

Научно-технический маркетинг.



Матрица отрасль-конкурентное преимущество

П/п	Отрасль	Цветная металлургия	Горнодобывающая промышленность	Строительный комплекс	Связь
1	Конкурентное преимущество Кадры и возможность их подготовки	8	1	9	2
2	Доступность средств для внедрения	4	0	0	0
3	Собственная материальная база	7	0	7	5
4	Возможность интеграции с другими научными организациями	10	1	3	2
5	Наличие бюджетных ресурсов	0	0	0	0
6	Возможность интеграции с представителями данной отрасли в области создания технологии	6	0	5	0
7	Суммарная оценка	35	2	24	9

Матрица предмет деятельности-конкурентное преимущество

№	деятельности Конкурентное преимущество	Материалы	Энергосбережение	Утилизация промышленных отходов	Обеспечение оптических приборов
		0,2	0,4	0,1	0,1
1	Кадры и возможность их подготовки	8	2	3	3
2	Доступность средств для внедрения	5	0	2	0
3	Собственная материальная база	8	3	5	5
4	Возможность интеграции с другими научными организациями	10	5	10	2
5	Наличие бюджетных ресурсов	3	0	0	0
6	Возможность интеграции с представителями данной отрасли в области создания технологии	10	5	7	2
7	Суммарная оценка	44	15	30	12
8	Взвешенная суммарная оценка по коэффициенту «важности»	8,8	6	8,1	1,2

Матрица поставок

№ п/п	Наименование материалов	Набор изделий.	Набор изделий.
1	Керамика	Набор изделий из электротехнической керамики	Набор изделий из высокотемпературной, химически стойкой керамики
2	Сплавы (металлические)	Сплав I (набор изделий)	Сплав II (набор изделий)
3	Биметаллические сплавы	Биметаллические переходники	Аноды электролизеров
4	Композиционные материалы	Набор изделий из твердых сплавов ВК, ТК	Серебросодержащие электротехнические контакты
5	Теплоизоляционные и огнеупорные материалы	Огнеупорный материал I	Огнеупорный материал II
6	Пластмассы	Изделие I	Изделие II

Производство глинозема и первичного алюминия

I АГК

II АГК

III КрАЗ

Добыча нефелиновой руды

Производство глинозема

Производство первичного алюминия

ПРОБЛЕМЫ

ПРОБЛЕМЫ

ПРОБЛЕМЫ

Отвалы низкосортного нефелинового сырья

П Р И
2 0 5

Износ оборудования

7 0 3

Истощение сырьевой базы

9 7 8

Социальные проблемы

5 0 0

Отвалы нефелинового шлама

П Р И
5 10 8

Выбросы пыли электрофильтров

5 10 4

Износ оборудования

7 1 6

Повышение качества глинозема

9 0 6

Ограничение сырьевой базы

6 10 8

Поставка комплектующих из других регионов России

4 10 9

Экологические проблемы электролиза

П Р И
4 5 5

Теплоизоляционные материалы

10 4 8

Шламовые поля

8 6 3

Экологические выбросы в атмосферу

3 8 8

Энергосбережение

10 2 6

Поставка комплектующих из других регионов и зарубежных стран

4 9 8

Матрица SWOT проекта

Возможности. (O)

1. Наличие в регионе потребителей продукции для которых имеет важное значение скорость и надежность поставок.
2. Существует возможность расширения рынка за счет увеличения номенклатуры выпускаемых изделий.
3. Существует возможность широкой кооперации с другими научными коллективами (в том числе и конкурентами).
4. Возможность быстрого и практически бесплатного испытания изделий в промышленных условиях.
5. Возможность использования минерально-сырьевой базы, находящейся в Красноярском крае.
6. Возможность быстрого завоевания рынка из-за отсутствия конкурентов в СНГ.
7. Возможность получения бюджетного финансирования.

Угрозы (T)

1. Высокое качество продукции зарубежных конкурентов
2. Высокая вероятность возникновения конкурентных технологий и производств (например в Томске)
3. Увеличение стоимости расходных материалов и комплектующих
4. Увеличение тарифов на энергоносители
- 5.. Лоббирование по какой либо причине зарубежных поставок со стороны Предприятия – потребителя.

Сильные стороны (S)

1. Наличие ученых и технологов высокой квалификации в том числе, имеющих опыт работы в производстве керамики, для осуществление научно – технического сопровождения и оперативной доработки технологии.
2. Наличие собственной материальной базы для создания или совершенствования технологии и организации собственного производства.
3. Возможность на базе Института быстрого подбора и обучения специалистов.
4. Наличие собственных площадей достаточных для организации опытно-промышленного производства.
5. Длительные связи и сотрудничество с Предприятием-потребителем.
6. Существование собственных средств, которые можно сконцентрировать на реализацию проекта в целом.

Слабые стороны (W)

1. Отсутствие госбюджетного и другого внешнего источника финансирования на разработку нового материала.
2. Отсутствие средств внешних источников на организацию опытно-промышленного производства, сертификацию продукции.
3. Отсутствие отечественной промышленной технологии.
4. Отсутствие в Институте организационной структуры, необходимой для производства.
5. Отсутствие структуры, отвечающей за исследование рынка.

Схема научно-технического маркетинга

