

УДК: 332.024.3

DOI 10.52928/2070-1632-2023-65-3-53-58

**ДИФфуЗИЯ ЗНАНИЙ В СЕТЕВЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУРАХ:  
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ***канд. экон. наук, доц. П.Е. РЕЗКИН**(Полоцкий государственный университет имени Евфросинии Полоцкой)**ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2877-1272>*

*Диффузия знаний в сетевых предпринимательских структурах играет важную роль в развитии инноваций и конкурентоспособности хозяйствующих субъектов. В данной статье рассматриваются теоретические аспекты диффузии знаний в контексте сетевых предпринимательских структур. Особое внимание уделяется определению сетевых структур, диффузии знаний, её механизмам, роли социальных сетей и влиянию диффузии знаний на инновационные результаты. Анализируются факторы, влияющие на диффузию знаний, такие как культура организации, организационная структура и доступ к информации. На основе обзора литературы предлагаются рекомендации для дальнейших исследований в данной области.*

*Исследование выполнено при финансовой поддержке Белорусского республиканского фонда фундаментальных исследований (грант БРФФИ Наука МГ23М-065).*

**Ключевые слова:** *сетевые структуры, предпринимательство, диффузия знаний.*

**Введение.** В современном информационном обществе, где знания являются ключевым ресурсом, эффективное управление и передача знаний становятся все более важными для предпринимательских структур. Особенно в сетевых предпринимательских структурах, которые объединяют различные организации, предприятия, компании и индивидуальных предпринимателей, – процесс диффузии знаний играет решающую роль в их успешности и конкурентоспособности.

Исследование диффузии знаний в сетевых предпринимательских структурах является актуальной темой, поскольку оно позволяет понять, как знания распространяются и используются. Сетевые структуры становятся все более распространенными в современной экономике, так как они обеспечивают гибкость, доступ к ресурсам и повышают инновационный потенциал. Однако эффективная передача знаний между участниками сети является сложной задачей, требующей специального внимания и исследований.

Целью данной статьи является теоретическое исследование процессов диффузии знаний в сетевых предпринимательских структурах и определение факторов, влияющих на успешность этого процесса.

Исследование данных аспектов поможет предпринимательским структурам лучше понять, как эффективно управлять знаниями в сетевых организациях и создать благоприятные условия для инноваций, роста и развития.

**Основная часть.** Прежде чем перейти к изучению понятия «диффузия знаний», стоит разобраться с ключевым термином, используемым в данном контексте, – «сетевые предпринимательские структуры». В классическом научном понимании сетевые предпринимательские структуры представляют собой организации или организационные формы, основанные на сотрудничестве и взаимодействии между независимыми предпринимателями, компаниями либо иными хозяйствующими субъектами. Такие структуры объединяют усилия и ресурсы различных участников с целью достижения общих целей и усиления своей конкурентоспособности. Сетевые предпринимательские структуры играют важную роль в развитии региональной экономики, поскольку способствуют созданию сетей взаимодействия, обмену знаниями и опытом между предпринимателями, а также повышению производительности и конкурентоспособности регионального бизнеса. Они могут способствовать развитию новых технологий, укреплению местных рынков и привлечению инвестиций.

Существует несколько типов сетевых предпринимательских структур:

1. Бизнес-ассоциации и торговые палаты: организации, объединяющие предпринимателей и компании с общими интересами и целями. Они предоставляют платформы для обмена информацией, обучения, решения общих проблем и защиты интересов членов [1, с. 623–663]. Примером такого рода структур может служить Американская торговая палата (U.S. Chamber of Commerce).

2. Кластеры и инновационные партнерства: сети предприятий, сосредоточенных в определенном регионе или отрасли и сотрудничающих для развития инноваций и повышения конкурентоспособности. Они способствуют обмену знаниями, совместным исследованиям и разработкам, а также созданию синергии между компаниями [2, с. 66]. Одной из форм сотрудничества в данном случае может быть взаимодействие между предпринимателями, образовательными учреждениями, государственными органами и другими заинтересованными сторонами на местном (региональном) уровне, что способствует развитию экономики региона, созданию рабочих мест, стимулированию инвестиций и улучшению бизнес-среды. Примером такого взаимодействия могут служить Кембриджский кластер в Великобритании или Инновационно-промышленный Новополоцкий нефтехимический кластер.

