

Эти функции существовали и в условиях плановой экономики. Однако системность и ориентация на рынок - качественно новый уровень их реализации. Сложность подготовки специалистов в области управления снабжением, сбытом, ценообразованием состоит в интеграции накопленного положительного опыта и системности решения задач в этих областях, подчиненных общей концепции маркетинга.

Дисциплины специализаций маркетинга в области управления снабжения и сбытом, ценообразования имеют конкретную практическую направленность. Например, и те и другие специалисты должны уметь принимать вполне определенные управленческие решения на основе цен, сложившихся на рынке. Это позволяет заключать эффективные сделки, контракты, хорошо владея навыками аналитических расчетов, знаниями по вопросам государственной ценовой, сбытовой, налоговой политики. Поскольку дисциплины специализации изучаются на последних курсах, а в это время многие студенты уже находят себе работу по специальности, объективно возникает необходимость в конкретных специальных знаниях. Сами студенты предложили, например, по курсу «Ценовая политика» делать подборки нормативных документов, в силу того, что в этой сфере у нас присутствует довольно жесткое государственное регулирование, без знания норм которого можно допустить много ошибок и понести потери в прибыли. Это предложение навело на мысль проработки законодательной базы на практических занятиях, дискуссии относительно необходимости и целесообразности некоторых позиций нормативных документов. Такая творческая работа с выпускниками, во-первых, вызывает интерес и не оставляет их равнодушными, во-вторых, формирует у студентов навыки практической работы и в-третьих, учит системно, творчески мыслить, что позволит в дальнейшем трудиться самостоятельно.

Подготовить максимально готового к практической работе выпускника позволяют также обязательные индивидуальные самостоятельные работы, часто с использованием персонального компьютера, предусмотренные разработанными рабочими программами. К примеру, по курсу «Ценовая политика» студенты должны рассчитать цену на новое изделие с применением корреляционно-регрессионного анализа по одному из видов продукции, а также разработать стратегию сезонного снижения цен на определенный набор изделий. При этом используется стандартное программное обеспечение, использование которого в дальнейшем будет возможно и на конкретном рабочем месте. Без выполнения этих заданий студент не допускается к сдаче итогового зачета или экзамена.

Практическая направленность пронизывает также курсовые и дипломные работы, в которых должны максимально полно использоваться конкретные фактические данные предприятий, которые следует собрать в процессе прохождения практики.

Ориентация на подготовку специалистов "под ключ", рейтинг специальности обеспечивает почти стопроцентное распределение студентов по предприятиям республики. Подобная практика, кстати, существует также в Санкт-Петербургском университете экономики и финансов, где в рамках специальности маркетинг готовят специалистов по промышленному маркетингу, ценообразованию, рекламе и другим специализациям, чутко ориентируясь на потребности в специалистах определенного профиля своего региона.

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ПРОЕКТОВ ПРИ ТРАНСФЕРЕ ИННОВАЦИЙ

О. В. Пугачева

*УО «Гомельский государственный университет имени
Франциска Скорины»*

Важным элементом инновационной инфраструктуры Гомельского является Региональный центр маркетинга (РЦМ), сосредоточивший свои усилия на проведение маркетинговых исследований по изучению потребностей потенциальных пользователей научно-технических разработок региона. РЦМ, созданный при Гомельском государственном университете имени Франциска Скорины для продвижения на рынок научно-технических разработок вузов, предприятий и организаций Гомельского региона, создает соответствующие информационно-маркетинговые ресурсы (базы данных по инновационным разработкам вузов и других организаций региона, базы данных о потребностях предприятий в научно-технической продукции), планирует проведение маркетинговых исследований на рынке научно-технической продукции, ее рекламу и продвижение с использованием инструментов интернет-маркетинга, обеспечивает патентно-правовую защиту коммерческих предложений. Для своего устойчивого развития РЦМ необходимо реализовывать совокупность инновационных

проектов с различными характеристиками по длительности, объемам финансирования, степени новизны и риска и т.д.

Можно рекомендовать следующие группы критериев и систему показателей оценки инновационных проектов (Таблица):

I группа критериев характеризует соответствие проекта национальным приоритетам, научно-техническому и экономическому развитию региона, его особенностям, направлениям создания и развития новых и высоких технологий, научно-техническим направлениям инновационной структуры;

II группа критериев характеризует соответствие проекта экологическим особенностям региона, экологические оценки и аспекты экологической безопасности;

III группа критериев направлена на оценку коммерческого успеха нововведения;

IV группа критериев оценивает научно-технический уровень проекта;

V группа используется для финансовой оценки проекта;

VI группа оценивает вероятность производственной реализации проекта;

VII группа оценивает вероятность реализации проекта с учетом различных видов риска.

