	412 076	464 094	438 202	300 175	218 916	315 015	190 881	-15 635	63 799	25 471	2 838	-26 659	-60 852	45 918
23	ВымпелКом	290 545	313 106	340 154	350 156	166 808	355 050	182 113	53 889	27 090	72 580	50 350	23 050	37 258	18 434
24	Магнитогорский металлургический комбинат (ММК)	234 349	273 310	289 885	260 485	143 231	302 767	181 944	7 044	-3 642	-2 945	-79 366	2 787	3 392	26 965
25	Аэрофлот	112 332	158 043	253 039	290 956	140 281	319 771	176 467	7 681	14 439	5 170	7 335	-1 905	-17 146	-3 541
26	РусГидро	418 003	362 599	298 805	313 632	165 309	329 560	170 788	11 330	29 493	-25 324	20 993	21 336	24 131	18 582
27	Оборонпром	158 350	176 046	216 048	252 886	117 078	306 559	152 949	16 212	32 650	8 372	-4 957	-1 210	-9 515	23 078
28	Мегафон	215 034	242 394	272 336	297 229	151 542	291 656	150 124	48 841	43 383	44 447	51 770	21 187	37 000	20 317
29	Ростелеком	277 497	301 494	332 435	325 704	156 370	310 917	143 840	30 429	42 528	33 202	24 131	15 075	37 807	8 228
30	Металлоинвест	219 668	291 123	254 588	233 050	123 580	241 755	139 913	36 434	42 029	53 565	34 366	19 346	2 506	29 405
31	Еврохим	97 790	131 312	166 411	173 069	96 342	193 191	135 564	20 038	32 021	32 561	11 996	10 631	-21 947	29 630
32	АЛРОСА	113 394	137 732	150 880	168 505	104 789	207 159	131 868	11 788	26 658	33 634	31 837	23 117	-16 832	47 398
33	Дикси	64 236	102 317	147 023	180 504	106 963	228 985	131 619	258	1 102	1 052	3 056	1 965	4 491	807
34	Трубная металлургическая компания (ТМК)	169 378	198 469	207 942	204 843	104 321	230 373	130 819	3 157	11 387	8 612	6 814	1 556	-12 373	3 456
35	Мечел	295 890	360 633	330 303	272 902	120 436	243 227	129 942	21 008	23 581	-51 728	-93 009	-22 593	-165 539	-12 886
36	ФК Открытие	31 834	60 418	77 545	110 004	78 846	169 566	127 575	7 426	12 134	15 015	17 302	6 189	5 882	8 286
37	Альфа-банк	83 672	100 810	125 122	166 066	91 226	205 566	121 255	16 789	23 545	28 435	28 784	18 569	53 020	683
38	Славнефть	130 873	159 282	198 682	193 038	106 870	197 453	119 682	5 917	351	24 679	17 085	11 703	-10 282	16 985
39	Лента	70 628	89 766	109 910	144 266	85 899	193 988	114 897	2 220	1 697	5 136	7 104	2 679	9 075	2 966
40	Объединенная авиастроительная корпорация (ОАК)	140 682	161 653	171 019	220 065	77 384	294 538	103 484	-20 166	-13 346	-5 650	-12 410	-12 847	-13 654	-16 988
41	Россельхозбанк	108 418	118 148	143 007	161 893	85 561	171 447	98 667	369	58	144	729	236	-47 928	-45 423
42	АвтоВАЗ	137 630	175 073	190 061	177 049	90 427	190 734	91 872	3 567	6 677	29 180	-7 897	4 876	-25 050	-3 316
43	Уралкалий	51 592	102 741	122 811	105 819	60 372	136 529	89 668	16 654	34 829	49 644	21 221	12 952	-33 277	31 923

