

КЕЙС-ЗАДАНИЯ

Кейс-задания выполняются по вариантам в соответствии с первой буквой фамилии.

Вариант 1 – для студентов (фамилии с **А** до **Н**)

Вариант 2 – для студентов (фамилии с **О** до **Я**)

Вариант 1

Ситуация

Компания «Sony» объявила о внедрении на рынок результата многолетних исследований отдела НИОКР — уникального робота «АИВО», относящегося ко второму поколению автономных роботов. Их основное конкурентное преимущество — способность эмоционального общения с хозяином. Робот представлен в виде собаки со следующими характеристиками:

Вес	1,5 кг
Размеры	152x281x250 (ширина, высота, длина)
Встроенные сенсоры	Голова, спина
Время автономной работы	2 часа
Двигающиеся части	голова: 3 положения ноги: 3 положения уши: 2 положения хвост: 2 положения

Робот способен выражать эмоции страха и радости, наделен способностью «понимать» и реагировать на 50 простых слов, запоминать собственное имя, узнавать хозяина по голосу и отвечать ему на «собачьем» языке. Робот оснащен специальной фотокамерой, включающейся автоматически по команде «Сделай фото!».

Примечательно, что спустя два года после запуска компанией «Sony» проекта по созданию автономного «домашнего робота» научно-производственное отделение по разработке и производству «АИВО» выделено в самостоятельную дочернюю компанию «Entertainment Robot Company».

Заказать робота можно в отделе продаж компании «Sony» или на сайте АИВО. Новинка также представлена в крупных торговых точках с целью

ознакомления потенциальных потребителей с особенностями функционирования робота. Цена средней комплектации около 1500 долл. США.

Задание:

1. Какие внешние факторы могли стать предпосылками для разработки и вывода на рынок данного продукта?
2. Используя классификацию по масштабности решаемых задач (моно, мульти, мега проекты) определите тип инновационного проекта по разработке и созданию робота «АИВО».
3. Смоделируйте схему основных этапов реализации инновационного проекта по разработке и созданию робота «АИВО».
4. Используя несколько различных классификаций инноваций, определите тип данной инновации и объясните свой выбор.
5. В случае реализации подобного проекта в России кто мог бы выступить его потенциальным инвестором: РФФИ, венчурные фонды, пенсионные фонды, финансово-промышленные группы? Обоснуйте свой ответ.

Вариант 2

Ситуация

Компания «Феликс» первоначально была зарегистрирована как бухгалтерская и аудиторская фирма. В середине 1990-х руководство компании заинтересовалось рынком офисной мебели. Структура российского рынка офисной мебели на тот момент выглядела так: 10% — дорогая мебель западных производителей (Германия, Италия), 90% — относительно дешевая отечественная мебель низкого качества. Производить качественную отечественную мебель и продавать по цене ниже, чем у конкурентов не представлялось возможным, т.к. практически все оборудование на фабриках было морально устаревшим. Приобретение же нового оборудования автоматически повышало себестоимость продукции.

Руководство компании решает импортировать западную продукцию в Россию. К концу 90-х гг. у компании «Феликс» функционировали шесть салонов по продаже офисной мебели из Финляндии, Германии, Польши. Однако после кризиса 1998 г. спрос на дорогие западные гарнитуры значительно сократился. Руководство компании приняло решение вложить средства в собственное производство. **Инвестиции были направлены на:**

- 1) реконструкцию фабрики в г. Подольск;

- 2) закупку современного западного оборудования;
- 3) разработку инновационной товарной политики (бренд, дизайн, качество).

Компания стала ориентироваться на два целевых сегмента: руководители и рядовые сотрудники. Для первых была разработана модель «Стратегия», для вторых — модельный ряд «Классика», «Стиль». Спрос превзошел ожидания. Уже к 2000 г. фабрика в г. Подольске работала в круглосуточном режиме, в 2001 г. была открыта еще одна фабрика, оснащенная по западным стандартам: компьютеризация, немецкие станки, система отопления и воздухоочистки.

Разработана совершенно новая концептуальная офисная мебель OPEN SPACE под названием «Аксиома». Стиль OPEN SPACE — современное европейское направление, отражающее тенденцию минимализма. Большие залы разделяют тонкими перегородками, каждое рабочее место оснащается облегченными высокоэргономичными конструкциями-комплексами. Из-за технологических сложностей (решить которые и позволила закупка дорогостоящего оборудования) у других российских производителей такого рода офисной мебели нет. Причем, себестоимость продукции «Аксиома» позволяет реализовывать новинку по более низкой цене, чем производимые конкурентами аналоги.

Задание:

1. Какого вида инновационных стратегий придерживается компания «Феликс»?
2. Используя классификацию инновационного поведения Л.Г. Раменского определите к какому типу относится компания «Феликс» на каждом из этапов ее развития. Ответ обоснуйте.
3. Смоделируйте другие возможные варианты инновационного поведения предприятия после кризиса 1998 г.
4. Используя объектную классификацию инноваций (продуктовые, управленческие, маркетинговые, технологические) выявите, какие инновации имели место на различных этапах развития компании «Феликс».
5. Каким образом можно оценить эффективность инновационной деятельности компании «Феликс»?