

## ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КРУПНЕЙШИХ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ

В настоящем исследовании проводится оценка конкурентного статуса ведущих компаний РФ по итогам первой половины 2015 г. с целью выявления наиболее конкурентоспособных компаний в условиях макроэкономической нестабильности.

Авторами показано, что недостаточная актуальность, а также несовершенство применяемой методики ранжирования, не позволяет использовать существующие рейтинги в целях оценки текущей конкурентоспособности хозяйствующих субъектов. В силу указанного делается вывод о том, что оценка влияния рецессионных явлений в экономике на показатели крупнейших отечественных компаний может быть осуществлена только посредством применения специальных методов оценки конкурентоспособности предприятий.

Проанализированы основные методы оценки конкурентоспособности предприятий, выявлены их достоинства и недостатки. Авторы обосновали, что для оперативной оценки конкурентного статуса множества хозяйствующих субъектов наиболее целесообразным является применение динамического метода оценки конкурентоспособности предприятий.

Изложены основные положения динамического подхода к оценке конкурентоспособности предприятий, приведен математический аппарат и алгоритм анализа, раскрываются теоретические и методологические принципы, лежащие в основе динамического подхода. Сформулированы методологические и методические преимущества динамического подхода по сравнению с традиционными методами оценки конкурентоспособности предприятий. Рассматриваются практические аспекты оценки и анализа конкурентоспособности предприятий на основе динамического метода.

Проведены расчеты по оценке конкурентоспособности крупнейших компаний РФ по итогам первой половины 2015 г. Выявлены предприятия с наибольшим и наименьшим уровнем конкурентоспособности. Проведен анализ конкурентоспособности в отраслевом разрезе. Определены лидирующие компании в каждой из отраслевых групп.

Показано, что в отличие от традиционных рейтингов, которые, как правило, основываются только на одном показателе (чаще всего – выручке или капитализации хозяйствующего субъекта) взятом за один отчетный период, ранжирование компаний с использованием динамического подхода является более точным инструментом оценки их конкурентоспособности. В заключение авторами определены направления дальнейших исследований по данной тематике.

**Ключевые слова:** конкуренция, конкурентоспособность, конкурентоспособность предприятия, оценка конкурентоспособности предприятий, динамический метод оценки конкурентоспособности предприятий.

### Введение

В условиях глобальной макроэкономической и геополитической нестабильности крайне актуальным является текущий анализ динамики ключевых индикаторов состояния российской экономики. Одним из таких индикаторов безусловно является оценка конкурентоспособности крупнейших российских компаний. Высокая значимость

указанных индикаторов отмечается ведущими специалистами в области стратегического менеджмента (см., в частности [1, 2, 3]).

<sup>1</sup> Воронов Дмитрий Сергеевич – кандидат экономических наук, заведующий кафедрой экономики и управления инвестиционно-строительной деятельностью Технического университета УГМК, г. Верхняя Пышма, Россия (624091, Россия, Свердловская обл., г. Верхняя Пышма, пр. Успенский, 3); e-mail: vds1234@yandex.ru.

Если в отношении отдельных предприятий информация для мониторинга их финансового состояния имеется в достаточном объеме (текущие отчеты о результатах финансово-хозяйственной деятельности, оценки аналитиков инвестиционных домов и рейтинговых агентств), то исследований, посвященных сравнительной (а не обособленной) оценке динамики основных финансовых показателей хозяйствующих субъектов, на наш взгляд, недостаточно. Точнее говоря, имеющиеся исследования в указанной сфере несколько отстают от времени, оперируют неактуальными данными.

Речь в первую очередь идет о рейтингах крупнейших российских компаний, публикуемых ведущими отечественными экономическими изданиями: Forbes-200<sup>2</sup>, Эксперт-400<sup>3</sup>, РБК-500<sup>4</sup>. Безусловно признавая тот колоссальный объем работ по сбору информации, который выполняют авторы указанных рейтингов, тем не менее отметим, что все они публикуются с некоторым запозданием от текущей экономической конъюнктуры. Так, рейтинги Forbes-200 и РБК-500 по отчетности за 2014 г. были опубликованы лишь в сентябре 2015 г. (то есть спустя девять месяцев после окончания 2014 г.), а список Эксперт-400 по отчетности за 2014 г. на момент подготовки настоящей статьи (сентябрь 2015 г.) опубликован еще не был. При этом очевидно, что для обеспечения актуальности необходимо принимать во внимание не данные относительно «благополучного» 2014 г., а текущие показатели «турбулентного» 2015 г. Их же уважаемые

рейтинги учтут в своих расчетах не ранее второй половины 2016 г.

Кроме того, в основу всех упомянутых рейтингов положено ранжирование компаний по объемам выручки. Ни операционная эффективность (рентабельность), ни динамика иных ключевых показателей финансово-хозяйственной деятельности при этом не учитывается. В силу этого позиции компаний в таких рейтингах и их действительная конкурентоспособность могут существенно отличаться. Так, в числе лучших компаний РФ по итогам 2014 г. в указанных рейтингах фигурируют «Мечел», СУ-155, «Трансаэро». Резонансные банкротства указанных хозяйствующих субъектов в 2015 г. красноречиво свидетельствуют о том, что абсолютная величина выручки далеко не всегда отражает конкурентный статус компании.

Таким образом, цель настоящего исследования заключается в выявлении наиболее конкурентоспособных компаний в условиях экономической рецессии, что позволит оценить основные тенденции, складывающихся в российской экономике. При этом недостаточная актуальность данных, а также несовершенство применяемой методики ранжирования, не позволяют использовать существующие рейтинги в целях оценки текущей конкурентоспособности хозяйствующих субъектов. Следовательно, оценка влияния макроэкономической волатильности на показатели крупнейших отечественных компаний может быть осуществлена только посредством применения специальных методов оценки конкурентоспособности предприятий.

### **Выбор метода исследования**

Анализ экономической литературы позволяет выделить следующие основные подходы к оценке конкурентоспособности предприятий.

**Продуктовые методы.** В рамках рассматриваемого подхода конкуренция компаний рассматривается как конкуренция

*Криворотов Вадим Васильевич* – доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой экономики производственных и энергетических систем Института Высшая школа экономики и менеджмента Уральского федерального университета им. первого Президента России Б.Н. Ельцина, г. Екатеринбург, Россия (620002, г. Екатеринбург, ул. Мира, 19); e-mail: v\_krivorotov@mail.ru.

<sup>2</sup> URL: <http://www.forbes.ru/ratings>

<sup>3</sup> URL: <http://expert.ru/dossier/rating/expert-400>

<sup>4</sup> URL: <http://www.rbc.ru/rbc500>

их продукции. Продуктовые методы базируются на суждении о том, что оценка конкурентоспособности хозяйствующего субъекта может быть произведена через оценку конкурентоспособности его продукции: чем выше конкурентоспособность товара – тем выше конкурентоспособность предприятия [4]. При этом для определения конкурентоспособности продукции используются различные маркетинговые и квалиметрические методы, в основе большинства которых лежит нахождение соотношения «цена – качество» продукции.

К несомненным преимуществам рассматриваемого подхода можно отнести то, что он учитывает одну из наиболее важных составляющих конкурентоспособности предприятия – конкурентоспособность его продукции. Действительно, сложно себе представить успешное предприятие, не обладающее портфелем конкурентоспособных продуктов.

К недостаткам – то, что конкурентная сила продуктов все же не тождественна устойчивому конкурентному преимуществу предприятия, поскольку любые ценовые или качественные преимущества продукции относительно быстро копируются конкурентами и экономические выгоды от них исчезают. Кроме того, применение рассматриваемой группы методов предполагает сопоставление схожей продукции. В силу этого оценку конкурентоспособности хозяйствующего субъекта сугубо через оценку конкурентоспособности его продукции считаем принципиально неверным (комплексное рассмотрение вопроса о соотношении конкурентоспособности предприятия и конкурентоспособности его продукции см. в [5]).

**Матричные методы.** В рамках становления и развития стратегического менеджмента была поставлена задача – преодолеть ограниченность продуктовых методов и перейти к оценке конкурентоспособности компании с учетом полного спектра ее функций и долгосрочных целей.

Таким инструментом оценки конкурентоспособности хозяйствующих субъектов можно признать «матричные» методы, разработанные в 1960-х гг. американскими консалтинговыми компаниями. Своим названием эти модели получили в силу использования матричной формы отображения результатов оценки и анализа. Другой характерной чертой данной группы методов явился ярко выраженный акцент на маркетинговой оценке деятельности предприятия, в результате чего компания рассматривается как совокупность различных бизнес-единиц (продуктовый портфель).

В числе матричных моделей в первую очередь необходимо выделить разработки Бостонской консалтинговой группы (БКГ), прославившейся матрицей «относительная доля рынка – темпы роста рынка» [6]. Одним из главных преимуществ модели БКГ для своего времени явилось то, что метод использует объективные индикаторы привлекательности и конкурентоспособности, уменьшая вероятность субъективизма. Матрица продуктового портфеля, предложенная БКГ, явилась существенным вкладом в инструментарий разработчика стратегии в компании, когда речь идет об оценке привлекательности видов деятельности диверсифицированной компании и подготовке общих направлений и стратегии для каждой хозяйственной единицы в портфеле.