№ п/п	Компания	Выручка 2010	Выручка 2011	Выручка 2012	Выручка 2013	Выручка 6 мес. 2014	Выручка 2014	Выручка 6 мес. 2015	Прибыль 2010**	Прибыль 2011	Прибыль 2012	Прибыль 2013	Прибыль 6 мес. 2014	Прибыль 2014	Прибыль 6 мес. 2015
44	Сибур	188 563	248 660	271 330	269 814	171 712	361 000	181 397	40 737	62 799	60 085	45 458	75 691	25 071	21 331
45	Нижнекамскнефтехим	96 516	126 021	130 487	126 043	67 740	137 007	76 001	8 885	15 843	15 426	6 268	3 724	9 434	13 062
46	Челябинский трубопрокатный завод (ЧТПЗ)	85 401	113 971	116 882	112 428	53 964	128 123	75 958	4 727	469	1 133	-1 868	189	-1 216	4 211
47	ГАЗ	96 721	132 445	126 952	143 359	54 997	119 994	52 335	2 118	8 500	8 751	4 001	-1 315	-2 099	-885
48	Мостогрест	60 279	98 296	123 705	116 714	52 529	150 531	51 990	1 730	3 705	4 324	2 259	1 893	6 072	104
49	Трансаэро	68 226	68 226	91 844	105 449	48 178	113 761	50 675	2 192	2 192	-228	-13 341	-10 499	-14 463	-3 178
50	КамАЗ	73 773	106 830	118 510	114 317	47 609	110 599	35 145	-889	1 824	5 817	4 356	-1 534	211	-695

*В состав выручки в целях корректного расчета операционной эффективности включены внереализационные доходы предприятия

** Здесь и далее в полях «Прибыль» указывается величина чистой прибыли за отчетный период

ПРИЛОЖЕНИЕ 5 Основные экономические показатели деятельности сопоставляемых конкурентов, млн. руб.

Наименование показателя	Отчетный период											
	I кв. 2010	II кв. 2010	III кв. 2010	IV кв. 2010	I кв. 2011	II кв. 2011	III кв. 2011	IV кв. 2011	I кв. 2012	II кв. 2012	III кв. 2012	IV кв. 2012
<i>ПАО «Газпром»</i>												
Выручка от продаж (за отчетный квартал)	957	764	786	1 089	1 317	1 030	950	1 340	1 225	1 005	1 121	1 413
Чистая прибыль (за отчетный квартал)	337	171	161	329	479	307	156	402	368	158	308	377
Затраты (за отчетный квартал)	620	593	626	760	838	724	794	939	857	848	813	1 036
Оборотные активы (на конец периода)	1 693	1 641	1 625	1 866	1 915	1 931	2 002	2 240	2 336	2 396	2 336	2 409
Краткосрочные обязательства (на конец периода)	870	886	845	1 011	852	909	955	1 309	1 363	1 554	1 394	1 490
<i>ПАО «НК «Роснефть»</i>												
Выручка от продаж (за отчетный квартал)	441	466	474	534	589	651	715	747	748	718	802	810
Чистая прибыль (за отчетный квартал)	75	77	79	94	115	79	82	40	112	-8	181	56
Затраты (за отчетный квартал)	367	389	395	440	473	572	633	707	636	726	621	754
Оборотные активы (на конец периода)	483	576	565	702	758	724	791	815	791	765	901	920
Краткосрочные обязательства (на конец периода)	403	424	391	356	383	430	445	414	438	455	448	427
<i>ПАО «Лукойл»</i>												
Выручка от продаж (за отчетный квартал)	715	782	812	882	867	977	1 003	1 079	1 066	1 004	1 136	1 119
Чистая прибыль (за отчетный квартал)	61	62	87	67	100	90	69	25	110	34	111	84
Затраты (за отчетный квартал)	654	719	725	815	766	887	934	1 054	956	969	1 025	1 036
Оборотные активы (на конец периода)	583	616	585	628	691	716	769	758	781	785	772	737
Краткосрочные обязательства (на конец периода)	308	358	398	328	365	364	376	358	343	412	365	378

