

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Чэнь Сюепэн, магистрант

Научный руководитель – **М.В. Молохович**, к.э.н., доцент
Белорусский государственный университет

Выпуск экономически эффективной и конкурентоспособной продукции – главная задача машиностроительных предприятий, приобретающая особую актуальность в условиях обострения конкуренции на рынке.

Конкурентоспособность продукции машиностроения является важным показателем уровня развития отрасли и осуществляемой в ней предпринимательской деятельности. Продукция машиностроения – это не только готовые изделия, но и отражение научно-технического потенциала страны, ее промышленного развития. С увеличением рыночной конкуренции возрастает важность повышения конкурентоспособности продукции машиностроительных предприятий как на международном, так и на региональном уровнях. Для преодоления существующих в настоящее время проблем требуется разработать долгосрочную стратегию развития машиностроительного комплекса, обеспечивающую удержание определенных рыночных позиций. Для этого необходимо разработать инструментарий повышения конкурентоспособности продукции его предприятий.

Эффективная система повышения конкурентоспособности продукции предприятий машиностроения основывается на системности внесения преобразований в различные аспекты их деятельности, такие как технологический, организационно-хозяйственный и социально-экономический [1].

Существуют четыре уровня развития машиностроительного комплекса, в зависимости от конкурентоспособности и наукоемкости выпускаемой продукции:

- производства четвертого уклада – традиционные отрасли машиностроения (энергетическое и электротехническое машиностроение, станкостроение, приборостроение, химическое и нефтяное машиностроение);
- производства третьего уходящего уклада – производство наиболее простой продукции, которая будет продаваться на рынке, пока на эту продукцию будет спрос;

- производства пятого технологического уклада (авиакосмическая промышленность, наукоемкое электромашиностроение, атомное машиностроение, промышленность телекоммуникаций и отрасль связи, включая электронно-информационный сектор, ракетостроение, оптическое приборостроение и другие отрасли, в основу развития которых положено широкое использование высоких технологий).

Факторы, влияющие на конкурентоспособность, могут быть объединены в несколько групп, таких как доля рынка, удовлетворенность потребителя, эффективность производства. Кроме того, необходимо учитывать дополнительные факторы, такие как:

– тип конкуренции – характеристики потребительских товаров, такие как цена и качество сегодня уже не являются определяющими при определении уровня конкурентоспособности;

– процессы в деятельности компаний – они характеризуются множественностью, поскольку происходят как внутри самой компании между отделами и цехами, так и за ее пределами во взаимодействии с другими участниками рынка;

– стратегия поведения на рынке – расширение производства или интенсивное расширение производства за счет внедрения инновационных продуктов, обеспечивающих, в том числе и формирование положительного делового имиджа компании [2].

По данным исследования, можно сделать вывод, что эти аспекты могут быть признаны ключевыми факторами, которые выделяют компанию в ведущую в сфере машиностроения, демонстрируя как количественное, так и качественное ее превосходство перед конкурентами. Осуществление производства необходимого объема продукции, соответствующей требованиям потребителей, важно для поддержания ее конкурентоспособности.

Качество продукции машиностроительных предприятий, наряду с ценой и дифференциацией, является важнейшим критерием ее конкурентоспособности. Анализ качества продукции машиностроительных предприятий в конкурентных условиях проводится по трем основным направлениям:

- анализ выполнения планов повышения качества и обновления машиностроительной продукции;

- анализ технического уровня выпускаемой машиностроительной продукции;

- анализ качества машиностроительной продукции.

Основными эксплуатационными показателями качества продукции машиностроения являются следующие:

- производительность;

- надежность;

- ремонтпригодность;

- уровень автоматизации;

- перспективная возможность их модернизации;

- эксплуатационные расходы и т.д.

Важнейшим решением многих проблем, с которыми сталкиваются машиностроительные предприятия, является развитие внутреннего рынка их продукции. Объем поступающих заказов определяет степень аккредитации предприятий. Расширение и развитие внутреннего рынка должно снять проблемы, связанные с существованием естественных монополий, и повысить конкурентоспособность машиностроительного комплекса в целом.

Вторым направлением решения проблем повышения конкурентоспособности продукции машиностроения является:

- технологическая модернизация предприятий этой отрасли;

- внедрение новых технологий, способных обеспечить повышение конкурентоспособности продукции;

- повышение финансовой устойчивости предприятий за счет их интеграции в крупные структуры;

- оптимизация производственной структуры предприятий за счет использования программного управления и роботизированных линий;

- более активное обновление основных фондов за счет инвестиций и государственного финансирования.

Третьим аспектом решения проблем является улучшение финансирования в этой сфере за счет:

- льготного кредитования производителей, которые инвестируют непосредственно в производство и развитие;
- освобождения от налогов реинвестированной прибыли;
- налоговых льгот и финансовой поддержки для стимулирования инвестиций [3].

Таким образом, обеспечение машиностроительным предприятиям возможности выпускать высококачественную и конкурентоспособную продукцию является важнейшей задачей современности. При этом основные меры по поддержке машиностроительных предприятий не должны быть направлены только на поддержку отдельных из них или на поддержку отдельных подотраслей машиностроения. Они должны быть направлены на развитие внутреннего рынка в целом и на содействие продвижению продукции машиностроения на внешние рынки.

Сделать машиностроительную продукцию востребованной на рынке, чтобы она пользовалась повышенным спросом – основная задача, стоящая сегодня перед машиностроительными предприятиями.

Список использованных источников

1. Арсеньева, Н.В. Методические аспекты разработки стратегии машиностроительных предприятий при выходе из кризиса / Н.В. Арсеньева, Л.М. Путяткина // Вестник университета. – 2021. – № 3. – С. 59–65.
2. Боткин, О.И. Формирование конкурентного потенциала машиностроительного комплекса региона / О.И. Боткин, И.В. Гребенкин // Экономика региона. –2014. – № 1. – С. 125–132.
3. Сергеев, А.А. Конкурентоспособность машиностроения: реальность и перспективы / А.А. Сергеев // Экономика. Налоги. Право. – 2014. – № 5. – С. 44–50.