



Коммерциализация инновационных идей: первые шаги к успешному Start Up

Владимир Кияев
Санкт-Петербургский
государственный университет



Студенческая
исследовательская
лаборатория Интел в МГУ

Интенсивный курс «Введение в
технологическое
предпринимательство»

Москва, 30-31 марта 2012 г.



Профессор кафедры информатики
СПбГУЭФ

Заместитель директора по научной
работе НИИ Информационных
технологий Математико-
механического факультета СПбГУ

**Координатор Лаборатории
СПРИНТ (СПбГУ-Intel)**

Сертифицированный менеджер по
системам и стандартам качества
ISO 9000, CMM, CMMI

**Эксперт Фонда поддержки
малого бизнеса**



Несколько сентенций – вместо эпиграфа

Деньги, власть слава – это,
конечно, неплохо...
Но однажды вы повстречаете
человека, для которого всё это
не имеет значения.
И тогда вы поймёте, как вы
бедны!

Редьярд Киплинг
Из речи, произнесенной в
Университете Макгилла в Монреале



Несколько сентенций – вместо эпиграфа

Самая волнующая фраза,
какую можно услышать в
современной науке,
фраза, возвещающая о
новом открытии, – вовсе
не «Эврика», а «Как
странно...»

Айзек Азимов



Несколько сентенций – вместо эпиграфа

Предприниматели совершают прорыв в будущее. Они изобретают нечто новое, меняют мир и утирают нос конкурентам. Тратят кучу денег на безумные, казалось бы, идеи, но какие-то из них срабатывают – и человечество делает шаг вперёд!

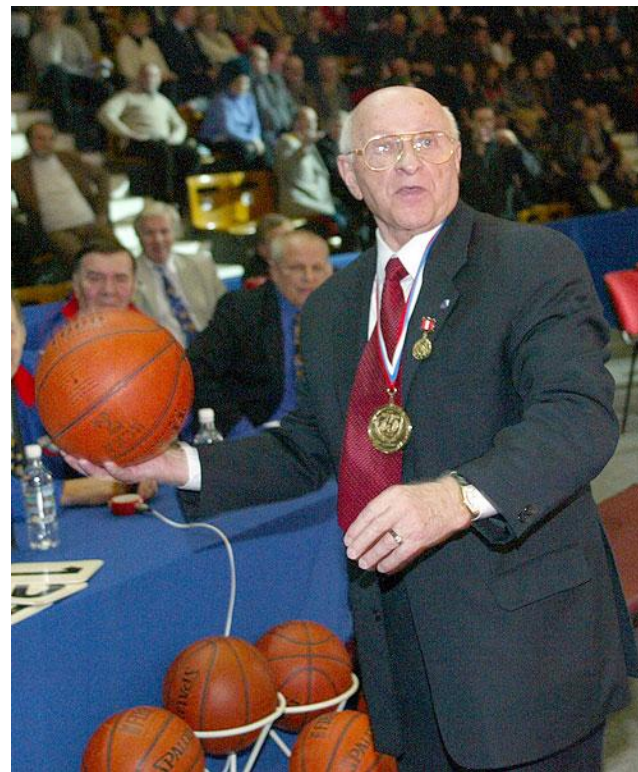


Гай Кавасаки «The Art of Start: The time-tested, battle-hardened guide for anyone starting anything»



Несколько сентенций – вместо эпиграфа

Из умных людей
успешными становятся
не просто наиболее
удачливые, а те, кто из
бесконечного количества
вопросов, которые ставит
жизнь, умеет выбрать
главные, а из огромного
количества ответов –
правильные...



Александр Гомельский, Президент баскетбольного
клуба ЦСКА



Несколько сентенций – вместо эпиграфа

Я мчусь не туда, где
находится шайба, а туда,
где она окажется через
несколько мгновений!



УэйнГрецки, легенда Национальной хоккейной
лиги (США-Канада)



Несколько сентенций – вместо эпиграфа

Гора только издалека
кажется неприступной,
а подойди к ней, начни
взбираться – сам не
заметишь, как окажешься
на вершине!



Сергей Миронович Киров, член Политбюро ВКП(б),
Первый секретарь Ленинградского обкома



Общая цель мастер-класса



Дорожная карта: От отдельных лекций по коммерциализации – к экосистеме предпринимательства

Методы: Показывать, Обучать, Наставлять, Вдохновлять



Почему это важно?



Global Universities
Entrepreneurship Student's
Spirit Survey



Почему это важно?

студентов

4

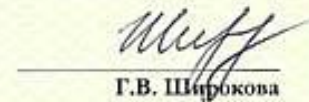
Сертификат GUESSS – РОССИЯ

Данный сертификат подтверждает участие
Санкт-Петербургского государственного университета (математико-механический факультет)

в проекте «Глобальное исследование предпринимательского духа студентов»
(Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey, GUESSS) в 2011 году


А.В. Муруган

Российская Ассоциация Обучения Предпринимательству


Г.В. Широкова

Руководитель российской части проекта GUESSS



Высшая
школа менеджмента
Санкт-Петербургского
государственного университета



Центр
предпринимательства
США-Россия



%

7

индекс предпринимательской силы

предпринимателей среди студентов
к количеству ответивших



Узловые моменты и Акценты

1. Предпринимательство и бизнес
2. Пути коммерциализации продукта
3. Организация Start Up
 - ❖ миражи и самообольщения, ключевые вопросы проекта
 - ❖ идея, осуществимость идеи, экспертная оценка
 - ❖ представление продуктового предложения
 - ❖ формирование команды проекта
 - ❖ поиск и обоснование рынка
 - ❖ новая ценность, разрешение противоречий
 - ❖ сравнительный анализ на основе бенчмаркинга
 - ❖ функционально-стоимостной анализ – тримминг
 - ❖ модель компании, бизнес-модель и бизнес-план



Психологические моменты

Осознание внутренней мотивации (часто две крайности: непробиваемая самоуверенность или опасение, что ничего не получится)

Преодоление неуверенности и страхов (идея сырая, я не справлюсь, не хочу выставляться на посмешище...)

Формирование команды и распределение ролей (команда и группа)

Оценка рисков (как правило, в сторону занижения)

Принятие решений (смещение в техническую сторону)

Нежелание заниматься маркетингом, стандартизацией, логистикой (лишние затраты, мы пишем быстро, продукт и так пойдёт, приятели помогут...)

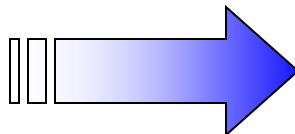


Интуиция: спонтанность
стихийность, импульсивность

Идентификация: упорядоченность,
понимание пользовательской
ценности, видение возможности

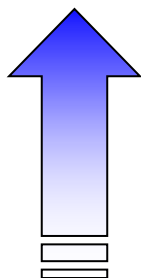
Идея

Упаковка !



Бизнес-
идея

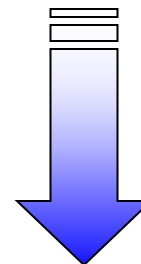
Опыт,
компетенции,
перспектива,
развитие,
фокус на новой
ценности



Компания,
капитал

Создание и становление,
выход на рынок,
конкурентные преимущества

Предпри-
ниматель



Желание самореа-
лизации, поиск
средств, формиро-
вание команды,
бизнес-модель,
бизнес-план,
нацеленность на
успех

Start Up

Реализация идеи, исполнение
замысла, рост возможностей,
мотивация продолжения,
накопление навыков



Как подавать материал?

Вводная лекция, мастер-класс, семестровый курс...

Всё зависит от цели занятий, отпущенного времени, уровня подготовки слушателей и т.д.

Варианты:

- а). Лекционные занятия - 80-85%,
ситуационные игры - 15-20% - вводная лекция, мастер-класс
- б). Лекционные занятия - до 50 %,
деловая игра - до 50% - семестровый курс.



Деловая игра проводится в ролевом формате, слушатели по желанию разбиваются на группы по 3-6 человек и в течение семестра строят модель стартапа.

Проверка знаний - тестирование, сертификация

Закрепление и использование знаний - сайт компании, участие в конкурсах Атомосфера, УМНИК, СТАРТ...



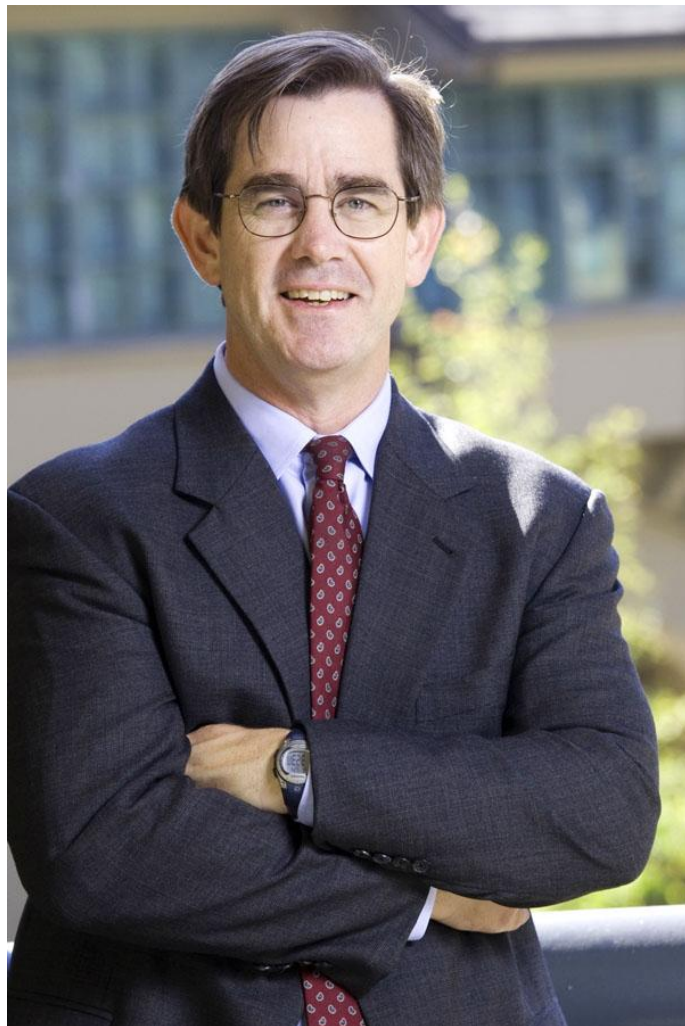


Гай Кавасаки — основатель и управляющий директор компании Garage Technology Ventures — помог тысячам людей воплотить свои стартап-мечты. В 1980-х, работая в Apple Computer Inc., Кавасаки был евангелистом Macintosh: «проповедовал» ценности этого бренда разработчикам программного и аппаратного обеспечения. Между работой в Apple и основанием Garage Кавасаки прошел сложный и насыщенный трудовой путь, женился, обзавелся четырьмя детьми, получил несколько ученых степеней и начал наставлять на путь истинный молодую предпринимательскую поросль. Колумнист *Entrepreneur Magazine*, он написал 9 книг, включая «Правила для революционеров» (*Rules for Revolutioners*) и «Как довести конкурентов до безумия» (*How to Drive Your Competition Crazy*).

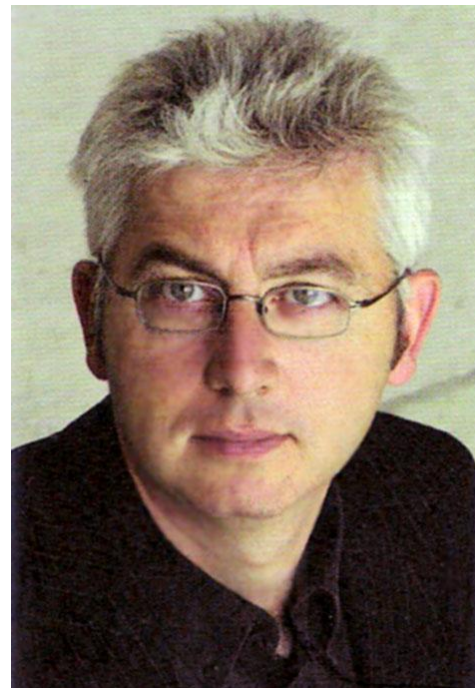
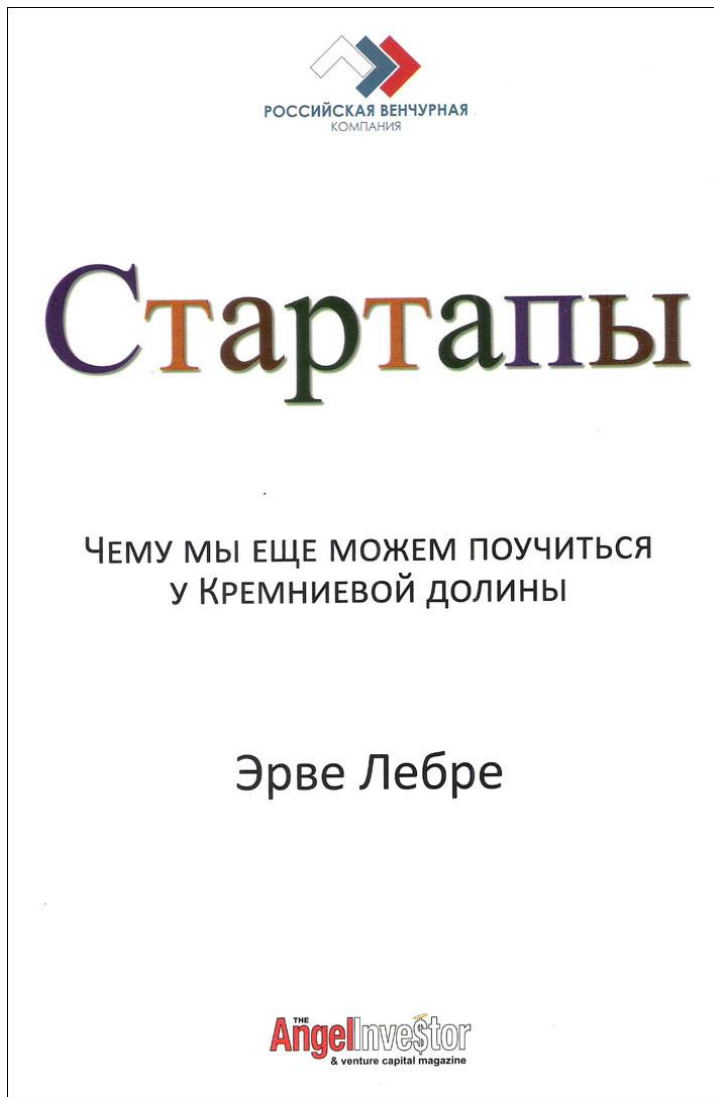
А что полезно почитать?



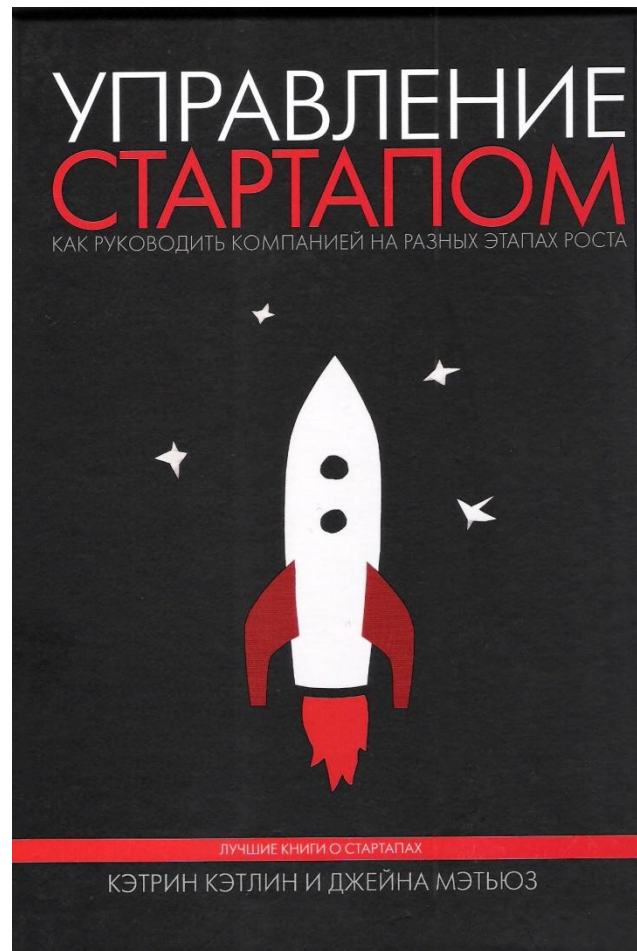
А что полезно почитать?



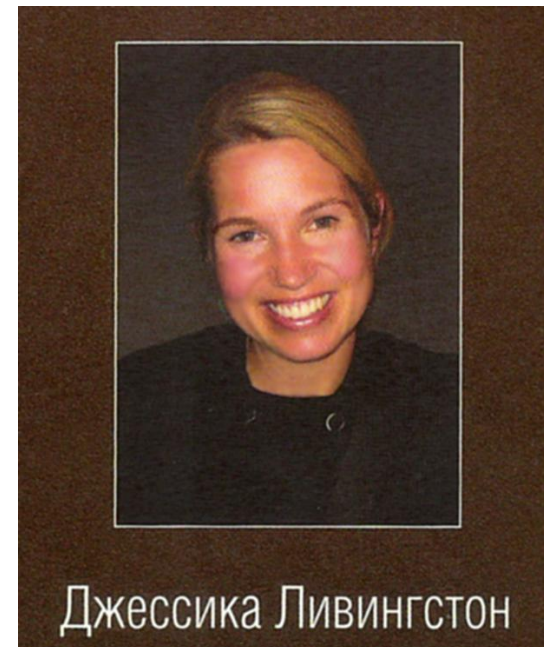
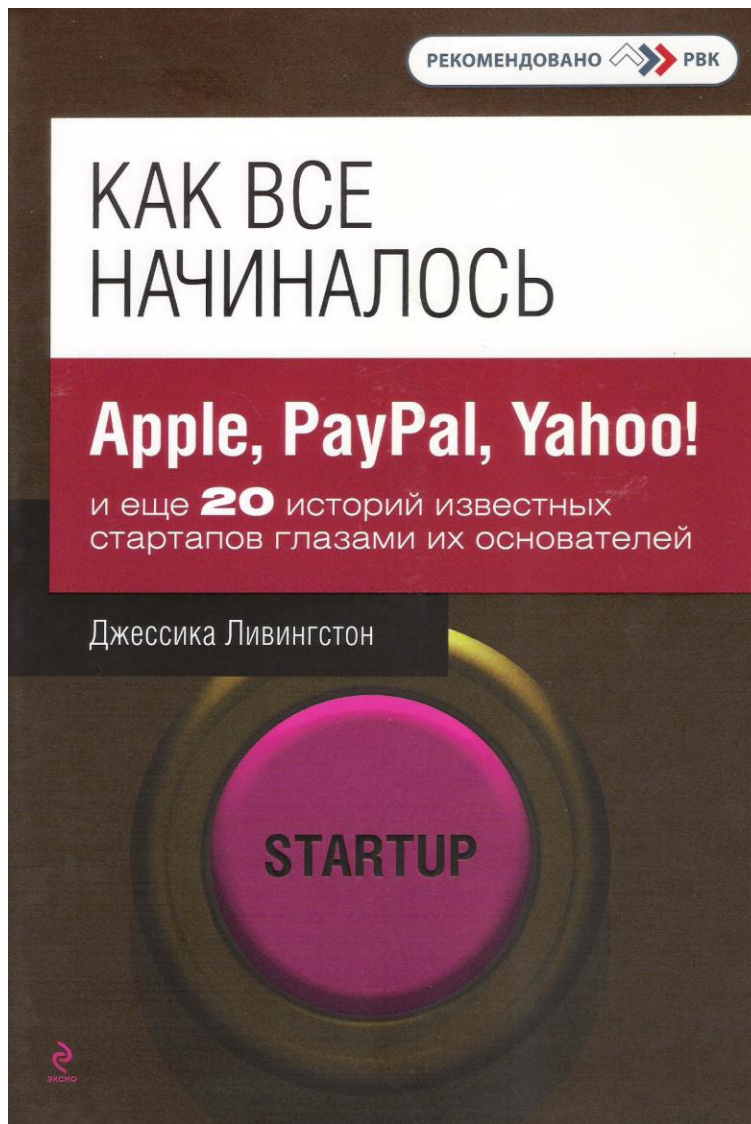
А что полезно почитать?



А что полезно почитать?



А что полезно почитать?



А что полезно почитать?



Джеффри Мур

работает управляющим директором TGC Advisors – консалтинговой фирмы из Калифорнии, которая оказывает ведущим высокотехнологичным компаниям услуги в области разработки стратегии и трансформации. Он консультировал более тридцати хай-тек-корпораций, включая Hewlett-Packard, Apple, AT&T, Oracle, IBM и Samsung.

Его книги «Преодолевая пропасть», «Внутри торнадо», «Игра горилл» и «Жизнь на линии разлома» стали бестселлерами и входят в программы ведущих бизнес-школ. Мур – венчурный партнёр в Mohr Davidow Ventures, фонде венчурных инвестиций из Калифорнии, который специализируется на вложениях в технологии программного обеспечения, компьютерных систем и сетей, а также полупроводников, находящихся на ранних этапах разработки. В качестве партнёра Mohr Davidow Мур консультирует по вопросам рыночной стратегии высокотехнологичные компании, которые входят в портфель фонда.



А что полезно почитать?

БИЗНЕС XXI ВЕКА



Томас К. Мак-Найт

курировал запуск более 200 бизнес-проектов, помогая предпринимателям разрабатывать организационную инфраструктуру, планировать зарождающиеся технологии и создание интеллектуальной собственности, составлять требования к денежному потоку, анализировать потенциальный доход и оценки.

Мак-Найт имеет более чем 30-летний опыт успешной работы в качестве президента, CEO, вице-президента и консультанта как в крупных компаниях, так и в только что появившихся предприятиях. Он работал в Федеральной комиссии по связи, Белом доме, в компаниях Combined Communications, Orion Satellite, PTAT и Smith Barney, в медиа-холдинге Gannett помогал запускать *USA Today*, крупнейший новый проект в истории газетной журналистики. С 1996 г. Томас читает курс предпринимательства в ведущих университетах США. Степень бакалавра бизнеса Мак-Найт получил в Университете Майами, а степень доктора права в Государственном университете Огайо.

БИЗНЕС XXI ВЕКА

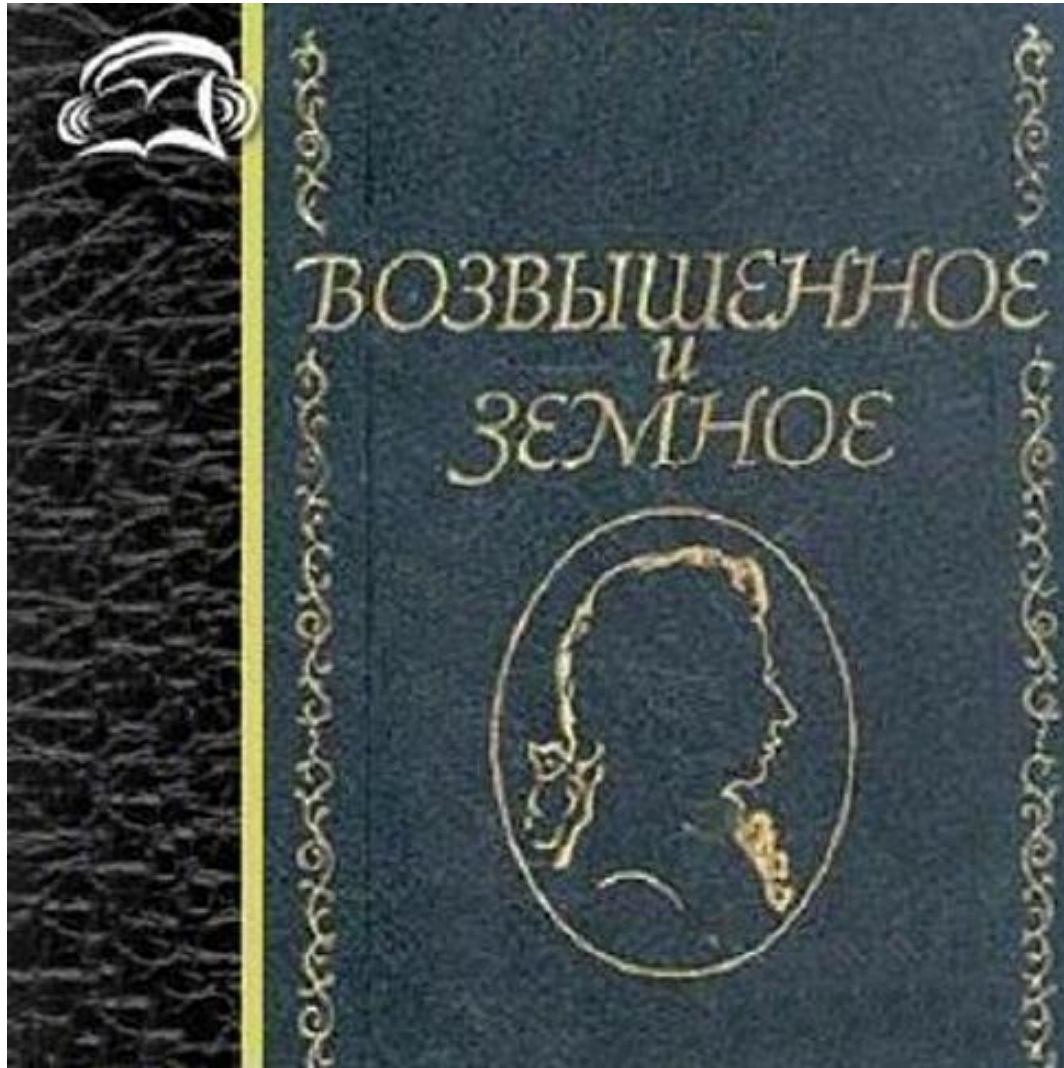
Томас К. Мак-Найт

А ПОЛЕТИТ?

КАК УЗНАТЬ, ЕСТЬ ЛИ У ВАШЕЙ БИЗНЕС-ИДЕИ КРЫЛЬЯ,
ПРЕЖДЕ ЧЕМ ВЫ ПРЫГНЕТЕ

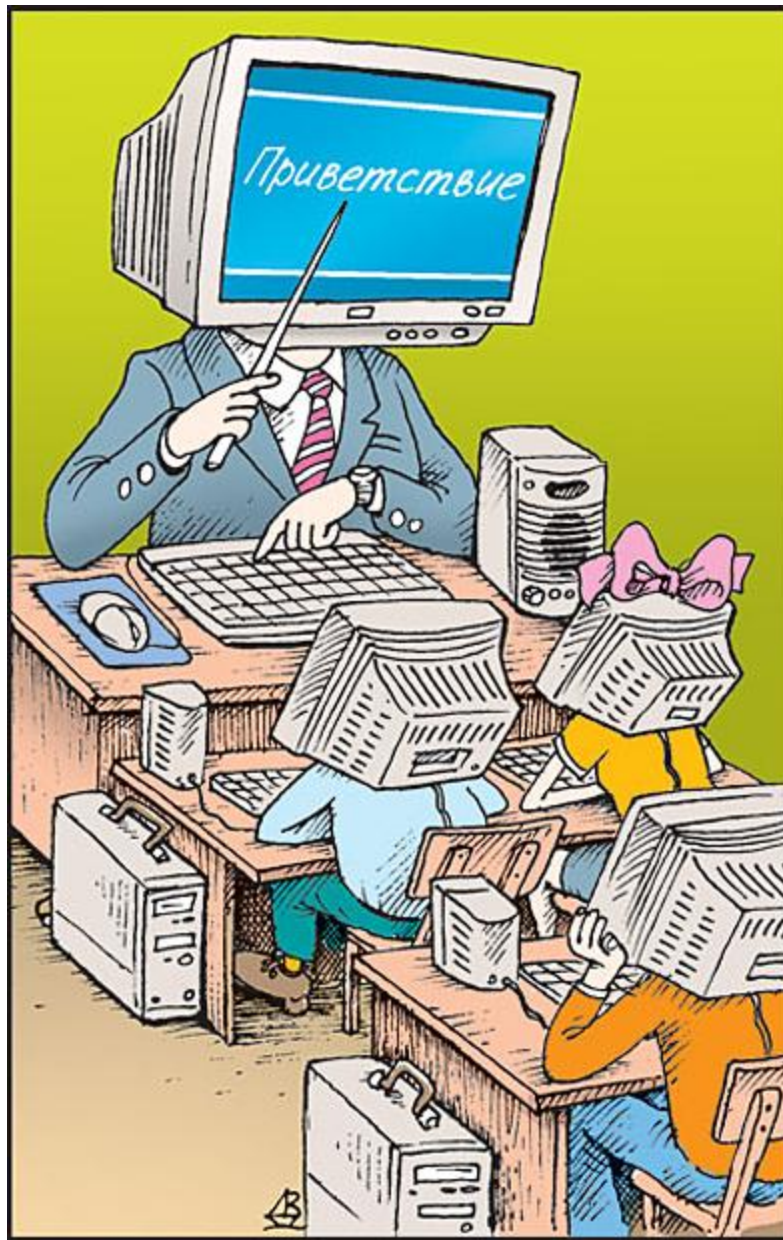


Два аспекта коммерциализации



Земное

Компоненты коммерциали- зации



Микроигра № 1: Поиграем в вопросы ?

