К вопросу распределения предпосылок формирования инновационной стратегии малыми нефтяными компаниями

© 2011 И.Ф. Салихов
кандидат экономических наук
Казанский государственный технологический университет
E-mail: irek777@inbox.ru

В статье рассматриваются актуальные вопросы распределения предпосылок, обосновывающих необходимость формирования инновационной стратегии малыми нефтяными компаниями Российской Федерации. Отдельное внимание уделяется вопросу классификации малых нефтяных компаний по различным основаниям.

Ключевые слова: предпосылки формирования, инновационная стратегия, малая нефтяная компания.

По данным компании "Эксперт РА", малые нефтяные компании являются динамично-развивающимся сегментом российского бизнеса, рыночная доля которого за 2000-2010 гг. выросла более чем в 4,5 раза. Однако, по нашему мнению, указанное выше развитие достигалось лишь за счет базового технологического импульса, заложенного в самом начале их деятельности, и не поддерживалось какими-либо инновациями[1].

Обозначенный тезис многократно доказывается и многочисленными исследованиями, проведенными специалистами именитых консалтинговых компаний, таких как Ernst&Young и PKF[2].

Согласно данным, предоставленным ассоциацией малых и средних нефтедобывающих организаций в Российской Федерации "АссоНефть" (далее - ассоциация "АссоНефть", объем финансирования инноваций, приходящихся на данный сектор бизнеса в 2010 г., являлся минимальным и не превышал одной четверти процента. Более того, существенная часть малых нефтяных компаний (более 50 %) не имела каких-либо формальных планов по своему развитию в инновационной сфере[3].

Приведенные данные достаточно убедительно доказывают практическую уязвимость инновационной составляющей малого нефтяного бизнеса России, что особенно важно в стратегической перспективе его дальнейшего развития.

Между тем на начало 2010 г. в Российской Федерации сложились все необходимые внешние и внутренние предпосылки для формирования инновационных стратегий малыми нефтяными компаниями.

Для более глубокого понимания изучаемого вопроса все малые нефтяные компании Российской Федерации на 1 января 2011 г. мы предлагаем классифицировать по следующим существенным основаниям[4]: стоимость активов, объем валовой выручки, количество сотрудников, степень независимости.

Исходя из того, что большая часть (порядка 95,8 %) малых нефтяных компаний носит закрытый характер (зарегистрированы в форме акционерных обществ закрытого типа или обществ с ограниченной ответственностью), уровень достоверности представленной в исследовании информации определен нами в пределах от 94-95 %.

Приведем классификацию малых нефтяных компаний Российской Федерации по стоимости активов на 1 января 2011 г. (рис. 1).

Представим распределение количества малых нефтяных компаний Российской Федерации по стоимости активов на 1 января 2010 г. (рис. 2).

Классификация малых нефтяных компаний Российской Федерации по стоимости активов необходима для учета их потенциальных возможностей на рынке добычи сырой нефти.

При этом, на наш взгляд, важно отметить, что между стоимостью активов малой нефтяной компании и объемом валовой выручки (следующее основание для классификации) на практике может не существовать какой-либо тесной связи ввиду неиспользования части активов (нефтяных месторождений, скважин, оборудования и т.д.) по всем возможным причинам.

Например, в 2010 г., проанализировав деятельность 25 малых нефтяных компаний из ассоциации "Ассонефть", мы пришли к выводу, что их активы, в основном ввиду различного рода причин (финансовые, производственные, правовые), используются менее чем на 60 %[5].

Приведем классификацию малых нефтяных компаний Российской Федерации по объему валовой выручки в 2010 г. (рис. 3).

Поясним, что объем валовой выручки также является существенным основанием для классификации малых нефтяных компаний Россий-

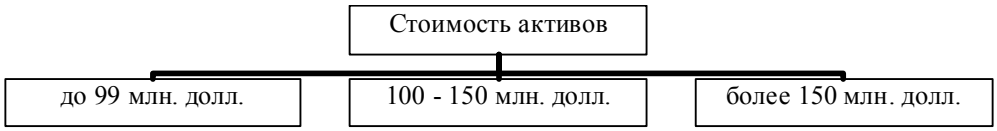

Рис. 1. **Классификация малых нефтяных компаний Российской Федерации на 1 января 2011 г. по стоимости активов**

