

ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СУЩНОСТИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ

О.С. Старченкова

Белорусская государственная сельскохозяйственная академия, grubok-3000@tut.by

Понятие «конкурентоспособность продукции» является относительно новым для белорусской действительности, поэтому с точки зрения определения его сущности необходимо внести уточнение самого термина «конкурентоспособность».

В общем случае термин «конкурентоспособность» определяется, как способность конкурировать, т.е. бороться или противостоять чему-либо [1, с.34].

Что касается «конкурентоспособности продукции», то на сегодняшний день нет четко сформулированной однозначной трактовки в силу многоаспектности применения данного понятия в различных отраслях знаний. До сих пор продолжаются дискуссии отечественных и зарубежных авторов по выбору не только базового понятия: предлагаемые определения конкурентоспособности продукции имеет общую направленность и не отражают особенности сельскохозяйственной продукции.

Для того, чтобы всецело раскрыть экономическую сущность конкурентоспособности продукции, нами проведен анализ данного определения. Результаты проведенного анализа литературных источников, посвященных данной проблеме показывают, что в настоящее время присутствуют несколько подходов, позволяющих объединить их в группы.

Одна группа авторов выделяет конкурентоспособность как совокупность признаков товара,

приписывая определенные сопоставимые свойства, но в которых отсутствует прямое упоминание об удовлетворяемых потребностях (Азрилиян А.Н., Селезнев А.З., Багиев Г.Л.).

Ко второй группе можно отнести определения, в которых при сопоставлении характеристик различных товаров учитываются и потребности потребителя (Олехнович Г.И., Колобова А.И., Коваленко А.И.).

Третью группу составляют определения, авторы которых рассматривают конкурентоспособность продукции, как относительную характеристику товара, отличающую его от аналогичного товара по степени соответствия одной и той же общественной потребности и затратам на удовлетворение этой потребности, включая все расходы, возникающие при его эксплуатации (Кураков Л. П., Еремеев В.Ф.).

К четвертой группе можно отнести определения, в которых конкурентоспособность характеризуется как способность продукции соответствовать сложившимся требованиям рынка в рассматриваемый период, то есть делается акцент на реальную реализацию товара (Ващекин Н.П., Светульников С.Г., Миронов М.Г., Климова Н.В.).

К пятой группе следует отнести определения, авторы которых стремятся раскрыть сущность конкурентной борьбы, подчеркивая, что конкурентоспособность продукции означает способность выдерживать конкуренцию (Кирсанова О.Г., Яшин Н.С., Чайникова Л.Н.).

Подытожив представленные мнения авторов, стоит отметить, что конкурентоспособность продукции обладает рядом свойств: динамичность; комплексность, относительность, индивидуальность, зависимость от стадии жизненного цикла, постоянная недостаточность.

Согласно Горбашко Е.А. [2, с.24], Тихонову Р.Н. [3, с.12], следует отметить, что конкурентоспособность продукции можно определить только в результате ее сравнения с другой продукцией (аналогом); обусловленностью определенным сегментом (нишей, местом): в этом смысле товар, конкурентоспособный на одном рынке, может оказаться совершенно неконкурентоспособным на другом. И зависит это от самых разных причин: от иной оценки каких-то свойств товара (у каждого покупателя свой индивидуальный критерий оценки удовлетворения своих собственных потребностей) до изменений в финансовых аспектах его приобретения.

Систематизировав различные точки зрения по данному понятию, мы определили, что конкурентоспособность продукции – это способность продукции удовлетворить требования потребителя необходимым качеством, разумной ценой, заслуженной репутацией, хорошей рекламой по сравнению с аналогичной продукцией, обеспечивая тем самым товаропроизводителям получение прибыли для организации расширенного воспроизводства при интенсивном использовании ресурсов.

Список использованных источников:

1. Чайникова, Л.Н. Конкурентоспособность предприятия: учеб. пособие / Л.Н. Чайникова, В.Н. Чайников. – Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007. – 192с.
2. Горбашко, Е.А. Менеджмент качества и конкурентоспособности : учеб. Пособие / Е. А. Горбашко. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 1998. – 207с.
3. Тихонов, Р.М. Конкурентоспособность промышленной продукции / Р.М. Тихонов. – М.: Изд-во стандартов, 1985. – 176 с.