

Иновативни организации

С цел да се изяснят характерните черти и използваните бизнес стратегии от иновативните организации, в този ресурс е разгледана организационната култура на Apple Inc, както и някои публикации по въпроса, представени са различни ежегодни класации.

ЗАДАЧА

Корпоративната култура на Apple Inc

Запознайте се с представения материал и коментирайте поставените въпроси



1. Компанията Apple

Apple е американска мултинационална корпорация за производство и продажба на потребителска електроника, компютърен софтуер и персонални компютри. Едни от най-известните продукти на компанията са iMac, iPhone, iPod, iPad, Apple Watch и др. Apple е компанията с най-голяма пазарна капитализация, тя е и най-голямата технологична компания по отношение на приходи и печалба в света.

2. Иновации и креативност

Иновациите и креативността са в основата на успеха на организацията. Иновационните практики и инициативи на 21 век, стават по-важни от всякога поради динамичната и непредвидимо променяща се глобална бизнес среда. Великите изобретения в миналото отнемали десетилетия, в днешния бизнес свят се реализират само за няколко години. Следователно е съвсем очевидно, че само тези организации, които възприемат принципите на управление на иновациите, ще постигнат устойчиво конкурентно предимство и ще бъдат в състояние ефективно да изпреварват своите конкуренти. Според Питър Дракър, организациите, които не създават иновации, няма да оцелеят. Освен това, именно иновациите и творчеството са ключов фактор за бъдещия ни жизнен стандарт.

3. Тайната формула за успех на Apple Inc

Според „Research & Markets“, цитиран от Gene Quinn (2010), „Apple успява да поддържа своите иновационни усилия с изчислени, последователни увеличения на разходите за научноизследователска и развойна дейност и бързо пускане на нови продукти и подобрения. Това, което се крие зад успеха на Apple, не е късметът - компанията много съзнателно е съсредоточила усилията си за по-бързо генериране на по-добри идеи.“

Съвсем ясно е, че иновациите и креативността са основните двигатели на просперитета на Apple. Но да си иновативен и креативен е по-лесно да се каже, отколкото да се направи. Има много аспекти, които трябва да бъдат взети под внимание. Много изследвания показват, че има значителна връзка между управлението на хората и организационния успех. Сами по себе си всички хора са надарени със способността да решават сложни проблеми и да се адаптират към променящата се среда, но за да се възползват от присъщия потенциал на служителите и ефективно да насърчават иновациите, компаниите трябва да възприемат специфичен управленски подход.

Придобилите известност мениджъри описват **основните характеристики на иновативната и креативна организация**, а именно - споделена визия, лидерство и воля за иновации, подходяща организационна структура, ключови личности, ефективна работа в екип, иновации с висока ангажираност, творчески климат и външен фокус. Степента на всяка от тези характеристики ще зависи от организацията и отрасъла, в който работи. Подходът на Apple към иновациите обаче, е малко по-различен, тъй като той не се придържа изцяло към принципите за управление и иновации, застъпвани от мислителите на мениджмънта и със сигурност поставя голям акцент върху определени характеристики.

- ✓ Apple поставя акцент върху „интегритета“, което означава, че управлява проектирането, инженеринга и търговията на дребно самостоятелно, а не лицензира своите продукти на мрежови партньори. Това се отразява на цялата му продуктова гама от софтуер до компютърен хардуер и устройства за потребителска електроника и означава, че когато купувате продукт на Apple, получавате продукт на Apple.

„Ако обедините Microsoft, Dell и Sony [и дори Nokia] в една компания, ще имате нещо като многообразието на технологичната биосфера на Apple.“ (Grossmann, 2005).

Бизнес стратегия, основни елементи на БО

Разработил: доц. д-р инж. Тереза Тодорова Тодорова-Соколова

На пръв поглед това може да звучи нерационално, но това е просто, защото Apple иска продуктите му да работят правилно, което е трудно да се постигне, когато много различни компании дават своя принос за крайния резултат. Този подход дава повече контрол на Apple и му позволява да реагира по-бързо на променящите се обстоятелства, тъй като няма зависимост от мрежовите партньори. Освен това, Apple се фокусира само върху няколко продукта за всеки отделен пазар и се опитва да ги направи възможно най-съвършени. Поради това, той обръща значително внимание на дизайна на продукта, функционалността и използваемостта, за да се разграничи Apple от конкурентите, а също и да допринесе за лоялността на клиентите по отношение на висока възприемана стойност.

