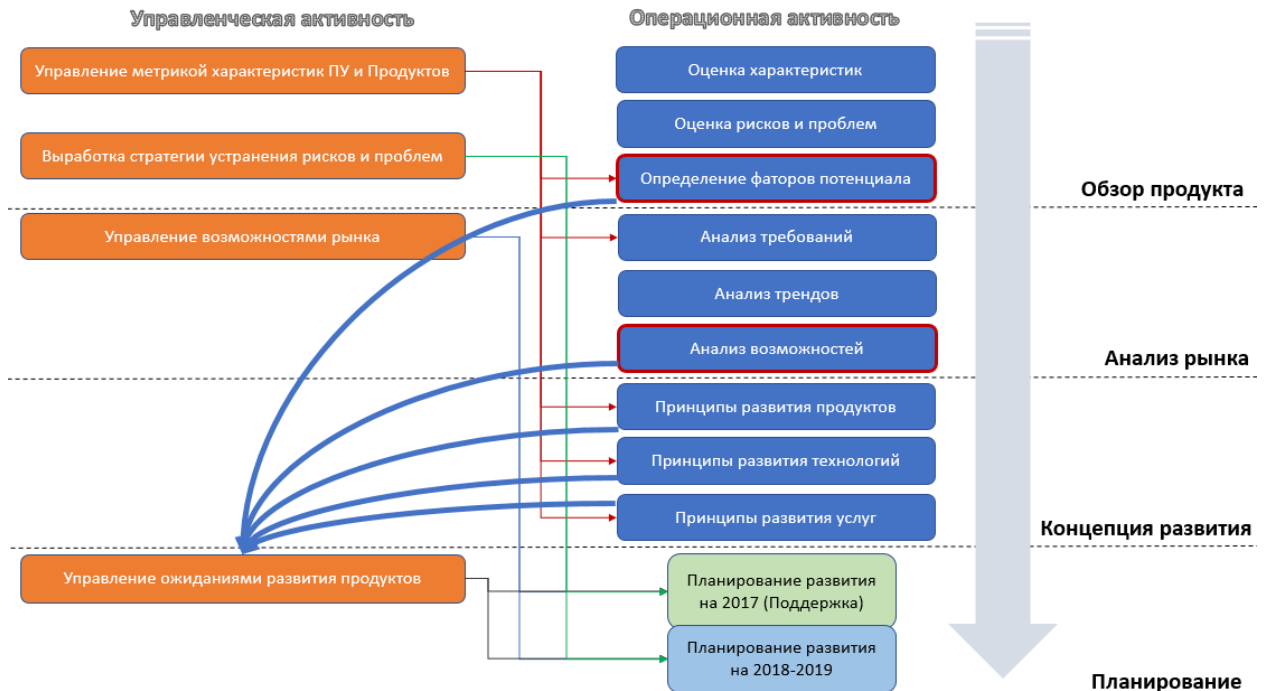


Кассу А-Р.М.

Пример проведения стратегического анализа развития продуктовых линий:

1. Компоненты анализа:



2. Методика и инструменты исследования:

БЕНЧМАРКИНГ ТЕХНОЛОГИЙ

ЭКСПЕРТНЫЕ МЕТРИКИ (LAGGING & BEFORE, STAR,...)

АНАЛИЗ S-КРИВОЙ И АНАЛИЗ ТРЕНДОВ

КЛАСТЕРНЫЙ АНАЛИЗ ПРОБЛЕМ

ТОП-ОГРАНИЧЕНИЯ

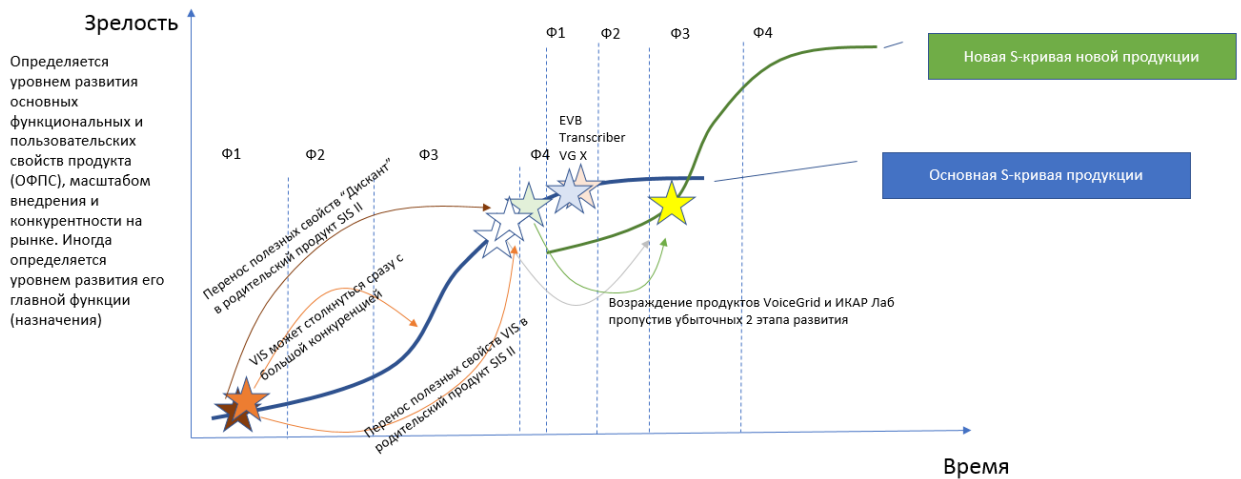
И ДР.