Что такое предпринимательство и кто такой предприниматель?



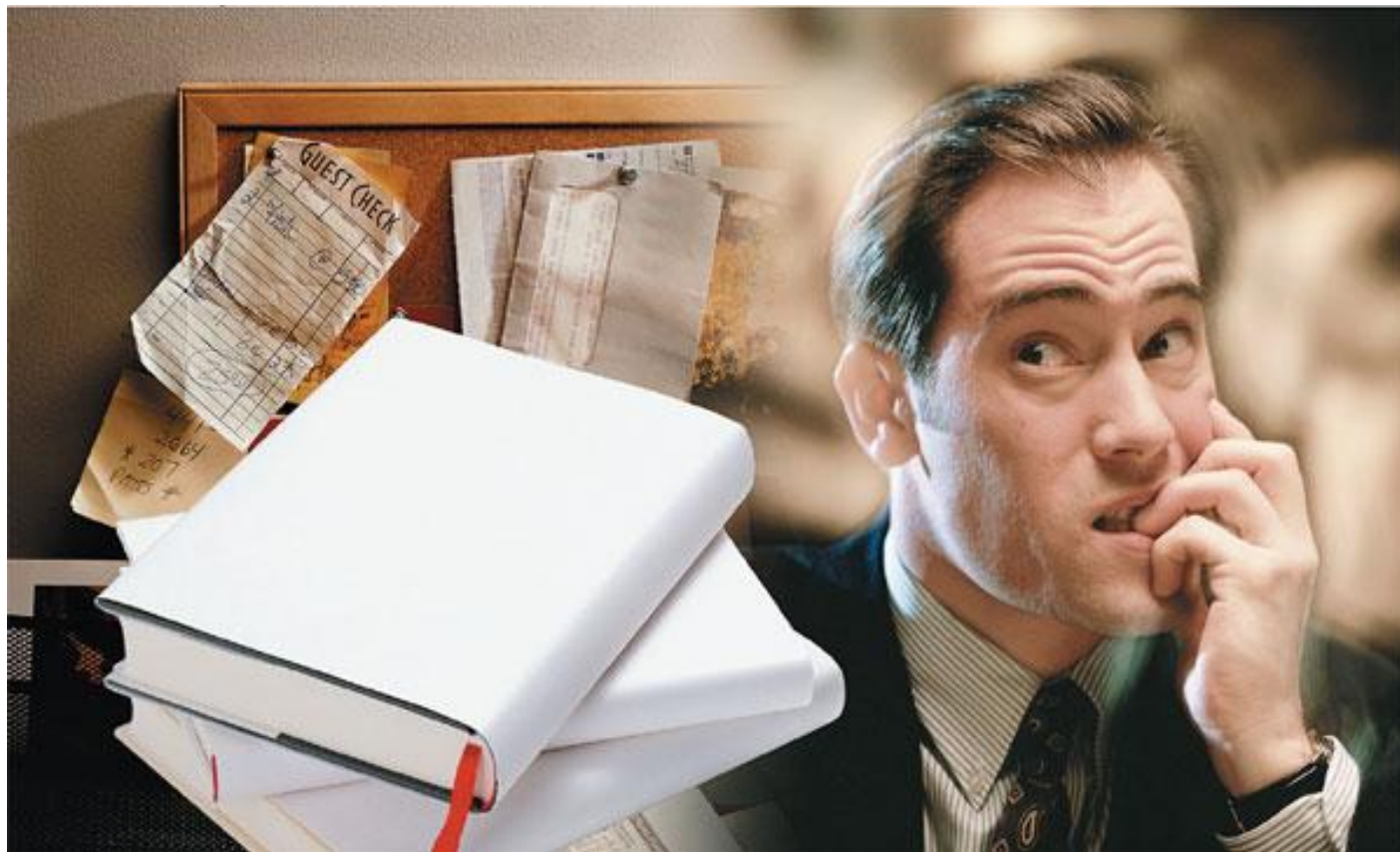
Поиграем в вопросы ?

*Предприниматель – это то же самое что
Бизнесмен?*



Поиграем в вопросы ?

Можно ли научить предпринимательству и как это сделать?



Поиграем в вопросы ?

Что такое предпринимательство и кто такой предприниматель?



Предприниматель – это то же самое что Бизнесмен?



Можно ли научить предпринимательству и как это сделать?



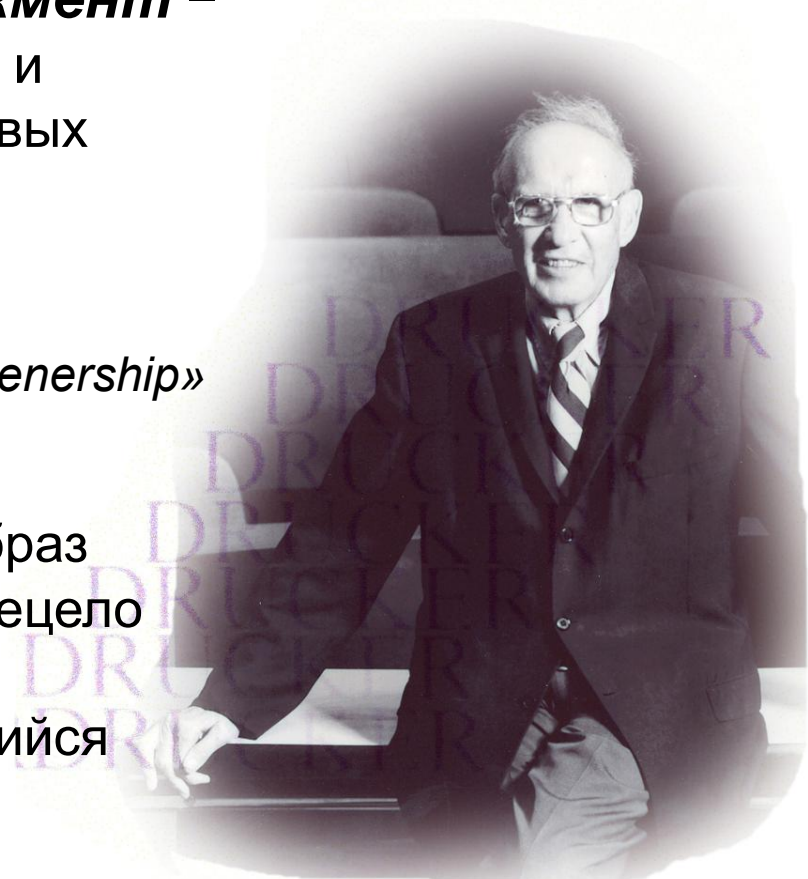
Что такое предпринимательство?

Предпринимательский менеджмент –

удовлетворение новых потребностей и желаний пользователей, решение новых проблем потребителей посредством использования новых возможностей.

Питер Дракер «Innovation and Entrepreneurship»

Предпринимательство – это образ мыслей, рассуждений и действий, всецело захваченный открывающейся возможностью реализации, стремящийся к целостному подходу и сбалансированному лидерству.



Джеффри Тиммонс и Стефан Спинелли «New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21-st Century»



Что такое предпринимательство?

Предпринимательство – это процесс создания **<стоимости / ценности>** (Value Creation) в условиях неопределенности и риска благодаря нетрадиционному образу мышления, набору ресурсов, часто недостаточных, но позволяющих воспользоваться благоприятной возможностью

Предпринимательство является цивилизованным способом отъема денег у потребителя путем вывода на рынок качественного уникального (инновационного) продукта, обладающего новой потребительской ценностью

Ключевые фразы, определяющие реалии нового времени: «создание новой потребительской ценности», «качественный уникальный (инновационный) продукт», «вывод продукта на рынок (коммерциализация)», «цивилизованный способ извлечения прибыли»



Из приведенных определений следует:

- ❖ **предприниматель** – это человек, видящий, распознающий и использующий благоприятные рыночные возможности, реализация которых требует ресурсов больше, чем он располагает в настоящий момент, для создания новой (инновационной) ценности
- ❖ **совокупность ресурсов** ничем не ограничивается заранее – это могут быть ресурсы материальные, финансовые, информационные, компетентностные, интеллектуальные, правовые и т.д.
- ❖ **не всякий человек**, занимающийся бизнесом, является предпринимателем
- ❖ **предпринимательству** можно и нужно учить, т.е. вырабатывать необходимые компетенции для реализации предпринимательского менеджмента (П.Дракер)



Предприниматель:

- ❖ опирается на интуицию
- ❖ поддерживает инновации
- ❖ выбивается из общего ряда – «белая ворона»
- ❖ доминирующие импульсы на начальных этапах – порыв, эмоция, собственное желание
- ❖ идёт на риск, не просчитывая всех последствий
- ❖ мотивирован будущими перспективами
- ❖ видит возможность и исследует границы возможного

Провидец

Бизнесмен:

- ❖ склонен мыслить аналитически
- ❖ поддерживает эволюцию
- ❖ чаще всего является конформистом
- ❖ охотно вступает в «клубы бизнесменов» со сложившимися правилами, которые он не нарушает
- ❖ консультируется с коллегами и партнерами, управляет рисками
- ❖ мотивирован текущими доходами
- ❖ последовательно реализует достижимое

Прагматик



Портрет предпринимателя

Жизненно важные признаки: классические сильные стороны предпринимателя



- Умеет находить возможности там, где другие их не видят.
- Всегда ищет новые возможности и интересные задачи.
- Увлечен своей работой и полон энергии.
- Упорно стремится достигать результатов при высоких стандартах работы.
- Создает творческие и новаторские идеи; мыслит нестандартно.
- Всегда стремится делать все лучше.
- Инициативен и нацелен на будущее.
- Умный, способный и решительный.
- Руководствуется ощущением необходимости срочных действий.
- Уверенно идет на риск.
- Умеет решать проблемы, любит браться за новые интересные задачи и верит, что невозможного не существует.
- Твердо намерен повышать благосостояние — как свое, так и других — и изменить что-то к лучшему.

Умеет мыслить в терминах инновации и продукта !!!



Как учить предпринимательству?



Professor
**David
Charron**

Intel+Berkeley

**Global
Entrepreneurship
Education Initiative**

Theory to Practice
Seminars

IBTEC
The "Challenge"

Global Faculty
Colloquium

Intel+UC Berkeley
**Global
Entrepreneurship
Education Program**

Professor
**John
Danner**



The Lester Center for Entrepreneurship and Innovation
Haas School of Business, UC Berkeley

Copyright © 2008 J.S. Engel



Как учить предпринимательству?

В 2007 г. в ВШМ СПбГУ и в 2008 г.
в ВШЭ СПбГУЭФ (Санкт-Петербург)
в 2009 - 2011 гг. в МИРБИС (Москва)



с успехом прошли межвузовские семинары
по инновациям и технологическому
предпринимательству с участием профессоров Лестер-
центра университета Беркли (США) Дэвида Шерона и
Джона Даннера, а также профессоров Рэя Смайлора,
Майкла Морриса и Минэт Шиндехут из Школы
менеджмента Уитмена Сиракузского университета
(США).

Вдохновитель и модератор - Людмила Маргулец!



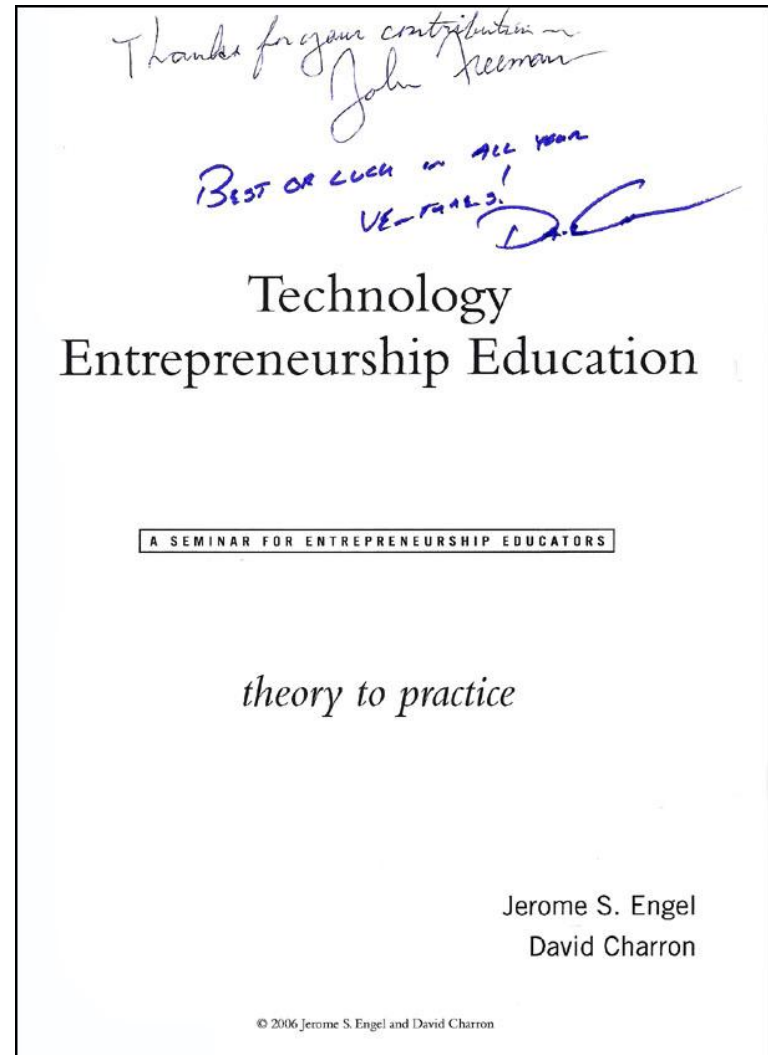
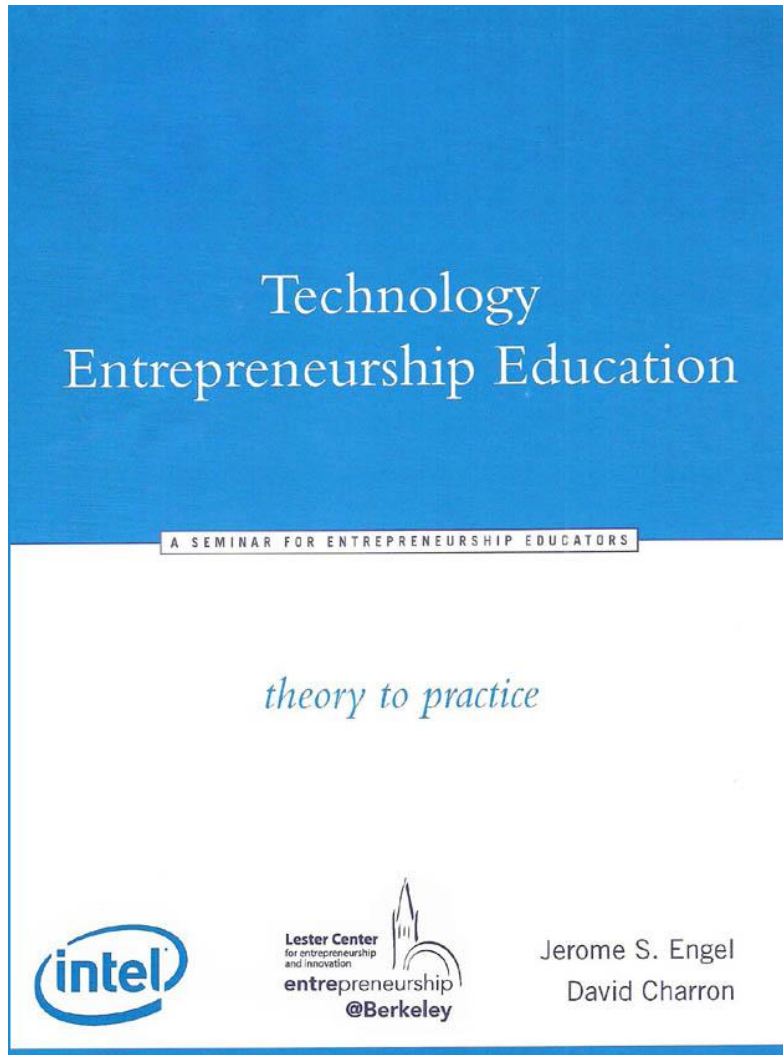
Как учить предпринимательству?



Intel+UC Berkeley
Technology
Entrepreneurship
Education
Theory to Practice Seminar

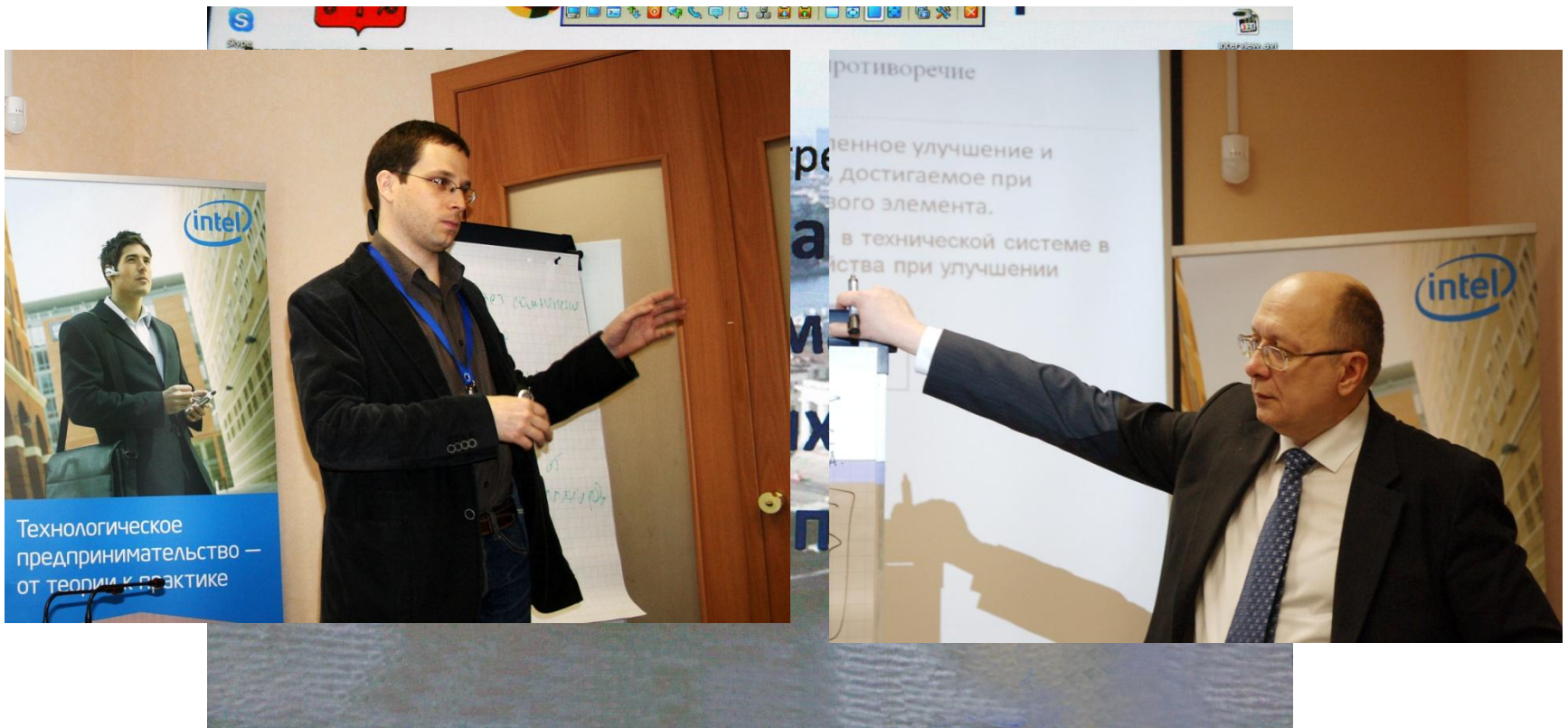


Как учить предпринимательству?



Как учить предпринимательству?

Школа-тренинг по технологическому предпринимательству
Роснано-Intel Санкт-Петербург, 2010 г.



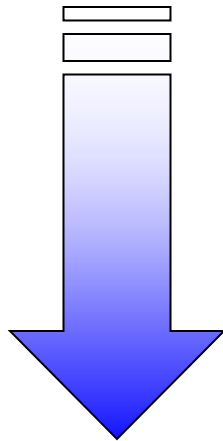
Материалы И.А.Антипова и А.В.Кудрявцева использованы
при подготовке мастер-класса по ТП



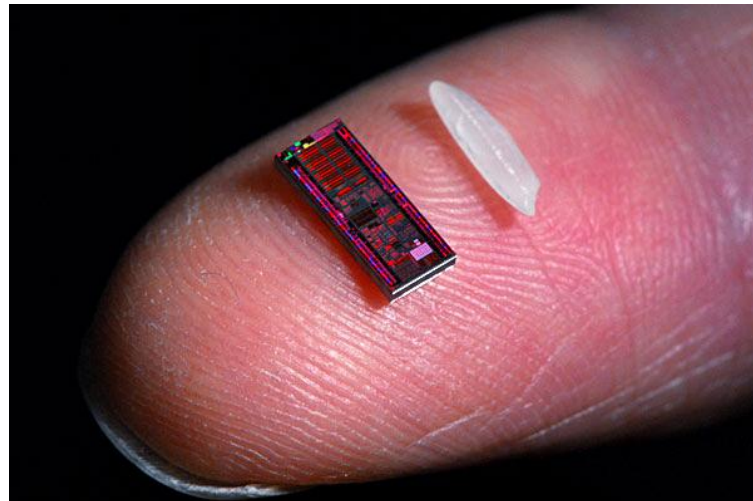
Что такое технологическое предпринимательство?

Задача предпринимателя – взять то множество открытий, которые делают ученые по всему миру, и превратить эту науку в продукт, которым могут пользоваться люди. Вначале у нас есть наука, потом инженерия, и только потом – предпринимательство.

Франклин Джонсон, глава венчурного фонда «Asset Management Company», профинансировавшего более 250 стартапов



Технологическое предпринимательство



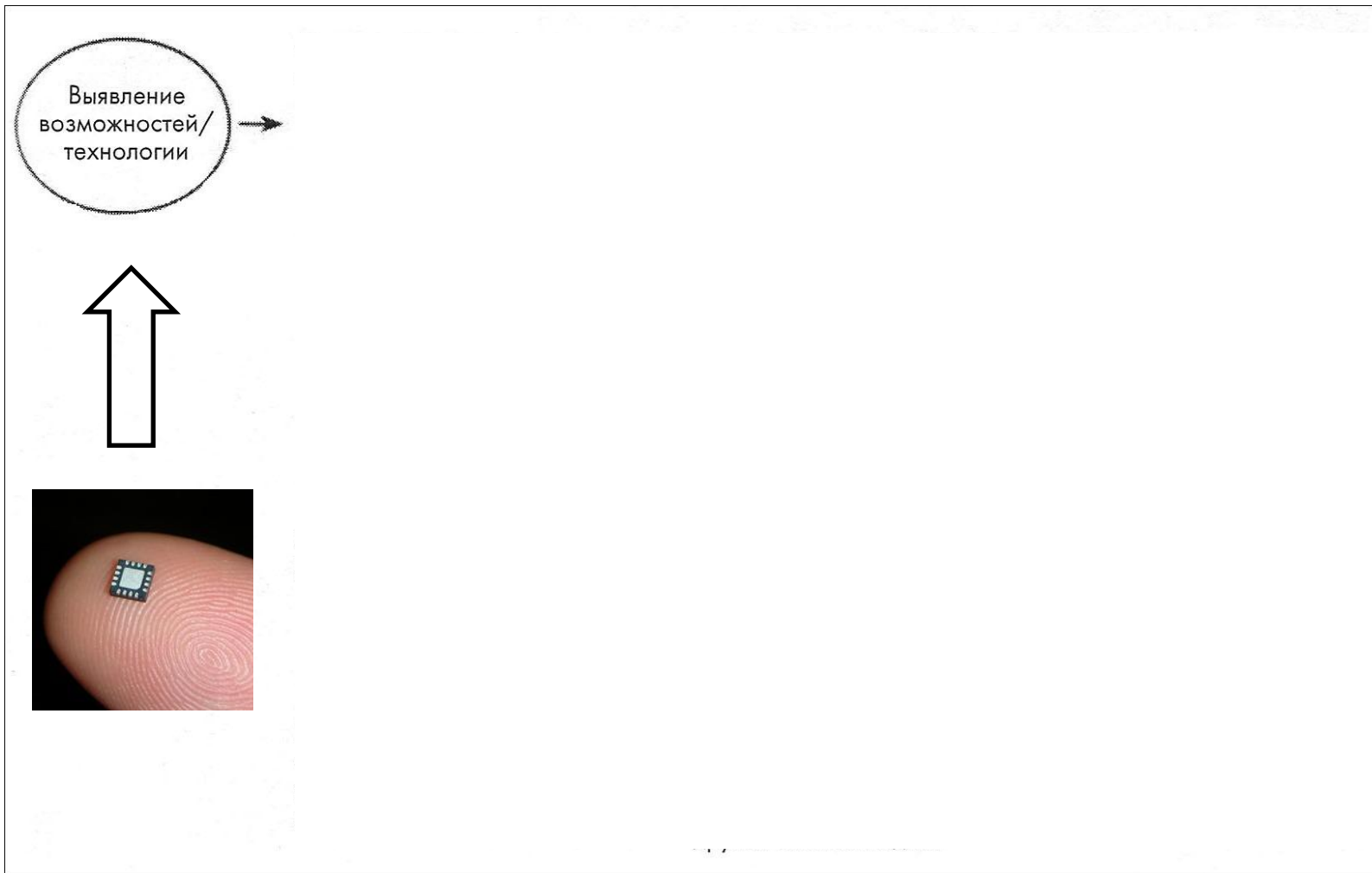
Что такое технологическое предпринимательство?

Предпринимательство в отличие от регулярного бизнеса является **инновационным** и **итерационным** процессом!





Одна из возможных схем технологического предпринимательства



Слоганы технологического предпринимательства

- ❖ *Думай раскованно, ищи инновации!*
- ❖ *Помоги себе сам!*
- ❖ *Меньше говори и планируй – больше делай!*
- ❖ *Ищи союзников!*
- ❖ *Управляй возможностями!*
- ❖ *Делай быстро, создавай технологии!*
- ❖ *Закладывай качество в основу успеха!*
- ❖ *Продвигай продукт!*
- ❖ *Продавай ценность!*
- ❖ *Тиражируй успех!*



Инновационная составляющая технологического предпринимательства

Говоря об инновации, мы говорим о том, чтобы видеть мир не таким, каков он есть, а таким, каким он мог бы быть!



*Роджер Мартин «Проектирование бизнеса. Почему проектное мышление есть будущее конкурентное преимущество»
(R. Martin «The Design of Business. Why Design Thinking is the Next Competitive Advantage, 2009)*



Стадии инновационного процесса

Получение превосходства на рынке как результат процесса, состоящего из следующих стадий:

- ❖ анализ идеи и инвестирование ресурсов в разработку нового знания (научное исследование, проектная разработка)
- ❖ получение и осмысление нового знания, реализация технологии или решения на его основе
- ❖ внедрение и/или коммерциализация нового знания (инновационной разработки) в процессы жизнедеятельности человека
- ❖ получение новой ценности или преимущества перед аналогами (если они есть) после внедрения нового знания
- ❖ отсутствие в практике или на рынке таких же эффективных аналогов в период до 3-х лет.

Инновационный продукт перестает быть инновационным при наполнении рынка продуктами с аналогичными свойствами и характеристиками.