Несмотря на отмеченные достоинства, матрица Бостонской консалтинговой группы несовершенна. К ее недостаткам можно отнести то, что она главным образом основывается на концепции кривой опыта. В то же время известно, связь между относительной долей на рынке и прибыльностью не такая тесная, как это постулируется в матричной модели.

Вслед за Бостонской консалтинговой группой компания «МакКинси» в 1970-х гг. разработала матрицу стратегического анализа для компании «Дженерал Электрик», в силу чего эта модель также называется «матрицей “Дженерал Электрик”». В отли-

чие от модели Бостонской консалтинговой группы, имеющей размерность  $2 \times 2$ , матрица компании «МакКинси» имеет большую размерность  $3 \times 3$  и строится в осях «привлекательность рынка» – «конкурентная позиция».

Популярность матричных инструментов анализа в свое время была столь велика, что впоследствии появилось множество вариаций на эту тему, отличающихся как критериями дифференциации, так и размерностью матриц [7].

К достоинствам матричных методов оценки конкурентоспособности следует отнести их простоту и наглядность. В то же время матричные методы имеют и ряд существенных недостатков. В первую очередь, необходимо отметить, что многие исследователи считают принципиально неверным рассмотрение компании как продуктового портфеля. Кроме того, экономисты отмечают и методологические дефекты рассматриваемого подхода. Во-первых, для того чтобы использовать эти модели, необходимо должным образом определить рынок и его параметры, а это зачастую требует огромной аналитической работы и наличия не всегда доступной достоверной маркетинговой информации. Во-вторых, многие исследователи не согласны с тем, что анализ конкурентных позиций компании можно свести только к оценке сочетания рыночных характеристик продуктового портфеля. Следствием указанных недостатков является то, что применение матричных методов сводит к минимуму возможности проведения анализа причин происходящего и осложняет выработку управленческих решений.

К сожалению, матричные методы неприменимы и для решения нашей задачи: позволяя с некоторой погрешностью оценить конкурентоспособность отдельно взятой компании, матричные методы не позволяют оценить конкурентоспособность сразу же нескольких предприятий, что как раз и требуется в нашей ситуации.

**Операционные методы.** Выделение операционных методов как самостоятельного инструмента оценки конкурентоспособности хозяйствующих субъектов происходило как развитие инструментария матричных моделей стратегического планирования [8, 9]. В соответствии с операционным подходом [10], наиболее конкурентоспособными являются те предприятия, где наилучшим образом организована работа всех подразделений и служб (также в литературе эта группа методов известна под названием «методы, основанные на теории эффективной конкуренции»).

На эффективность деятельности каждой из служб компании оказывает влияние множество факторов – ресурсов предприятия. Оценка эффективности работы каждого из подразделений предполагает оценку эффективности использования им этих ресурсов. Таким образом, конкурентоспособность компании предстает как совокупность частных показателей эффективности выполнения им отдельных аспектов хозяйственной деятельности – операций.

Для оценки конкурентоспособности исследуемого предприятия операционным методом в первую очередь необходимо определить перечень операций и показателей, являющихся значимыми для обеспечения конкурентоспособности. Состав и структура оцениваемых показателей и операций существенно варьируются в зависимости от исследуемой отрасли и автора методики.

В целях оценки конкурентоспособности исследуемого предприятия каждый из показателей сопоставляется с аналогичным показателем конкурирующего хозяйствующего субъекта (либо эталонным значением), в результате чего определяются частные коэффициенты эффективности по каждой операции. В дальнейшем, в зависимости от метода, в целях оценки конкурентоспособности компании полученные частные коэффициенты эффективности подвергаются математической обработке. Чаще всего по-

казатель конкурентоспособности предприятия находится путем вычисления средневзвешенного значения из частных коэффициентов эффективности.

К преимуществам операционных методов следует отнести учет весьма разносторонних аспектов (операций) деятельности предприятия, что создает максимальные предпосылки для наиболее точной оценки его конкурентоспособности.

Недостатком данного подхода можно считать то, что они основываются на выявлении факторов (показателей), определяющих конкурентоспособность хозяйствующих субъектов, при этом упор делается на выявлении максимального количества данных факторов, создании их исчерпывающего списка (некоторые методики предполагают обработку десятков различных показателей финансово-хозяйственной деятельности). При этом увеличение количества переменных модели конкурентоспособности ведет к тому, что трудоемкость их математической обработки становится чрезвычайно высокой. В результате применение операционных методов требует сбора больших массивов данных об объектах оценки, в силу чего трудоемкость и стоимость проведения такой оценки становится чрезмерной. В силу этого для решения поставленной перед нами задачи применение операционных методов нецелесообразно.

**Методы оценки стоимости бизнеса.** В отдельную группу выделим методы оценки конкурентоспособности предприятий, основанные на оценке стоимости бизнеса [11].

Абсолютно соглашаясь с теоретическим посылом, лежащим в основе метода оценки стоимости бизнеса, считаем его самым достоверным методом оценки конкурентоспособности предприятия. И в то же время для его применения требуется либо оценка стоимости компании по состоянию на несколько отчетных дат (чтобы можно было сопоставить динамику), либо чтобы ценные бумаги анализируемого предприятия

имели обращение на фондовом рынке. С учетом того, что далеко не все компании являются публичными и имеют биржевые котировки, а процедура оценки стоимости является крайне дорогостоящей, применение метода оценки стоимости бизнеса в отношении нескольких предприятий имеет существенные ограничения с точки зрения стоимости исследования.

Кроме того, в ряде случаев колебания котировок ценных бумаг компании отражают изменения ее инвестиционной привлекательности (в силу дивидендной политики и иных спекулятивных и геополитических факторов), что далеко не всегда совпадает с изменением конкурентоспособности предприятия, что обуславливает некорректность применения биржевых котировок в целях оценки конкурентоспособности.

**Динамические методы** [12, 13]. Своим названием данная группа методов получила в силу того, что основывается на оценке ключевых экономических показателей компании в динамике (в отличие от большинства методов, оценивающих показатели «в статике»). Динамический подход базируется на двух принципах: определение ключевых индикаторов деятельности хозяйствующего субъекта и применение в их отношении динамического анализа. В качестве ключевых показателей, как правило, рассматриваются рентабельность деятельности компании (операционная эффективность) и динамика рыночной доли (стратегическое позиционирование).

После оценки конкурентоспособности компании за отчетный период необходимо аналогичным образом произвести расчеты за несколько ретроспективных периодов. Полученный динамический ряд показателей конкурентоспособности обеспечивает репрезентативность массива данных и дает возможность оперативно осуществлять достоверную оценку конкурентного статуса предприятия. За счет этого динамический метод позволяет нивелировать методологические недостатки, характерные для прочих



подходов к оценке конкурентоспособности и является оптимальным по соотношению затрат (труда, денежных средств и времени) на проведение исследования и достоверности получаемых результатов.

Анализ практических аспектов применения методов оценки конкурентоспособности предприятий, описанных выше, позволяет сделать вывод о том, что их недостатки обуславливают низкие возможности практического применения большинства из них. Исключение составляет динамический подход, который позволяет весьма эффективно оценивать конкурентоспособность как в статике, так и в динамике. Применение указанного подхода делает возможным анализ динамических рядов общих и частных показателей конкурентоспособности хозяйствующих субъектов как отдельных компаний, так и целых групп предприятий.

Таким образом, в целях оперативной оценки влияния макроэкономической нестабильности на состояние крупнейших ответственных компаний наиболее целесообразно использование динамического метода оценки конкурентоспособности предприятий.

### **Динамический метод оценки конкурентоспособности предприятий**

В рамках динамического подхода конкурентоспособность предприятия в условиях рыночной характеризуется как обобщающая характеристика деятельности хозяйствующего субъекта, отражающая уровень эффективности использования хозяйствующим субъектом экономических ресурсов относительно эффективности использования экономических ресурсов конкурентами. Оценка конкурентоспособности при этом базируется на двух принципах: определение ключевых индикаторов деятельности хозяйствующего субъекта и применение в их отношении динамического анализа.

Кратко изложим логику выбора ключевых индикаторов и форму их математической связи. М. Портер выделил два источника конкурентоспособности предприятия:

операционную эффективность и стратегическое позиционирование [14].

Операционная эффективность означает выполнение схожих видов деятельности лучше, чем это делают конкуренты. Она включает оценку эффективности выполнения тех или иных видов деятельности, а также ряд других мероприятий, позволяющих предприятию интенсифицировать использование имеющихся факторов производства, например за счет снижения брака продукции или более быстрой разработки новых продуктов.

Напротив, стратегическое позиционирование предприятия означает осуществление отличных от конкурентов видов деятельности или выполнение схожей деятельности, но другими путями. Сущность стратегического позиционирования можно сформулировать как осуществление видов деятельности, которые обеспечивают уникальную природу создаваемой потребительной стоимости. Стратегическое позиционирование заключается в создании уникальной и выгодной позиции, основанной на осуществлении сочетания видов деятельности, отличных от видов деятельности конкурентов.

Можно утверждать, что операционная эффективность обеспечивает получение прибыли в процессе реализации прибавочной стоимости, а стратегическое позиционирование, создавая, поддерживая и расширяя рынки сбыта, – саму возможность этого процесса. Следовательно, каждый из рассмотренных источников конкурентоспособности в отдельности есть необходимое, но не достаточное условие обеспечения конкурентоспособности предприятия. Устойчивая конкурентоспособность хозяйствующего субъекта может быть достигнута тогда и только тогда, когда она базируется на обоих источниках конкурентоспособности, которые, сочетаясь и взаимодействуя, дополняя и усиливая друг друга, создают мощные конкурентные преимущества предприятия в ходе конкурентной борьбы.

