

**Оценка и выбор стратегии выхода российских предприятий
машиностроения на международный рынок**

Калганов Игорь Иванович, магистр 2 – ого курса направления подготовки 38.04.02 СибГУ им. М.Ф. Решетнева, г. Красноярск, Россия

Научный руководитель – Аникина Юлия Анатольевна, кандидат экономических наук., доцент кафедры международного бизнеса СибГУ им. М.Ф. Решетнева, г. Красноярск, Россия

Аннотация. Статья является анализом возможностей выхода на международный рынок предприятий машиностроения. В работе рассматриваются состояние производства отечественных предприятий машиностроения, конкурентные преимущества производимой продукции и факторы, влияющие на экспортный потенциал машиностроительных предприятий. Целью является выявление основных стратегий выхода предприятий машиностроения РФ на внешний рынок.

Ключевые слова: машиностроение, международный рынок, промышленность, конкурентные преимущества, экспортный потенциал.

**Evaluation and choice of strategy of entering the international market by
Russian machine-building enterprises**

Annotation. The article is the analysis of opportunities of entering the international market of machine-building enterprises. The article deals with the state of production of domestic machine-building enterprises, competitive advantages of products and factors affecting the export potential of machine-building enterprises. The aim is to identify the main strategies of machine-building enterprises of the Russian Federation to enter the foreign market.

Keywords: engineering, international market, industry, competitive advantages, export potential.

Машиностроение – одна из самых сложных отраслей промышленной экономики любого государства, именно ею определяется степень развития научно-технического прогресса. Продукция таких предприятий отличается большой трудоемкостью и высокими затратами на научные исследования. В купе с металлообрабатывающей отраслью машиностроение образует отдельный машиностроительный комплекс экономической системы России.

В наши дни машиностроение занимает среди всех отраслей мировой промышленности первое место как по числу занятых, так и по стоимости продукции. Место и роль, которую эта отрасль занимает в народном хозяйстве страны, предопределяет во многом направление политики государства в области экономики [1, с. 355]. Так как машиностроение создает наиболее активную часть основных производственных фондов – орудия труда – влияние данной отрасли промышленности на темпы и направления научно-технического прогресса достаточно велико.

В настоящее время большинство успешно развивающихся компаний в конечном итоге задумывается о принятии такого серьезного для дальнейшего процветания решения, как расширение границ реализации своей продукции и выход на зарубежные рынки. Внешнеэкономическая деятельность является одной из важнейших сфер деятельности предприятий машиностроения [2, с. 378]. Выход на зарубежные рынки способствует развитию предприятий. Появляется возможность увеличить как количество производимой продукции, так и ассортимент, так как довольно часто зарубежные рынки требуют индивидуальных конструкторских разработок в виду отличающегося климата, требований безопасности, экологических норм и т.п.

У продукции, производимой на предприятиях машиностроения есть ряд особенностей, отличающих экспорт такой продукции от других отраслей: высокая трудоемкость технического процесса; протяженность производственных циклов продукции; опытное или экспериментальное производство; штучный и

мелкосерийный объем производства; необходимость экспортного контроля и лицензирования.

Отечественные предприятия машиностроения, как правило, представляют собой многофункциональные научно-производственные комплексы, которые помимо производства готовой продукции занимаются исследованиями и разработкой новых технологий. Большая часть действующих предприятий этой отрасли были созданы еще во времена планового хозяйства, на основе имевшихся ресурсов. В настоящее время часть этих ресурсов устарела или исчерпана [3, с.3]. Подавляющее число производств требует модернизации. Вдобавок, имеет место значительная зависимость от импорта комплектующих, не имеющих аналогов в России. Отечественные станки и оборудование технологически отстают от зарубежных, негативно влияя как на качество продукции, так и на издержки производства. Соответственно, для увеличения качества продукции станки приходится закупать за рубежом.

Вследствие того, что курс российского рубля за последние несколько лет упал почти вдвое [4], издержки многих российских машиностроительных заводов выросли практически пропорционально в 1,5 – 2 раза. Причина заключается в том, что уровень локализации некоторых российских заводов ниже 50%. Локализация по-прежнему остается главной темой для заводов, производящих технику в России, или собирающихся основать здесь свое производство.