Источники инноваций

- ❖ **непредвиденное** - неожиданное озарение идеей, незапланированный успех или неудача, нестандартное событие
- ❖ **несоответствие** - различие между тем, «что есть» и тем, как это представляется, как это «должно быть»
- ❖ **насущная потребность** - необходимость, связанная с работой (поставленной задачей), которую нужно выполнить для получения устойчивого конкурентного преимущества
- ❖ **изменения в структуре рынка** - явления, связанные с быстрым ростом, конвергенцией возможностей и трансфером технологий, появлением новых бизнес-моделей



Источники инноваций

- ❖ **демография** – изменения в численности, возрасте, составе, уровне образования и доходов населения существенно влияют на то, что, когда, где и в каком объёме будут покупать
- ❖ **изменения настроений и восприятия** – формирование и развитие культуры общества, вкусов, моды, привычек
- ❖ **НОВЫЕ ЗНАНИЯ** – сфера отражения и закрепления результатов развития науки, техники, методологий и технологий, на базе которых создаются новые понятия, идеи, новаторские предложения и разработки.



Как стать победителем и преуспеть?

Заинтересовать
потенциального
пользователя в своем новом
(инновационном) продукте

Показать, что он содержит
новую ценность и выгодно
отличается от других

Для этого продукт должен
лучше удовлетворять некие
ожидаемые потребности по
сравнению с другими

Продукт нужно создать,
представить на рынке,
продать, продвинуть до
широких продаж



Для всего этого необходим
начальный толчок, старт, который
придаст инновации необходимое
ускорение для выхода на рынок

Проще говоря, следует построить Start Up!



Стартап – процесс создания компании «с нуля».

Это стадия развития компании, когда она недавно образована, обладает перспективными идеями, прототипами продукта или опытными образцами, созданными на базе новейших достижений науки и технологий, пытается организовать производство и выход продукции на рынок.

Микроигра № 2: Стартап = Малый бизнес?



Качество цели стартапа

1. Цель обязательно должна быть новой или ещё не достигнутой
2. Новыми могут быть пути, технологии и/или средства достижения цели
3. Цель обязательно должна быть социально значимой, полезной и положительно направленной на развитие общества
4. Цель должна быть достаточно конкретной: не общие благие намерения, а четко поставленная задача, к решению которой инициатор идеи может приступить сегодня
5. При реализации инновационной цели или достижения цели инновационными методами часто отсутствует конкуренция. Но этот период, особенно в высокотехнологичных областях, очень короток, поэтому деятельность по реализации стартапа должна быть активной
6. Достижение цели через стартап – это личное дело инициатора идеи или небольшой команды
7. Цель не должна на первых этапах реализации зависеть от сложного дорогостоящего оборудования – это способ ведения разработки при любых обстоятельствах!



Фактор случайности начала стартапа

1. Компания Lotus начиналась с того, что Митч Капор просто написал удобную компьютерную программу для своего друга, чтобы тот смог привести в порядок свои дела.
2. Стив Возняк, работавший на Hewlett-Packard, хотел создавать компьютеры, но работодатель не давал ему реализовывать свои идеи – Стив ушел из компании и встретил Стива Джобса.
3. Дэвид Фило, коллекционировавший ссылки, даже и не думал, что его увлечение выльется впоследствии в проект Yahoo.
4. На встрече аспирантов Стэнфордского университета аспирант старших курсов Сергей Брин приветствовал аспирантов младшего курса и «зацепился языком» с Ларри Пейджем, у которого были новые идеи по контекстному поиску.

Результат – образование компании Google!



Жизненный цикл стартапа

Pre Start Up стадия

- ❖ подготовительная стадия (pre-seed stage)
- ❖ посевная стадия (seed stage)
- ❖ модель или работающий прототип (model & working prototype)
- ❖ альфа-версия проекта или продукта (alpha-version)
- ❖ закрытая бета-версия проекта или продукта (private beta-version)
- ❖ публичная бета-версия проекта или продукта (public beta-version)



Жизненный цикл стартапа

Запуск проекта в эксплуатацию или продукта в производство

- ❖ запуск, или ранняя start up-стадия (launch or early start up stage)
- ❖ стадия разработки продукта (start up stage)
- ❖ работа с первыми клиентами, или поздняя Startup-стадия (first clients, or late start up stage)
- ❖ вывод продукта на рынок (market stage)



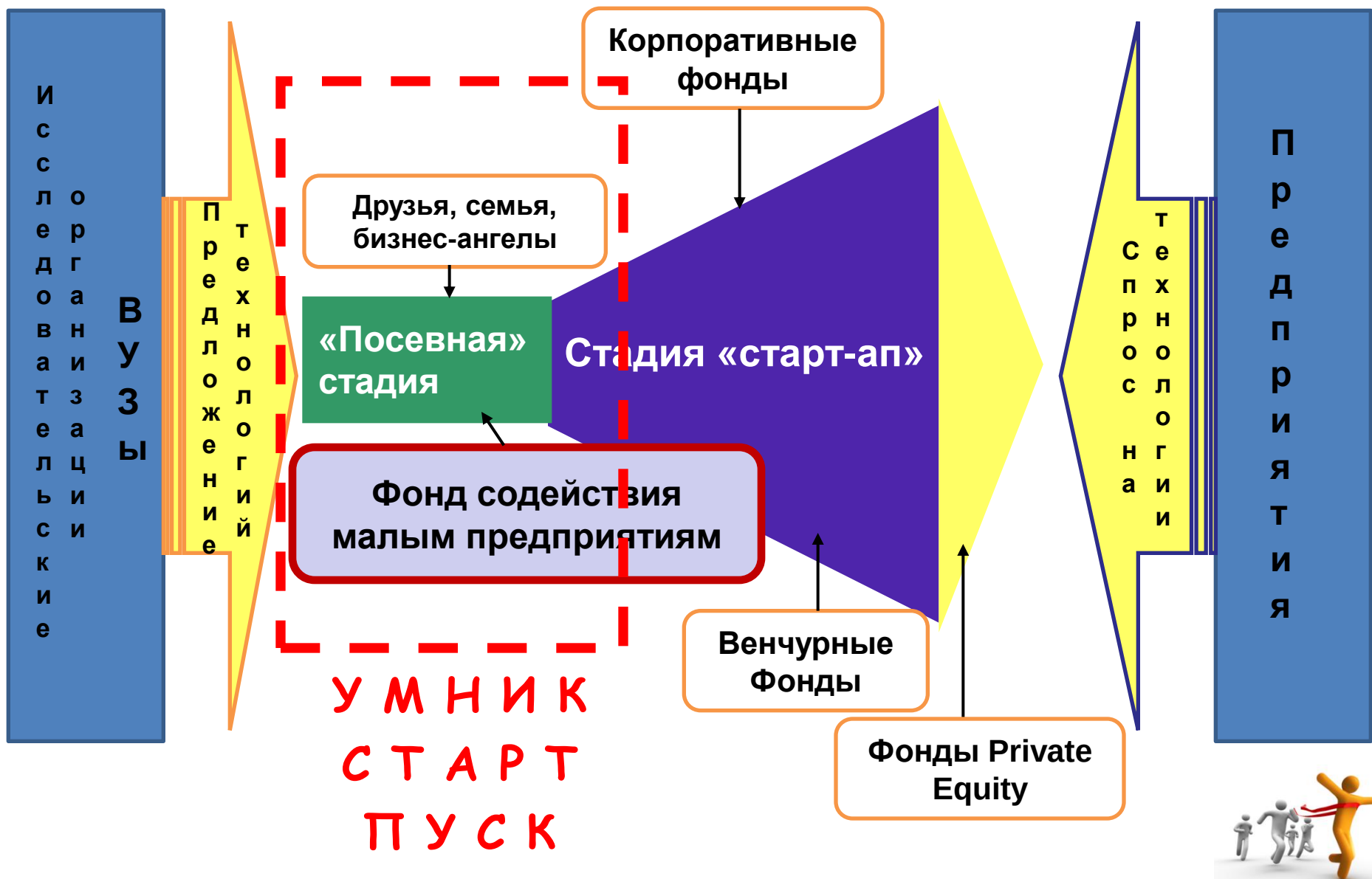
Жизненный цикл стартапа

Post Start Up стадия

- ❖ стадия роста (growth stage)
- ❖ стадия расширения (expansion stage)
- ❖ стадия выхода (exit stage)
- ❖ Pre-IPO stage – при выходе через проведение IPO (Initial Public Offering – первичное размещение своих акций на бирже)
- ❖ IPO stage (при выходе на поэтапное IPO).



Жизненный цикл стартапа



Как же строить?



С чего начинать?



Микроигра № 2

Продолжите старый советский анекдот

На знаменитом одесском Привозе старый еврей покупает куриные яйца, варит их и продает за ту же цену.

Когда у него спросили, что он с этого имеет, он ответил: «Ну как вы не понимаете, молодые люди! Я имею с этого бесплатный куриный супчик и . . .

У меня свой бизнес!



Start UP



Есть отличная идея!



Задача – преобразовать её
в продуктовое предложение

Каким образом?

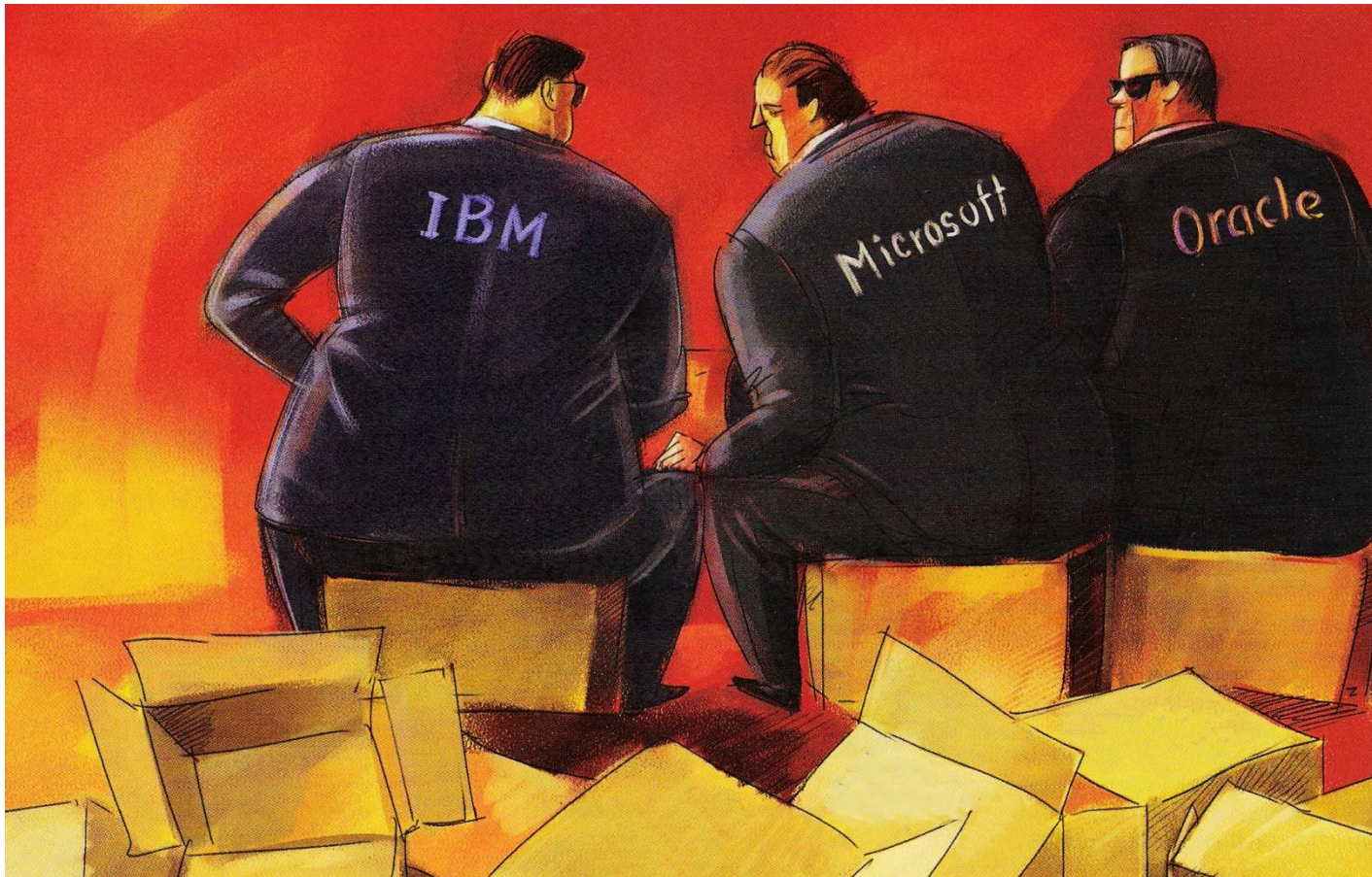


Пути коммерциализации идеи

1. Работать в одиночку

2. Собрать команду

3. Создать компанию



Пути коммерциализации идеи

1. Работать в одиночку

Методологии реализации продукта и его качества :

- ❖ All steps tracking and oversight
- ❖ eXtreme Programming – XP (использовать парное программирование)

Коммерциализация продукта – использование Интернет-магазинов:

- ❖ Intel APP UP Centre
- ❖ Apple APP Store



Пути коммерциализации идеи

Intel AppUp(SM) Center - Windows Internet Explorer

http://www.appup.com/applications/index

Избранное | Рекомендуемые узлы | Коллекция веб-фрагм...

Intel AppUp(SM) Center

Search for apps Go Share Facebook Twitter Email RSS

HOME
EXPLORE
FIND
LEARN

Get Fine Cooking Menu Maker For *Free!*

Get the Fine Cooking Menu Maker app (a \$1.99 value) for FREE when you complete your registration with the Intel AppUp(SM) center! (Applies to new registrants only through December 13, 2010) [Learn more](#)

Download Intel AppUp™
For Windows* XP & 7 >
For Moblin >

PartyUp
Apps for having fun

Education | Entertainment | Finance | Games | Lifestyle | Music & Audio | Photo & Video | Productivity | Reference | Social | Sports | Travel | Utilities

Intel AppUpSM developer program

If you are a developer, find everything you need to easily develop and sell applications for the Intel AppUpSM center [here](#). Powerful tools—including an SDK, easy deployment and validation, Developer Catalog to buy and sell application components, Application Labs in addition to a vibrant online community for support.

[Developer Forums](#)
[Developer FAQ](#)

Support

Have questions?
We've got answers.

[Frequently Asked Questions \(FAQ\)](#)
[Support Community](#)
[Contact Support](#)
[Download Help](#)

Sign Up

Be the first to know.
Sign up to receive email alerts when new features and special offers are released.

First name Email address

Sign Up

Интернет | Защищенный режим: выкл. 100%

12:31 21.12.2010



Пути коммерциализации идеи

Intel® AppUp(sm)

Разработчик



Пользователи



intel® AppUpSM БЕТА



Пути коммерциализации идеи

2. Собрать команду

Методологии реализации продукта и его качества :

- ❖ Microsoft Solution Framework / Microsoft Operation Framework (MSF / MOF)
- ❖ XP, Scrum

Коммерциализация продукта:

- ❖ использование Интернет-магазинов APP UP
- ❖ работа под заказ



КОМАНДА

Определенное количество людей, связанных общей работой или иной деятельностью



Микроигра № 3: группа и команда



КОМАНДА

Совокупность единомышленников, имеющая лидера – временная или постоянная, статичная или динамичная – формируемая для достижения определенной цели, объединенная пониманием важности выполняемой работы, верой в успех и ответственностью



ОРГАНИЗАЦИЯ КОМАНДЫ

■ Общие цели и задачи



■ Лидерство



■ Взаимоотношения



Различия между группой и командой



Члены группы
работают
самостоятельно

Индивиды без нужды
обращают внимание
на себя



Члены группы
получают
приказы без учета
их мнения

Недоверие к коллегам,
при неудачах
доминирует чувство
апатии и равнодушия

Члены команды понимают,
что целей лучше всего достичь
общими усилиями

Члены команды испытывают
чувство принадлежности к
общей работе и команде.
Они сами участвовали
в определении целей

Члены команды осуществляют
свой вклад в успех организации,
так как их идеи получают
должное внимание

Атмосфера доверия.
Существует открытый обмен
идеями, мнениями,
недовольством, чувствами



Различия между группой и командой



Нет взаимопонимания, это ведет к появлению интриг

Члены группы попадают в конфликтные ситуации, которые не знают как разрешить

Получение хорошей квалификации часто ограничивается условиями авральной работы

Процесс принятия решений часто бывает стихийным, при этом не всегда побеждает квалифицированная часть группы

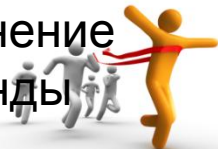


Открытые и честные отношения, прилагаются усилия понять точку зрения другого

Конфликты – нормальная часть человеческого общения. Такие ситуации воспринимаются как возможность реализации новых идей

У членов команды есть стимул развивать свои умения и прилагать свои знания в работе. Получают поддержку команды

Члены команды принимают участие в процессе принятия решений, при этом учитывается мнение каждого члена команды



5 формул успеха командной работы

- ❖ Поймите цели создания команды
- ❖ Сформируйте команду
- ❖ Определите правила работы
- ❖ Распределите задачи и ответственность
- ❖ Добейтесь максимальной отдачи от каждого для достижения общей цели



«Шеф и его команда» (Джон С. Максвелл)



- ❖ Находить и не терять достойных людей
- ❖ Люди из ближайшего окружения руководителя определяют степень его успеха. Верно и обратное – эти люди определяют степень его неудач
- ❖ Воспитывая лидера, Вы способствуете развитию команды;
- ❖ Сила любой команды является прямым следствием силы ее руководства.
- ❖ Слабые руководители – слабая команда, сильные руководители – сильная команда
- ❖ Все начинается с руководителя и заканчивается им



«Шеф и его команда» (Джон С. Максвелл)



- ❖ Когда возникает проблема, «пожар» в организации, Вы, как руководитель, часто первым появляетесь на месте происшествия.
- ❖ У Вас в руках два ведра – одно с водой, другое с бензином
- ❖ «Искра», которую Вы видите, либо превратится в большую проблему, если Вы выльете на нее ведро бензина, либо потухнет, если Вы зальете ее водой.
- ❖ У каждого человека в Вашей организации также в руках два ведра.
- ❖ И руководитель должен задать себе вопрос: «Что я учу их использовать – бензин или воду?»



Что ещё почитать?

Энди Бойнтон и Билл Фишер

Виртуозные к

Команды, которые из



Мария Красностанова — кандидат психологических наук, старший научный сотрудник, руководитель образовательных проектов Международного Центра Инноваций и Предпринимательства, экономического факультета МГУ им. Ломоносова, автор и преподаватель курса «Инновационная команда», дистанционного курса «Управление персоналом», тренер-консультант с 1998 г., HR-менеджер (1998–2007), соавтор книги «Assessment Center для руководителей: Опыт реализации, упражнения, кейсы» (вышла в издательстве «Вершина» в 2006 г.), приглашенный преподаватель Банковского Института Высшей Школы Экономики.

Хочется особенно отметить практическую направленность книги и легкость ее чтения, с одной стороны, а с другой — системную выверенность и проверку опытом всех выводов, транслируемых автором. Успех сегодняшнего бизнеса во многом определяется не только настойчивостью, талантом и работоспособностью одиночки предпринимателя-основателя, но во многом людьми, которых он смог собрать вокруг себя, командой, а также качеством взаимоотношений в ней. По прочтении данной книги вырисовывается системное представление о том, что и как нужно делать, чтобы создать качественную команду, а также понимание тех ситуаций, когда команду строить слишком затратно и не нужно.

Светлана Бадаева, генеральный директор,
тренер-консультант Ассоциации Бизнес-Мастерства

Данная книга является хорошим информационным подспорьем для студентов, обучающихся предпринимательству и планирующих создать собственный бизнес, а также для работающих бизнесменов, заинтересованных в повышении эффективности и мотивированности своей команды. Особо следует отметить стиль изложения материала. Просто и на реальных примерах раскрывается практическая применимость фундаментальных законов социальной психологии, психологии и экономики управления персоналом и подчеркивается необходимость системного подхода к вопросам построения команды, выстраивания деловых взаимоотношений и формирования необходимых компетенций у работников компании.

Н. П. Извченко — заведующая кафедрой экономики
инноваций экономического факультета Московского государственного университета
им. М. В. Ломоносова, д. э. н., профессор

Одним из достоинств книги считаю довольно подробно описанный реальный опыт работы с командой, управления персоналом в интервью с российскими предпринимателями из разных сфер бизнеса. Сегодня все прекрасно понимают, что успех предпринимателя во многом зависит от его команды, а то, насколько команда захочет следовать за своим лидером, определяется умением и способностями последнего выстраивать взаимоотношения в ней и грамотно применить управленческие технологии. Данная книга дает довольно подробную и структурированную информацию на этот счет, имеющую непосредственную практическую значимость.

Виктор Седов, исполнительный директор
Центра Предпринимательства США — Россия

ISBN 978-5-9626-0409-1



www.vershinabooks.ru

Формирование команды в хайтек-бизнесе

Мария Красностанова

Формирование
команды
в хайтек-бизнесе

hi
tech



Пути коммерциализации идеи

3. Создать компанию

Методологии реализации продукта и его качества :

- ❖ Microsoft Solution Framework / Microsoft Operation Framework (MSF / MOF)
- ❖ Методология RUP и профили профессиональных стандартов ISO, IEEE, POSIX, SWBoK, ANSI, CMM, SPISE, CMMI

Коммерциализация продукта:

- ❖ работа под заказ (коммерческие и гос. заказы)
- ❖ исследование рынка и разработка линеек коробочных решений



Пути коммерциализации идеи

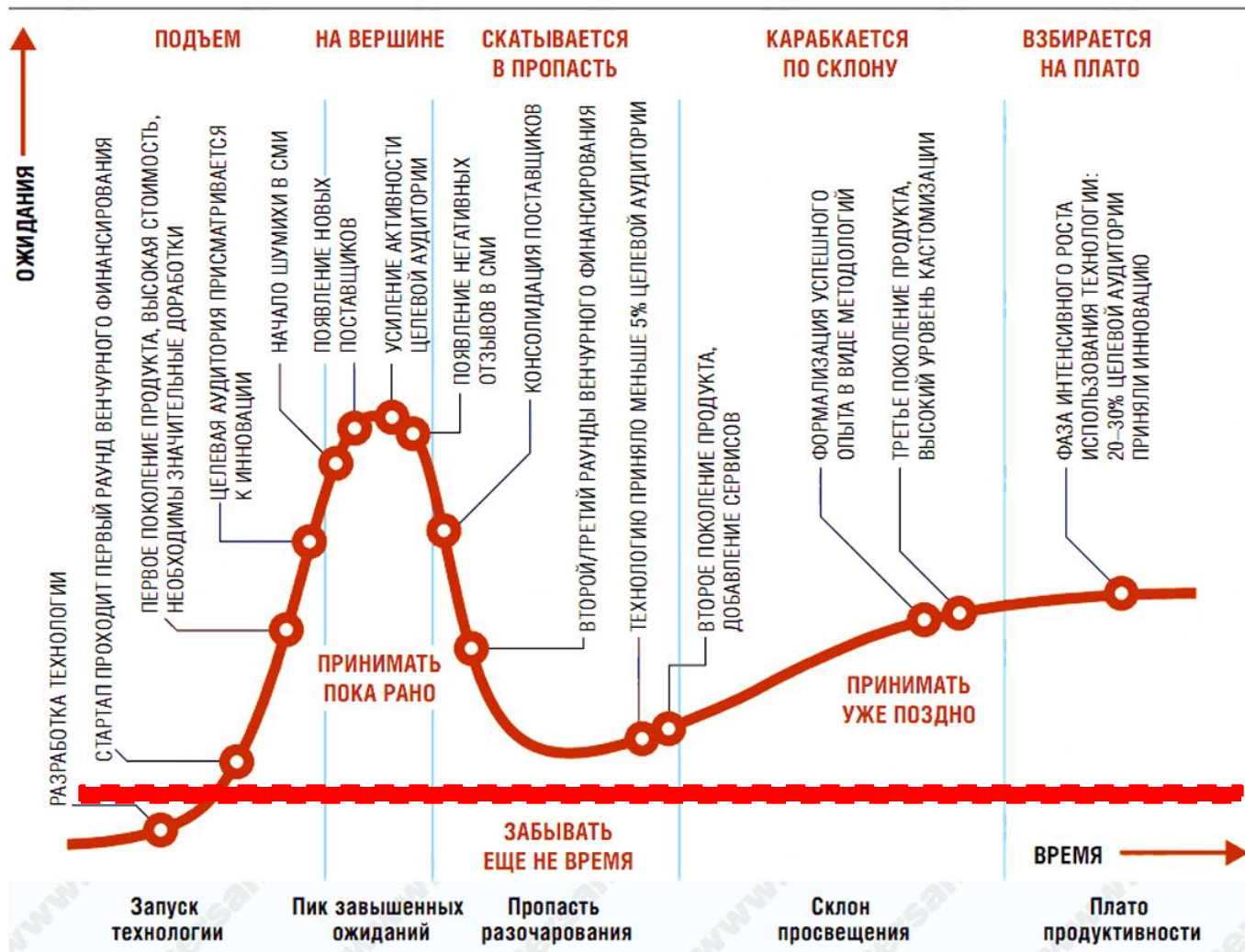
Вопрос вопросов:
а денежки
где взять?

**Грамотно
построить
Start UP !**

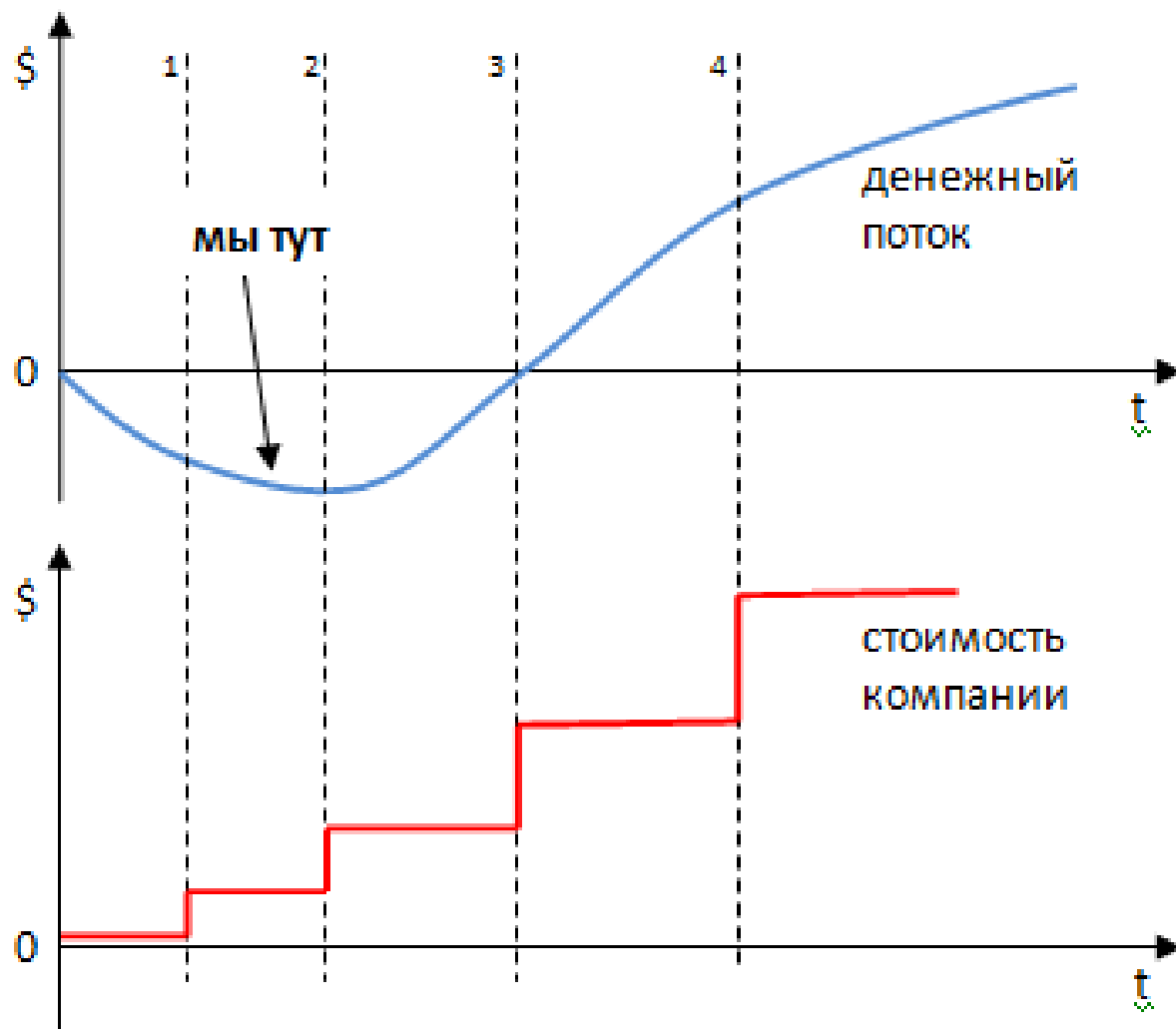


Пути коммерциализации идеи

ЦИКЛ ЗРЕЛОСТИ ТЕХНОЛОГИЙ



Пути коммерциализации идеи



Пути коммерциализации идеи



Продуктовое предложение – описание

У нас уникальная технология

Аналогов в мире нет

Наши оценки роста превосходны

У нас есть проверенная команда

Клиенты в нас заинтересованы

7 МИРАЖЕЙ

И вообще:

Мы будем работать
не покладая рук!

