

*А.С. Головачев
М.А. Головачева
Н.В. Юрова*

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ И ПРОДУКЦИИ

Аннотация: Рассматриваются общие и отличительные черты прогноза и плана, понятие «прогнозирование стратегической конкурентоспособности предприятия», факторы, показатели и методы прогнозирования конкурентоспособности продукции. Предлагаются меры по совершенствованию системы нормативно-правового обеспечения процессов конкурентоспособности предприятий. Раскрываются методы оценки рисков при прогнозировании конкурентоспособности предприятий и продукции.

Ключевые слова: Прогнозирование стратегической конкурентоспособности, цель, задачи, показатели, методы, система нормативно-правового прогнозирования конкурентоспособности, оценка риска при прогнозировании.

PREDICTION OF THE STRATEGIC COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES AND PRODUCTS

Abstract: The article studies both common and distinctive features of prediction and planning, describes the notion “prediction of strategic competitiveness of enterprises”, examines factors, indicators and methods of prediction of products competitiveness. The article offers measures to improve the regulatory system of companies’ competitiveness support. The article reveals methods of risk assessment when predicting the competitiveness of enterprises and products.

Keywords: prediction of strategic competitiveness, goal, objectives, indicators, methods, regulatory system of competitiveness prediction, risk assessment in predicting

* Статья поступила в редакцию 8 февраля 2012 г.

Актуальность проблемы. К понятиям «плана» и «прогноза»

В развитии теории прогнозирования и планирования экономики Республики Беларусь наступило определенное успокоение и затишье. Это обусловлено большими научными наработками, которые были осуществлены в период плановой экономики.

Однако ситуация в экономике страны за последние годы существенно изменилась. Беларусь одновременно осуществляет не только переход к рыночным отношениям, но и к инновационной экономике. Внешне-экономическая деятельность ведется в условиях ужесточения меж-

дународной конкуренции. В организации производства появляются такие организационно-экономические и правовые формы, как транснациональные корпорации, кластеры, холдинги, современные производственные объединения, государственно-частное партнерство, формирование и развитие которых требует прогрессивных методических подходов к прогнозированию и планированию экономики, нового их правового обеспечения. Уточняется цель предприятия. Традиционное понимание формирования прибыли (как разницы между суммой реализации и себестоимостью) дополняется системой современных условий повышения многоуровневой конкурентоспособности экономики (страны, регионов, отраслей, предприятий) *на основе создания новых форм организации производства и инновационно-инвестиционного развития*. Все это определяет актуальность проблемы прогнозирования и в целом управления конкурентоспособностью экономики на всех уровнях управления. Актуальность данной проблемы усиливается тем, что в накопленном научном багаже отсутствует адекватная стратегическим направлениям развития экономики методология и методы прогнозирования и планирования конкурентоспособности. Наряду с этим смежные направления науки (стратегический и инновационный менеджмент, стратегический маркетинг, стратегическое управление) в заметной мере продвинулись вперед [5], [12]. Традиционное прогнозирование иногда подменяется стратегическим управлением, что является следствием отсутствия методологии современного прогнозирования, в результате нарушается преемственность планов и прогнозов.

Уместно отметить, что взаимосвязь и преемственность прогнозирования и планирования как элементов системы управления конкурентоспособностью состоит в том, что прогнозирование создает одну из обязательных предпосылок научно-обоснованного планирования. По времени упреждения прогнозирование классифицируется на *текущее* (когда не ожидается существенных изменений исследуемого объекта и имеются частные количественные оценки), *краткосрочное* от 1 до 5 лет (общие количественные оценки), *среднесрочное* на 5–10 лет (количественно-качественные оценки), *долгосрочное* на 10–20 лет (качественно-количественные оценки). План и прогноз – это взаимодополняющие стадии при определяющей роли планирования как ведущего звена управления [10].

