

УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

АЛЕКСЕЕВ АЛЕКСАНДР АЛЕКСЕЕВИЧ

**МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ, ПРОГНОЗИРОВАНИЮ
И ПЛАНИРОВАНИЮ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ**

08.00.05 — экономика и управление народным хозяйством
(специализация — экономика, организация и управление предприятиями,
отраслями, комплексами)

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Минск – 2004

Работа выполнена в УО «Белорусский государственный экономический университет»

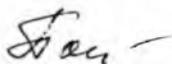
Научный руководитель —	кандидат экономических наук, доцент Кандаурова Г.А., кафедра регионального управления БГЭУ
Официальные оппоненты:	доктор экономических наук, профессор Акулич И.Л. кафедра маркетинга БГЭУ
	кандидат экономических наук, доцент Сак А.В., кафедра экономики БГУИР
Оппонирующая организация —	ГНУ «Научно-исследовательский экономический институт Министерства экономики Республики Беларусь»

Защита состоится 10 декабря 2004 г. в 14.30 на заседании совета по защите диссертаций Д 02.07.02 при УО «Белорусский государственный экономический университет» по адресу: 220070, г. Минск, просп. Партизанский, 26, ауд. 205 (1-й учеб. корп., зал заседаний совета), тел. 249-51-07.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке УО «Белорусский государственный экономический университет».

Автореф. разослан 10 ноября 2004 г.

Ученый секретарь совета
по защите диссертаций
доктор экономических наук, профессор



И.И. Полещук

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы диссертации. В современных условиях ужесточения конкуренции на мировом рынке проблема конкурентоспособности продукции приобретает чрезвычайно важное значение. Уровень конкурентоспособности продукции определяет уровень конкурентоспособности производителей, влияет на степень удовлетворенности потребителей и, в конечном счете, оказывает воздействие на уровень конкурентоспособности экономики страны в целом.

Одной из основных причин неустойчивого финансового положения предприятий, трудностей с реализацией товаров на внутренних и внешних рынках страны, нестабильных темпов экономического роста является низкий уровень конкурентоспособности отечественной продукции. Заметно уступая зарубежным аналогам по потребительским, сбытовым и сервисным свойствам, многие наши изделия часто не выдерживают конкуренции с более дешевой импортной продукцией. В связи с этим проблема эффективного управления конкурентоспособностью продукции становится весьма актуальной для нашей страны. Ее решение невозможно без объективной оценки уровня конкурентоспособности продукции, достоверных прогнозных расчетов и своевременной разработки и реализации действенных мероприятий по ее поддержанию и повышению.

Множество научных работ по данной тематике опубликовано как в отечественной, так и в зарубежной печати. Серьезный вклад в изучение данной проблемы внесли такие зарубежные авторы, как Т.М. Ахмадалиев, А.К. Буяльская, Е.А. Горбашко, В.Е. Завъялов, А.Н. Литвиненко, И.М. Лифлиц, В.В. Салий, С.Г. Светушков, А.М. Татьяначенко, Р.А. Фатхутдинов и др. В Республике Беларусь научная постановка и исследование отдельных проблем конкурентоспособности продукции отражаются в работах И.Л. Акулича, А.С. Головачева, А.П. Дуровича, В.К. Матюшевой, А.В. Плясунова, А.В. Сака и др.

Однако многие аспекты проблемы конкурентоспособности остаются недостаточно изученными и требуют дальнейшей разработки. В частности, в связи с ориентацией на рынок необходимо уточнение теоретических основ конкурентоспособности продукции, требуют корректировки методики ее оценки, нерешенным остается вопрос информационного обеспечения конкурентоспособности продукции, дальнейшего исследования заслуживают проблемы ее прогнозирования и планирования.

Актуальность и недостаточная изученность проблем конкурентоспособности продукции предопределили выбор темы, цель и задачи диссертационного исследования.

Связь работы с крупными научными программами, темами. Диссертационное исследование проводилось в рамках научно-исследовательской работы по теме «Механизм взаимодействия макро-, мезо- и микроуровней экономики при решении проблемы конкурентоспособности белорусской промышленности в области формирования конкурентной среды» (№ 12-03ФУ). Ряд итоговых выводов и предложений данных научных разработок был использован при разработке проекта Программы структурной перестройки и повышения конкурентоспособности экономики Республики Беларусь, одобренной Президиумом Совета Министров Республики Беларусь (протокол № 25 от 25.06.2003 г.).

Цель и задачи исследования. Целью исследования является разработка рекомендаций по совершенствованию оценки, прогнозированию и планированию конкурентоспособности продукции на основе теоретических исследований и анализа действующей практики.

В соответствии с поставленной целью предусмотрено решить следующие задачи:

- рассмотреть теоретические основы конкурентоспособности продукции;
- разработать концептуальный подход управления конкурентоспособностью продукции с выделением основных влияющих на нее факторов на основе механизма взаимодействия макро-, мезо- и микроуровней экономики;
- исследовать основные составляющие конкурентоспособности продукции — качество, цена потребления и маркетинг в контексте управления конкурентоспособностью продукции;
- рассмотреть основы правового и информационного обеспечения управления конкурентоспособностью продукции;
- раскрыть содержание оценки и рассмотреть основные показатели конкурентоспособности продукции;
- проанализировать основные методики и методы оценки конкурентоспособности продукции;
- усовершенствовать методику оценки конкурентоспособности продукции;
- разработать методические рекомендации по учету факторов риска внешней среды при оценке конкурентоспособности продукции. Проанализировать факторы риска снижения конкурентоспособности продукции на примере рынка конкретной продукции и провести оценку развитости макроэкономической конкурентной среды Республики Беларусь;
- провести анализ оценки конкурентоспособности продукции на основе безубыточности ее производства;
- рассмотреть существующие инструменты прогнозирования и планирования конкурентоспособности продукции. Разработать рекомендации по прогнозированию и планированию конкурентоспособности продукции.

Объект и предмет исследования. Объектом исследования является конкурентоспособность продукции Республики Беларусь. Предмет исследования — теоретические и методические вопросы оценки, прогнозирования и планирования конкурентоспособности продукции.

В качестве примера, демонстрирующего применимость предлагаемых методических подходов к оценке и прогнозированию конкурентоспособности любых видов продукции, проведены расчеты по белорусской питьевой минеральной воде, а также оконным и дверным системам из ПВХ.

