

УДК 339.137.2:330

А. В. Ледницкий, зав. кафедрой, канд. экон. наук;
И. А. Сильванович, ассист. (БГТУ, г. Минск)

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ ХИМИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ И ПОДХОДЫ К ЕЕ ОПРЕДЕЛЕНИЮ

Конкурентоспособность является производным от термина «конкуренция». Данное понятие появилось сравнительно недавно, но, тем не менее, уже достаточно четко сформировалась два основных подхода к его определению: с точки зрения предприятия и с точки зрения продукции.

С точки зрения продукции, под конкурентоспособностью понимаются характеристики, которые отличают данный продукт от конкурентов как по степени соответствия конкретной общественной потребности, так и по затратам на ее удовлетворение.

С точки зрения предприятия, выделяется пять основных подходов к определению конкурентоспособности предприятия.

Первый подход заключается в определении конкурентоспособности предприятия как способности вести экономически эффективную деятельность. Сторонники данного подхода считают, что умение получить прибыль не ниже определенного уровня в условиях ограниченных экономических ресурсов и есть конкурентоспособность предприятия.

Второй подход заключается в определении конкурентоспособности как способности производить конкурентоспособную продукцию. Также стоит отметить, что оценку конкурентоспособности продукции дает потребитель. Конкурентоспособность предприятия, в свою очередь, оценивается самим производителем, который определяет для себя, насколько выгодно ему в данных условиях, на данном рынке заниматься производством и реализацией того или иного товара.

Третий подход к определению конкурентоспособности предприятия заключается в способности конкурировать, создавая и удерживая конкурентные преимущества. Производитель всегда должен делать акцент на собственные сильные стороны.

Четвертый подход заключается в способности реализовать эффективную бизнес-модель. Так как способность хозяйствующего субъекта выстроить и реализовать эффективную бизнес-модель обеспечивает более оперативную реакцию на изменяющиеся условия внутренней и внешней среды.

Пятый подход базируется на способности сохранять и улучшать свои позиции на рынке.