Введение в инноватику

Степан Владимирович Хачин
к.т.н., директор ИИП

02.09.2011

Инноватика это:

область знаний занимается разработкой методов и средств управления инновационной деятельностью, развитием системных способностей руководителей проектов, работников предприятий инфраструктурного обеспечения и непосредственных создателей новых продуктов – инженеров и научных работников – бизнес-лидеров нового поколения

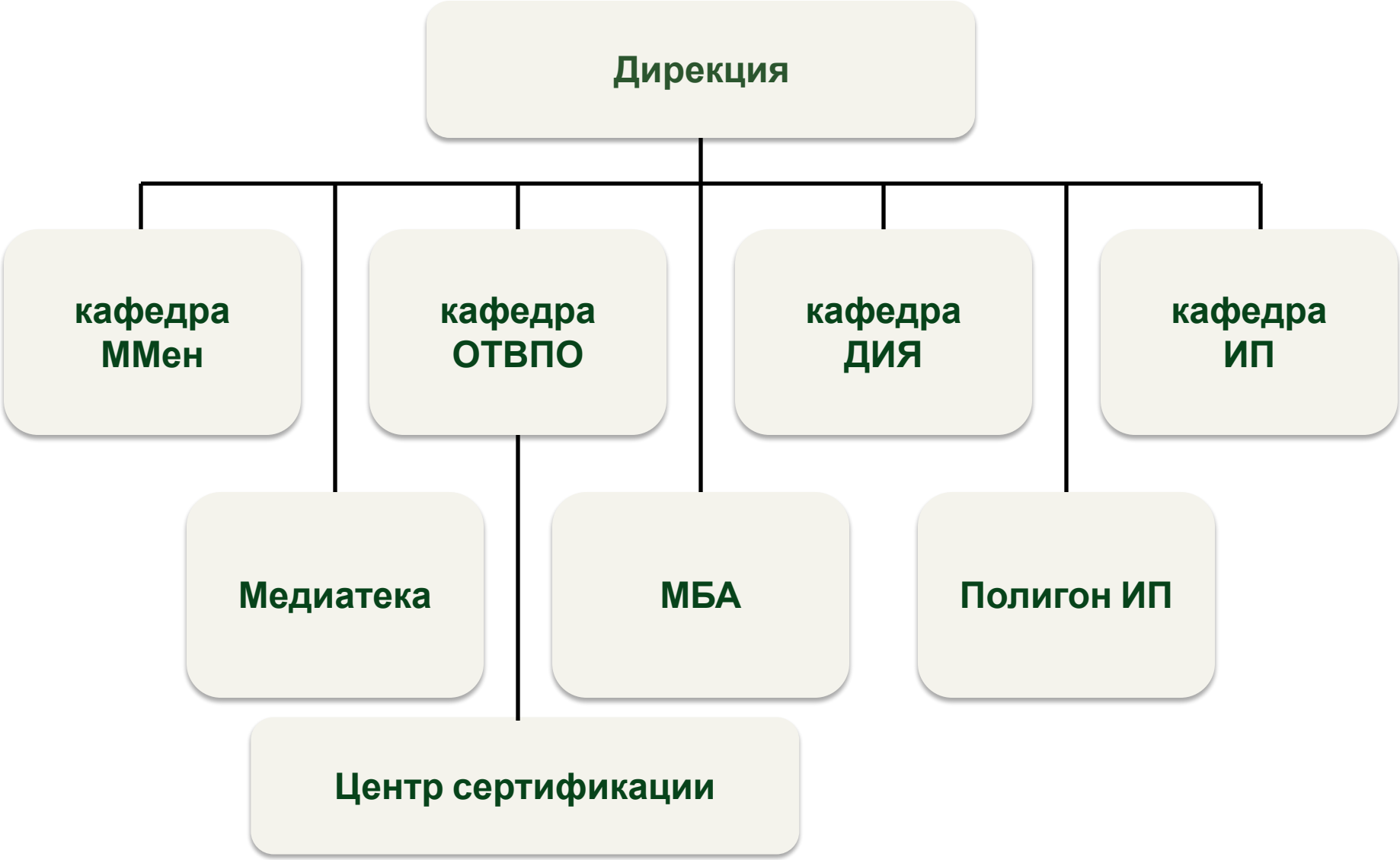
Миссия ИИП

Подготовка управленческой элиты в технологической и научно-образовательной сферах, призванной обеспечить высокую международную конкурентоспособность России в глобальной экономике.

