

СОВРЕМЕННЫЕ ИННОВАЦИОННЫЕ ТРЕНДЫ

Лысенко Арина Дмитриевна, студент 1го курса магистратуры института экономики и управления Самарского национального исследовательского университета имени академика С.П. Королёва;

Научный руководитель: Григорьянц Игорь Александрович, доцент института экономики и управления Самарского национального исследовательского университета имени академика С.П. Королёва.

В работе рассматриваются основные инновационные тренды 2022 года. Приводятся примеры реализации представленных инновационных трендов на примере конкретных предприятий.

Ключевые слова: бизнес-модель, децентрализованные инновации, инновация, инновационная культура, инновационные методы, социальные инновации, тренды.

MODERN INNOVATIVE TRENDS

Lysenko Arina Dmitrievna, 1st year master's student at the Institute of Economics and Management of Samara National Research University named after Academician S.P. Queen;

Supervisor: Igor Grigoryants, Associate Professor, Institute of Economics and Management, Samara National Research University named after Academician S.P. Queen.

The paper considers the main innovation trends of 2022. Examples of the implementation of the presented innovative trends are given on the example of specific enterprises.

Key words: business model, decentralized innovation, innovation, innovation culture, innovation methods, social innovation, trends.

В последние годы подходы компаний к созданию и развитию инноваций претерпели значительные изменения. Обмен данными и опытом с организациями за пределами организации, объединение

технологий для повышения качества проектирования и продвижение автоматизации требуют от компаний не только изменения своих процессов и систем, но и пересмотра своих навыков, компетенции и возможностей. Благодаря этим изменениям можно увидеть, как развиваются потребности и предпочтения клиентов. Поэтому далее будут рассмотрены тенденции, которые будут играть ведущую роль в управлении инновациями в будущем. [4]

Первый тренд - децентрализованные инновации. Когда больше творческой силы оказывается в руках тех, кто регулярно знакомится с реальными продуктами и услугами компании или знакомится с ними, тогда бренд становится более доступным и релевантным для клиентов. По сути, когда происходят децентрализованные инновации, разнообразие инновационных вариантов расширяется, и тогда руководители могут сосредоточиться на подборе лучших идей, способных изменить правила игры для бизнеса. Полномочия по принятию решений делегированы лицам в компании, обладающим наибольшими знаниями, особенно тем, кто может легко получить доступ к соответствующей информации. [5]

Второй тренд - больше потребности в инновационной культуре. Развитие инновационной культуры способствует творчеству. Оно изменяет устоявшиеся подходы в пользу оттачивания умов и инновационных прорывов. Поскольку организации понимают, что рынки постоянно развиваются, они будут чувствовать необходимость оставаться актуальными и конкурентоспособными. Следовательно, они будут активизировать свои усилия по развитию инновационной культуры как способу решения этой проблемы. Инновационная культура способствует инновационному мышлению, чтобы генерировать и управлять лучшими идеями для разработки новых продуктов, услуг, идей и процессов, которые будут продвигать бизнес вперед конкурентов.

Направления развития и поддержки культуры инновационной деятельности на примере компании Michelin: компания обеспечивает

ежегодное обучение персонала (в среднем 56 часов в год на каждого сотрудника). Компания вкладывает значительные средства в исследования и разработки, проводит обучение каждого сотрудника и внедрила систему под названием Progress Ideas, которая позволяет идеям по улучшению передаваться от сотрудников к руководителям для рассмотрения и реализации. Все это служит укреплению культуры инноваций. [1]

Третий тренд - более сильные социальные инновации. И правительство, и частные лица могут заниматься социальными инновациями. Однако часто именно некоммерческие организации находятся во главе этого типа инноваций. Поддержка экологических и социальных причин может способствовать более широкому признанию. В результате более способные учреждения будут применять изобретательный подход к решению современных социальных проблем с помощью социальных инноваций.

К примерам социальных инноваций можно отнести компанию Unilever, которая поставяет продукты питания и товары для образа жизни по всему миру с упором на экологические и социальные инновации. Другим примером служит проект Enable Talk - технология, которая превращает язык жестов в речь. [2]

Четвертый тренд - использование гибких инновационных методов. В настоящее время компании должны быстро адаптироваться к изменяющимся требованиям рынка по мере роста цифровизации и глобализации. Вот почему организации будут применять гибкие инновационные методологии: Однако для создания гибких форм труда и управленческих структур в фирмах также должны быть сформированы культурные предпосылки, поэтому многие предприятия с трудом внедряют гибкие методы. [3]

Пятый тренд - новые бизнес-модели. Эти модификации могут изменить целевой сегмент компании, предложение продуктов или услуг и модель доходов. В качестве альтернативы новые бизнес-модели также

могут быть направлены на повышение прибыльности, стратегическое преимущество и создание ценности. В настоящее время каждая компания, отвечающая за инновации, должна учитывать, подходит ли текущая модель для будущего. [6]

Таким образом, рассмотренные инновационные тенденции предлагают многообещающий потенциал для предприятий сейчас и в обозримом будущем. В настоящее время организации вынуждены быстро и гибко реагировать на инновационные прорывы, чтобы оставаться конкурентоспособными.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Гаврилюк А.В. Развитие культуры инновационной деятельности в организации // Государственное управление. Электронный вестник. – 2019. - № 73. - С. 286-304.
2. Голд Н., Гугелев А.В., Чистякова С.В. Влияние социальной миссии в стратегии успеха (на примере компании «Unilever») // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2017. - № 1 (65). - С. 9-15.
3. Кунцман А.А. Специфика адаптации современных компаний к условиям цифровой экономики // Инновации. – 2017. - № 9 (227). - С. 14-21.
4. Патрушев В.С., Попов В.Л. Модель управления изменениями при цифровизации компании // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки. – 2020. - № 2. - С. 208-220.
5. Скляр М.А., Кудрявцева К.В. Цифровизация: основные направления, преимущества и риски // Экономическое возрождение России. – 2019. - № 3 (61). - С. 103-114.
6. Guarda T., Balseca J., Garcia K., Gonzalez1 J., Yagual F., Castillo-Beltran H. Digital Transformation Trends and Innovation // [Электронный ресурс]. – URL: <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1757-899X/1099/1/012062/meta> (дата обращения 15.05.22).