- ✓ Що се отнася до управлението на иновациите, широко се твърди, че в съвременния бизнес свят е изключително важно компаниите да се *съсредоточават както върху пазара, така и върху технологичния натиск*, за да се гарантира, че разработените продукти са иновативни и отговарят на нуждите на клиентите. И все пак, Apple не провежда пазарни проучвания, нито се концентрира върху това, което правят конкурентите му. Като такъв той няма външен фокус.

Компанията се фокусира единствено върху технологията и напълно разчита на своята интуиция и перфекционизъм. Причината за това се аргументира от старшите вицепрезиденти на Apple, като: „*клиентите не знаят какво искат, [по-скоро] трябва да им кажете какво да купят*“ (Applepeels, 2005).

4. Организационна култура на Apple Inc.

Като се има предвид представата на Apple за разработване на продукти, не е изненадващо, че тя няма система или предварително определен процес за насърчаване на иновациите. В Apple става въпрос за комуникация, отвореност и сътрудничество, където хората се насърчават да изразяват своите идеи. Според Стив Джобс: „...*това са ad hoc срещи на шестима души, свикани от някой, който смята, че е измислил най-страхотното ново нещо някога и който иска да знае какво мислят други хора за неговата идея*“.

Освен това няма последователност в развитието и реализация на идеята. По-скоро акцентът е върху едновременно изпълнение на процесите във всички засегнати отдели, от генерирането на идеята, през проектиране и инженеринга до производството...

Бизнес стратегия, основни елементи на БО

Разработил: доц. д-р инж. Тереза Тодорова Тодорова-Соколова

„Когато предизвикателствата са толкова сложни, трябва да разработите продукт по координиран и интегриран начин“, казва Джонатан Айв, ръководител на дизайна/проектирането. Apple обръща особено внимание на ефективното сътрудничество и вътрешната си комуникация, залага се на срещи и многобройни интердисциплинарни дизайнерски прегледи.

Стив Джобс твърди, че „за да бъдете иновативни, трябва да създадете **продуктово ориентирана култура** и „гравитационна сила“, която да обедини всички ярки и креативни хора, които като такива са критичния фактор за успеха на иновациите“.

Очевидно тази гравитационна сила е била един от липсващите компоненти на Apple през 90-те години. Без съмнение е важно служителите да споделят визията на компанията, тъй като това е ключово условие за създаване на творчески климат. Мат Кингдън, консултант по иновации, твърди, че визията и целта на компанията са необходимата „жизненоважна иновационна енергия“. И също така, че ако очаквате служителите да бъдат изцяло ангажирани с това, което прави една компания, както и да са готови да полагат извънреден труд и дори да работят през почивните дни, трябва да сте сигурни, че те „харесват това, към което мениджмънта на компанията се стреми“ и да се чувстват горди, че са част от всичко това.

В същност, творческите хора ще бъдат привлечени от онези компании, които сами се определят като креативни. В действителност, Apple има забележителна репутация на иновативен и креативен работодател, който наема хора, които са „готови да създават най-добрите продукти в света“. Компанията активно делегира пълномощия и доверие на своите креативни служители, дава им свободата, от която се нуждаят, за да създават невероятни продукти.

Организационната култура на Apple Inc. е ключов фактор за продължаващия успех на бизнеса. Организационната култура на компанията установява и поддържа бизнес философията, ценностите, убежденията и свързаното с предходните, поведение на служителите. Apple има организационна култура, която позволява на човешките ресурси да подкрепят различни стратегически цели. Например, културните черти на компанията са приведени в съответствие със стремежа към иновации, което е основен фактор, определящ конкурентоспособността на бизнеса в индустрията на информационните технологии, онлайн услугите и потребителската електроника.

Бизнес стратегия, основни елементи на БО

Разработил: доц. д-р инж. Тереза Тодорова Тодорова-Соколова

Чрез своята култура Apple Inc. засилва своите конкурентни предимства пред други фирми в различни индустрии. Компанията се конкурира срещу фирми за информационни технологии като Samsung, Google, Amazon.com, Dell, Lenovo, Sony, Intel и др.

