

Матвеева Яна Андреевна

аспирант

ФГБУН Уральское отделение Российской академии наук

г. Екатеринбург, Свердловская область

DOI 10.21661/r-462594

ИДЕНТИФИКАЦИЯ КОНКУРЕНТНЫХ СТРАТЕГИЙ ТОПЛИВНО-ЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ С ПОЗИЦИИ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

Аннотация: формирование конкурентных преимуществ компании с позиции корпоративной социальной ответственности (далее КСО) создают дополнительные возможности для развития стратегического потенциала и формируют уникальную конкурентную стратегию поведения компании. Это особенно важно для промышленных предприятий, производственно-хозяйственная деятельность, которых исторически формирует фундамент конкурентоспособности страны. В статье проведена идентификация конкурентного поведения компаний топливно-энергетических предприятий (далее ТЭП) с использованием модифицированной методики идентификации конкурентных стратегий предприятия, учитывающей не только влияние факторов внешней среды компании, но и реакцию внутренней среды, которая дает возможность оценить конкурентный статус хозяйствующего субъекта в динамике в разрезе как социального, так и экологического аспектов.

Ключевые слова: конкурентоспособность предприятия, оценка конкурентоспособности предприятия, корпоративная социальная ответственность, социально-ответственная деятельность, конкурентная стратегия, конкурентные преимущества.

Тенденции развития мировой экономики обуславливают формирование транзитивного характера отечественной экономики. Переход к экономике знаний еще нельзя назвать завершенным. Расширение и углубление рыночных отношений в условиях глобализации мировой экономики заставляет предприятия

быть социально ответственными. Это особенно важно для промышленных предприятий, производственно-хозяйственная деятельность, которых исторически формирует фундамент конкурентоспособности страны. Создание конкурентных преимуществ промышленного предприятия с принципиально новых позиций, обуславливает необходимость учета экономической, экологической, и социальной результативности компании в рамках корпоративной социальной ответственности. Формирование конкурентных преимуществ компании с позиции корпоративной социальной ответственности создают дополнительные возможности для развития стратегического потенциала и формируют уникальную конкурентную стратегию поведения компании.

Проведенные исследования базируются на данных открытых информационных источников и позволяют провести упорядочение определенных групп показателей в определенную систему, исходя из которой, можно предложить интегрированный подход к оценке конкурентоспособности предприятия на основе экономических, социальных и экологических показателей. Для этого мы предлагаем использовать динамический метод для формирования локальных индексов (I), которые отражают изменение величин индикаторов в динамике:

$$I_x = \frac{\text{индикатор}(X)}{\text{индикатор}(X_0)}, \quad (1)$$

где I_x – индекс изменения, выбранного индикатора (X) показателя;

индикатор (X) – это выбранный индикатор показателя;

индикатор (X_0) – это выбранный индикатор показателя в предшествующем периоде;

Таким образом, конкурентный индекс КСО – интегральный показатель, представленный в виде произведения экономического ($I_э$), социального ($I_с$), экологического ($I_эк$) показателей.

$$I_{к. ксо} = I_э \times I_с \times I_{эк} \quad (2)$$

Представив $I_{к. ксо}$ лидирующих топливно-энергетических компаний (таблица 1), перейдем к анализу их конкурентных стратегий с использованием методики анализа конкурентных стратегий [1].

Конкурентный индекс КСО

<i>Предприятия</i>	<i>2011/2010</i>	<i>2012/2011</i>	<i>2013/2012</i>	<i>2014/2013</i>	<i>2015/2014</i>
ПАО «Газпром нефть»	–	0,966	4,066	1,485	1,493
ОАО «НК «Роснефть»	1,353	1,157	1,290	1,320	0,949
ПАО «Гатнефть»	1,289	1,297	0,942	1,210	0,609
ПАО АНК «Башнефть»	1,384	2,141	2,201	1,111	1,575

В соответствии с данной методикой необходимо выделить основные аспекты данного подхода. Анализируя нефинансовую отчетность ведущих топливно-энергетических предприятий необходимо отметить, что кроме микроэкономических факторов необходимо учитывать макро-параметры (параметры внешней среды), что может быть представлено совокупностью составляющих двух типов:

1) постоянной (базовый уровень значения параметра, постоянное значение сигнала внешней среды), показывающей значение данного параметра в стабильных внешних условиях и получившей название «стресс»;

2) переменной, показывающей нестабильность внешних для субъекта условий и характеризующейся определенной амплитудой и частотой изменений внешних условий, получившей название «нарушение» [2]. Указанные факторы и являются главными детерминантами для определения стратегии поведения компании на рынке (рис. 1).