Мы все знаем!



Продуктовое предложение – описание



Три **САМО**обмана

1. Мы надежно защищены патентом
2. На завершение прототипа нужно всего 100.000 рублей
3. Прототип будет готов через 3 месяца



Продуктовое предложение – описание

Ключевые вопросы проекта

Как объяснить инвестору, что наше 3D-глюкало 5-го поколения есть **новое** слово?

Как его продать?

Кто его продаст?

Кто его купит?

Сколько мы заработаем?

Не выдаем ли мы желаемое за действительное!?



Продуктовое предложение – описание

ПРЕДСТАВЛЕНИЕ О ПРОЕКТЕ

Мы думаем, что
у нас есть:

- ▶ Продукт отличный,
команда профи,
огромный рынок,
сильный патент,
и нужно-то всего
300тыс.р на
рекламу ...

Реально оказывается,
что на самом деле:

- ▶ Продукт не доделан
- ▶ Доработка 6 мес. и
1млн.руб
- ▶ Ученые-профи
подходят только на R&D
- ▶ Маркетинга нет
- ▶ Патент РФ устарел...

ФУНДАМЕНТ ПРОЕКТА



Продуктовое предложение – описание

Цель описания продуктового предложения, требующего финансовой поддержки, – представление **сути** разработки в системе координат <ТМБ> с указанием:

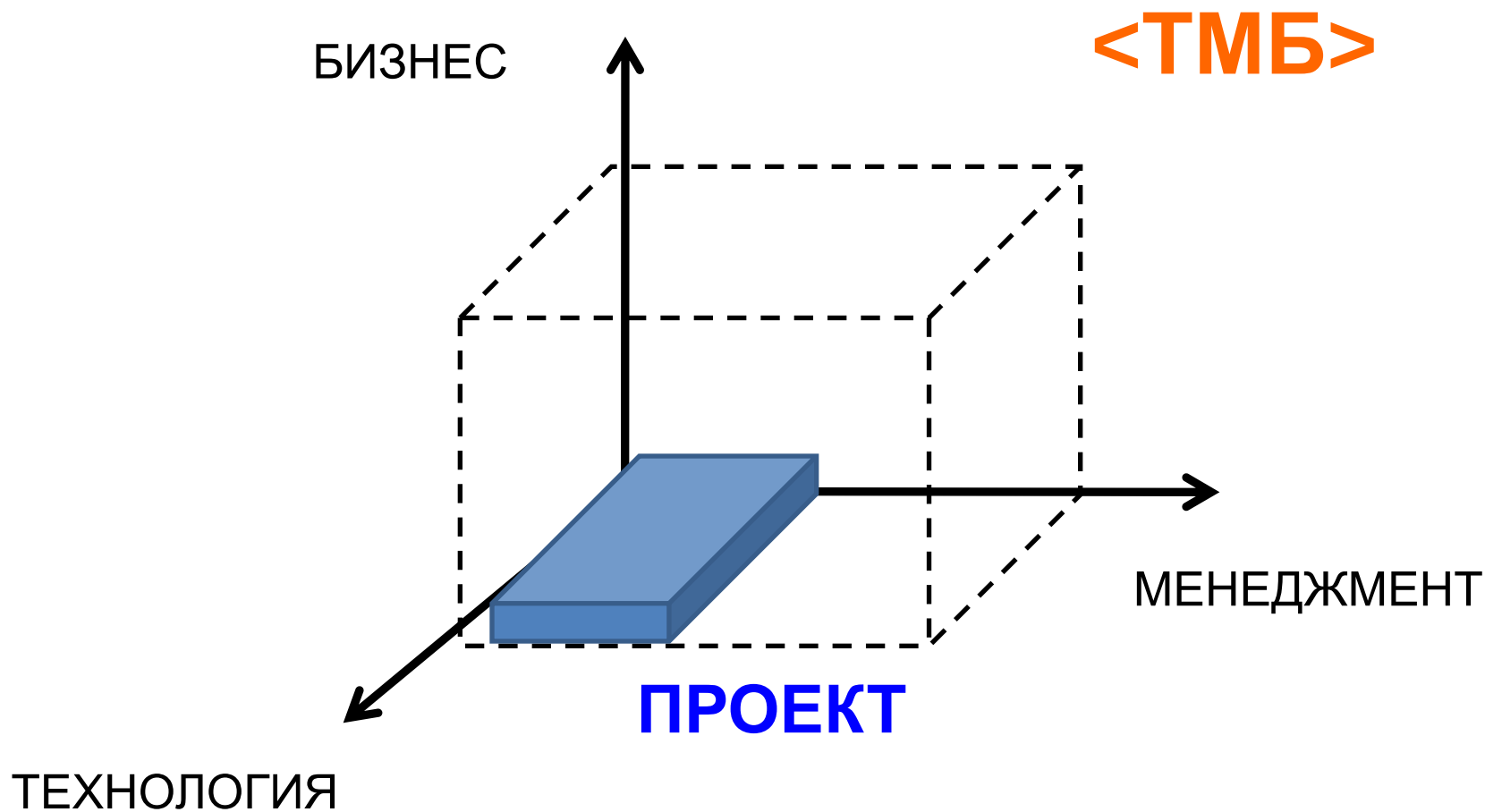
- ❖ её общих достоинств
- ❖ ценности продукта для потребителя
- ❖ имеющихся и возможных рисков
- ❖ путей технической реализации

Экспертиза при рассмотрении предложения ставит два важных вопроса:

- ❖ **нужна** ли эта разработка сегодня?
- ❖ **осуществима** ли она сегодня?



Пространство оценки успешности разработок

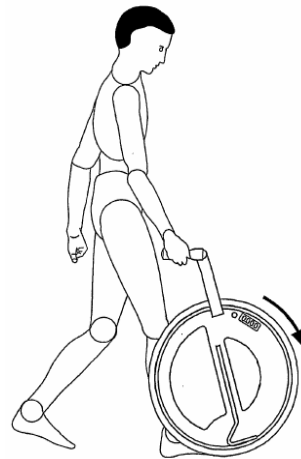
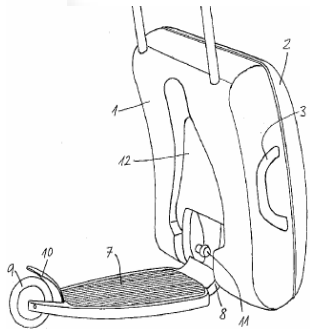


Пространство оценки успешности разработок

Микроигра № 4

Нужна ли эта разработка сегодня?

- ❖ Собственно продуктивное предложение
- ❖ Наличие рынка, спроса, потребителя



Чемодан DE10113090

Чемодан US2004050637

Сами специалисты неверно оценивают:

- быструю реализуемость – регулярно
- востребованность – очень часто



Пространство оценки успешности разработок



Вертолет Сикорского – 1909 - 1939г.

Осуществима она сегодня?

- ❖ **Наличие команды**
- ❖ **Наличие технологий**
- ❖ **Готовность продукта**
- ❖ **Риски**

Сами специалисты неверно оценивают:

- **быструю реализуемость – регулярно**
- **востребованность – очень часто**



Что оценивают эксперты (на что обязательно обращают внимание!)

- ❖ Человеческий фактор (качества руководителя проекта, наличие и сыгранность команды)
- ❖ Правовая ситуация
- ❖ Важность предлагаемого полезного свойства
- ❖ Наличие рынка и точное позиционирование на нем
- ❖ Наличие ключевого преимущества
- ❖ Риски: правовые, научные, технические, страновые, иные
- ❖ Наличие и понимание плана отработки и развития проекта
- ❖ Наличие и понимание плана входа на рынок
- ❖ Понимание потребностей участников проекта и наличие плана их достижения (в частности – выхода из проекта)



Человеческий фактор (качество руководителя)

Разработчик «продает» проект, а инвестор
«приобретает» команду во главе с руководителем



Человеческий фактор (наличие команды)



Человеческий фактор (плюсы и минусы)

**Мастера
вызывали?**

ПЛЮСЫ

- Квалификация
- Опыт
- Профессиональные связи
- Производительность



МИНУСЫ

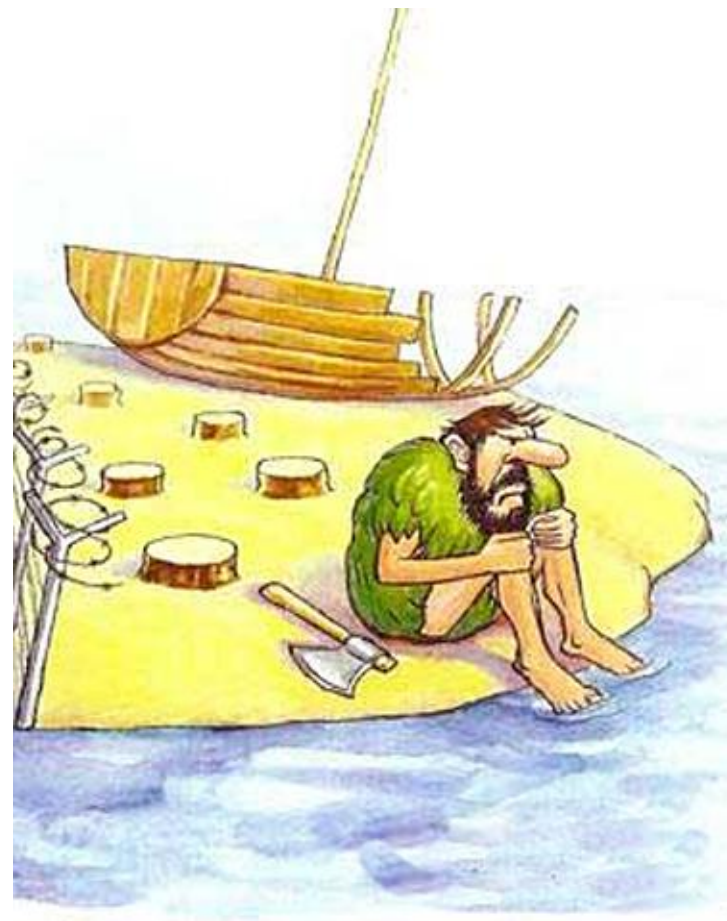
- Вы не знаете, чего они не знают
- Узость мышления
- Штампы решений
- Процесс важен, результат – не наше дело
- Слабые горизонтальные связи
- Завышенное мнение о важности своей работы



Человеческий фактор (носители знаний)



Человеческий фактор (сыгранность команды)



Важность предлагаемого потребительского свойства

Ошибки при предложении проекта:

- ❖ отсутствие самого предложения или его подмена совокупностью технических характеристик
- ❖ улучшение второстепенных, не важных для потребителя функций
- ❖ улучшение объектов с низким потенциалом развития
- ❖ невнятное предложение (наиболее часто встречаемая «слабость» проекта!)



Важность предлагаемого потребительского свойства

Микроигра № 5: Что предлагаем?



Конструкцию?



**Классный
продукт!**



Важность предлагаемого потребительского свойства

Слабость проекта – невнятное предложение



Предложение:

Мы сделали оригинальный стул

Таких стульев до этого не было!

Ножки – гнутая трубка из Al сплава, спинка и сиденье впервые делаются из одного листа высокопрочного полимера, на который клеятся мягкие вставки. Поперечные планки впервые соединены с ножками с помощью оригинальной и высокопрогрессивной сварки.



Важность предлагаемого потребительского свойства

Точное определение созданного потребительского свойства



Мы придумали стулья,
которые можно хранить
компактно



Мы придумали стулья, которые сни-
жают мышечную нагрузку для людей,
работающих наклонившись вперед



Важность предлагаемого потребительского свойства

Микроигра № 6: Необычность обыденных вещей

Сформулируйте
продуктовое
предложение!



Наличие рынка

Наличие рынка – это не только цифра грядущих миллиардных оборотов. Это и представление о подобных решениях и конкурентах



Наличие рынка

То, что разработчик представляет как совершенно уникальный проект, при внимательном рассмотрении может оказаться всего лишь одним из нескольких возможных вариантов.



Наличие рынка

...Или одним из очень многих вариантов. Инвестор всего лишь хочет знать правду. И плохо, если он узнает ее не от вас.



Наличие рынка и точное позиционирование на нем



Четко определите, чем хорош именно ваш проект, кто именно и почему будет его потребителем



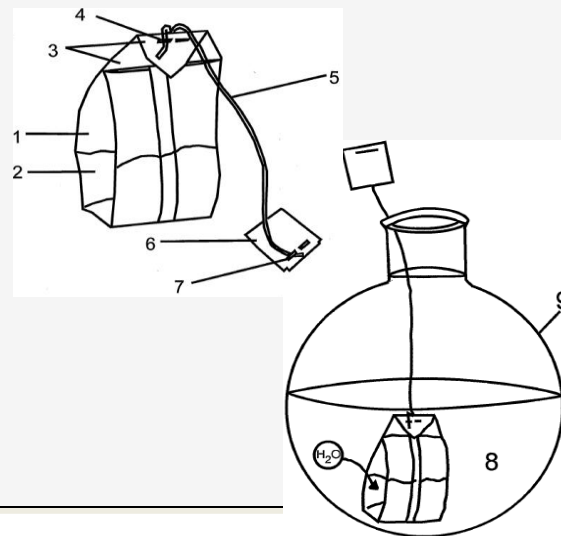
Наличие рынка и точное позиционирование на нем

Технология дегидратации органических растворителей

Предложение разработчиков:

Одна из составных операций при проведении большинства синтетических реакций в лаборатории – это дегидратация неполярного органического растворителя после его обработки водным раствором

- Данная процедура обычно занимает более 5 минут у опытного работника
- Компания МТ разработала технологию позволяющую упростить проведение операции дегидратации растворителя, сокращая затрачиваемое время до 2 минут
- Продукт разработанный компанией представляет собой расходный материал, что обеспечит постоянные доходы для его производителей и дистрибьюторов
- MagBag – это устройство и метод для удаления воды из органических жидкостей посредством использования осушителя внутри пористого контейнера



Декларация: Огромный рынок лабораторных и промышленных применений – до 6 миллиардов \$ в год!



Оценка экспертов: Промышленное использование процесса дегидратации:

Требования, предъявляемые к дегидратации

Требования, предъявляемые к промышленной дегидратации

Непрерывность*

Управляемость

Автоматизация

Безопасность

Дешевизна

Высокая производительность

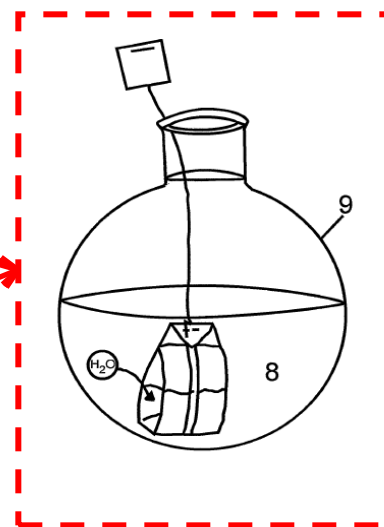
Высокое качество

Отсутствие отходов / Возможность регенерации отходов

Экологичность

Низкий уровень расходов на обслуживание

Технология МТ не соответствует ряду требований



Несоответствие требованиям

- Существует ряд современных эффективных промышленных методов дегидратации
- По сравнению с такими методами технология МТ является менее эффективной

*только для непрерывных процессов

Оценка экспертов: Лабораторные методы очистки растворителей:

Требования, предъявляемые к дегидратации

Требования, предъявляемые исследователями

Возможность изменять количество осушителя

Индикация степени дегидратации растворителя (или гидратации осушителя)

Применимость к различным растворителям

Быстрота

Безопасность

Минимальное количество операций

Дешевизна

Простота / отсутствие специального оборудования

Отсутствие отходов (требующих специальной процедуры утилизации)

Требования, предъявляемые к лабораторной дегидратации

Управляемость

Высокое качество

Универсальность

Быстрота

Безопасность

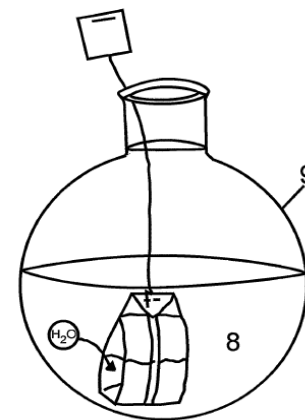
Удобство использования

Дешевизна

Простота

Экологичность

Технология МТ не соответствует требованию «управляемость»!



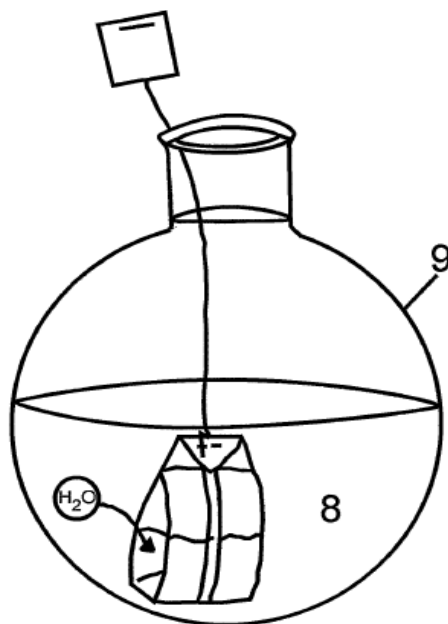
Несоответствие требованиям

- Существующие методы дегидратации удовлетворяют требованию «управляемость»
- Технология МТ должна быть усовершенствована, чтобы стать «управляемой»

Наличие рынка и точное позиционирование на нем

*Технология МТ не соответствует требованию
«управляемость»!*

Как контролировать степень сработанности
содержимого пакетика?



Наличие рынка и точное позиционирование на нем

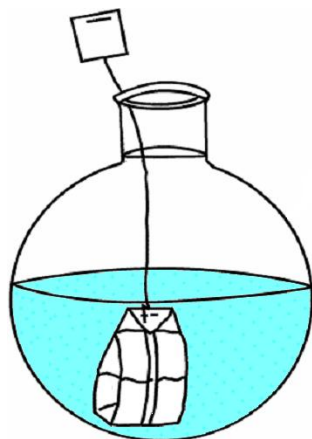
Усовершенствование технологии МТ: “Управляемый MagBag”

Усовершенствование технологии МТ:

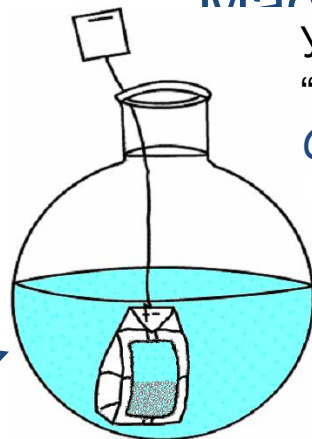
“Управляемый MagBag”

Соответствие требованию «управляемость»

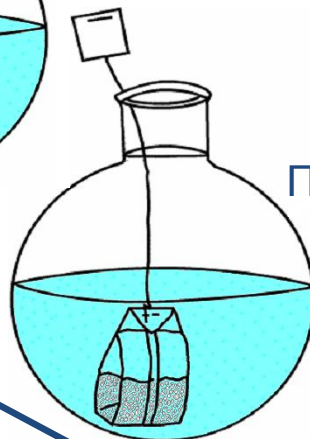
Технология МТ:



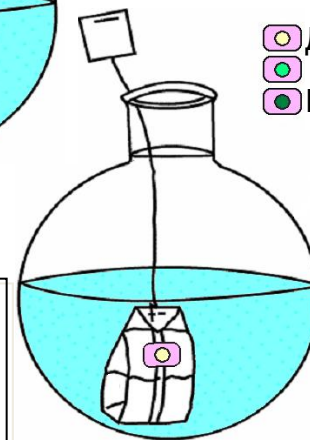
*Несоответствие
требованию
«управляемость»*



Пакетик с прозрачным окном



Прозрачный пакетик



□ Дегидратированно
● Гидратированно

Пакетик со
специальным
индикатором
(изменяет цвет
когда осушитель
гидратируется)

- Для “Управляемого MagBag” необходимо дальнейшее изучение свойств
- Инвестор может быть владельцем на “Управляемый MagBag”



Риски: **правовые**, научные, технические, страновые, иные



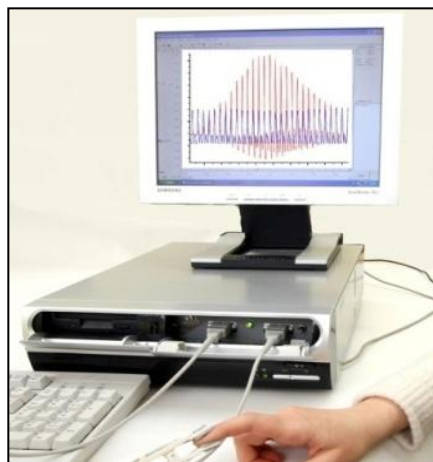
Правовая ситуация

- ❖ Наличие прав на продвигаемую интеллектуальную собственность (ИС)
- ❖ Подтверждение прав
- ❖ Возможность расширения прав на новые территории и новых собственников



Риски: **правовые**, научные, технические, страновые, иные

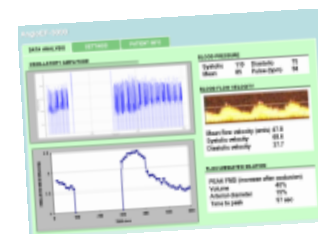
Предложен неинвазивный диагностический комплекс, выявляющий степень эластичности сосудов человека и предсказывающий начало развития сердечно-сосудистых заболеваний на самой ранней стадии.



RU 2006105107/WO2007/097654
Proposed in January 2007



US 60/964,033
Proposed in September 2007



Риски: правовые, **научные**, технические, страновые, иные

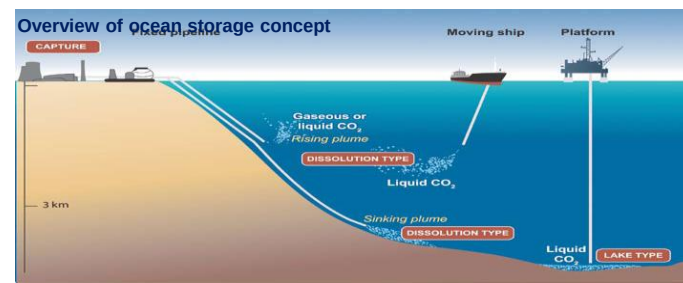
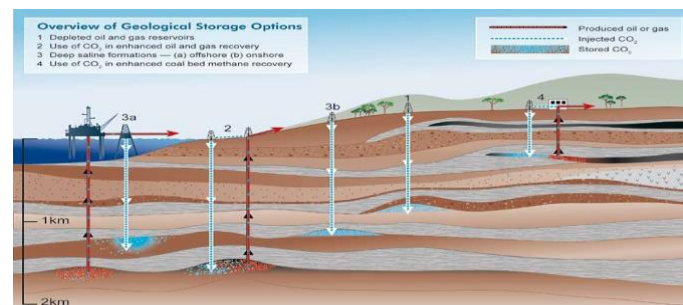
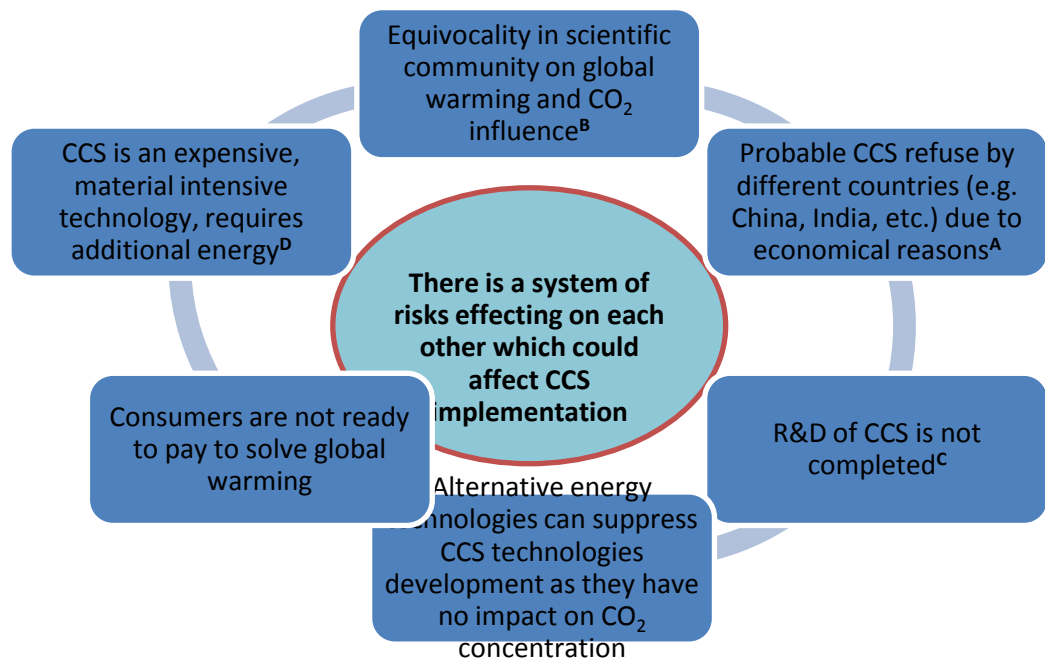
Проект:

Поиск наиболее перспективного проекта, связанного с нейтрализацией углекислого газа, например, его закачкой под землю.

Проект заказан группой инвестиционных фондов. Планируемые вложения – до 2,5 миллиарда \$.

При анализе исследовались общие риски проекта, строились сценарии, связанные с влиянием изменения климата, выходом на рынок альтернативных разработок.

Найден проект, лишенный типичных рисков данного сегмента.



Риски: правовые, научные, **технические**, страновые, иные

Проект:

Предложена имплантируемая в тело человека система доставки лекарств, которая обеспечивает непрерывное поступление лекарств человеку в течении года.

Разработчик: фирма из Австралии.

На стадии экспертизы был выявлен скрытый риск, не учтенный разработчиками, и предложен путь его компенсации.



Риски: правовые, научные, технические, **страновые**, иные

Минский завод холодильников стал выпускать новую модель по лицензии германской компании Siemens.

Продукт получился качественным и по соглашению с Siemens завод стал поставлять холодильники в Северную Африку – Марокко, Алжир, Тунис.

Несмотря на приемлемое качество холодильника и сравнительно невысокую цену товар не раскупался.

Причину удалось выяснить совершенно случайно...



Микроигра № 7: Дайте свою версию ситуации



Риски: правовые, научные, технические, **страновые**, иные

Одним из самых популярных мобильных телефонов в 90-е годы во всем мире был телефон Nokia 3310. Затем финская компания выпустила усовершенствованную модель 3410.

Однако в Азиатском регионе новая модель провалилась – было продано всего лишь 148 штук. Однако по всему остальному миру модель расходилась отлично!

Маркетологи ломали голову над "азиатским" фиаско для азиатского рынка.

Причину удалось выяснить совершенно случайно...