Отмечая общее и преемственность понятий «прогнозирование» и «планирование», следует различать и их отличия по выполняемым функциям. Суть этих отличий состоит в том, что планирование есть процесс принятия и практического осуществления плановых управленческих решений, тогда как прогнозирование призвано формировать научные предпосылки таких решений. При этом любое планирование – стратегическое, краткосрочное, оперативное – должно быть обеспечено упреждающим прогнозированием. Поэтому стратегическое планирование нуждается также в соответствующем прогнозировании. Наряду с общим различием понятия «план» и «прогноз» имеют следующие особенности:

- система плановых показателей конкурентоспособности должна соответствовать задачам, структуре и требованиям управления предприятием, прогноз же должен быть максимально адекватен перспективным организационно-экономическим и правовым тенденциям в экономике;

- содержательный характер планирования конкурентоспособности предполагает его адресность (страна, регион, отрасль, предприятие), прогнозирование же может не иметь, например, такого конкретного адреса, как предприятие;

- план отличается от прогноза значительно большей детерминированностью. Прогноз же по своему характеру является *вероятностным* предвидением уровня конкурентоспособности и основных средств его достижения;

- процесс планирования носит вариантный характер, однако сам план – это уже выбранный вариант развития, подлежащий практической реализации. Прогноз же является вероятностным предвидением лишь на уровне прогнозирования объективных закономерностей развития конкурентоспособности [11].

Сущность прогнозирования стратегической конкурентоспособности предприятия

Ускоренные темпы НТП и усиление конкуренции на мировом рынке постоянно ориентируют производителей на создание такой продукции, которая бы *в будущем* к моменту ее промышленного выпуска характеризовалась относительно высоким качеством, низкой ценой потребления и лучшими бытовыми и сервисными свойствами по сравнению с аналогичными продуктами-конкурентами. Это, во-первых. Во-вторых, обеспечение стратегического уровня конкурентоспособ-

ности связано с реализацией долговременной политики формирования инвестиций и на их основе – инновационного развития предприятия, что связано с необходимостью использования при прогнозировании конкурентоспособности временного лага 10–15 и более лет. Поэтому в современных условиях производитель за ряд лет до производства новой, модернизированной продукции вынужден прогнозировать и планировать потенциальный уровень стратегической ее конкурентоспособности, предусматривать меры по ее обеспечению. Уровень ее должен быть стратегически упреждающим. При расчете необходимо учитывать комплекс факторов риска внешней среды, будущие изменения а) на рынке, б) в системе государственного и межгосударственного регулирования конкурентоспособности экономики.

Потенциальный (прогнозный или планируемый) уровень стратегической конкурентоспособности продукции – это уровень конкурентоспособности, которым должна обладать новая, модернизированная или существующая продукция в будущем в сравнении с прогнозным (планируемым) уровнем продукции конкурента [2].

Прогнозирование стратегической конкурентоспособности предприятия сводится к установлению прогнозных показателей конкурентоспособности отечественной продукции в сравнении с аналогичной продукцией конкурентов, которые (показатели) будут использованы для разработки экономически выгодных видов продукции на основе выявления и обеспечения перспективных требований потребителей к номенклатуре, ассортименту и качеству продукции, определения научно-технических, инновационно-инвестиционных и экономических возможностей предприятия в будущем.

Целью прогнозирования стратегической конкурентоспособности предприятий является разработка научно-обоснованных тенденций в уровне их конкурентоспособности, развитии основных направлений повышения качества продукции и снижения затрат на ее производство с учетом: а) реализации государственной инновационно-инвестиционной политики, программ социально-экономического и инновационного развития страны и регионов, проведения научно-исследовательских, опытно-конструкторских работ и развития системы стратегического менеджмента и б) тенденций мировой экономики. *Целью прогнозирования второго уровня страте-*

гической конкурентоспособности предприятий является системная и комплексная разработка научно-обоснованных тенденций в области формирования системы конкурентных преимуществ предприятий с учетом результатов прогнозирования стратегической конкурентоспособности страны, регионов и отраслей, основных направлений инновационно-инвестиционного развития, НИОКР, повышения качества продукции и снижения затрат на ее производство, использования принципов стратегического менеджмента и маркетинга и современных методов продвижения товаров на мировой рынок.