Компании с *рудеральной стратегией R (рудералы)* пользуются своим монопольным правом на производство и реализацию инновационных товаров либо значительно опережают конкурентов не только в разработке новых товаров, но и в выводе их на рынок. Компании с *конкурентной стратегией С (конкуренты)* обладают эффективными механизмами захвата ресурсов и интенсификации производства. Они находят способы производства единицы продукции с потреблением меньшего количества труда и материалов. Компании со *стресс-толерантной стратегией S (стресс-толеранты)* выживают потому, что избегают лобовой

ценовой конкуренции путем создания собственной недоступной другим уникальной ниши. Они приспособлены к существованию в условиях значительного дефицита ресурсов.

В многофакторном пространстве диаграммы $S C R$ смешение первичных стратегий формирует многообразие сочетаний вторичных стратегий: конкуренты – рудералы ($C-R$), рудералы – стресс-толеранты ($R-S$), конкуренты – стресс-толеранты ($C-S$), конкуренты – стресс-толеранты – рудералы ($C-S-R$) (рис. 1).

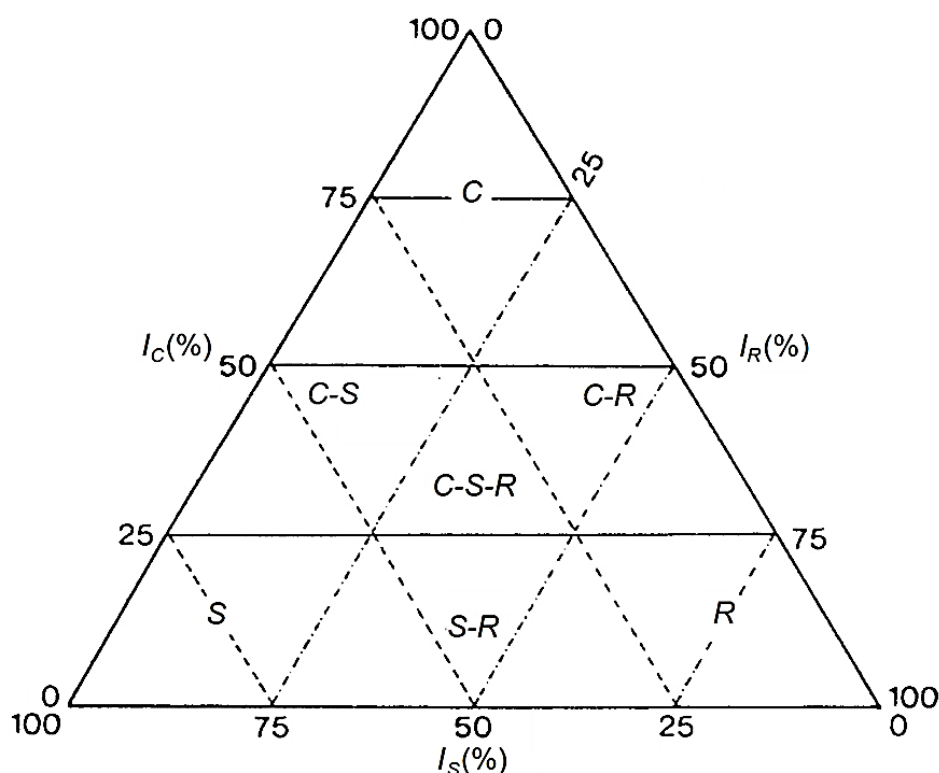


Рис. 1. Классификационная диаграмма конкурентных стратегий поведения компаний, количественно характеризующая соотношения конкуренции, стресса и нарушения, отвечающих стратегиям различных типов

Компании с вторичными стратегиями адаптированы к условиям существования, в которых сочетаются конкуренция, стресс и нарушения различной степени интенсивности. Соотношение конкуренции, стресса и нарушения меняется в зависимости от изменения внешних условий. Последние определяются этапом

жизненного цикла (ЖЦ) рынка (внешние условия, воздействующие на все компании одинаково). Относительный вклад каждой из трех базовых типов стратегий в поведение одного агента может быть графически изображен на трехкоординатной диаграмме (рис. 1).

Для перехода от модели к практическим методам выявления стратегий необходимо найти измеряемые характеристики объектов, которые отражают их поведение в аспектах противодействия конкуренции, стрессам и нарушениям. Для проведения идентификации конкурентной позиции с использованием диаграммы необходимо выбрать параметры, соответствующие индексам I_C , I_R и I_S .

