

## ЛОКАЛЬНИЙ ІННОВАЦІЙНИЙ КЛІМАТ І ЙОГО СКЛАДОВІ

Федулова І.В.

Національний університет харчових технологій

Необхідність вивчення зовнішнього середовища є внеском системного підходу в науку про управління. При цьому наголошуються відразу декілька площин впливу зовнішнього середовища на підприємство. Основними прийнято вважати наступні [1, с. 118]: економічні (загальнонаціональна кон'юнктура і основні її показники: ВВП на душу населення, система оподаткування, рівень зайнятості, інфляція); політичні (напрями політики держави, розстановка сил в уряді і парламенті, майбутні вибори); ринкові (споживачі, постачальники, рівень попиту і пропозиції, тривалість життєвого циклу продукції); технологічні (зміни в технологіях, поява нових товарів); міжнародні (загальносвітова кон'юнктура і її основні показники, основні тенденції у взаємостосунках держав); чинники конкуренції (число конкурентів, коефіцієнт заповнення ринкових ніш); чинники соціальної поведінки (культурний і духовний розвиток, мода, стереотипи).

З точки зору інтенсивності взаємодії в оточенні ділової організації, зовнішнє середовище в умовно поділяють на три групи [2, с. 81-82]:

1. Локальне середовище – це фактори, які безпосередньо впливають на операції організації і відчують на собі прямий вплив цих операцій. Згідно інтересів і проблем, які повинна враховувати компанія при веденні бізнесу виділяють такі зони локального середовища: інтереси і уподобання клієнтів; інтереси і нормативи регулюючих органів; рівень розвитку ринків (на яких діє організація); проблеми конкуренції і балансу конкурентних сил.

2. Середовище непрямого впливу – це найбільш загальні сили, події, тенденції, які не пов'язані безпосередньо з операційною діяльністю організації, а формують контекст бізнесу в цілому. Виділяють сім груп таких сил: соціокультурні, технологічні, сили торгівлі, економічні, екологічні, політичні, правові.

3. Міжнародне середовище (середовище бізнесу багатонаціональних компаній) - це фактори міжнародного бізнесу, які вступають в дію, коли

компанія виходить за межі країни походження і починає освоювати зарубіжні ринки; до цих факторів відносять особливості культури, економіки, державного й іншого регулювання, а також політичної ситуації у країні.

Для підприємства складовими локального інноваційного клімату виступають галузь і регіон. Локальний інноваційний клімат, згідно цілей нашого дослідження, потрібно досліджувати з точки зору тих можливостей, які він надає підприємству для проведення успішної інноваційної діяльності і подолання тих бар'єрів, які перешкоджають їй. Можна сказати, що з цієї точки зору інноваційний клімат розглядається нами як сукупність всіх складових, зміна властивостей яких впливає на функціонування підприємства і чії властивості змінюють його поведінку, - це ступінь протидії або сприяння інноваційному розвитку.

Необхідно відзначити, що стан факторів зовнішнього середовища відбиває ринкова кон'юнктура. Кон'юнктура розглядається як сукупність умов, узятих разом у взаємозв'язку, ситуація, що склалася у певний період часу, стан речей [3]. Вищесказане підкреслює, що кон'юнктуру можна побачити у разі розгляду численних чинників, що визначають її зміну. Тому кон'юнктури немає поза рухом і змінами. Одні коливання і зміни кон'юнктурних показників відображають вплив постійно діючих сил, а інші – короткочасних. З цього виходить, що сутність кон'юнктури характеризується такими характеристиками, як [4, с. 68]: мінливість, часті коливання; нерівномірність; суперечливість, що виражається в тому, що різні показники можуть свідчити про розвиток протилежних тенденцій; єдність всіх існуючих суперечливих змін незважаючи на різнорідність чинників.

В сучасних умовах інноваційна діяльність повинна бути спрямованою, головним чином, на досягнення адекватності кон'юнктурі. Тому її дослідження є необхідною умовою ефективного управління інноваційною діяльністю підприємства. Як показав аналіз, перелік факторів, які включають у мікросередовище у різних літературних джерелах, не відрізняється особливо за змістом, але суттєво різняться за своєю структурою. Їх перелік вписується в три

головні компоненти: фактори, що стосуються споживачів; фактори, що стосуються різних ринків; фактори, що стосуються конкурентного середовища.

Нами пропонується розглядати локальне інноваційне середовище на основі факторів ринкової кон'юнктури, які ми пропонуємо структурувати в три компоненти (рис.): інтереси і уподобання споживачів; рівень розвитку ринків; конкуренція і баланс конкурентних сил.

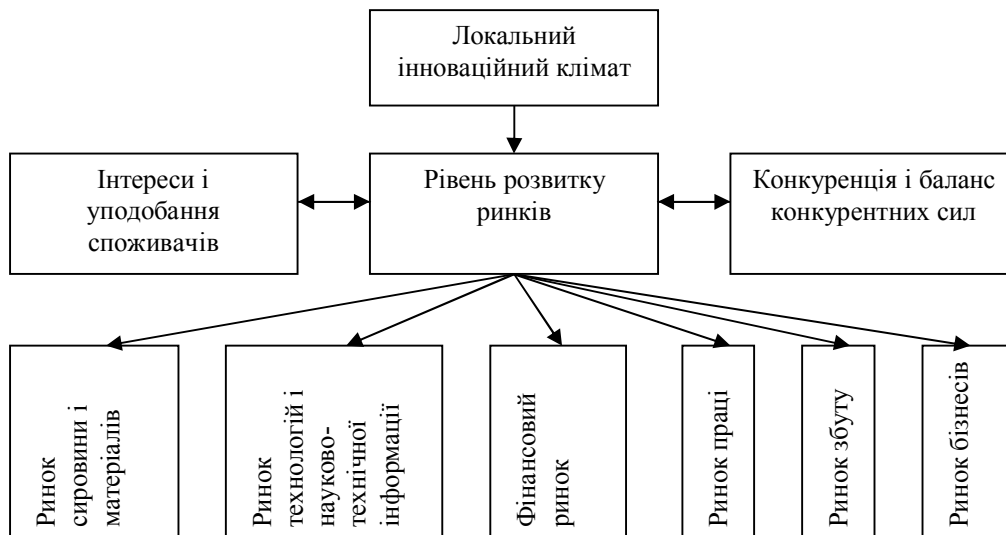


Рис. Структура локального інноваційного клімату підприємства

Вони включають основні первісні фактори, які відображують модель ринку, а саме стадію життєвого циклу продукції і галузі, загрозу появи на рику нових конкурентів і заміни власників, інтенсивність нововведень, вплив споживача та постачальника сировини. Такий підхід дозволить сформувати компоненти згідно основних факторів, які впливають на процес створення додаткової вартості на підприємстві.

### Література

1. Масленникова Н. П. Менеджмент в инновационной сфере : [учеб. пособие] / Н. П. Масленникова, А. В. Желтенков. – М. : ИД ФБК-ПРЕСС, 2005. – 536 с.
2. Дятлов А. Н. Общий менеджмент. Концепции и комментарии : [учебник] / А. Н. Дятлов, М. В. Плотников, И. А. Мутовин. – М. : Альпина-бизнес Букс, 2007. – 400 с.
3. Большая советская энциклопедия: [в 30-ти т.]. Т.13 / Под ред. А.М. Прохорова. – [3-е. изд.]. – М. : Советская энциклопедия, 1975. – 281 с.
4. Циганкова Т. М. Международный маркетинг : [учеб. пособие] / Т. М. Циганкова. – К. : КНЕУ, 1998. – 120 с.