Корректно допустить, что операционная эффективность есть величина достигнутая, а стратегическое позиционирование – потенциальная возможность достижений будущих. В этом контексте концепция источников конкурентоспособности позволяет дифференцировать текущую (достигнутую) и потенциальную конкурентоспособность хозяйствующего субъекта.

Выделяя показатели, являющиеся ключевыми индикаторами финансово-хозяйственной деятельности предприятия, экономисты безусловно сходятся в том, что таковыми являются прибыль и выручка предприятия [15]. Указанные показатели являются индикаторами достижения двух типов целей компании: а) достижения внутренних целей менеджмента и максимизации прибыли в краткосрочном периоде; б) удовлетворения внешних потребителей и долгосрочный рост выручки [16, 17].

Соглашаясь с таким подходом и не пытаясь ответить на вопрос о том, какая из целей является приоритетной, а какой из показателей превалирующим, считаем правильным учет каждого из них при оценке конкурентоспособности хозяйствующего субъекта. Так, Н. К. Моисеева предлагает оценивать конкурентоспособность компании именно по двум критериям: эффективности производства, а также степени удовлетворения потребителя [18].

Итак, эффективность использования экономических ресурсов предприятием может быть охарактеризована и в конечном счете сведена к оценке его операционной эффективности и стратегического позиционирования. При этом очевидно, что предлагаемая оценка должна осуществляться на основе сопоставления соответствующих показателей рассматриваемого хозяйствующего субъекта и конкурентов.

Определим искомые величины как коэффициенты операционной эффективности и стратегического позиционирования соответственно. Далее, путем сведения указанных коэффициентов в единый показатель,

произведем оценку конкурентоспособности исследуемого предприятия:

$$K = K_r \cdot K_s, \quad (1)$$

где  $K$  – конкурентоспособность исследуемого предприятия;

$K_r$  – коэффициент операционной эффективности;

$K_s$  – коэффициент стратегического позиционирования.

Как уже отмечалось, операционная эффективность подразумевает выполнение схожих видов деятельности лучше, чем это делают конкуренты, обеспечивая получение прибыли в процессе реализации прибавочной стоимости. Это означает, что основным результатом и критерием операционной эффективности является прибыль предприятия. В то же время сопоставление непосредственно объемов прибыли обуславливает заведомо большую конкурентоспособность крупных предприятий и невозможность сопоставления предприятий с различными масштабами деятельности. Следовательно, сопоставлять необходимо не суммы прибыли, а «прибыльность» хозяйственной деятельности.

В качестве показателя прибыльности может рассматриваться рентабельность производства (или продаж). Однако оценка операционной эффективности на основе рентабельности будет носить знакопеременный характер (в силу знакопеременности прибыли), что будет искажать искомый показатель конкурентоспособности (например, оценка операционной эффективности может иметь одно и то же отрицательное значение как в случае убыточности рассматриваемого предприятия и прибыльности конкурентов, так и в случае прибыльности рассматриваемого предприятия и убыточности конкурентов, тогда как приведенные ситуации имеют абсолютно различное экономическое содержание). В этих условиях наиболее емким и универсальным показателем операционной эффективности представляется отношение выручки от реализации продукции к затратам, осуществленным для ее производства и реализации.

В математической форме:

$$r = \frac{B}{Z}, \quad (2)$$

где  $r$  – операционная эффективность предприятия;

$B$  – выручка от реализации продукции;

$Z$  – затраты на производство и реализацию продукции.

Показатель операционной эффективности по выборке запишется следующим образом:

$$R = \frac{B^S}{Z^S}, \quad (3)$$

где  $R$  – операционная эффективность по выборке;

$B^S$  – выручка от реализации продукции по выборке;

$Z^S$  – затраты на производство и реализацию продукции по выборке.

Поясним, что под выборкой понимается совокупность конкурентов, являющаяся необходимой и достаточной для сопоставления с рассматриваемым хозяйствующим субъектом. Выборка может состоять из одного предприятия-конкурента – в этом случае определяется индивидуальный показатель конкурентоспособности рассматриваемого предприятия в сравнении с выбранным конкурентом; из нескольких предприятий-конкурентов – рассматривается конкурентоспособность предприятия в сравнении с группой выбранных конкурентов; из всех конкурирующих предприятий отрасли – здесь уже «устанавливается» отраслевой показатель конкурентоспособности предприятия в сравнении со всеми действующими предприятиями отрасли. Необходимо отметить, что в зависимости от целей исследования возможно формирование выборки не только из отраслевых конкурентов, но и любых других хозяйствующих субъектов, конкурирующих с исследуемым предприятием. В целях микроэкономического анализа очевидным ограничением по составу выборки является вид производимой и реализуемой продукции. Кроме того, в ряде случаев может возникнуть необходи-

мость ограничения выборки по территориальному признаку и масштабам деятельности сопоставляемых предприятий.

Под затратами понимаются все затраты предприятия на производство и реализацию продукции, включающие в себя как непосредственно себестоимость, так и коммерческие, управленческие и прочие расходы предприятия, а также всю совокупность обязательных платежей в бюджеты всех уровней, не входящую в указанные категории затрат. Это объясняется тем, что затраты предприятия, не относящиеся на себестоимость продукции, в ряде случаев оказывают существенное влияние на размер прибыли, которая, как уже отмечалось ранее, и является основным показателем операционной эффективности. Исходя из этого, игнорирование при оценке конкурентоспособности предприятия указанных затрат приведет к неадекватности полученных результатов. В то же время в зависимости от целей анализа допустимо в качестве затрат принимать и себестоимость продукции.

Очевидно, что показатель операционной эффективности имеет область допустимых значений на положительной оси числовой прямой, то есть не может быть менее нуля. Если показатель операционной эффективности менее единицы, то это означает превышение затрат над выручкой, то есть убыточность хозяйственной деятельности. В противном случае (операционная эффективность более единицы) хозяйственная деятельность прибыльна.

Для оценки операционной эффективности предприятия необходимо сопоставить величину рассматриваемого показателя исследуемого хозяйствующего субъекта с соответствующим показателем по выборке:

$$K_r = \frac{r}{R}, \quad (4)$$

где  $K_r$  – коэффициент операционной эффективности.

Таким образом, нами осуществлена оценка операционной эффективности рассматриваемого предприятия. Перейдем к



определению коэффициента стратегического позиционирования. Логика рассуждений при этом аналогична той, что использовалась при оценке операционной эффективности.

Стратегическое позиционирование означает осуществление видов деятельности, обеспечивающих уникальную природу создаваемой потребительной стоимости, и заключается в создании уникальной и выгодной позиции, основанной на сочетании видов деятельности, отличных от видов деятельности конкурентов. Стратегическое позиционирование, создавая, поддерживая и расширяя рынки сбыта, обеспечивает саму возможность процесса реализации прибавочной стоимости. Основным результатом и критерием стратегического позиционирования является занимаемая доля рынка, определяемая как отношение выручки от реализации продукции к емкости всего рынка.

При этом необходимо пояснить, что под рынком подразумевается не конкретная экономическая ниша определенной продукции, а вся совокупность экономических секторов, на которых осуществляется экономическая деятельность исследуемого предприятия и выборки. Иными словами, это гипотетическая, условная величина, равная как для рассматриваемого хозяйствующего субъекта, так и для выборки.

В то же время сопоставление непосредственно долей рынка ведет к тому, что предприятия с большей долей рынка оказываются заведомо конкурентоспособней, нежели предприятия с меньшими масштабами деятельности, что нельзя признать адекватной оценкой стратегического позиционирования.

Учитывая сказанное, в качестве показателя стратегического позиционирования предлагается рассматривать не соотношение долей рынка в абсолютном выражении, а изменение доли рынка в сравнении с предшествующим периодом.

Доля рынка предприятия может быть определена в виде следующего отношения:

$$D = \frac{B}{V}, \quad (5)$$

где  $D$  – доля рынка предприятия;

$B$  – выручка от реализации продукции предприятия;

$V$  – объем рынка.

Доля рынка по выборке запишется так:

$$D^S = \frac{B^S}{V}, \quad (6)$$

где  $D^S$  – доля рынка по выборке;

$B^S$  – выручка от реализации продукции по выборке;

$V$  – объем рынка.

Изменение доли рынка предприятия можно найти по формуле:

$$\Delta D = \frac{B}{V} \cdot \frac{V_0}{B_0}, \quad (7)$$

где  $\Delta D$  – 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 по выборке:

$$\Delta D^S = \frac{B^S}{V} \cdot \frac{V_0^S}{B_0^S}, \quad (8)$$

где  $\Delta D^S$  – изменение доли рынка по выборке;

$B_0^S$  – объем выручки от реализации продукции по выборке в предшествующем периоде;

$V_0^S$  – объем рынка в предшествующем периоде.

