

СИНТЕЗ ИННОВАЦИЙ:

СОЗДАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ СТРАТЕГИЙ С ПОМОЩЬЮ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА И СЕТЕВОЙ ВИЗУАЛИЗАЦИИ

НИЛ РУБЕНС

профессор, Институт транспорта и связи
co-founder, IEN, mediax at Stanford University
founder, sectormap.net

52 % компаний S&P 500 исчезло за последние 15 лет. Раньше это занимало 90 лет, теперь — всего лишь 15.

ПОЧЕМУ ТАК ПРОИСХОДИТ?

Все знают, что существующие бизнес-модели постоянно меняются. И многие знают, что для того, чтобы с этой проблемой бороться, нужно заниматься инновациями. Это чуть ли не единственный способ выжить в этой борьбе. Но, к сожалению, всего 6 % предпринимателей рады своей инновационной деятельностью.

Был опрос: у 100 компаний спросили, занимаются ли они инновациями. Почти все ответили, что да. Однако, когда попросили привести примеры и описать конкретные процессы, только 10 % смогли что-либо объяснить. Это доказывает то, что про инновации говорят много, а на практике делают мало.

КАК В НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ ВЫГЛЯДЯТ СТРАТЕГИИ ИННОВАЦИЙ?

Много отчетов, таблиц, гистограмм, но информация подана в узком виде. Поэтому, делать какие-то выводы об инновационной деятельности довольно сложно.

Стратегии инноваций должны состоять не из одного поля, а иметь множество разнообразных полей и связей. Только тогда мы сможем выиграть.

МЕЖОТРАСЛЕВЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ

Стартапы постоянно пересекают границы между индустриями. То же самое делают и большие компании. Раньше компания могла жить в своей индустрии, но сейчас это не так. Огромные деньги (триллион \$ в год) тратятся на выкуп компании из другого сектора. Раньше было по-другому: компании выкупались только из своего сектора для вертикальной интеграции.

МЕЖОТРАСЛЕВЫЕ ЭФФЕКТЫ

- Границы индустрии радикально трансформируются и пропадают
- Треть менеджеров знают, что с этим надо что-то делать, и будут рады попробовать новые решения
- 54 % менеджеров знают, что их самые серьезные конкуренты придут совершенно из другой индустрии
- Менеджеры с более позитивным взглядом знают: для того, чтобы расти, нужно идти в другие индустрии

ИЗМЕНЕНИЯ В ИНДУСТРИЯХ

Индустрии раньше были вертикальными с немногочисленными соединениями. Сейчас же между индустриями стало очень много взаимодействий, в т. ч. и в конкуренции.

ТРАДИЦИОННЫЙ АНАЛИЗ

Для стандартных индустрий прошлого можно было делать анализ с помощью гистограмм и графических методов. Когда у нас многомерная конкуренция, эти методы уже не работают. Поэтому мы считаем, что сети надо моделировать сетями. Нам нужно отходить от старых методов (двухмерных) к методам, отображающим реальность (многомерным).

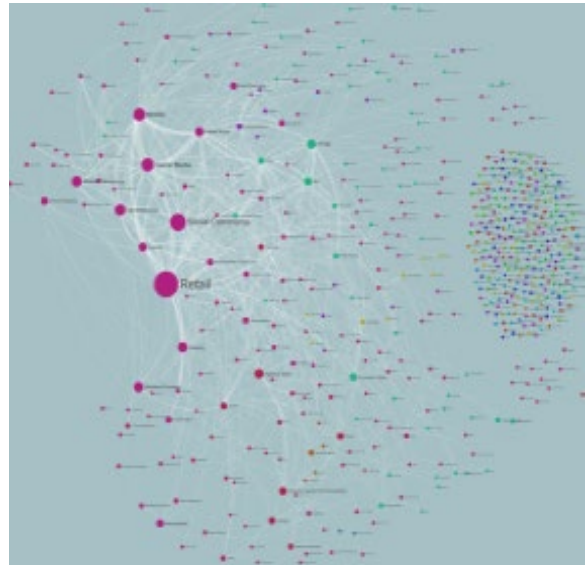
Вот так, к примеру, выглядит *автоиндустрия*:



Другие индустрии:



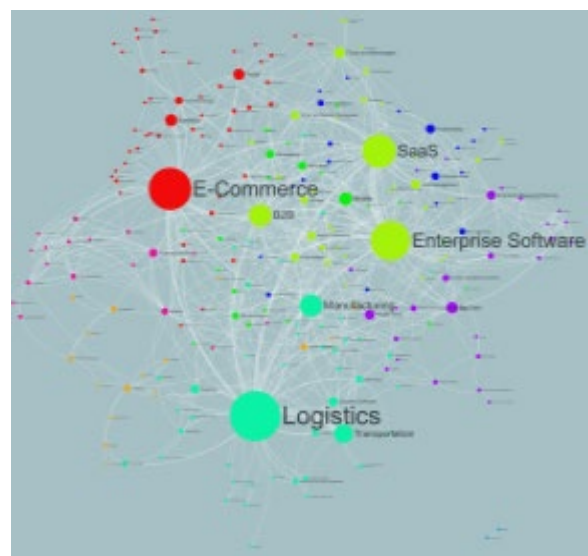
Автостроительство



Мода



Платежи



Управление цепями поставок

ПРИМЕНЕНИЕ

- ✓ Если вы изобретатель и хотите придумать что-то новое, то ваше изобретение выйдет как сочетание точек, которые раньше не были соединены. Нужно найти как можно больше возможностей соединить эти новые точки

- ✓ Другой вариант — если вы уже имеете компанию или стартап, но большого успеха это не приносит. Тогда нужно посмотреть на сотни других рынков: возможно, ваша технологи им гораздо нужнее
- ✓ Следующий способ — если у вас есть большая корпорация. У вас уже есть много точек, поэтому нужно смотреть, какие есть соединения, и стараться добавить еще (например, познакомить людей из разных корпораций, чтобы они обменялись своими идеями и т. д.)

ПРЕИМУЩЕСТВА ВИЗУАЛИЗАЦИИ

1. Доступность для всех
2. Простота принятия стратегического решения
3. Не шаблонный анализ
4. Совместная работа
5. Не нужно ждать отчета от технических специалистов, ты можешь сам пробовать, экспериментировать и находить новые идеи