Методология и методы проведенного исследования. Теоретическую и методологическую основу исследования составили труды отечественных и зарубежных ученых, научные разработки института Госстандарта Российской Федерации, Госстандарта Республики Беларусь, Министерства экономики Республики Беларусь, НИЭИ Министерства экономики Республики Беларусь, а также стандарты, методические, нормативно-правовые и другие материалы.

В процессе исследования были использованы методы сравнительного, системного и логического анализа, экспертных оценок, методы моделирования (многофакторные модели и аддитивная модель сезонных циклических колебаний). При анализе и проведении прогнозных расчетов использовались программы Microsoft Excel и Statistica 6.0.

Информационной базой исследования послужили материалы Министерства статистики и анализа Республики Беларусь, СП ООО «БелАкваПрод», ЗАО «Белгазэнерго», а также статистические справочники.

Научная новизна и значимость полученных результатов. Научная новизна и значимость полученных результатов диссертационного исследования заключается в разработке методических подходов к оценке, прогнозированию и планированию конкурентоспособности продукции, способствующих поддержанию и повышению ее уровня.

К наиболее существенным результатам исследования, содержащим научную новизну, относятся следующие:

1. Уточнено определение конкурентоспособности продукции, которое в отличие от используемых в настоящее время основных определений кроме общепринятых потребительских и экономических свойств продукции учитывает ее сбытовые и сервисные свойства, а также отражает свойства динамичности и территориальной изменчивости конкурентоспособности продукции.

2. Разработан концептуальный подход управления конкурентоспособностью продукции на основе механизма взаимодействия макро-, мезо- и микроуровней экономики, который нацелен на повышение эффективности управления конкурентоспособностью продукции посредством согласованного взаимодействия всех уровней экономики в области нормативно-правового, информационного и методического обеспечения.

3. Предложена усовершенствованная методика оценки конкурентоспособности продукции. Ее новизна заключается в учете сбытовых и сервисных параметров продукции, а также в применении матричных методов и построении карт конкурентоспособности продукции, что позволяет решать проблему более полной оценки уровня реальной и потенциальной конкурентоспособности оцениваемой продукции.

4. Разработана методика учета макроэкономических факторов риска конкурентной среды при оценке конкурентоспособности продукции. Проведена совокупная оценка развитости макроэкономической конкурентной среды Республики Беларусь. Сущность данной методики заключается в повышении достоверности оценки конкурентоспособности продукции на основе учета возможных макроэкономических изменений конкурентной среды, приводящих к снижению ее уровня. Важной особенностью данной методики является возможность совокупной оценки развитости макроэкономической конкурентной среды.

5. Разработаны методические рекомендации по прогнозированию и планированию конкурентоспособности продукции, позволяющие повысить эффективность разрабатываемых мероприятий по поддержанию и повышению конкурентоспособности продукции.

Практическая (экономическая, социальная) значимость полученных результатов. Практическая реализация результатов исследования позволит повысить эффективность управления конкурентоспособностью продукции.

Результаты исследования используются на предприятиях СП ООО «Бел-АкваПрод» и ЗАО «Белгазэнерго» в процессе проведения маркетинговых исследований и ценообразовании и рекомендованы для применения на других предприятиях Республики Беларусь. Кроме того, разработки могут быть использованы при формировании методических рекомендаций по оценке, прогнозированию и планированию конкурентоспособности продукции на государственном уровне, например, в процессе разработки государственных научно-технических программ (ГНТП), при формировании методических рекомендаций министерствами для предприятий, а также использоваться самими министерствами для анализа конкурентоспособности продукции в целом по региону, отрасли, группе предприятий. В 2001 г. научные разработки автора были награждены медалью Министерства образования Российской Федерации «За лучшую научную работу» по итогам Всероссийского открытого конкурса на лучшую научную работу молодых ученых по естественным, техническим и гуманитарным наукам и переданы для рассмотрения на предмет их практической реализации в Российскую академию наук. Результаты исследования автора могут использоваться также в учебном процессе по курсам «Маркетинг», «Конкурентоспособность продукции», «Прогнозирование и планирование экономики».

Экономическая значимость заключается в повышении экономической эффективности деятельности предприятий и функционирования экономики страны в целом.

Социальная значимость заключается в росте степени удовлетворенности потребителей продукцией, имеющей более высокий уровень качества, низкую цену потребления и лучшие сбытовые и сервисные свойства.

Основные положения диссертации, выносимые на защиту:

– уточненное определение конкурентоспособности продукции, которое учитывает сбытовые и сервисные свойства продукции наряду с ее потребительскими и экономическими свойствами, а также свойства динамичности и территориальной изменчивости конкурентоспособности продукции;

– концептуальный подход управления конкурентоспособностью продукции на основе механизма взаимодействия макро-, мезо- и микроуровней экономики, а также рекомендации по управлению основными составляющими конкурентоспособности продукции (качеством, ценой потребления и маркетингом в контексте управления конкурентоспособностью продукции) и информационному обеспечению ее управления с учетом зарубежного опыта и особенностей развития экономики Республики Беларусь. Главная идея концептуального подхода — обеспечение повышения эффективности управления конкурентоспособностью продукции на основе согласованного взаимодействия всех уровней экономики посредством нормативно-правового, информационного и методического обеспечения. Рекомендации по управлению основными составляющими конкурентоспособности продукции содержат предлагаемые подходы в области повышения качества продукции, снижения цены потребления и улучшения сбытовых и сервисных параметров;

– рекомендации по применению основных методов оценки конкурентоспособности продукции и усовершенствованная методика ее оценки. Данные рекомендации отражают основные подходы по оценке конкурентоспособности продукции в зависимости от ее цели, специфики выбранных оценочных параметров продукции и охвата продуктов-конкурентов на рынке. Усовершенствованная методика оценки конкурентоспособности продукции позволяет повысить достоверность оценки уровня реальной и потенциальной конкурентоспособности оцениваемой продукции на основе обеспечения учета сбытовых и сервисных параметров продукции, а также применения матричных методов и построения карт конкурентоспособности продукции;

