

ПЛАНИРОВАНИЕ ИННОВАЦИЙ

Продуктовое планирование представляет собой сложный процесс, который включает такие составляющие, как информационное обеспечение, аналитические исследования, маркетинговые разработки, экономические обоснования, оценки собственного потенциала и т.д. В наиболее общем виде к основным процедурам процесса продуктового планирования можно причислить формирование продуктовых предложений, их оценку и отбор, формирование сбалансированного плана.

При формировании продуктовых предложений целью является получение как можно большего числа перспективных инновационных идей по составу инновационных продуктов, изменению структуры рынков, а также по направлениям технического развития предприятия. Основными источниками инновационных предложений на этой стадии выступают результаты маркетинговых исследований, научно-технических прогнозов и разработка перспективной продуктовой политики предприятия.

Маркетинговые исследования в рамках продуктового планирования ориентированы на формирование продуктового портфеля предприятия. При формировании продуктового портфеля определяются различные комбинации предполагаемого инновационного продукта и определенного сегмента рынка: 1) продвижение освоенных продуктов на существующих рынках, 2) продвижение освоенных продуктов на новые рынки, 3) продвижение на освоенные рынки нового продукта, 4) создание нового продукта и продвижение его на новые рынки.

Предложения по тематике инновационной деятельности предприятия формируются также на основе перспектив развития производственной программы, разрабатываемой на основе маркетинговых исследований и научно-технических прогнозов.

Использование разнообразных методов и приемов поиска инновационных идей наряду с постоянным анализом портфельных матриц и стратегическим планированием продуктовой политики позволяет сформировать большое число альтернативных инновационных предложений, конкурирующих между собой по имеющимся ресурсам и ожидаемым результатам. По данным консалтинговых фирм, для одного успешного инновационного продукта в среднем необходимо 58 разнообразных новых идей. При этом требуется рассмотреть не менее 300 различных вариантов и предложений. Поэтому наиболее ответственной стадией продуктового планирования инноваций является стадия оценки предложений и отбора наиболее актуальных из них.

В отечественной и зарубежной практике для решения этой задачи используются разнообразные методы селекции, основанные на многокритериальной оценке и двухэтапном отборе перспективной тематики. Так, на первом этапе проводится грубая селекция идей по совокупности критериев, отражающих рыночную ситуацию с предлагаемым инновационным продуктом, на втором — осуществляется детальная селекция допущенных к разработке предложений по совокупности критериев, характеризующих научно-технический уровень и стратегическую привлекательность предложений.

Отбор инновационных предложений следует рассматривать не обособленно, а как часть общей системы формирования продуктового портфеля, так как только при таком системном рассмотрении она может обеспечить активный поиск плодотворных инновационных идей и объективный отбор перспективных предложений с учетом рыночной ситуации, общих тенденций развития инновационной сферы и реальных возможностей предприятия.

*Н.Б. Буцанец, канд. экон. наук, доцент
БГЭУ (Минск)*

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТРАНСПОРТНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Сегодня важнейшей основой повышения эффективности национальной экономики становится развитие транспортной инфраструктуры, организационно-технической системы, призванной обеспечивать четкое и бесперебойное выполнение транспортно-логистических функций и минимизацию транспортных издержек. Основная ее цель — обеспечивать проходимость каналов распределения (поддерживать оптимальные пропорции между объемом перерабатываемых товаров, перевозной стоимостью транспортных средств, мощностью транспортной сети, перегрузочной способностью складов), в ускоренном режиме совершать таможенные операции, эффективно осуществлять таможенный контроль.

Для совместного развития транспортных систем Беларуси и других стран существенны тесные связи между видами транспорта и внутри них. Процесс взаимной увязки элементов отдельных видов транспорта в международном масштабе осложнен, так как неодинаковы не только инвестиционные возможности отдельных государств, но и параметры инфраструктурных элементов транспорта, создававшихся в разных местах и в разное время. Государства пытаются их унифицировать, и уже есть положительный опыт унификации размеров контейнеров через ИСО. Це-