

Рецензия

на статью «Маркетинговый раздел бизнес-плана проекта по коммерциализации: разработка и апробация» В.В. Цой, А.В. Кикоть, В.В. Карнов, А.В. Андреев

В статье рассматривается методическая проблема разработки маркетингового раздела бизнес-плана применительно к проектам по коммерциализации инновационных разработок, где продуктом выступает результат интеллектуальной деятельности и отсутствуют устойчивые рыночные «следы» в виде массовых продаж и накопленной статистики. Авторы обосновывают актуальность темы потребностями масштабирования вузовских и научных разработок, необходимостью повышения инвестиционной привлекательности проектов и усилением требований к доказательности маркетинговых расчетов (в том числе через показатели TAM/SAM/SOM, анализ каналов продвижения и сегментацию целевых аудиторий).

Работа построена на критическом анализе существующих подходов к наполнению маркетингового раздела бизнес-плана, выделении «белых пятен» для инновационных проектов и предложении авторского алгоритма формирования раздела. Существенным элементом статьи является апробация предложенной структуры на примере проекта в сфере ассистивных нейротехнологий для ре- и абилитации пациентов с моторными нарушениями. Авторами показаны этапы формирования маркетингового блока: описание рынка, анализ потребителей и конкурентов, характеристика продукта и стадий готовности (TRL/CRL/BRL и др.), элементы ценовой политики, каналов сбыта и продвижения, SWOT-анализ, а также выводы и рекомендации. Тем самым статья демонстрирует попытку связать методическую рамку с практическим кейсом, что повышает прикладную ценность материала.

Сильные стороны статьи

Актуальность исследования обусловлена спецификой инновационных проектов по коммерциализации, для которых традиционные методики маркетингового анализа часто оказываются недостаточно применимыми из-за ограниченности эмпирических данных и высокой неопределенности спроса.

К достоинствам работы относится предложенная авторами структурированная модель маркетингового раздела бизнес-плана, охватывающая ключевые блоки анализа (рынок, потребители, конкуренты, продукт, ценообразование, каналы, SWOT, рекомендации) и учитывающая особенности инновационного продукта. Сильной стороной является практическая апробация подхода на конкретном проекте, что позволяет продемонстрировать логику применения предложенной методики, включая постановку гипотез, сбор данных (интервью, опросы, анализ вторичных источников) и формирование выводов о перспективах коммерциализации.

Практическая значимость статьи проявляется в ориентации на задачи привлечения инвесторов и подготовки документов-обоснований: в работе отражены элементы, которые повышают аргументированность проекта (сегментация, каналы сбыта, дифференциация ценовой политики, анализ

конкурентной среды и рисков).

Перспективы исследования

Перспективным направлением развития работы является более строгая формализация расчетных процедур по оценке емкости рынка (TAM/SAM/SOM) и описанию источников данных, включая критерии достоверности и воспроизводимости оценок в условиях ограниченной статистики. Также целесообразно расширить блок о механизмах валидации гипотез (MVP, пилотирование в клиниках, дизайн исследований эффективности для B2G/B2B сегментов) и дополнить сравнение предложенной структуры с альтернативными методиками бизнес-планирования инноваций (в части последовательности шагов и набора обязательных показателей).

Заключение

Статья В.В. Цоя, А.В. Кикотя, В.В. Карнова и А.В. Андреева представляет собой методически и практически ориентированное исследование, направленное на совершенствование разработки маркетингового раздела бизнес-плана инновационного проекта по коммерциализации. Работа отличается логичной структурой, стремлением устранить методические пробелы для инновационных продуктов и демонстрацией применения подхода на прикладном кейсе. Полученные результаты могут быть полезны для разработчиков проектов при подготовке бизнес-планов и технико-экономических обоснований, а также для образовательной и исследовательской практики в сфере коммерциализации разработок.

Рекомендуется к публикации в журнале.

Рецензент - Зотикова Ольга Николаевна, доктор экономических наук, профессор,

Российский государственный университет имени А.Н. Косыгина
г. Москва, Россия

Reviewer - Zotikova Olga Nikolaevna, Doctor of Economics, Professor,
Kosygin Russian State University, Moscow, Russia