Для оценки стратегического позиционирования предприятия необходимо сопоставить величину рассматриваемого показателя исследуемого хозяйствующего субъекта с соответствующим показателем по выборке. С учетом выражений (14) и (15) получаем:

$$\frac{\Delta D}{\Delta D^S} = \frac{B}{B_0} \cdot \frac{B_0^S}{B^S}. \quad (9)$$

Заметим, что отношение выручки анализируемого периода к выручке предше-

ствующего периода является индексом изменения выручки. Таким образом, отношение показателей стратегического позиционирования идентично отношению индексов изменения объемов выручки.

Однако объемы выручки по природе своей совершают большие колебания, чем показатели операционной эффективности, из чего следует большая изменчивость показателей стратегического позиционирования. Это обуславливает то, что основным фактором формирования показателя конкурентоспособности предприятия становится оценка стратегического позиционирования. В то же время показатели операционной эффективности и стратегического позиционирования изначально предполагаются равносильными. В силу этого необходимо привести влияние указанных показателей на конкурентоспособность предприятия к сопоставимым величинам, для чего предлагается извлечь из отношения индексов изменения объемов выручки квадратный корень:

$$K_I = \sqrt{\frac{I}{I^S}}, \quad (10)$$

где  $K_I$  – коэффициент стратегического позиционирования;

$I$  – индекс изменения объемов выручки рассматриваемого предприятия;

$I^S$  – индекс изменения объемов выручки по выборке.

При этом:

$$I = \frac{B}{B_0}, \quad (11)$$

$$I^S = \frac{B^S}{B_0^S}. \quad (12)$$

Таким образом, нами осуществлена оценка стратегического позиционирования рассматриваемого предприятия.

Итак, в математической форме показатель конкурентоспособности предприятия может быть записан в следующем виде:

$K = K_r \cdot K_I$ ,  
где  $K$  – конкурентоспособность рассматриваемого предприятия;

$K_r$  – коэффициент операционной эффективности;

$K_I$  – коэффициент стратегического позиционирования.

$$K_r = \frac{r}{R},$$

где  $r$  – операционная эффективность рассматриваемого предприятия;

$R$  – операционная эффективность по выборке.

$$r = \frac{B}{3},$$

где  $B$  – выручка от реализации продукции предприятия;

$3$  – затраты на производство и реализацию продукции предприятия.

$$R = \frac{B^S}{3^S},$$

где  $B^S$  – выручка от реализации продукции по выборке;

$3^S$  – затраты на производство и реализацию продукции по выборке.

$$K_I = \sqrt{\frac{I}{I^S}},$$

где  $I$  – индекс изменения объемов выручки рассматриваемого предприятия;

$I^S$  – индекс изменения объемов выручки по выборке.

$$I = \frac{B}{B_0},$$

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

$$I^S = \frac{B^S}{B_0^S},$$

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

Тогда, с учетом выражений (4) и (10), получаем:

$$K = \frac{r}{R} \cdot \sqrt{\frac{I}{I^S}}. \quad (13)$$

Чем выше  $K$ , тем более конкурентоспособным по отношению к выборке является рассматриваемое предприятие. Очевид-

но, что  $0 < K < \infty$ . При этом в случае, 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.

Очевидно, что без учета динамики величина даже самого важного индикатора не позволяет сформировать исчерпывающее представление об анализируемом процессе. И наоборот, любая информация о динамике экономического показателя делает картину процесса многократно полнее. С методологической точки зрения ключевым аспектом динамического подхода является осуществление расчетов не только за отчетный период, но и за 3–4 ретроспективных периода. Полученные динамические ряды обеспечивают репрезентативность массива данных и существенно повышают достоверность оценки конкурентоспособности предприятий.

В качестве главного преимущества динамического метода считаем то, что оценка осуществляется по конечным критериям конкурентоспособности – прибыльности и доле предприятия на рынке. Указанное обстоятельство обуславливает возможность широкой математической обработки показателей конкурентоспособности предприятия, что, в свою очередь, обуславливает возможность всемерного анализа исследуемой категории (в частности, см. [19]).

Динамический подход значительно облегчает задачу по сбору необходимой для оценки конкурентоспособности предприятия информации. Отпадает необходимость в проведении дорогостоящих и не всегда доступных маркетинговых исследований, подборе экспертов и специалистов в различных отраслях знаний (как это зачастую требуется в прочих известных методиках). Вся необходимая информация может быть почерпнута из данных публичной отчет-

ности. Несомненно, что это значительно повышает практическую применимость предложенной методики оценки конкурентоспособности.

Помимо прочего, к преимуществам динамического метода следует отнести и его универсальность, поскольку он допускает в зависимости от целей анализа и наличия исходных данных формирование любого объема и состава выборки предприятий-конкурентов. Рассматриваемая методика допускает сопоставление предприятий, во все не относящихся к одной отрасли, что приобретает особую актуальность в контексте задач нашего исследования.

Особо отметим то, что динамический метод позволяет производить оценку и анализ конкурентоспособности множества предприятий в рамках одного исследования (в отличие от других методов, в большинстве своем предполагающим попарные сравнения конкурентов). Это существенно сокращает трудоемкость расчетов, особенно если речь идет о десятках хозяйствующих субъектов (именно такой объем выборки предполагает цель нашего исследования). Вышеуказанные факторы определяют выбор динамического метода в целях оценки конкурентоспособности крупнейших российских компаний по итогам первого полугодия 2015 г.

### **Анализ результатов оценки конкурентоспособности**

В первую очередь прокомментируем методику сбора исходной информации. В силу того, что финансовая отчетность по стандартам РСБУ не предусматривает консолидацию показателей группы аффилированных хозяйствующих субъектов, а большинство крупных компаний организационно и технологически представляют собой группы связанных юридических лиц, то оценку конкурентоспособности необходимо осуществлять исходя из консолидированных показателей отчетности, составляемой по стандартам МСФО.

В состав ведущих компаний российской экономики, отобранных в качестве объектов исследования и сопоставления (далее – также «выборка»), включены 50 крупнейших предприятий РФ по величине консолидированной выручки. При этом выручка определялась по отчетности МСФО, опубликованной по итогам 1-го полугодия 2015 г. Для компаний банковского сектора в качестве эквивалента выручки рассчитывались суммарные процентные и комиссионные доходы от основной деятельности. Если опубликованная отчетность представлена в валюте, отличной от российских рублей, осуществлена ее конверсия в рублевые показатели по среднему номинальному курсу за соответствующий период (публикуются ЦБ РФ<sup>5</sup>).

По очевидным причинам не включены в состав выборки компании, не опубликовавшие свою отчетность по стандартам МСФО по итогам 1-го полугодия 2015 г. Поскольку целью исследования является оценка и анализ конкурентоспособности ведущих отечественных предприятий, в состав выборки не включались филиалы иностранных компаний. Также не включены в выборку инвестиционные фонды или разнонаправленные холдинги, не являющиеся вертикально интегрированными структурами (например, «Базовый элемент», «Ренова», АФК «Система», ГК «Ростех»). Кроме того, в выборку не включались компании, деятельность которых состоит в управлении активами (при этом учитывались предприятия, которыми они управляют).

Источником информации явилась финансовая отчетность, официально опубликованная компаниями на своих сайтах, а также серверах раскрытия информации.

Далее с помощью выражений (1) – (13) был произведен расчет показателей конкурентоспособности по всем предприятиям выборки. Результаты расчетов представле-

ны в табл. 1. В указанной таблице компании ранжированы в порядке убывания значения коэффициента конкурентоспособности за шесть месяцев 2015 г.

Не пытаясь осуществлять прямое сопоставление компаний разных отраслей экономики, тем не менее кратко сформулируем основные выводы, которые можно сделать, анализируя общие данные.

Наименее конкурентоспособными из крупнейших компаний России по результатам первой половины 2015 г. являются «Трансаэро»; ГАЗ; «Мечел»; «КамАЗ» и «Россельхозбанк».

При этом неудовлетворительные показатели конкурентоспособности характерны для этих компаний на протяжении всего расчетного интервала (начиная с 2012 г.). Поскольку низкая конкурентоспособность на протяжении длительного временного периода с высокой вероятностью влечет несостоятельность хозяйствующего субъекта, процедуры банкротства, осуществляемые в настоящее время (сентябрь 2015 г.) в отношении «Мечела» и «Трансаэро» представляются вполне закономерными. Полагаем, что если бы не поддержка государства и собственников, подобная участь постигла бы и остальные из перечисленных компаний.

К числу ведущих компаний РФ, имеющих лучшие показатели конкурентоспособности по итогам первого полугодия 2015 г., относятся «Уралкалий», «Норильский никель», «АЛРОСА», «НоватЭК» и «Русал» (табл. 1).