К основным *принципам прогнозирования стратегической конкурентоспособности предприятий* относятся системность и комплексность, предполагающие взаимоувязанность прогноза показателей конкурентоспособности и экономического развития; непрерывность и корректировку прогнозов; вариантность: как по результатам, так и по факторам; адекватность теоретическим аналогам; оптимальность соотношения полезного эффекта и предполагаемых затрат [12], [13].

Прогнозирование конкурентоспособности продукции служит не только инструментарием выбора стратегического направления развития предприятий, но и открывает инновационные пути совершенствования управления производством, качественных характеристик продукции и существующих технологий ее изготовления, что содействует выходу отечественных производителей в будущем на конкурентные и, прежде всего, – мировые рынки.

К современным задачам прогнозирования конкурентоспособности предприятия следует отнести [12], [13]:

- количественный и качественный анализ тенденций развития национальной и мировой экономики, организационно-экономических форм предприятий и корпораций, показателей качества продукции и затрат, используемых при разработке перспективных планов показателей конкурентоспособности;

- вероятностное, альтернативное предвидение будущего развития экономики предприятия, учитывающее цели прогнозирования стратегической конкурентоспособности экономики страны, регионов, отраслей и предприятий;

- оценку возможностей и последствий воздействия изменений во внешней среде (потребностей рынка, государства и будущего поведения конкурентов) на тенденции развития конкурентоспособности предприятия;

– выявление основных экономических и научно-технических тенденций, оказывающих влияние на полезный эффект потребителей от повышения стратегической конкурентоспособности продукции в процессе ее личного или производственного потребления;

– выбор показателей, оказывающих существенное влияние на уровень стратегической конкурентоспособности предприятия;

– выбор метода прогнозирования конкурентоспособности и периода упреждения прогноза;

– прогнозирование показателей качества новой продукции во времени с учетом влияющих на них факторов;

– оптимизацию прогнозных показателей соотношения качества продукции и затрат на ее производство по критерию максимизации полезного эффекта при минимальных совокупных затратах за весь жизненный цикл продукции;

– обоснование экономической целесообразности разработки новой продукции или повышения ее качества и эффективности производства, исходя из прогноза ресурсов и приоритетов предприятия [13]. Принципами данного обоснования являются: учет фактора времени, неопределенности и риска при расчете необходимых инвестиций; учет соотношений затрат и результатов от прогноза производства за жизненный цикл товара предприятия; применение к расчету системного и комплексного подхода, предполагающих расчет эффектов на выходе из системы (экономического, технического, социального и экологического); обеспечение многовариантности технических, организационных и экономических решений.

Возможность выполнения задач прогнозирования проверяется путем расчета прогнозов развития НИОКР, технологий, инвестиций, инноваций, персонала и материальных ресурсов.

Основные факторы и показатели прогнозирования конкурентоспособности продукции

При исследовании основных факторов конкурентоспособности продукции следует выделить факторы внутренней и внешней среды.

Внутренняя среда – это условия производства продукции, которые уже существуют и будут созданы в перспективе на предприятии. Прогноз изменений внутренней среды необходим для учета возможностей производителя по обеспечению поддержания и повышения

уровня конкурентоспособности производимой им продукции на основе повышения ее качества и снижения себестоимости за счет поиска новых поставщиков качественного сырья и материалов с более низкими ценами, внедрения прогрессивных форм организации производства и труда, новых технологий, нового ресурсосберегающего и наиболее производительного оборудования.

Внешняя среда – это условия макроэкономической среды и рынка данного вида продукции, возможные изменения со стороны поведения потребителей, поведения и деятельности конкурентов, проводимой государственной и международной экономической политики, инфляции, темпов роста доходов населения, курсов валют. Определение прогнозных значений параметров продукции с учетом влияния на них факторов внешней среды осуществляется с учетом оценки факторов риска на основе построения факторных экономико-математических моделей, которые, кроме полученного прогноза потенциального уровня конкурентоспособности продукции, в последующем могут служить экономическим обоснованием для разработки плана мероприятий по повышению конкурентоспособности продукции.

