

КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА МОЛОЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОМЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ

Н.П. Драгун

*Учреждение образования «Гомельский государственный
технический университет имени П.О. Сухого», Республика Беларусь*

Конкурентное преимущество – это сложный комплексный результат процессов реализации факторного уровня конкурентоспособности предприятия в процессе конкурентного взаимодействия на рынке, который обуславливает конкурентное поведение предприятия на нём и является целевым ориентиром в процессе управления конкурентоспособностью предприятия.

Конкурентное преимущество представляет собой комплексное выражение конкурентоспособности предприятия как его свойства с точки зрения управления им и выполняет две функции:

1. Является связующим звеном между факторным и результатным уровнями конкурентоспособности предприятия, то есть на практике управление результатным уровнем конкурентоспособности предприятия осуществляется посредством воздействия на величину его конкурентных преимуществ.

2. Является связующим звеном между факторным уровнем конкурентоспособности и используемыми в конкуренции на рынке методами, то есть способы конкурентного поведения предприятия на рынке определяются имеющимися или желаемыми конкурентными преимуществами.

Исходя из классификации инструментов конкуренции, можно выделить пять основных конкурентных преимуществ предприятия, разделяющихся на две группы по ременному периоду формирования результатного уровня конкурентоспособности:

а) формирующие результатный уровень конкурентоспособности в краткосрочном периоде: *высокий уровень эффективности использования производственных ресурсов; высокий уровень конкурентоспособности продукции (работ, услуг); наличие существенной рыночной власти;*

б) формирующие результатный уровень конкурентоспособности в долгосрочном периоде: *высокий уровень способности к адаптации в изменяющейся конкурентной ситуации; высокий уровень способности к удовлетворению целей заинтересованных групп предприятия (поставщиков ресурсов различных видов для него).*

Необходимо отметить, что наличие у субъекта конкуренции конкурентных преимуществ определяется не только факторным уровнем его конкурентоспособности, но и является результатом предшествующего конкурентного поведения на рынке.

Было проведено исследование величины конкурентных преимуществ и их влияния на результатный уровень конкурентоспособности в период 1999–2003 гг. у следующих молочных предприятий Гомельской области: ОАО «Молочные продукты», г. Гомель, ОАО «Калинковичский завод цельного молока», ОАО «Хойникский сыродельный комбинат», ОАО «Мозырские молочные продукты», ОАО «Го-

мельская фабрика мороженого», ОАО «Светлогорский молочный завод», ОАО «Буда-Кошелёвские сыры», ОАО «Рогачёвский молочно-консервный комбинат».

В результате регрессионного анализа взаимосвязи величины конкурентных преимуществ, формирующих результатный уровень конкурентоспособности в краткосрочном периоде исследуемых предприятий и их результатного уровня конкурентоспособности в период 1999–2003 г.г., была получена следующая зависимость (1):

$$P^{\text{рез}} = 172,9355 \cdot K_{\text{т}}^{2,8569} \cdot \text{Вл}^{1,7987}, \quad (1)$$

где $P^{\text{рез}}$ – расчётное значение результатного уровня конкурентоспособности исследуемых предприятий; $K_{\text{т}}$, Вл – величина конкурентоспособности продукции (работ, услуг) и рыночной власти, соответственно.

Анализ формы зависимости (1) и её статистики позволяет сделать следующие выводы.

1. Построенное регрессионное уравнение является статистически значимым. Предсказательная сила зависимости (1) достаточно высока, поскольку она позволяет объяснить 51,47 % вариации результатного уровня конкурентоспособности исследуемых предприятий.

2. Значимыми, с точки зрения влияния на результатный уровень конкурентоспособности исследуемых предприятий в краткосрочном периоде, являются конкурентоспособность продукции (работ, услуг) и рыночная власть. При этом зависимость между величиной данных конкурентных преимуществ и результатным уровнем конкурентоспособности степенная, а величина влияния положительная.

В результате регрессионного анализа взаимосвязи величины конкурентных преимуществ, формирующих результатный уровень конкурентоспособности в долгосрочном периоде исследуемых предприятий и их результатного уровня конкурентоспособности в период 1999–2002 г.г., была получена следующая зависимость (2):

$$P_t^{\text{рез}} = -1,7177 + 3,2887 \cdot \text{СУЦ}_{\text{пот},t-1}^{\text{оп}} + 0,5226 \cdot \text{СУЦ}_{\text{гос},t-1}^{\text{оп}}, \quad (2)$$

где $P_t^{\text{рез}}$ – расчётное значение результатного уровня конкурентоспособности исследуемых предприятий в период времени t ; $\text{СУЦ}_{\text{пот},t-1}^{\text{оп}}$, $\text{СУЦ}_{\text{гос},t-1}^{\text{оп}}$ – величина способности предприятия удовлетворять цели потребителей и государства в период времени $t-1$, соответственно.

Анализ формы зависимости (2) и её статистики позволяет сделать следующие выводы.

1. Построенное регрессионное уравнение является статистически значимым. Предсказательная сила зависимости (2) средняя, поскольку она позволяет объяснить 31,46 % вариации результатного уровня конкурентоспособности исследуемых предприятий. Невысокая предсказательная сила зависимости (2) связана с отсутствием в ней независимых переменных, отражающих влияние внешних факторов на результатный уровень конкурентоспособности в долгосрочном периоде.

2. Значимыми, с точки зрения влияния на результатный уровень конкурентоспособности исследуемых предприятий в долгосрочном периоде, являются способности предприятия удовлетворять цели потребителей и государства. При этом зависимость между величиной данных конкурентных преимуществ и результатным уровнем конкурентоспособности линейная, а величина влияния положительная.