

Нигматов Ленар Гамирович

магистрант

ФГБОУ ВО «Тюменский индустриальный университет»

г. Тюмень, ХМАО – Югра

**ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ
БУРОВОЙ КОМПАНИИ В УСЛОВИЯХ ХАНТЫ-МАНСКИЙСКОГО
АВТОНОМНОГО ОКРУГА – ЮГРЫ**

***Аннотация:** исследованы факторы формирования конкурентных преимуществ буровой компании, работающей на региональном рынке нефтесервисных услуг ХМАО – Югры. На основе ресурсного подхода и методов систематизации выделены внешние и внутренние факторы конкурентоспособности. Предложена их классификация по функциональным группам и уровням стратегической значимости. Показано, что устойчивое конкурентное преимущество определяется не отдельным ресурсом, а способностью компании обеспечивать стабильный производственный результат при эффективном использовании техники, персонала, логистики и управленческих компетенций.*

***Ключевые слова:** конкурентоспособность, конкурентные преимущества, буровая компания, нефтесервис, стратегическое управление, ХМАО – Югра.*

Введение.

Конкуренция на рынке буровых услуг определяется не только ценой работ, но и способностью подрядчика соблюдать сроки, обеспечивать техническую готовность оборудования, поддерживать квалифицированный персонал и оперативно реагировать на изменения производственной программы заказчика. Поэтому конкурентоспособность буровой компании целесообразно рассматривать как комплексную характеристику ее ресурсного и управленческого потенциала.

В исследованиях нефтесервисных предприятий стратегическое развитие связывается с анализом внешней и внутренней среды, выявлением конкурентных преимуществ и системой показателей эффективности [4, с. 2085–2104]. Ресурсный подход, в свою очередь, объясняет устойчивость конкурентной пози-

ции наличием ценных и трудно воспроизводимых ресурсов и компетенций [1, р. 99–120; 2, р. 114–135]. Цель исследования – систематизировать факторы формирования конкурентных преимуществ буровой компании, осуществляющей деятельность в условиях ХМАО – Югры.

Материалы и методы исследования.

Использованы методы анализа и синтеза, систематизации и причинно-следственного анализа. Теоретическую основу составили ресурсная концепция конкурентных преимуществ и подход динамических способностей, согласно которому компания должна не только обладать ресурсами, но и своевременно перестраивать процессы и компетенции в ответ на изменения среды [3, р. 509–533].

Результаты исследования.

К внешним факторам конкурентоспособности буровой компании относятся состояние рынка нефтесервисных услуг, требования заказчиков и конкурсных процедур, технологическая сложность скважин, региональные условия и макро-экономическая среда. Для ХМАО – Югры особое значение имеют территориальная рассредоточенность объектов, продолжительные логистические плечи и необходимость оперативной мобилизации оборудования и персонала.

Внутренние факторы отражают способность предприятия эффективно использовать имеющиеся ресурсы. Их предлагается объединить в семь основных групп (табл. 1).

Таблица 1

Внутренние факторы конкурентоспособности буровой компании

Группа факторов	Основное содержание
Производственные	коммерческая скорость, сроки строительства, непроизводительное время, загрузка мощностей
Технико-технологические	техническая готовность установок и инструмента, надежность оборудования
Кадровые	квалификация, укомплектованность, текучесть, сохранение компетенций
Экономические	себестоимость, рентабельность, эффективность использования ресурсов
Логистические	скорость мобилизации, транспортная обеспеченность, управление снабжением
Организационно-управленческие	качество планирования, контроля,

	цифровизации и перераспределения ресурсов
Клиентские и репутационные	соблюдение обязательств, взаимодействие с заказчиком, деловая репутация

Производственная эффективность проявляется через способность стабильно выполнять установленный объем работ. К ее индикаторам могут относиться коммерческая скорость, выполнение календарного плана, продолжительность непроизводительного времени и коэффициент использования бурового оборудования. Техническая готовность определяет риск простоев и нарушение сроков, а кадровый потенциал – устойчивость выполнения технологических и управленческих функций.

Логистическая составляющая особенно значима для предприятий ХМАО-Югры. Продолжительность мобилизации, наличие специализированного транспорта и своевременность снабжения непосредственно влияют на производственный цикл. Одновременно качество оперативного управления определяет способность компании быстро перераспределять оборудование, персонал и материальные ресурсы при изменении программы заказчика.

Для стратегического анализа факторы целесообразно разделить на четыре уровня. Базовый уровень включает производственные мощности, персонал, оборудование и финансовые ресурсы. Операционный – производительность, техническую готовность, сокращение простоев и логистику. Управленческий – качество планирования, контроля и перераспределения ресурсов. Стратегический – репутацию, устойчивые отношения с заказчиками, уникальные компетенции и способность к технологической и организационной адаптации.

Заключение.

Конкурентоспособность буровой компании формируется под совместным воздействием внешней среды и внутренних ресурсов. Наиболее значимыми внутренними источниками конкурентных преимуществ являются производственная эффективность, техническая готовность, кадровый потенциал, логистика, качество управления и устойчивость отношений с заказчиком. Предложенная классификация по функциональным группам и уровням может исполь-

зоваться как основа для последующей количественной оценки конкурентоспособности и выбора приоритетов стратегии развития.

Список литературы

1. Barney, J. Firm Resources and Sustained Competitive Advantage / J. Barney // Journal of Management. – 1991. – Vol. 17, No. 1. – P. 99–120. – DOI 10.1177/014920639101700108.
2. Grant, R. M. The Resource-Based Theory of Competitive Advantage: Implications for Strategy Formulation / R. M. Grant // California Management Review. – 1991. – Vol. 33, No. 3. – P. 114–135. – DOI 10.2307/41166664.
3. Teece, D. J. Dynamic Capabilities and Strategic Management / D. J. Teece, G. Pisano, A. Shuen // Strategic Management Journal. – 1997. – Vol. 18, No. 7. – P. 509–533. – DOI 10.1002/(SICI)1097-0266(199708)18:7<509::AID-SMJ882>3.0.CO;2-Z.
4. Тонышева, Л. Л. Стратегирование развития нефтесервисных предприятий: предпосылки и методический инструментарий / Л. Л. Тонышева, О. Г. Якунина, Н. Л. Кузнецова // Экономика, предпринимательство и право. – 2020. – Т. 10, № 7. – С. 2085–2104. – DOI 10.18334/ep.10.7.110592.