

Министерство образования и науки Российской Федерации
НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

ПРОДВИЖЕНИЕ ИННОВАЦИЙ: ОТ ПРОЕКТА К КОМПАНИИ

Утверждено Редакционно-издательским советом университета
в качестве учебного пособия

НОВОСИБИРСК
2013

ББК 65.291.551-21я73
П 787

Работа выполнена при поддержке проекта НГТУ
«Развитие объектов инновационной инфраструктуры и подготовка кадров
в сфере инновационного предпринимательства»

Рецензенты:

д-р экон. наук, профессор *М.В. Хайруллина*
д-р экон. наук, профессор *Е.В. Тюнюкова*

Коллектив авторов:

канд. экон. наук, доц. *Е.С. Горевая* – главы 1.1, 1.2, 1.3, 2.2, 2.3, 3.1, 3.2, 3.3;
канд. экон. наук, ст. преп. *Е.В. Уварова* – 2.6;
канд. экон. наук, доц. *Ю.О. Владыкина* – 2.3;
канд. экон. наук, доц. *А.А. Борисова* – 2.4;
канд. техн. наук, доц. *О.Н. Протасова* – 2.1;
канд. техн. наук, доц. *Г.Л. Русин* – 2.2;
канд. экон. наук, нач. управления оценкой банковских рисков
ОАО «Банк Левобережный» *В.С. Казаржевская* – 2.7, 3.4;
канд. юрид. наук, патентный поверенный РФ ЗАО ИНКО *А.А. Войцехович* – 2.8

П 787 **Продвижение инноваций: от проекта к компании:** учеб. пособие / коллектив авторов. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2013. – 204 с.

ISBN 978-5-7782-2297-7

В учебном пособии рассматриваются основы, необходимые инноваторам и начинающим предпринимателям. Представлен анализ требований инвесторов к подготовке документации, подробно раскрыты материалы, необходимые на первой стадии для формирования инновационного проекта и разработки бизнес-плана. Рассмотрены стратегические основы управления инновационным бизнесом на этапе стартапа и раннего роста.

Учебное пособие предназначено для инноваторов, стартаперов, магистрантов и студентов, а также для всех, кто когда-либо задумывался о создании собственного инновационного бизнеса.

ББК 65.291.551-21я73

ПРОДВИЖЕНИЕ ИННОВАЦИЙ: ОТ ПРОЕКТА К КОМПАНИИ

Учебное пособие

Редактор *И.Л. Кескевич*
Выпускающий редактор *И.П. Брованова*
Корректор *И.Е. Семенова*
Дизайн обложки *А.В. Ладьянская*
Компьютерная верстка *С.И. Ткачева*

Подписано в печать 23.08.2013. Формат 60 × 84 1/16. Бумага офсетная. Тираж 150 экз.
Уч.-изд. л. 11,8. Печ. л. 12,75. Изд. № 71. Заказ № 1045. Цена договорная

Отпечатано в типографии
Новосибирского государственного технического университета
630073, г. Новосибирск, пр. К. Маркса, 20

ISBN 978-5-7782-2297-7

© Коллектив авторов, 2013
© Новосибирский государственный
технический университет, 2013

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	5
<i>Раздел 1. Инвестиционный лифт. Анализ требований инвесторов (РФФИ, РФТР, ФСРМП, РВК, СБАР, Сколково)</i>	<i>7</i>
1.1. Инвестиционный лифт в России и НСО	7
1.2. Источники финансирования инновационных идей и стартапов.....	14
1.3. Сравнительный анализ требования фондов и организации к подготовке заявки, бизнес-предложения и бизнес-плана	20
1.4. Подготовка презентации и выступления перед инвесторами.....	28
<i>Раздел 2. Методические рекомендации по разработке и управлению инновационным проектом.....</i>	<i>40</i>
2.1. Определение содержания проекта, разработка ТЗ.....	40
2.2. Планирование проекта: ИСР, матрица ответственности, сетевой график, диаграмма Ганта.....	48
2.3. Маркетинговый план: исследование конкурентов и потребителей, разработка маркетинговой стратегии и комплекса маркетинга	75
2.4. Организационный план: команда проекта, организационная структура, организация оплаты труда.....	89
2.5. Производственный план.....	100
2.6. Финансово-экономическое обоснование.....	105
2.7. Управление рисками проекта.....	123
2.8. Юридическое обеспечение.....	134
<i>Раздел 3. Разработка бизнес-модели и формирование основ стратегического управления инновационной компанией</i>	<i>146</i>
3.1. Исторические аспекты. Формирование направления бизнес-моделирования	146
3.2. Определение бизнес-модели. Структура, элементы и виды бизнес-модели	147
3.3. Алгоритм формализации бизнес-модели.....	171
3.4. Стратегические аспекты управления инновационным бизнесом. Стратегические риски и драйверы изменений	174

ПРИЛОЖЕНИЕ А. Классификация методов маркетинговых исследований по целям и задачам этапов продвижения продукции на рынок.....	183
ПРИЛОЖЕНИЕ Б. Справочная информация по сбору первичных и вторичных данных	184
ПРИЛОЖЕНИЕ В. Достоинства и недостатки трех главных методов опроса	187
ПРИЛОЖЕНИЕ Г. Суть методики «экспертный опрос».....	188
ПРИЛОЖЕНИЕ Д. Внешняя вторичная информация и источники ее получения.....	189
ПРИЛОЖЕНИЕ Е. Бизнес-модель инновационных проектов с обоснованием ключевых компетенций	191