3. Франчайзинг и лицензирование: сетевые модели бизнеса, при которых предприниматель (франчайзи) приобретает право использования бренда, знаний и опыта уже существующей компании (франчайзера). Франчайзи получает поддержку и ресурсы франчайзера, а тот расширяет свой бизнес за счет новых филиалов. Примером может служить мировой бренд McDonald's.

4. Партнерства и альянсы: сотрудничество между независимыми компаниями для достижения общих целей, таких как разработка новых продуктов, расширение географического присутствия или совместный маркетинг. Примером может служить сотрудничество компаний IBM и Apple в области разработки приложений и технологий.

5. Бизнес-инкубаторы и акселераторы: организации, которые предоставляют поддержку и помощь стартапам и молодым предприятиям. Бизнес-инкубаторы обычно предлагают инфраструктуру, консультации, обучение и финансирование, чтобы помочь предпринимателям успешно запустить свой бизнес. Акселераторы, с другой стороны, фокусируются на быстром масштабировании уже существующих стартапов.

Это лишь несколько примеров сетевых предпринимательских структур. В реальной практике могут существовать и другие формы сетевых взаимодействий, а также комбинации различных подходов в конкретных регионах, в зависимости от особенностей бизнес-среды и отраслей.

Анализируя более глубоко формы возможного сетевого взаимодействия различных хозяйствующих субъектов, можно выделить ряд преимуществ для региональной экономики:

1. Разделение ресурсов. Сетевые структуры позволяют предприятиям в регионе совместно использовать ресурсы, такие как финансы, технологии, знания, опыт и сети контактов. Это позволяет участникам сети сократить издержки и повысить эффективность использования ресурсов.

2. Обмен знаниями и опытом. Через сотрудничество в сетевой структуре предприниматели могут обмениваться знаниями, передавать опыт и учиться друг у друга. Это способствует инновациям, повышению качества продукции и услуг, а также развитию производительности и конкурентоспособности региона.

3. Создание новых возможностей. Сетевые предпринимательские структуры способствуют возникновению новых возможностей для бизнеса и развитию новых продуктов и услуг. Через сетевые связи предприниматели могут обнаружить новые рынки, исследовать совместные проекты и расширять свою клиентскую базу.

4. Усиление конкурентоспособности. Сетевые структуры способствуют усилению конкурентоспособности регионального бизнеса. Предприниматели могут объединить свои усилия и конкурировать на рынке с более крупными компаниями или национальными брендами. Коллективные усилия позволяют участникам сети предлагать инновационные решения, более высокое качество или более конкурентные цены.

5. Повышение привлекательности региона. Сетевые структуры могут сделать регион более привлекательным для инвестиций и предпринимательства. Создание сетей взаимодействия и сотрудничества привлекает внимание инвесторов и предпринимателей, которые видят потенциал для развития бизнеса в такой экосистеме.

6. Развитие инноваций. Сетевые структуры способствуют развитию инноваций и технологий в регионе. Взаимодействие между предпринимателями и обмен знаниями стимулируют разработку новых идей, технологических решений и продуктов, что способствует развитию экономики и созданию рабочих мест.

Подытоживая вышеизложенное, можно сделать вывод о рациональности и эффективности создания и функционирования различных форм сетевых структур. Однако во многом успешная работа таких структур зависит от качественного обмена информацией, т.е. так называемой диффузии знаний.

Диффузия знаний в сетевых предпринимательских структурах играет важную роль в процессе обмена информацией и опытом между участниками. Взаимодействие между хозяйствующими субъектами способствует распространению знаний, обучению и трансферу технологий, что может способствовать развитию инноваций и повышению конкурентоспособности. В сложившейся практике сформировались некоторые теоретические подходы к реализации процесса диффузии знаний [3, с. 833–863]:

1. Межфирменное обучение. Этот подход предполагает, что хозяйствующие субъекты могут обмениваться знаниями и опытом в рамках сотрудничества и партнерства. Межфирменное обучение может осуществляться через совместные исследования, обучающие программы, обмен персоналом и прочие формы сотрудничества. Это позволяет хозяйствующим субъектам учиться друг у друга, адаптировать передовой опыт и инновации для своих нужд.

2. Обмен знаниями. Механизм обмена знаниями предполагает передачу информации и ноу-хау между участниками сетевых структур. Это может включать формальные процессы, такие как семинары, конференции, внутренние базы знаний, а также неформальные способы общения и информационного обмена между сотрудниками и экспертами.

