

ЗНАННЯ ЯК ОСНОВА ПОТЕНЦІАЛУ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЇ

*С.М. Ілляшенко, д.е.н., професор,
Ю.С. Шипуліна, к.е.н., доцент,
Є.І. Нагорний, к.е.н.
Сумський державний університет*

Становлення економіки знань супроводжується зростанням їх ролі як фактору інноваційного розвитку господарюючих суб'єктів різних рівнів (держави, регіону чи галузі, окремих організацій тощо). Продукування і використання актуальних знань сприяє зростанню їх потенціалу інноваційного розвитку (ПІР), посиленню конкурентних переваг та ринкових позицій. В цих умовах актуалізується проблема управління знаннями організацій в контексті посилення їх ПІР. Її розв'язання потребує дослідження впливу знань на формування, розвиток і реалізацію ПІР організації. З цих позицій досліджено місце і роль знань у системі складових ПІР організації.

Згідно [1] ПІР включає наступні потенціали підсистеми: ринковий, як наявність споживчого попиту (підкріпленого купівельною спроможністю споживачів) чи спроможність його сформувати (для радикальних інновацій); інноваційний, як спроможність втілення досягнень науки і техніки у інноваційні продукти, що здатні задовольнити попит споживачів; виробничо-збутовий, як технічна спроможність і економічна доцільність виготовити і просувати інноваційні продукти на ринку. Розглянемо роль знань у формуванні окремих елементів зазначених складових.

Ринкова складова. В її основу покладено знання щодо сучасного стану і тенденцій зміни споживчого попиту на цільових ринках, а також можливостей організації сформувати і стимулювати попит.

Інноваційна складова. В її основу покладено: знання персоналу організації щодо сучасних досягнень науки і техніки у галузі її діяльності, патентного пошуку і патентування, сучасних методів генерування і відбору інноваційних ідей, конструювання тощо; знання фактичних і потенційних економічних контрагентів, а також їх інтересів стосовно інновацій конкретної спрямованості; знання методології наукових досліджень, можливостей сучасної дослідницько-лабораторної бази у галузі діяльності організації (включаючи саму організацію інноватора та сторонні організації);

Виробничо-збутова складова. В її основу покладено: знання щодо джерел і умов фінансового забезпечення інноваційної діяльності, методів оцінки економічної ефективності інновацій; знання щодо кадрового потенціалу організації, методів відбору, навчання, перепідготовки персоналу, його спроможності виконувати роботу певної спрямованості; знання техніко-технологічних можливостей організації (верстатів, технологічного та інструментального оснащення, технологій тощо); знання інструментів і методів сучасного маркетингу, особливостей планування, проведення і оцінки ефективності заходів комплексу маркетингу інновацій тощо; знання сучасних

методів і форм організації інноваційної діяльності, сучасних методів управління інноваційною діяльністю, засадничих аспектів формування та розвитку інноваційної культури організації та створення на її основі середовища сприятливого для інноваційної діяльності [2].

Джерелами зазначених комплексів знань є [3]:

- навчання персоналу організації інноватора: в університетах, коледжах тощо, підвищення кваліфікації, стажування, практика, самонавчання, отримання консультацій і т.п.;

- купівля знань: придбання у власність або придбання права використання (патенти, ліцензії, ноу-хау, франшизи тощо);

- маркетинг знань: прогнозування вектору розвитку галузей та ринків, виявлення перспективних напрямів продукування і використання нових знань, виявлення потреб у знаннях тощо;

- науково-дослідні і дослідно-конструкторські роботи: проведення прикладних досліджень метою яких є удосконалення існуючих і розроблення нових продуктів і технологій (виробничих, маркетингових, управлінських тощо), а також їх апробація.

Узагальнюючи викладене слід зазначити, що отримані результати чітко окреслюють роль і місце знань у системі складових підсистем та елементів ППР організації інноватора. Ідентифікація видів знань, що покладені в основу потенціалів підсистем та їх елементів, а також визначення джерел отримання знань створює передумови формування системи цілеспрямованого управління ППР організації в контексті її інноваційного розвитку в умовах становлення економіки знань. Враховуючи реалії сучасної економіки України, обрані траєкторії інноваційного розвитку вітчизняних організацій (підприємств та установ) повинні лежати в руслі інноваційного випередження, яке є практично безальтернативним [4].

Подальші дослідження повинні бути спрямованими на розроблення засад організаційно-економічного механізму управління знаннями організацій в контексті посилення і реалізації їх ППР.

Список використаних джерел

1. Маркетинг і менеджмент інноваційного розвитку: Монографія / За заг. ред. д.е.н., проф. СМ. Ілляшенка. - Суми: ВТД "Університетська книга", 2006. - 728 с.

2. Шипуліна Ю.С. Управління розвитком інноваційної культури промислових підприємств: монографія / Ю.С. Шипуліна. – Суми: ТОВ «Триторія», 2017. – 432 с.

3. Ілляшенко С.М. Управління знаннями в системі інноваційного розвитку організації / С.М. Ілляшенко, Ю.С. Шипуліна, Н.С. Ілляшенко, А.О. Комарницька // Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2017. - № 1. - С. 231-241.

4. Ілляшенко Н.С. Формування теоретичних засад випереджального розвитку на рівні країни та підприємства / Н.С. Ілляшенко // Економічний часопис – XXI. – 2014. – № 5-6. – С. 78-81.

Ілляшенко С.М. Знання як основа потенціалу інноваційного розвитку організації / С.М. Ілляшенко, Ю.С. Шипуліна, Є.І. Нагорний // Матеріали IV науково-практичної конференції «Управління інноваційним розвитком на макро-, мезо-, та мікрорівнях» (Одеський національний політехнічний університет, 7-8 червня 2018р.). – Одеса, 2018. – С. 163-165.