

УДК 33.339

**КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ  
НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ, ОСУЩЕСТВЛЯЮЩИХ  
ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ НА СЫРЬЕВЫХ РЫНКАХ**

© 2010 г.

*Ю.В. Трифонов, Е.П. Андрианова, А.П. Первушкина*

Нижегородский госуниверситет им. Н.И. Лобачевского

an\_perv@mail.ru

*Поступила в редакцию 29.05.2010*

Вопросы укрепления конкурентоспособности предприятий России являются исключительно важными и актуальными на современном этапе экономических преобразований. В статье проанализированы и определены сильные и слабые стороны позиций и стратегий предприятий Нижегородской области на мировых сырьевых рынках. Предлагаемые меры по укреплению конкурентоспособности могут увеличить экспортный потенциал региональных предприятий, а значит и Российской Федерации.

*Ключевые слова:* стратегии конкуренции, конкурентоспособность, направления развития, региональный уровень.

Развитие российского экспорта может и должно стать важным элементом структурной перестройки и технологической модернизации национального хозяйства страны. Главная роль экспорта в экономике государства заключается в привлечении дополнительных инвестиционных ресурсов, которые при их целенаправленном и эффективном использовании могли бы стимулировать экономический рост [1, с. 23]. Его стратегическая роль заключается в том, что он должен стать инструментом активизации имеющихся и потенциальных конкурентных преимуществ российской экономики в международном разделении труда, средством содействия выходу нашей страны на путь стабильного и ускоренного качественного экономического роста [2, с. 48].

Внешнеэкономическая деятельность Нижегородской области играет важную роль в развитии научно-производственного, социально-культурного потенциала региона. В настоящее время внешнеэкономические связи области охватывают 115 стран. Общее число действующих соглашений, протоколов и других договорных документов правительства Нижегородской области в сфере внешнеэкономических связей достигло 40 [3]. По оперативным данным Нижегородской таможни, объем внешней торговли области в 2008 году составил 4003,7 млн долларов США и превысил уровень 2007 года на 35,7 процента, объем экспорта увеличился на 21,6 процента, импорта – на 57,7 процентов [4]. Экспорт представлен главным образом машино-

строительной продукцией, продукцией ТЭК, нефтехимического комплекса, черными и цветными металлами и изделиями из них. Основными странами-контрагентами при экспорте являлись Украина, Казахстан, Великобритания, Нидерланды, Азербайджан, Финляндия, США, Германия, Алжир. Нижегородская область – одна из крупнейших индустриальных областей Российской Федерации и центр Приволжского федерального округа, она входит в число 14 регионов России, которые обеспечивают 58% российского промышленного производства. Важную роль в экономике региона играет топливная промышленность [5].

Конкурентоспособность российских, в том числе и нижегородских нефтепродуктов остается весьма низкой на мировом рынке нефтепродуктов. Это связано, в первую очередь, с недостатком высокотехнологичных и экологически безопасных нефтепродуктов. Доля экспортных продаж нефтепродуктов Нижегородской области в общем объеме экспорта Российской Федерации составила в 2008 году 4,15%. К сожалению, доля Нижегородской области очень мала [6].

Если ранжировать нефтяные компании по объему произведенной продукции и объему сбыта, то первые места в Нижегородской области займут такие компании-гиганты, как «ЛУКОЙЛ», «РОСМА» и «Нефтепродукт» [7]. Однако на основании прямого сопоставления производственных показателей не всегда можно делать выводы о качестве и эффективности ме-

неджмента и, следовательно, достоинствах конкурентного поведения того или иного предприятия. Дело в том, что все компании работают в разных условиях. Кроме того, следует учитывать, что конкуренция в нефтяной отрасли разворачивается не столько в нефтедобывающем секторе, сколько в борьбе за сырьевые ресурсы и рынки, за обладание нефтеперерабатывающими мощностями и на рынке нефти и нефтепродуктов.