Микроигра № 7: Дайте свою версию ситуации



Start UP



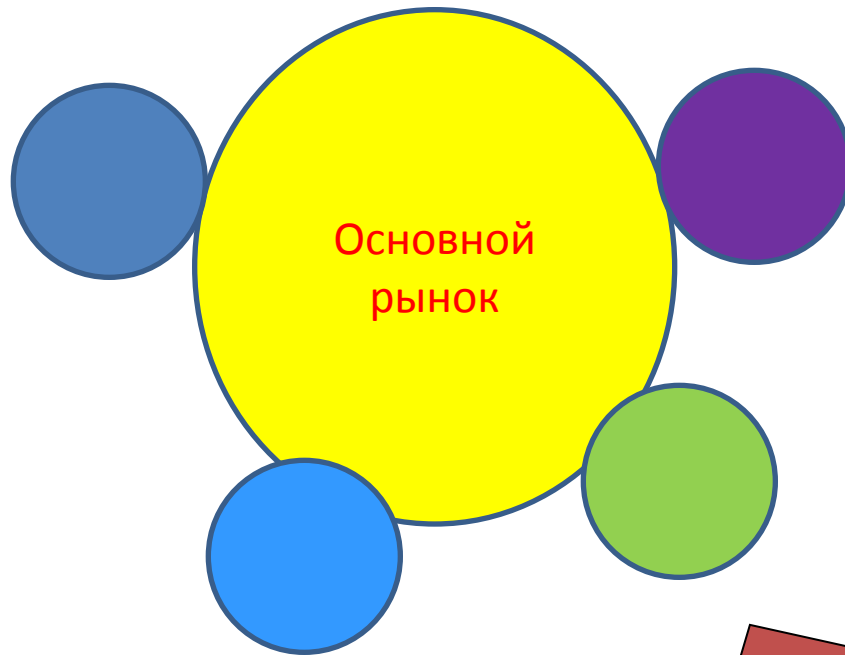
Ключевые потребительские ценности продукта

- Ключевая потребительская ценность — это свойство продукта, из-за которого он востребован.
- Потребитель приобретает продукт из-за его возможности производить и реализовывать ключевые потребительские ценности

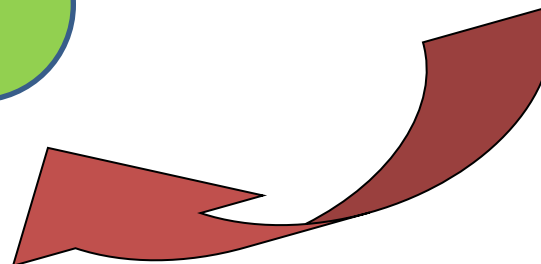


Ключевые потребительские ценности продукта

- Необходимо здраво оценивать возможности выхода с новым продуктом на уже занятый производителями рынок.



- ▶ Эффективный путь выхода на рынок – поиск «маргинальных ниш»: групп потребителей, остро нуждающихся именно в особых свойствах нового продукта.



Ключевые потребительские ценности продукта

- Часто при описании потребительских ценностей проекта не учитываются интересы значительных целевых групп потребительской цепочки.
- Потребительская цепочка – последовательность пользователей, которые будут иметь отношение к продукту на протяжении его

Произ



одажа

Исполь-
зование

Утилизация



Ключевые потребительские ценности продукта

- ▶ Критерии успеха инновационного проекта часто определяет учет потребностей и ограничений самого близкого клиента в цепи тех, кто будет иметь дело с новым продуктом
 - о Кому мы продаем (передаем) новый продукт?
 - о Каковы наши критерии успеха для продукта?
 - о Согласуются ли они с критериями, на которых будет обосновывать свое решение пользователь?
 - о Достаточно ли инновационной новизны, чтобы убедить потребителя использовать наш продукт?



Ключевые потребительские ценности продукта

- о Является ли наш продукт целостным?
- о Может ли он обеспечить инфраструктурное решение проблем потребителя?
- о Нет ли сильных конкурентов, со сходными продуктами, которые могли бы помешать нашему успешному старту в новом бизнесе?
- о Если мы завоюем этот сегмент, сможем ли мы использовать его для проникновения в смежные сегменты? Что для этого нужно сделать?

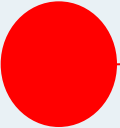
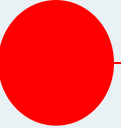
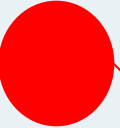


СТРАТЕГИЧЕСКАЯ КАНВА!



Стратегическая канва

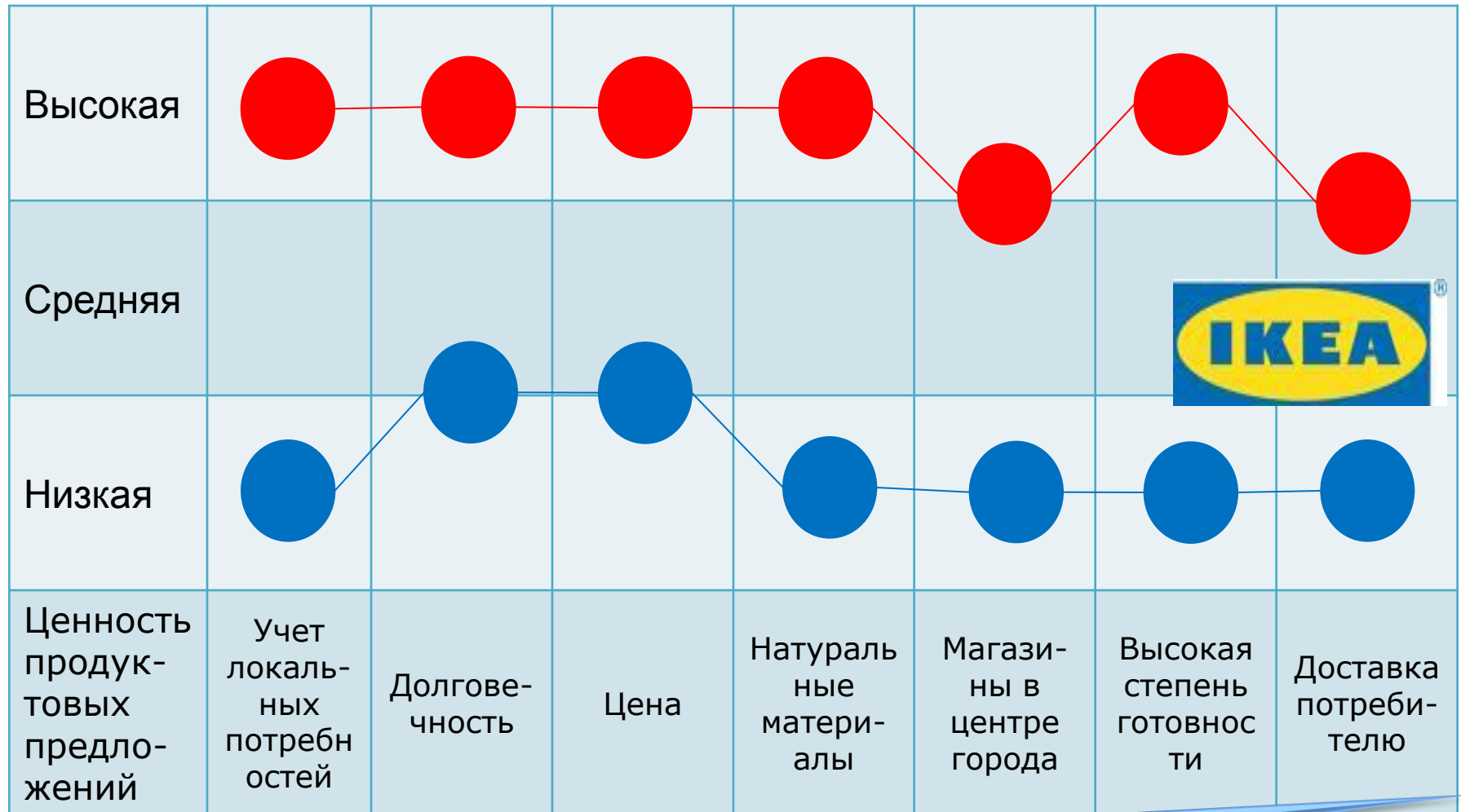
Мебельный рынок Швеции
(период конца 1940-х)

Высокая							
Средняя							
Низкая							
Ценность продукто- вых предло- жений	Учет локаль- ных потреб- ностей	Долгове- чность	Цена	Натураль- ные материал ы	Магази- ны в центре города	Высокая степень готовности	Доставка потребителю



Стратегическая канва

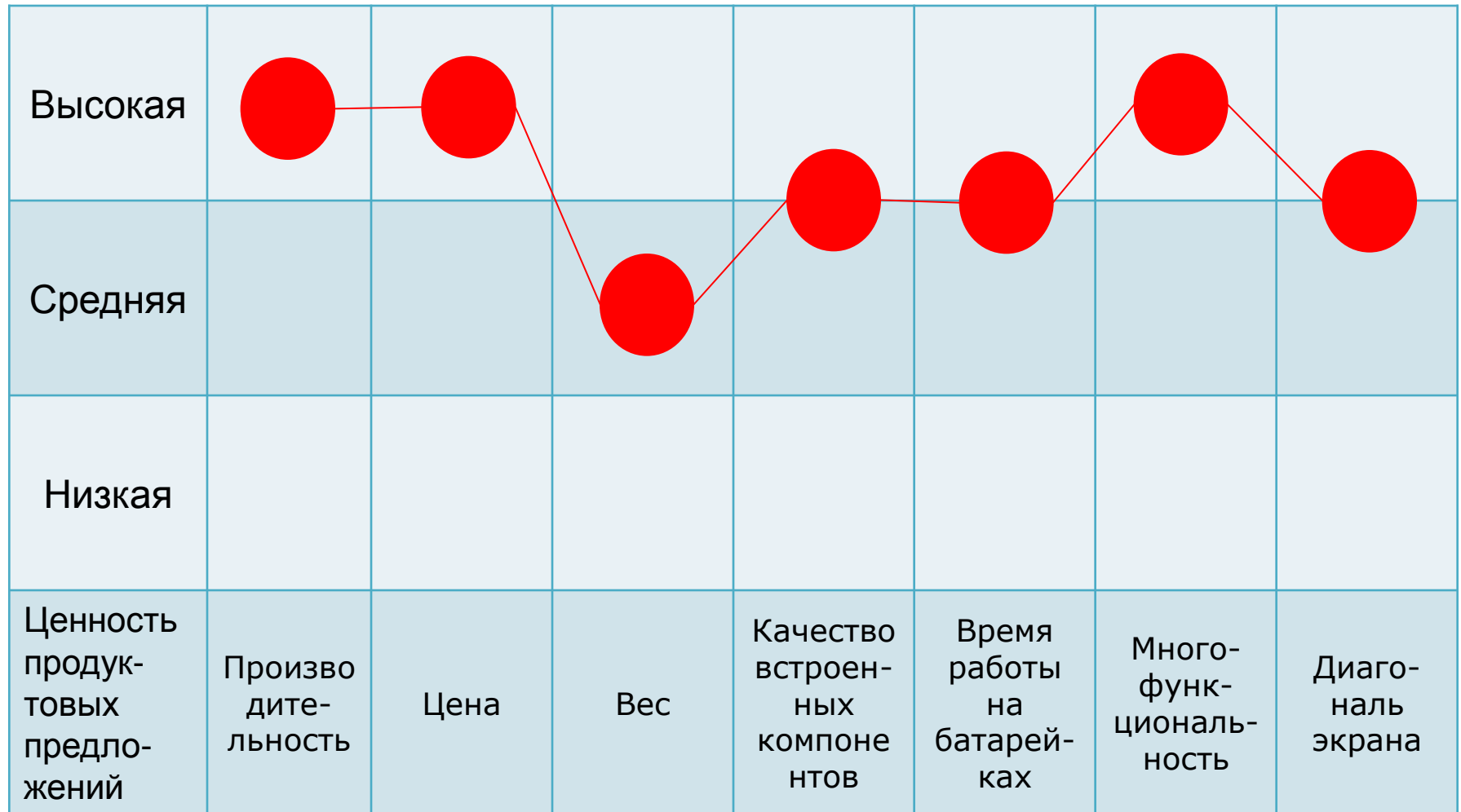
Противофазное предложение:
изменение канвы



- Понижаем факторы
- Вводим факторы: большая парковка, кафе быстрого питания, ...

Стратегическая канва

Ноутбуки

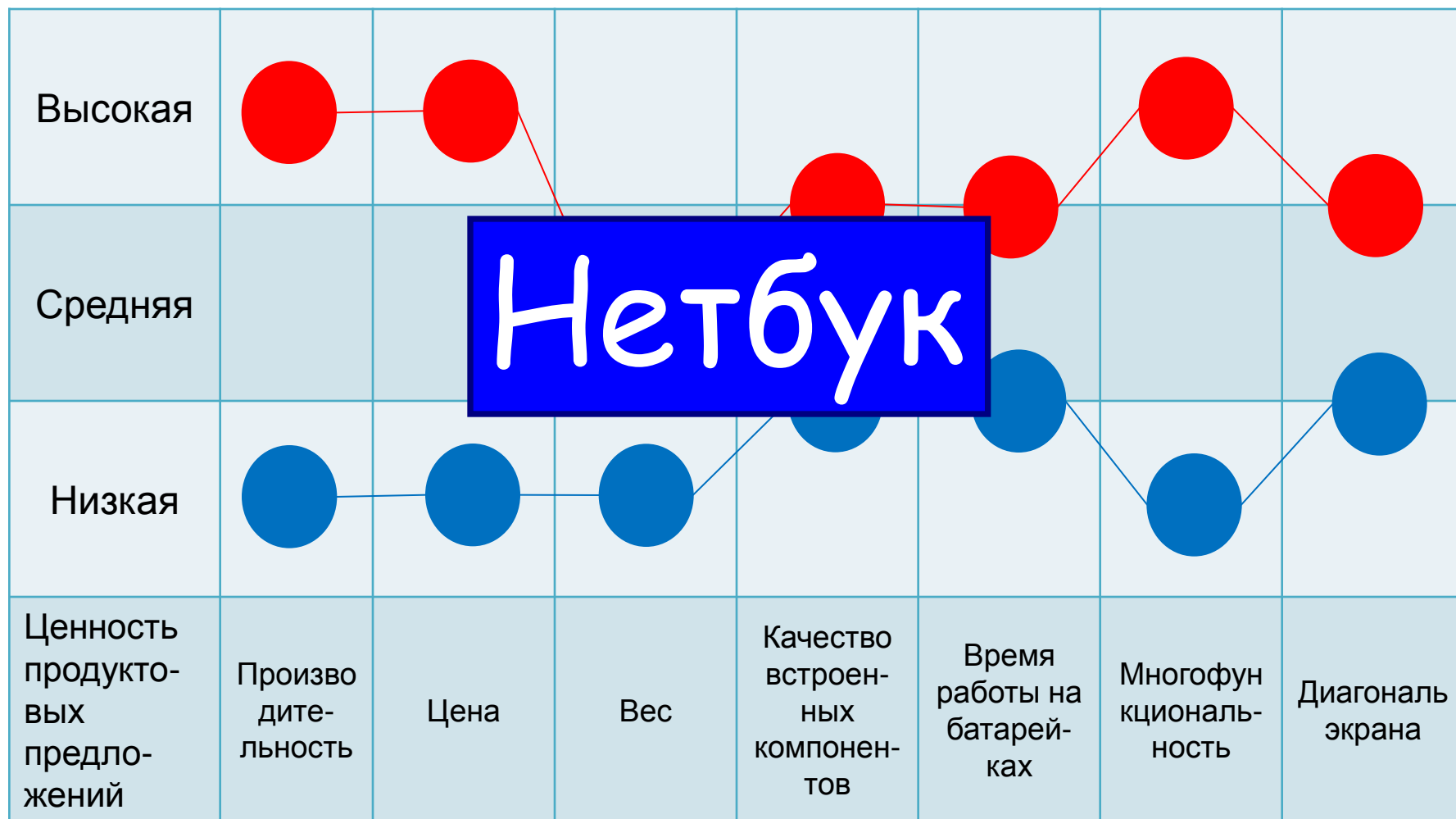


Микроигра № 8: постройте канву. Какой продукт получим?



Стратегическая канва

А можно ли так? 😊



Ключевые потребительские ценности продукта

- При описании потребительских ценностей проекта важно структурировать их по отдельным целевым группам потребительской цепочки.
 - Вычленяем цепочку потребителей
 - Определяем потребности каждого из них
 - Определяем «нашего» потребителя
 - Связываем потребительские ценности с характеристиками объекта



Start UP



7	
6	
5	
4	
3	Характерные особенности представления продуктового предложения
2	
1	



Особенности представления продуктового предложения

Варианты описания преимущества:

- 1. Через формулирование преодоленного противоречия**, мешающего обеспечить дальнейшее развитие конкурирующих объектов
- 2. Через рост эффективности полезных свойств и характеристик** по сравнению с объектами – аналогами
- 3. Через сравнение потенциалов дальнейшего развития** объектов конкурентов и выявление преимуществ предлагаемого объекта по важной характеристике
- 4. Через предъявление новой удовлетворенной потребности**, проявляющейся в генеральном тренде (но не реализуемой пока в данном классе объектов).



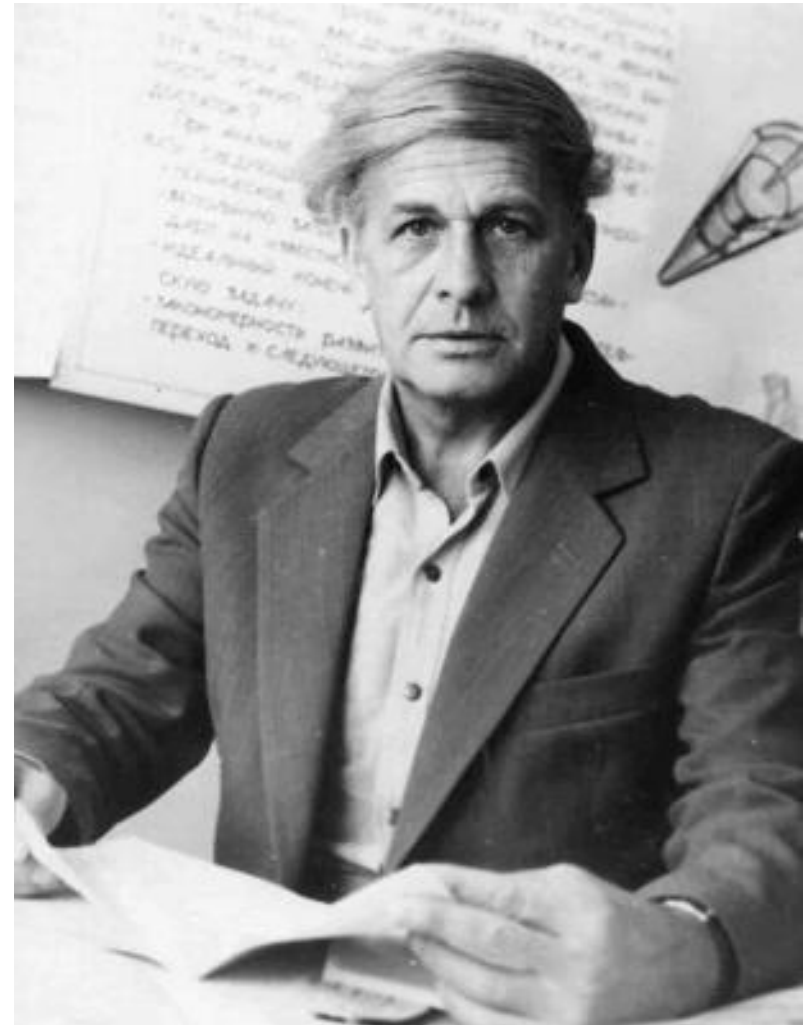
Особенности представления продуктового предложения

Формулирование *технического* или *физического* противоречия, мешающего обеспечить гармоничное развитие конкурирующих объектов и демонстрацию способа его преодоления в предлагаемом объекте, технологии.

Такая демонстрация, особенно подкрепленная показом возможности патентной защиты, способна ярко показать инвесторам плюсы и отличие проекта от прочих.



Особенности представления продуктового предложения



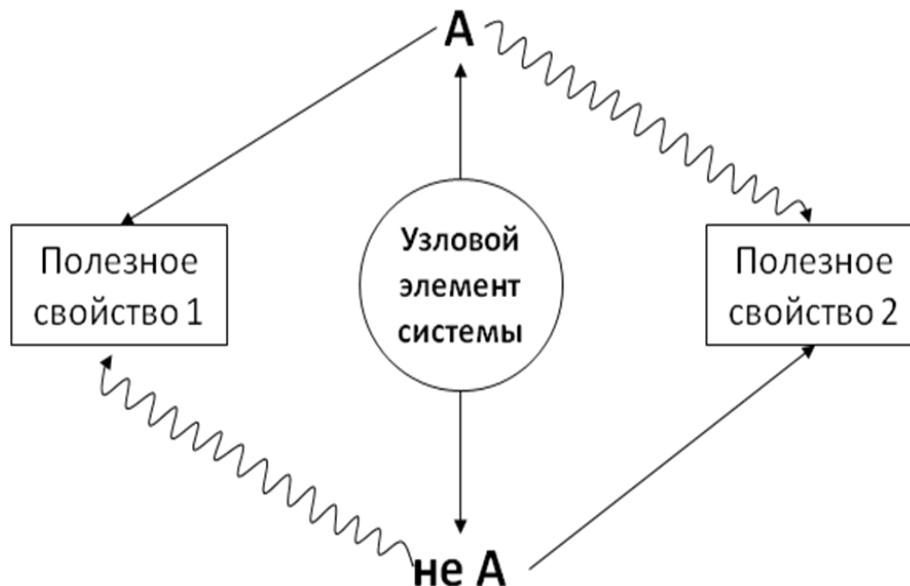
Методы ТРИЗ !!!



Особенности представления продуктового предложения

- **Техническое противоречие:**

взаимообусловленное улучшение и ухудшение сторон, свойств, качеств технической системы (ТС), достигаемое при однозначном изменении параметра ее узлового элемента.

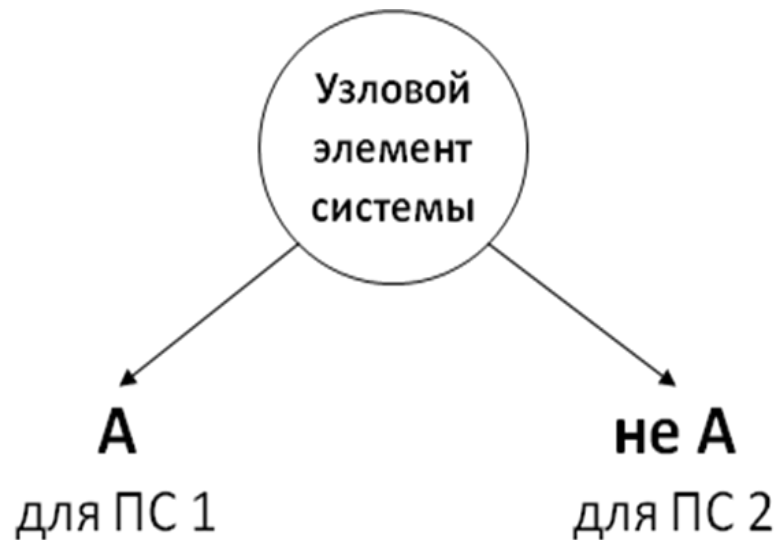


Техническое противоречие (ТП) – проявляется в технической системе в виде ухудшения одного потребительского свойства при улучшении другого потребительского свойства.



Особенности представления продуктового предложения

- **Физическое противоречие:** предъявление противоположных качеств требований к параметру узлового элемента системы с целью улучшения всех ее важных сторон, качеств, потребительских свойств (ПС)
- ФП – форма выражения проблемы в наиболее обостренном виде



Особенности представления продуктового предложения

Пути устранения ФП

- Разрешение в отношениях
- Разрешение в пространстве
- Разрешение во времени

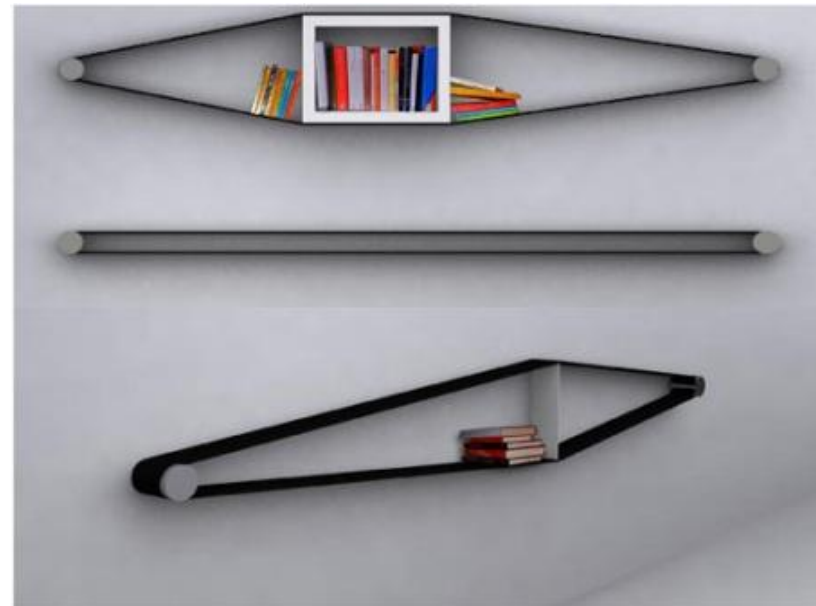


Особенности представления продуктового предложения

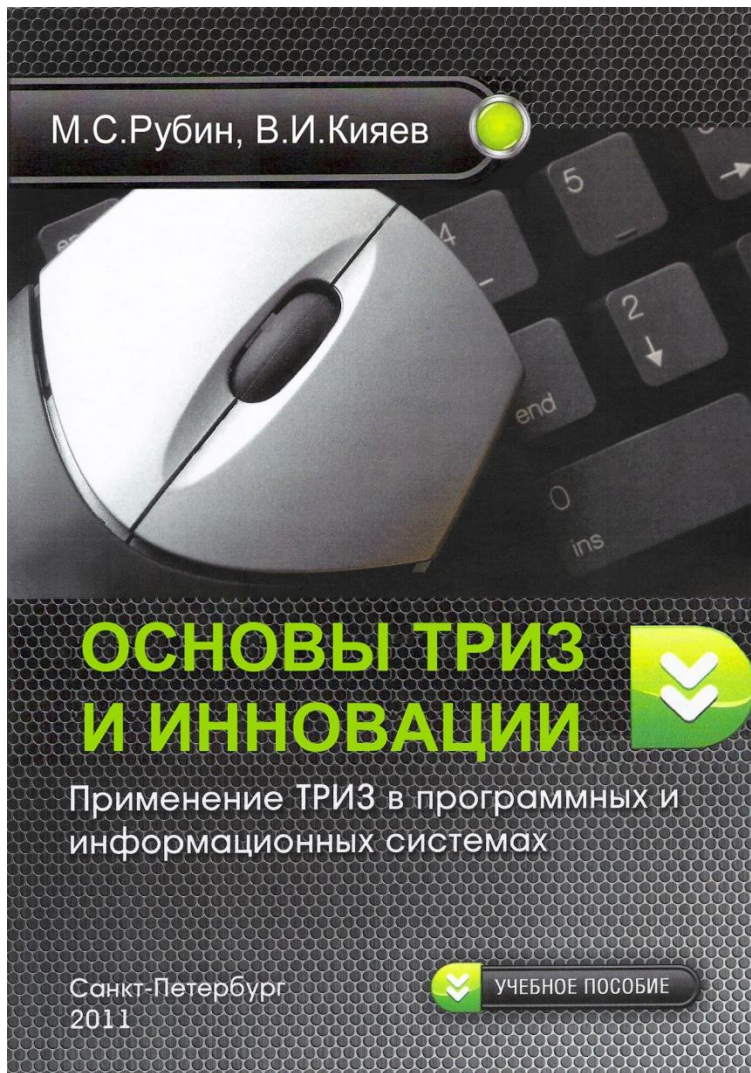


Пути устранения ФП

- Разрешение в отношениях
- Разрешение в пространстве
- Разрешение во времени



Методы ТРИЗ и их применение при разработке программных и информационных систем



Особенности представления продуктового предложения

Микроигра N

Предложите
человеку. Это

ных вещей

летающему



Start UP



Бенчмаркинг: особенности и цели его проведения

- ❖ Бенчмаркинг – процедура сравнения сложных систем по многим факторам с целью выявления лидирующей системы.
- ❖ Для сравнения принимаются системы с одинаковыми главными функциями (системы – конкуренты).
- ❖ В таблицу для сравнения следует вносить не только системы, реально существующие на рынке, но и находящиеся в стадии разработки, описанные в патентах и других литературных источниках, т.е. условно существующие системы



Бенчмаркинг: особенности и цели его проведения

Таблица бенчмаркинга – сбор главных параметров процесса для конкурирующих технологий (объектов)

#	Технология	Диапазон скоростей линий, fpm	Диапазон вязкости, сР	Равномерность покрытия, %	Толщина покрытия, μ
1.1	Simple Blade	350 – 5.000	500 – 40.000	10	10 - 750
1.2	Blade over blanket	10 – 2.000	500 – 10.000	10	50 - 250
1.3	Blade over roll	8 - 400	100 – 50.000	10	26 - 750
1.4	Floating blade	10 – 2.000	500 – 1.500	10	50 - 250
1.5	Meyer rod	10 – 1.000	50 – 1.000	10	4 - 80
1.6	Air blade metering mode	40 - 400	1 - 500	5	0.1 - 200
1.7	Air blade squeegee mode	125 – 2.000	5 - 500	5	10 - 50

 - Оцениваемая Технология



Бенчмаркинг: особенности и цели его проведения

#	Критерии эффективности	Скорость линии	Вязкость покрытия	Равномерность покрытия	Толщина слоя	Стоимость конечного продукта	Простота перенастройки	Total
Весовой коэффициент		9	8	8	6	10	2	
1.1	Simple Blade	10	5	4	8	8	6	302
1.2	Blade over blanket	4	4	4	1	8	6	171
1.3	Blade over roll	2	6	4	5	8	6	220
1.4	Floating blade	8	3	4	1	8	6	226
1.5	Meyer rod	4	3	4	10	8	5	242
1.6	Air blade metering mode	2	3	6	10	8	3	236
1.7	Air blade squeegee mode	8	3	6	8	8	3	278

Итоговая таблица бенчмаркинга



Пример описания проекта «Универсальный закалочный станок»

- Мы используем:
- Энергосберегающие технологии, поверхностный нагрев металла токами высокой частоты. Основным преимуществом всякой закалки с поверхностным нагревом по сравнению со сквозной закалкой является уменьшение хрупкости металла деталей и изделий.
- Закаливание металла повышает долговечность, т.е. общую конструкционную
- прочность в 1,5-2 раза. Это открывает путь к снижению металлоемкости деталей (уменьшение рабочих сечений), замене дорогостоящих легированных сталей на углеродистые.