Следует заметить, что среди наиболее конкурентоспособных компаний РФ мы наблюдаем представителей различных отраслей экономики, а не только ТЭК, как традиционно принято считать. Объединяет указанные предприятия то, что у большинства из них по итогам 2014 г. отмечался средний либо низкий уровень конкурентоспособности. Указанное обусловлено тем, что у многих российских компаний существуют обязательства, выраженные в валюте, что

<sup>5</sup> URL: [http://www.cbr.ru/statistics/print.aspx?file=credit\\_statistics/ex\\_rate\\_ind\\_15.htm&pid=svs&sid=analit](http://www.cbr.ru/statistics/print.aspx?file=credit_statistics/ex_rate_ind_15.htm&pid=svs&sid=analit)

Таблица 1

Ранжирование ведущих компаний РФ по уровню конкурентоспособности

№ п/п	Компания	Отрасль	К					
			2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	6 мес. 2015 г.	
1	2	3	4	5	6	7		
1	«Уралкалий»	Химическая промышленность	1,535	0,985	0,802	1,610		
2	«Норильский никель»	Цветная металлургия	0,972	0,884	1,236	1,566		
3	«АЛРОСА»	Добыча алмазов	1,126	1,106	0,900	1,491		
4	«Новая ТЭК»	ТЭК	1,366	1,604	1,071	1,413		
5	«Русал»	Цветная металлургия	0,769	0,603	0,930	1,393		
6	«Татнефть»	ТЭК	1,047	1,038	1,132	1,310		
7	«Еврохим»	Химическая промышленность	1,170	0,929	0,833	1,291		
8	«Транснефть»	Транспорт	1,171	1,090	0,966	1,254		
9	«Сургутнефтегаз»	ТЭК	1,106	1,270	2,668	1,219		
10	ФК «Открытие»	Банковская деятельность	1,174	1,200	1,130	1,156		
11	«Металлоинвест»	Черная металлургия	0,989	0,952	0,903	1,145		
12	«Оборонпром»	Машиностроение	0,962	0,900	0,938	1,144		
13	«Газпром»	ТЭК	1,177	1,173	0,921	1,140		
14	«Атомэнергопром»	Электроэнергетика	0,902	0,958	1,080	1,132		
15	Магнитогорский металлургический комбинат (ММК)	Черная металлургия	0,850	0,614	0,957	1,125		
16	Новолипецкий металлургический комбинат (НЛМК)	Черная металлургия	0,920	0,827	1,020	1,096		
17	«Нижнекамскнефтехим»	Химическая промышленность	0,964	0,877	0,984	1,087		
18	Челябинский трубопрокатный завод (ЧТПЗ)	Черная металлургия	0,854	0,818	0,929	1,067		
19	«Славнефть»	ТЭК	1,066	0,917	0,844	1,048		
20	«Северсталь»	Черная металлургия	0,860	0,706	0,752	1,044		
21	Сбербанк	Банковская деятельность	1,321	1,228	1,146	1,034		
22	«Магнит»	Розничная торговля	1,023	1,028	1,077	1,034		

Окончание табл. 1

1	2	3	4	5	6	7
23	«Лента»	Розничная торговля	0,969	1,023	1,069	1,008
24	«Мобильные телесистемы» (МТС)	Телекоммуникации и связь	0,946	1,094	1,023	0,994
25	«Сибур»	Химическая промышленность	1,122	1,018	1,093	0,989
26	«ВымпелКом»	Телекоммуникации и связь	1,108	1,006	0,988	0,987
27	«Альфа-банк»	Банковская деятельность	1,205	1,184	1,319	0,984
28	X5 Retail Group	Розничная торговля	0,860	0,903	0,976	0,979
29	«Мегафон»	Телекоммуникации и связь	1,059	1,074	0,997	0,977
30	«Трубная металлургическая компания» (ТМК)	Черная металлургия	0,891	0,870	0,883	0,977
31	«РусГидро»	Электроэнергетика	0,696	0,931	0,971	0,968
32	«Группа ВТБ»	Банковская деятельность	1,132	1,078	0,972	0,959
33	«Дикси»	Розничная торговля	1,008	0,956	1,009	0,947
34	«Интер РАО»	Электроэнергетика	0,814	0,891	0,941	0,941
35	«Аэрофлот»	Транспорт	1,079	0,933	0,873	0,933
36	«Лукойл»	ТЭК	0,943	0,901	1,002	0,925
37	«Евраз»	Черная металлургия	0,789	0,816	0,830	0,924
38	«Газпромбанк»	Банковская деятельность	1,102	1,081	0,948	0,917
39	РЖД	Транспорт	0,892	0,923	0,832	0,892
40	«Росетти»	Электроэнергетика	0,906	0,751	0,848	0,876
41	«Ростелеком»	Телекоммуникации и связь	0,974	0,906	0,977	0,863
42	«Роснефть»	ТЭК	1,011	1,215	1,019	0,863
43	«Мостотрест»	Строительство	0,971	0,840	1,040	0,846
44	«Объединенная авиастроительная корпорация» (ОАК)	Машиностроение	0,831	0,910	0,971	0,843
45	«АвтоВАЗ»	Машиностроение	1,028	0,783	0,805	0,825
46	«Трансаэро»	Транспорт	0,967	0,806	0,809	0,819
47	ГАЗ	Машиностроение	0,878	0,927	0,789	0,814
48	Мечел	Черная металлургия	0,688	0,572	0,490	0,801
49	«КамАЗ»	Машиностроение	0,925	0,866	0,865	0,715
50	«Россельхозбанк»	Банковская деятельность	0,920	0,906	0,705	0,623



повлекло ухудшение финансовых результатов вследствие возникновения соответствующих отрицательных курсовых разниц. Макроэкономической причиной этого явилось существенное ослабление российской национальной валюты, произошедшее в декабре 2014 г.

Примечательно то, что именно девальвация явилась основной причиной стремительного роста рублевой выручки экспортоориентированных российских компаний, что и вывело их в лидеры конкурентоспособности по итогам первого полугодия 2015 г. При этом, несмотря на девальвацию, не удалось продемонстрировать должную конкурентоспособность компаниям ТЭК: более чем двукратное падение мировых цен на энергоносители привело к тому, что в 2015 г. предприятия указанной отрасли не относятся к числу лидеров российского корпоративного сектора. Так, «Газпром» находится лишь на 13-м месте, «Лукойл» – на 36-м, а «Роснефть» лишь на 42-м месте (из пятидесяти).

С методологической точки зрения считаем необходимым отметить то, что в уже упомянутых традиционных рейтингах тройка перечисленных крупнейших нефтегазодобывающих компаний России как

была в числе лидеров по итогам 2014 г., так и останется таковой по результатам 2015 г. независимо от динамики своих ключевых финансовых показателей. Это обусловлено тем, что объемы их продаж значительно выше ближайших конкурентов. Указанное еще раз показывает, что ранжирование компаний только на основании суммы выручки далеко не всегда отражает их конкурентный статус.

На следующем этапе анализа нами был произведен анализ конкурентоспособности предприятий в отраслевом разрезе. Компании были сгруппированы по отраслям, после чего была осуществлена оценка конкурентоспособности сформированных отраслевых групп (табл. 2).

Представленные показатели свидетельствуют о том, что наибольшей конкурентоспособностью по итогам 1-го полугодия 2015 г. обладают предприятия цветной металлургии. При этом в 2012–2013 гг. указанная отрасль была в аутсайдерах российского рынка. Причиной роста конкурентоспособности цветной металлургии является девальвация рубля и, как следствие, рублевый рост выручки экспортоориентированных компаний отрасли. Аналогичным образом можно объяснить высокую конку-

Таблица 2

Отраслевые показатели конкурентоспособности

№ п/п	Отрасль	К			
		2012 г.	2013 г.	2014 г.	6 мес. 2015 г.
1	Цветная металлургия	0,863	0,727	1,084	1,469
2	Химическая промышленность	1,157	0,958	0,948	1,174
3	Черная металлургия	0,825	0,733	0,811	1,005
4	Розничная торговля	0,941	0,967	1,031	1,000
5	ТЭК	1,084	1,165	1,107	0,994
6	Банковская деятельность	1,225	1,165	1,067	0,977
7	Транспорт	0,974	0,952	0,861	0,963
8	Телекоммуникации и связь	1,014	1,018	0,997	0,957
9	Электроэнергетика	0,830	0,844	0,936	0,956
10	Машиностроение	0,924	0,871	0,886	0,901
11	Прочее	1,046	0,982	0,955	1,240

рентоспособность предприятий химической промышленности.

С сожалением можно констатировать, что перечень высококонкурентоспособных отраслей российской экономики в условиях текущей валютной волатильности исчерпывается лишь двумя указанными отраслями. Конкурентоспособность черной металлургии и ТЭК может быть охарактеризована как средняя (значение коэффициента конкурентоспособности близко к единице). В отношении указанных отраслей фактор девальвации фактором конкурентоспособности не стал, поскольку мировые валютные цены на стальной прокат и энергоносители за последний год существенно снизились. Также средней является конкурентоспособность розничной торговли.

Все высокотехнологичные отрасли российской экономики имеют низкий уровень конкурентоспособности: банковская деятельность, транспорт, телекоммуникации и связь, а также электроэнергетика имеют значения коэффициента конкурентоспособности ниже единицы. Крайне низкой конкурентоспособностью характеризуется машиностроение. Причинами указанного является импортозависимость перечисленных отраслей, что обусловило существенный рост рублевой себестоимости иностранных комплектующих при одновременном снижении спроса (как потребительского, так

и инвестиционного) на продукцию высокотехнологичных отраслей.

Далее осуществлен анализ конкурентоспособности в рамках сформированных отраслевых групп в разрезе компаний. При этом сопоставление осуществлялось не в сравнении с совокупной выборкой из 50 компаний, а в сравнении с соответствующей отраслевой группой, что обеспечивает наибольшую точность полученных результатов. Также отметим, что в целях осуществления факторного анализа конкурентоспособности по результатам 1-го полугодия 2015 г. далее в таблицах за указанный период приводятся как итоговые коэффициенты конкурентоспособности (13), так и «составляющие» его коэффициенты операционной эффективности (4) и стратегического позиционирования (10).

