

Гостева Ольга Валерьевна

канд. экон. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Сибирский государственный

университет науки и технологий

им. академика М.Ф. Решетнева»

г. Красноярск, Красноярский край

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ МЕНЕДЖМЕНТА ИННОВАЦИЙ

Аннотация: в современных условиях использование искусственного интеллекта уже перестает быть чисто ИТ-проблемой, переходит и на уровень традиционного бизнеса. Создание платформ, экосистем связывает разные типы бизнеса и требует принципиально новых подходов к менеджменту. В статье рассмотрены основные проблемы рынка инновационных проектов, роль платформ и экосистем.

Ключевые слова: искусственный интеллект, платформы, экосистемы, инновационный продукт.

Последние исследования тенденций инновационного развития показывают растущее значение искусственного интеллекта и платформ, поддерживающих инновации. Эта тенденция наблюдается уже в течение нескольких лет и подчеркивает важнейшую роль науки и техники в инновационной деятельности, влияние цифровых технологий как на «цифровых аборигенов» (компании Google, Microsoft, Apple и др.), так и на более традиционные отрасли промышленности. За последний год значительно усилилось не только использование ИИ, но и большее внимание уделяется платформам и экосистемам.

Инновации сегодня могут прийти откуда угодно, и все чаще они приходят извне компании. Технология помогла выровнять конкурентное поле, облегчая любому человеку доступ к оборудованию, программному обеспечению и инструментам, необходимым для разработки новых идей и бизнес-моделей, а также для установления связей с другими людьми и организациями.

Компания BCG [1] провела анализ самых инновационных компаний (рис. 1) на 2019 год. Корпорации входящие в первую десятку-активно используют ИИ и платформы. Alphabet / Google, которая сместила Apple с первого места. Следующей на очереди Amazon, которая, помимо использования ИИ в своем розничном бизнесе, является пионером технологии распознавания голоса (Alexa) и платформенных сервисов (Amazon Web Services). Компания Apple, занимающая третье место, помогла компании Pioneer Voice Recognition Software (Siri) и предоставила разработчикам приложений первоклассное виртуальное рабочее место с платформой iOS. Четвертое место Microsoft также эволюционировала из программной компании в поставщика ИИ и платформенных услуг.

ЮпитерИнство инновационных компаний 2019. Глава 1: инновации в 2019

1	Alphabet/Google	11	Boeing	21	McDonald's	31	AXA	41	Dell
2	Amazon	12	BASF	22	Marriott	32	Unilever	42	Walmart
3	Apple	13	T-Mobile ²	23	Alibaba	33	Salesforce	43	eBay
4	Microsoft	14	Johnson & Johnson	24	Bayer	34	Pfizer	44	HP Inc.
5	Samsung ¹	15	DowDuPont	25	AT&T	35	Stryker	45	ING
6	Netflix	16	Siemens	26	Allianz	36	NTT Docomo	46	BP
7	IBM	17	Cisco Systems	27	BMW	37	Toyota	47	Daimler ⁴
8	Facebook	18	LG Electronics	28	SAP	38	Volkswagen ³	48	Huawei
9	Tesla	19	Vale	29	Philips	39	3M	49	Rio Tinto
10	Adidas	20	JPMorgan Chase	30	Royal Dutch Shell	40	General Motors	50	Hilton

Рис. 1. Перечень самых инновационных компаний 2019 г. (BCG)

Все десять крупнейших компаний и многие из 50-и используют ИИ, платформы и экосистемы, чтобы позволить себе и другим развивать новые продукты, услуги и способы работы. Например, McDonald's (номер 21) использует алгоритм AI для обслуживания цифровых меню, которые постоянно меняются в ответ на такие факторы, как время суток, день недели, ресторанный трафик и погода. Philips (№29) запустила в 2018 году платформу ИИ, которая помогает «ученым, разработчикам программного обеспечения, клиницистам и поставщикам медицинских услуг получить доступ к передовым аналитическим возможностям для анализа данных здравоохранения и предлагает им инструменты и технологии для

создания, обслуживания, развертывания и масштабирования решений на основе ИИ. Компания BASF (№12) сотрудничает с разработчиком программного обеспечения ИИ Citrine для создания моделей, которые определяют новые материалы для улавливания углекислого газа и других парниковых газов.