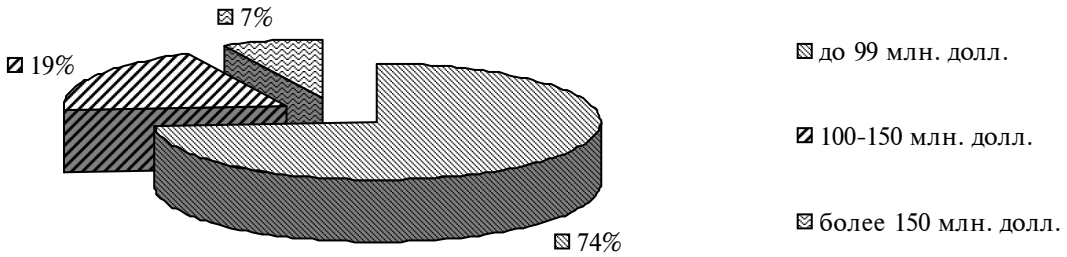

Рис. 2. **Распределение количества малых нефтяных компаний Российской Федерации по стоимости активов на 1 января 2010 г.**

Рис. 3. **Классификация малых нефтяных компаний Российской Федерации по объему валовой выручки в 2010 г.**

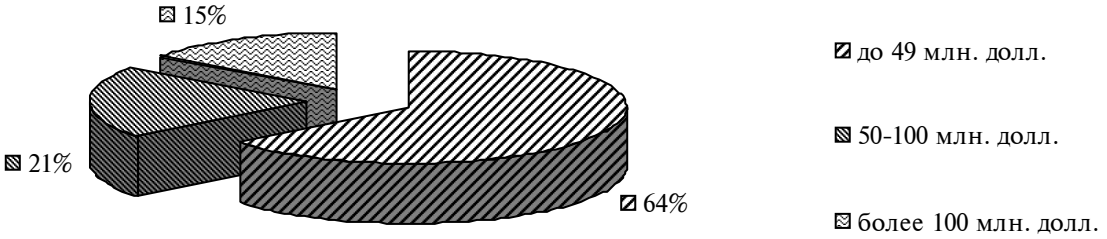

Рис. 4. **Распределение количества малых нефтяных компаний Российской Федерации по уровню их валовой выручки в 2010 г.**

Рис. 5. **Классификация малых нефтяных компаний Российской Федерации по среднесписочной численности сотрудников за 2010 г.**

ской Федерации по причине прямого влияния на финансовые результаты (валовая прибыль, балансовая прибыль или прибыль до налогообложения и чистая прибыль компании).

Представим распределение количества малых нефтяных компаний Российской Федерации по объему валовой выручки в 2010 г. (рис. 4).

Представим классификацию малых нефтяных компаний Российской Федерации по среднесписочной численности сотрудников за 2010 г. (рис. 5).

По третьему основанию классификации необходимо отметить, что в основном среднесписочная численность сотрудников малой нефтяной компании за 2010 г. не выходила за пределы 150 чел., большая часть которых приходилась на рабочих и обслуживающий персонал (зависит от количества осваиваемых месторождений на конкретный период времени). При этом сам менеджмент компании составлял порядка 15 - 20 % от среднесписочной численности сотрудников.

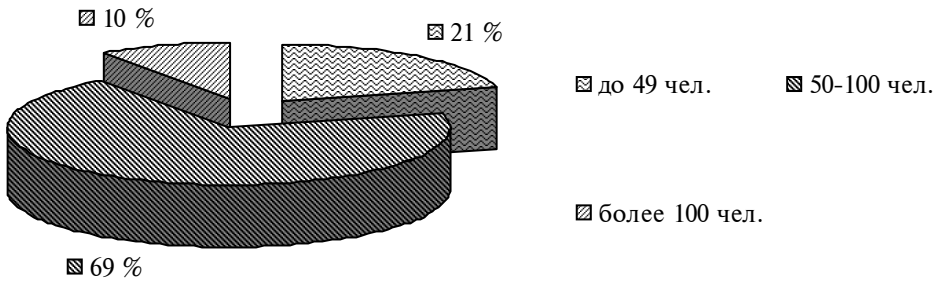

Рис. 6. **Распределение количества малых нефтяных компаний Российской Федерации по среднесписочной численности сотрудников в 2010 г.**