К сожалению, ограниченность объема настоящей публикации не позволяет нам подробно рассмотреть результаты анализа по всем отраслям. Поэтому приведем информацию по наиболее значимым из них. Начнем внутриотраслевой анализ с самой крупной российской отрасли – ТЭК (табл. 3).

Представленные данные позволяют выделить явного лидера отрасли – «НоваТЭК». При этом декомпозиция коэффициента конкурентоспособности в разрезе операционной эффективности ( $K_p$ ) и стратегического позиционирования ( $K_j$ ) свидетельствует о том, что основной причиной

Таблица 3

Оценка конкурентоспособности предприятий ТЭК

№ п/п	Компания	2012 г.	2013 г.	2014 г.	6 мес. 2015 г.		
		$K$	$K$	$K$	$K_p$	$K_j$	$K$
1	«НоваТЭК»	1,312	1,489	1,019	1,281	1,109	1,421
2	«Татнефть»	1,003	0,959	1,078	1,107	1,190	1,317
3	«Сургутнефтегаз»	1,061	1,178	2,619	1,169	1,050	1,227
4	«Газпром»	1,152	1,086	0,843	1,199	0,980	1,175
5	«Славнефть»	1,022	0,848	0,802	1,012	1,037	1,049
6	«Лукойл»	0,872	0,791	0,934	0,854	1,062	0,907
7	«Роснефть»	0,959	1,129	0,953	0,914	0,919	0,840

высокой конкурентоспособности указанной компании является высокая рентабельность хозяйственной деятельности.

Отдельно прокомментируем показатели «гигантов» российской экономики. Конкурентоспособность «Газпрома» может быть охарактеризована как средняя, при этом конкурентным преимуществом компании является высокая операционная эффективность. Низкая конкурентоспособность «Лукойла» обусловлена его невысокой операционной

эффективностью, «Роснефти» – слабыми показателями по обоим источникам.

Рассматривая динамику показателей конкурентоспособности основных компаний ТЭК (рис. 1), заметим, что лидерство «НоваТЭКа» наблюдается на протяжении всего анализируемого периода, равно как и низкая конкурентоспособность «Лукойла». Также примечательно, что 2015 г. позволил «Газпрому» улучшить свои конкурентные позиции, тогда как для «Роснефти», наобо-

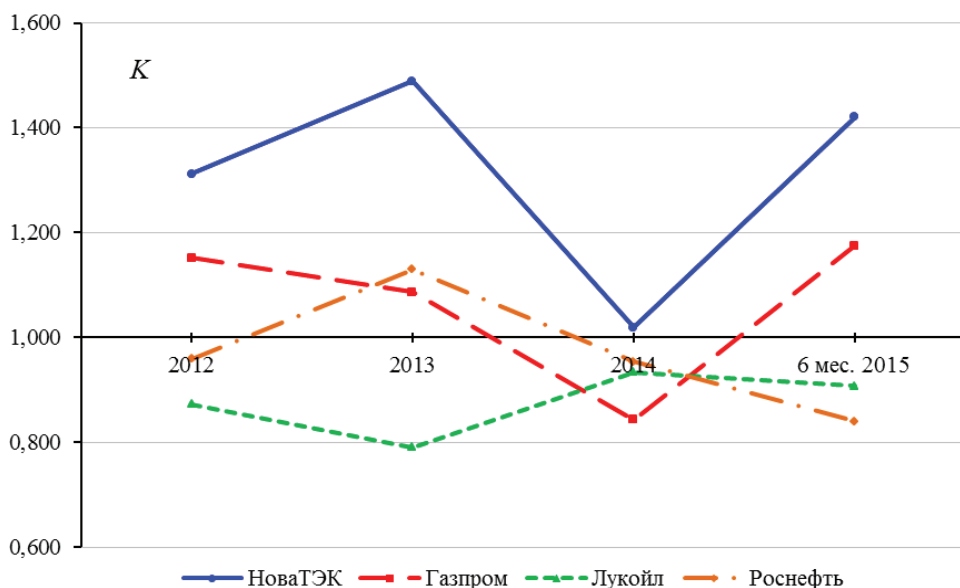


Рис. 1. Динамика конкурентоспособности предприятий ТЭК

Таблица 4

Оценка конкурентоспособности предприятий черной металлургии

№ п/п	Компания	2012 г.	2013 г.	2014 г.	6 мес. 2015 г.		
		$K$	$K$	$K$	$K_r$	$K_l$	$K$
1	«Металлоинвест»	1,196	1,302	1,110	1,167	0,989	1,154
2	ММК	1,016	0,798	1,189	1,077	1,056	1,136
3	НЛМК	1,114	1,126	1,289	1,029	1,078	1,109
4	ЧТПЗ	1,018	1,096	1,137	0,959	1,109	1,064
5	«Северсталь»	1,031	0,933	0,904	1,228	0,846	1,038
6	ТМК	1,068	1,179	1,083	0,926	1,046	0,969
7	«Евраз»	0,930	1,115	1,014	0,890	1,011	0,899
8	«Мечел»	0,796	0,735	0,557	0,808	0,963	0,778

рот, очевидным является ухудшение конкурентных позиций.

Далее проведем внутриотраслевой анализ предприятий черной металлургии (табл. 4). Лидерами отрасли по итогам первой половины 2015 г. являются «Металлоинвест», ММК и НЛМК. Декомпозиция коэффициента конкурентоспособности в разрезе операционной эффективности ( $K_p$ ) и стратегического позиционирования ( $K_s$ ) свидетельствует о том, что основным конкурентным преимуществом «Металлоинвеста» является высокая операционная эффективность. Для ММК и НЛМК характерна сбалансированность источников конкурентоспособности.

Анализируя динамику показателей конкурентоспособности основных компаний черной металлургии (рис. 2), заметим, что «Металлоинвест» и НЛМК обладали высокой конкурентоспособностью на протяжении всего анализируемого периода. Что же касается ММК, то рост его конкурентоспо-

собности произошел только в 2014–2015 гг. Также нельзя вновь не упомянуть, что процедуры банкротства, проводимые в настоящее время в отношении «Мечела», после изучения показателей его конкурентоспособности представляются вполне закономерными.

Далее обратимся к банковскому сектору (табл. 5). Безусловными лидерами банковского сектора по итогам первой половины 2015 г. являются ФК «Открытие» и Сбербанк. Если конкурентоспособность ФК «Открытие» обусловлена обоими источниками, то лидерство Сбербанка обусловлено в первую очередь его высокой операционной эффективностью.

Конкурентоспособность «Альфа-банка» и «Группы ВТБ» может быть охарактеризована как средняя. Конкурентоспособность «Газпромбанка» и «Россельхозбанка» является низкой. Причиной тому является их неудовлетворительная операционная эффективность (в особенной степени «Россельхозбанка»).

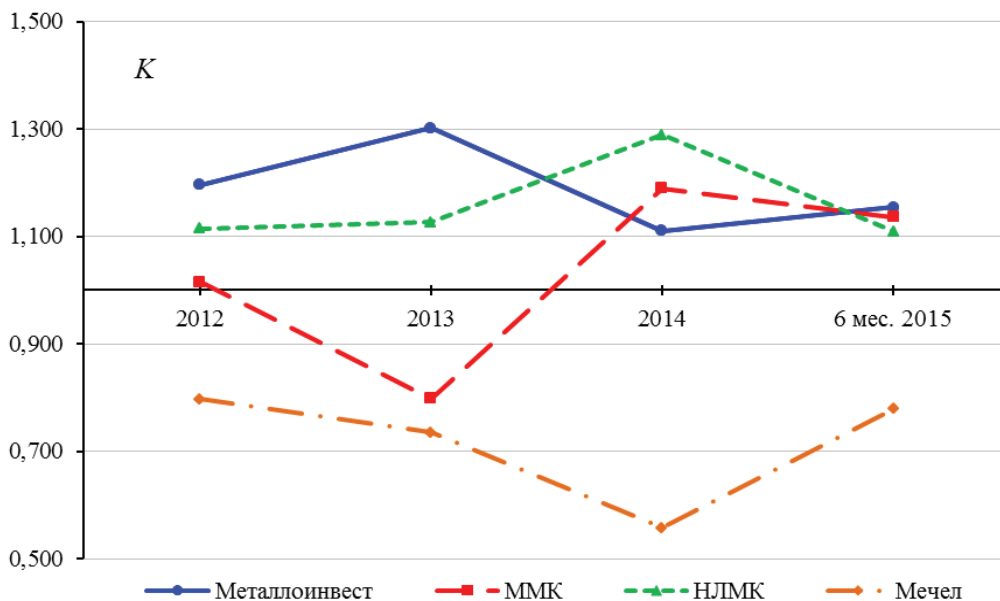


Рис. 2. Динамика конкурентоспособности предприятий черной металлургии

Анализ динамики показателей конкурентоспособности основных банков (рис. 3), позволяет отметить поступательный рост конкурентоспособности ФК «Открытие». Нестабильен уровень конкурентоспособности «Альфа-банка». А вот конкурентоспособность Сбербанка и «Россельхозбанка» стабильна. Для Сбербанка – стабильно высокая, для «Россельхозбанка» – стабильно низкая с явно выраженной тенденцией к дальнейшему снижению.

