Погосян Александра Михайловна Совершенствование инновационных процессов создания и коммерциализации платежных сервисов

ОГЛАВЛЕНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

кандидат наук Погосян Александра Михайловна

ВВЕДЕНИЕ.................................................................................4

Глава 1 ОСОБЕННОСТИ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ СОЗДАНИЯ И КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ ПЛАТЕЖНЫХ СЕРВИСОВ.................................................................................16

1.1 Рынок платежных услуг России: современное состояние и тенденции развития......................................................................................16

1.2 Платежные сервисы как инновационный продукт.......................33

1.3 Особенности инновационных процессов разработки и коммерциализации платежных продуктов............................................44

Глава 2 АНАЛИЗ ПРИНЯТИЯ И РАСПРОСТРАНЕНИЯ ПЛАТЕЖНЫХ СЕРВИСОВ В РОССИИ..........................................60

2.1 Методология учета влияния факторов на принятие платежных инноваций....................................................................................60

2.2 Выявление значимых факторов принятия платежных сервисов......................................................................................80

2.3 Инструменты воздействия на скорость распространения платежных сервисов......................................................................................89

Глава 3 МЕТОДЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ СОЗДАНИЯ И КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ ПЛАТЕЖНЫХ СЕРВИСОВ......................103

3.1 Концепция системы управления инновационными процессами разработки и коммерциализации платежных продуктов..........................103

3.2 Разработка имитационной модели распространения платежных сервисов.....................................................................................114

3.3 Практические рекомендации по использованию модели распространения платежных сервисов для управления инновационными процессами создания и коммерциализации платежных продуктов ...........128

ЗАКЛЮЧЕНИЕ..........................................................................140

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

143

СПИСОК ИЛЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРИАЛА............................164

ПРИЛОЖЕНИЕ А Модели восприятия новшеств................................168

ПРИЛОЖЕНИЕ Б Общие и специфические факторы восприятия новых

технологий.....................................................................................171

ПРИЛОЖЕНИЕ В Опросный лист.....................................................173

ПРИЛОЖЕНИЕ Г Характеристика индивидуумов в выборке: контрольные

переменные.................................................................................177

ПРИЛОЖЕНИЕ Д Индикаторы измерения характеристик платежного

сервиса.......................................................................................179

ПРИЛОЖЕНИЕ Е Результаты распределения потребителей по

поведенческим группам.................................................................184

ПРИЛОЖЕНИЕ Ж Результаты распределения ТСП по поведенческим

группам....................................................................................186

ПРИЛОЖЕНИЕ И Описание поведенческих групп потребителей и

ТСП..........................................................................................187

ПРИЛОЖЕНИЕ К Описание базовых платежных сервисов..................188

ПРИЛОЖЕНИЕ Л Распределение потребителей и ТСП по поведенческим

группам......................................................................................190

ПРИЛОЖЕНИЕ М Опросные листы для потребителей и представителей

ТСП..........................................................................................191

ПРИЛОЖЕНИЕ Н Расчет коэффициентов модели диффузии Ф. Басса.....195

ПРИЛОЖЕНИЕ П Детализированные опросные листы для потребителей и

представителей ТСП....................................................................................198

ПРИЛОЖЕНИЕ Р Алгоритм выбора платежного инструмента..................204