Наименование показателя	Отчетный период									
	I кв. 2013	II кв. 2013	III кв. 2013	IV кв. 2013	I кв. 2014	II кв. 2014	III кв. 2014	IV кв. 2014	I кв. 2015	II кв. 2015
<i>ПАО «Газпром»</i>										
Выручка от продаж (за отчетный квартал)	1 461	1 107	1 205	1 477	1 559	1 315	1 134	1 582	1 648	1 265
Чистая прибыль (за отчетный квартал)	388	205	283	289	232	234	107	-415	390	301
Затраты (за отчетный квартал)	1 073	901	922	1 188	1 327	1 082	1 026	1 998	1 258	964
Оборотные активы (на конец периода)	2 591	2 683	2 623	2 863	3 033	2 909	2 956	3 461	3 534	3 268
Краткосрочные обязательства (на конец периода)	1 191	1 275	1 245	1 391	1 200	1 325	1 319	1 856	1 753	1 755
<i>ПАО «НК «Роснефть»</i>										
Выручка от продаж (за отчетный квартал)	812	1 176	1 356	1 350	1 375	1 435	1 382	1 311	1 288	1 312
Чистая прибыль (за отчетный квартал)	102	35	280	134	88	172	1	89	56	134
Затраты (за отчетный квартал)	710	1 141	1 076	1 216	1 287	1 263	1 381	1 222	1 232	1 178
Оборотные активы (на конец периода)	1 144	1 307	1 402	1 455	1 786	1 710	1 916	2 131	1 849	1 828
Краткосрочные обязательства (на конец периода)	973	1 080	1 059	1 387	1 489	1 622	1 789	2 031	1 873	1 893
<i>ПАО «Лукойл»</i>										
Выручка от продаж (за отчетный квартал)	1 027	1 108	1 205	1 168	1 247	1 337	1 412	1 468	1 441	1 479
Чистая прибыль (за отчетный квартал)	79	66	102	-5	61	84	59	-49	43	53
Затраты (за отчетный квартал)	948	1 042	1 103	1 172	1 186	1 253	1 353	1 517	1 398	1 426
Оборотные активы (на конец периода)	726	790	793	766	901	920	1 055	1 280	1 231	1 180
Краткосрочные обязательства (на конец периода)	371	445	437	429	476	589	620	800	740	723

ПРИЛОЖЕНИЕ 6 Показатели конкурентоспособности ПАО «Газпром»

Наименование показателя	Отчетный период											
	I кв. 2010	II кв. 2010	III кв. 2010	IV кв. 2010	I кв. 2011	II кв. 2011	III кв. 2011	IV кв. 2011	I кв. 2012	II кв. 2012	III кв. 2012	IV кв. 2012
<i>ПАО «Газпром»</i>												
Операционная эффективность (R)	1,543	1,289	1,256	1,433	1,571	1,424	1,196	1,428	1,429	1,186	1,378	1,364
Индекс изменения объемов выручки (I)	1,028	1,079	1,020	1,877	1,376	1,348	1,207	1,231	0,930	0,976	1,180	1,054
Уровень ликвидности (L)	1,945	1,853	1,922	1,845	2,249	2,125	2,098	1,711	1,713	1,542	1,676	1,617
Коэффициент эффективности деятельности (K _о) хоз.	3,084	2,577	2,465	4,962	4,861	4,078	3,029	3,006	2,277	1,785	2,726	2,326
<i>Выборка (ПАО «НК «Роснефть» и ПАО «Лукойл»)</i>												
Операционная эффективность (R)	1,133	1,126	1,147	1,128	1,174	1,116	1,096	1,037	1,140	1,016	1,177	1,078
Индекс изменения объемов выручки (I)	1,481	1,248	1,173	1,237	1,259	1,305	1,336	1,289	1,246	1,057	1,128	1,057
Уровень ликвидности (L)	1,499	1,526	1,458	1,943	1,937	1,813	1,902	2,038	2,014	1,788	2,057	2,058
Коэффициент эффективности деятельности (K _с) хоз.	2,515	2,144	1,963	2,713	2,863	2,640	2,787	2,723	2,861	1,919	2,731	2,345
<i>Оценка конкурентоспособности ПАО «Газпром»</i>												
Коэффициент операционной эффективности (K _R)	1,362	1,145	1,095	1,270	1,338	1,276	1,091	1,377	1,254	1,168	1,170	1,266
Коэффициент стратегического позиционирования (K _I)	0,694	0,865	0,870	1,517	1,093	1,033	0,903	0,955	0,746	0,923	1,047	0,997
Коэффициент финансового состояния (K _L)	1,297	1,214	1,318	0,950	1,161	1,172	1,103	0,840	0,851	0,863	0,815	0,786
Уровень конкурентоспособности (K)	1,070	1,063	1,079	1,223	1,193	1,156	1,028	1,034	0,927	0,976	0,999	0,997

