

предусматривать анализ всех факторов, которые влияют на формирование условий устойчивого экономического развития страны на всех этапах расширенного воспроизводства и на всех уровнях конкуренции, а именно, предприятия, отрасли, формы экономической деятельности, экономики в целом.

#### Литература

1. Абалкин Л.И. Конечные народнохозяйственные результаты. Сущностные показатели, пути повышения [Текст] / Л.И.Абалкин // Научная библиотека диссертаций и авторефератов. – М.: Экономика, 2013. – 186 с.
2. Розенберг Г.С., Черникова С.А., Краснощеков Г.П., Крылов Ю.М., Гелашвили Д.Б. Мифы и реальность «устойчивого развития» [Текст] // Проблемы прогнозирования. -2014. – №2. – С.130-154.

УДК 338.242

## ВЛИЯНИЕ ПАРТНЕРСКОЙ СРЕДЫ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ МАШИНОСТРОЕНИЯ

*к.э.н., доц. Парфенова Е.Н., магистрант Сахтинова И.А.  
Белгород, Россия*

*Белгородский государственный национальный исследовательский университет*

**Аннотация:** исследование закономерностей взаимодействия различных факторов, оказывающих влияние на конкурентоспособность машиностроительных предприятий. Выявлены проблемы использования активов на машиностроительных предприятиях, а также резервы совершенствования деятельности машиностроительного предприятия, которые основаны на использовании маркетингового подхода в изучении партнерской среды для выявления направлений развития. Сделан вывод, что изучение и улучшение партнерских отношений повысит конкурентоспособность машиностроительных предприятий.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, потенциал, партнерская среда, маркетинговый подход, экономическая эффективность, предприятия машиностроения

## THE IMPACT OF THE ENVIRONMENT ON THE COMPETITIVENESS OF THE PARTNER ENTERPRISES OF MECHANICAL ENGINEERING

*C.e.s, A.P. Parfenova E.N., undergraduate Sahtinova I.A.  
Belgorod, Russia*

*Belgorod State National Research University*

**Abstract:** study patterns of interaction between the various factors influencing the competitiveness of machine-building enterprises. The problems of the assets in the machine-building enterprises, as well as reserves of perfection of activity of the machine-building enterprises, which are based on the marketing approach in the study of the environment to identify the partner areas for development. It is concluded that the study and improvement of the partnership will enhance the competitiveness of machine-building enterprises.

**Keywords:** competitiveness, potential, partner Wednesday, marketing approach, economic efficiency, enterprise engineering.

Для экономики в долгосрочной перспективе важным является развитие предприятий машиностроительной отрасли. В промышленности машины и оборудования занимают большую долю. Около 20 % в структуре обрабатывающей промышленности в Российской Федерации занимают эти предприятия. Кроме того, эти предприятия обеспечивают во всем народном хозяйстве техническую оснащенность производственных процессов [1, с.120].

В сложившихся условиях экономики отношения между предприятиями, создающими виды продукции машиностроения, можно охарактеризовать как изменчивые и неопределенные. В связи с этим, для того, чтобы быстро реагировать на разнообразные изменения, которые происходят на рынке, необходимо создать условия для соразмерного управления конкурентоспособностью предприятия.

Созданные конкурентные преимущества будут определять конкурентоспособность предприятия. М.Портер разработал теорию конкурентных преимуществ, по которой конкурентоспособность оценивается только в границах одной отрасли. Поэтому конкурентоспособность представляет собой относительную категорию.

На сегодняшний день существует большое количество трактовок понятия «конкурентоспособность», но, тем не менее, их можно объединить в группы по следующим классификационным признакам, оказывающие весомое влияние на исследуемую категорию:

- конкурентоспособность товара;

- доля рынка;
- удовлетворенность потребителя;
- эффективность производственного процесса.

Помимо этого, необходимо учитывать еще дополнительные факторы, которые также будут влиять на конкурентоспособность.

Во-первых, для машиностроительной отрасли характерен тип монополистической конкуренции [2, с.126]. Здесь потребительские характеристики продукции, такие как цена и качество, не являются преобладающими при определении конкурентоспособности того или иного предприятия.

Во-вторых, процессы, которые протекают в деятельности предприятий машиностроения, характеризуются множественностью, так как они происходят и внутри самого предприятия между отделами и цехами, так и за его пределами с другими участниками рынка.

И в-третьих, развитие предприятия на рынке может осуществляться по двум направлениям, путем дифференциации продукции, т.е. экстенсивным наращиванием своего производства, или интенсивным наращиванием производства, путем выпуска инновационной продукции, которая обеспечит предприятию деловой имидж.

Отсюда следует, что эти факторы можно отнести к критериям, которые покажут количественное и качественное преимущество предприятия перед своими конкурентами в машиностроительной отрасли, при этом будут проявляться в выпуске необходимого количества продукции, удовлетворяющей требованиям потребителям по качественным и стоимостным характеристикам, т.е. наиболее полно соответствующей рынку.

