

Литвинова Е.В., Посылкина О.В.

*Национальный фармацевтический университет, Харьков, Украина*

## **Роль знаний в управлении инновационным развитием фармацевтической компании**

**Постановка проблемы:** в современных условиях вопросы управления инновационным развитием фармацевтической компании приобретают особую актуальность. Инновации становятся доминирующим фактором конкурентоспособности предприятий в условиях глобализации рынков, усиления конкуренции как на региональном, так и международном уровне. Растущие потребности фармацевтических компаний в инновациях являются важнейшей движущей силой, обеспечивающей передачу знаний из научной сферы в промышленность. Это создает предпосылки для формирования новой системы управления на всех уровнях, направленной на повышение эффективности использования интеллектуальных ресурсов. В таких условиях чрезвычайно важным является теоретическое и научно-практическое обоснование эффективной системы управления инновационной деятельностью фармацевтической компании, основанной на знаниях.

**Цель:** анализ и систематизация методических подходов к формированию модели управления инновационной деятельностью фармацевтической компании, основанной на знаниях.

**Материалы и методы:** исследования проводились с использованием наукометрических баз данных, патентного ведомства Украины, патентного ведомства Российской Федерации, Европейской патентной организации, патентного ведомства США, Администрации по контролю за лекарствами и пищевыми продуктами, Европейского агентства лекарственных средств (ЕМЕА), ГП «Государственный экспертный центр» МЗ Украины.

**Результаты:** целесообразность исследования управления инновационной деятельностью фармацевтических компаний Украины обосновывается тем, что фармация выпускает наукоемкую продукцию и в украинской экономике является одной из отраслей, которые способны обеспечивать инновационный прорыв и решить стратегическую для государства задачу перехода экономики на инновационную модель развития.

Управление знаниями в фармацевтической компании включает в себя следующие компоненты: стимулирование прироста знаний; отбор и аккумуляция значимых сведений из внешних по отношению к данной организации источников; сохранение, классификацию, трансформацию, обеспечение доступности знаний; распространение и обмен знаний, в том числе в рамках организации; использование знаний в деловых

процессах, в том числе при принятии решений; воплощение знаний в продуктах, услугах, документах, базах данных и программном обеспечении; оценку знаний, измерение и использование нематериальных активов организации; защиту знаний. При этом большое внимание необходимо уделять трансферу «открытых» инноваций, то есть направленности не только на создание инновационных лекарственных средств (ЛС), опираясь на интеллектуальные ресурсы внутри компаний, но и активное использование для целей инновационного развития внешних знаний. Управление знаниями предусматривает усиление внимания к новаторской деятельности изобретателей, использование явных и неявных знаний. Это требует активизации участия в этом процессе научных сотрудников Вузов и научных учреждений по получению международных грантов, развитию партнерства

иностранными фирмами в проведении фундаментальных разработок ЛС нового поколения.

При этом необходимо соблюдать также принципы управления, как проявление внимания руководства организаций к предложениям новаторов; материальное и моральное поощрение авторов предложений, изобретений и разработок; поддержка эффективных коммуникаций с коллегами как внутри фирмы, так и за ее пределами; признание и соответствующее вознаграждение вклада новаторов и разработчиков; продвижение их по службе.

Все стратегии управления знаниями, интеллектуальными ресурсами в фармацевтической компании можно представить в виде семи относительно самостоятельных базовых стратегий, а также их комбинаций. Три стратегии направлены на развитие основных видов интеллектуального капитала – человеческого, организационного и капитала отношений. Еще три – на совместное развитие двух смежных видов интеллектуального капитала – человеческого и организационного, человеческого и капитала отношений; организационного и капитала отношений. Седьмая стратегия направлена на одновременное развитие всех трех составляющих интеллектуального капитала.

**Выводы:** управление знаниями сегодня обязательный элемент для инновационного развития каждой фармацевтической компании. Стратегии управления знаниями направлены на то, чтобы создать новую стоимость, реализованную в продуктах, людях и в процессах с помощью рационального формирования и использования знаний в организациях. Основная цель этих стратегий – увеличение эффективности использования всех имеющихся ресурсов организации, внедрение и трансфер инноваций, повышение качества обслуживания клиентов, снижение потерь от неиспользуемых интеллектуальных активов.