Для анализа конкурентного поведения компаний в аспекте социально – ответственной деятельности мы предлагаем внести изменения в классификационную структуру стратегий конкурентного поведения, отражающую динамику их позиций относительно друг друга. Согласно методике [2] все свои усилия предприятие использует для противостояния трем типам внешнего воздействия стрессу (S – стресс-толерантная), нарушениям (R – рудеральная), конкурентам (C – конкурентная). Принимаем значение общей величины:

$$IS + IC + IR = 100\% \quad (3)$$

где I – интенсивность усилий по реализации S , R и C . Мы предлагаем внести изменения в методику идентификации конкурентных стратегий компании, ориентируясь на характеристику социально – ответственного поведения как элемента внутренней среды компании, поскольку КСО является компонентом стратегического управления компании и предусматривает разработку ее социально – ориентированной политики. Тогда пассивность (S' – социальная пассивность), ответственность (C' – ответственная конкуренция) и активность (R' – социальная активность).

Исходными данными для построения диаграммы послужил временной ряд ежегодных значений $I_{k.kco}$. В качестве второго показателя рассчитывается относительный прирост $I_{k.kco}'$ (%).

$$I_{k.kco}' = \frac{100(I_{k.kco} - I_{k.kco-1})}{I_{k.kco-1}} \quad (4)$$

где $I_{к.ксо} - 1$ относительный прирост $I_{к.ксо}'$.

На диаграмме (рис. 2) изображено распределение величин конкурентного индекса КСО в динамике для предприятий ПАО АНК «Башнефть», ПАО «Татнефть», ОАО «НК Роснефть» ПАО «Газпромнефть» (табл. 1).

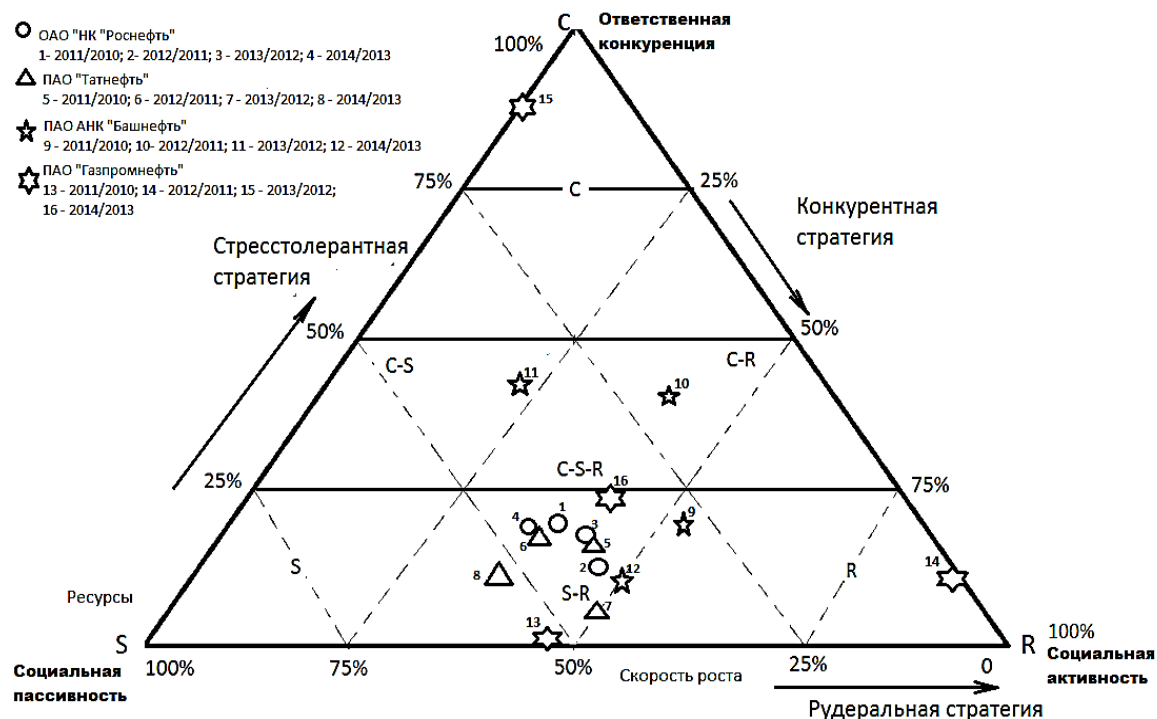


Рис. 2. Классификационная диаграмма конкурентных стратегий ТЭП за 2010–2014 г.