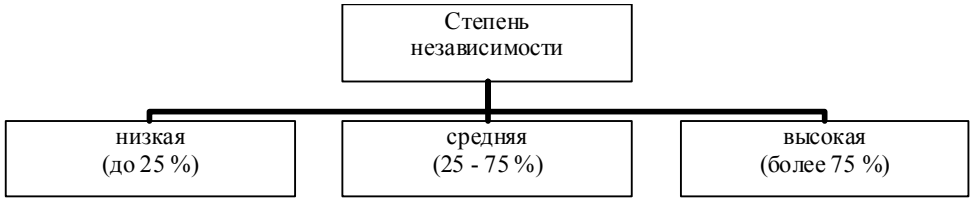

Рис. 7. **Классификация малых нефтяных компаний Российской Федерации по степени независимости в 2010 г.**

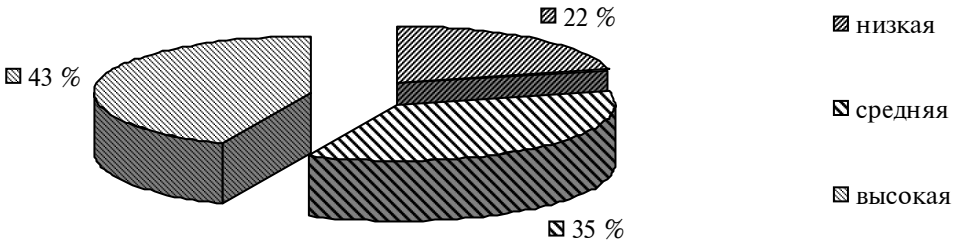

Рис. 8. **Распределение количества малых нефтяных компаний Российской Федерации по степени их независимости в 2010 г.**

Приведем распределение количества малых нефтяных компаний Российской Федерации по среднесписочной численности сотрудников в 2010 г. (рис. 6).

Приведем классификацию малых нефтяных компаний Российской Федерации по степени независимости в 2010 г. (рис. 7).

Представим распределение количества малых нефтяных компаний Российской Федерации по степени их независимости в 2010 г. (рис. 8).

Последнее из предложенных нами оснований для классификации малых нефтяных компаний Российской Федерации характеризует степень зависимости конкретной компании от крупного стратегического инвестора в данной сфере. Данный факт зачастую ставит компании с низкой степенью независимости в нерыночное положение относительно ее конкурентов.

Далее в табличной форме изложим результаты распределения уровней существенности внутренних и внешних предпосылок формирования инновационной стратегии малыми нефтяными компаниями Российской Федерации в 2010 г. по каждому из существенных оснований их классификации[6].

Исходя из стоимости их активов на 1 января 2010 г., приведем результаты распределения уровней существенности внутренних и внешних предпосылок формирования инновационной стратегии малыми нефтяными компаниями России (табл. 1).

Данные таблицы позволяют сделать следующие выводы: необходимость формирования инновационной стратегии, вызванная внешними предпосылками, в основном снижается при переходе от малых нефтяных компаний со стоимостью активов до 99 млн. долл. к компаниям, стоимость активов которых превышает 150 млн. долл. Это объясняется в первую очередь снижением конкурентного давления на малые нефтяные компании третьего типа и меньшего влияния политических предпосылок; необходимость формирования инновационной стратегии, вызванная внутренними предпосылками, в основном повышается при переходе от малых нефтяных компаний со стоимостью активов до 99 млн.

Таблица 1. **Результаты распределения уровней существенности внутренних и внешних предпосылок формирования инновационной стратегии малыми нефтяными компаниями России исходя из стоимости их активов на 1 января 2010 г., %**

Вид предпосылок	Виды малых нефтяных компаний			Среднее
	до 99 млн. долл.	100 - 150 млн. долл.	более 150 млн. долл.	
1. Внешние	67,80	66,45	60,15	64,80
1.1. Конкурентные	22,50	19,15	10,45	17,37
1.2. Экономические	12,30	15,90	18,20	15,47
1.3. Политические	15,40	12,50	9,40	12,43
1.4. Нормативно-правовые	9,60	9,60	9,60	9,60
1.5. Финансовые	4,80	6,10	9,30	6,73
1.6. Прочие	3,20	3,20	3,20	3,20
2. Внутренние	32,20	33,55	39,85	35,20
2.1. Финансовые	9,00	10,50	14,12	11,21
2.2. Организационные	11,40	7,80	6,90	8,70
2.3. Информационные	7,60	8,10	8,70	8,13
2.4. Экономические	3,20	4,40	5,60	4,40
2.5. Научно-технические	0,90	2,30	3,90	2,37
2.6. Прочие	0,10	0,45	0,63	0,39
Всего	100,00	100,00	100,00	100,00