Стратегическая цель

стать узнаваемой школой на рынке образовательных услуг, обеспечивая подготовку конкурентоспособных специалистов, обладающих актуальными компетенциями в инженерном предпринимательстве.

Структура ИИП



Коммерциализация

За рубежом:

Процесс или цикл вывода на рынок нового продукта. Непосредственный запуск нового продукта является финальной стадией процесса разработки нового продукта и одной из самых дорогих стадий (реклама, промоушэн и т.д.).

Разработка нового продукта (NPD) – это все стадии процесса привнесения нового продукта или услуги на рынок. Существует два параллельных процесса:

1. Разработка идеи и инжиниринг
2. Исследование и анализ рынка

Источник: Wikipedia

Инновационный бизнес

В России:

Процесс разработки и вывода на рынок нового товара или услуги (инновация) имеющую особые потребительские преимущества

Процесс трансформации знаний в деньги.

Инновация и модернизация

- Модернизация – это применение самых лучших методов и технологий менеджмента.
- Инновация – это новый способ осуществления дел или прорывные технологии.
- Модернизация охватывает экономику, правительство и общество.
- Инновация, как правило, инициируется небольшой группой людей, а не правительством или бизнесом.

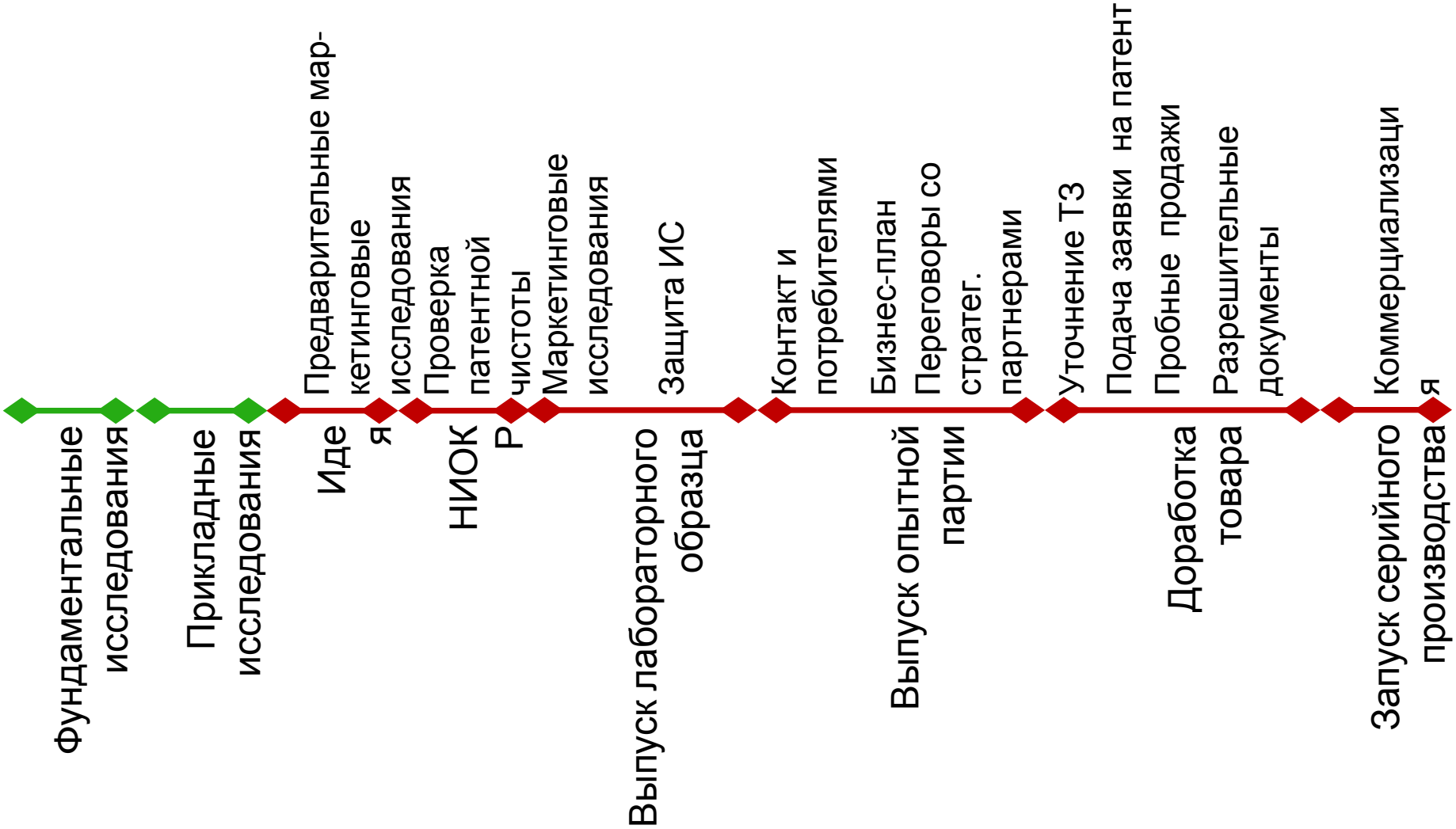
Инновация

- УСПЕШНОЕ ПРИМЕНЕНИЕ НОВЫХ ИДЕЙ, которые СОЗДАЮТ ЦЕННОСТИ
- Инновации напрямую связаны с исследованиями и разработками (исследования и разработки составляют почти половину экономического роста с прибылью на инвестицию равной 30%)
- Но инновации это больше чем исследования и разработки. Инновации охватывают:
  - новые продукты,
  - новые процессы и
  - новые способы привлечения клиентов и создания качества
- Использование креативности для изменения мировых целей
- Основные компоненты включают людей, интеллектуал и финансовый капитал
- Ключевыми факторами являются предприниматели, связи, местное финансирование, местный спрос и стратегическое чувство глобального спроса

