

МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ И АНАЛИЗА РЫНКА НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ

Федорова Т.Д., Бураков П.В., Батова Т.Н.

ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики», Санкт-Петербург, Россия
(197101, г. Санкт-Петербург, пр. Кронверкский, 49), e-mail: tank.ftd@mail.ru

Проведен анализ схемы, методов и инструментов исследования рынка промышленных товаров. Определена возможность использования схемы исследования рынка промышленных товаров для исследования и анализа рынка научно-технических товаров. Выделены следующие объекты при исследовании рынка с целью коммерциализации научно-технической продукции: потребители, конкуренты, рынок, продукция, правовые нормы. Определены характеристики объектов. Основываясь на особенностях рынка научно-технической продукции, определены методы и инструменты исследования, подходящие для данного рынка, а также определены источники получения информации. Определен способ сегментирования рынка, а также выделены следующие признаки сегментирования рынка: область применения, функциональные характеристики, характеристики потребителей. Сделан вывод о том, что исследование и анализ рынка необходимо производить на протяжении всех этапов разработки научно-технической продукции.

METHODICAL BASIS OF THE RESEARCH AND ANALYSIS OF MARKET OF SCIENTIFIC AND TECHNICAL PRODUCTS

Fedorova T.D., Burakov P.V., Batova T.N.

Saint-Petersburg national university of information technologies, mechanics and optics, Saint-Petersburg,
Russia (197101, Saint-Petersburg, Kronverkskiy pr., 49), e-mail: tank.ftd@mail.ru

We have done the analysis of the scheme, methods, and market research tools industrial goods. We determined the possibility of the use of the study scheme the industrial market for analysis of market of scientific and technical products. The following objects were highlighted for market research for the purpose of commercialize scientific and technological products: consumers, competitors, markets, products, rules of law. We determined The characteristics of objects. Based on the characteristics of scientific and technical products, we have identified methods and research tools that are appropriate for the market and have identified the sources of the information. Defined way of segmenting the market and identified the following signs of market segmentation: sphere of application, functional characteristics, the characteristics of consumers. The conclusion is that market research and analysis to be done at every stage of the development of scientific and technical products.

РАЗВИТИЕ КАЧЕСТВ ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ: КОНТЕКСТНО-КОМПЕТЕНТНОСТНЫЙ ПОДХОД

Федотова Г.А., Мясникова С.В.

ФГБОУ ВПО «Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого», Министерство образования и науки РФ, Великий Новгород, Россия (173015, Великий Новгород, ул. Псковская, д. 3)

На основе рефлексивного анализа качеств личности инновационного предпринимателя предложен контекстно-компетентностный подход как продуктивный способ их формирования и развития. Компетенция предпринимателя рассматривается как система ценностей и личностных качеств, знаний, умений, навыков и способностей, обеспечивающая его готовность к инновационной деятельности. Раскрыт процесс включения предпринимателя в инновационную деятельность. Представлен опыт Европейского сообщества содействия предпринимательской культуре, ориентированный на поощрение инновационного мышления, предпринимательских навыков и повышение возможностей для карьерного роста. Предложена модель роста инновационного потенциала малого предпринимательства как пересечение действий внешних и внутренних факторов по четырем группам ситуационных факторов. Определены уровни проявления инновационной компетентности предпринимателя. Раскрыта система обучения и сопровождения процесса развития предпринимательских качеств современного делового человека, обеспечивающих продуктивность их инновационной деятельности: бизнес-инкубатор, тренинги, организационно-деятельностные и организационно-мыслительные игры.

SKILLS DEVELOPMENT OF INNOVATIVE ENTREPRENEUR: CONTEXT-COMPETENCE APPROACH

Fedotova G.A., Myasnikova S.V.

«Yaroslav the Wise Novgorod State University», the Ministry of Education and Science of Russian Federation,
Veliky Novgorod, Russia (173015, Veliky Novgorod, Pskovskaya str., 3)

Based on the analysis of reflective qualities of the person proposed innovative entrepreneur context-competence approach as a productive way of their formation and development. The competence of the entrepreneur is seen as a