3. Трансфер технологий. Этот механизм диффузии знаний фокусируется на передаче конкретных технологий и инноваций между фирмами. Трансфер технологий может осуществляться через лицензирование, совместные проекты и сотрудничество в области исследований и разработок. Это позволяет фирмам использовать технологические достижения других участников и внедрять их в свою деятельность.

В тоже время диффузия знаний в сетевых предпринимательских структурах происходит через различные механизмы, которые облегчают обмен и распространение знаний между участниками сети:

1. Сообщества практиков: группы людей, которые объединены общим интересом или опытом работы в определенной области. Члены таких сообществ активно обмениваются опытом, знаниями, лучшими практиками и неформальным знанием. В рамках их взаимодействия происходит коллективное обучение и выработка новых идей. Участники могут проводить семинары, вебинары, форумы и другие формы взаимодействия для обмена знаниями. Это способствует диффузии знаний внутри сообщества и позволяет участникам использовать знания других членов для своего профессионального развития.

2. Открытая инновация: активное использование внешних источников знаний для инновационных процессов предпринимательских структур. Организации могут устанавливать партнерства с внешними сторонами, включая университеты, исследовательские центры, стартапы и другие компании, чтобы получить доступ к их

экспертизе и знаниям. Это может происходить через совместные исследования, совместное развитие продуктов, лицензирование технологий или приобретение других компаний. Открытая инновация позволяет предпринимательским структурам быстрее и эффективнее распространять знания, ускоряя процесс инноваций.

3. Сети знаний: формальные и неформальные связи между людьми и организациями, которые облегчают обмен знаниями и опытом. Эти сети могут включать отраслевые ассоциации, профессиональные организации, научные консорциумы и онлайн-сообщества. Участники сетей знаний могут общаться через регулярные встречи, конференции, форумы или платформы обмена знаниями. Сети знаний позволяют предпринимательским структурам устанавливать контакты с другими экспертами, делиться информацией и получать обратную связь, что способствует диффузии знаний и стимулирует инновации.

4. Посредники знаний: участники, облегчающие передачу знаний между различными участниками сети. Это могут быть специалисты по управлению знаниями, консультанты или специализированные команды в предпринимательских структурах. Посредники знаний имеют глубокое понимание потребностей и возможностей участников сети и помогают установить связи, создать платформы для обмена знаниями, организовать тренинги и семинары, а также разработать системы управления знаниями. Они также могут способствовать созданию культуры знаний в предпринимательской структуре, поощрять сотрудников делиться своими знаниями и опытом.

5. Цифровые платформы и инструменты: внутренние корпоративные порталы, социальные сети, системы управления знаниями, веб-конференции и другие онлайн-инструменты. Через эти платформы участники могут обмениваться информацией, задавать вопросы, делиться своими идеями и обратной связью. Цифровые платформы также позволяют сохранять знания в структурированной форме, делая их доступными для последующего использования.

В целом, диффузия знаний в сетевых предпринимательских структурах основана на активном обмене знаниями между участниками, использовании внешних источников знаний, взаимодействии через сообщества практики и сети знаний, а также использовании цифровых платформ и инструментов. Эти механизмы способствуют созданию инновационной среды, повышают конкурентоспособность предпринимательских структур и обеспечивают их успешное развитие в современной экономике.

Таким образом, диффузия знаний в сетевых предпринимательских структурах – это процесс передачи и распространения информации, навыков, опыта и знаний между участниками сети. Он основан на взаимодействии и обмене информацией между участниками, с целью улучшения эффективности и инновационности предпринимательской деятельности внутри сети.

Если исходить из представленного выше определения, то механизм диффузии знаний должен включать в себя следующие элементы [4, с. 776–793]:

1. Коммуникация. Эффективная коммуникация является ключевым механизмом диффузии знаний. В сетевых предпринимательских структурах участники могут обмениваться информацией и идеями через различные каналы коммуникации, такие как встречи, совещания, электронная почта, веб-платформы и социальные сети. Коммуникация позволяет передавать знания от экспертов к новичкам, а также обеспечивает обратную связь и обмен мнениями между участниками.

2. Обучение и обмен опытом. Организация тренингов, семинаров и рабочих групп внутри сети способствует обучению участников и обмену опытом. Это позволяет распространять новейшие знания и передавать практики, а также помогает участникам развивать свои профессиональные и предпринимательские навыки.

3. Создание сетей контактов. Регулярное проведение сетевых мероприятий, таких как конференции, форумы и выставки, способствует созданию сетей контактов между участниками сети. Это облегчает обмен информацией и установление деловых связей, которые могут способствовать передаче знаний.