Завершая внутриотраслевой анализ, рассмотрим показатели предприятий роз-

ничной торговли (табл. 6). Лидером отрасли является «Магнит», обеспечивающий свое преимущество за счет высокой операционной эффективности. Аутсайдером отрасли можно назвать торговую сеть «Дикси», отстающую от конкурентов по обоим источникам конкурентоспособности.

Анализируя динамику конкурентоспособности ведущих торговых сетей, выделить явных лидеров не так просто, как по итогам одной отчетности. Дело в том, что показатели «Магнита» и «Ленты» с каждым годом ухудшаются, а X5 Retail Group, на-

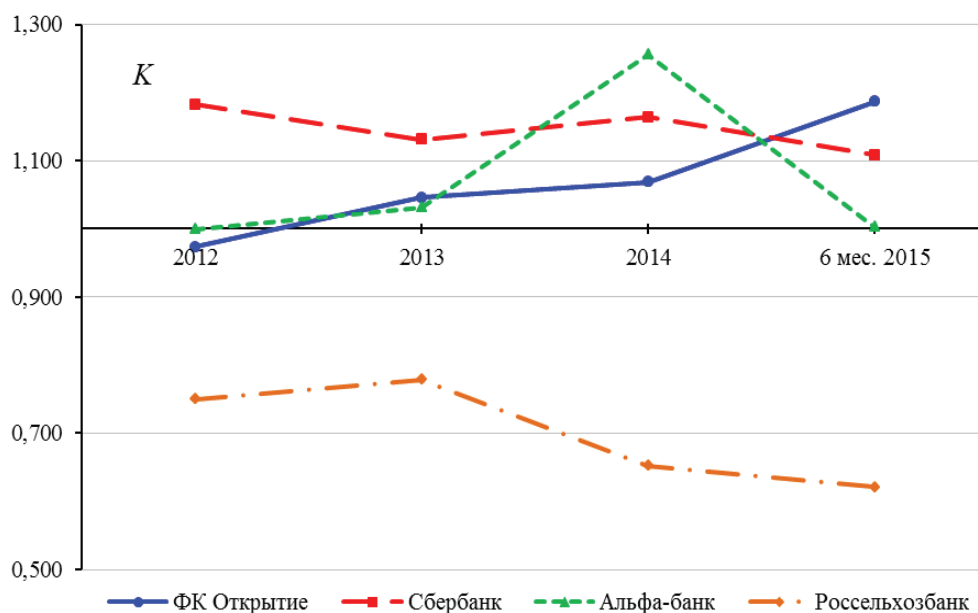


Рис. 3. Динамика конкурентоспособности банков

Таблица 5

Оценка конкурентоспособности банков

№ п/п	Компания	2012 г.	2013 г.	2014 г.	6 мес. 2015 г.		
		$K$	$K$	$K$	$K_r$	$K_f$	$K$
1	ФК «Открытие»	0,973	1,046	1,068	1,069	1,110	1,187
2	Сбербанк	1,183	1,131	1,164	1,145	0,968	1,108
3	«Альфа-банк»	1,000	1,032	1,256	1,002	1,001	1,003
4	«Группа ВТБ»	0,916	0,918	0,893	0,957	1,015	0,971
5	«Газпромбанк»	0,907	0,936	0,886	0,880	1,055	0,928
6	«Россельхозбанк»	0,750	0,779	0,652	0,669	0,929	0,621

оборот, улучшаются, в силу чего в ближайшей перспективе можно прогнозировать уравнивание показателей конкурентоспособности всех указанных торговых сетей. Что касается «Дикси», то конкурентоспособность этой компании поступательно снижается на протяжении всего анализируемого периода, вследствие чего для удержания конкурентных позиций «Дикси» требуются срочные мероприятия по повышению конкурентоспособности.

Таким образом, применение динамического подхода позволяет проводить деталь-

ный анализ конкурентоспособности отраслевых групп в разрезе отдельных хозяйствующих субъектов, осуществлять количественную оценку их конкурентного статуса, выделять источники конкурентоспособности, а также учитывать динамику конкурентоспособности исследуемых компаний.

### **Заключение**

Применение динамического подхода в целях оценки конкурентоспособности ведущих предприятий РФ позволяет сделать следующие выводы.

Таблица 6

Оценка конкурентоспособности предприятий розничной торговли

№ п/п	Компания	2012 г.	2013 г.	2014 г.	6 мес. 2015 г.		
		$K$	$K$	$K$	$K_r$	$K_l$	$K$
1	«Магнит»	1,135	1,102	1,076	1,047	1,008	1,056
2	«Лента»	1,030	1,061	1,042	0,987	1,022	1,009
3	X5 Retail Group	0,853	0,894	0,920	0,974	0,994	0,968
4	«Дикси»	1,077	0,985	0,977	0,964	0,975	0,940

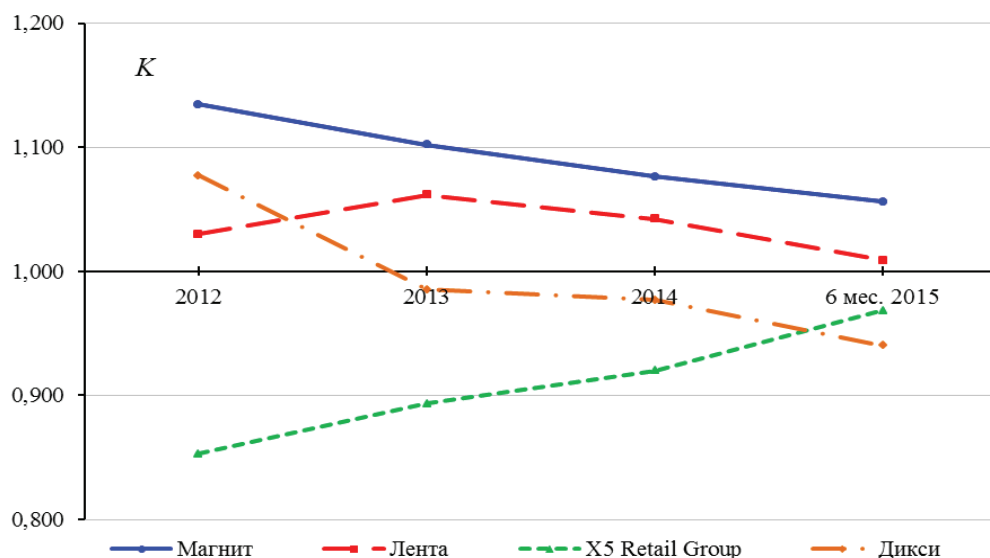


Рис. 4. Динамика конкурентоспособности предприятий розничной торговли



1. **В прикладном аспекте.** Проведенный анализ показал, что к числу ведущих компаний РФ, имеющих лучшие показатели конкурентоспособности по итогам первого полугодия 2015 г., относятся «Уралкалий», «Норильский никель», «АЛРОСА», «НоваТЭК» и «Русал». Наименее конкурентоспособными из крупнейших компаний России по результатам первой половины 2015 г. являются «Трансаэро»; ГАЗ; «Мечел»; «КамАЗ» и «Россельхозбанк». Отраслевой анализ показал, что наибольшей конкурентоспособностью по итогам первого полугодия 2015 г. обладают предприятия цветной металлургии, наименьшей – машиностроения. Также был проведен детальный анализ конкурентоспособности отраслевых групп в разрезе предприятий.

2. **В перспективном аспекте.** Результаты настоящего исследования могут быть использованы в целях разработки мероприятий по повышению конкурентоспособности компаний и отраслей, государственного

регулирования экономики, инвестиционного анализа и др.

3. **В методологическом аспекте.** Проведенное исследование подтвердило универсальность динамического метода оценки конкурентоспособности хозяйствующих субъектов. Указанный метод позволяет с низкими трудозатратами оценивать конкурентоспособность предприятий и отраслей, что особенно актуально, если количество исследуемых компаний достаточно велико (несколько десятков или даже сотен). Динамический подход дает количественную оценку конкурентоспособности, а также позволяет выделять факторы и источники конкурентоспособности предприятий.

В числе направлений дальнейших исследований отметим актуальность оценки конкурентоспособности ведущих российских компаний в сопоставлении с ведущими мировыми компаниями. Кроме того, динамический подход может применяться для прогнозирования конкурентоспособности исследуемых хозяйствующих субъектов.