Масштаб диаграммы соответствует диапазону годовых значений $I_{к.ксо}$ и его прироста $I_{к.ксо}'$. Линии разметки разнесены следующим образом: на левой наклонной линии параллельно нижней горизонтальной, а на нижней параллельно левой наклонной. Полученные значение величины индекса и его прироста откладываем на соответствующих осях диаграммы, на пересечении этих значений определим месторасположение анализируемых компаний согласно конкурентной стратегии.

Согласно данным диаграммы почти все предприятия в основном реализуют R-S стратегию, тем самым проявляют устойчивость к стрессу, то есть используют свое монопольное право на производство продукции, в том числе на производство и реализацию инновационных продуктов, но проявляют стабильную умеренную социальную активность. В большей степени, согласно диаграмме, это

проявляется для компании ОАО «НК Роснефть». Реализация данной стратегии для данной компаний происходит в условиях стрессоустойчивости и стабильности, несмотря на меняющиеся экономические условия. Демократичность расходов на КСО и низкий темп реализации инвестиционных программ объясняет скопление точек в основном в нижней части диаграммы ближе к оси S-R.

Так, например, ввиду отсутствия данных о расходах на охрану окружающей среды компании ПАО «Татнефть» ее конкурентная стратегия склоняется к зоне умеренной социальной активности (стресс-толерантности), что свидетельствует, возможно, о дефиците финансовых ресурсов для осуществления непрофильной деятельности компании.

В 2011 году, согласно диаграмме, ПАО «Газпромнефть» осуществляло социально – активную (рудеральную) стратегию (точка 14), которая характеризуется высокой нестабильностью внешних условий, компенсируя это высокой активностью во внутренней среде компании. Необходимо отметить, что такая стратегия связана с высоким риском. Так, например, компании пришлось уплатить внушительные штрафы за нарушение природопользования, возможно деятельность компании была осуществлена в обход экологических стандартов, однако позволила существенно оторваться от конкурентов. Необходимо отметить, что в 2013 г. ПАО «Газпромнефть» осуществляет стратегию С – ответственная конкуренция (точка 15), с одной стороны обладая эффективными механизмами захвата ресурсов и интенсификации производства. А с другой стороны в рамках года экологии, объявленного компанией, было реализовано 300 разноплановых экологических мероприятий, что превышает среднее число подобных мероприятий и инициатив в 10 раз.

Компания ПАО АНК «Башнефть» в 2011–2013 годах (точки 10,11) демонстрирует социально-ответственное конкурентное поведение, характеризующиеся среднеинтенсивным стрессом и нарушением, то есть стремится к достижению ответственной конкурентной позиции. Данное состояние относится к фазе зрелости и конкуренция обостряется, согласно И. Шумпетеру, если данный рынок будет увеличивать число конкурентов (предприятий ТЭП), то темпы роста

каждого из предприятий будут сокращаться. Так, более успешные социально – ответственные конкуренты будут двигаться вправо от штриховой линии, а менее успешные – влево.

Ориентируясь на характеристику социально – ответственного поведения компании как элемента ее внутренней среды, нами были внесены изменения в методику идентификации конкурентных стратегий, поскольку КСО является компонентом стратегического управления компании и предусматривает разработку социально – ориентированной политики: пассивность (S' – социальная пассивность), ответственность (C' – ответственная конкуренция) и активность (R' – социальная активность).

Сложность при построении диаграммы идентификации конкурентных стратегий ТЭП заключается в том, что не все компании в равных объемах публикуют данные в нефинансовых отчетностях. Ряд компаний используют один спектр показателей результативности деятельности, другие отражают иные, поскольку вариативность предусмотрена глобальной инициативой об отчетности в области устойчивого развития.

Модифицированная методика идентификации конкурентных стратегий компаний в рамках его социально – ответственного поведения, позволяет оценить не только конкурентный статус хозяйствующего субъекта в динамике, но и сделать прогнозную оценку конкурентоспособности исследуемых предприятий. Идентификация конкурентных стратегий ведущих ТЭП в разрезе затрат на осуществление мероприятий корпоративной социальной ответственности, характеризующее реакцию внутренней среды компании на воздействие факторов внешней среды, дает возможность позиционировать компании относительно друг друга.

Список литературы

1. Grime J.P. Plant strategies and vegetation processes / J.P. Grime. – John Wiley & Sons, Ltd., Chichester – New York – Brisbane – Toronto, 1979. – 222 p.

2. Попков В.В. Эволюционное измерение стратегического банковского менеджмента / В.В. Попков, Д.Б. Берг, Р.О. Кузнецов. – Екатеринбург: Уральский рабочий, 2002. – 320 с.