

УДК 65.012.12

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА ЭКСПЕРИМЕНТИРОВАНИЯ КАК ДВИЖУЩАЯ СИЛА ИННОВАЦИЙ В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Томашевич А.И., Милош А.И., студенты

Научный руководитель – Бахматова Е.И., ст. преподаватель
каф. «Экономика и право»

Белорусский национальный технический университет
г. Минск, Республика Беларусь

В последние годы наблюдается эскалация тестирования онлайн-организации все лучше осознают их ценность, а технологии для их проведения относительно недороги. Цифровые фирмы, а все чаще и обычные компании проводят по несколько десятков тысяч онлайн-экспериментов в год. Такие тесты позволяют быстро определять реакцию пользователей на изменения и находить лучшие способы усовершенствования цифровых продуктов или создания новинок.

Испытание инновации на небольшой случайной выборке пользователей перед ее полномасштабным внедрением снижает риск неожиданных побочных эффектов. В процессе масштабирования онлайн-экспериментов компании приходят к выводу, что им мешают не отсутствие инструментов и технологий, а сложившиеся поведенческие модели, взгляды и ценности. На один удачный эксперимент всегда приходится примерно 10 неудачных, а многие организации, заточенные на эффективность, предсказуемость и «выигрыш», считают это расточительством.

Демократизируя эксперименты и учитывая в работе их результаты, компании приучают сотрудников самостоятельно принимать решения и внедрять инновации и усовершенствования. Для этого необходимо создать среду, где поощряется любопытство, данные ценятся выше мнений, любой человек вправе проводить или предлагать тестирования, все эксперименты этичны, а менеджеры следуют новой модели лидерства. Проводить сотни или даже тысячи тестов в год и применять их результаты в работе компаниям мешает не отсутствие технологий или инструментов, а культура.