На заводах, где уровень локализации стремится к 100 %, качество продукции оставляет желать лучшего и абсолютно неконкурентоспособно не то что на зарубежных рынках, но и на российском рынке. Основное преимущество большинства машин российского производства на данном этапе развития отечественного машиностроения – цена [5]. И после падения курса рубля это преимущество только усилилось, так как импортные машины подорожали значительно сильнее российских.

Рассмотрим ситуацию, сложившуюся в отрасли тяжелого машиностроения после падения курса рубля. На предприятиях с локализацией производства

близкой к 90% издержки выросли незначительно, соответственно незначительно выросла и стоимость производимой продукции, качество не изменилось. Для российского рынка стоимость техники, производимой на таком заводе выросла, но не так сильно, как импортная техника и на фоне продукции конкурентов машины, произведенные на таком заводе, стали еще более доступными по цене. Для международного рынка стоимость машин, производимых на таком заводе, подешевела и подешевела значительно, в то время как стоимость продукции конкурентов не изменилась. Значит, что у такой продукции появились предпосылки на увеличение спроса и, не смотря на низкое качество машин, с целью экономии средств многие заказчики могут закупать такую технику, несмотря на риск поломок и выхода из строя.

Рассмотрим предприятия, где уровень локализации производства близок к 10%. Как правило, это зарубежные компании, основавшие своё производство на территории Российской Федерации. Стоимость машин на таких заводах до падения курса рубля была немного ниже, чем аналогичной импортной продукции, а качество идентичное. Для потребителей машины, произведенные на таких заводах, были выгоднее, при этом качество было высокое. После падения курса рубля, издержки выросли практически пропорционально снижению рубля. Так же выросла и цена. В итоге машины всё так высокого качества и всё еще стоят дешевле импортных.

Третий вид машиностроительных предприятий – заводы с уровнем локализации 40-60%. Как правило, на таких заводах используются собственные ноу-хау, российские металлоконструкции и зарубежные комплектующие. Качество машин на таких заводах не уступает зарубежным аналогам, а стоимость ниже. В связи с падением рубля, цена таких машин на российском рынке выросла примерно в половину. На внешнем же рынке стоимость таких машин уменьшилась. Благодаря падению курса рубля, конкурентные преимущества такой техники увеличились. Теперь, при сопоставимом качестве, цена

значительно ниже цен конкурентов и продукция завода будет пользоваться большим спросом.

Таким образом, для предприятий с высоким уровнем локализации в настоящее время крайне важным являются инвестиции в модернизацию производства, в усиление контроля над качеством продукции и в повышение аттестации конструкторских бюро. В таком случае машины, производимые на отечественных заводах будут конкурентоспособными как на внутреннем рынке, так и на внешнем и продукция будет пользоваться большим спросом за рубежом. Предприятия с малым уровнем локализации могут осваивать новые виды производства и инвестировать в смежные производства внутри страны, тогда уровень локализации вырастет, а вместе с ним и конкурентоспособность продукции на внешнем рынке.

Для машиностроительных заводов с уровнем локализации 40-60% сейчас самое подходящее время заявить о себе на зарубежных рынках. Для этого необходимы инвестиции в международный маркетинг и рекламу за рубежом. В целом отрасли машиностроения в России необходимо: внедрение новейших технологий производства; повышение уровня квалификации персонала; государственная поддержка и стимулирование внешнеэкономической деятельности российских предприятий; инвестиции в модернизацию станков и оборудования.

Список использованных источников

1. Международный студенческий научный вестник №4. – 2015. – С. 355-357.
2. Табачный Е. М., Абашева А. А. Оценка и выбор стратегии выведения машиностроительной продукции на зарубежный рынок // Молодой ученый. — 2017. — №17. — С. 378-383.
3. Фокина Д.А., Белякова Г.Я. Факторы формирования экспортного потенциала машиностроительного предприятия // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 3.
[Электронный ресурс] - Режим доступа: [https :// www.science-education.ru / ru / article / view?id=13168](https://www.science-education.ru/ru/article/view?id=13168) (дата обращения: 22.11.2017).
4. Официальный сайт «Центральный банк Российской Федерации»
[Электронный ресурс] – Режим доступа: [https: // www.cbr.ru](https://www.cbr.ru) / (Дата обращения: 21.11.2017)
5. Аникина Ю.А., Рагозина М.А. Инструменты стратегического планирования производственной программы предприятий оборонно-промышленного комплекса // Вестник Красноярского государственного аграрного университета. – 2015. – № 4. С. 189.