

ВОЗМОЖНОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОГО МЫШЛЕНИЯ

Аннотация: *В статье рассматриваются возможности формирования инновационного мышления у студентов.*

Annotation: *this article discusses the features of formation of innovative thinking among students.*

В условиях современного рынка предприятию необходимо быть конкурентоспособным. Procter & Gamble провела исследование, в ходе которого выяснила, что обновление товарного ряда на 5 % в год позволяет компании лишь оставаться на месте. Важным фактором для решения проблем конкурентоспособности являются инновации, источник которых, несомненно, люди. Уже в 2000-х годах в структуре совокупного капитала Запада и Японии человеческий капитал занимал 60-70 %, а физический – 30-40%. [1]

Ответом на столь острую потребность в свежих идеях стало появление бизнес-инкубаторов, бизнес-ангелов и венчурных компаний, готовых вкладываться в развитие новых технологий. Одним из способов поиска инновационных решений является подход Open Innovation, который основан на проведении открытых конкурсов.

Познакомиться с данной сферой студенты УГЛТУ имели возможность 2 апреля 2012 года в рамках проведения встречи с представителями бизнес-инкубатора Open Innovation Inc.

Он предлагает «услуги по поиску идей и технических решений» с помощью привлечения широкого круга участников: специалисты, преподаватели, студенты, потенциальные потребители. «Использование коллективного разума повышает вероятность прорывного решения, значительно сокращает сроки и снижает расходы – вместо расходов на исследования – призовые». [2]

Механизм работы бизнес-инкубатора представлены на рис. 1.

Компания делает заказ – ставит конкретную задачу, либо сообщает ее тематику. Генератором идей является Клуб Мышления, в котором участники предлагают способ решения, рейтинуют их и объединяются в команды для реализации проекта. Open Innovation Inc. не только ищет покупателей новых технологий, но и привлекает венчурных инвесторов.

Это реальная возможность для студентов, людей, занимающихся наукой, участвовать в создании и продвижении собственных инновационных проектов.



Рис. 1. Механизм работы бизнес-инкубатора

Для меня, как для студента факультета экономики и управления, показалось интересным знакомство с данным подходом к принятию решений. Форма открытых конкурсов может быть перенесена или частично реализована в профессиональной деятельности менеджера. Как это было сделано «Альфа-банком». Он запустил проект «Альфа – Идея» - сайт для общения с клиентами. Девиз проекта – «Мы Вас слышим». Его суть в том, что пройдя регистрацию, пользователи могут публиковать свои предложения по улучшению обслуживания, обсуждать их с ответственными за выбранные темы специалистами и друг с другом в режиме он-лайн. В итоге, через год функционирования ресурса было принято 120 идей из почти 3 тыс. поданных, полностью реализовано 45. [3]

Однако такой метод можно применять не только для решения задач продвижения своих товаров и услуг, а так же для решения текущих производственных вопросов. Зачастую сотрудники имеют свои предложения по улучшению деятельности компании, но не имеют возможности их озвучить. В таком случае, создание специальных страниц на сайте предприятия станет удобной площадкой для обсуждения некоторых тем между руководителями и сотрудниками.

Успешный пример сотрудничества энергетической компании ФСК ЕЭС и МШУ «Сколково» в создании «Школы практической энергетики», где студенты учились превращать свои идеи в проекты, создает перспективу более тесного сотрудничества предприятий с университетами. Поводом могут стать встречи в рамках Open Innovation, где декомпозированные задачи могут выноситься на обсуждение студентов и преподавателей. Возможно, это станет реальной возможностью поиска дешевых инновационных решений для представителей бизнеса, а для

студентов – ценным опытом. Наверняка, некоторые из обсуждаемых тем на подобном мероприятии могут стать дипломными проектами, то есть готовыми технологиями.

Библиографический список

1. Мельянцев В.А. Информационная революция – феномен «новой экономики». // Мировая экономика и международные отношения. - 2001. – №2. – с. 3 -10.
2. [Электронный ресурс]. URL: <http://openinnovation.ru/main/1> (дата обращения: 17.05.2012).
3. Газета "Коммерсантъ". Приложение "Business Guide", №34 (89), 28 июня 2011 года