4.1. Характеристики на организационната култура на Apple Inc.

Apple Inc. има организационна култура за творчески иновации. Културните особености на компанията се фокусират върху поддържането на високо ниво на иновации, включващо креативност и мислене, които оспорват стандартите. Бизнесът зависи от културната подкрепа и съгласуваността, които са определящи за конкурентоспособността и лидерството в индустрията, особено за справяне с бързите технологични иновации и развитие на продуктите. Основните характеристики на култура на Apple са:

- *превъзходно съвършенство;*
- *творчество;*
- *иновации;*
- *поверителност;*
- *умерена конкуренция.*

„Превъзходно съвършенство“. Организационната култура на Apple идва с политика за наемане само на най-добрите от най-добрите на пазара на труда. Стив Джобс беше известен с уволнението на служители, които не отговорят на неговите очаквания. Тази традиция продължава и до днес. Подобна традиция поддържа и затвърждава корпоративната култура, която насърчава, оценява и очаква най-добрите постижения сред служителите. Тази културна черта е институционализирана в организацията на Apple. Например, компанията има програми, които признават и възнаграждават високи постижения сред работниците. Отличието се подчертава като критичен фактор за успех в бизнеса, особено в дизайна и развитието на продуктите, което е основна стратегия за растеж.

Творчество. Тази културна характеристика се отнася до нови идеи, които спомагат за подобряване на бизнеса и неговите продукти. Ръководството на Apple благоприятства креативността сред знанията, уменията и способностите на служителите. Тази характеристика на организационната култура дава възможност на компанията да осигури достатъчно креативност, особено сред служителите, участващи в процесите на

Бизнес стратегия, основни елементи на БО

Разработил: доц. д-р инж. Тереза Тодорова Тодорова-Соколова

проектиране и разработване на продукти. Подобна креативност е забележима при дизайна и характеристиките на iPhone, Mac и iPad.

Иновации. Организационната култура на Apple подкрепя бързите иновации. Компанията често се оценява като една от най-иновативните компании в света. Въз основа на тази културна черта корпорацията обучава и мотивира служителите си към иновации по отношение на индивидуалната работа и приноса към процесите на разработване на продукти. Корпоративната култура улеснява бързите иновации, които са в основата на бизнеса на Apple Inc. Бързите иновации гарантират, че компанията продължава да въвежда нови продукти, които са печеливши и атрактивни за целевите клиенти.

Поверителност. Стив Джобс разработи Apple, за да има организационна култура на поверителност. Тази културна характеристика продължава да определя развитието на човешките ресурси на компанията. Тайната е част от стратегията на компанията за минимизиране на кражбите на собствена информация или интелектуална собственост. Това също е стратегически подход за управление, който дава възможност на Apple Inc. да увеличи максимално своите предимства пред конкурентите. Чрез организационната култура служителите се насърчават и се очаква да съхраняват бизнес информация в компанията. Тази културна черта се подсилва чрез политиките и правилата в компанията. В този контекст организационната култура на Apple помага да се защити бизнеса от корпоративния шпионаж.

Умерена конкуренция. Организационната култура на Apple насърчава „умерената борба“. Тази функция е свързана със Стив Джобс и неговия боен подход към лидерството. Беше известно, че на случаен принцип той предизвиква служители, си за да гарантира, че те имат всичко необходимо за работа в Apple. Въпреки това, под ръководството на Тим Кук, компанията променя организационната си култура към „по-общителна“. Независимо от това, борбеността запазва основното си влияние в бизнеса. Организационната култура на Apple предполага умерена степен на съревнование, имащо за цел да повишаване на производителността на служителите.

4.2. Предимства на организационната култура на Apple

Комбинацията от съвършенството, креативността и иновациите в организационната култура на Apple, подкрепя лидерството в компанията. Компанията е считана за лидер по отношение на иновациите и продуктовия дизайн. Тези културни характеристики дават възможност на

Бизнес стратегия, основни елементи на БО

Разработил: доц. д-р инж. Тереза Тодорова Тодорова-Соколова

Apple и нейните човешки ресурси да изпъкват и да изпреварват конкурентите си. Организационната култура създава условия за успех и конкурентни предимства, както и по-нататъшното укрепване на марката на компанията. Творчеството и върховите постижения са особено важни при бързите иновационни процеси на компанията за непрекъсната конкурентоспособност и бизнес развитие.