4. Использование информационных и технологических платформ. Современные информационные и технологические платформы, такие как веб-порталы, базы знаний и социальные сети, предоставляют участникам сети доступ к информации и возможность взаимодействия. Эти платформы позволяют распространять знания, обмениваться опытом и обсуждать идеи в удобной и доступной форме.

5. Поддержка инноваций. Создание стимулов и механизмов поддержки инноваций внутри сети способствует диффузии знаний. Например, внедрение системы вознаграждения за инновационные идеи может стимулировать участников к активному обмену знаниями и предложению новшеств.

Говоря о диффузии знаний, нельзя не сказать в данном контексте о другом аспекте, играющем важную роль в современном мире, – социальных сетях. Сегодня социальные сети играют важную роль в распространении знаний и информации. Они предоставляют платформу для обмена знаниями, идеями и опытом между людьми. Когда речь идет о предпринимательских структурах, социальные сети могут быть особенно актуальными для распространения знаний, связанных с бизнесом, инновациями и возможностями для сотрудничества.

Итак, обобщая изложенное, в сетевых предпринимательских структурах существуют ключевые акторы, которые играют важную роль в распространении знаний и влияют на коммуникационные паттерны. Эти акторы могут быть предпринимателями, инноваторами, экспертами или даже влиятельными лидерами мнений. Они обладают ресурсами, связями и информацией, которые позволяют им влиять на потоки знаний в сети. Ключевые акторы в сетевых предпринимательских структурах могут оказывать значительное влияние на распространение знаний. Их влияние может проявляться в виде:

1. Влияние на принятие решений. Ключевые акторы могут влиять на решения других участников сети, предоставлять рекомендации и экспертное мнение, что влияет на принятие решений, связанных с бизнесом и инновациями.

2. Доступ к ресурсам. Ключевые акторы могут обладать ценными ресурсами, такими как финансы, информация или связи. Они могут делиться этими ресурсами со своими связями в сети, способствуя распространению знаний.

3. Формирование коммуникационных паттернов. Ключевые акторы могут играть роль в формировании коммуникационных паттернов в сети, служить «мостами» между различными группами и сообществами, способствуя обмену знаниями и информацией между ними.

Сетевые структуры в предпринимательских сетях могут принимать различные формы: централизованные, децентрализованные или подчиненные. В каждой из этих структур существуют специфические коммуникационные паттерны, которые могут влиять на распространение знаний. Например, в централизованной структуре, где существует один или несколько ключевых акторов, коммуникационные паттерны могут быть сосредоточены вокруг этих акторов. Они играют роль центральных узлов, через которые проходит основной поток информации и знаний. В децентрализованной структуре коммуникационные паттерны могут быть более равномерными и горизонтальными. Участники сети имеют возможность обмениваться знаниями напрямую друг с другом, без явного централизованного контроля. Подчиненная структура предполагает иерархическое распределение власти и ресурсов. Ключевые акторы в этой структуре могут играть роль посредников, координируя потоки знаний между более низкими уровнями иерархии.

Важно отметить, что сетевые структуры и коммуникационные паттерны могут существовать в различных комбинациях и зависеть от конкретного контекста и организационных особенностей.

Исследования роли социальных сетей в диффузии знаний и анализ ключевых акторов в сетевых предпринимательских структурах позволяют лучше понять, как происходит обмен знаниями и информацией в сети, и как влияют ключевые акторы на этот процесс. Эти исследования могут помочь разработать стратегии и инструменты для улучшения диффузии знаний, сетевого взаимодействия и инноваций в предпринимательских средах.

Как было отмечено ранее, диффузия знаний оказывает значительное влияние на инновационные результаты предпринимательских структур. Диффузия знаний представляет собой процесс распространения и передачи знаний от одного актора к другому. Она может происходить как внутри организации, так и между организациями, а также через различные каналы коммуникации, такие как научные публикации, конференции, семинары и технологические сети. Существует несколько механизмов, через которые диффузия знаний способствует инновационным результатам предпринимательских структур [5, с. 331–342]:

1. Увеличение доступности знаний. Диффузия знаний позволяет предпринимательским структурам получать доступ к новым и актуальным знаниям, которые могут стать основой для инноваций. Распространение информации о новейших исследованиях, разработках и технологиях позволяет предприятиям быть в курсе последних тенденций и применять их в своей деятельности.