Пример описания проекта «Универсальный закалочный станок»

Предлагаемый нами станок имеет ряд явных преимуществ перед своими собратьями:

- станок универсальный;
- максимальные размеры закаливаемых деталей:
- вал (длина до 2 000 мм, диаметр до 500 мм, вес до 400 кг),
- шестерня (диаметр до 1 550 мм, вес до 1 500 кг).
- принятые новые конструкторские решения позволили получить компактность установки (а значит и уменьшить металлоемкость), не смотря на то, что максимальный диаметр шестерни 1550 мм.
- Применена конструкция колоны, а не портала. Во время технологического процесса, в зоне нагрева находиться только часть шестерни;
- применение станочного алюминиевого профиля.
- применение профиля позволило исключить трудоемкие, требующие специального оборудования и большого времени операции изготовления (сварка, мехобработка, окраска) сложного и громоздкого корпусного узла;
- управление станка выполнено на базе промышленного компьютера.



Какая новая ценность здесь предлагается?

Закалочный станок "ЭЛСИТ-160ПЗ" предназначен для ТВЧ закалки крановых колес, валов и втулок. Его прямое назначение - придание металлическим изделиям твердости и механической прочности на истирание.

Проектировщики данного типа индукционных установок встают перед решением следующих задач:

- 1. Необходимо обеспечить такие условия, чтобы скорость нагрева поверхностного слоя металла была значительно выше скорости его теплопередачи вглубь. Данные условия должны соблюдаться для получения требуемой глубины закаленного слоя металлического изделия.
- 2. Добиться определенной скорости охлаждения заготовки с помощью охлаждающей жидкости для получения желаемой твердости металла.
- Разработанные установки индукционного нагрева управляются с помощью современного контроллера, который включает в себя 16 сигнальных входов и выходов. Не исключается возможность подключения по протоколу ModBus RTU внешнего контроллера. На всех индукционных установках присутствуют два LCD-дисплея, которые отображают полную информацию о текущем состоянии процессов индукционного нагрева, такую как: частота, мощность нагрева, таймер, состояние рабочих механизмов, номер программы, состояние индукционной установки. Наличие дисплеев значительно упростило работу с установками ТВЧ, теперь нет необходимости в переключении режимов работы на индикаторе. Также установки обзавелись пятью видами защит.



Пример описания проекта
«Универсальный закалочный станок»

Возможный конкурент?



Автоматический
закалочный станок с
одновременным
продвижением заготовки в
индуктор и вращением ее
вокруг оси

ООО «Алтайтракторзапчасть»
г.Барнаул Мощность: 120 кВА ТВЧ
установка работает с апреля 2006
г.

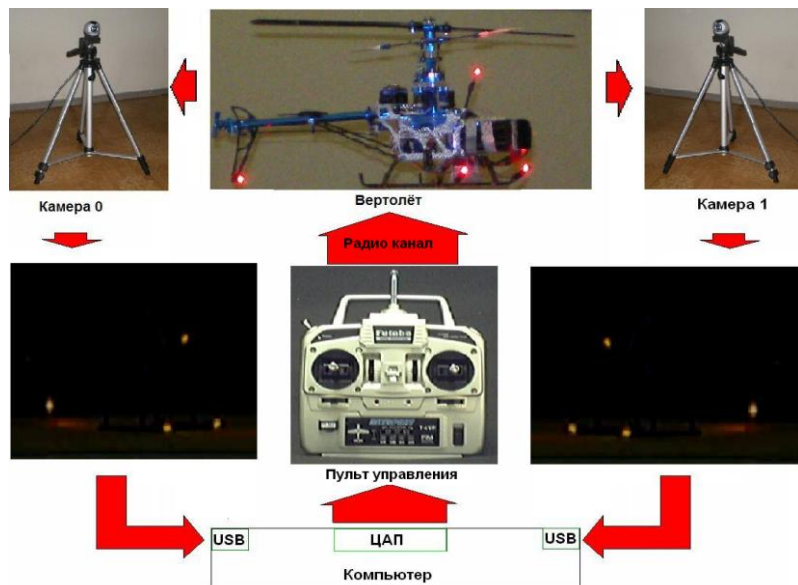


Какой продукт здесь предлагается?

- Разработан макет, на котором проводятся испытания автопилота для вертолета весом 830 грамм. В качестве сенсоров используются две наземные Web камеры, и четыре светодиода, зафиксированные на корпусе вертолета.
- Система работает в режиме реального времени. Разработана математическая модель вертолета. Разработаны и испытаны регуляторы, стабилизирующие вертолет в окрестности сбалансированного висения.



Тот же продукт после грамотной подачи продукта



Базовый рынок нашего продукта - сфера развлечений. На сегодняшний день в свободной продаже появляются разнообразные радиоуправляемые модели вертолетов с электрическим или бензиновым двигателем.

Основным недостатком данных моделей является сложность пилотирования. Для пилота-новичка научиться управлять моделью, не разбив его в первые полеты, практически невозможно.

Малогабаритная плата бортового автопилота позволит устранить данный недостаток, и позволит пользоваться радиоуправляемыми вертолетами каждому желающему вне зависимости от навыков пилотирования.

Спектр применения полученного продукта ограничивается только фантазией потребителя. Возможно использование автопилота для обучающих полетов; установив на модель вертолета камеру, получаем собственный вертолет-разведчик, который можно использовать для аэрофотосъемки, мониторинга местности и т.д.



Start UP

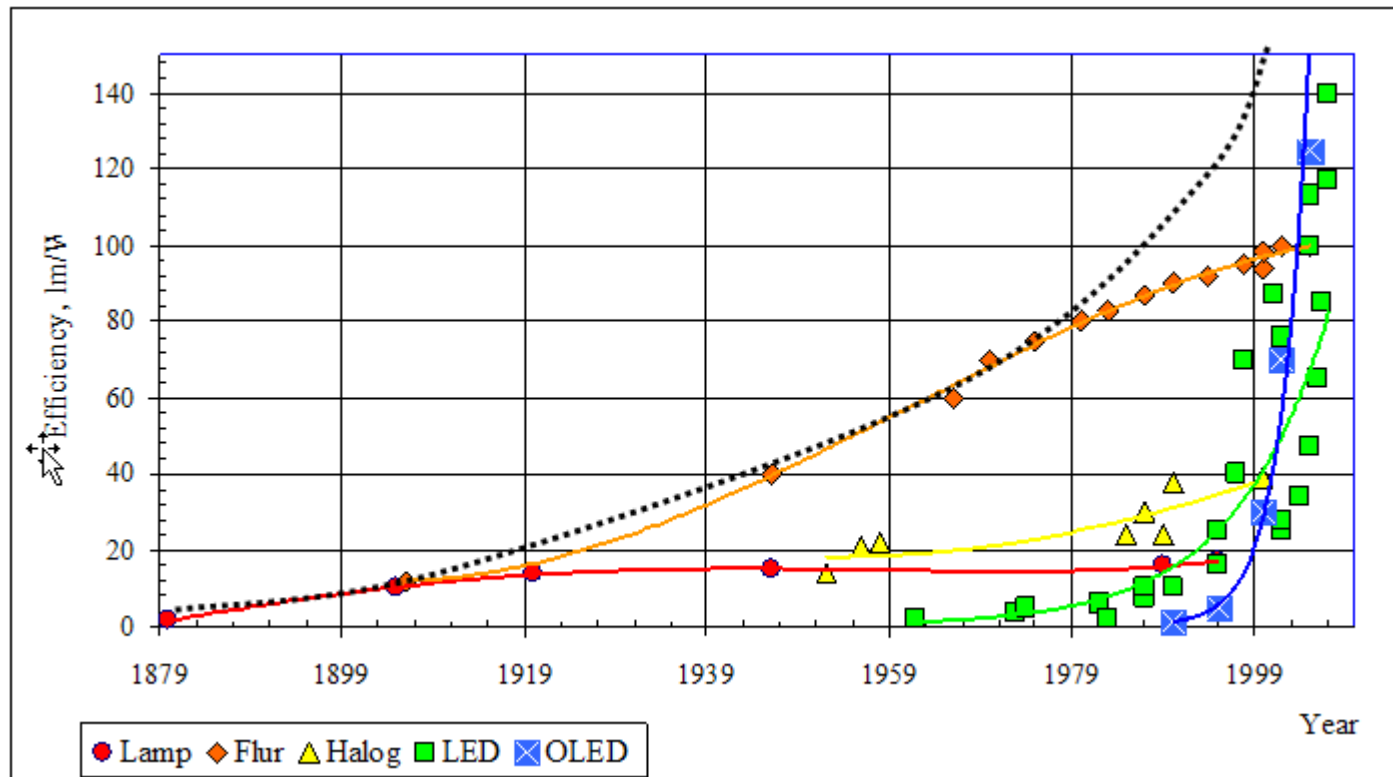


Демонстрация достоинств продукта

- Формирование плана дальнейшего улучшения продукта
- Функциональное описание, функционально идеальное моделирование
- Функционально-стоимостной анализ продукта
- Классификация предложений по дальнейшему развитию продукта



Учет пределов развития



Зависимость эффективности источников света от времени их создания.
Значения приведены для:

ламп накаливания (1),

люминесцентных ламп (2),

галогенных ламп (3),

белых светодиодов - LED (4)

органических белых светодиодов - OLED (5).

Пунктирная линия — обобщенная кривая.

**Микроигра № 9: Простое решение
на основе светодиодов**



Демонстрация достоинств продукта

Функциональный анализ – исследование объекта с целью выявления его специфических недостатков – вредных функций, а также неадекватно и с избыточными затратами выполняемых полезных.

- Функция - это действие материального объекта по изменению параметра другого материального объекта.
- Полезная функция - это функция, в результате выполнения которой параметр ее объекта изменяется в желательном направлении. Недостаточный и избыточный уровни выполнения полезной функции являются недостатками.
- Вредная функция - это функция, в результате выполнения которой параметр ее объекта изменяется в нежелательном направлении. Желательность определяется с точки зрения того, кто проводит анализ.



Демонстрация достоинств продукта

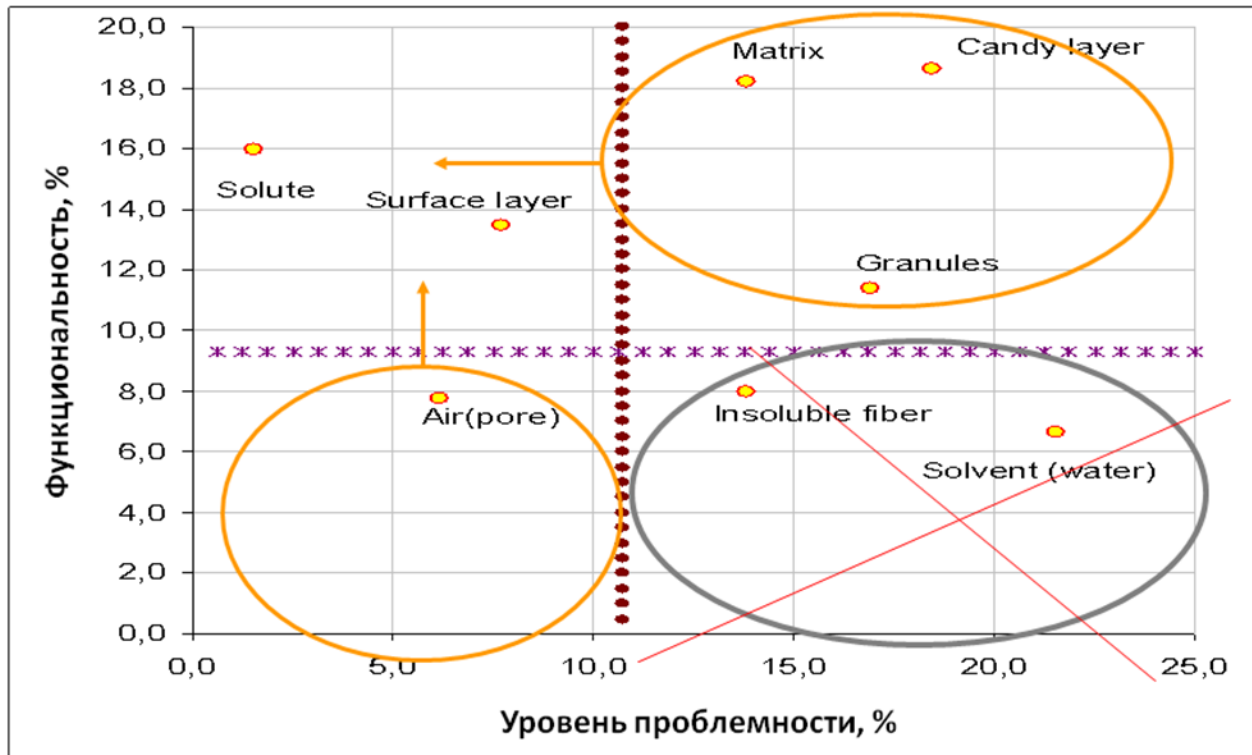
Диагностический анализ - это анализ технической системы, основанный на сравнении относительной функциональной значимости каждого компонента с относительным уровнем связанных с ним затрат и проблем и ранжировании компонентов по этим критериям.

- Цель диагностического анализа - определение предварительной стратегии совершенствования системы. В зависимости от соотношения функциональной значимости компонентов и уровней связанных с ними проблем и затрат возможны следующие варианты стратегии:
- Устранение компонента из системы
- Улучшение компонента
- Использование компонента в качестве носителя для полезных функций устраненных компонентов



Демонстрация достоинств продукта

Тримминг – инструмент выявления элементов системы с наихудшим отношением функциональности к проблемной значимости с целью их последующего сокращения: $T = F/(P+C)$



T - тримминг фактор; F - функциональная значимость (%),
P - проблемная значимость (%), C - затратная значимость (%)



Start UP



Корпоративная концепция

Корпоративная концепция отражает философию компании.

Это документ, где в единой системе изложены:

- видение (миссия, ценности, предназначение)
- этический кодекс (система ведения бизнеса и принципы, на которых строятся взаимоотношения внутри компании)
- ключевые компетенции (преимущества компании)
- бизнес-модель компании
- позиционирование (профиль бренда)



Миссия компании

«Миссия – стратегическая (генеральная) цель, выражающая смысл существования, общепризнанное предназначение организации. Это роль, которую предприятие хочет играть в обществе».

Л.Гительман «Преобразующий менеджмент»

«Миссия (предназначение) организации – ответ на вопрос, в чем заключается деятельность компании, и чем она намерена заниматься».

И.Мазур, А.Шапиро «Реструктуризация предприятий и компаний»



Миссия и реальность

Миссия — это **база** для последовательного формирования целей, стратегий, функций, процессов, должностных инструкций и т.д.

Миссия представляет собой результат позиционирования компании среди других участников рынка.



Миссия компании

**В широком понимании миссия
рассматривается как
философия и предназначение
компании в контексте её
существования и развития**



Компания как открытая система



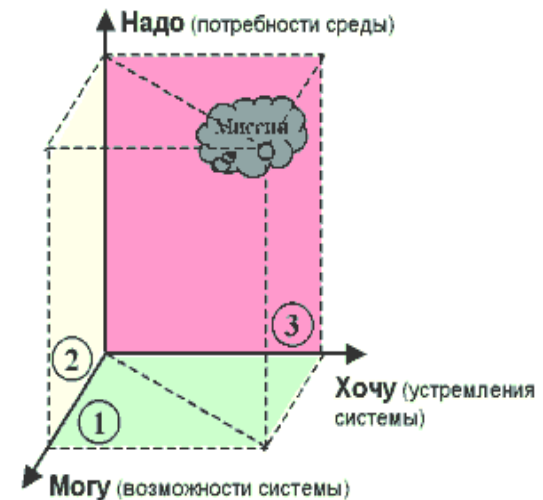
Миссия как компромисс

Разработка миссии, начинается с системы координат

Ось «**НАДО**» – отражает потребности рынка,

Ось «**МОГУ**» – определяется уникальностью ресурсов и навыков компании,

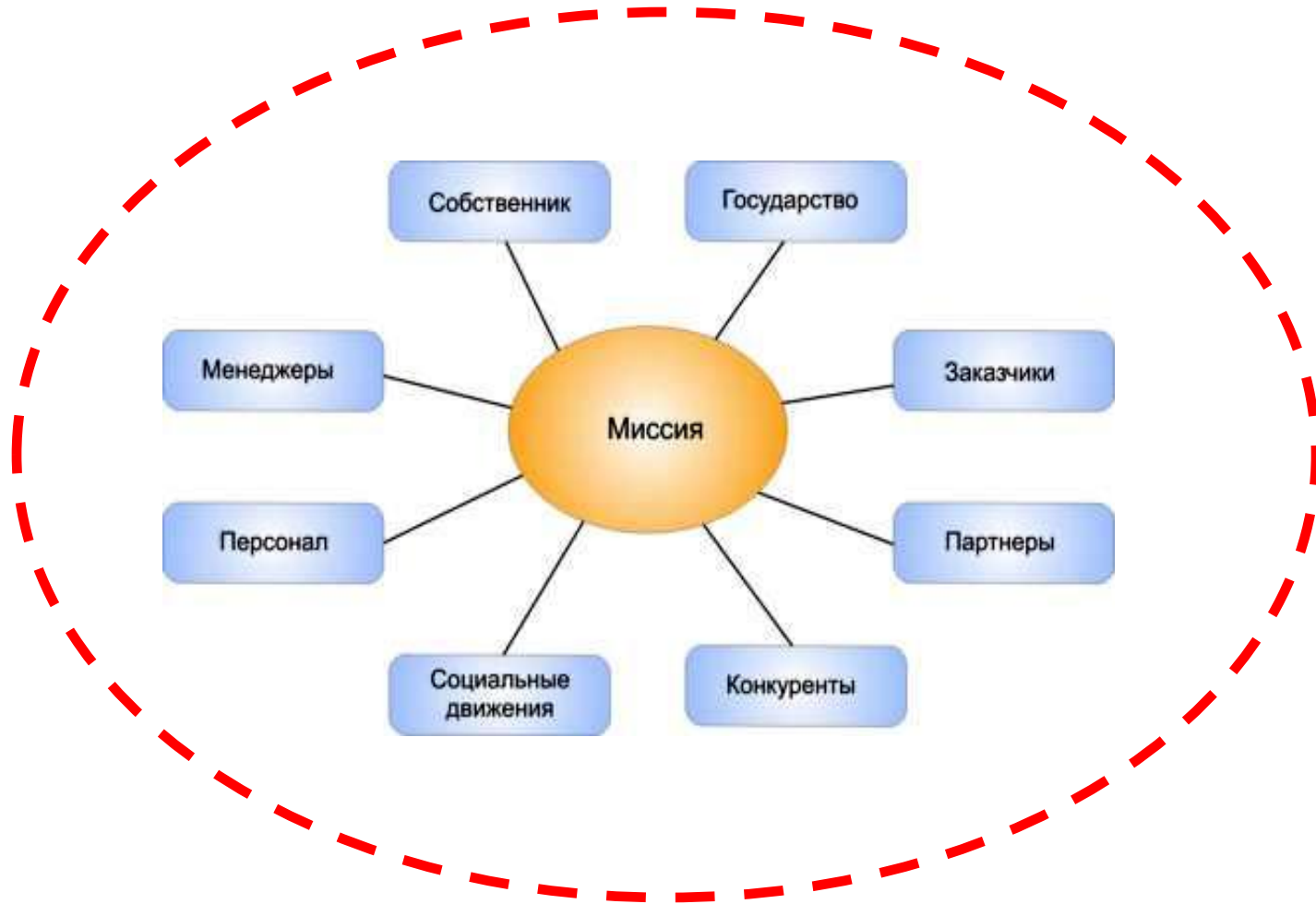
Ось «**ХОЧУ**» – представляет собой философию бизнеса (ценности, принципы, ожидания).



В такой системе координат разработка миссии представляет собой задачу **поиска компромисса** между потребностями рынка, с одной стороны, и возможностями и желаниями компании – с другой.



Миссия как отражение взаимосвязей



Миссия как основная деловая концепция

8 ключевых вопросов — основа миссии:

- ❖ что получит Заказчик в части удовлетворения своих потребностей?
- ❖ кто, для чего и как может выступать в качестве партнера компании?
- ❖ на какой основе предполагается строить отношения с конкурентами (какова, в частности, готовность пойти на временные компромиссы)?
- ❖ что получит собственник и акционеры от бизнеса?
- ❖ что получают от бизнеса и компании менеджеры?
- ❖ что получит от компании персонал?



Миссия как основная деловая концепция

- ❖ в чем может заключаться сотрудничество с общественными организациями?
- ❖ как будут строиться отношения компании с государством (в частности возможное участие в поддержке государственных программ)?

Полнота формата описания и детальность проработки Миссии – бесспорный признак зрелости компании, критерий качества ее бизнеса.



Миссия как основная деловая концепция

В конечном счете, профессионально разработанная Миссия – это **определяющий фактор конкурентоспособности компании:** способность лучше других находить компромисс собственных интересов с интересами всех участников внешнего окружения!



Слоган как выражение миссии компании



Слоган как выражение миссии

Успешные бренды, как правило, четко ориентированы на своего потребителя. Для этого используются коммуникативные средства бренда, одним из которых является **слоган, лозунг** или **рекламный девиз**.

«**Слоган**» – В древности slogan означало воинственный клич, с которым воины шотландского клана бросались на врагов, клич у каждого клана был свой. В современном мире слово «слоган» изменило свое значение – это термин американских рекламистов.

«**Лозунг**» немецкого происхождения и losung означает военный пароль.

«**Девиз**» имеет французское происхождение. Изначально devise, означало надпись или эмблему на гербе, щите. Впоследствии - краткое изречение, выражающее главную, руководящую идею, цель, программу действий.



Слоган как выражение миссии

От качества рекламного слогана часто зависит успех товара или компании на рынке. Установлено, что слоганы читают в 5 раз больше людей, чем рекламные тексты, поэтому они должны:

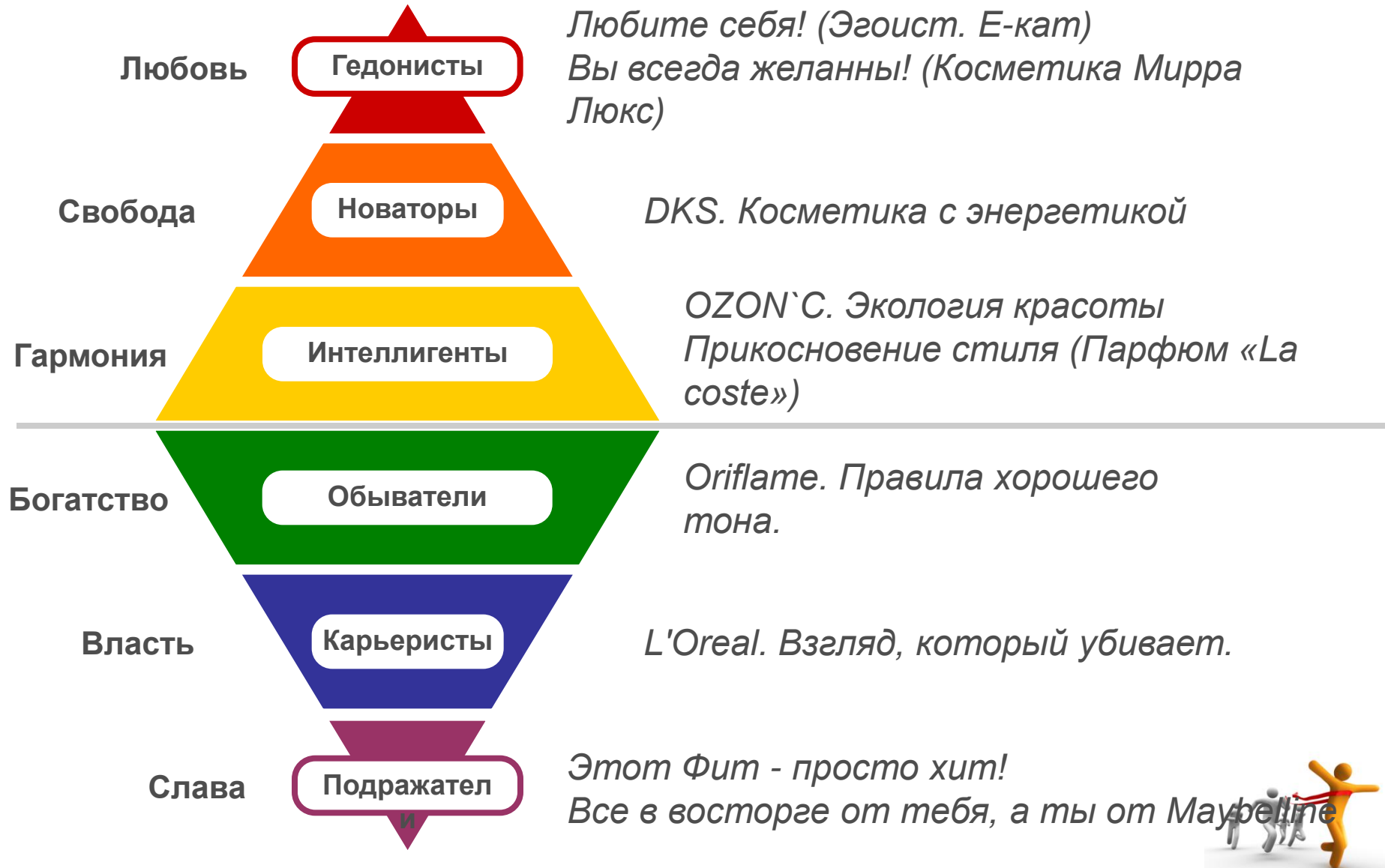
- ❖ легко читаться – **«Бери от жизни всё»**
- ❖ быть оригинальными – **«Имидж ничто, жажда всё!»**
- ❖ вызывать любопытство – **«Ваша киска купила бы «Вискас»**
- ❖ польстить – **«Жилет» – лучше для мужчины нет!»**
- ❖ сулить выгоду – **«Аромат, который сближает»**

Крупные компании никогда не стремятся обратиться ко всем и мотивировать каждого, напротив, они концентрируют свои маркетинговые усилия, направляя их только «на своих».

В благодарность за это представители целевых аудиторий не только становятся потребителями, но и активно демонстрируют свою лояльность!



Слоган как выражение миссии



Слоган как выражение миссии

Уровни
позиционирования

5

Мирра Люкс. «Не теряя времени - теряй годы!»
Vichy. «Здоровье для кожи. Здоровье для жизни»

КЦ Шарм СПб. «Мы создаем красоту и успех»

5. Ценностный
уровень
Зачем нужен?

4

Bourjois. «Все оттенки твоих желаний»
Ворожея. «Исполнение желаний»
«Лучший способ поднять настроение!»