Наименование показателя	Отчетный период									
	I кв. 2013	II кв. 2013	III кв. 2013	IV кв. 2013	I кв. 2014	II кв. 2014	III кв. 2014	IV кв. 2014	I кв. 2015	II кв. 2015
<i>ПАО «Газпром»</i>										
Операционная эффективность (R)	1,362	1,228	1,307	1,244	1,175	1,216	1,105	0,792	1,310	1,312
Индекс изменения объемов выручки (I)	1,193	1,101	1,075	1,045	1,067	1,188	0,941	1,071	1,057	0,962
Уровень ликвидности (L)	2,176	2,104	2,107	2,057	2,526	2,195	2,241	1,865	2,016	1,862
Коэффициент эффективности хоз. деятельности (Ko)	3,535	2,842	2,959	2,675	3,165	3,172	2,330	1,582	2,792	2,350
<i>Выборка (ПАО «НК «Роснефть» и ПАО «Лукойл»)</i>										
Операционная эффективность (R)	1,109	1,046	1,175	1,054	1,060	1,102	1,022	1,014	1,038	1,072
Индекс изменения объемов выручки (I)	1,013	1,327	1,321	1,305	1,426	1,214	1,091	1,104	1,041	1,007
Уровень ликвидности (L)	1,392	1,375	1,467	1,223	1,367	1,189	1,233	1,205	1,179	1,150
Коэффициент эффективности хоз. деятельности (Ks)	1,564	1,908	2,278	1,682	2,067	1,590	1,375	1,350	1,273	1,241
<i>Оценка конкурентоспособности ПАО «Газпром»</i>										
Коэффициент операционной эффективности (K_R)	1,228	1,173	1,112	1,180	1,108	1,104	1,081	0,781	1,262	1,224
Коэффициент стратегического позиционирования (K_I)	1,177	0,830	0,813	0,801	0,748	0,979	0,863	0,970	1,016	0,955
Коэффициент финансового состояния (K_L)	1,563	1,530	1,436	1,682	1,848	1,845	1,817	1,547	1,710	1,619
Уровень конкурентоспособности (K)	1,312	1,142	1,091	1,167	1,153	1,259	1,192	1,054	1,299	1,237

ПРИЛОЖЕНИЕ 7 Основные экономические показатели деятельности ПАО «Газпром», млрд. руб.

Наименование показателя	Отчетный период											
	I кв. 2010	II кв. 2010	III кв. 2010	IV кв. 2010	I кв. 2011	II кв. 2011	III кв. 2011	IV кв. 2011	I кв. 2012	II кв. 2012	III кв. 2012	IV кв. 2012
Выручка от продаж (за отчетный квартал)	957	764	786	1 089	1 317	1 030	950	1 340	1 225	1 005	1 121	1 413
Операционные расходы (за отчетный квартал)	623	528	592	697	818	680	621	823	927	696	868	990
Чистая прибыль (за отчетный квартал)	337	171	161	329	479	307	156	402	368	158	308	377
Оборотные активы (на конец периода)	1 693	1 641	1 625	1 866	1 915	1 931	2 002	2 240	2 336	2 396	2 336	2 409
в т. ч. денежные средства и их эквиваленты	399	371	316	441	444	455	382	501	686	513	471	420
денежные средства	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
краткосрочные финансовые активы	17	20	20	7	26	24	25	24	26	22	21	17
дебиторская задолженность и предоплата	805	667	668	758	833	718	744	784	782	875	831	940
товарно-материальные запасы	254	295	334	326	267	322	395	408	332	421	485	460
Внеоборотные активы (на конец периода)	6 728	6 875	7 064	7 370	7 593	7 801	8 067	8 660	8 770	9 071	9 283	9 659
в т. ч. основные средства	4 984	5 115	5 246	5 486	5 591	5 752	6 046	6 719	6 817	7 088	7 324	7 818
Краткосрочные обязательства (на конец периода)	870	886	845	1 011	852	909	955	1 309	1 363	1 554	1 394	1 490
в т. ч. кредиторская задолженность	448	510	547	703	495	610	589	805	721	1 076	889	1 040
Долгосрочные обязательства (на конец периода)	1 590	1 569	1 595	1 688	1 676	1 644	1 756	1 830	1 655	1 808	1 895	1 877
Собственный капитал (на конец периода)	5 976	6 062	6 248	6 536	6 980	7 180	7 358	7 761	8 088	8 051	8 331	8 701
Итого Пассивы/Активы (на конец периода)	8 437	8 516	8 688	9 236	9 508	9 733	10 069	10 901	11 106	11 413	11 619	12 068

Наименование показателя	Отчетный период									
	I кв.	II кв.	III	IV	I кв.	II кв.	III	IV	I кв.	II кв.