В Республике Беларусь прогнозирование конкурентоспособности страны, регионов, отраслей и предприятий не осуществляется. Не установлены и показатели, которые можно использовать при прогнозировании конкурентоспособности. Имеются лишь косвенные показатели, которые с определенной степенью допущения можно использовать для целей прогнозирования в экономике. Эти показатели содержатся в государственных программах социально-экономического и инновационного развития на 2011–2015 гг. и более далекую перспективу. Они позволяют выявить тенденции в экономике страны, актуальные для прогнозирования конкурентоспособности предприятий и продукции. В частности, в этой связи представляют интерес тенденции научно-технического прогресса, приоритеты и показатели в области:

– принципиально новых высокотехнологичных и наукоемких секторов экономики (биотехнологии, нанотехнологии, микроэлектроника, технологии тонкой химии, информационные технологии, производство новых материалов, лазерно-оптические технологии, коммуникационные технологии, атомная и возобновляемая энергетика, геновая инженерия);

- достижения максимального роста добавленной стоимости в производстве на основе его технологического обновления, образования многопрофильных холдингов и кластерных структур;

- снижения материал-, энерго-, и импортности производств, повышение его экологической безопасности;

- формирования благоприятных правовых, экономических и социальных условий для технологического развития национальной экономики и привлечения инвестиций;

- развития рынка научно-технической и инновационной продукции, повышения эффективности охраны интеллектуальной собственности, совершенствования организации коммерциализации результатов инновационной деятельности;

- формирования инновационного общества, создания эффективной системы непрерывной подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров рабочих, специалистов и руководителей для конкурентоспособной, инновационной, высокотехнологичной, ресурсо- и энергосберегающей, экологически безопасной экономики.

В рекомендациях Министерства экономики Республики Беларусь по разработке прогнозов развития коммерческих организаций на пять лет [7] имеются более конкретные показатели прогноза развития предприятия. Среди них:

- индекс объема производства продукции;
- индекс выручки от реализации продукции;

- удельный вес экспорта в объеме реализованной продукции;

- индекс себестоимости реализованной продукции;

- степень износа активной части основных производственных фондов на конец года;

- индекс снижения энергоемкости производства;

- уровень рентабельности продаж;

- уровень рентабельности реализованной продукции;

- индекс роста реальной заработной платы;

- доля новой продукции в общем объеме произведенной;

- инвестиции в основной капитал;

- доля иностранных инвестиций в общем объеме инвестиций в основной капитал;

- индекс роста объема внешней торговли товарами и услугами (в том числе экспорта, импорта).

Из представленного перечня выделяются так называемые целевые показатели, дости-

жение которых свидетельствует о выполнении прогноза развития коммерческой организации за пять лет. Это – индекс объема производства и уровень рентабельности реализации продукции.

Конкурентоспособность продукции и предприятия в этих показателях не отражается. Более того, рост объема производства зачастую стимулирует выпуск неконкурентоспособной продукции, которая остается на складе, что способствует увеличению запасов готовой продукции, снижению оборачиваемости оборотных средств и платежеспособности. Наряду с этим данные рекомендации не позволяют осуществить достоверную оценку уровня и динамики экономической эффективности предприятия как исходной позиции для оценки его конкурентоспособности. В этой связи уровень рентабельности продаж и реализованной продукции необходимо дополнить показателями рентабельности собственного капитала, оборотных средств и труда. Средневзвешенная величина рентабельности всех ресурсов позволит определить экономическую эффективность предприятия.

В процессе разработки методики прогнозирования конкурентоспособности целесообразно использовать методические рекомендации НИЭИ Минэкономики Республики Беларусь [6], Закон Республики Беларусь о прогнозировании [8], результаты исследований Г.А. Кондауровой, В.И. Борисевич, А.А. Алексеева [1], [4], [9].