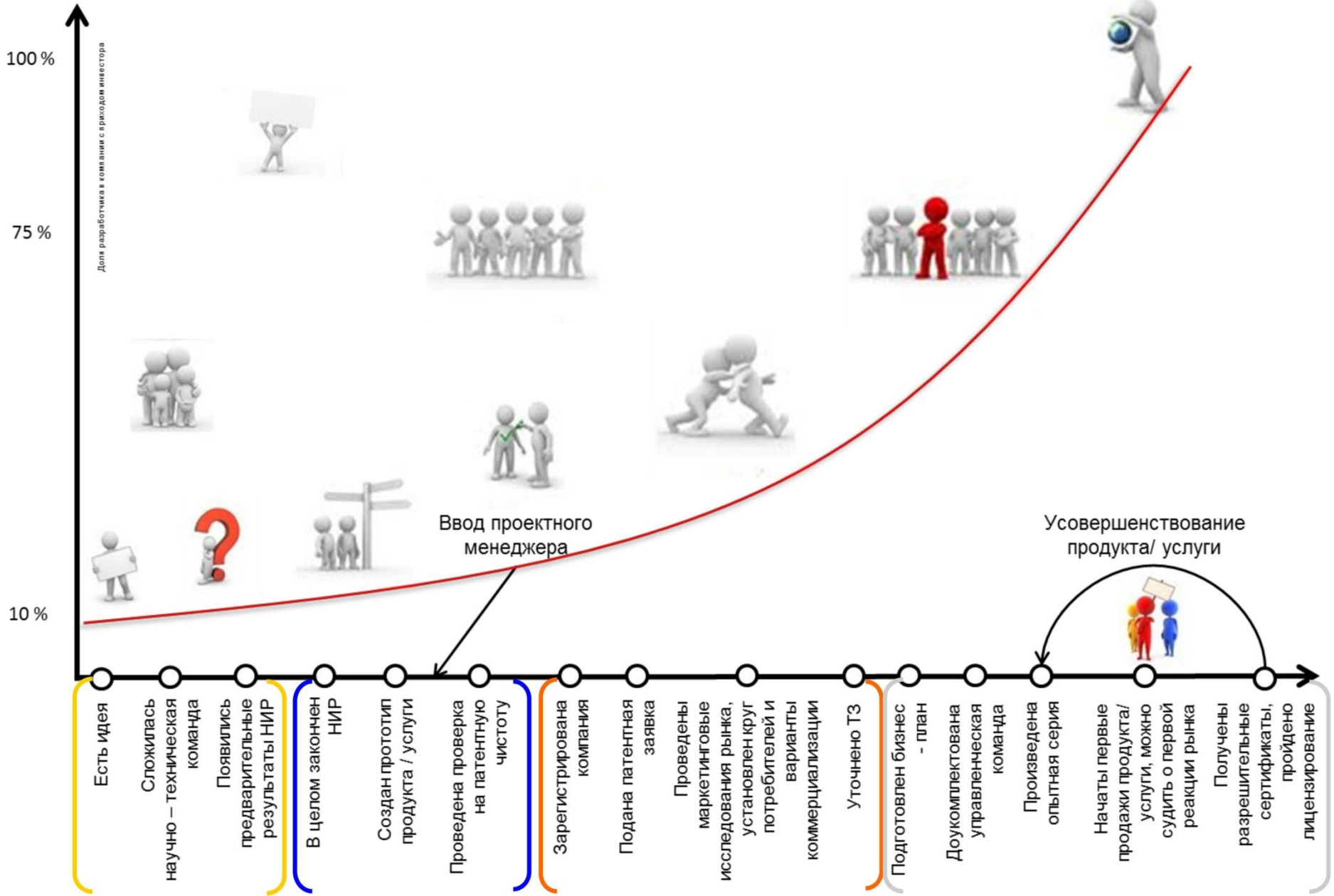
Инновация и изобретение

Изобретение	Инновация	Созданное	Внедренное
Локальная сеть Ethernet	Локальная вычислительная сеть	Metcalfe, Xerox PARC	3COM
Графический интерфейс пользователя	Кадрирование	Stanford Research Institute	Apple
Гиперссылка	Интернет браузер	Tim Berners-Lee, CERN	Netscape
Реляционная модель данных	Базы данных	E.F. Codd, IBM	Oracle
Транзистор	Интегральная схема	Shockely et al., Bell Labs	Intel

Стадии разработки нового товара



Стадии разработки нового товара



Основные участники инновационного проекта

Автор проекта

Руководитель проекта

R&D команда

Экономико-управленческая команда

Инвесторы

Соисполнители

Автор проекта

Автор главной идеи проекта, его предварительного обоснования и предложений по осуществлению

Руководитель проекта

Физ. лицо или юр. лицо которому делегированы полномочия по руководству работами по осуществлению проекта

R&D команда

Коллектив, который осуществляет НИОКР будущего товара и обеспечивает техническое сопровождение проекта

Экономико-управленческая команда

Отвечает за организацию и развитие всех не технологических функций проекта

Инвесторы

Сторона, вкладывающая в проект инвестиции.

Цель инвесторов – максимизация прибыли на свои инвестиции от реализации проекта.

Стартовые площадки

Стартовые площадки= этапы
Помогают создать ценность
Каждый новый этап - следующая стартовая площадка

Стартовые площадки

Стартовая площадка 1 = продукт на ранней стадии

- 10 инженеров – технологов
- Бета продукт
- Коммерческий директор

Стартовая площадка 2 = поиск покупателя или продавца финансовых инструментов

- 2 партнёра по реализации проекта
- Первый общий запуск
- Первая прибыль
- Расширение команды

