

Яхьяев М. А.

*доктор экономических наук, профессор,
Российская академия предпринимательства*

Роман М. И.

*кандидат экономических наук, соискатель,
Российская академия предпринимательства*

Методологические подходы к финансовой оценке конкурентоспособности — преимущества и недостатки

На сегодняшний день ни в научной литературе, ни в прикладных исследованиях, до сих пор не сложилось понимания методологических подходов к финансовой оценке конкурентоспособности. Принципы ее построения в той или иной мере определяют жизнеспособность и финансовую устойчивость хозяйствующего субъекта и должны быть в первую очередь, нацелены на оценку рисков отрасли.

Ключевые слова: финансовая оценка конкурентоспособности, риски, методология, риск-ориентированный подход.

Methodological approaches to a financial assessment of competitiveness — advantages and shortcomings

Today neither in scientific literature, nor in applied researches, still there was no understanding of methodological approaches to a financial assessment of competitiveness. Principles of its construction to some extent define viability and financial stability of the managing subject and should be first of all, are aimed at an assessment of risks of branch.

Keywords: financial assessment of competitiveness, risks, methodology, risk — the focused approach.

Традиционно отраслевая сегментация предприятий и организаций, позволяет выявить отдельные кластеры, способные отвечать на вызовы международной конкуренции и противостоять выходу на российский рынок зарубежных ТНК. В связи с чем, финансовая оценка конкурентоспособности должна строиться исходя из кластерного подхода, но для этого необходимо иметь общую методологическую основу, так сказать, универсального характера, позволяющую проанализировать отдельное предприятие, а затем, сделать вывод о возможности развития отрасли, в которой оно существует. Постепенно укрупняя объем аналитических данных от микро- к мезо- и макро уровню, мож-

но дать заключение в целом по конкурентоспособности отдельных отраслей в экономике.

Как полагает Щепетова Д.Е.¹, в научной литературе существует ряд методов, которые описывают аналитические процедуры оценки конкурентоспособности на логическом уровне (экспертные оценки, сценарии, психологические, сравнительные методы, методы относительных показателей, построение типовых аналитических таблиц, графиков).

Другие методы строятся на достаточно строгих формализованных аналитических зависимостях:

- традиционные методы анализа хозяйственной деятельности (средних и относительных величин, группировки, индексный, элементарные методы обработки рядов динамики, цепных подстановок, абсолютных и относительных разниц, балансовый, процентных чисел);
- математико-статистические методы изучения связей (дифференциальный, логарифмический, интегральный, простых и сложных процентов, дисконтирования, корреляционный анализ, регрессионный анализ, дисперсионный анализ, факторный анализ, метод главных компонент, кластерный анализ);
- эконометрические методы (матричные методы, гармонический анализ, спектральный анализ, методы теории производственных функций, методы теории межотраслевого баланса);
- методы экономической кибернетики и оптимального программирования (системного анализа, машинной имитации, линейное программирование, нелинейное программирование, динамическое программирование);
- методы исследования операций и теории принятия решений (теория графов, метод деревьев, теория игр, теория массового обслуживания, методы сетевого планирования и управления).

Например, при построении модели финансовой оценки конкурентоспособности товара могут быть использованы основные концепции мультиатрибутивных моделей продукта (товара), применяемые в теории маркетинга. С другой стороны, использование известной концепции жизненного цикла² для формирования конкурентоспособности товара часто имеет определенные трудности, т.к. форма кривых жиз-

¹ Щепетова Д.Е. Внутренний аудит и конкурентоспособность предприятия // Аудиторские ведомости. 2010. № 7. С. 20–27.

² Филосовова Т.Г., Быков В.А. Конкуренция, инновации, конкурентоспособность. Под научн. ред. Филосовой Т.Г. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008.

ненного цикла, особенности этапов и их продолжительность зависят от: а) специфики товара; б) внешних факторов; в) управленческих действий фирмы (например, эффективный маркетинг может привлечь новый сегмент рынка, найти новое применение для продукта, удлинняя тем самым жизненный цикл, или наоборот, при устранении маркетинговой поддержки товара, как правило, укорачивается его жизненный цикл). Кроме того, практика построения кривых жизненного цикла говорит о том, что основные фазы цикла не разделяются на четкие этапы, трудно предсказать, когда начнется следующий этап, как долго он продлится и каких уровней достигнет сбыт. Небольшие предприятия, как правило, имеют ограниченные возможности по проведению собственных маркетинговых исследований, и в лучшем случае пользуются услугами внешних консультантов или действуют интуитивно.

Как показывают проведенные исследования, в общей системе рыночной конкуренции факторы успеха предприятий постоянно эволюционируют, одновременно меняется и значимость их основных приоритетов деятельности для обеспечения своей конкурентоспособности. Если раньше они ранжировались в основном следующим образом — прибыль, цена, качество продукции, выполнение договоров по поставкам, диверсификация³, то в настоящее время на первое место выходят качество продукции и услуг, диверсификация и своевременное удовлетворение запросов потребителя, цена и прибыль, сроки и обязательства поставок, увеличение длительности сервисного обслуживания. Это требует от хозяйствующих субъектов высокой инвестиционной активности.