	2013	2013	кв. 2013	кв. 2013	2014	2014	кв. 2014	кв. 2014	2015	2015
Выручка от продаж (за отчетный квартал)	1 461	1 107	1 205	1 477	1 559	1 315	1 134	1 582	1 648	1 265
Операционные расходы (за отчетный квартал)	950	769	878	1 004	1 090	1 159	770	925	1 172	1 052
Чистая прибыль (за отчетный квартал)	388	205	283	289	232	234	107	-415	390	301
Оборотные активы (на конец периода)	2 591	2 683	2 623	2 863	3 033	2 909	2 956	3 461	3 534	3 268
в т. ч. денежные средства и их эквиваленты	573	713	571	689	957	944	754	1 038	1 228	1 105
денежные средства	2	2	2	0	1	1	2	2	1	2
краткосрочные финансовые активы	18	17	21	25	26	26	12	11	9	10
дебиторская задолженность и предоплата	1 009	873	916	1 032	998	843	954	1 046	1 113	874
товарно-материальные запасы	428	521	577	570	534	587	676	672	646	691
Внеоборотные активы (на конец периода)	9 624	9 873	10 243	10 574	10 705	10 864	11 096	11 716	11 850	12 089
в т. ч. основные средства	8 018	8 222	8 559	8 940	9 078	9 178	9 425	9 950	10 016	10 143
Краткосрочные обязательства (на конец периода)	1 191	1 275	1 245	1 391	1 200	1 325	1 319	1 856	1 753	1 755
в т. ч. кредиторская задолженность	742	833	700	896	731	861	837	1 217	1 004	1 072
Долгосрочные обязательства (на конец периода)	2 158	2 227	2 286	2 410	2 640	2 542	2 679	3 202	3 179	3 085
Собственный капитал (на конец периода)	8 866	9 053	9 335	9 634	9 897	9 906	10 054	10 120	10 452	10 517
Итого Пассивы / Активы (на конец периода)	12 215	12 556	12 866	13 436	13 737	13 773	14 052	15 177	15 384	15 357

ПРИЛОЖЕНИЕ 8 Основные финансовые показатели ПАО «Газпром»

Наименование показателя	Отчетный период											
	I кв. 2010	II кв. 2010	III кв. 2010	IV кв. 2010	I кв. 2011	II кв. 2011	III кв. 2011	IV кв. 2011	I кв. 2012	II кв. 2012	III кв. 2012	IV кв. 2012
Доля внеоборотных активов в валюте баланса (на конец периода)	0,797	0,807	0,813	0,798	0,799	0,802	0,801	0,794	0,790	0,795	0,799	0,800
Фондоотдача	0,065	0,050	0,051	0,068	0,079	0,061	0,054	0,070	0,060	0,048	0,052	0,062
Коэффициент оборачиваемости оборотных активов, об./мес.	0,189	0,153	0,161	0,208	0,232	0,179	0,161	0,211	0,178	0,142	0,158	0,199
Длительность оборота запасов, мес.	1,301	1,560	1,593	1,419	1,088	1,299	1,732	1,464	1,196	1,621	1,565	1,431
Длительность оборота дебиторской задолженности, мес.	2,583	2,888	2,547	1,964	1,812	2,257	2,309	1,710	1,917	2,471	2,282	1,880
Коэффициент обеспеченности собственных оборотных средств (на конец периода)	- 0,444	- 0,495	- 0,502	- 0,447	- 0,320	- 0,322	- 0,354	- 0,401	- 0,292	- 0,426	- 0,408	- 0,398
Коэффициент быстрой ликвидности (на конец периода)	1,406	1,199	1,192	1,196	1,534	1,321	1,210	1,003	1,098	0,910	0,952	0,926
Коэффициент маневренности собственного капитала (на конец периода)	0,854	0,854	0,865	0,845	0,878	0,873	0,870	0,831	0,831	0,807	0,833	0,829
Доля собственного капитала в валюте баланса (на конец периода)	0,708	0,712	0,719	0,708	0,734	0,738	0,731	0,712	0,728	0,705	0,717	0,721
Отношение заемного капитала к собственному (на конец периода)	0,412	0,405	0,390	0,413	0,362	0,355	0,368	0,405	0,373	0,417	0,395	0,387
Длительность оборота кредиторской задолженности, мес.	2,286	2,722	2,679	2,688	2,197	2,436	2,896	2,540	2,467	3,870	3,396	2,925
Финансовый цикл, мес.	1,599	1,726	1,461	0,694	0,703	1,119	1,145	0,634	0,646	0,223	0,451	0,386
Долговая нагрузка (Долг/Квартальная выручка, на конец периода)	2,571	3,210	3,102	2,478	1,920	2,477	2,855	2,342	2,464	3,343	2,934	2,383
Рентабельность активов	0,040	0,020	0,019	0,037	0,051	0,032	0,016	0,038	0,033	0,014	0,027	0,032