Нефтяные компании для завоевания внешних и внутренних рынков сбыта используют такие инструменты, как более низкие цены, более широкий ассортимент и более высокое качество нефтепродуктов, ритмичность поставок и т.д. Например, в Приволжском регионе находятся несколько крупных нефтеперерабатывающих заводов. Это один из самых крупных рынков нефтепродуктов. Поэтому уровень конкуренции здесь высок как на внешнем, так и на внутреннем рынке. Зарубежные поставки бензина осуществляются почти всеми крупными нефтяными компаниями региона. В последние два года компании Нижегородского региона успешно развивают свою дилерскую сеть и активно реализуют стратегию развития. В основе стратегии захвата внутренних и внешних рынков у крупных компаний рынка лежит джобберская программа, в соответствии с которой нефтебазы и АЗС начинают работать только с одной компанией и под флагом последней привлекает джобберов (владельцев предприятий по реализации) надежностью и качеством поставок, более низкими, чем у конкурентов, оптовыми ценами. Ярким примером эффективности конкуренции является стратегия компании «ЛУКойл», которая реализует нефтепродукты на внешние рынки по ценам более низким, чем сложились в регионе.

Приведенные примеры демонстрируют достаточно жесткую конкурентную борьбу компаний за перспективные мировые сырьевые рынки. Чтобы достичь своих целей, компании объединяются в консорциумы, наращивают свое присутствие в регионе путем слияний и поглощений, что в конечном счете укрепляет конкурентоспособность предприятия. Особенности наращивания конкурентного потенциала путем слияний и поглощений по некоторым российским компаниям целесообразно рассмотреть подробнее. К примеру, конкурентная стратегия компании «ЛУКойл» связана с выходом в новые нефтедобывающие регионы, приобретением зарубежных мощностей по переработке нефти, расширением сферы реализации нефтепродуктов. В стадии реализации находятся проекты

по приобретению нефтехимических производств в Восточной Европе (Венгрия, Румыния, Югославия) и Турции, а также сбытовых организаций в Турции, Греции, Югославии и Македонии. Компания разрабатывает планы по расширению каналов сбыта продукции своих заводов в Болгарии, Румынии и на Украине [8]. Поглощение новых нефтехимических производств позволит компании усилить вертикальную интеграцию, увеличить объемы экспорта, расширить ассортимент и улучшить качество конечной продукции.

В рамках проводимой конкурентной политики «ЛУКойл» работает над проектами по добыче, разведке нефти и газа, имеет долевое участие в проектах в Ираке и Египте. Для укрепления своего конкурентного потенциала компания и в дальнейшем планирует наращивать объемы работ по зарубежным проектам.

Особенностью конкурентной стратегии как «ЛУКойл», так и ЗАО «Росма» является экспортная ориентация поставок нефти и нефтепродуктов.

Аналитическая оценка состояния российского нефтяного рынка показывает, что конкурентная борьба в нефтяном секторе не ослабевает как на внутреннем, так и на внешнем рынке. Более того, в эту борьбу включаются компании, которые раньше не отличались агрессивной конкурентной стратегией. Несмотря на очевидную тенденцию расширения производственно-сбытовых сетей компании стремятся диверсифицировать свою деятельность в смежных отраслях, а также выйти на новые нефтяные и газовые месторождения и рынки за рубежом.

В условиях ужесточения конкуренции на традиционных рынках сбыта продукции, среди путей повышения конкурентоспособности нефтяной продукции, производимой в Российской Федерации, в том числе и в Нижегородской области, можно отметить следующие.

1. Совершенствование нормативно-правовой базы региона в области нефтепереработки. Совершенствование нормативно-правовой базы в области нефтедобычи и нефтепереработки должно стать первым шагом на пути к достижению эффективных преобразований в нефтяном комплексе страны. Основные проблемы России в области законодательства – отсутствие ряда важнейших законодательных механизмов, регулирующих функционирование нефтяного рынка и взаимоотношения между партнерами. Тем не менее, проблема совершенствования российского законодательства требует от всех нефтяных корпораций активного разъяснения своих позиций на всех уров-

нях государственной власти и во всех государственных институтах.