4. Эмоциональный
уровень
Почему он привлечет ?

3

Lumene. «Четкий контур. Насыщенный цвет»
Florena. «... и моя кожа нежнее шелка»
Bourjois. «Объем ресниц - мое явное преимущество!»

3. Функциональный
уровень Как его будут
покупать и использовать?

2

Oriflame. «Натуральная косметика из Швеции»
Dabao. «Косметика, созданная самой природой»
Чистая линия. «Косметика российских трав»

1

Принцесса. «Как у мамы, только лучше!»
MIA. «Специально для молодой кожи!»
Саванна. «Среда обитания светских львиц»



Start UP

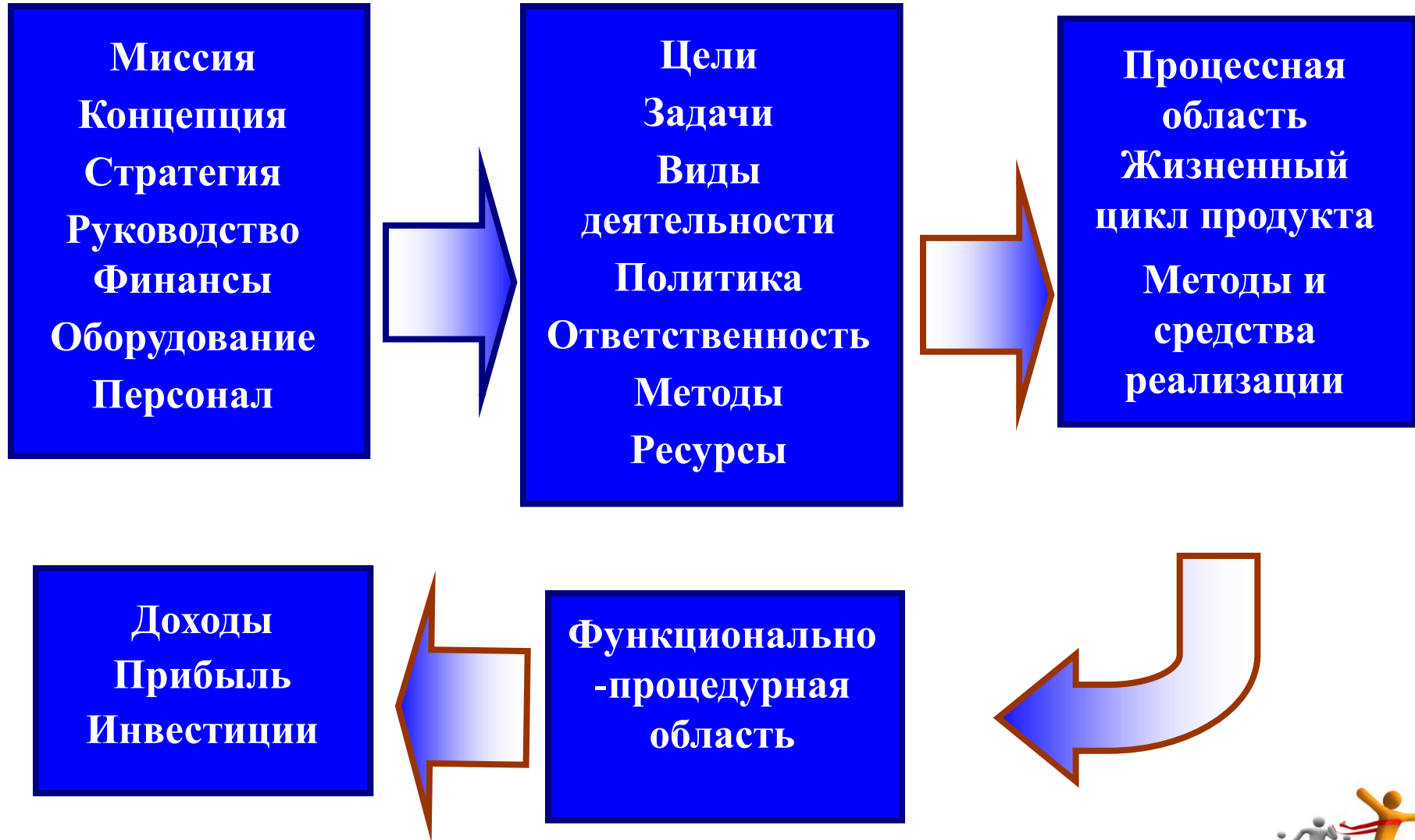


7	Бизнес-модель компании и бизнес-план
6	
5	
4	
3	
2	
1	

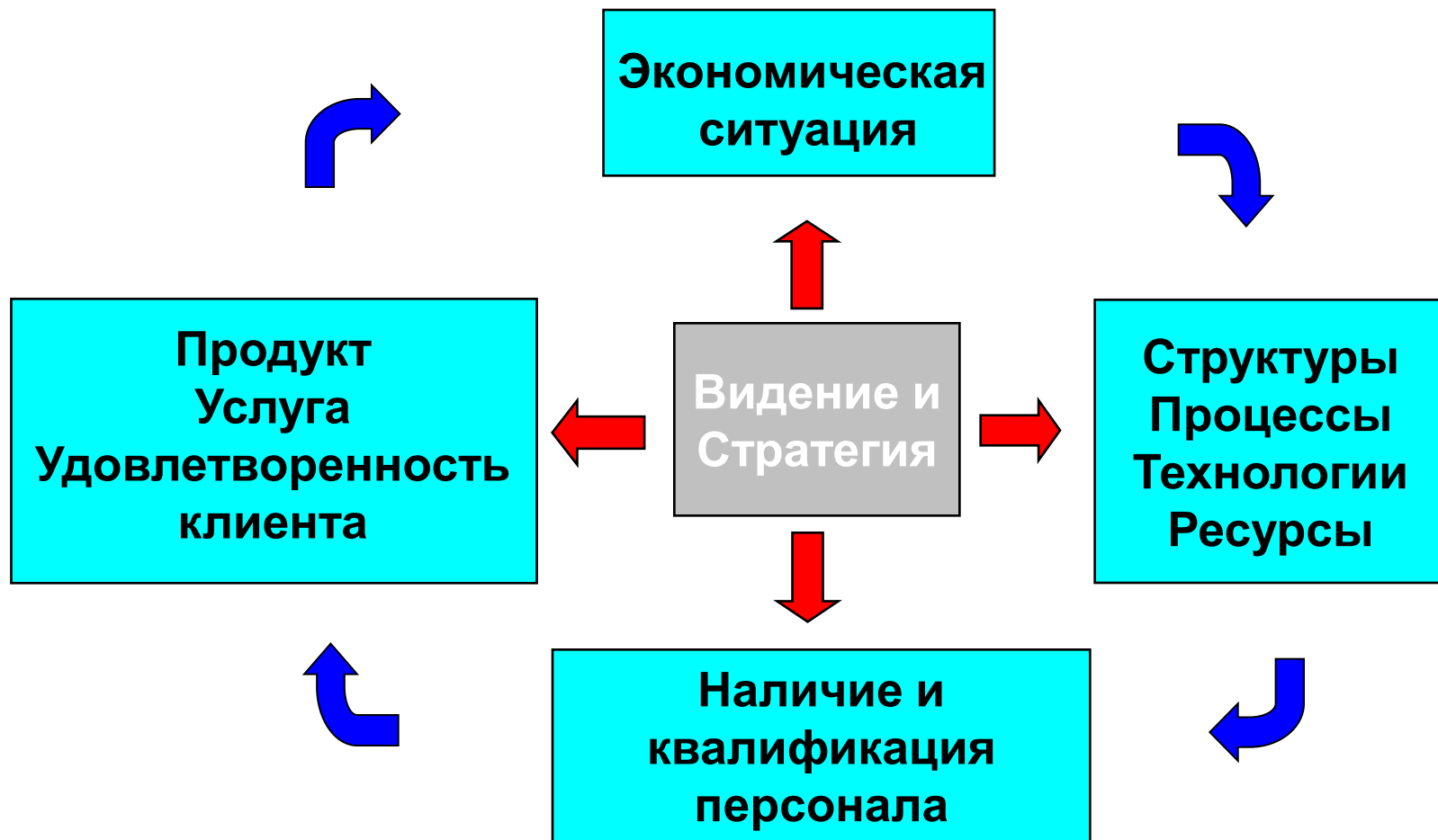
Онтологическое поле современной компании



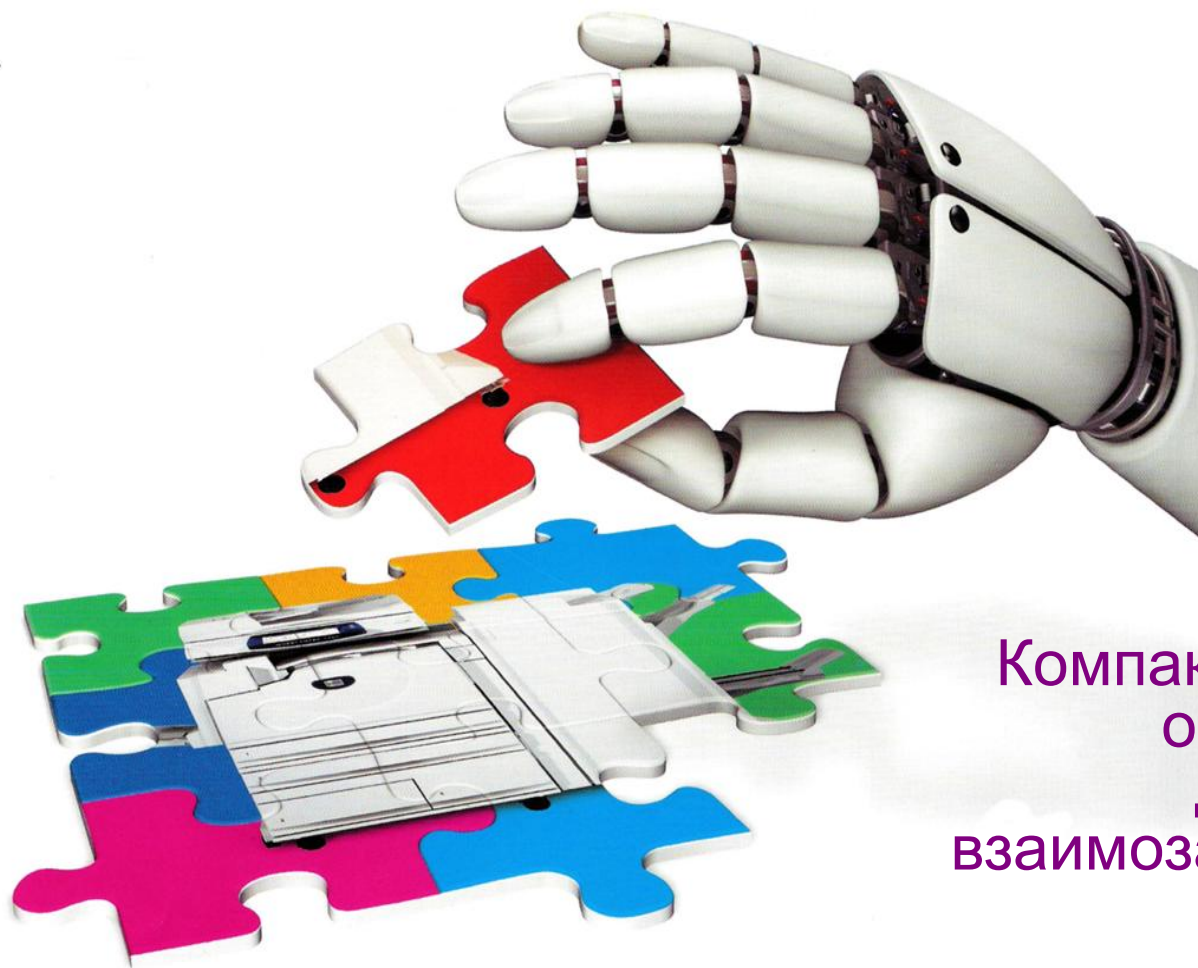
Онтологическое поле современной компании



Концептуальное поле формирования компании



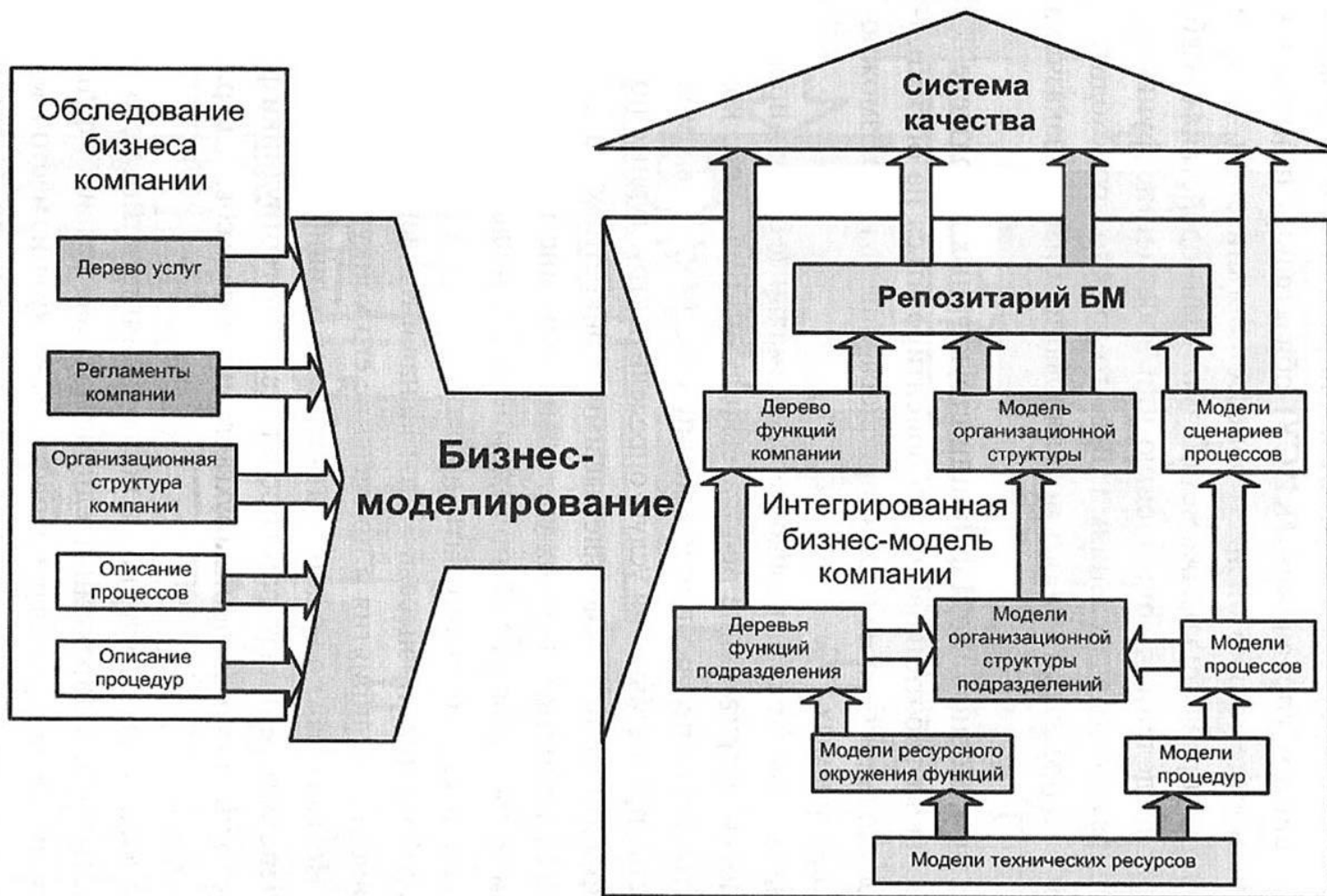
Современный подход к формированию компании



Компактная модель
организации с
динамически
взаимозаменяемыми
элементами



Модель компании и реализация качества



Стратегия, бизнес-модель и бизнес-план



Стратегия

Чего мы хотим?

Как мы этого достигнем?

Во что нам это обойдется?

Какие средства и персонал мы будем использовать?

Видение
(определение успеха)

Что надо
для успеха

Основа
конкурент-
ного преиму-
щества

Что мы
говорим

Официаль-
ная стратегия

Что мы
делаем

Стратеги-
ческие
действия

Отличи-
тельные
компетенции

Что мы
имеем

Модель
Баргельмана



Бизнес-модель и бизнес-план

Определение (HBS): *«Бизнес- модель – это совокупность определяющих бизнес-решений, а также уступок и компромиссов, задействованных компанией для извлечения прибыли»*

Бизнес-модель включает в себя набор механизмов, связывающих все компоненты бизнеса и определяющих как компания будет получать доход и прибыль.



Бизнес-модель и бизнес-план

Бизнес-модель включает в себя множество компонентов:

- ❖ идентификацию клиентов
- ❖ конкурентные преимущества
- ❖ процесс создания «value added» для клиентов
- ❖ методы привлечения и удержания клиентов
- ❖ организацию бизнес-процессов
- ❖ многое другое...



Бизнес-модель и бизнес-план

Выделяют 4 основных категории определяющих бизнес-решений и компромиссов:

- ❖ источники дохода
- ❖ источники затрат
- ❖ необходимый размер инвестиций
- ❖ критические факторы успеха

Практически невозможно оценивать компоненты бизнес-модели независимо друг от друга.

Основным отличием успешной бизнес-модели от неудачной является то, как построены взаимосвязи между всеми компонентами бизнес-модели



Бизнес-модель и бизнес-план

- ❖ Можно ли обойтись без бизнес-плана?
- ❖ Сколько вариантов должен иметь бизнес-план?
- ❖ Кто и когда составляет бизнес-план?
- ❖ Кто читает бизнес план?



Зачем нужен бизнес план?

- ❖ Понимание командой целостной картины бизнеса
- ❖ Анализ вариантов и возможности
- ❖ Инструмент для бюджетирования, планирования, формирования команды, реализации проекта,
- ❖ Инструмент для привлечения инвестиций, заемных средств



Содержание бизнес-плана

- ❖ Резюме
- ❖ Описание продукта или услуги
- ❖ Исследование и анализ рынка
- ❖ План маркетинга и организации продаж
- ❖ План дизайна и разработки продукта
- ❖ Производственный и операционный план
- ❖ Организационный план
- ❖ ИС и нематериальные активы
- ❖ Риски, проблемы, предположения
- ❖ Финансовый план
- ❖ Предложение



Резюме бизнес-плана

- ❖ Суть проекта
- ❖ Возможности и концепция продукта
- ❖ Целевой рынок
- ❖ Конкурентные преимущества ваших продуктов
- ❖ Экономика проекта, предприятия
- ❖ План формирования бизнеса
- ❖ Команда, соучредители, собственники, менеджмент
- ❖ Предложение



Описание продукта или услуги

- ❖ Область применения
- ❖ Какую проблему решает
- ❖ Уникальность решения
- ❖ Технические и потребительские характеристики
- ❖ Преимущества и отличия
- ❖ Основные направления развития продуктовой линейки
- ❖ Бизнес-модель выхода на рынок



Исследование и анализ рынка

- ❖ Краткое описание текущего состояния индустрии, тенденции, рост, ключевые игроки
- ❖ Структура рынка
- ❖ Портрет потребителя
- ❖ Сценарий использования нового продукта
- ❖ Статистика потребления аналогичных продуктов, размер индустрии
- ❖ Конкуренты и ваше value-предложение, предположительная реакция конкурентов
- ❖ География рынка
- ❖ Возможные каналы продвижения и партнеры
- ❖ Оценка емкости рынка сбыта
- ❖ Уникальность и сила вашего положения на рынке



Понимание потребителя

- ❖ Каков портрет нашего потребителя?
- ❖ Какую проблему для него решаем?
- ❖ Подходит ли ему наш продукт?
- ❖ Какие каналы продаж, рекламы?
- ❖ Сможем ли мы заработать на этом потребителе достаточно (или хотя бы сколько-нибудь для начала) денег?



План маркетинга и организации продаж

- ❖ Позиционирование продукта и отличия от аналогов
- ❖ Ценообразование
- ❖ Основные каналы сбыта, партнерские программы, дистрибьюторы
- ❖ Формирование спроса
- ❖ Аргументация и расчет эффективности потребителю
- ❖ Организация отдела продаж (sales force)
- ❖ Обоснование принятия решений по продажам
- ❖ Цикл продаж и формирование воронки продаж
- ❖ Сопутствующие материалы для продаж
- ❖ Внедрение и сопровождение



План дизайна, разработки продукта и выпуск пробной партии

- ❖ Состояние разработки продукта
- ❖ Техническая реализуемость
- ❖ Сложности, риски, барьеры
- ❖ Подготовка к производству
- ❖ Необходимые ресурсы
- ❖ Первые партии продукта, размер пробной партии



Производственный и операционный планы

- ❖ Госрегулирование и необходимые сертификаты
- ❖ Модель цикла производства
- ❖ География производства
- ❖ Этапы подготовки к производству
- ❖ Необходимое помещения и оборудование
- ❖ Производственные процессы
- ❖ Требования к персоналу
- ❖ Материальная и сырьевая база
- ❖ Привлечение субподрядчиков



Организационный план

- ❖ Организационная структура
- ❖ Структура собственности
- ❖ Совет директоров (состав, правила)
- ❖ Команда управления, ведущие специалисты
- ❖ Механизмы мотивации ведущих руководителей
 - ❖ Подбор ключевого персонала
 - ❖ График реализации проекта
 - ❖ Внешние партнеры



Финансовый план

- ❖ Затраты на оборудование, сырье, материалы, комплектующие
- ❖ Расходы на оплату труда
- ❖ Накладные расходы
- ❖ Налоговые отчисления
- ❖ Проведение НИОКР
- ❖ Реклама и продвижение
- ❖ Выручка от реализации продукции
- ❖ Заемные средства, инвестиции
- ❖ Положительные денежные потоки, срок окупаемости, оценка предприятия, дисконтированный денежный поток, выручка на 3-й - 5-й год



ИС и нематериальные активы

- ❖ Защита интеллектуальной собственности
- ❖ Результаты патентного поиска
- ❖ Комплиментарные активы:
 - патенты, ноу-хау
 - преимущества первого продвижения
 - естественная монополия
 - невысокие входные барьеры
 - малонаселенная ниша рынка
 - относительно низкая стартовая цена
 - повышенная маржа
 - уникальный продукт.
 - узнаваемый бренд



Риски, проблемы, предположения

- ❖ Рыночные предположения (структура рынка и портрет потребителя)
- ❖ Возможность технической реализации
- ❖ Правовые
- ❖ Кадровые
- ❖ Материально-сырьевые



Продуктовое предложение

- ❖ Сумма запрашиваемых инвестиций
- ❖ Структура затрат
- ❖ Снижение рисков инвестора - активы
- ❖ План реализации проекта
- ❖ Варианты возврата инвестиционных средств и выхода инвестора из проекта



Экспертиза

- ❖ Научно-техническая
- ❖ Патентная
- ❖ Юридическая
- ❖ Производственно-технологическая
- ❖ Кадровая



Сопутствующие материалы

- ❖ Резюме проекта (1-2 страницы)
- ❖ Презентация для инвестора
- ❖ Описание продукта, линейки продуктов (1-4 страницы)
- ❖ Презентация для партнеров, дистрибьютеров (15-20 минут)



Типичные ошибки продуктового предложения

- ❖ Нет анализа аналогов продукта и конкурентов (особенно зарубежных)
- ❖ Не проработана бизнес-модель
- ❖ Нет портрета авторов, команды проекта
- ❖ Дано описание используемой технологии, а не ценности создаваемого продукта
- ❖ Перегруженность техническими деталями
- ❖ Отсутствует понимание объекта интеллектуальной собственности и его защиты
- ❖ Поверхностное описание действий по реализации, продвижению, продажам и выходу из проекта



Рекомендации по подготовке презентации

Титульный лист должен содержать:

название проекта, направление, ФИО заявителя проекта, ВУЗ, факультет, e-mail

Описание проекта:

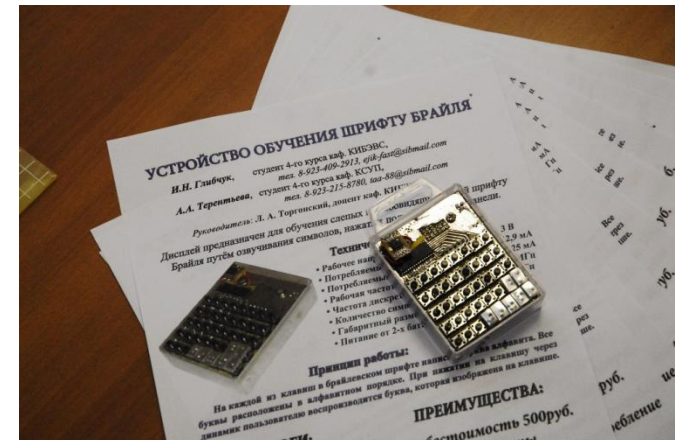
8-12 слайдов, содержащих:

1. Краткое описание проекта (предметная область, проблемы, цели, задачи)
2. Актуальность проблемы – кто занимается аналогичными разработками, сравнение с ними, кто будет использовать результат

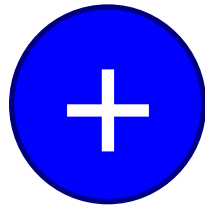
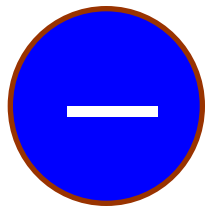


Рекомендации по подготовке презентации

3. Ваши представления о рынке, рисках конкурентах и возможностях коммерциализации
4. На каком этапе находится разработка – идея, бизнес-идея, проектирование, работающий прототип, ...
5. Расскажите о своей команде, о роли каждого, укажите контактную информацию членов команды
6. Дополнительные материалы (исследования, расчеты, схемы, алгоритмы), которые могут быть интересны и использованы при ответах на вопросы жюри



Start UP



Несколько советов Бывалого

Преодолевай страх и неуверенность в себе

Верь, что можешь изменить мир

Твори и создавай

Умей рисковать и оценивать риск

Оценивай, когда работать самому и когда
работать в команде

Доверяй своим партнерам, делись идеями

Работай быстро и качественно, никогда не
прячь инструменты

Верь, что вместе вы можете сделать всё

Нет такого понятия «Этого нельзя сделать!»



Что для этого нужно сделать?

Не гнаться за излишней сложностью – усложненность решения чревато большими рисками

Понять бизнес-логику решения – почему ваше решение может быстро привлечь потенциального пользователя

В основу решения положить принцип – «А чем бы я порадовал себя любимого?»

Показать развитие: от идеи к продукту

Помнить правило – простое решение чаще всего оказывается правильным и красивым!



Почему это реально?

1. Свежесть взгляда – вы молоды и амбициозны!
2. Обилие новых технологий и инструментов
3. Неплохая базовая подготовка – МГУ, СПбГУ, ННГУ, МФТИ,...!
4. Желание попробовать себя в увлекательном предприятии и при этом отличиться – «А что, если...?», «Почему бы не...?», «Кто, если не я?!»
5. Новые концентрированные знания – да, много, трудно, непонятно, но как увлекательно!
6. Знания обязательно дадут ростки
7. Хорошие примеры перед глазами



Пример сегодняшнего дня

Школьник Дмитрий Резников, ученик 7-го класса одной из московских школ разработал *уникальную зубную щетку для космонавтов*.

Исходное условие – в кабине космического корабля нельзя применять воду для чистки зубов.

На ручке зубной щетки имеются три кнопки. При нажатии на первую — из специальных канальцев между щетинками подается зубная паста.

Нажатием второй кнопки включается микрокомпрессор, который прогоняет воздух через щетинки, чтобы паста не застывала в отверстиях.

При нажатии третьей кнопки компрессор работает в обратном направлении, засасывая использованную зубную пасту в контейнер.



Пример сегодняшнего дня



**У каждой из этих красавиц – свой
успешный бизнес!**



Или...



НАЧИНАЙ

Клуб Мышления
Стартап за выходные
PRE SEED FUND

АЛЕКСЕЙ КАРЛОВ

+7 916 540 5879

karlov2004@gmail.com

Клуб Мышления
Система автоматизации регулярных
инноваций в компании.
Придумай идею своего бизнеса

Стартап за выходные
Командообразующие мероприятия.
Собери команду для своего бизнеса
и создай прототип за 2 дня

PreSeed Fund
Инвестирует в создание прототипов.
Получи финансирование для своего
бизнеса

www.Thinking-Club.ru



Или...