долл. к компаниям, стоимость активов которых превышает 150 млн. долл. Основной причиной данного факта, в первую очередь, является увеличение влияния финансовых предпосылок внутреннего порядка, характеризующих возможность привлекать средства для реализации инновационных проектов. Также на данный процесс оказали влияние экономические, научно-технические и прочие предпосылки.

Приведем результаты распределения уровней существенности внутренних и внешних предпосылок формирования инновационной стратегии малыми нефтяными компаниями России, исходя из уровня их валовой выручки в 2010 г. (табл. 2).

На основе данных таблицы можно отметить, что с увеличением уровня валовой выручки малой нефтяной компании уровень существенности предпосылок, вызванных внешними причинами, снижается в основном за счет конкурентных и политических предпосылок. При этом достаточно заметно возросла существенность внешних предпосылок по экономическим и финансовым направлениям.

Воздействие нормативно-правовых предпосылок формирования инновационной стратегии

Таблица 2. **Результаты распределения уровней существенности внутренних и внешних предпосылок формирования инновационной стратегии малыми нефтяными компаниями России исходя из уровня валовой выручки, %**

Вид предпосылок	Виды малых нефтяных компаний			Среднее
	до 49 млн. долл.	50 - 100 млн. долл.	более 100 млн. долл.	
1. Внешние	67,80	66,45	60,15	64,80
1.1. Конкурентные	23,50	19,15	9,60	17,42
1.2. Экономические	11,20	15,90	19,30	15,47
1.3. Политические	15,40	12,50	9,40	12,43
1.4. Нормативно-правовые	9,60	9,60	9,60	9,60
1.5. Финансовые	4,90	6,10	9,05	6,68
1.6. Прочие	3,20	3,20	3,20	3,20
2. Внутренние	32,20	33,55	39,85	35,20
2.1. Финансовые	9,45	10,30	12,88	10,88
2.2. Организационные	8,90	9,00	10,02	9,31
2.3. Информационные	7,90	8,00	8,50	8,13
2.4. Экономические	3,80	3,90	5,50	4,40
2.5. Научно-технические	1,90	2,10	2,70	2,23
2.6. Прочие	0,25	0,25	0,25	0,25
Всего	100,00	100,00	100,00	100,00

Таблица 3. **Результаты распределения уровней существенности внутренних и внешних предпосылок формирования инновационной стратегии малыми нефтяными компаниями России исходя из среднесписочной численности сотрудников, %**

Вид предпосылок	Виды малых нефтяных компаний			Среднее
	до 49 чел.	50 - 100 чел.	более 100 чел.	
1. Внешние	67,80	66,45	60,15	64,80
1.1. Конкурентные	20,10	19,15	17,15	18,80
1.2. Экономические	15,20	15,90	16,00	15,70
1.3. Политические	11,90	11,90	11,90	11,90
1.4. Нормативно-правовые	9,60	9,60	9,60	9,60
1.5. Финансовые	8,10	6,70	2,10	5,63
1.6. Прочие	2,90	3,20	3,40	3,17
2. Внутренние	32,20	33,55	39,85	35,20
2.1. Финансовые	10,10	10,30	11,00	10,47
2.2. Организационные	8,25	8,75	12,10	9,70
2.3. Информационные	7,90	8,00	8,50	8,13
2.4. Экономические	3,80	3,90	4,30	4,00
2.5. Научно-технические	1,90	2,10	3,20	2,40
2.6. Прочие	0,25	0,50	0,75	0,50
Всего	100,00	100,00	100,00	100,00

Таблица 4. **Результаты распределения уровней существенности внутренних и внешних предпосылок формирования инновационной стратегии малыми нефтяными компаниями России исходя из степени их независимости в 2010 г., %**