В заключение

Успехът на Apple Inc се свързва с непрекъснатото развитие на иновациите и креативността. Компанията залага на уникалността в произвежданите продукти и специфичната организационна култура, мотивираща сътрудниците и стимулираща развитието на творчеството. Тя превръща своите творчески идеи в едни от най-добрите световни продукти. Тайната за успеха на Apple е в това, че организацията не спира да търси нови начини на мислене и да развива своята иновационна дейност.

Използвана литература

1. Apple Inc.'s Organizational Culture & Its Characteristics - <http://panmore.com/apple-inc-organizational-culture-features-implications>
2. Apple's approach towards innovation and creativity - <https://www.grin.com/document/167838>
3. Apple Inc.'s Website - <https://www.apple.com/>
4. Творчество и иновации - https://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/panorama/pdf/mag29/mag29_bg.pdf

Въпроси за дискусия:

1. Каква е избраната бизнес стратегия от Apple, от гл.т. на основните маркетингови/пазарни концепции?
2. Как бихте определили използваната от Apple бизнес стратегия съобразно класификацията на Майлс /1978г./?
3. Коментирайте някои от по-съществените организационни характеристики на Apple.

Бизнес стратегия, основни елементи на БО

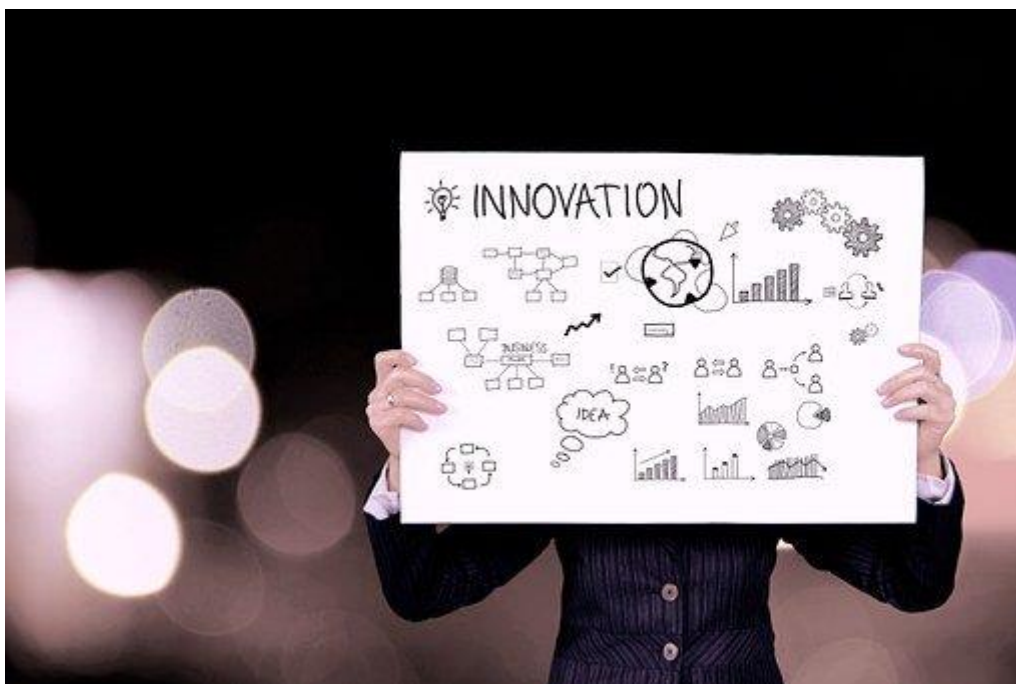
Разработил: доц. д-р инж. Тереза Тодорова Тодорова-Соколова



Любопитно

“17 характерни черти на иновативните организации”

от [Гост Автор](#) | Обновена на 05.11.2018



Снимка:

<https://pixabay.com/bg/images/search/%D0%B8%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%B0%D1%8F/>

Статията “17 характерни черти на иновативните организации” е от Йън Роуз. Той е специалист по управление на човешките ресурси.