Основными показателями для краткосрочного прогнозирования конкурентоспособности продукции являются *спрос и предложение*.

Прогнозирование спроса на товары и услуги включает изучение емкости внутреннего и внешнего рынков. Для составления прогнозов спроса на рынке необходимо:

- выявить главные факторы, влиявшие на спрос в прошлом;

- выявить, обобщить и проанализировать имеющиеся данные о текущем потреблении и темпах изменения конъюнктуры рынка за определенный период;

- классифицировать показатели потребления на товары и услуги по сегментам рынка;

- составить прогноз эволюции детерминантов в будущем и их влияния на спрос;

- разработать прогноз спроса и дать ему оценку.

Независимо от факторов внутренней или внешней среды, об уровне конкурентоспособности продукции можно судить по показателям ее предложения на рынке, то есть

по продажам в натуральном и стоимостном выражении. При этом используется допущение, что *темп роста объемов продаж продукции примерно совпадает с темпом роста уровня ее конкурентоспособности*. При прогнозировании конкурентоспособности продукции целесообразно учитывать темпы роста ее экспорта, а при прогнозировании объемов продаж новой продукции – тенденции спроса на эти изделия в других странах. Прогноз объема продаж на экспорт является основой для разработки планов *освоения новых изделий и развития производства*. Обладая прогнозом будущего объема продаж на достаточно длительный период, специалисты осуществляют необходимые расчеты, а руководитель предприятия принимает управленческие решения в части финансирования и получения ожидаемой прибыли.

В качестве методов прогнозирования объемов продаж используют:

– *метод мнений жюри* управляющих (основан на интуиции высших администраторов организации);

– *метод мнений работников сбыта* (основан на знании рынка теми, кто непосредственно на нем работает). Он является наиболее часто применяемым методом прогнозирования сбыта;

– *метод ожидаемых запросов потребителей* (основан на мнении потребителей о будущих покупках). Он является *наиболее эффективным при прогнозировании продаж новых товаров*;

– *дедуктивный метод* заключается в анализе общей текущей ситуации и выяснении положения со сбытом. Этот метод используется в качестве дополнения к другим более точным методам как средство их проверки.

Общий спрос на предлагаемый товар на отечественных и внешних рынках следует прогнозировать с учетом поэтапного проникновения на рынки конкретной продукции. Для этого должны быть выявлены общие потребности таких рынков, цены изделий, показатели их качества, технологии, предпочтения покупателей. При этом особое внимание должно уделяться прогнозированию затрат, включаемых в себестоимость продукции, так как себестоимость, как правило, определяет цену продажи продукции и оказывает влияние на цену потребления. Для *прогнозирования затрат, включаемых в себестоимость* продукции, целесообразно использовать факторные модели и индексный метод.

Основными этапами определения прогнозных значений характеристик продукции являются:

1. Анализ динамики характеристик аналогичной продукции основных национальных и мировых производителей выбранной в качестве базы для сравнения. В результате группировки и обобщения этих данных определяется прогноз динамики основных технических и экономических и экологических параметров продукции, подлежащих прогнозированию для конкретного предприятия.

2. Прогнозирование значений параметров продукции предприятия осуществляется в следующей последовательности:

– ретроспективный анализ факторов построения трендов значений параметров продукции за определенный период времени;

– выбор метода прогнозирования и определение прогнозных значений параметров продукции;

– проверка достоверности полученных результатов прогнозирования.

Методы прогнозирования конкурентоспособности продукции

Вероятностный подход прогнозирования к объектам исследования определяет характер и структуру методов определения прогнозов. Наиболее распространенными методами прогнозирования являются экстраполяция (с учетом особенностей динамики развития объекта), моделирование (имитационные, игровые, сетевые и др. модели), опрос экспертов, историческая аналогия, матрицы взаимовлияющих факторов типа «затраты–выпуск» и др. методы, основанные на построении «дерева целей». Наибольшее распространение в прогнозировании экономических явлений получили методы экстраполяции, моделирования и опроса экспертов. Конкретные же методы прогнозирования включают оптимальное сочетание нескольких методов сообразно цели и задачам исследования. Комплексная система методов прогнозирования применяется в совокупности с системами целеполагания, планирования, программирования, проектирования и управления в целом.

