



**Целеполагание.
Построение дорожной карты
проекта.**

**Михаил Лосев
директор
ЗАО «МЕДИКО-БИОЛОГИЧЕСКИЙ
СОЮЗ»**

Планируем проект = «собираемся в поход»

Цель проекта: определяем начальную и конечную точку маршрута.

Маркетинг (отрасль, регулирование): изучаем карту местности.

Финансовый план, интеллектуальная собственность: что берем с собой.

Команда, организационный план: с кем идем.

Разнообразиие проектов:

-«инжиниринговые»

- «предпринимательские».

«Инжиниринговые» проекты: есть платежеспособный рыночный спрос (потребители точно знают, что хотят продукт), нет продукта.

«Предпринимательские» проекты: нет платежеспособного рыночного спроса, но есть понимание как его создать.

Кейс. «Инжиниринговый проект» Разработка тест-системы для диагностики ВИЧ 4-го поколения.

Тест-системы на ВИЧ 3 поколения - выявляют антитела к ВИЧ.

Тест-системы на ВИЧ 4 поколения - выявляют антитела и антигены ВИЧ, что позволяет проводить более раннюю диагностику инфекции.

В России первые тест-системы 4 поколения были выведены на рынок транснациональной корпорацией Bio-Rad и введены в государственный заказ РФ в рамках нацпроекта «Здравоохранение».

Кейс. «Инжиниринговый проект» Разработка тест-системы для диагностики ВИЧ 4-го поколения.

Цель проекта: в кратчайшие сроки вывести на рынок тест-систему для диагностики ВИЧ 4 поколения.

Начальная точка маршрута: нет продукта, нет разработчиков.

Дорожная карта (маршрут):

- Создать научно-исследовательскую лабораторию.
- Разработать продукт.
- Организовать производство.
- Вывести на рынок.

Кейс. «Инжиниринговый проект» Разработка тест-системы для диагностики ВИЧ 4-го поколения.

Задача 1: Создать научно-исследовательскую лабораторию.

- А. Привлекли главного разработчика.
- Б. Собрали для него команду.
- В. Определили требования к продукту.
- Г. Профинансировали лабораторию.

Кейс. «Инжиниринговый проект» Разработка тест-системы для диагностики ВИЧ 4-го поколения.

Задача 2: Разработать продукт.

А. Команда начала разработку исходных биологических компонентов (сырья). Потратила на это 2 года. Не добилась успеха.

Б. Команде поставили задачу найти биологические компоненты у зарубежных поставщиков и научиться с ними работать.

В. На основании зарубежных биологических компонентов была разработана конкурентоспособная тест-система.

Кейс. «Инжиниринговый проект» Разработка тест-системы для диагностики ВИЧ 4-го поколения.

Задача 3: Организовать производство.

Лабораторный продукт \neq продукт для серийного производства.

А. Для организации производства команда разработала процедуру передачи разработанных тест-систем в серийное производство.

Б. В процессе передачи - конкретизировали требования к тест-системам для серийного выпуска и доработали тест-систему.

Кейс. «Инжиниринговый проект» Разработка тест-системы для диагностики ВИЧ 4-го поколения.

Задача 4: Вывести на рынок.

Доказать потребителям, что разработанная тест-система конкурентоспособна по сравнению с зарубежными аналогами.

- А. Проведены испытания тест-системы в диагностических лабораториях.
- Б. Доработаны потребительские характеристики тест-систем.
- В. Проведены семинары, доклады на отраслевых конференциях.

Кейс. «Инжиниринговый проект» Разработка тест-системы для диагностики ВИЧ 4-го поколения.

В результате проекта:

Тест-система вошла в государственный заказ министерства здравоохранения.

Создана научно-исследовательская лаборатория: ЗАО «МБС-технология». Специализация лаборатории - разработка технологий производства диагностических тест-систем и биологических компонентов.

На сегодняшний день: разработано более 30 наименований диагностических тест-систем и 100 наименований биологических компонентов, в том числе по заказу зарубежных заказчиков.

Кейс. «Предпринимательский проект» Лодки «Солар».

Золотое правило создания спроса: продукт должен позволять потребителю достигать своих целей при наименьших затратах энергии.



Кейс. «Предпринимательский проект» Лодки «Солар».

Для туристов и рыболовов производились надувные лодки с жестким дном - занимает много места, сложно собирать.

Идея: сделать полностью надувную лодку - экономия времени и сил на ее подготовку и перевозку.

Кейс. «Предпринимательский проект» Лодки «Солар».

Цель проекта: создать бизнес на основе этой разработки.

Начальная точка маршрута: есть продукт, нет производства, спроса, известности и денег на раскрутку.

Дорожная карта (маршрут):

- Защитить разработку патентом.
- Создать команду.
- Сделать мини-производство штучных изделий.
- Постепенно нарастить мощность с одновременным развитием спроса.
- Создать серийное производство.

Кейс. «Предпринимательский проект» Лодки «Солар».

В результате:

Компания СОЛАР занимает 3 место в России по объему производства туристических лодок в России.

Ошибки при реализации проекта:

Ошибка в патентовании - в результате появился конкурент в смежной рыночной нише.

Переход от штучного производства к серийному - полностью сменили производственный персонал.

Ошибка при выборе команды на первом этапе - затормозило развитие проекта.