Наименование показателя	Отчетный период									
	I кв. 2013	II кв. 2013	III кв. 2013	IV кв. 2013	I кв. 2014	II кв. 2014	III кв. 2014	IV кв. 2014	I кв. 2015	II кв. 2015
Доля внеоборотных активов в валюте баланса (на конец периода)	0,788	0,786	0,796	0,787	0,779	0,789	0,790	0,772	0,770	0,787
Фондоотдача (ед. в мес.)	0,062	0,045	0,048	0,056	0,058	0,048	0,041	0,054	0,055	0,042
Коэффициент оборачиваемости оборотных активов, об./мес.	0,195	0,140	0,151	0,180	0,176	0,148	0,129	0,164	0,157	0,124
Длительность оборота запасов, мес.	1,401	1,851	1,875	1,713	1,519	1,450	2,460	2,187	1,687	1,906
Длительность оборота дебиторской задолженности, мес.	2,000	2,550	2,227	1,978	1,954	2,099	2,377	1,896	1,965	2,356
Коэффициент обеспеченности собственных оборотных средств (на конец периода)	-0,292	-0,306	-0,346	-0,328	-0,266	-0,330	-0,352	-0,461	-0,396	-0,481
Коэффициент быстрой ликвидности (на конец периода)	1,344	1,259	1,213	1,255	1,650	1,368	1,305	1,130	1,341	1,134
Коэффициент маневренности собственного капитала (на конец периода)	0,866	0,859	0,867	0,856	0,879	0,866	0,869	0,817	0,832	0,833
Доля собственного капитала в валюте баланса (на конец периода)	0,726	0,721	0,726	0,717	0,720	0,719	0,716	0,667	0,679	0,685
Отношение заемного капитала к собственному (на конец периода)	0,378	0,387	0,378	0,395	0,388	0,390	0,398	0,500	0,472	0,460
Длительность оборота кредиторской задолженности, мес.	2,814	3,073	2,619	2,383	2,240	2,061	3,309	3,332	2,843	2,960
Финансовый цикл, мес.	0,587	1,328	1,484	1,307	1,233	1,488	1,528	0,750	0,809	1,302
Долговая нагрузка (Долг/Квартальная выручка, на конец периода)	2,291	3,165	2,932	2,574	2,464	2,940	3,527	3,196	2,993	3,826
Рентабельность активов (за квартал)	0,032	0,017	0,022	0,022	0,017	0,017	0,008	-0,028	0,026	0,020

ПРИЛОЖЕНИЕ 9. Акты внедрения



ПРАВИТЕЛЬСТВО
СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ
МИНИСТЕРСТВО ЭКОНОМИКИ
СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

п.п. Октябрьская, 1, г. Екатеринбург, 620031
Телефон: (343) 312-06-10, Факс: (343) 362-16-69
Сайт: <http://economy.sverdlov.ru>
E-mail: economy@svy56.ru

03.02.2017 № 09-01-83/511

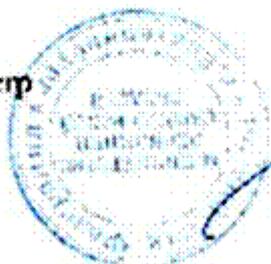
ш № _____ от _____

АКТ о внедрении результатов диссертационной работы И.Л. Корсунова

Предложенный И.Л. Корсуновым *модифицированный динамический метод оценки и обеспечения конкурентоспособности предприятия* был использован Министерством экономики Свердловской области при разработке «Стратегии социально-экономического развития Свердловской области на период до 2030 года».

Разработанный автором *инновационно-маркетинговый подход по обеспечению конкурентоспособности промышленных предприятий и методика оценки инновационной активности*, включающая показатели инновационной деятельности и финансов-инвестиционных возможностей учитывались при разработке отдельных инструментов государственного регулирования промышленно-производственных зон опережающего развития - ключевых «точек роста», отраженных в основных задачах развития региона на период до 2030 года. Данный инструментарий способствует формированию эффективной структуры промышленности.