Так как различные критерии имеют разновеликую значимость с точки зрения оценки проекта в целом, то при принятии решения о реализации проектов их предлагается ранжировать в соответствии с весовыми коэффициентами, которые можно получить с помощью аналитического метода и метода экспертных оценок.

Таблица. Критерии и система показателей оценки инновационных проектов

Группы критериев	Критерии и показатели оценки проектов
1. Соответствие научно-техническому развитию региона, его особенностям, направлениям создания и развития новых технологий, научно-техническим направлениям инновационной структуры	1. Совместимость проекта с программой научно-инновационной деятельности (ГНТП)
	2. Совместимость проекта с научно-технической и экономической ориентацией региона, региональными НТП.
	3. Соответствие перечню приоритетных направлений создания и развития высоких технологий
	4. Взаимодействие с национальной научно-технической политикой
	5. Соответствие научно-технологическим направлениям инновационной структуры, а также ее долгосрочным и краткосрочным целям
	6. Оценка фазы инновационного цикла данной технологии (продукта)
2. Экологические критерии и критерии безопасности	1. Соответствие экологическим особенностям региона
	2. Выбросы и отходы в окружающую среду
	3. Безотходность производства за счет замкнутого технологического цикла переработки ресурсов или благодаря переработке образующихся отходов
	4. Приближение к биосферосовместимому типу технологии
	5. Экологическая безопасность
3. Коммерческий (экономический) успех нововведения	1. Соответствие потребностям и перспективам развития рынка
	2. Емкость рынка (рыночная потребность)
	3. Объем продаж
	4. Оценка доли рынка (отношение объема продукции данного предприятия на анализируемом рынке к объему рынка)
	5. Объем реализованной продукции конкурентами
	6. Себестоимость единицы продукции
	7. Цена продукта (соотношение с аналогами и товарами-субститутами)
	8. Оценка периода выпуска продукции
	9. Величина собственных капитальных вложений
	10. Объем привлекаемых инвестиций
	11. Величина нематериальных активов
	12. Соотношение с имеющимися технологиями и продуктами
	13. Обеспечение каналами продвижения на рынок

4. Научно-технические критерии	1. Новизна
	2. Соотношение с мировым уровнем (технический уровень и преимущества по сравнению с аналогами)
	3. Патентная чистота и патентная защищенность
	4. Обеспеченность научно-техническими ресурсами
	5. Возможность разработки «куста» новых технологий и продуктов
	6. Вероятность технической реализации
	7. Соответствие стандартам (международным, национальным)
5. Финансовые критерии	1. Стоимость проекта
	2. Суммарная или среднегодовая (валовая) прибыль
	3. Чистая текущая стоимость или чистый дисконтированный доход (NPV – Net Present Value)
	4. Внутренний коэффициент окупаемости или внутренняя рентабельность проекта (IRR – Internal Rate of Return)
	5. Временные рамки (Time Horizon) T
	6. Ожидаемый срок действия инвестиций (Expected Useful Life).
	7. Индекс доходности (Profitability Index)
	8. Срок окупаемости инвестиций (Payback) $T_{ок} = 1 / ROI$
	9. Рентабельность инвестиций или простая норма прибыли (ROI – Return On Investments) определяется как отношение годовой прибыли к вложенным в проект инвестициям
	10. Отношение доходов к расходам (Benefit/Cost Ratio) или коэффициент чистого дисконтированного дохода
	11. Коэффициент покрытия долга (Debt Cover Ratio)
6. Производственные критерии	1. Прогрессивность производственного процесса
	2. Возможность обеспечения производственными мощностями.
	3. Возможность обеспечения производственными площадями
	4. Количество рабочих мест, в том числе вновь создаваемых, а также удельная трудоемкость
	5. Наличие производственного персонала соответствующей квалификации (доля рабочих мест инженерно-технического персонала)
	6. Издержки (соотношение со среднеотраслевыми)
	7. Удельная материалоемкость
	8. Удельная энергоемкость
	9. Удельная добавленная стоимость
	10. Удельная фондоемкость
	11. Возможность развития производства (загрузка производственных мощностей)
	12. Экологичность и безопасность производства
7. Реализуемость проекта с учетом видов риска	1. Научно-технический риск
	2. Финансовый риск
	3. Производственный риск
	4. Коммерческий риск
	5. Страновой (суверенный) риск
	6. Трансферный риск
	7. Систематический риск
	8. Процентный риск
	9. Риск проекта (β)