Для прогнозирования технических, экономических и нормативно-правовых значений параметров продукции могут использоваться методы экстраполяции тенденций, огибающих кривых, экспертных оценок и методы моделирования.

Метод экстраполяции тенденций используется для прогнозирования основных технических и экономических значений параметров продукции, уровень конкурентоспособности которых будет поддерживаться и повышаться за

счет модернизации производства на базе сохранения основного принципа функционирования в стабильных экономических условиях. При скачкообразном изменении значений параметров продукции применение данных методов затруднено в связи с разрывом их трендов. Поэтому данный метод целесообразно применять при разработке краткосрочных прогнозов на основе базовых данных за ряд лет.

Метод огибающих кривых используется для прогнозирования скачкообразной формы изменений внешней средой основных технических и экономических значений параметров, связанных с созданием принципиально новых видов продукции. Этот метод предполагает использование прогноза НТП путем выявления направлений развития научно-технической базы (оборудования, материалов), технологий и организационных процессов, способных повлиять на повышение качества и изменение себестоимости продукции.

Метод экспертных оценок применяется при недостаточной информации, в условиях большой неопределенности производства продукции в экстремальных ситуациях, когда невозможно использовать другие методы. Данный метод целесообразно применять в сочетании с другими методами прогнозирования.

Метод моделирования используется при прогнозировании технических и экономических параметров продукции с учетом влияния на них факторов внутренней и внешней среды. В зарубежной практике широко применяются эконометрические модели. Однако в переходный период экономики к рынку данный опыт полезен, когда достигнут стабильный экономический рост. На современном этапе для стран с переходным типом экономики наиболее актуально прогнозирование конкурентоспособности продукции на основе факторных моделей с экспертной корректировкой.

Проверка достоверности полученных результатов прогнозирования производится путем сравнения результатов прогноза, полученных различными методами прогнозирования. Например, результаты, полученные методами экстраполяции тенденций и огибающих кривых, могут проверяться методами моделирования и экспертной оценки. При значительных расхождениях результатов какой-то определенный прогноз не может быть принят.

Наиболее доступным алгоритмом прогнозирования потенциального уровня стратегической конкурентоспособности продукции является использование современных модифицированных методик оценки конкурентоспо-

собности продукции, которые предполагают определение:

- прогнозных значений параметров основных продуктов конкурентов;
- прогнозных значений параметров продукции для конкретного предприятия, которые определяются с учетом влияния на них факторов внутренней и внешней среды;
- совокупность технических и экономических параметров, которыми должна характеризоваться конкурентоспособная продукция в прогнозном периоде.

Прогнозирование конкурентоспособности экономики на любом уровне управления во многом определяется институционально-правовой средой, которая в условиях Республики Беларусь является далеко не совершенной [3]. Исследования показывают, что для совершенствования системы нормативно-правового обеспечения благоприятной институционально-правовой среды с целью повышения конкурентоспособности отечественных предприятий необходимо:

- создать такую систему законодательства, которая на основе единых принципов будет обеспечивать комплексное регулирование процессов повышения конкурентоспособности экономики страны, регионов, отраслей и предприятий;
- осуществить развитие экономико-правовых механизмов финансирования и поддержки инновационного развития, обеспечивающего повышение конкурентоспособности;
- обеспечить правовое регулирование создания современных форм организации производства (концентрации и специализации, кластеров, научно-технических центров, государственно-частного партнерства);
- сформировать структурные подразделения в органах государственного и местного управления, непосредственно отвечающие за правовое регулирование процессов повышения конкурентоспособности страны, регионов, отраслей и предприятий;
- предусмотреть дальнейшее развитие институционально-правовых основ функционирования национальной системы интеллектуальной собственности, отвечающей задачам повышения конкурентоспособности национальной экономики;
- создать научно-обоснованную систему организации венчурной деятельности, включая формирование эффективного механизма венчурного финансирования и привлечения средств частного капитала для финансирования инновационных проектов;