Такое превосходство над конкурентами может быть достигнуто лишь при интенсификации всей деятельности предприятия, и, кроме того, они должны соответствовать стратегическим целям и требованиям эффективности. При этом эффективность предприятия машиностроительного комплекса относится к одному из главных параметров определения уровня конкурентоспособности, так как она тесно связана со спросом. Так в показатель эффективности входит прибыль предприятия, которая формируется из выручки, при этом, общий оборот точно определяет уровень спроса на продукцию, которую реализует машиностроительное предприятие.

На сегодняшний день предприятия машиностроительного комплекса обладают низкой эффективностью использования активов и, вследствие этого, низкой эффективностью использования собственного и заемного капитала.

Кроме того, доля затрат на сырье и материалы в себестоимости продукции составляет до 85 %, поэтому производство на этих предприятиях относится к материалоемким. Это можно объяснить сложностью производимой продукции.

Но длительность производственного цикла несет в себе определенные риски, которые связаны с экономической конъюнктурой и рыночной нестабильностью. Цифровые значения длительности цикла производства отображаются в показателе – оборачиваемость оборотных активов. Так в 2014 году коэффициент оборачиваемости оборотных средств на предприятиях, производящих электрооборудование и электронное и оптическое оборудование, составил 228,5 дней, а для предприятий, производящих оборудование и транспортные средства составил – 239,2 дня, что значительно превышает показатель в обрабатывающей промышленности в целом, который равен 174 дням.

Эффективность использования активов на машиностроительных предприятиях очень низкая. На конец 2014 года уровень рентабельности для предприятий, производящих электрооборудование, электронное и оптическое оборудование, составил 2,37%, а для предприятий, производящих оборудование и транспортные средства, – 0,48 % . Если рассматривать этот показатель по другим отраслям, то он значительно выше. Так рентабельность активов предприятий обрабатывающих отраслей также на конец 2014 года составила 3,35 %, для предприятий отрасли добычи полезных ископаемых – 10,38 %, для оптовой и розничной торговли – 3,58 %.

Поэтому увеличение эффективности использования активов для предприятий машиностроительного комплекса является важнейшей задачей для обеспечения развития всей отрасли.

Для того, чтобы определить уровень использования ресурсов используется оценочный критерий – потенциал. Под потенциалом в научной школе понимаются такие ресурсы (возможности), которые имеются у предприятия. Этими ресурсами можно будет воспользоваться всякий раз, когда наступит какое-либо событие или предприятие будет совершать какие-либо действия. Но этот критерий не отражает системность функционирования предприятия. Поэтому необходимо рассматривать процессы управления этими ресурсами, которые позволят им эффективно взаимодействовать. Сам производственный процесс является важным и неотделимым участком деятельности любого машиностроительного предприятия, но не может дать характеристику ему как элементу экономических отношений. Предприятию еще необходимо сбывать свой продукт, обеспечить свою деятельность денежными ресурсами, а, кроме того, организовать так работу всех своих подразделений, чтобы добиться эффективного использования ресурсов, имеющихся у предприятия [4, с.128].

Таким образом, учитывая тот факт, что при переходе к рыночной экономике изменилась модель экономической системы хозяйствования, в результате чего произошло увеличение количества факторов, которые будут влиять на потенциал предприятия. Учитывая результаты проведенного исследования, можно

сгруппировать все факторы, которые будут определять состав и структуру потенциала машиностроительного предприятия:

- 1) материальные (ресурсные) составляющие потенциала;
- 2) функциональные составляющие потенциала, отражающие разделение предприятия на отдельные подразделения, которые выполняют разные функции;
- 3) организационные составляющие потенциала, отражающие конкретное организационное построение предприятия и взаимодействующие механизмы всех функциональных подразделений [4, с. 129].

При этом, в рыночных условиях функционирования предприятия невозможно отслеживать процессы, которые будут осуществляться внутри его, необходимо учитывать влияние внешних факторов, связанных с конкурентными процессами, происходящими в отрасли, регионе и стране в целом.

Учитывая этот факт, неправомерным является исследование только совокупность потенциала предприятия без учета влияния внешних факторов на машиностроительное предприятие [5, с.77]. Важные факторы, которые влияют на процесс формирования условий, обеспечивающих необходимый уровень конкурентных преимуществ, находятся в партнерской среде.

В настоящее время связи между субъектами рынка представляют собой очень многогранный процесс, который характеризует приспособление деятельности каждого участника рынка к интеграционным процессам. В результате такого тесного взаимодействия формируется инфраструктура, которая меняет предпринимательскую среду и увеличивает ее географические владения.

Единство процессов производства, реализации и потребления, которые происходят одновременно у разных участников рынка, являются специфическим выражением удовлетворения потребности от взаимосвязи этих субъектов с рынком.

Предприятие, вступая в контакт с внешней средой, получает информацию о происходящих событиях на конкретном рынке и составляет необходимый алгоритм действий по реализации принятого решения о взаимодействии.