Иновативните организации са децентрализирани, неформални, с минимален брой йерархични нива и много по-често с обща, отколкото със специализирана насоченост. Те притежават култура, която цени независимото мислене, поемането на риск и усвояването на нови знания.

Иновативните организации са толерантни към провалите и ценят различията. Силно застъпена е откритата комуникация, а между хората съществува силна степен на доверие и уважение.

Бизнес стратегия, основни елементи на БО

Разработил: доц. д-р инж. Тереза Тодорова Тодорова-Соколова

В частност:

1. Иновативните организации имат визия

Организациите с визия ценят и използват по-добре креативните таланти на хората. Когато една организация притежава визия, тя се фокусира върху дългосрочните си цели и резултати. Истинската визия е способността от нищото да се създаде бъдещето. Всички организации имат минало, имат история. Организациите с визия притежават способността да създадат или оформят своето бъдеще без да са ограничени от нещата, които са се случвали от миналото до този момент.

Организациите с визия не преценяват дали нещо ще работи и ще дава резултати в бъдеще спрямо това, което е работило и е давало (или не е давало) резултати в миналото. Парадоксално, но това се балансира от способността на тези организации да учат от опита. Това означава, че организациите с визия търсят бъдещето си като ползват натрупания опит, но без този опит да им диктува и предопределя какво да правят.

2. Иновативните организации се променят защото виждат, че са възможни по-добри начини за работа, а не защото трябва да се променят

Иновативните организации са в състояние непрекъснато да се променят по един фокусиран и в същото време – гъвкав начин. Те са тласкани напред от настоящето, стимулирани от непреодолимата визия за бъдещето. Има огромна разлика между това да създаваш своето собствено бъдеще и това да реагираш на бъдещето, което в един хубав ден неочаквано те „удря“ точно в десетката. Твърде често (в обикновените организации), на промяната се гледа като на последната възможност да се спаси положението.

3. Иновативните организации са винаги в търсене на нови продукти, нови пазари и нови начини за работа

Иновативните организации познават добре клиентите си и непрекъснато се учат от тях, като използват най-взискателните си клиенти за стимулиране на собствените си иновации и конкурентоспособност. Иновативните организации са непрестанно ангажирани в мислене и действия, които директно или индиректно се отразяват на бъдещата им работа.

4. Иновативните организации предпочитат съдържанието пред формата

Организационните култури, ориентирани към резултатите винаги ще са по-креативни. Културите, които поставят формата пред съдържанието, където следването на правилата и придържането към вече установените работни процеси е по-важно

Бизнес стратегия, основни елементи на БО

Разработил: доц. д-р инж. Тереза Тодорова Тодорова-Соколова

отколкото откриването на правилните решения и действия, са проклятието за всяка креативност и иновация.

Креативността и иновациите съществуват във всякакви култури, но са в разцвет при онези от тях, които вкарват идеите в работа, а не при онези, които ги задушават чрез придържане към официалните правила за работа.

Следователно, иновативните организации са „стягащо-отпускащи“ организации: „стягащи“ по отношение на крайните резултати от успешната работата, но „отпускащи“ по отношение на начините, по които се постигат тези крайни резултати.

5. Иновативните организации вграждат креативността и иновациите в самите себе си

Когато един проблем се нуждае от разрешение, стандартният подход в иновативните организации е: „Как можем да направим това по-креативно?“. Креативността се насърчава както явно, така и (което е по-важното) скрито. Мениджърският екип знае как да постъпи, когато при него се появи служител с нова идея. Мениджърите оказват подкрепа и отдават нужното признание на креативния темперамент.

Креативните личности се използват за пример. За иноваторите непрекъснато се разказват легенди. На креативността не се гледа като на прерогатив на няколко „богоизбрани“ личности, напротив – съществува очакването, че всеки може да бъде креативен в своята област.

6. Иновативните организации имат организационни структури, които са построени много по-често на екипен, а не на йерархичен принцип

Креативността често се разглежда като качество, присъщо на индивидите. Ние идеализираме креативните личности, които с помощта на брилянтни идеи стигат до иновативни решения. Също така, понякога ние казваме, че познаваме креативни екипи, но обикновено това означава, че тези екипи имат в състава си няколко креативни личности с власт или влияние вътре в екипа. Иновативните организации вярват, че е напълно възможно една креативна личност да даде максимума от себе си – и при това да работи в екип!

