мость, уменьшить сроки проведения проверок, избежать влияния человеческого фактора.

УДК 339.137:339.13

МАЛЫШ И.С.

РЕШЕНИЕ ПРОБЛЕМЫ НИЗКОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ

Конкурентоспособность продукции зависит от ряда факторов, влияющих на предпочтительность товаров и определяющих объем их реализации на данном рынке. Эти факторы можно считать компонентами конкурентоспособности и разделить на три группы: технико-экономические, коммерческие, нормативно-правовые факторы.

Для решения задачи о повышении конкурентоспособности отечественных предприятий необходимо решить, с одной стороны, проблемы технологического характера, тянущиеся еще со времен командной экономики, и с другой - проблемы нерациональной политики правительства. В связи с этим важно выделить причины конкурентного отставания.

Первым фактором является технологическое отставание предприятий Украины. Оно имеет два аспекта: первый - неконкурентоспособность отечественной продукции из-за несоответствия качественных характеристик самого продукта требованиям рынка; второй - при существующем рыночном спросе на продукт его высокая себестоимость по отношению к иностранным аналогам, в основе которой лежат высокие нормы расхода сырья и энергетики на единицу продукции.

Вторым серьезным фактором конкурентного отставания, связанного с государственной экономической политикой, являются высокие тарифы на энергетику и транспорт.

И наконец, третий - влияние налогового пресса.

Таким образом, теория и практика выводят рассуждения в область экономического поведения предприятия в отдельности и государственной и региональной политики в целом. Однако здесь нужно отметить, что при той силе давления, которая создается вышеперечисленными причинами, способ-

ность предприятия повысить свою конкурентоспособность на микроуровне ограничивается лишь возможностью смягчить условия при помощи точечных инвестиций, продуктивной политики предприятия и слияний.

Существует два типа конкурентных преимуществ: более низкие издержки и специализация. Под более низкими издержками понимается, не просто меньшая сумма затрат на производство, чем у конкурентов, а способность фирмы разрабатывать, производить и сбывать товар более эффективно, чем конкуренты. То есть необходимо организовать с меньшими затратами и в более короткие сроки весь цикл операций с товаром: от его конструкторской проработки до продажи конечному покупателю. Неспособность выстроить всю эту цепочку сведет на нет успех в любом из её звеньев.

Отдельные фирмы развивают свои операции по стратегии «уникальность и лидерство». Такие фирмы, как правило, являются пионерами в области изготовления отдельных видов продукции с уникальными свойствами.

Выбор наиболее подходящей стратегии конкуренции зависит от того, какими возможностями располагает предприятие. Если оно обладает устаревшим оборудованием, невысоко квалифицированными работниками и нет интересных перспективных технических новинок в запасе, но зато не слишком высока заработная плата и прочие затраты на производство, то наиболее подходит стратегия «ориентации на издержки» или «упор на издержки». Все зависит от того, на сколько широкой планируется быть номенклатура товаров.

Если же сырье и материалы обходятся очень дорого, но на предприятии есть хорошее оборудование, отличные конструкторские разработки или изобретения, а работники обладают высокой квалификацией, то возможно применение стратегии обеспечения конкурентоспособности за счет организации выпуска товаров уникальных или с таким высоким уровнем качества, который оправдает в глазах покупателей высокую цену.

Для интенсивного технологического подъема и построения такой структуры промышленности, которая бы обеспечила конкурентоспособность страны и ее экономическую безопасность, необходимо тонко соединить конкурентную стратегию предприятий с правительственной политикой, оказывающей влияние на структуру рынка, поведение субъектов и экономическую результативность. Причем в сложившихся условиях - при большем акценте на втором (т.е. на улучшении используемых инструментов государственной политики), чем на первом.