

Секция «Технологии управления эффективностью: традиции и инновации»
**Инновационная компетентность организации как основа ее
конкурентоспособности**

Соколова Иоанна Александровна

Студент (бакалавр)

Самарский государственный экономический университет, Самара, Россия

E-mail: sokolova.ioanna@mail.ru

Под конкурентоспособностью организации понимается ее способность к завоеванию и поддержанию наиболее выгодной позиции в условиях меняющейся внешней среды. Под воздействием технологического прогресса усложняются условия макро- и микросреды, в которой функционируют и развиваются организации. Участники рынка создают собственные конкурентные преимущества, которые усиливают конкурентную борьбу между ними.

В условиях новой экономической формации, влияния тенденций глобализации и информатизации обусловлены изменения в составе и влиянии факторов конкурентоспособности бизнес-структур.

Акцентируя внимание на инновационных факторах, отметим, что инноваций нивелируют, а иногда и вовсе исключают влияние традиционных факторов (природных ресурсов, географического положения, климатических условий, капитала, полуквалифицированной или неквалифицированной рабочей силы) на положение организации в отрасли. Таким образом, доминантой обеспечения долговременных конкурентных преимуществ становится потенциал развития организации, определяемый наличием высокоэффективного персонала, возможности освоения инновационных технологий, доступности интеллектуальных нематериальных активов.

Большинство исследователей склоняются к тому, что вовлечение знаний в бизнес-процессы создают уникальные ресурсы, основная характеристика которых - это их нематериальный характер. К ним относятся: индивидуальные и коллективные знания, умения, уровень образования, мышление и опыт [3]. Однако, по своей сути, эти ресурсы не являются конкурентными преимуществами, а трансформируются в таковые только благодаря внутриорганизационным взаимодействиям с момента их мобилизации в процессе удовлетворения потребительских предпочтений, желаний, потребностей [1].

В этой связи необходимо развитие у организации определенной способности, раскрывающей возможности группы ресурсов в реализации некоторого вида деятельности или определенной задачи. В соответствии с ресурсным подходом [3] вырабатываются стратегические способности организации или ключевые, инновационные компетенции, базирующиеся на самих ресурсах: знаниях, персонале, навыках, проявляющихся в конкретной работе организации и определенном сочетании. При этом актуализируется роль инновационной компетентности как основной характеристики конкурентоспособности организации. Здесь оговоримся, что универсальной модели ее применения не существует. Ее особенность будет детерминирована спецификой отрасли, масштабом деятельности и располагаемым потенциалом развития. По определению [2] инновационная компетентность - это качественно новая интегрированная характеристика, дуальная сущность которой заключается как в профессиональной и личностной готовности персонала к изменениям, так и изначальной целеориентированности на создание и реализацию инновации. Для развития инновационной компетентности организации важное значение обретает менеджмент знаний, который преобразуется в определяющий фактор борьбы за формирование новых компетенций. Следовательно, в современной инновационной экономике управление знаниями и сопряженные с ним сферы деятельности организации обретают особое значение для создания конкурентных преимуществ организации. Компетенции, как логично изложено в [4] - это

результат аккумуляции и комбинирования одновременно всех типов знаний, и являются источником дифференциации организаций по уровню рентабельности.

Инновационная компетентность как некая совокупность внутриорганизационных знаний, не доступна непосредственному восприятию со стороны потребителя [5]. Она косвенно выражается в потребительной стоимости конечного продукта (услуги) через эффективность использования ресурсов и способностей в организационной и производственной системе с определенной конфигурацией.

Итак, можно констатировать, что на современном этапе развития общественных отношений знания становятся основной движущей силой и их необходимо рассматривать как один из факторов производства и основной компонент конкурентных преимуществ.

Чем больше организация будет уделять внимание новым знаниям, развивая тем самым свои инновационные компетенции и предлагать потребителям то, в чем они нуждаются, тем более устойчивую конкурентную позицию она сумеет занять.

При таком понимании вопроса перед организациями при наращивании потенциала развития ставятся, как минимум четыре взаимообусловленные задачи.

Во-первых, это идентификация знаний, являющихся ценными для организации, соответствующих ее стратегическим ориентирам развития.

Во-вторых, это обеспечение доступности индивидуальных знаний для всех сотрудников организации с целью принятия наиболее эффективных решений, мобилизации интеллектуального потенциала.

В-третьих, необходимо обеспечить ускорение процессов передачи или распространения знаний для того, чтобы те, для кого это знание является необходимым, смогли бы воспользоваться им без временных затрат. Соблюдение принципа своевременности зачастую является определяющим в условиях динамичной среды.

В-четвертых, это генерация новых знаний. Управление процессами генерации и закрепления знаний должно строиться на основе системного подхода, предполагающего обеспечение синергии при взаимодействии всех элементов, которые необходимы для достижения целей организации в данной сфере.

Источники и литература

- 1) Земляков, Д.Н. Франчайзинг: Интегрированные формы организации бизнеса Текст. / Д.Н. Земляков, М.О. Макашев. М. : Юнити-Дана, 2003. -144 с.
- 2) Роздольская И.В., Ледовская М.Е. Актуализация феномена инновационной компетентности персонала как межотраслевой проблемы в условиях перманентных изменений // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2014. № 4 (52). С. 70-77.
- 3) Тематический обзор по областям исследований научной специальности ВАК России 08.00.13 "Математические и инструментальные методы экономики"Текст. / О.В. Го-лосов [и др.]. - Тамбов : Изд-во ТГТУ, 2004. -236 с.
- 4) Knowledge Mapping for Industrial Purposes Text. / P. Speel, N. Shadbolt, W. de Vries, P. van Dam, K. O'Hara // Twelfth Workshop on Knowledge Acquisition, Modelling Management, 1999.
- 5) <http://www.mtas.ru/> (Сайт «Теория управления организационными системами. Институт проблем управления им. В.А. Трапезникова РАН)

Слова благодарности

к.э.н., доценту ФГБОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»
Дмитриевой Е.О.