– разработать правовой механизм обеспечения партнерства национальной системы образования и предприятий, созданной на основе разработки среднесрочного и долгосрочного прогнозирования потребности в кадрах рабочих, специалистов и руководителей, обеспечивающих инновационную экономику и повышение ее конкурентоспособности.

Механизмом реализации системы нормативно-правового обеспечения процессов повышения конкурентоспособности экономики может стать соответствующий пакет нормативных и законодательных актов, в центре которых должен находиться Закон «О конкурентоспособности всех уровней экономики». Важное место в этом пакете должны занимать Закон «О прогнозировании и планировании конкурентоспособности» и законы, обеспечивающие повышение конкурентоспособности: Закон «О государственной инновационной политике и инновационной деятельности», Закон «О формировании и эффективном использовании интеллектуальных ресурсов общества», Закон «О развитии рынка инновационной продукции», Закон «О прогнозировании технологического развития», Закон «О формировании благоприятной среды для развития научно-технической деятельности и инновационного бизнеса».

Важно разработать и реализовать меры по совершенствованию законодательных актов в сферах: формирования инновационной инфраструктуры, регламентирования правовых и экономических отношений по использованию результатов НИОКР между заказчиком и исполнителем, приобретения имущественных прав на результаты научно-технической деятельности, стимулирования развития высокоэффективных производств и, прежде всего, экспортоориентированной научно-технической продукции. Особенностью предлагаемых мер должно быть *обеспечение единой цели комплексного и системного повышения конкурентоспособности экономики.*

Методы оценки рисков при прогнозировании конкурентоспособности предприятий и продукции

На этапе вхождения страны в экономику рыночных отношений и обострения конкуренции возникает необходимость постоянного уточнения показателей конкурентоспособности товаров посредством *учета факторов риска внешней среды*, которые снижают конкурентоспособность предприятий и товаров. Среди факторов риска можно выделить: а) факторы риска конкретного рынка и б) макроэкономические факторы риска конкурентной среды (см. табл.).

Таблица – Классификация основных факторов риска внешней среды

Признак группировки	Наиболее распространенные факторы риска
<i>1. Факторы риска конкретного рынка</i>	
Изменения в обще- рыночной среде	Появление новой ниши рынка
	Перегруппировка существующих сегментов рынка
	Изменение типа конкуренции на рынке
Изменения в действиях конкурентов	Появление новых конкурентов
	Изменение стратегии производства и сбыта продукции существующими конкурентами
Изменения в продуктах- конкурентах	Появление новой продукции
	Изменение свойств существующей продукции
	Появление новых продуктов-заменителей
	Изменение свойств существующих продуктов-заменителей
Изменения потребностей	Изменение платежеспособного спроса
	Появление новых требований к продукции данного вида
<i>2. Макроэкономические факторы риска конкурентной среды</i>	
Изменение свойств продукции	Введение новых стандартов качества продукции
	Изменения в инновационной и инвестиционной политике
	Изменение политики налогообложения, ценообразования, кредитования
	Изменение внешнеэкономической политики

Учет *факторов риска конкретного рынка* определяется для каждого оцениваемого товара на основе маркетинговых исследований конкретного рынка [2]. Общая оценка риска в целом по рынку ($R_{\text{рынок}}$) определяется по формуле:

$$R_{\text{рынок}} = \sum_{i=1}^b v_i g_i,$$

при этом

$$\sum_{i=1}^b g_i = 1,$$

где v_i – вероятность появления i -го фактора риска; g_i – весомость i -го фактора риска; b – количество факторов риска.