БИЗНЕС-ИНКУБАТОР

Выращиваем
бизнес!



Есть идея?
Прорвись к успеху!

- Привлечение финансирования
- Продвижение проекта и поиск партнёров
- Проведение тренингов и мастер-классов
- Организация рабочих мест и бизнес-сервисов


ИНГРИЯ
технопарк
бизнес-инкубатор

 ingria-startup.ru



Бизнес с нуля

Минимальная сумма для подготовки старта — 50-250 тысяч рублей.

Расходы:

- ❖ регистрация компании с уплатой необходимых пошлин
- ❖ аренда рабочих помещений на период
- ❖ закупка минимального количества мебели, офисной техники, компьютерного и сетевого оборудования
- ❖ набор персонала
- ❖ услуги по наладке и настройке оборудования
- ❖ коммуникационные услуги



Покупка готового бизнеса

Области деятельности: предприятия быстрого питания, бытового обслуживания, автомойки, распространение продукции СМИ, допечатная подготовка изданий и т.д.

Расходы:

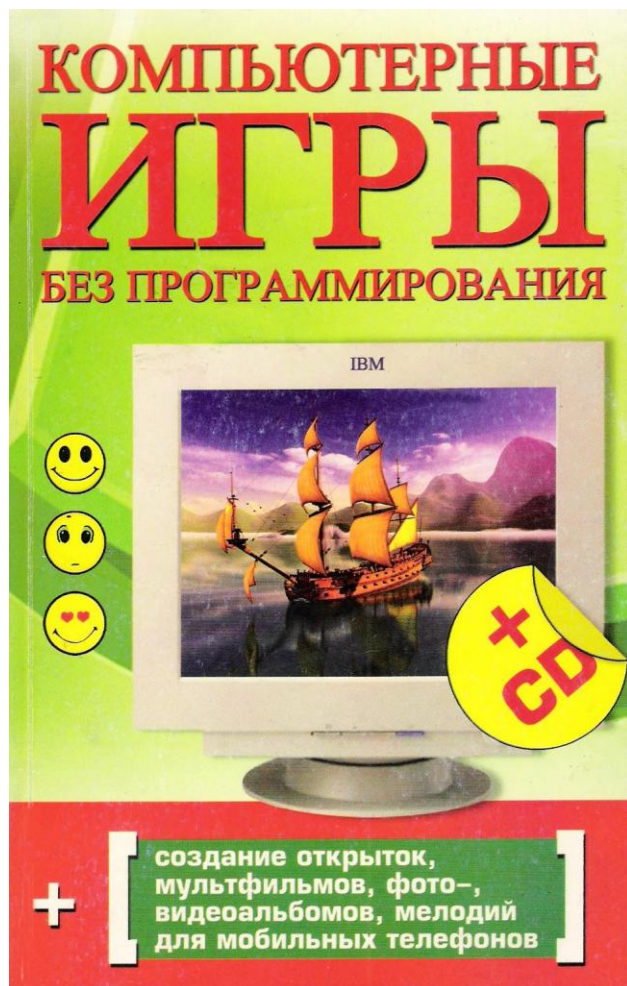
- ❖ покупка стартового пакета, включающего оформленные права на деятельность предприятия (франчайзинг), бизнес-план, арендованные оборудованные помещения
- ❖ набор персонала
- ❖ рабочие ресурсы, маркетинг, реклама

Цена «бизнеса под ключ» может существенно колебаться в зависимости от вида деятельности



Примеры эффективных стартапов

Филипп Концаренко и К⁰ (3-й курс, СПбГУЭФ)



Компания



Книги и электронные учебники успешно продаются в магазинах Санкт-Петербурга



Примеры эффективных стартапов

Алексей Близнюк, Антон Бондарев

4-й курс, М-м ф-т, СПбГУ



**Доступное
видео наблюдение**

Проект получил поддержку
программы «Бизнес-старт»

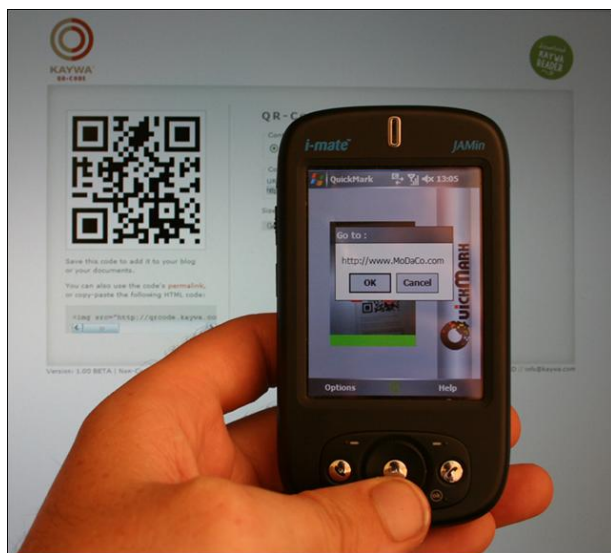
на 6 млн. руб.

Февраль 2008



Примеры эффективных стартапов

М.Ю., Хургин, М.Ю Харламов, В.В. Мальков
4-й курс, М-м ф-т, СПбГУ



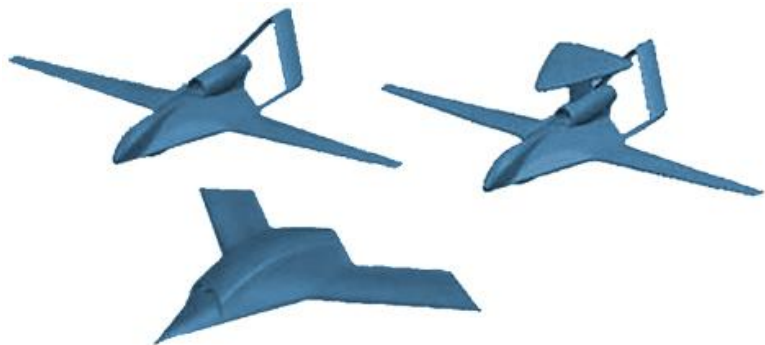
**Разработка системы
электронного торгового
консультанта на базе
двумерных штрихкодов
(QR Code)**

Проект получил поддержку
программы «Бизнес-старт»
на 6 млн. руб.
Февраль 2009 г.



Примеры эффективных стартапов

К.С.Амелин, Н.О.Граничина, А.В.Корявко
М-м ф-т, СПбГУ



**Мультиагентная
система для
управления группой
БПЛА**

Проект получил поддержку
программы «СТАРТ»
на 6 млн. руб.
Май 2010 г.



Примеры эффективных стартапов

Menutka

«Это не про еду, а просто про лайки!»

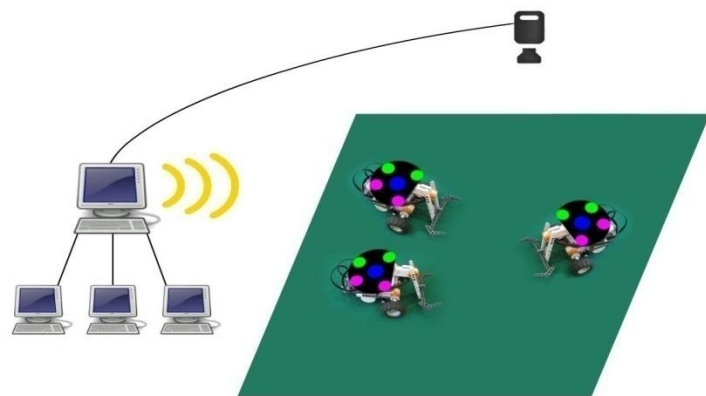
Арстан Торегожин, Андрей Ястребов
Мат-мех факультет СПбГУ



Проект получил
поддержку
конкурса
Your Start
в мае 2011 г.



Примеры эффективных стартапов



Илья Широколов
Математико-механический
факультет, СПбГУ

Учебно-исследовательский
роботизированный комплекс
мультиагентных систем управления

Проект получил поддержку
программы УМНИК,
400 тыс. руб., ноябрь 2011 г.



Примеры эффективных стартапов

Маргарита Виноградова
Факультет социологии
магистратура 2 курс СПбГУ



Сервисы для
анализа
организационной
культуры

Проект получил поддержку
программы УМНИК,
400 тыс. руб., ноябрь 2011 г.

ФОНД СОДЕЙСТВИЯ РАЗВИТИЮ

малых форм предприятий в научно-технической сфере



Примеры эффективных стартапов



Антон Овсеенко
Государственный университет
аэрокосмического приборостроения
Кафедра безопасности
информационных систем

Повышение безопасности
конфиденциальных
данных,
хранящихся на мобильном
устройстве

Проект получил поддержку
программы УМНИК,
400 тыс. руб., ноябрь 2011 г.



И ещё один совет напоследок:

Не давайте воли эмоциям и чувствам при презентации своего проекта!

Красоты стиля» редко совмещаются с наглядностью и ясностью доведения информации до эксперта и возможного инвестора.

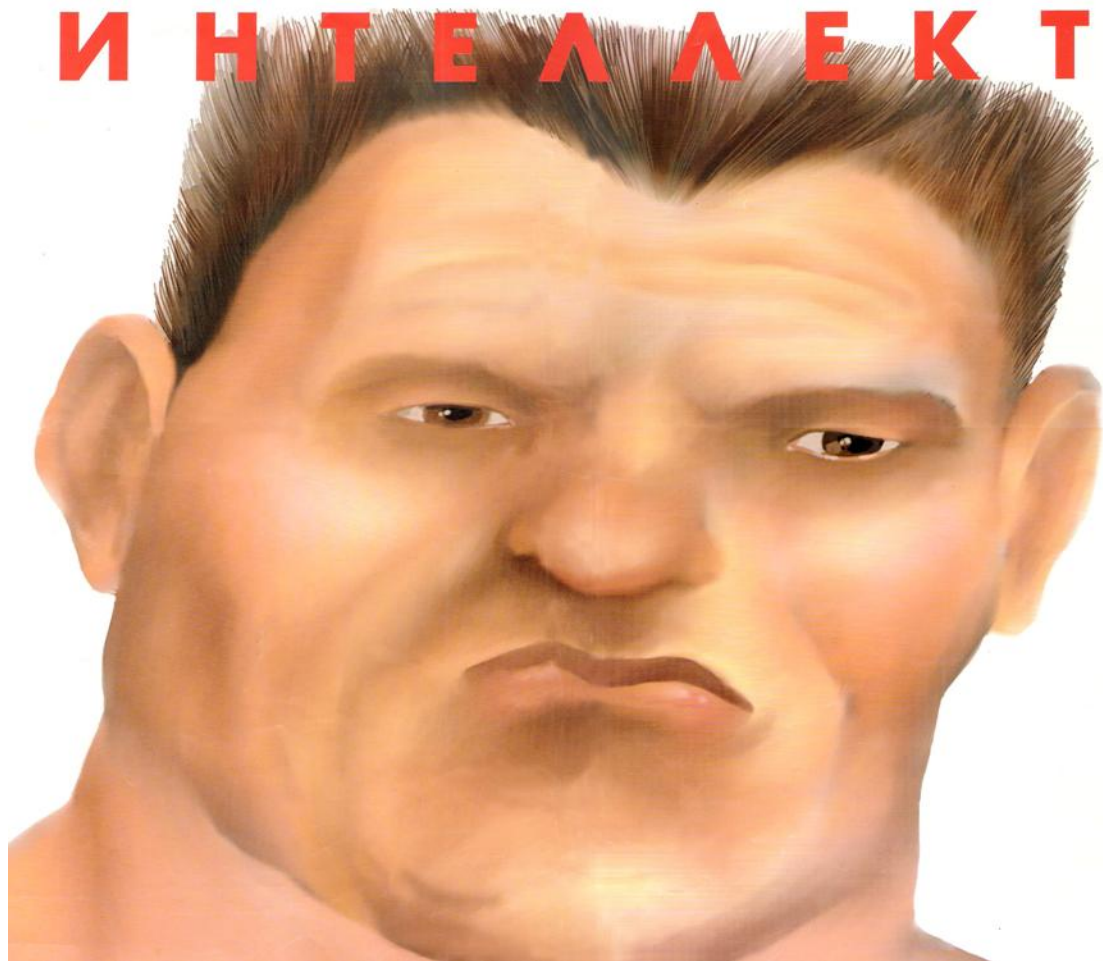
В этом случае ваш проект рискует так и остаться голой скалой в океане!



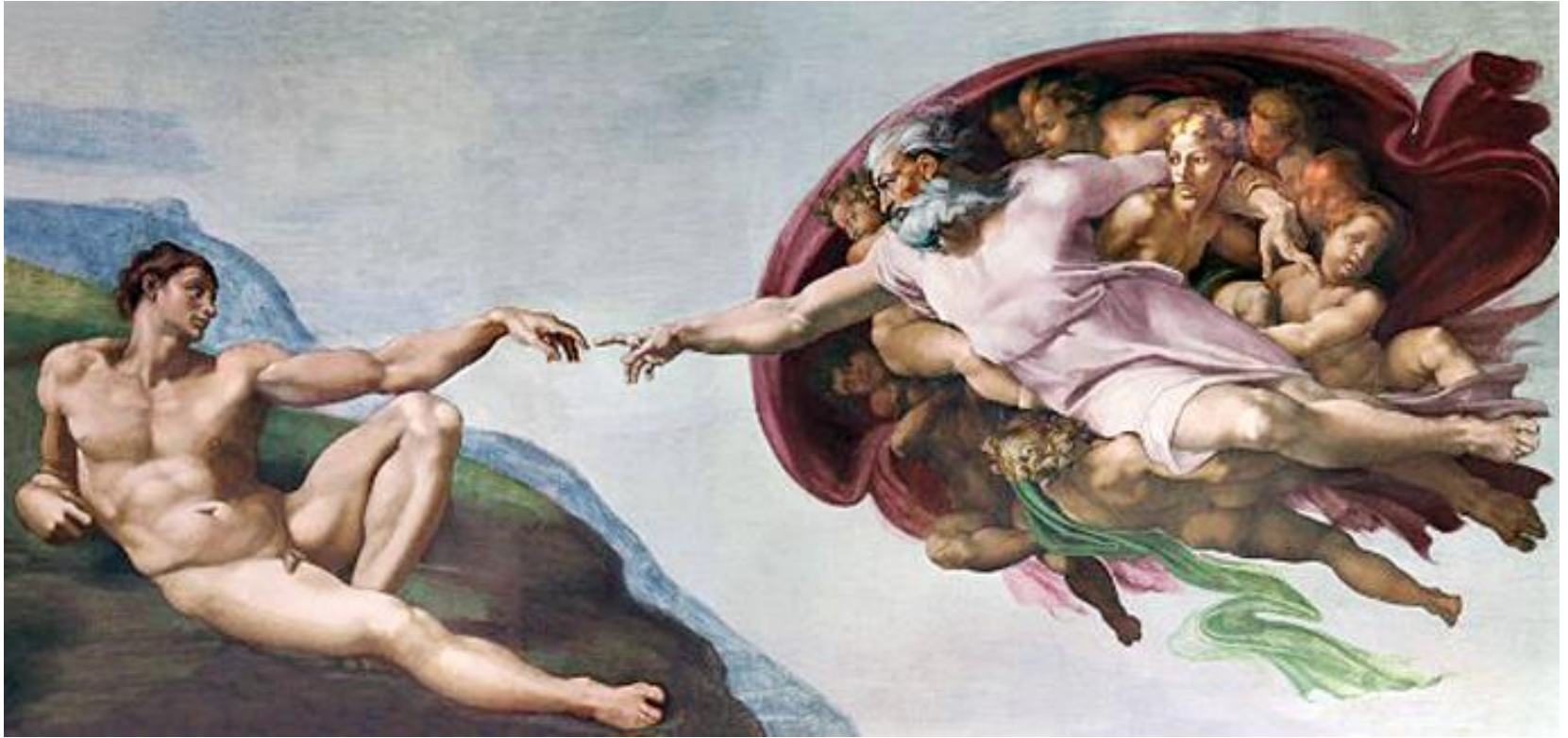
Залог успеха

НАШЕ ОРУЖИЕ —

ИНТЕЛЛЕКТ !



Возвышенное



Компоненты коммерциализации



Творчество



«Думаю, главное качество творческих людей –
их вечная неудовлетворенность тем, что есть...»

Кен Хига «The Creative Edge»



Мышление

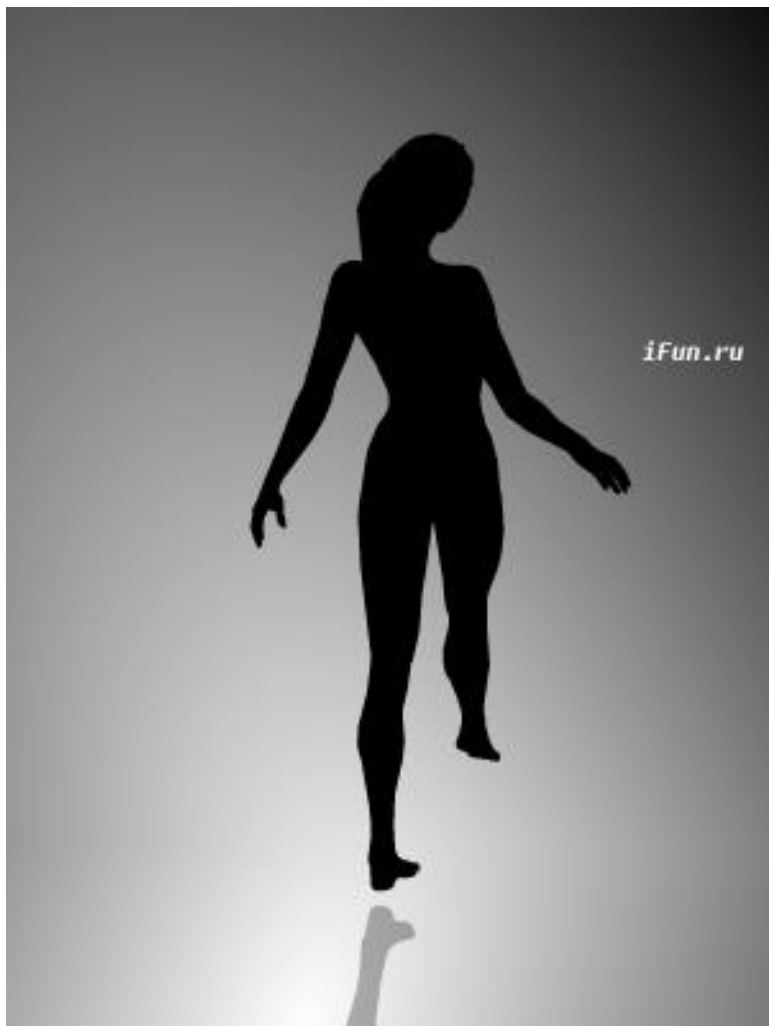


Мы учимся новому, когда воспринимаем информацию, которая вступает в конфликт с нашими моделями.

Моше Рубинштейн «Tools for Thinking» and Problem Solving»



Воображение



Возможности программ ограничены главным образом человеческим воображением. С учетом огромного творческого потенциала человека и продолжающегося стремительного развития аппаратного обеспечения компьютеров нелепо было бы полагать, что программные технологии достигли зрелости. Почаще включайте воображение!

Майкл Кузумано,
«The Business of Software»



Поиск

Философам-романтикам было неинтересно разбирать

Вселенную как механизм... Нет, они стремились созерцать, искать, понимать, толковать, чувствовать и

прозревать весь мир в его скрытом значении, как мы воспринимаем стихи, музыку или картины.



Бо Дальбом и Ларс Матиассен «Struggling with Quality. The Philosophy of Computer System»



Страсть



Идеи и страсти правят миром, так же как деньги, власть и секс!

Джон Форбс Нэш «A Beautiful Mind»



Волшебство



Эффективный симбиоз человека и компьютера состоит в том, что непрограммируемые задачи решает человек, а программируемые – компьютер. Иногда это рождает истинное волшебство!

Моше Рубинштейн «Tools for Thinking» and Problem Solving»



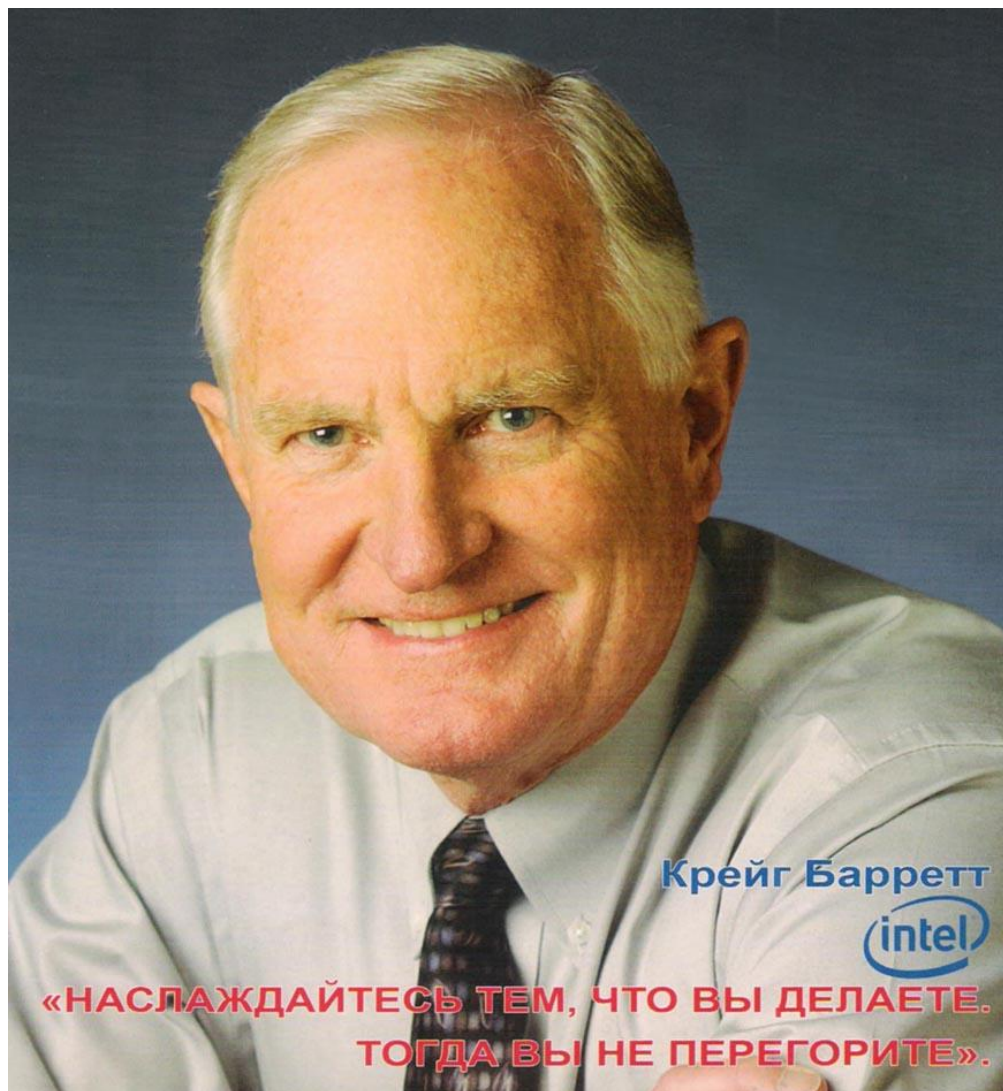
Удовольствие

Заработать денег – это, конечно, сильный мотив, но для небольших компаний серьёзным фактором часто становится зарабатывать деньги с удовольствием!

Ларри Пейдж, 2002 г.



Удовольствие



Крейг Барретт



«НАСЛАЖДАЙТЕСЬ ТЕМ, ЧТО ВЫ ДЕЛАЕТЕ.
ТОГДА ВЫ НЕ ПЕРЕГОРИТЕ».



Три сентенции напоследок:

Ничего не говори, ничего
не делай, будь никем –
и тогда ты сможешь
избежать критики,
зависти и порицаний

*Томас Дьюар, создатель
виски Dewar's*



Три сентенции напоследок:

Во-первых, вы должны чувствовать, что предлагаемый вами продукт действительно нужен людям.

Во вторых, не слушайте никого! Всегда найдутся те, кто будет твердить, что ваш бизнес обречен. Не обращайтесь на них никакого внимания! Если бы они знали то, что знаете вы, они сами занялись бы этим бизнесом и добились успеха

*Альберт Гусев, владелец
дистрибьютерской компании
«Сладкая жизнь»*



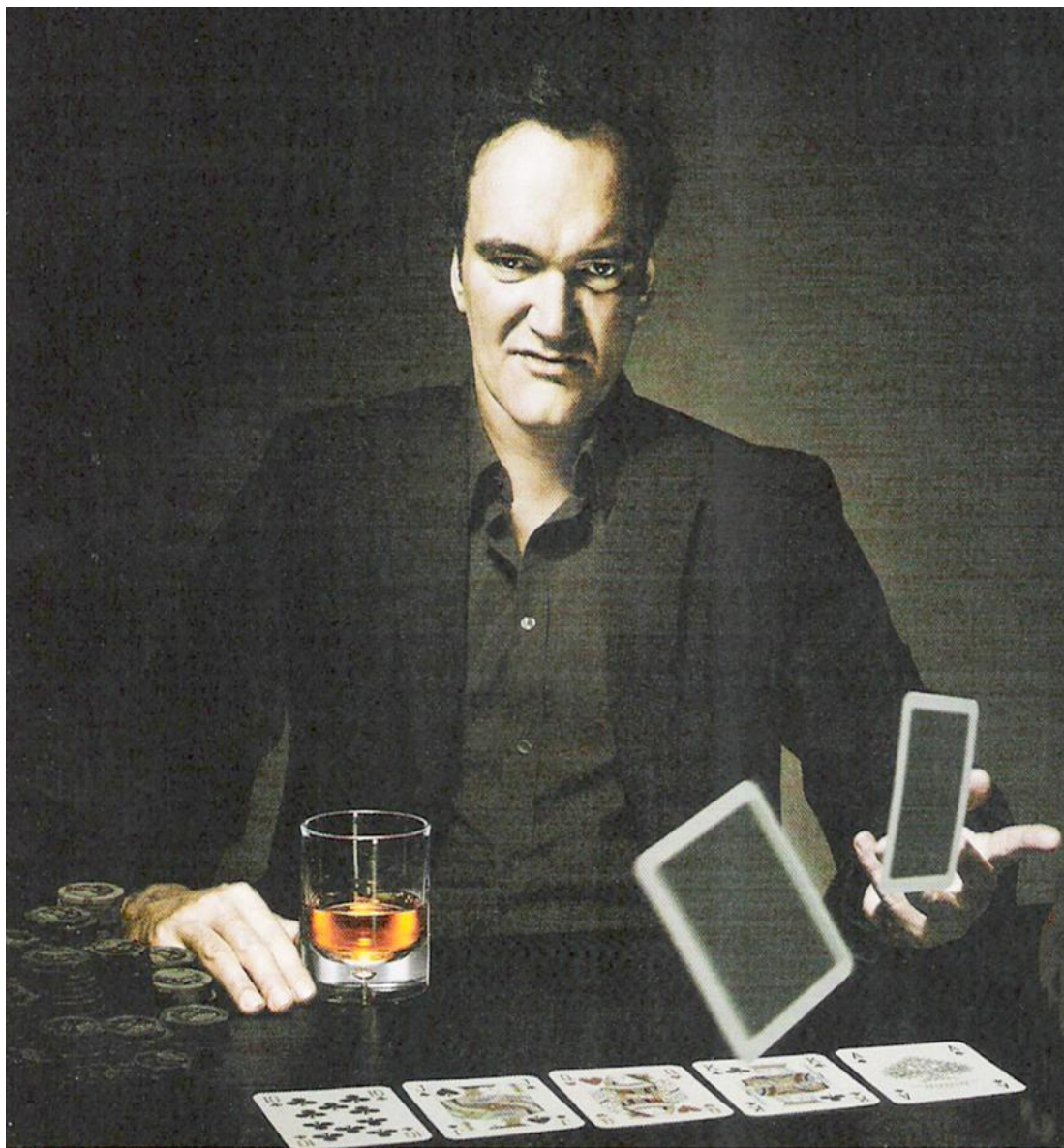
Три сентенции напоследок:



«Не идите на поводу у истории. Проявите инициативу и сделайте что-нибудь удивительное»

Robert Noyce, Intel Founder





Мало кто любит победителей, не правда ли?

Квентин Тарантино



Вопросы?
Замечания!
Суждения...

Шуточные рисунки взяты с сайта www.caricatura.ru

kiyaev@mail.ru