7. Иновативните организации предпочитат откритата комуникация пред формалните процедури и процеси

Организациите, които обменят информация, и в които хората са наясно какво се случва отвъд непосредствените им работни задачи, по правило ще бъдат по-креативни.

Свободната обмяна на информация тече по всички нива на организацията. Комуникационната практика в подобни организации позволява изразяването на отделната личност, намалява влиянието или игнорира традиционните структури,

Бизнес стратегия, основни елементи на БО

Разработил: доц. д-р инж. Тереза Тодорова Тодорова-Соколова

минимизира бюрократията, ускорява неформалните групови интеракции и подкрепя достъпа на проектните екипи до хората и до организационните ресурси.

8. Иновативните организации не персонализират конфликтите

Всъщност, иновативните организации предпочитат интелигентното несъгласие пред пасивното съгласие, тъй като първото предполага по-задълбочено разбиране на проблемите отколкото второто. Когато има несъгласия в хода на креативния процес, те обикновено са несъгласия между идеи, а не между хора.

Това е много различно схващане от конвенционалната бизнес среда, в която несъгласията са политически и персонализирани по своята природа. В креативната среда вирее чувството на партньорство, защото хората са фокусирани върху проблема или проекта, а не толкова върху самите себе си.

9. Иновативните организации се фокусират върху това кого познаваш, както и върху това, което знаеш

По-голямата част от работата в иновативните организации се върши с помощта на взаимоотношенията. За своята креативна сила организациите разчитат основно на взаимоотношенията, а не толкова на структурата. Такива организации по своята същност приличат на „нервна система“.

10. Иновативните организации ценят индивидуалността и разнообразието

Различните типове на личността и културните особености на хората предполагат пъстра картина, която се взема предвид и се цени в иновативните организации. Тези организации ценят факта, че хората с тяхното разнообразно минало могат да виждат различни аспекти на един и същи проблеми или решения. Чрез търсене на разликите, те увеличават възможността за появата на нови идеи и връзки между хората. Вместо да се опитват да вместят всички хора в някакви рамки, иновативните организации ценят високо възможността да разполагат с различни и разнородни служители.

11. Иновативните организации насърчават забавленията на работното място

Когато в организациите има креативност, хората са ангажирани, оживени, съпричастни и овластени да мислят. Креативността е активен процес. Някои корпоративни култури работят с предпоставката, че ако хората се смеят, забавляват се или се наслаждават на работата си, то това не е работа и подобни поведения следва да се преустановят незабавно. Във всички случаи, няма да забележите особено креативно мислене в случаите, когато забавата или играта в работата липсват.

12. Иновативните организации възнаграждават любопитството

Бизнес стратегия, основни елементи на БО

Разработил: доц. д-р инж. Тереза Тодорова Тодорова-Соколова

В тях е ниска толерантността към мениджъри, които казват (или заставят): „Просто направи това, което ти се казва“, „Ние винаги работим по този начин“ или „Не съм те наел на работа, за да мислиш“. Да работиш по-умно се цени повече от това да работиш по-упорито.

13. Иновативните организации не вярват в универсалните решения

Какво се случва с хората, които са високо платени в организацията си за познанията, които притежават – позволява ли им се да се чудят и да обмислят нещата или от тях се очаква винаги да знаят „правилния“ отговор? Типичната организация възнагражда служителите си за тяхната способност веднага да дават правилните решения. Иновативната организация предоставя на хората си възможности за творчество, като им осигурява физическа и психологическа среда за размисъл.

Такава организация вярва, че има много начини да се стигне до дадено решение. Повечето професионалисти са учени на това, че във всяка ситуация има само един правилен отговор, но иновативните организации знаят, че са възможни множество отговори на всеки един конкретен въпрос.

14. Иновативните организации насърчават хората да се противопоставят на правилата

Те вярват, че хората трябва да „клатят“ лодката и да търсят радикалните промени. Техните служители се гордеят с това, че са различни. Има нещо силно мотивиращо в това да нарушаваме правилата, с които не сме съгласни и да „прецакваме“ системата, особено ако носим със себе си бизнес идея със значителна ценност за нашата организация.

