

РОЛЬ УПРАВЛЕНИЯ ЗНАНИЯМИ В ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Бикузина Анастасия Сергеевна, студент

Научный руководитель -

Гарьковенко Вероника Эдуардовна, к.э.н., доцент

Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Краснодар, Россия

В статье рассматриваются связи между такими объектами управления в современной организации, как знания и инновации. Исследуется важность инновационных процессов и сетевой динамики в контексте интегрированных сетей знаний, которые предоставляют реальные возможности для использования инноваций в качестве интерактивного процесса, а также процессов знаний для создания бизнес-аналитики в организациях.

Ключевые слова: управление знаниями, бизнес-аналитика, инновации, инновационная деятельность компании, корпоративные инкубаторы.

Знания и компетентность отдельных сотрудников организации имеют решающее значение в современных организациях. В результате информационные системы, поддерживающие управление знаниями, рассматриваются как важнейшие инструменты для получения конкурентного преимущества и организационного роста, который в значительной степени зависит от эффективного управления знаниями [1].

Стратегические инвестиции в научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы (НИОКР) имеют решающее значение для продаж, производительности и прибыльности компании. Несмотря на свою актуальность в качестве источника информации для организационных исследований и разработок, знания исторически приобретались в основном в рамках одной организации. Например, вместо того, чтобы зависеть от внешних инновационных ресурсов, компании, как правило, разрабатывают новые товары, процессы и услуги, используя ресурсы в рамках целенаправленной организации. Однако из-за быстрого роста знаний, технических прорывов, изменений в условиях бизнеса и роста цен, связанных с НИОКР, в последние несколько лет поддерживать конкурентное преимущество только за счет внутренних НИОКР становится все сложнее.

В качестве стратегического подхода к укреплению инновационных процессов крупные компании все чаще обращаются к внешнему корпоративному венчурному капиталу. Корпоративный венчурный капитал (КВК) представляет собой тип внешнего корпоративного венчурного инвестирования, при котором крупная корпорация инвестирует в портфель предпринимательских идей, которые возникают за пределами основной организации [2].

Корпоративные инкубаторы, в отличие от корпоративного венчурного капитала, предоставляют физические возможности и близость к культивируемым предприятиям.

Корпоративный инкубатор рассматривается как механизм для увеличения внешних источников инновационных ресурсов путем развития взаимосвязей между крупными известными фирмами и инкубируемыми предприятиями, а также отношений между самими инкубируемыми усилиями, что приводит к распространению знаний. Корпоративные инкубаторы являются особенно эффективным инструментом для установления связей между высококлассными фирмами и центральными организациями с ограниченными ресурсами, поскольку они эффективно институционализируют механизм, который поощряет частое взаимодействие. Многочисленные совокупности связей, которые связывают людей с высоким уровнем человеческого капитала через организационные границы, являются существенными ресурсами социального капитала.

Организации должны сотрудничать и получать знания и информацию от различных игроков, чтобы находить новые знания. Поскольку немногие компании могут самостоятельно идти в ногу с технологическими достижениями, научно-исследовательская деятельность становится все более интерактивной и рассредоточенной [3].

В контексте глобального рынка наиболее значимыми ресурсами для конкурентоспособности считаются локализованные производства знаний, где как люди, так и компании узнают о новой технологии, развивают доверие и обмениваются ноу-хау. Увеличение активности в области исследований и разработок приводит к появлению более сложных и разнообразных изобретений, что приводит к тесному партнерству между различными предприятиями.

С точки зрения спонсора компании, использование корпоративного инкубатора для инновационного процесса носит двойной характер. Во-первых, корпоративный инкубатор может обеспечить исследовательские преимущества для целевой фирмы, предоставляя информацию о новых рынках и технологиях, а также выгодные возможности благодаря эксклюзивному доступу к портфелю инновационных предприятий корпоративного инкубатора. Предоставляя эти преимущества, корпоративный инкубатор может помочь компании-спонсору в создании потенциала для долгосрочного инновационного развития. Во-вторых, корпоративные инкубаторы могут предоставить основной организации новые возможности для использования определенных технических областей, предоставляя предприятиям доступ к дополнительным технологиям или используя существующие товары и технологии на новых рынках [4].

Корпоративные инкубаторы могут быть потенциально полезным компонентом всей внешней венчурной программы организации из-за их способности получать знания о рынке, иметь доступ к хорошо сочетаемым технологиям и знаниям о новых технологиях, а также прогнозировать тенденции в отрасли на раннем этапе.

Аналогично тому, как хорошо зарекомендовавшая себя фирма извлекает выгоду из ресурсов, технологий и “ноу-хау” венчурного предприятия, инкубиро-

ванное предприятие может извлечь выгоду из корпоративного инкубатора и обмениваться выгодами с другими инкубированными предприятиями. Например, инкубируемое предприятие может иметь отношения "клиент-поставщик" с координационной корпорацией, в которых услуги и продукты предприятия используются координационной организацией. Инкубированные предприятия могут также заключать соглашения о сотрудничестве в области разработки продуктов, соглашения о совместных исследованиях и соглашения о маркетинге, продажах и дистрибуции.

В дополнение к технологическим и финансовым преимуществам инкубируемая фирма может извлечь выгоду из управленческой и операционной поддержки со стороны целевой организации. Из-за их непосредственной близости инкубированные фирмы могут также напрямую и часто общаться с другими инкубированными предприятиями.

Инкубированные инициативы можно рассматривать как неформальную сеть, которая воспроизводит сообщества практиков, в которых люди дифференцируются в основном за счет обмена скрытыми знаниями. С другой стороны, инкубируемые предприятия имеют несколько возможностей для взаимодействия и сотрудничества различными способами, которые способствуют росту венчурного бизнеса и, как следствие, делают инкубируемые предприятия более стратегически выгодными для целевой организации [5].

Таким образом, крайне важно иметь эффективное внешнее взаимодействие с предприятиями в связи с трудностями интеграции управления знаниями и бизнес-аналитики при внедрении инноваций. Это обусловлено необходимостью выбора соответствующих внешних данных для соответствующей организации, а также необходимостью использования относительных возможностей для создания или прекращения деятельности групп внешних партнеров в том случае, если условия требуют неизбежных изменений.

Список литературы

1. Алексеев, А. А. Инновационный менеджмент: учебник и практикум для вузов / А. А. Алексеев. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 259 с.
2. Гарьковенко В.Э. Современные концепции и подходы к управлению экономикой российских регионов / В.Э. Гарьковенко, Л.И. Гурфель, А.Н. Калашников, С.И. Крецу // Экономика и предпринимательство. – 2019. – С. 512-517.
3. Малыгина, М. Е. Организация и планирование инновационной деятельности на предприятии / М. Е. Малыгина // Результаты современных научных исследований и разработок : сборник статей IX Всероссийской научно-практической конференции, Пенза, 15 апреля 2020 года. – Пенза: «Наука и Просвещение» (ИП Гуляев Г.Ю.), 2020. – С. 38-41.
4. Розанова, Н. М. Конкурентные стратегии современной фирмы: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н. М. Розанова. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 343 с.
5. Тимофеев, В.В. Управление конкурентоспособностью предприятия в условиях новой экономической реальности/ В.В. Тимофеев // Факторы успеха. – 2019. – № 1 (6).– С.–56–59.