– методики учета факторов риска конкретного рынка и макроэкономических факторов риска конкурентной среды при оценке конкурентоспособности продукции. На ее основе проведена оценка развитости макроэкономической конкурентной среды Республики Беларусь. Применение данной методики позволит повысить достоверность оценки необходимого уровня конкурентоспособности, которым должна обладать производимая продукция, на основе учета возможных макроэкономических изменений конкурентной среды, а также определить совокупную оценку развитости макроэкономической конкурентной среды в области стимулирования производства и реализации конкурентоспособной продукции. Произведенная совокупная оценка развитости макроэкономической конкурентной среды Республики Беларусь является основой для разработки мероприятий по ее улучшению с целью повышения конкурентоспособности продукции;

– рекомендации по оценке конкурентоспособности продукции на основе анализа безубыточности ее производства. Посредством анализа запаса безопасности производства продукции можно ориентировочно судить об уровне конкурентоспособности продукции с позиции определения экономически выгодных для производителя объемов ее производства;

– рекомендации по прогнозированию и планированию конкурентоспособности продукции. В них отражены конкретные подходы к прогнозированию уровня конкурентоспособности продукции в зависимости от целей прогноза (получение ориентировочной оперативной информации об изменении уровня конкурентоспособности продукции; повышение достоверности оценки уровня потенциальной конкурентоспособности продукции и др.), рекомендуемые методы прогнозирования, акцентировано внимание на методических вопросах прогнозирования экономических параметров продукции, в частности себестоимости продукции, и даны рекомендации по планированию уровня конкурентоспособности продукции с учетом временного лага и прогнозных тенденций НТП.

Личный вклад соискателя. Диссертационная работа представляет собой самостоятельное законченное научное исследование. Разработка основных научных идей, выводов и научно-практических положений принадлежит лично автору.

Апробация результатов диссертации. Материалы диссертационной работы были апробированы на следующих международных и республиканских конференциях, семинарах, симпозиумах, форумах: «Влияние молодых эконо-

мистов на Европейскую интеграцию» (Любливица, 2001); «Экономические и социальные преобразования в России: опыт и проблемы» (Санкт-Петербург, 2001); «Проблемы обеспечения конкурентоспособности» (Санкт-Петербург, 2001); на Всероссийской олимпиаде по экономическим и финансовым дисциплинам (Москва, 2002); «Предпринимательство в условиях глобализации» (Минск, 2002); «Проблемы теории и методологии государственного управления в трансформационном обществе» (Минск, 2002); «Теория и практика менеджмента и маркетинга» (Минск, 2002); «Инновационность хозяйственных систем» (Екатеринбург, 2003); «Проблемы прогнозирования и государственного регулирования социально-экономического развития» (Минск, 2003).

Опубликованность результатов. Основные положения и результаты исследований диссертации нашли отражение в следующих публикациях: в 1 учебной программе, в 3 статьях, в 10 тезисах докладов на научно-практических конференциях, форумах, симпозиумах, семинарах. Общий объем опубликованных работ составляет 49 страниц.

Структура и объем диссертации. Диссертация состоит из введения, общей характеристики работы, трех глав, заключения, списка использованных источников, включающего 146 наименований, приложений, а также документов о внедрении результатов исследования, подтверждающих их научную и практическую значимость. Общий объем диссертации составляет 193 страницы. Объем, занимаемый 42 рисунками, 62 таблицами, 36 приложениями, составляет 92 страницы.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ

В первой главе **«Теоретические основы конкурентоспособности продукции»** раскрыта сущность конкурентоспособности продукции как экономической категории, разработан концептуальный подход управления конкурентоспособностью продукции с выделением основных влияющих на нее факторов на основе механизма взаимодействия макро-, мезо- и микроуровней экономики, рассмотрены основные составляющие конкурентоспособности продукции, основы правового и информационного обеспечения ее управления, содержание оценки и основные показатели конкурентоспособности.

Проведенные исследования существующих определений конкурентоспособности продукции показали, что наиболее часто они учитывают только потребительские и экономические свойства продукции и игнорируют сбытовые и сервисные, которые в условиях рыночной экономики оказывают большое влияние на конкурентоспособность. При этом предлагаемые определения, как правило, не отражают свойства динамичности и территориальной изменчивости конкурентоспособности продукции, что делает их неполными.

В связи с этим предложено следующее уточненное определение: конкурентоспособность продукции — это экономическая категория, представляющая собой совокупную характеристику, которая отражает отличия какого-либо продукта от продуктов-конкурентов в способности удовлетворять потребительские, экономические, сбытовые и сервисные свойства на конкретном рынке в определенный период времени.

Сбытовые и сервисные параметры характеризуют условия продажи и послепродажное обслуживание (сервис) продукции, например, условия оплаты, получения скидок, вид и цена транспортировки, срок поставки, условия технического обслуживания продукции в гарантийный и послегарантийный периоды, реклама и др.

Международный опыт свидетельствует, что основой повышения эффективности управления конкурентоспособностью продукции является согласованное взаимодействие всех уровней экономики. В связи с этим в данной диссертационной работе была разработана концепция управления конкурентоспособностью продукции на основе механизма взаимодействия макро-, мезо- и микроуровней экономики, под которым предложено понимать совокупность мер государства, обеспечивающих максимальную эффективность функционирования каждого субъекта хозяйствования путем создания информационной базы, нормативно-правового и методического обеспечения. При этом были выделены следующие основные факторы, оказывающие влияние на конкурентоспособность продукции:

- на микроуровне: на уровне производителя — состояние используемой техники и технологий; качество и стоимость используемого сырья, материалов и полуфабрикатов; уровень квалификации работников; развитость автоматизации и компьютеризации и др., на уровне потребителя — физиологические и духовные потребности; экономические возможности; сбытовые и сервисные требования к продукции;

- на мезоуровне: факторы особенностей региона или отрасли;

- на макроуровне: достигнутый научно-технический потенциал; инновационная и инвестиционная политика; развитие стандартизации и сертификации; правовое обеспечение; эффективность бюджетно-налоговой, кредитно-денежной и валютной политики; географическое положение и природно-ресурсный потенциал; особенности политического устройства; традиции и обычаи; развитие производственной инфраструктуры и сферы обслуживания; эффективность внешней экономической деятельности; трудовой потенциал и социальная политика и др.;

Основными составляющими конкурентоспособности продукции являются качество, цена потребления, маркетинг в контексте управления конкурентоспособностью продукции. Проведенные исследования показали, что в Беларуси с целью их улучшения необходимо:

- расширение использования международных стандартов (МС) ISO 9000 версии 2000 г., внедрение стандартов профессиональных объединений производителей отдельных видов продукции, а также региональных (особенно стандартов ЕС) и внутригосударственных стандартов, стимулирование развития добровольной сертификации качества продукции и систем качества ее производства на основе МС ISO 9000 и экологической сертификации МС ISO 14 000;

- постоянно осуществлять анализ затрат, включаемых в себестоимость продукции, применять прогнозную калькуляцию, использовать метод обратного счета для обоснования отпускных цен, торговых надбавок, анализировать затраты, связанные с обеспечением качества продукции, а также затраты, возникающие у потребителей после покупки продукта;

– создавать систематически обновляемые базы данных о конкурентах с оценкой сильных и слабых сторон их деятельности, прогнозировать возможное развитие конкретного рынка определенной продукции, создавать высокий имидж собственной продукции посредством активного участия в конкурсах качества, размещать собственные сайты в Internet с презентацией своей продукции (описанием ее преимуществ, особенностей производства и перечня цен на нее), развивать собственные службы по получению обратной информации от потребителей во время эксплуатации ими продукции для определения еще неучтенных и новых к ней требований, а также с этой целью устанавливать связи со службами сервиса, ремонта и проводить работу с общественностью.

При рассмотрении правового обеспечения конкурентоспособности продукции в Республике Беларусь были выделены и систематизированы основные нормативно-правовые документы, оказывающие на нее регулирующее воздействие по основным составляющим. Выявлена недостаточная ориентированность процесса правового нормотворчества на экономическое стимулирование производства и сбыта конкурентоспособной продукции.

Проведенные исследования в области информационного обеспечения конкурентоспособности продукции в Беларуси позволили обозначить проблему недостатка необходимой информации и невысокого развития современных информационных систем и технологий.

Важным в системе управления конкурентоспособностью продукции является ее оценка, которая предполагает определение уровня конкурентоспособности оцениваемой продукции посредством сопоставления совокупности ее характеристик с аналогичными характеристиками продуктов-конкурентов. Для этого должны анализироваться технические, экономические, сбытовые и сервисные параметры продукции.

Наиболее распространенный алгоритм оценки конкурентоспособности продукции включает следующие этапы: 1) Маркетинговые исследования рынка; 2) формирование требований к оцениваемому виду продукции; 3) определение цели оценки конкурентоспособности продукции; 4) определение перечня параметров продукции, подлежащих оценке; 5) анализ регламентированных параметров продукции; 6) формирование группы аналогов оцениваемой продукции; 7) выбор базовых образцов; 8) определение единичных и комплексных показателей конкурентоспособности продукции; 9) экспертный анализ и учет сбытовых и сервисных параметров продукции; 10) вывод о конкурентоспособности оцениваемого продукта по сравнению с базовым образцом; 11) принятие решения производителя о дальнейшем производстве оцениваемого продукта.

Оценка конкурентоспособности должна вестись непрерывно на всех фазах жизненного цикла продукции, что позволяет проследить динамику ее развития.

Вторая глава «Анализ конкурентоспособности продукции, методик и методов ее оценки» содержит анализ существующих методик и методов оценки конкурентоспособности продукции с примерами расчетов на конкретных видах продукции.

Проведенные исследования показали, что основными недостатками большинства методик оценки уровня конкурентоспособности продукции являются отсутствие учета сбытовых и сервисных параметров продукции, а также не предусмотрено применение матричных методов.

В настоящее время основными методами оценки конкурентоспособности продукции являются дифференциальный, комплексный, смешанный и экспертные методы. При этом результаты анализа методов оценки конкурентоспособности продукции позволили сделать следующие выводы:

– дифференциальный метод целесообразно применять в том случае, если конкурентоспособность продукции определяется только одним параметром, а при учете нескольких параметров продукции, необходимо использовать комплексный и смешанный методы;

– для достижения более достоверной оценки конкурентоспособности следует использовать матричные методы, которые позволяют проводить сравнение оцениваемого продукта не только с единственным образцом-эталоном, а с множеством продуктов-конкурентов по различным параметрам и свойствам;

– для наглядного отображения оценки конкурентоспособности большого количества продуктов с демонстрацией их конкурентного расположения на конкретном рынке целесообразно применять графический метод построения карт конкурентоспособности продукции (рис. 1).

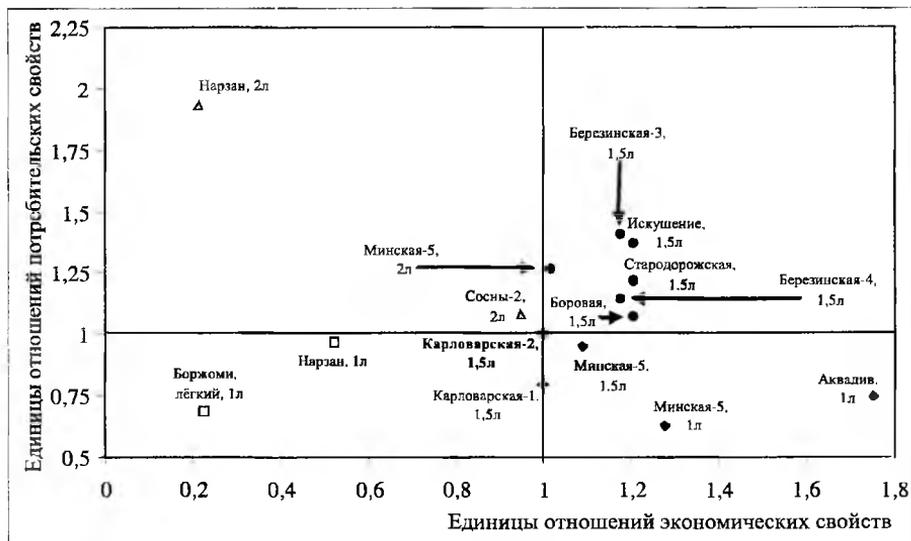


Рис. 1. Карта конкурентоспособности основных продуктов-конкурентов по отношению к питьевой минеральной воде «Карловарская-2» в таре из полиэтиленфталата емкостью 1,5 л на рынке питьевых минеральных вод со степенью минерализации в пределах от 1 до 3 г/л в Республике Беларусь:

- — продукты, имеющие более низкий уровень конкурентоспособности, чем «Карловарская-2» по потребительским и экономическим свойствам;
- — продукты, имеющие более высокий уровень конкурентоспособности, чем «Карловарская-2» по потребительским и экономическим свойствам;
- △ — продукты, имеющие более высокий уровень потребительского эффекта, но более низкий уровень экономических свойств, чем «Карловарская-2»;
- ◆ — продукты, имеющие более низкий уровень потребительского эффекта, но более высокий уровень экономических свойств, чем «Карловарская-2»

В третьей главе «**Совершенствование оценки, прогнозирование и планирование конкурентоспособности продукции**» представлены разработанная усовершенствованная методика оценки конкурентоспособности, методика учета факторов риска конкретного рынка и методика учета макроэкономических факторов риска конкурентной среды, методика оценки конкурентоспособности продукции на основе анализа безубыточности ее производства, разработанные рекомендации по прогнозированию и планированию конкурентоспособности продукции.

Предлагаемая усовершенствованная методика оценки конкурентоспособности схематично представлена на рис. 2 и имеет следующие особенности:

- введен этап «Применение матричных методов и построение карт конкурентоспособности продукции», который применяется при необходимости оценки уровня конкурентоспособности продукции с множеством ее продуктов-конкурентов одновременно;

- обеспечен учет сбытовых и сервисных параметров продукции посредством расчета их группового показателя (I_{cc}) как суммы отношений значений сбытовых и сервисных параметров оцениваемой продукции к базовому образцу и используемого в последующем в расчете обобщающего показателя уровня конкурентоспособности продукции ($K_{тэсс}$):

$$K_{тэсс} = k_{тз} \left(\frac{I_{т}}{I_{э}} \right) + k_{сс} I_{сс},$$

где $I_{т}$ — групповой показатель технических параметров продукции;

$I_{э}$ — групповой показатель экономических параметров продукции;

$k_{тз}$ — коэффициент важности технических и экономических параметров продукции в целом;

$k_{сс}$ — коэффициент важности сбытовых и сервисных параметров продукции в целом.

Групповые показатели технических, экономических, сбытовых и сервисных свойств, используемые в формуле, определяются как сумма единичных показателей с учетом весов их важности.

На современном этапе высокий динамизм рыночных изменений и обострение конкуренции требуют постоянного уточнения показателей реальной и потенциальной конкурентоспособности продукции посредством учета факторов риска внешней среды, которые представляют собой возможные ее изменения, приводящие к снижению конкурентоспособности продукции.

Как правило, выделяют факторы риска конкретного рынка для оценки конкурентоспособности продукции, сбыт которой ориентирован на данный рынок, и макроэкономические факторы риска конкурентной среды для оценки конкурентоспособности продукции, ориентированной на внешние рынки страны.



Рис. 2. Схема оценки конкурентоспособности продукции в соответствии с предлагаемой усовершенствованной методикой

Для учета макроэкономических факторов риска конкурентной среды в процессе исследования разработана методика, предусматривающая использование показателя совокупной оценки развитости макроэкономической конкурентной среды и определяемый на его основе показатель корректировки закладываемого уровня конкурентоспособности новой или модернизируемой продукции на риск ее изменений.

Показатель совокупной оценки развитости макроэкономической конкурентной среды характеризует эффективность сложившихся условий в области стимулирования производства и реализации конкурентоспособной продукции. Он рассчитывается как сумма соотношений реальных и требуемых значений основных макроэкономических факторов риска конкурентной среды с учетом весов их важности. Требуемые значения основных макроэкономических факторов риска конкурентной среды, как правило, определяются на основе изучения международного опыта.

С использованием методики расчета данного показателя была произведена комплексная оценка развитости макроэкономической конкурентной среды Республики Беларусь, где в качестве основных макроэкономических факторов риска конкурентной среды были выделены: развитость частного сектора экономики, малого бизнеса и предпринимательства, возможность свободного входа на рынок и выхода из него, эффективность налоговой системы, либерализация цен, антимонопольное регулирование, ускорение НТП, развитость банковской системы, либерализация внешней торговли. Показатель совокупной оценки развитости макроэкономической конкурентной среды Республики Беларусь составил 0,519.

Показатель корректировки закладываемого уровня конкурентоспособности новой или модернизируемой продукции на риск макроэкономических изменений конкурентной среды характеризует степень риска снижения уровня ее конкурентоспособности, связанного с макроэкономическими изменениями. Данный показатель рассчитывается на основе разницы между единицей и показателем совокупной оценки развитости конкурентной среды. В соответствии с данной методикой показатель корректировки оценки уровня конкурентоспособности белорусской продукции, ориентированной для реализации на международных рынках, составил: $1 - 0,519 + 1 = 1,481$.

В процессе исследования был проведен анализ белорусского рынка питьевых минеральных вод и определен показатель корректировки оценки уровня конкурентоспособности питьевой минеральной воды СП ООО «БелАкваПрод», ориентированной для реализации на рынках промышленно-развитых стран и стран-лидеров с переходным типом экономики, на риск изменений условий данного рынка, который составил 1,3561.

В условиях рыночной экономики производитель, оценивая конкурентоспособность своей продукции с позиции безубыточного производства для предприятия, должен определять экономически выгодные объемы ее производства и ориентировочные размеры затрат, связанные с ними. В диссертационной работе представлена методика оценки конкурентоспособности продукции на основе анализа безубыточности ее производства, позволяющая судить об уровне

конкурентоспособности продукции посредством расчета показателя запаса безопасности ее производства, определенного на основе расчета точки безубыточности. В частности анализ безубыточности производства продукции «Оксис» ЗАО «Белгазэнерго» выявил его запас безопасности равный 60,71 %.

Важной функцией управления конкурентоспособностью продукции является ее прогнозирование и планирование. Прогнозирование конкурентоспособности продукции предполагает определение потенциального уровня конкурентоспособности, которым будет обладать новая, модернизированная или уже существующая продукция в будущем. Планирование конкурентоспособности продукции — это разработка мероприятий по улучшению свойств продукции с привязкой к конкретному периоду времени их реализации с целью достижения определенного уровня ее конкурентоспособности.

