

ВЛИЯНИЕ НАЦИОНАЛЬНОГО МЕНТАЛИТЕТА НА ЗНАЧИМОСТЬ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ПРЕДПРИЯТИЯ

Н. П. Драгун

Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого, Беларусь

Исторические причины, а также априорно присущие национальному менталитету особенности обуславливают то обстоятельство, что отечественные предприятия рассматриваются обществом и его отдельными членами как социально-экономические институты, важнейшей функцией которых является выполнение социальных обязательств. Это приводит к необходимости интеграции в систему управления конкурентоспособностью предприятия *принципа социальной ориентированности*, который требует, чтобы при принятии управленческих решений учитывались социальные функции, возложенные на предприятие, реализация которых должна рассматриваться, прежде всего, как фактор повышения его конкурентных преимуществ.

Нами установлено, что социальная ориентированность национальной экономики обуславливает необходимость обладания отечественными предприятиями таким конкурентным преимуществом, имеющим явное выражение в конкуренции на рынке производственных ресурсов, как *способность к выполнению социальных обязательств, возложенных на предприятие*, которое характеризует его способность выполнять социальные обязательства, а также степень привлекательности предприятия для государства (общества), отношения с которым необходимы для успешного осуществления хозяйственной деятельности в условиях конкуренции на рынке готовой продукции (таблица).

Сущность конкурентного преимущества «способность к выполнению социальных обязательств, возложенных на предприятие»

Характеристика	Сущность характеристики
Системная сущность	Характеризует эффективность процесса взаимодействия производственной системы с внешней средой
Причины выделения	1. Превращение предприятия в условиях перехода страны к постиндустриальному этапу развития из экономического в социально-экономический институт 2. Превращение трудовых ресурсов в главный фактор производства в экономике, затраты на подготовку которых должно нести не только государство, но и предприятия – получатели наибольшей выгоды от повышения качества трудовых ресурсов 3. Санкционирование государством (обществом) создания предприятия, прекращения его деятельности, решений об оказании государственной поддержки и др. определяется важностью социальной роли предприятия 4. Рассматриваемое конкурентное преимущество часто используется монополистами для обоснования доминирующего положения на рынке и предотвращения действий государства по его изменению
Источник формирования	Прибыль предприятия и совокупность направлений ее распределения и использования
Следствия наличия конкурентного преимущества	При прочих равных условиях является значимым в долгосрочном периоде фактором конкурентоспособности предприятия, поскольку позволяет повышать качество его трудовых ресурсов, обосновывает доминирующее положение на рынке и наличие рыночной власти, а также повышает привлекательность предприятия как объекта государственной поддержки и защиты от иностранных конкурентов

В результате проведенного нами регрессионного анализа взаимосвязи рассматриваемого конкурентного преимущества (значение которого взято с временным лагом один год) молочных предприятий Гомельской области и их конкурентоспособности в период 1999–2006 гг. и 2001–2006 гг. нами установлены следующие зависимости (1)–(2):

$$\hat{P}_{t,1999-2006}^{\text{рез}} = -0,19 + 0,51 \cdot \text{СУЦ}_{\text{соб},t-1}^{\text{оп}} + 0,87 \cdot \text{СУЦ}_{\text{гос},t-1}^{\text{оп}}, \quad (1)$$

$$\hat{P}_{t,2001-2006}^{\text{рез}} = -1,55 + 1,21 \cdot \text{СУЦ}_{\text{раб},t-1}^{\text{оп}} + 1,17 \cdot \text{СУЦ}_{\text{гос},t-1}^{\text{оп}}, \quad (2)$$

где $\hat{P}_t^{\text{рез}}$ – расчетное значение конкурентоспособности исследуемых молочных предприятий в период времени t ; $\text{СУЦ}_{\text{раб},t-1}^{\text{оп}}$, $\text{СУЦ}_{\text{соб},t-1}^{\text{оп}}$, $\text{СУЦ}_{\text{пот},t-1}^{\text{оп}}$, $\text{СУЦ}_{\text{гос},t-1}^{\text{оп}}$ – величина способности оцениваемых предприятий удовлетворять цели работников, собственников имущества, потребителей и государства соответственно в период времени $t - 1$.

Построенные регрессионные зависимости являются статистически значимыми, что подтверждается значением $F_{\text{набл}(1)}(8,46) > F_{\text{крит}}(2,84)$, $F_{\text{набл}(2)}(7,99) > F_{\text{крит}}(3,23)$ при $\alpha = 0,05$, а также значениями $t_{\text{набл}} > t_{\text{кр}}$ при коэффициентах регрессии и показателями их значимости, тестами на гетероскедастичность, автокорреляцию остатков ($DW = 2,32$ при $d_u = 1,652$ для зависимости (1), 1,97 и 1,674 для зависимости (2)), мультиколлинеарность, нестохастичность объясняющих переменных, нормальность распределения остатков (статистика Бера-Жарка $W = 4,93$ для зависимости (1) и 5,48 для зависимости (2) при критическом значении 5,99). Зависимость (1) позволяет объяснить 23,5 % вариации уровня конкурентоспособности исследуемых предприятий, а зависимость (2) только 22,2 %. Невысокая предсказательная сила зависимостей (1)–(2) связана с отсутствием в них независимых переменных, отражающих влияние внешних факторов, а также факторов краткосрочного действия.

Построенные нами регрессионные модели позволяют сделать следующие выводы:

1. Способность исследуемых предприятий к выполнению социальных обязательств является их значимым конкурентным преимуществом в долгосрочном периоде. При этом значимость отдельных элементов указанного преимущества (способность удовлетворять цели заинтересованных групп – работников, собственников имущества, потребителей и государства) изменяется с течением времени.

2. В течение 1999–2006 гг. существенно изменилась значимость отдельных элементов исследуемого конкурентного преимущества как факторов конкурентоспособности. Так, в период 1999–2006 гг. значимыми являлись способность предприятий удовлетворять цели собственников имущества и государства, а в период 2001–2006 гг. – работников и государства.

3. Зависимость между исследуемым конкурентным преимуществом и конкурентоспособностью рассматриваемых предприятий имеет линейную форму, что позволяет предположить линейную форму целевой функции присутствующих в моделях заинтересованных групп.

Таким образом, результаты проведенного нами исследования позволяют сделать вывод о необходимости наличия у отечественных предприятий социальной стратегии, включающей социальные цели, а также пути обеспечения и согласования интересов заинтересованных групп, прежде всего работников предприятий и государства.