2. Содействие коллаборации и сотрудничеству. Диффузия знаний способствует сотрудничеству между предпринимательскими структурами, исследовательскими учреждениями, университетами и другими организациями. Обмен знаниями и опытом позволяет создавать партнерства и совместные проекты, что может привести к разработке новых продуктов, услуг и технологий.

3. Снижение издержек и рисков. Диффузия знаний позволяет предпринимательским структурам учиться на опыте других и избегать повторения ошибок. Предприятия могут использовать знания, накопленные другими организациями, чтобы улучшить свои процессы, сократить издержки и риски, а также оптимизировать инновационные проекты.

4. Стимулирование творческого мышления и инноваций. Диффузия знаний может способствовать развитию творческого мышления и стимулировать инновационные идеи. Предпринимательские структуры, осведомленные о последних разработках и исследованиях, могут использовать эти знания в своей работе, чтобы разработать новые продукты, услуги или процессы.

5. Создание благоприятной инновационной среды. Диффузия знаний способствует созданию благоприятной инновационной среды, где идеи, знания и опыт могут свободно обмениваться. Это может привести к формированию инновационной культуры в предпринимательских структурах, где инновации становятся неотъемлемой частью организационной стратегии [6, с. 6–7].

В целом, диффузия знаний играет важную роль в повышении инновационной активности предпринимательских структур. В результате предпринимательские структуры могут успешнее разрабатывать и внедрять инновационные продукты, услуги и процессы, что способствует их конкурентоспособности и росту. Несмотря на то, что диффузия знаний может иметь положительное влияние на инновационные результаты предпринимательских структур, эффекты могут быть различными в зависимости от контекста и специфики отрасли. Факторы, такие как доступность знаний, качество коммуникации, гибкость организационной структуры и способность адаптироваться к изменениям, также могут оказывать влияние на результаты диффузии знаний и инновационную активность предпринимательских структур. Для проведения анализа влияния диффузии знаний на инновационные результаты предпринимательских структур могут быть использованы различные методы и подходы, включая количественные и качественные исследования, анализ баз данных, опросы и интервью с предпринимателями и экспертами и другие инструменты. Исследования в этой области могут помочь предпринимательским структурам более осознанно использовать диффузию знаний для стимулирования инноваций и обеспечения конкурентных преимуществ. Они также могут способствовать разработке политик и программ, направленных на поддержку диффузии знаний и инноваций в предпринимательском секторе.

Важно отметить, что успешная диффузия знаний требует создания благоприятной среды, где предприниматели и организации могут обмениваться знаниями и устанавливать сотрудничество. Государственная поддержка, развитие инфраструктуры для обмена знаниями, создание сетей и платформ для взаимодействия между предпринимателями и исследовательскими организациями – все это может способствовать успешной диффузии знаний и инновационным результатам.

**Заключение.** Таким образом, анализ влияния диффузии знаний на инновационные результаты предпринимательских структур является важным исследовательским направлением, которое может помочь улучшить понимание роли знаний и их передачи в развитии инноваций и росте предпринимательства. Данные вопросы требуют дальнейшего изучения и могут стать перспективным направлением последующих научных исследований.

Следует отметить, что сегодня диффузия знаний в сетевых предпринимательских структурах зависит от различных факторов, которые могут способствовать или ограничивать этот процесс:

1. Культура знаний. Культура, которая поощряет обмен и распространение знаний, способствует их диффузии. Если организационная культура ценит и поощряет коллективное обучение, сотрудничество и передачу знаний, это создает благоприятную среду для диффузии знаний.

2. Технологическая инфраструктура. Наличие современных информационных и коммуникационных технологий, таких как сети, базы данных, внутренние социальные сети и средства электронного общения, может значительно улучшить возможности для диффузии знаний. Организации, обладающие прогрессивной технологической инфраструктурой, могут легче обмениваться информацией и опытом между сотрудниками и отделами.

3. Структура организации. Структура организации может оказывать влияние на диффузию знаний. Гибкая и децентрализованная структура, которая способствует свободному потоку информации и обмену между различными уровнями и подразделениями, может способствовать диффузии знаний. Напротив, жесткая и централизованная структура может ограничивать передачу знаний и инноваций.

4. Лидерство и руководство. Руководство играет важную роль в создании окружения, которое поощряет диффузию знаний. Лидеры должны проявлять поддержку и заинтересованность в обмене знаниями, устанавливать ясные цели и стимулировать сотрудников к активному участию в процессе обмена знаниями.