В основе финансовой модели оценки конкурентоспособности в международной практике лежит так называемый принцип вытянутой руки (*arm's length principle*), изначально установленный ст. 9 Модельной конвенции ОЭСР в отношении налогов на доходы и капитал⁴.

Согласно принципу «вытянутой руки» ценой сделки признается рыночная цена (или диапазон цен) на товар (работу, услугу), сложившаяся между независимыми компаниями при взаимодействии спроса и предложения на рынке сопоставимых (однородных, идентичных) товаров (работ, услуг) между сопоставимыми компаниями и в сопоставимых экономических (коммерческих) условиях.

³ Filosofova T.G. Conceptual Problems of Management / В сб. Contemporary Factors of Company Development. — AGH University of Science and Technology Press, Cracow — 2005.

⁴ OECD Model Tax Convention on Income and on Capital. Paris: OECD Publishing, 2010. P. 17–42.

Соответственно, применение принципа «вытянутой руки» при финансовой оценке конкурентоспособности основывается: 1) на сопоставлении цены и условий контролируемых и неконтролируемых сделок, т. е. сделок между независимыми компаниями, и 2) на сопоставлении рентабельности компании, осуществляющей контролируемые сделки, и независимых компаний, осуществляющих сопоставимую деятельность.

В некотором роде подобные сопоставимые независимые компании логично называть конкурентами изучаемой компании, так как с точки зрения рыночной экономики они нацелены на один и тот же рынок и выходят на него с сопоставимой продукцией.

Однако признать контролируемые и неконтролируемые сделки и компании сопоставимыми можно, только если различия в сделках, условиях их осуществления минимальны и кардинально не влияют на цены или если такие различия поддаются корректировке.

На практике, и это подтверждает как российский, так и международный опыт, крайне сложно найти достаточно надежные «внешние сопоставимости», т.е. сопоставимые сделки между независимыми компаниями, различия которых с контролируемой сделкой между взаимозависимыми компаниями не оказывали бы существенного влияния при определении рыночной цены. Поэтому метод СUP, как правило, применяется только в относительно простых случаях: когда есть возможность использовать так называемые внутренние сопоставимости⁵ и когда предметом контролируемой сделки являются сырьевые товары, сельскохозяйственная продукция, основная химическая продукция, финансовые продукты (например, процентные ставки)⁶.

Традиционные подходы к финансовой оценке конкурентоспособности с точки зрения риск-ориентированного подхода основываются на видовом подразделении рисков и укрупненном наборе методов управления рисками. Подразделение рисков по крупным видам объединяет слишком широкие классы качественно разнородных возможных неблагоприятных событий, которые необходимо предотвра-

⁵ Прим. автора. Под «внутренними сопоставимостями» понимаются сделки изучаемой компании, когда один и тот же предмет сделки (товары, работы, услуги) реализуется не только зависимым, но и независимым контрагентам на сопоставимых условиях.

⁶ Прим. автора. То есть товары, в отношении которых могут использоваться надежные источники информации, например такие, как биржевые котировки на товары, индикативные процентные ставки — MOSPRIME, MOSIBOR (две основные российские межбанковские процентные ставки, по которым российские банки готовы предоставлять срочные межбанковские кредиты в рублях).

тить либо неблагоприятные последствия и/или вероятность которых следует уменьшить. Существующие в настоящее время методы охватывают слишком общие, но одновременно слишком ограниченные одинаковые, однородные типы решаемых проблем (диверсификация, выделение, разделение рисков и т.д.), слишком ограниченные способы воздействия на возможные неблагоприятные события.

Для того чтобы избираемые средства риск-ориентированной оценки конкурентоспособности были эффективными, они должны соответствовать как общему, так и особенному содержанию неблагоприятных событий, которые они призваны предотвратить либо неблагоприятные последствия которых призваны уменьшить. Между тем особенного содержания неблагоприятных событий ограниченный набор методов в должной степени не отражает. Поэтому применение этих методов без их дальнейшей дифференциации не может быть достаточно результативным и эффективным.

Для примера рассмотрим возможные варианты неблагоприятных событий, связанных с отраслевым и рыночным рисками. Эти возможные варианты неблагоприятных событий можно определить как факторы риска.

1. Увеличение цен на факторы производства, приобретаемые на стороне.
2. Снижение цен на производимую предприятием продукцию.
3. Уменьшение объемов реализации.
4. Ухудшение положения предприятия на рынке, снижение конкурентоспособности (в т.ч. способности влиять на цены и продавать свою продукцию).
5. Уменьшение доходов покупателей.
6. Снижение уровня оценок покупателями привлекательности продукции предприятия.
7. Снижение цен конкурентами, увеличение степени привлекательности производимой ими продукции для покупателей.