Партнерами производителя выступают постоянные потребители его продукции, которые заинтересованы в развитии предприятия, его платежеспособности и дальнейшей деятельности в определенной сфере предпринимательства. Поэтому на промышленном рынке B2B потребители-производители взаимодействуют с менеджерами партнера. Любое машиностроительное предприятие-изготовитель, получая положительный финансовый результат за счет своих клиентов, стремится больше тратить финансовых ресурсов на удовлетворение растущих запросов, сохраняя их лояльность.

Учитывая вышеизложенное, можно представить структуру конкурентного потенциала, отражающего взаимодействие всех факторов внутренней и внешней среды, а также влияние партнерской среды на внутренние процессы предприятия (рисунок).



Рис. Структура конкурентного потенциала предприятия

Полноценность отношений на деловом рынке формируется в процессе взаимодействий между участниками рынка и основывается на ценности продукции, сервисном обслуживании и выгодном сотрудничестве. По этой причине можно предположить, что если взаимодействие и общение является ценным и выгодным, то взаимодействующие стороны будут очень стремиться улучшать качество своего сотрудничества и развивать долгосрочные отношения.

В этой связи представляется возможным рассматривать частную характеристику «качество сотрудни-

чества бизнес-партнеров», выраженную удовлетворенностью предприятий-потребителей, как комплексную оценку взаимоотношений потребителя и производителя, соизмеримую с его ожиданиями. Кроме того, стремление предприятия к поддержанию хороших отношений с клиентами будет способствовать улучшению технических и потребительских характеристик выпускаемой продукции, и как результат, повысит конкурентоспособность самого машиностроительного предприятия. Для выявления степени удовлетворенности клиентов отношениями со своими бизнес-партнерами машиностроительному предприятию необходимо проводить маркетинговые исследования по разным аспектам сотрудничества. Это поможет в дальнейшем снизить недовольство клиентов и повысить межфирменные партнерские отношения, а, в конечном счете, получить превосходство над конкурентами [6, с.177].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что политика формирования межфирменных связей, которые представляют собой основу делового партнерства, является одним из элементов стратегии предприятия и выступает в качестве фундамента успешной конкурентной борьбы.

#### Литература

1. Аренков, И.А. Конкурентный потенциал предприятия: модель и стратегия развития [Текст] / И.А. Аренков, Я.Ю. Салихова, М.А. Гаврилова // Проблемы современной экономики.- 2011. – № 4. – С. 120-125.
2. Боткин, О.И. Формирование конкурентного потенциала машиностроительного комплекса региона [Текст] / О.И. Боткин, И.В.Гребёнкин // Экономика региона. – 2014. – № 1. – С. 125-132.
3. Ламбен, Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок [Текст] / Ж.-Ж. Ламбен, Р. Чумпитас, И. Шулинг. – СПб.: Питер, 2011. – 720 с.
4. Романова, О.С. Концепция формирования конкурентного потенциала предприятия [Текст] / О.С. Романова // Современная конкуренция. – 2007. – № 6. – С. 127-135.
5. Фасхиев, Х.А. Определение конкурентоспособности предприятия [Текст] / Х.А. Фасхиев // Маркетинг в России и за рубежом, 2009. – № 4 (72). – С. 75-83.
6. Фатхутдинов, Р.А. Управление конкурентоспособностью организации [Текст] / Р.А. Фатхутдинов. – М.: Маркет ДС, 2008. – 208 с.

УДК 338.2

## ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОБЛЕМЫ ЦИКЛИЧНОСТИ МАКРОЭКОНОМИКИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

*Свиридова Д.Б., Сторожук Р.С.  
и. рук. Чистникова И.В.  
Белгород, Россия*

*Белгородский государственный национальный исследовательский университет*

**Аннотация:** Статья посвящена теоретическому исследованию проблемы циклического развития макроэкономики. В работе охарактеризованы причины кризисов и циклов в экономике.

**Ключевые слова:** цикличность макроэкономики, экономический цикл, причины экономических циклов

## THEORETICAL ASPECTS OF THE PROBLEM OF CYCLICITY OF MACROECONOMICS IN A MODERN SOCIETY

*Sviridova D.B., Storozuk R.S.  
Belgorod, Russia  
Belgorod state national research University*

**Abstract:** the article is devoted to the theoretical study of the problem of cyclic development of macroeconomics. In the work described causes of crises and cycles in the economy.

**Key words:** cyclicity of macroeconomics, the business cycle, the causes of economic cycles

Цикличность как форма развития экономических процессов является одной из актуальных проблем экономической науки. Теория экономических циклов выявила в настоящее время множество циклов, характеризующихся различной продолжительностью колебаний динамики ВВП, объясняемых разными механизмами и факторами, проявляющихся в разных сферах экономики (промышленные, строительные и т.д.).

Современное общество стремится к постоянному улучшению уровня и условий жизни, которые может обеспечить только устойчивый экономический рост. Однако долговременный экономический рост не является равномерным, а постоянно прерывается периодами экономической нестабильности.

Рыночная экономика обладает склонностью к повторению экономических явлений, что позволяет выявить «циклический» характер её развития.