В диссертации представлены рекомендации по прогнозированию и планированию конкурентоспособности продукции, которые содержат конкретные подходы к прогнозированию уровня конкурентоспособности в зависимости от целей прогноза:

- при оперативном ориентировочном определении изменения уровня конкурентоспособности продукции можно ограничиться прогнозированием темпов изменения объемов ее продаж. Для определения изменения уровня конкурентоспособности продукции на внешних рынках целесообразно прогнозировать темпы изменения экспорта и импорта. В процессе прогнозных расчетов рекомендуется применять методы моделирования и экспертные оценки;

- в целях повышения достоверности оценки уровня потенциальной конкурентоспособности продукции рекомендуется проводить отдельные прогнозы ее основных параметров (технических, экономических, сбытовых и сервисных) с учетом влияния на них факторов внутренней и внешней среды. Для этого целесообразно использовать многофакторные модели. Данные модели в зависимости от возможных изменений факторов позволяют не только определять, но и закладывать необходимый уровень конкурентоспособности оцениваемой продукции на период ее производства в будущем;

- при прогнозировании экономических параметров продукции особое внимание должно уделяться прогнозированию затрат, включаемых в себестоимость. Для этого целесообразно использовать факторные модели и индексный метод. В условиях переходного периода экономики наиболее доступным методом для проведения оперативных прогнозных расчетов является индексный метод;

- в процессе планирования уровня конкурентоспособности продукции необходимо ориентироваться на результаты опережающей базы сравнения в период ее будущего производства. Чем больше временной лаг между началом разработки и выпуском новой или модернизированной продукции, тем выше должен быть закладываемый уровень ее конкурентоспособности. В процессе планирования значений основных технических и экономических параметров продукции целесообразно ориентироваться на прогнозные тенденции НТП. А если планируется повышение уровня значений экономических параметров продукции, то оно обязательно должно быть связано с улучшением ее потребительских свойств;

– для обеспечения достоверности прогнозных расчетов и эффективности мероприятий по планированию конкурентоспособности продукции в Республике Беларусь необходимо создание на государственном уровне информационного банка данных прогнозных значений основных макроэкономических, региональных и отраслевых показателей на кратко-, средне- и долгосрочную перспективу, необходимых для прогнозирования и планирования деятельности производителей. Данная база данных должна находиться в Internet в виде сайта и быть легко доступной для всех субъектов хозяйствования Республики Беларусь, а также систематически обновляться.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Результаты проведенного исследования позволяют сделать следующие выводы и предложения:

1. При определении понятия «конкурентоспособность продукции» необходимо учитывать кроме общепринятых потребительских и экономических свойств продукции также ее сбытовые и сервисные свойства в привязке к конкретному рынку и определенному периоду времени.

2. На конкурентоспособность продукции оказывают влияние макроэкономические, отраслевые, региональные факторы и факторы микроуровня. Поэтому проблема повышения конкурентоспособности должна решаться на всех уровнях управления экономикой на основе механизма их взаимодействия [13].

На микроуровне основными задачами должны быть: постоянное повышение качества и уровня послепродажного обслуживания, снижение себестоимости и соответственно цены продажи продукции, а также снижение эксплуатационных затрат у потребителя, проведение обширных исследований рынка, эффективное использование мер маркетинга при сбыте продукции с учетом ее сервисного обслуживания [12].

На мезоуровне должны учитываться отраслевые и региональные особенности и факторы.

На макроуровне комплекс задач должен включать: создание условий по поддержанию и развитию конкурентной среды на основе предпринимательства и малого бизнеса; постоянное развитие и совершенствование стандартизации и сертификации, а также проведение эффективной инновационной и инвестиционной политики, включая разработку научно-технических программ и развитие инновационного предпринимательства; проведение эффективной налоговой, ценовой и антиинфляционной политики; развитие производственной инфраструктуры, сферы обслуживания и совершенствование правового обеспечения.

В целях совершенствования информационного обеспечения необходимо создание информационного банка данных прогнозных значений основных макроэкономических и региональных показателей на кратко-, средне- и долгосрочную перспективу, необходимых для прогнозирования и планирования деятельности производителей. Данная база данных должна находиться в Internet, быть легко доступной для всех субъектов хозяйствования Республики Беларусь, а также систематически обновляться.

3. Автором предложена усовершенствованная методика оценки конкурентоспособности продукции, которая предусматривает учет сбытовых и сервисных параметров продукции, а также применение матричных методов оценки и графических методов построения карт конкурентоспособности продукции.

Оценка уровня реальной и потенциальной конкурентоспособности должна проводиться непрерывно на всех фазах жизненного цикла продукции, чтобы отслеживать его изменения в динамике и в случае его снижения своевременно разрабатывать мероприятия по его поддержанию и повышению [8].

4. С целью повышения достоверности оценки реальной и потенциальной конкурентоспособности продукции необходимо осуществлять учет факторов риска. Учет факторов риска конкретного рынка рекомендуется проводить экспертным путем на основе обширных маркетинговых исследований с использованием показателя уточнения оценки уровня конкурентоспособности продукции для конкретного рынка, сбыт которой ориентирован на данный рынок. Учет макроэкономических факторов риска конкурентной среды рекомендуется осуществлять посредством расчета показателя корректировки закладываемого уровня конкурентоспособности новой или модернизируемой продукции на риск ее макроэкономических изменений, определенного на основе показателя совокупной оценки развитости макроэкономической конкурентной среды. При этом оценку макроэкономических факторов риска конкурентной среды Республики Беларусь следует производить, ориентируясь не только на экономические результаты промышленно-развитых стран, но и стран-лидеров с переходным типом экономики.

5. Важным направлением в области совершенствования методики оценки конкурентоспособности продукции является ее оценка на основе анализа безубыточности производства. Данный подход необходим для оценки уровня конкурентоспособности продукции с позиции экономически выгодных объемов ее производства для производителя.