ФРАГМЕНТЫ АНАЛИЗА

S-curve анализ состояния ведущих продуктов: (для ИКАР Лаб, SIS II, SCII, VoiceGrid)

Данный анализ проводится с целью понимания на какой фазе развития находится техническая система продукта на рынке, для прогнозирования перехода на следующую фазу и для процесса формирования требований.

Рис. 1. Состояние развития ведущих продуктов ЭС, СШ, ПАБ



Фаза 1 (выход на сцену): Продукт разработан для конкретного заказчика. Потенциальная технология сформирована но имеет большие недостатки. Практическое отсутствие продукции конкурентов на рынке. Низкое (или почти нлевое) кол-во внедрений

Переход Ф1-2: Продукту нуждается в защите и поиску новых заказчиков. Например регистрация интеллектуальной собственности решений.

Фаза 2 (разворачивание потенциала): Функционал продукта и бизнес-кейсы его применения расширяются. Продукт начинает распространяться и чаще внедряться. Увеличение прибыли позволяет реагировать на решение вторичных проблем развития продукта. Продукция конкурентов начинает выходить на рынок

Переход Ф2-3: развитие продукта сталкивается с большими издержками и нуждается доработках основного его функционала

Фаза 3 (бурное развитие): Продукт развивается и разворачивается большими темпами. На рынке имеются сильная продукция конкурентов. Прибыльность производства зависит больше от внешних факторов.

Переход Ф3-4: Продукт стремительно приближается к фазе насыщения – требуется поиск альтернативных продуктов/решений.

Фаза 4 (насыщение): Продукт достигает планку функциональных возможностей - практически не развивается, имеются платформные и сервисные трудности его поддержки. Неудовлетворительный уровень продаж. Иногда сопровождается возникновением альтернативной продукции с другими принципами действия системы

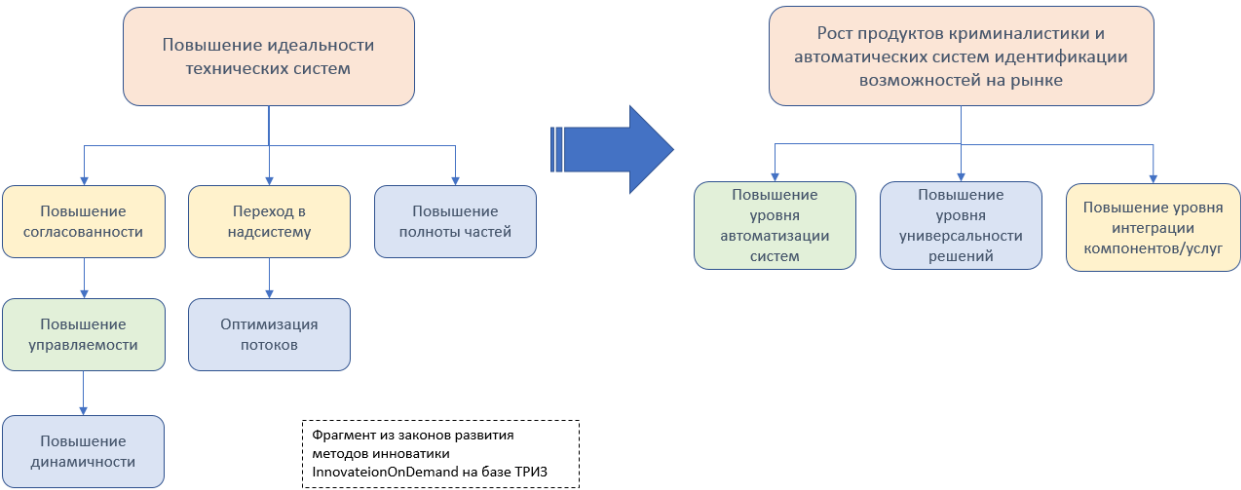
Таким образом, выявлена необходимость обеспечения условий, способствующих а) ускорению перехода новых разработок к Ф3, б) выработку альтернативных решений для преобразования продукции находящейся на Ф3-Ф4

Управление метрикой характеристик:

Рис. 2. Метрика продуктовых направлений «сегодня-завтра»



Рис. 6. Выделение топ-3 трендов развития систем криминалистических лабораторий и автоматизированных систем идентификации



Таким образом, главными трендами развития на рынке продуктов криминалистических лабораторий и автоматизированных систем идентификации являются:

- Т1: Тренд повышения уровня автоматизации систем – увеличение доли интеллекта в процедурах и задачах конечного пользователя
(используемый методов инноватики: повышение управляемости)
- Т2: Тренд повышения уровня универсальности решения – обеспечение комфортной среды для развития сервисов и продукции партнеров
(используемые методы инноватики: повышение динамичности, оптимизация информационных потоков, повышение полноты системы)
- Т3: Тренд повышения уровня интеграции компонентов/сервисов – обеспечение целостности данных и масштабируемости систем
(используемые методы инноватики: повышение уровня согласованности, переход в надсистему, декомпозиция компонентов)