Рынок, который имеет наименьшие значения общего риска, является наиболее подходящим для реализации оцениваемого товара.

Для уточнения оценки уровня конкурентоспособности продукции, сбыт которой ориентирован на конкретный рынок можно использовать формулу:

$$F_{\text{рынок}} = 1 + R_{\text{рынок}}$$

где $F_{\text{рынок}}$ – показатель (коэффициент) уточнения оценки уровня конкурентоспособности продукции для конкретного рынка.

Совокупная оценка развитости макроэкономической конкурентной среды ($R_{\text{макро}}$) определяется по формуле:

$$R_{\text{макро}} = \sum_{i=1}^h S_i \left(\frac{M_{\text{реал.}i}}{M_{\text{треб.}i}} \right),$$

при этом

$$\sum_{i=1}^b S_i = 1,$$

где $M_{\text{реал.}i}$, $M_{\text{треб.}i}$ – соответственно, реальное и требуемое значение i -го макроэкономического фактора риска, характеризующего конкурентную среду; s_i – весомость i -го макроэкономического фактора риска; h – количество макроэкономических факторов риска.

Показатель (коэффициент) корректировки планируемого уровня конкурентоспособности новой или модернизируемой продукции с учетом риска макроэкономических изменений конкурентной среды ($F_{\text{макро}}$) составит:

$$F_{\text{макро}} = 1 + (1 - R_{\text{макро}})$$

Данная методика рекомендуется для использования на предприятиях-экспортерах в процессе разработки Государственных программ по повышению конкурентоспособности отечественной продукции.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алексеев, А.А. Оценка, прогнозирование и планирование конкурентоспособности продукции / А.А. Алексеев // Экономические и социальные преобразования в России: опыт и проблемы. – СПб., 2002. – С. 185–187.
2. Головачев, А.С. Конкурентоспособность предприятия: УМК, учеб. пособие / А.С. Головачев. – Минск: Изд-во МИУ, 2012.
3. Гражданский кодекс Республики Беларусь от 7 декабря 1998 г. // Нац. центр правовой информ. Республики Беларусь. – Минск, 2005.
4. Кандаурова, Г.А. Прогнозирование и планирование конкурентоспособности продукции / Г.А. Кандаурова // Науч. труды БГЭУ: Юбилейный выпуск: в 2 т. – Минск: БГЭУ, 2003. – Т. 1. – С. 210–217.
5. Ламбен, Э.Э. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива: пер. с франц. / Э.Э. Ламбен. – СПб.: Наука, 1996.
6. Методические рекомендации по разработке программы повышения конкурентоспособности белорусской экономики. – Минск: НИЭИ Минэкономики Респ. Беларусь, 2003.
7. Об утверждении Рекомендаций по разработке прогнозов коммерческих организаций на пять лет и Рекомендаций по разработке бизнес-планов развития коммерческих организаций на год: Постановление Министерства экономики Респ. Беларусь от 30 октября 2006 г. №186.
8. О государственном прогнозировании и программах социально-экономического развития Республики Беларусь: Закон Респ. Беларусь от 5 мая 1998 г. // Эталон-Беларусь [Электрон. ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2001.
9. Прогнозирование и планирование экономики: учеб. пособие / В.И. Борисевич, Г.А. Кандаурова, Н.Н. Кандауров [и др.]; под общ. ред. В.И. Борисевича, Г.А. Кандауровой. – Минск: ИП «Экоперспектива», 2000.
10. Стратегическая конкурентоспособность: Мир и Россия 2015. – М., 2004.
11. Управление организацией / М.В. Петрович [и др.]; под науч. ред. М.В. Петровича. – Минск: Дикта, 2008.
12. Фатхутдинов, Р.А. Стратегический менеджмент: учеб. / Р.А. Фатхутдинов. 5-е изд., испр. и доп. – М.: Дело, 2002.
13. Фатхутдинов, Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: учеб. пособие / Р.А. Фатхутдинов. – М.: Эксмо, 2004.