Вид предпосылок	Виды малых нефтяных компаний			Среднее
	Высокая	Средняя	Низкая	
1. Внешние	59,25	65,65	69,49	64,80
1.1. Конкурентные	16,25	19,15	22,85	19,42
1.2. Экономические	14,90	15,10	15,70	15,23
1.3. Политические	7,50	11,90	15,84	11,75
1.4. Нормативно-правовые	9,60	9,60	9,60	9,60
1.5. Финансовые	8,10	6,70	2,10	5,63
1.6. Прочие	2,90	3,20	3,40	3,17
2. Внутренние	40,75	34,35	30,51	35,20
2.1. Финансовые	13,10	10,30	9,16	10,85
2.2. Организационные	11,00	8,75	7,50	9,08
2.3. Информационные	8,50	8,00	7,50	8,00
2.4. Экономические	4,50	4,10	3,80	4,13
2.5. Научно-технические	2,90	2,70	2,30	2,63
2.6. Прочие	0,75	0,50	0,25	0,50
Всего	100,00	100,00	100,00	100,00

малыми нефтяными компаниями России неизменно остается на уровне 9,6 %. Данное обстоятельство объясняется безотносительностью законодательной базы к уровню доходов той или иной малой нефтяной компании в 2010 г.

Ситуация относительно внутренних предпосылок остается аналогичной ситуации по предыдущему основанию классификации, с тем лишь отличием, что уровень существенности преимущественно возрастает при переходе от компаний с уровнем валовой выручки более 100 млн. долл.

Основной причиной данного факта, на наш взгляд, является неравномерное распределение количества малых нефтяных компаний (рис. 4).

Приведем результаты распределения уровней существенности внутренних и внешних предпосылок формирования инновационной стратегии малыми нефтяными компаниями, исходя из среднесписочной численности сотрудников, по данным 2010 г. (табл. 3).

Основными внешними предпосылками, обосновывающими внешние предпосылки формирования инновационной стратегии малой нефтяной компании, выступили конкурентные, экономические, политические и нормативно-правовые.

Наиболее существенными внутренними предпосылками, обосновывающими необходимость формирования инновационной стратегии малой нефтяной компании, выступили: финансовые, организационные, информационные.

Исходя из степени их независимости в 2010 г., приведем результаты распределения уровней существенности внутренних и внешних предпосылок формирования инновационной стратегии малыми нефтяными компаниями России (табл. 4).

На основе данных таблицы можно сделать вывод, что со снижением уровня независимости малой нефтяной компании от стратегического инвестора уровень существенности внешних предпосылок формирования инновационной стратегии в целом повышается. Данную тенденцию формирует совокупность конкурентных, экономических и политических предпосылок.

Уровень существенности предпосылок (практически по всем направлениям), вызванных внешними причинами, в целом понижается. Это объясняется тем, что малой нефтяной компании, обладающей возможностями внешнего стратегического инвестора, из данной области намного легче перенять методику и технологию в области стратегического планирования в инновационной сфере от данного субъекта, неся при этом минимальные затраты, относительно более независимой малой нефтяной компании.

Таким образом, можно сделать вывод, что наиболее существенными предпосылками формирования инновационной стратегии малыми нефтяными компаниями России практически по всем исследуемым видам являются внешние предпосылки, которые превосходят внутренние более чем в 1,86 раза.

---

[1] Компания Эксперт РА : аналитические материалы за 2010 г. : [офиц. сайт компании Эксперт РА, 2011]. URL: http:// www.raexpert.ru.

[2] См.: Компания Ernst & Young : аналитические материалы за 2010 г. : [офиц. сайт компании Ernst & Young, 2011]. URL: http:// www.ey.com/; Компания PKF : внутренние аналитические материалы по малым нефтяным компаниям Российской Федерации за 2010 г. : [офиц. сайт компании PKF, 2011]. URL: http:// www.pkf.com.

[3] Ассоциация малых и средних нефтедобывающих организаций в Российской Федерации “АссоНефть”: аналитические материалы за 2010 г. : офиц. сайт ассоциации малых и средних нефтедобывающих организаций в Российской Федерации “АссоНефть”, 2011]. URL: http:// www.assoneft.ru.

[4] Указанные основания для классификации малых нефтяных компаний Российской Федерации были сформированы на основе собранных и обобщенных нами данных в 2010 г.

[5] Ассоциация малых и средних нефтедобывающих организаций...

[6] Общие средние и частные данные по отдельным видам малых нефтяных компаний Российской Федерации могут не совпадать по причине неоднократного включения тех или иных компаний в разные основания для классификации.

Поступила в редакцию 02.12.2010 г.