5. Коммуникационная сеть. Существование открытой и эффективной коммуникационной сети внутри организации может существенно повлиять на диффузию знаний. Если сотрудники имеют возможность свободно общаться, обмениваться идеями и опытом, это способствует распространению знаний.

6. Мотивация и стимулирование. Мотивация сотрудников для активного участия в процессе диффузии знаний является одним из ключевых факторов. Сотрудники должны видеть ценность и пользу от обмена знаниями, а также получать подходящие стимулы, такие как вознаграждения, признание или повышение, за свой вклад в распространение знаний.

7. Конкуренция и сотрудничество. Конкуренция между различными предпринимательскими структурами может ограничивать диффузию знаний из-за стремления сохранить конкурентное преимущество открытой и эффективной коммуникационной сети внутри организации может существенно повлиять на диффузию знаний. Если сотрудники имеют возможность свободно общаться, обмениваться идеями и опытом, это способствует распространению знаний.

8. Ограничения доступа к информации. Некоторые организации могут ограничивать доступ сотрудников к определенным типам информации или разделять знания внутри узкого круга лиц. Это может ограничивать диффузию знаний и затруднять обмен опытом между сотрудниками.

9. Географическое расположение. Расположение географически удаленных офисов или подразделений может создавать преграды для эффективной диффузии знаний. Однако современные средства связи и технологии удаленного сотрудничества могут помочь преодолеть эти ограничения.

10. Уровень образования и навыков сотрудников. Высокий уровень образования и навыков сотрудников способствует более эффективной диффузии знаний. Если сотрудники обладают навыками коммуникации, анализа и синтеза информации, они могут лучше усваивать и передавать знания внутри организации.

Это лишь некоторые из факторов, которые могут влиять на диффузию знаний в сетевых предпринимательских структурах. Реальные условия и контекст каждой организации могут привнести дополнительные факторы, которые следует учитывать при анализе данного процесса.

Диффузия знаний является ключевым элементом развития сетевых предпринимательских структур. В данной статье были рассмотрены теоретические аспекты диффузии знаний, включая понятие диффузии знаний, факторы, влияющие на нее, и механизмы, которые способствуют этому процессу. Дальнейшие исследования в этой области помогут более глубоко понять и оптимизировать диффузию знаний в сетевых структурах.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Glaeser E. L., Kerr W. R. Local Industrial Conditions and Entrepreneurship: How Much of the Spatial Distribution Can We Explain? // Journal of Economics & Management Strategy. – 2009. – Vol. 18 (3) – P. 623–663.
2. Региональная экономика: учеб. для вузов / Е.Л. Плисецкий и др.; под. ред. Е.Л. Плисецкого – 3-е изд., перерад. и доп. – М.: Юрайт, 2023. – 532 с.
3. The reification of absorptive capacity: A critical review and rejuvenation of the construct / P. J. Lane, B. R. Koka, S. Pathak // Academy of Management Review. – 2006. – Vol. 31 (4) – P. 833–863.

4. Knowledge Sharing in Organizations: Multiple Networks, Multiple Phases / M. T. Hansen, M. L. Mors, B. Lovas // Academy of Management Review. – 2005. – Vol. 48 (5) – P. 776–793.
5. Pyka A., Prettner K. Economic Growth, Development, and Innovation: The Transformation Towards a Knowledge-Based Bioeconomy // Bioeconomy. – 2017. – P. 331–342.
6. Ablaev I. Innovation Clusters and Regional Development // Journal of Economics & Management Strategy. – 2018. – Vol. 17(3) – P. 1–10.

Поступила 23.10.2023

## DIFFUSION OF KNOWLEDGE IN NETWORK ENTREPRENEURSHIP STRUCTURES: THEORETICAL ASPECTS

**P. REZKIN**

*(Euphrosyne Polotskaya State University of Polotsk)*

*Diffusion of knowledge in network business structures plays an important role in the development of innovation and competitiveness of business entities. This article examines the theoretical aspects of knowledge diffusion in the context of networked entrepreneurial structures. Particular attention is paid to the definition of network structures, knowledge diffusion, its mechanisms, the role of social networks and the impact of knowledge diffusion on innovative results. Factors influencing knowledge diffusion, such as organizational culture, organizational structure and access to information, are analyzed. Based on the literature review, recommendations for further research in this area are proposed.*

*The Research was carried out with the financial support of the Belarusian Republican Foundation for Fundamental Research (grant from the BRFFR Science M G23M-065).*

**Keywords:** *network structures, entrepreneurship, knowledge diffusion*