

УДК: 339.997

Н.В.Климович (асп., каф. МЭ), С.А.Макарова, к.э.н., доц.

МЕТОДЫ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ В ОТРАСЛЕВОМ ПЛАНИРОВАНИИ

Обеспечить конкурентоспособность на рынке в современных условиях открытой экономики возможно только с использованием методов, позволяющих заглядывать вперед и заранее определять как собственные конкурентные преимущества, так и возможные сферы конкурентной борьбы. На этом основывается необходимость в прогнозировании перспектив, как на отдельных предприятиях, так и в отрасли в целом.

На данном этапе основными методами прогнозирования на многих предприятиях остаются экономические методы, связанные с анализом будущей отдачи на инвестиции. Они, безусловно, имеют большое значение для нормального функционирования предприятий, но не могут адекватно отразить технологические перспективы отрасли. Наряду с этим, наличие технологического преимущества или просто возможность находиться на одном технологическом уровне с ведущими предприятиями своей отрасли является одним из важнейших факторов конкурентоспособности в условиях глобального рынка.

Для того, чтобы предприятие имело возможность позиционировать себя в рамках своей отрасли (спланировать собственное развитие в ее составе), используя прогнозирование собственного развития, не существует универсальных методов. Вследствие того, что экономические системы могут быть в большинстве случаев классифицированы как самоорганизующиеся, предлагается не ограничиваться только группами методов прогнозирования, рекомендуемыми для данного типа систем, а использовать комплексный подход. Подавляющее большинство компаний использует экономические методы прогнозирования, часто оправдывая их использование большой трудоемкостью реализации других групп методов. Однако, с точки зрения систематизации технологического прогнозирования, может быть рекомендовано более широкое использование методов типа «дерева целей» (одним из вариантов которого является методика «ПАТТЕРН»). Комбинирование структурированных задач с их последующим экономическим анализом позволяет с определенной степенью достоверности определить приоритетные направления деятельности организации. Следующим этапом прогнозирования в рамках приоритетных направлений могут стать другие методы, например, для целей технологического прогнозирования могут быть эффективными изыскательские методы, такие как экстраполяция временных рядов. Этот метод не очень сложен для реализации и может быть применен в рамках организации с привлечением внутренних специалистов. С другой стороны, на выходе предприятие будет обладать информацией о возможных вариантах развития рынка, что при сравнении с результатами анализа приоритетных направлений деятельности будет давать возможность руководству организации принимать обоснованные стратегические решения, направленные на реализацию долгосрочных стратегических целей.

Также следует отметить, что прогнозирование технологического развития давно стало нормой для иностранных предприятий, доступ для которых на российский рынок после вступления России в ВТО станет еще более простым. Еще в середине 60-х годов XX в. крупнейшие фирмы Запада прошли эволюцию от планирования собственной деятельности до стратегической ориентации на будущее в совокупности с детальным прогнозированием не только экономических, но и технологических перспектив развития собственного и смежных рынков. Отсутствие своевременной информации может поставить даже успешно функционирующие российские предприятия в ситуацию, когда их действия на рынке будут заранее известны конкурентам, которые предпримут меры для их нейтрализации. Хотя

инновативность деятельности и не является всеобщей панацеей (примером компании-инноватора с неуспешной историей может служить «Apple», производивший и продолжающий производить крупную долю новаторской продукции на рынке IT), она, тем не менее, остается одним из наиболее важных факторов конкурентоспособности предприятия и определяет его привлекательность для потенциальных инвесторов.

В заключение хотелось бы отметить, что необходима планомерная переориентация прогностической системы предприятий от исключительно экономического прогнозирования и планирования на основе полученных данных, к экономико-технологическому прогнозированию с анализом долгосрочных перспектив предприятия на рынке. Подобные меры позволят укрепить позиции организации на рынке и обеспечить сохранение, а, возможно, и наращивание конкурентных преимуществ в своем секторе.