6. Основой эффективного управления конкурентоспособностью продукции является прогнозирование ее уровня и разработка мероприятий по его поддержанию и повышению. В зависимости от целей прогнозирования рекомендуется использовать следующие подходы: при оперативном ориентировочном определении изменения уровня конкурентоспособности продукции можно ограничиться прогнозированием темпов изменения объемов ее продаж, а также экспорта и импорта; для повышения достоверности оценки уровня потенциальной конкурентоспособности продукции следует осуществлять отдельные прогнозы ее основных параметров (технических, экономических, сбытовых и сервисных) с учетом влияния на них факторов внутренней и внешней среды. В процессе прогнозных расчетов целесообразно использовать многофакторные модели [10]; при прогнозировании экономических параметров продукции особое внимание должно уделяться прогнозированию затрат, включаемых в себестоимость, для чего целесообразно использовать факторные модели и индексный метод, который в условиях переходного периода экономики является наиболее доступным, позволяющим оперативно определить изменения затрат в зависимости от факторов внешней среды; при планировании уровня конкурентоспособности продук-

ции необходимо ориентироваться на результаты опережающей базы сравнения в период ее будущего производства. Чем больше временной лаг между началом разработки и выпуском новой или модернизированной продукции, тем выше должен быть закладываемый уровень ее конкурентоспособности.

СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ РАБОТ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

1. Alexeev A. Estimation and forecasting of production competitiveness // Research of contemporary economic. Issues by young economists.—Poznan: The Poznan University of Economics, 2002. — P. 83—95.
2. Алексеев А.А. Нас не догонят!!! // НЭГ.—2003.— № 99.— С. 20.;
3. Алексеев А.А., Капорцева О.Н. Пути совершенствования управления конкурентоспособностью продукции // Вести института современных знаний.— 2003. — № 3—4.— С. 49—53.
4. Алексеев А.А. Инновационное предпринимательство как залог конкурентоспособности отечественной продукции // Предпринимательство в условиях глобализации: Материалы Междунар. науч.-практ. конф. Минск, 23—24 мая 2002 г. / БГЭУ.— Минск, 2002.— С. 58—59.
5. Алексеев А.А. Конкурентоспособность продукции: Учеб. программа. — Минск, БГЭУ, 2002.— 10 с.
6. Алексеев А.А. Обеспечение конкурентоспособности продукции // Теория и практика менеджмента и маркетинга: Тез. докл. междунар. науч.-практ. семинара. Минск, 29—30 мая 2002 г./ БГЭУ. — Минск, 2002.— С. 10.
7. Алексеев А.А. Оценка и обеспечение конкурентоспособности продукции // Проблемы обеспечения конкурентоспособности: Материалы симпозиума VI Санкт-Петербургской ассамблеи молодых ученых и специалистов. Санкт-Петербург, 11—12 дек. 2001 г. / СПбГУЭФ. —СПб., 2001.— С. 20.
8. Алексеев А.А. Оценка и прогнозирование конкурентоспособности продукции // Актуальные проблемы на рубеже веков: Тез. докл. Респ. студенческой науч.-практ. конф. Минск, 25—26 апр. 2000 г. / БГЭУ. — Минск, 2000.— С. 357—358.
9. Алексеев А.А. Оценка, прогнозирование и планирование конкурентоспособности продукции // Экономические и социальные преобразования в России: опыт и проблемы: Материалы IV Всероссийского экономического форума студентов и молодых ученых Санкт-Петербург, 30—31 окт. 2001. / СПбГУЭФ. —СПб., 2002.— С. 185—187.
10. Алексеев А.А. Повышение конкурентоспособности продукции // Инновационность хозяйственных систем: Материалы IV Всероссийского форума молодых ученых и студентов Урал. гос. экон. ун-т Екатеринбург, 22—24 апр. 2003 г. / УГЭУ. — Екатеринбург, 2003. — С. 3.
11. Алексеев А.А. Совершенствование макроэкономического прогнозирования // Социально-экономические проблемы рыночной экономики в Республике Беларусь: Тез. докл. Респ. науч.-практ. конф. Минск, 3 апр. 1997 г. / БГЭУ. — Минск, 1997.— С. 27—28.

12. Алексеев А.А. Управление конкурентоспособностью продукции // Проблемы теории и методологии государственного управления в трансформационном обществе: Материалы Респ. науч.-практ. конф. молодых ученых Минск, 12 дек. 2002 г. / Академия управления при Президенте Республики Беларусь. — Минск, 2002. — С. 109—111.

13. Механизм взаимодействия макро-, мезо- и микроуровней экономики при решении проблемы конкурентоспособности белорусской промышленности в области формирования конкурентной среды: Отчет о НИР (заключит.) / Белорусский государственный экономический университет; Рук. темы Кандаурова Г.А.—№ 12-03ФУ.— Минск, 2003.—145 с.

14. Кандаурова Г.А., Алексеев А.А. Влияние макроэкономической среды на конкурентоспособность продукции // Проблемы прогнозирования и государственного регулирования социально-экономического развития: Тез. докл. Междунар. науч. конф. Минск, 2—3 окт. 2003 г. / НИЭИ Министерства экономики Республики Беларусь. — Минск, 2004.— С. 82—84.



РЭЗЮМЭ

Аляксееў Аляксандр Аляксеевіч

Метадычныя падыходы да ацэнкі, прагназавання і планавання канкурэнтаздольнасці прадукцыі

Ключавыя словы: канкурэнтаздольнасць прадукцыі, ацэнка, прагназаванне, планаванне, бясстратнасць вытворчасці, фактар рызыкі, якасць, цана спажывання, маркетынг, канкурэнтнае асяроддзе.

Аб'ект даследавання — канкурэнтаздольнасць прадукцыі Рэспублікі Беларусь.

Прадмет даследавання — тэарэтычныя і метадычныя пытанні ацэнкі, прагназавання і планавання канкурэнтаздольнасці прадукцыі.

Мэта даследавання — распрацоўка рэкамендацый па ўдасканалванню ацэнкі, прагназаванню і планаванню канкурэнтаздольнасці прадукцыі.

Асноўныя метады даследавання — параўнальны, сістэмны і лагічны аналіз, экспертныя ацэнкі, адна- і шматфактарныя мадэлі, аддытыўная мадэль сезонных цыклічных хістанняў.

