

# Технологические предпринимательство:

*Оценка экосистемы инновационного  
процесса и анализ рынка технологий*

к.э.н., доцент Волков Алексей Алексеевич

# Специфика рынка технологий

1



*От потребителя:*

1. Предложение значительно превышает спрос и значительно зависит от смежных рынков
2. Высокие психологические барьеры восприятия продукта потребителем



*От организации:*

3. Не имеет определенного места и конкретных каналов сбыта, нет конкретных площадок
4. Обладает межрегиональным, а в некоторых случаях и глобальным характером



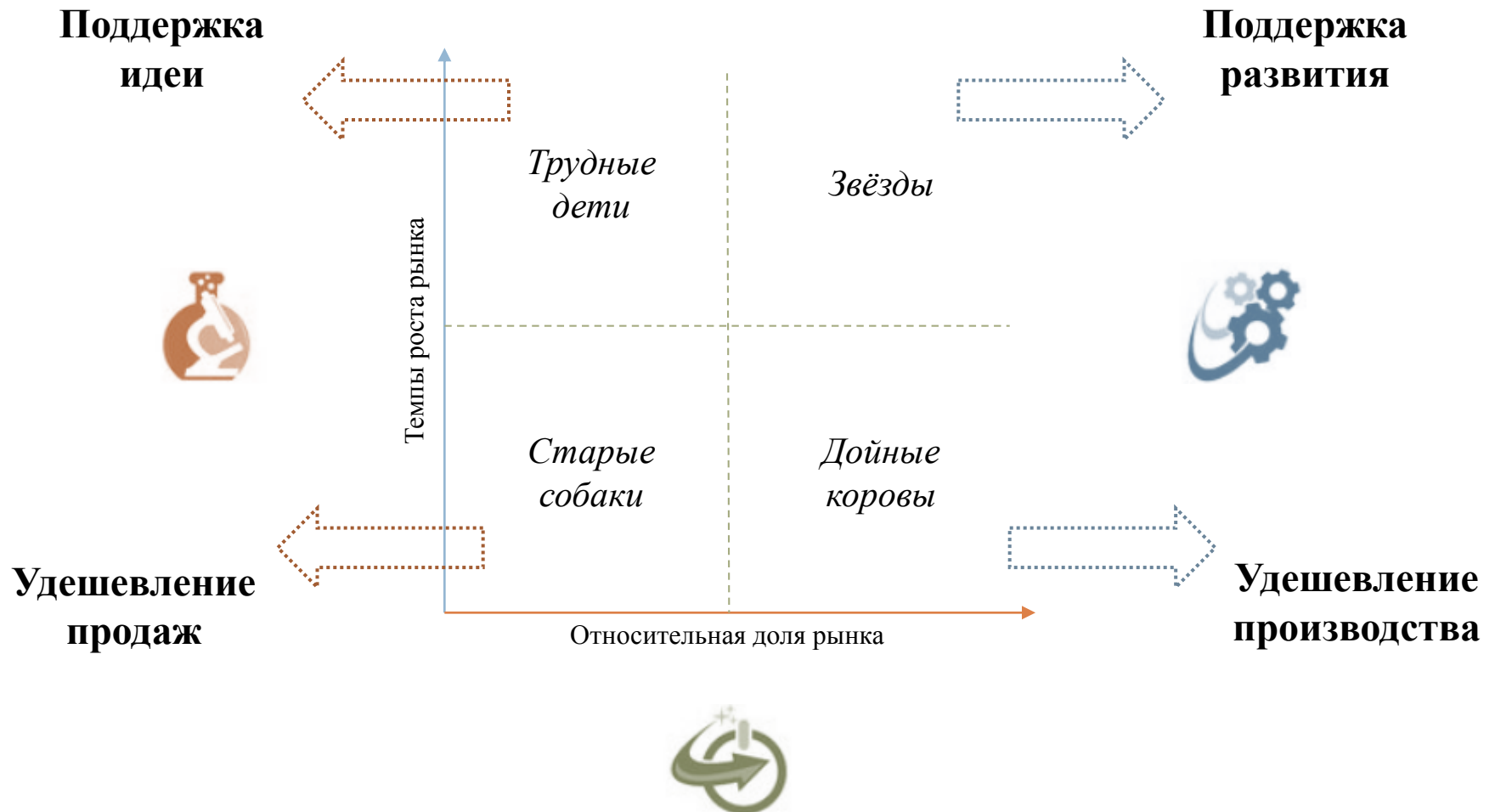
*От взаимодействия:*

5. Продукт приобретается преимущественно узкими специалистами
6. Возможно совместное использование выгод от продукта продавцом и покупателем



# Типы рынков и цели коммерциализация технологий

2



# Экосистема рынка технологий

3



# Анализ макросреды коммерциализации технологии

4

## Politic



- развитость нормативно-правовой базы;
- наличие целевых программ поддержки;
- уровень политической стабильности.

- образованность и квалификация;
- склонность к принятию нововведений;
- уровень социального расслоения.

## Social



## Economic

- направление развития экономики;
- доступность ресурсов и инвестиций;
- уровень платежеспособности агентов.

- степень доступности технологий;
- уровень затрат на проведение НИР;
- степень развитости инфраструктуры.



## Technological

# Анализ микросреды коммерциализации технологии

5

## Customers



- количество потребителей;
- требования к качеству;
- динамичность потребностей.



## Competitors

- количество конкурентов;
- однородность технологий;
- барьеры выхода на рынок.

- 
- количество поставщиков;
  - уникальность ресурсов;
  - стоимость переключения.

## Contractors



## Contactors

- количество посредников;
- стоимость брокерских услуг;
- открытость прямых продаж.

# 4P-анализ коммерциализации технологии

6



## Product

- экономичность технологии;
- эргономичность технологии;
- устойчивость к эксплуатации.

## Price



- размеры роялти;
- возможные скидки;
- условия расчётов.

- удаленность от заказчика;
- развитость каналов продаж;
- время на оформление документов.



## Place

- личные продажи;
- реклама и позиционирование;
- PR технологии.

## Promotion



# S.W.O.T.-анализ внедрения технологии

7