При желании дробление видового риска на отдельные более мелкие подразделения неблагоприятных событий, или факторы риска, можно продолжить. Наиболее общими, хорошо используемыми и эффективными методами предупреждения и снижения отраслевого риска являются: диверсификация, страхование, лимитирование, резервирование средств, приобретение дополнительной информации о выборе и результатах.

Большинство отечественных предприятий предпочитает полагаться на традиционные способы по финансовой оценке конкурентоспособности, которые и укладываются в рамки статистической кон-

цепции. Смысл ее в следующем. Все действия по предотвращению или снижению отраслевых рисков, предпринимаемые в соответствии с этой концепцией, остаются неизменными в процессе реализации однократно принятого управленческого решения. Это своего рода неизменяемые одноразовые решения, которые объединяет один принцип: выполнить некие действия, а дальше ждать, что будет. То есть результат действий по управлению конкурентоспособностью не зависит от воли риск-менеджера. Такие методы можно назвать классическими, так как они исторически сложились первыми. Правда, до того, когда они возникли, предприятия были относительно небольшими, а их финансовая структура простой.

Сегодня ситуация изменилась. Крупный капитал и фондовые рынки все чаще стали поощрять предприятия за создание новой акционерной стоимости. Не редкими стали случаи, когда государство принимало на себя риск инноваций. Потребовались новые методы обеспечения и поддержания высоких уровней роста капитала и конкурентоспособности, поскольку кроме роста доходов и снижения издержек, составляющих основу максимизации (минимизации) других основных целевых показателей функционирования предприятия, возрастание его рыночной стоимости может быть вызвано ростом его имиджа, организационной структурой управления предприятия, корпоративной культурой, реструктуризацией капитала, синхронизацией денежных потоков различных видов, использованием эффекта синергизма и др. И если размеры прибыли или экономии издержек имеют свои пределы на каждом конкретном предприятии, то размеры возрастания его рыночной стоимости таких пределов практически не имеют.

Формирование оптимального набора инструментов защиты от разнообразных отраслевых и рыночных рисков связано с их постоянным эволюционированием, объединяющих в себе множество разновидностей неблагоприятных событий, на отдельные факторы рисков, в пределах которых группируются более ограниченные и более однородные наборы возможных неблагоприятных событий. Такое разделение должно обеспечить подбор специализированных инструментов управления факторами риска, которые могут быть отобраны по принципу наиболее результативного адресного воздействия на конкретный фактор конкурентоспособности предприятия.

Систематическое разделение многих видов риска, имеющих место на предприятии, на множество более мелких и однородных по своему содержанию факторов риска позволит находить общие инструменты управления конкурентоспособностью, таким образом можно подбирать инструменты, наиболее пригодные не только для управле-

ния отдельными видами рисков предприятия, но и всей их системой. Сопоставление разных факторов различных видов риска на основе выделения альтернативно возможных инструментов управления конкурентоспособностью позволит находить более рациональный методологический инструментарий.

Не рассматривая классификаций различных видов риска и способов его идентификации и измерения, отметим, что независимо от причин наступления событий, сопряженных с риском, актуальной является задача интегрированной оценки конкурентоспособности, их влияния на целевые финансовые показатели в разрезе сегментов бизнеса. В качестве аргументов в пользу такого утверждения можно привести, в частности, следующие ⁷:

- чрезмерно детальная классификация рисков и их разобщенность с оценкой конкурентоспособности может привести к игнорированию рисков и принятию неправильных управленческих решений;
- зарубежный опыт, накопленный в последние годы, позволяет рассматривать интегрированную оценку конкурентоспособности как один из инструментов повышения стоимости компании, условие для создания системы «раннего оповещения» о возможном влиянии изменяющихся факторов внешней и внутренней среды; трансформации гипотетических негативных последствий риска в благоприятные возможности для развития.

Следовательно, ни один из перечисленных нами методов, не является в сущности универсальным, поскольку, одни методы содержат большее количество финансовых показателей, что в условиях «российских реалий» применимо только к крупным компаниям, преимущественно холдингового типа, имеющих «прозрачную» отчетность; другие — носят больше сравнительный характер, нежели аналитический, на основе которого можно собрать статистику по отраслевому сегменту; третьи — рассматривают только товар с точки зрения конкурентоспособности рынка, однако такая однобокая оценка не позволяет сформировать общее представление об участниках рынка; методы оценки конкурентоспособности посредством риск-ориентированного инструментария, преимущественно используемые в западной практике не ориентированы на российский рынок, поскольку содержат лишь теоретический базис без конкретного методологического аппарата, что в конечном итоге может отразиться на конечном результате проведенной оценки.

⁷ Ван Хорн Джеймс К., Вахович (мл.) Джон М. Основы финансового менеджмента. 11-е изд.: Пер. с англ. М.: Издательский дом «Вильямс», 2004.