

інформаційні системи (бази даних, локальні комп'ютерні мережі, портали); методології; людські зв'язки; створення груп за інтересами у яких наявні однакові цілі. Якщо з часом виявляється корисність ініціативної групи для підприємства, то має сенс формалізувати статус групи. Така організація співтовариств «за інтересами» конче важлива для впровадження СМЗ. Капітал замовника як показник СМЗ оцінюється мережею клієнтів, які задоволені роботою підприємства та лояльні до нього.

Менеджерам слід вкладати інвестиції в талановитих працівників, які відповідають потребам СМЗ, які характеризуються коефіцієнтом ROT (return of talents – рентабельність талантів). Цей показник можна розглядати як відношення генерованих знань до інвестицій в таланти, тоб-то цей показник відображує віддачу від інвестицій в талановитих працівників. ROT може бути кількісним або якісним показником в залежності від бажання керівництва підприємства.

СМЗ вирішує проблему компетенцій, яка характеризується як прояв особистих якостей та спроможність використовувати систему менеджменту знань на практиці.

Таким чином, із усього вищезазначеного можна зробити висновок, що створення СМЗ є необхідною складовою сучасного підприємства, керівництво якого прагне підвищувати його конкурентоспроможність в світлі нової концепції економіки знань.

Використана література:

1. Мильнер Б.З. Управление знаниями: эволюция и революция в организации / Б.З. Мильнер.- М.- 2003.-176с.
2. Букович У. Управление знаниями. Руководство к действию / У. Букович, Р.Уильямс.- М. : ИНФРА-М, 2002.-113с.
3. Бек Н.Н. Стратегический менеджмент знаний и инноваций. / Н.Н. Бек, М.А.Бек.-М : ВШЭ.-2012.-76с.

РОЛЬ ЗНАНИЙ В УПРАВЛЕНИИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫМИ РЕСУРСАМИ КОМПАНИИ

Литвинова Е.В., канд. биол. наук, доцент кафедры управления и экономики предприятия Национального фармацевтического университета

Мирошникова В.В., студентка 6 курса специальности «Экономика предприятия» Национального фармацевтического университета

В современных условиях интеллектуальные ресурсы становятся доминирующим фактором конкурентоспособности предприятий в условиях глобализации рынков, усиления конкуренции как на региональном, так и международном уровне. Длительное отсутствие нововведений означает застой производства, снижение качества и конкурентоспособности продукции, а следовательно, падение экономических результатов деятельности субъектов рынка.

Цель работы – анализ и систематизация методических подходов к формированию системы управления интеллектуальными ресурсами, основанной на знаниях.

Исследования проводились с использованием наукометрических баз данных в сети Интернет.

Анализ и систематизация данных литературы выявил, что многие компании в поисках новых конкурентных преимуществ все чаще обращают свой взгляд на знания. Меняются факторы развития экономики стран и регионов. Все большее значение среди них приобретают факторы инноваций и распространение новых знаний. Рынок знаний постепенно начинает играть главную роль, опережая в развитии рынок материальных товаров.

Существенным для управления знаниями является их разделение на явные и неявные, так как для того, чтобы управлять этими видами знаний в организации, требуются различные методы. Для управления явными знаниями необходимы – информационные системы, обучение, системы обмена информацией и т.д., для управления неявными знаниями – система наставничества, корпоративная культура, создание и поддержка команд, сообществ

профессионалов [1].

Под интеллектуальными ресурсами понимается совокупность накопленных знаний, идей, компетенций. Показано, что интеллектуальные ресурсы, которые включают структурные, человеческие и рыночные активы, формируют интеллектуальный капитал предприятий, научно-исследовательских учреждений, научных центров и высших учебных заведений и обеспечивают их устойчивое социально-экономическое развитие и стратегическую конкурентоспособность [2].

Следовательно, стратегии управления знаниями, интеллектуальными ресурсами в 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. Таким образом, система управления интеллектуальными ресурсами, основанная на знаниях, должна быть целенаправленной и способной создавать организационно-экономические, технологические и психологические условия для инновационного развития компании.

Использованная литература:

1. Управление знаниями в инновационной экономике : учебник по специальности «Менеджмент организации» / Мильнер Б. З., Каткало В. С., Орлова Т. М. и др.; под ред. Б. З. Мильнера. – Москва: Экономика, 2009. – 598.

2. Посилкіна, О. В. Інтелектуальні ресурси як фактор інноваційного розвитку фармацевції / О. В. Посилкіна, О. В. Літвінова // Управління, економіка та забезпечення якості в фармацевції. – 2014. – № 6. – С. 52-59.

ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИЙ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ

*Литвинова Е.В., канд. биол. наук, доцент кафедры управления и экономики
предприятия Национального фармацевтического университета*

*Пчельникова Т.Н., студентка 6 курса специальности «Экономика предприятия»
Национального фармацевтического университета*

Внедрение в медицинскую практику инновационных лекарственных средств увеличивает эффективность лечения, повышает качество и продлевает жизнь больных. Кроме того, инновации играют весьма важную роль для фармацевтических предприятий: создают конкурентоспособную продукцию, которая имеет высокую степень наукоемкости и новизны; способствуют повышению инвестиционной привлекательности предприятия, проникновению на новые рынки, в том числе и внешние; положительно влияют на имидж отечественных фармпроизводителей. Современный этап производства лекарственных препаратов характеризуется интенсивным развитием науки и техники, расширением масштабов интеллектуальной деятельности, повышением роли науки в развитии общества и совершенствованием производительных сил. В этой связи, выбор эффективной стратегии является залогом успеха инновационной деятельности фармацевтической компании.

Цель работы – анализ стратегий инновационного развития фармацевтических компаний.

Исследования проводились с использованием наукометрических баз данных в сети Интернет, еженедельника «Аптека», изучены материалы съездов, конгрессов, симпозиумов, научно-практических конференций, информация, публикуемая в периодической печати, по вопросам здравоохранения.