Стартовые площадки

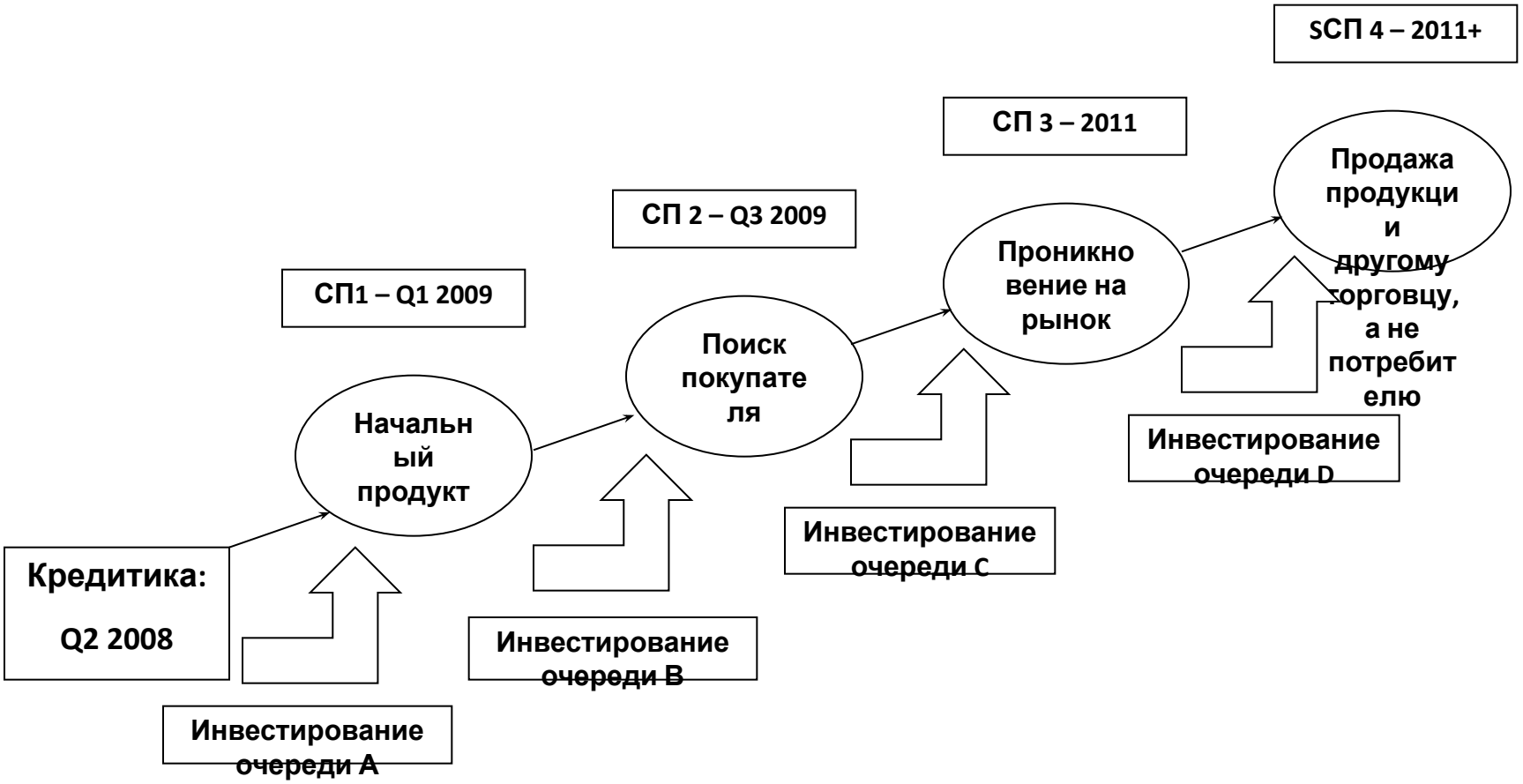
Стартовая площадка 3 = Проникновение на рынок

- Хорошо зарекомендовавшая себя экономика продаж
- Агрессивная стратегия выхода на разные рынки
- Интернационализация

Стартовая площадка 4 = продажа продукции другому торговцу, а не потребителю

- Размер рынка (в млн. долларов)
- От 4 до 6 возможных покупателей компании

Стартовые площадки



Зачем нужны стартовые площадки?

Инвестор не будет финансировать весь проект

Риск на старте начале слишком высок

Несколько вариантов развития событий в будущем

Необходима высокая доля участия Large

Зачем нужны стартовые площадки?

Инвестор не будет финансировать весь проект

Риск на старте начале слишком высок

Несколько вариантов развития событий в будущем

Необходима высокая доля участия Large