Всички компании обичат да се хвалят с революционните обрати в своята култура (когато тези обрати са сработили) и да ги сочат за светъл пример за подражание на здраво работещите, интелигентни служители. Тъжното в цялата работа е, че тези усилия са изключение от правилото и изискват невероятна смелост, постоянство и голяма доза късмет, за да проработят. Повечето компании изпитват страх и се стремят да предпазят служителите си от лудите идеи, които могат да им дойдат наум.

15. Иновативните организации толерират грешките

Креативността преобладава най-вече в организации, които могат да поемат разумен риск и гледат на грешките като на част от креативния процес. Те осъзнават, че някои от креативните инициативи няма да успеят. Те са елиминирали непродуктивните негативни реакции към тези типично човешки грешки, така че да не се превръщат в омаломощаващи, бюрократични спирачки на организационния растеж.

Това не означава, че креативните организации са длъжни да толерират глупаците (хора, които повтарят едни и същи грешки няколко пъти), а по-скоро че трябва да

Бизнес стратегия, основни елементи на БО

Разработил: доц. д-р инж. Тереза Тодорова Тодорова-Соколова

правят разлика между глупците и иноваторите, при това осъзнавайки, че двете групи хора често имат сходно поведение.

16. Иновативните организации избягват наказанията

Ако една организация има култура, която цени креативността, последната ще съществува. Ако една организация наказва креативността, тя ще отсъства или ще е скрита. Най-лошото нещо, което може да се случи на човек, който си е подал главата над парапета и е поел отговорността за определен креативен процес, е да бъде незаслужено критикуван в случай на провал.

Когато хората се страхуват, обикновено те се затварят в себе си и започват да вършат безопасни неща, такива, каквито им е казано да вършат – нито повече, нито по-малко от това. Манталитетът на „следване на правилата“ взема връх винаги, когато хората чувстват, че трябва да внимават какво правят и да избягват да бъдат „заловени“ да правят нещо, което не са им казали изрично да правят. Креативността изисква свобода. Свободата и страха от наказания не могат да съществуват на едно и също място.

17. Иновативните организации позволяват храбрите мисли и действия, времето за инкубиране на идеи, отвореността към съзерцанието и всички останали понякога странни поведения, които разкриват различно, креативно разсъждение

Ако наблюдавате работна среда, в която хората подлагат на съмнение съществуващите мисловни модели, поемат рискове, не се страхуват да загубят, не се блъскат в множество процеси и забрани, имат мощна визия за бъдещето и подкрепят взаимно помежду си креативното поведение, тогава е много вероятно да сте открили една креативна и иновативна организация.

Бизнес стратегия, основни елементи на БО

Разработил: доц. д-р инж. Тереза Тодорова Тодорова-Соколова

Топ 10 иновативни технологии за 2019 година

Биопластмасата, социалните роботи и телеприсъствието са част от изобретенията, които ще нарушат съществуващия начин на живот и правене на бизнес, според най-новия доклад на Световния икономически форум.....

От Марин Маринов, публикувана на 10 юли 2019

<https://move.bg/technology-2019>



„ТОП 10 иновации и технологии през 2020г.“:

<https://www.youtube.com/watch?v=Y4rJ5mbTnbq>

Технологичните компании продължават да са най-иновативни през 2021 г.

Юлиан Арнаудов, юли 26, 2021

...Технологичните компании продължават да са най-иновативни през 2021 г. Водещи са Apple, Amazon, Alphabet (компанията-майка на Google) и Microsoft, като четирите дружества заемат тези позиции за поредна година. Това показва ежегодната класация на сайта The Visual Capitalist, които прилагат пълни данни и, както подсказва името – красива инфографика.

Новото през 2021 г. е включването на няколко големи фармацевтични компании в Топ 50. Това са разработчиците на ваксините за коронавирус Pfizer, Moderna и AstraZeneca. Има и други размествания в класацията, както при технологичните, така и в другите сектори.

Самото подреждане се прави на базата на два фактора. Първият са данните от консултантската фирма Boston Consulting Group (BCG), вторият са резултатите от анкети от 1 600 професионалисти в сферата на иновациите.“