Министр



Д.Ю. Ноженко



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение
высшего образования
«Уральский государственный горный университет»
(ФГБОУ ВО «УГГУ»)

Куйбышева ул., д.30, Екатеринбург, 620144, ГСЦ. Тел./факс:(343)257-25-47/ 251-48-38
E-mail:office@ursmu.ru,http://www.ursmu.ru
ОКПО 02069237, ОГРН 1036603993777, ИНН/КПП 6661001004/667101001

16.12.16 № 02-390

На № _____ от _____

Акт об использовании

результатов научно-исследовательской работы Корсунова П.П.

Практическая значимость исследования Корсунова П.П. выражается в возможности использования полученных в работе научных результатов для решения как научных, так и практических задач, связанных с внедрением оценки и планирования конкурентоспособности хозяйствующего субъекта на основе модификации динамического метода. Это определяет инновационный подход к комплексной оценке и прогнозированию научно-технических проектов и учебных программ студентов старших курсов специальностей технической и экономической направленности с целью повышения конкурентоспособности промышленных предприятий.

Разработанные Корсуновым П.П. в рамках диссертационной работы алгоритмы расчета показателей обеспечения конкурентоспособности на примере ПАО «Газпром» дают возможность представить математическую модель по повышению конкурентного статуса предприятия, что в условиях финансовой нестабильности позволяет адаптировать вуз к быстроменяющимся экономическим и социальным условиям.

Неоспоримо значимой является разработка методического аппарата интегральной оценки конкурентоспособности предприятий ТЭП, которая направлена на достижение целевых ориентиров развития хозяйствующих субъектов. Методические разработки и практические результаты, полученные в работе Корсунова П.П., внедрены и успешно реализованы при разработке учебных программ подготовки бакалавров и магистров в Уральском государственном горном университете по направлениям подготовки 38.03.01 – Экономика и 38.03.02 – Менеджмент.

Проректор по учебной работе



С. Г. Фролов



Публичное акционерное общество «ГАЗПРОМ»
 (ООО «Газпром»)
 филиал ПАО «ГАЗПРОМ»
 «ОЖИО-УРАЛЬСКОЕ МЕЖРЕГИОНАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ОХРАНЫ ПАО «ГАЗПРОМ» В Г. ЕКАТЕРИНБУРГЕ»
 (ОЖИО-УРАЛЬСКОЕ МЕЖРЕГИОНАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ОХРАНЫ ПАО «ГАЗПРОМ»)

пр. Пискаревский, 50, Екатеринбург, 620077
 тел. (343) 376-11-11, факс (343) 376-78-11
 сайт: oio.gazprom.ru, gazprom.ru
 ИНН: 77-0700000, ОГРН: 7707000000, ОГРНИП: 1057000000001
 Ф. и П. И. О. ОГРН: 77-0700000-001, ОГРНИП: 1057000000001

23.10.2014 № 01/04-1369
 от _____

АКТ

о практическом применении результатов диссертационного исследования Корсунова Петра Петровича

Настоящим Актом удостоверяется, что результаты диссертационного исследования Корсунова П.П. на соискание ученой степени кандидата экономических наук обладают актуальностью, представляют практический интерес и были изучены и использованы при разработке планов стратегического развития производственно-хозяйственной деятельности организации. Концепция инновационно ориентированного подхода к обеспечению конкурентоспособности промышленных предприятий, разработанная в диссертационном исследовании Корсунова П.П., послужила теоретическим фундаментом и практическим руководством для создания базовой основы исследования, оценки и обеспечения конкурентоспособности предприятия, и позволяет выстраивать стратегию его развития с учетом реализации инновационно ориентированных мероприятий.

Результаты внедрения разработанной Корсуновым П.П. логической схемы построения системы планирования конкурентоспособности промышленных предприятий на основе экономико-математических моделей, отражающих зависимость уровня конкурентоспособности от ключевых показателей деятельности, подтвердили работоспособность и эффективность предложенной автором методики. На основе ее применения дана прогнозная оценка повышения конкурентоспособности организации в результате реализации целевых мероприятий.

Первый заместитель директора филиала ПАО «Газпром» «Ожио-Уральское межрегиональное управление охраны ПАО «Газпром» в г. Екатеринбурге



Л.А. Крючков