2. Государственная поддержка отрасли. Здесь следует отметить, что имеются в виду не субсидии и не полное освобождение от налогов предприятий нефтеперерабатывающего сектора. Кроме помощи непосредственно, напрямую, помощь государства необходима и в части совершенствования налогообложения, особенно в условиях мирового кризиса.

3. Создание доступного информационного пространства для предприятий нефтеперерабатывающего комплекса страны, в частности предоставление информации о внешних рынках. Недостаток информации у ряда предприятий одной из ведущих отраслей является серьезным барьером, препятствующим как прочному утверждению на внутреннем рынке, так и освоению мирового.

4. Совершенствование инфраструктуры. Предприятия по продаже и переработки нефти сталкиваются с проблемой неразвитой и зачастую старой инфраструктуры, что, в конечном счете, сказывается на стоимости продукта.

5. Совершенствование качества продукта для соответствия международным стандартам. Несмотря на все сложности, нефтяные компании должны найти средства для модернизации производства и перехода к выпуску топлива новых стандартов. Кроме того, это вопрос выхода наших производителей на зарубежные рынки с более качественным, востребованным и дорогим продуктом, что выгодно и самой нефтяной отрасли.

6. Модернизация производства и сектора в целом. Являясь одной из ведущих отраслей, сырьевой сектор во многом определяет состоянии экономики и уровень жизни Нижегородской области. Эффективное решение проблем в

данной отрасли, интеграция в мировое экономическое пространство являются необходимыми условиями экономического роста Нижегородской области.

Таким образом, ужесточение конкуренции на традиционных рынках сбыта продукции российских энергетических компаний не повлечет за собой потерю рынков только в случае повышения качества продукции, роста эффективности этих компаний, оптимизации структуры производства, снижения издержек. Приведение российских стандартов в соответствие с международными стандартами позволит существенно улучшить качество российской энергетической продукции, в первую очередь в нефтепереработке и нефтехимии.

#### *Список литературы*

1. Ярцун С.В., Коваленко В.А. Актуальные проблемы реструктуризации экономики России на рубеже XXI века. М., Экономическая газета. № 12. 2007.
2. Семенов К.А. Международные экономические отношения: Курс лекций. М.: Гардарики. 2004. С. 111.
3. Официальный Интернет-сайт правительства Нижегородской области. <http://www.government.nnov.ru> (дата обращения: 15.05.2010).
4. Официальный Интернет-сайт Таможни РФ. [www.customs.ru](http://www.customs.ru) (дата обращения: 10.05.2010).
5. Официальный Интернет-сайт Торгово-промышленной палаты Нижегородской области. [www.tpp.nnov.ru](http://www.tpp.nnov.ru) (дата обращения: 21.04.2010).
6. Официальный Интернет-сайт Комитета статистики Нижегородской области. [www.nizhstat.gks.ru](http://www.nizhstat.gks.ru) (дата обращения: 06.05.2010).
7. Официальный Интернет-сайт ООО «Нефтехим» [www.sibur-nn.ru](http://www.sibur-nn.ru) (дата обращения: 10.05.2010).
8. Официальный Интернет-сайт ООО «ЛУКОЙЛ». [www.lukoil.ru](http://www.lukoil.ru) (дата обращения: 10.05.2010).

### **COMPETITIVENESS OF FOREIGN TRADE ENTERPRISES OF THE NIZHNI NOVGOROD REGION IN THE RAW MATERIALS MARKETS**

*Yu. V. Trifonov, E. P. Andrianova, A. P. Pervushkina*

The problems of enhancing the competitiveness of Russian enterprises are of exceptional importance and relevance at the present stage of economic transformations. In this work, we analyze and determine the strengths and weaknesses of the positions and strategy of enterprises of the Nizhni Novgorod region in the world raw materials markets. The proposed measures on competitiveness strengthening can increase the export potential of regional enterprises and of the Russian Federation as a whole.

*Keywords:* competition strategy, competitiveness, development directions, regional level.