Большинство компаний, стараются изучать использование ИИ. Более 30% компаний из приведенного списка ожидают, что ИИ окажет наибольшее влияние на промышленность и их непосредственную деятельность в течение следующих трех-пяти лет. Четыре из десяти сильных инновационных компаний сообщают о получении более 15% их продаж от продуктов с поддержкой ИИ. Среди слабых инновационных компаний – менее чем одним из десяти.

В современной деловой жизни компании должны искать новые идеи за пределами своих собственных стен. Мы наблюдаем значительный рост использования таких моделей партнерства, как корпоративный венчурный капитал, инкубаторы и акселераторы. Инновационный опрос показал, что использование инкубатора среди предприятий – новаторов увеличилось с 59% в 2015 году до 75% в 2018 году, что использование академических отношений подскочило с 60% до 81% за тот же период, и что формирование партнерских отношений с компаниями увеличилось с 65% до 83% (рисунок 2).



Рис. 2. Рост использования моделей партнерства

Растущее использование таких платформ, как Synapse, на которых размещалась проблема рака, делает инновации более совместными. Пользователи

получают доступ к платформам, потому что платформы объединяют совокупное предложение или спрос с высоким уровнем обслуживания. Они также могут способствовать сотрудничеству и разработке новых идей. Многие из компаний в списке самых инновационных, используют платформы для получения доступа к различным возможностям и источникам данных, которые они затем используют для создания новых бизнес-моделей или разработки новых продуктов и услуг.

Цифровая платформа представляет собой интегрированную информационную систему, обеспечивающую многосторонние взаимодействия пользователей по обмену информацией и ценностями, приводящие к снижению общих транзакционных издержек, оптимизации бизнес-процессов, повышению эффективности цепочки поставок товаров и услуг [3].

Многие экосистемы созданы для привлечения специалистов из других отраслей. Исследования BCG показывают, что 83% цифровых экосистем связаны с партнерами из четырех или более отраслей, а 53% – с партнерами из шести или более отраслей. Например, производитель бытовой электроники мог бы сотрудничать с производителями датчиков и камер, поставщиком программного обеспечения ИИ и исследовательскими установками для вывода на рынок современного робота. В прошлом, чтобы выйти на новый рынок (например, Китай), автопроизводители либо создали совместное предприятие или альянс или установили договорные отношения с сотнями поставщиков для обеспечения запчастей. Эти традиционные партнерские отношения все еще существуют, но сегодня типичная европейская автомобильная компания использует экосистему из более чем 30 партнеров в пяти различных отраслях промышленности и нескольких странах, чтобы сделать их автомобили автономными. Автомобильная компания выступает в качестве организатора, организующего и управляющего экосистемой, определяющего стратегию и определяющего потенциальных участников.

Экосистемы могут предложить множеству игроков мощный способ создания новых потоков доходов от продуктов и услуг, которые они не могли бы самостоятельно разрабатывать и выводить на рынок. Например, экосистема Alibaba предоставляет ряд услуг для пользователей платформы Alibaba:

путешествия, развлечения, игры, финансы, транспорт и электронная коммерция. Этот эклектичный микс генерирует широкий спектр данных, которые Alibaba собирает и анализирует централизованно.

Таким образом, можно говорить о принципиально иных подходах к управлению инновациями в современном мире, необходимо переходить в авангард информационных тенденций и создавать более эффективные экосистемы.

Список литературы

1. Как платформы сотрудничества и экосистемы меняют инновации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gks.ru/bgd/regl/b18_112/Main.htm
<https://www.bcg.com/publications/2019/most-innovative-companies-collaborative-platforms-ecosystems-changing-innovation.aspx>
2. Value-Based Engineering (VBE) in Tech [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.bcg.com/ru-ru/industries/technology-industries/value-based-engineering-tech.aspx>
3. Гостева О.В. Трансфер инноваций на предприятиях ракетно-космической отрасли (РКО) / О.В. Гостева, Ю.А. Аникина // Экономика: теория и практика. – 2017. – №4(48).