Навуковая навізна атрыманых вынікаў даследавання зводзіцца да распрацоўкі метадычных падыходаў да ацэнкі, прагназавання і планавання канкурэнтаздольнасці прадукцыі, якія садзейнічаюць падтрыманню і павышэнню яе ўзроўня. Да найбольш істотных належаць:

- удакладнена значэнне канкурэнтаздольнасці прадукцыі;
- распрацаваны канцэптуальны падыход кіравання канкурэнтаздольнасцю прадукцыі з вылучэннем асноўных уплываючых на яе фактараў на аснове механізму ўзаемадзеяння макра-, меза- і мікраўзроўняў эканомікі;
- прапанавана ўдасканаленая метадыка ацэнкі канкурэнтаздольнасці прадукцыі;
- распрацавана метадыка ўліку макразканамічных фактараў рызыкі канкурэнтнага асяроддзя пры ацэнцы канкурэнтаздольнасці прадукцыі;
- распрацаваны рэкамендацыі па прагназаванню і планаванню канкурэнтаздольнасці прадукцыі.

Рэкамендацыі па выкарыстанню і галіна прымянення. Вынікі даследавання выкарыстоўваюцца на прадпрыемствах СП ТАА “БелАкваХарч” і ЗАТ “Белгазэнерга” у працэсе правядзення маркетынгавых даследаванняў і цэнаўтварэння і могуць ужывацца на іншых прадпрыемствах. Пры гэтым шэраг агульных вынікаў быў выкарыстаны пры распрацоўцы праекта Праграмы структурнай перабудовы і павышэння канкурэнтаздольнасці эканомікі Рэспублікі Беларусь. Акрамя гэтага дадзеныя навуковыя распрацоўкі ўжываюцца ў навучальным працэсе БДЭУ.

Вынікі даследавання могуць быць выкарыстаны пры фарміраванні метадычных рэкамендацый па ацэнцы, прагназіраванню і планаванню канкурэнтаздольнасці прадукцыі і ў навучальным працэсе эканамічных і тэхнічных ВНУ.

РЕЗЮМЕ

Алексеев Александр Алексеевич

Методические подходы к оценке, прогнозированию и планированию конкурентоспособности продукции

Ключевые слова: конкурентоспособность продукции, оценка, прогнозирование, планирование, безубыточность производства, фактор риска, качество, цена потребления, маркетинг, конкурентная среда.

Объект исследования — конкурентоспособность продукции Республики Беларусь.

Предмет исследования — теоретические и методические вопросы оценки, прогнозирования и планирования конкурентоспособности продукции.

Цель исследования — разработка рекомендаций по совершенствованию оценки, прогнозированию и планированию конкурентоспособности продукции на основе теоретических исследований и анализа действующей практики.

Основные методы исследования — сравнительный, системный и логический анализ, экспертные оценки, одно- и многофакторные экономико-математические модели, аддитивная модель сезонных циклических колебаний.

Научная новизна полученных результатов исследования заключается в разработке методических подходов к оценке, прогнозированию и планированию конкурентоспособности продукции, способствующих поддержанию и повышению ее уровня. В частности:

- уточнено определение конкурентоспособности продукции;
- разработан концептуальный подход управления конкурентоспособностью продукции на основе механизма взаимодействия макро-, мезо- и микроуровней экономики;
- предложена усовершенствованная методика оценки конкурентоспособности продукции;
- разработана методика учета макроэкономических факторов риска конкурентной среды при оценке конкурентоспособности продукции;
- разработаны рекомендации по прогнозированию и планированию конкурентоспособности продукции.

Рекомендации по использованию и область применения. Результаты исследования используются на предприятиях СП ООО «БелАкваПрод» и ЗАО «Белгазэнерго» в процессе проведения маркетинговых исследований и ценообразования и могут применяться на других предприятиях. Ряд итоговых выводов данного исследования был использован при разработке проекта Программы структурной перестройки и повышения конкурентоспособности экономики Республики Беларусь. Кроме того, данные научные разработки внедрены в учебный процесс БГЭУ.

Результаты исследования могут использоваться при формировании методических рекомендаций по оценке, прогнозированию и планированию конкурентоспособности продукции и применяться в учебном процессе экономических и технических вузов.

SUMMARY

Alexeev Alexander Alexeevich

Methodical Approaches to Estimation, Forecasting and Planning of Product Competitiveness

Key words: product competitiveness, estimation, forecasting, planning, break-even production, risk factor, quality, consumption price, marketing, competitive environment.

The object of the research: product competitiveness of the Republic of Belarus.

The subject of the research: theoretical and methodological issues of product competitiveness estimation, forecasting and planning.

The goal of research is creation of recommendations on the improvement of product competitiveness estimation, forecasting and planning on the basis of theoretical research and analysis of current practice.

Basic methods of research are comparative, system and logic analyses, expert estimations, one- and multi-factorial economic-mathematical models, the additive model of seasonal cyclic fluctuations.

Scientific newness of the research findings consists in the elaboration of methodological approaches to estimation, forecasting and planning of product competitiveness, necessary for maintaining and increasing its level. The most essential of them are:

- a definition of product competitiveness has been improved;
- a concept approach of product competitiveness management on the basis of the mechanism of interaction of macro-, meso- and micro-levels of economy has been developed;
- an improved technique of product competitiveness estimation has been suggested;
- techniques of taking into account macroeconomic risk factors of competitive environment during the product competitiveness estimation have been created;
- recommendations on product competitiveness forecasting and planning have been given.

Recommendations on implementation and area of application. The research findings are used at such enterprises as the joint venture "BelAquaProd" Ltd. and Close Joint-Stock Company "Belgasenergo" in carrying out marketing research and pricing. They can also be used at any other enterprise. A number of the research conclusions have been used in the draft Program of structural reorganization and increase of competitiveness of Belarusian economy. Besides, these research findings were introduced in educational process of the BSEU.

The results of this research can be applied for creation of methodological recommendations on product competitiveness estimation, forecasting and planning and can also be applied in the educational process of economic and engineering higher educational establishments.

Редактор *Е.Г. Сазончик*
Технический редактор *О.В. Амбарцумова*
Компьютерный дизайн *Т.В. Бесчетнова*

Подписано в печать 05.11.2004. Формат 60×84/16. Бумага офсетная. Гарнитура Times New Roman. Офсетная печать. Усл. печ. л. 1,4. Уч.-изд. л. 1,1. Тираж 100 экз. Заказ 386

УО «Белорусский государственный экономический университет».
Лицензия издательская № 02330/0056968 от 30.04.2004.
.220070, Минск, просп. Партизанский, 26.

Отпечатано в УО «Белорусский государственный экономический университет».
Лицензия полиграфическая № 02330/0148750 от 30.04.2004.
220070, Минск, просп. Партизанский, 26.