### Список использованных источников

1. Круглый стол «Вопросы теории конкуренции» // Современная конкуренция. 2010. № 3. С. 4–37.
2. Рубин Ю. Б. Дискуссионные вопросы современной теории конкуренции // Современная конкуренция. 2010. № 3. С. 38–67.
3. Гельвановский М. И. Методологические подходы к обеспечению конкурентоспособности международных интеграционных группировок в условиях глобализации // Евраз. экон. интеграция. 2012. № 1. С. 44–58.
4. Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации. М.: Маркет ДС, 2008. 432 с.
5. Воронов Д. С. Соотношение конкурентоспособности предприятия и конкурентоспособности его продукции // Конкурентоспособность предприятия: оценка, анализ, пути повышения. [Электронный ресурс]. URL: <http://vds1234.ru/?52.html>.
6. Ляшко Ф. Е., Приходько В. И., Тютюшкина Г. С. Стратегический менеджмент в авиастроении: Учебное пособие. Ульяновск: УлГТУ, 2003. 123 с.
7. Арутюнова Д. В. Стратегический менеджмент : учеб. пособие. Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2010. 122 с.
8. Andrews K. R. The Concept of Corporate Strategy. New York: Dow Jones-Irwin, 1971.
9. Ansoff H. I. Checklist for Competitive and Competence Profiles. Corporate Strategy. New York: McGraw-Hill, 1965.
10. Фасхиев Х. А. Как измерить конкурентоспособность предприятия? //

- Маркетинг в России и за рубежом. 2003. № 4. С. 53–68.
11. Криворотов В. В., Калина А. В., Матвеева Т. В., Байраншин А. Ю. Повышение конкурентоспособности современных российских территориально-производственных комплексов. Екатеринбург: УрФУ, 2013. 262 с.
  12. Воронов Д. С. Конкурентоспособность предприятия: оценка, анализ, пути повышения. Екатеринбург: Изд-во УГТУ-УПИ, 2001. 96 с.
  13. Криворотов В. В. Методология формирования механизма управления конкурентоспособностью предприятия. Екатеринбург: Изд-во УГТУ-УПИ, 2007. 238 с.
  14. Porter M. E. On Competition. Boston: Harvard Business School, 1998.
  15. Катъкало В. С. Эволюция теории стратегического управления. СПб.: Изд. дом С.-Петерб. гос. ун-та, 2008. 548 с.
  16. Тамбовцев В. Л. Стейкхолдерская теория фирмы в свете концепции режимов собственности // Рос. журнал менеджмента. 2008. Т. 6, № 3. С. 3–26.
  17. Hamel G., Prahalad C.K. Competing for the Future. HBS Press, 1996. 358 p.
  18. Моисеева Н. К. Международный маркетинг : учебное пособие. М.: Центр экономики и маркетинга, 1998. 320 с.
  19. 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. С. 371–409.

*Voronov D.S.*, candidate of economic sciences,  
*UMMC Technical University,*  
*Verkhnyaya Pyshma, Sverdlovsk region, Russia,*  
*Krivorotov V.V.*, doctor of economics, professor,  
*Ural Federal University*  
*named after the first President of Russia B.N. Yeltsin,*  
*Ekaterinburg, Russia*

## **EVALUATION OF THE COMPETITIVENESS OF THE LARGEST RUSSIAN COMPANIES**

The article assesses the competitive status of leading Russian companies in the first half of 2015 with the aim of identifying the most competitive companies in the context of macroeconomic instability.

The authors have shown that a lack of relevance, and the imperfection of applied methods of ranking makes it possible to use existing ratings to assess the current competitiveness of economic entities. It was therefore concluded that assessment of the impact of recession occurrences on the performance of the largest domestic companies may be made only by applying specific estimation methods of competitiveness of enterprises.

The main methods for assessing the competitiveness of enterprises were analyzed and their strengths and weaknesses were identified. The authors proved that the most appropriate method for rapid assessment of the competitive status of many businesses is that of dynamic evaluation of enterprise competitiveness.

The paper sets out the main provisions of the dynamic approach to the assessment of the competitiveness of enterprises; presents the mathematical apparatus and algorithm analysis and

describes the theoretical and methodological principles underlying the dynamic approach. The methodological and methodical advantages of the dynamic approach are compared to traditional methods of assessing the competitiveness of enterprises. Practical aspects of assessment and analysis of the competitiveness of enterprises on the basis of a dynamic method are discussed.

Calculations of the competitiveness of the largest companies in Russia by the end of the first half of 2015 revealed companies with the highest and lowest level of competitiveness. The analysis of competitiveness by industry was performed and leading companies in each industry group were identified.

It is shown that unlike traditional ratings, which, as a rule, are based on one indicator only (usually the revenue or capitalization of the entity) taken as one accounting period, the ranking of companies with the use of the dynamic approach is a more accurate tool for assessing their competitiveness. In conclusion, the authors determined the directions of further research on the subject.

**Key words:** competition, competitiveness, competitiveness of enterprises, evaluation of the competitiveness of enterprises, the dynamic approach for evaluating the competitiveness of enterprises.

## References

1. Discussion at the panel discussion «Questions of theory of competition» (2010). *Sovremennaiia konkurentsia [Journal of Modern Competition]*, No 3, 4–37.
2. Rubin, Iu.B. (2010). Diskussionnyye voprosy sovremennoi teorii konkurentsii [Discussion questions of modern competition theory]. *Sovremennaiia konkurentsia [Journal of Modern Competition]*, No 3, 38–67.
3. Gel'vanovskii, M.I. (2012). Metodologicheskie podkhody k obespecheniiu konkurentosposobnosti mezhdunarodnykh integratsionnykh gruppировок v usloviakh globalizatsii [Methodological approaches to ensuring the competitiveness of international integration groups amid globalization]. *Evraziiskaia ekonomicheskaiia integratsiia [Journal of Eurasian Economic Integration]*, No 1, 44–58.
4. Fatkhutdinov, R.A. (2008). *Upravlenie konkurentosposobnost'iu organizatsii [Competitiveness management in an organization]*. Moscow, Market DS, 432.
5. Voronov, D.S. Sootnoshenie konkurentosposobnosti predpriatiia i konkurentosposobnosti ego produktsii [Correlation between competitiveness of a company and competitiveness of its product]. *Konkurentosposobnost' predpriatiia: otsenka, analiz, puti povysheniia [Competitiveness of a business: evaluation, analysis, ways of improvement]*. Available at: <http://vds1234.ru/?52.html>.
6. Liashko, F.E., Prikhod'ko, V.I., Tiutiushkina, G.S. (2003). *Strategicheskii menedzhment v aviastroenii [Strategic management in the aircraft industry]*. Ulyanovsk, Ulyanovsk State Technical University, 123.
7. Arutiunova, D.V. (2010). *Strategicheskii menedzhment [Strategic management]*. Taganrog, Publishing House of Taganrog Campus of Southern Federal University, 122.
8. Andrews, K.R. (1971). *The Concept of Corporate Strategy*. New York, Dow Jones-Irwin.
9. Ansoff, H.I. (1965). *Checklist for Competitive and Competence Profiles*.

- Corporate Strategy*. New York, McGraw-Hill.
10. Faskhiev, Kh.A., Popova, E.V. (2003). *Kak izmerit' konkurentosposobnost' predpriiatiia? [How to measure competitiveness of a business?]. Marketing v Rossii i za rubezhom [Journal of Marketing in Russia and Abroad]*, No 4, 53–68.
  11. Krivorotov, V.V., Kalina, A.V., Matveeva, T.V., Bairanshin, A.Iu. (2013). *Povyshenie konkurentosposobnosti sovremennykh rossiiskikh territorial'no-proizvodstvennykh kompleksov [Improving the competitiveness of modern Russian regional production clusters]*. Ekaterinburg, Ural Federal University, 262.
  12. Voronov, D.S. (2001). *Konkurentosposobnost' predpriiatiia: otsenka, analiz, puti povysheniia [Competitiveness of a business: evaluation, analysis, ways of improvement]*. Ekaterinburg, USTU-UPI Publishing House, 96.
  13. Krivorotov, V.V. (2007). *Metodologiya formirovaniia mekhanizma upravleniia konkurentosposobnost'iu predpriiatiia [Methodology for creating a mechanism of managing the competitiveness of a business]*. Ekaterinburg, Publishing House of USTU-UPI, 238.
  14. Porter, M.E. (1998). *On Competition*. Boston, Harvard Business School.
  15. Kat'kalo, V.S. (2008). *Evolutsiia teorii strategicheskogo upravleniia [Evolution of strategic management theory]*. St Petersburg, Publishing House of St Petersburg State University, 548.
  16. Tambovtsev, V.L. (2008). *Steikholderskaia teoriia firmy v svete kontseptsii rezhimov sobstvennosti [Stakeholder Theory of the Firm from the Point of View of Property Regimes Conception]*. *Rossiiskii zhurnal menedzhmenta [Russian Management Journal]*, Vol. 6, No 3, 3–26.
  17. Hamel, G., Prahalad, C.K. (1996). *Competing for the Future*. HBS Press, 358.
  18. Moiseeva, N.K. (1998). *Mezhdunarodnyi marketing [International Marketing]*. Moscow, Center of Economics and Marketing, 320.
  19. Voronov, D.S. (2014). *Dinamicheskii podkhod k otsenke konkurentosposobnosti predpriiatiia. [Dynamic approach to assessing the competitiveness of a company]*. *Konkurentosposobnost' sotsial'no-ekonomicheskikh sistem [Competitiveness of social and economic systems]*. Moscow, *Ekonomika*, 371–409.

#### Information about the authors

**Voronov Dmitry Sergeevich** – Candidate of Economic Sciences, Head of Department of Economics and Management of Investment and Construction Activities, UMMC Technical University, Verkhnaya Pyshma, Sverdlovsk region, Russia (624091, Sverdlovsk region, Verkhnaya Pyshma, Uspenskiy street, 3); e-mail: vds1234@yandex.ru.

**Krivorotov Vadim Vasilievich** – Doctor of Economics, Professor, Head of Department of Economics of Industrial and Energy Systems, Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (620002, Ekaterinburg, Mira street, 19); e-mail: v\_krivorotov@mail.ru.