

## Література

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф; пер. с англ. – СПб.: ПитерКом, 1999. – 416 с.
2. Будкін В. Основні етапи та регіональні особливості залучення прямих іноземних інвестицій в економіку України / В. Будкін // Регіональна економіка. – 2005. – №2(36). – С.59-67.
3. Иванов Ю.Б. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия / Ю.Б. Иванов. – Харьков: ХНЭУ, 2004. – 256 с.

УКД 338.242

**Вовк В.М., Романко Х.І.**

*Львівський національний університет імені Івана Франка*

**ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНУ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА**

**ПІДПРИЄМСТВА**

**Vovk V.M., Romanko K.I.**

**RESEARCHING THE STATE OF ENTERPRISE ENVIRONMENT**

Внаслідок значної динамічності та нестабільності зовнішнього середовища найважливіше завдання стратегічного управління підприємством полягає в забезпеченні його ефективної адаптації до будь-яких значущих змін середовища. Для вирішення такого завдання підприємству необхідно проводити збір, моніторинг і аналіз інформації, що відбиває стан факторів зовнішнього середовища на теперішній момент, а також. спрогнозувати його майбутні зміни, вивчати середовище фірми з точки зору окремих тенденцій, загроз, можливостей, які витікають зі стану даного середовища.

Дослідження стану зовнішнього середовища підприємства передбачає наступні етапи роботи:

1 етап. Структурування зовнішнього середовища підприємства, визначення найвагоміших чинників, що потребують дослідження. Для структурування зовнішнього середовища доцільно використати методику T.E.M.P.L.E.S. (Technology, Economics, Market, Politics, Laws, Ecology, Society). Дана методика дозволяє розглянути чинники зовнішнього середовища, розділивши їх на декілька груп. Кожен чинник аналізується з врахуванням різноманітних перспектив, це дає можливість передбачити зміни, що чекають компанію в майбутньому [2].

2 етап. Визначення “критичних точок” та меж аналізу зовнішнього середовища. Кількість та перелік “критичних точок” – визначаються індивідуально з врахуванням розміру підприємства, характеру його діяльності (спеціалізації), цілей та умов проведення діагностики, жорсткості часового обмеження та інших особливостей.

3 етап. Збирання інформації, необхідної для проведення дослідження. Інформаційною базою дослідження зовнішнього середовища є офіційні видання органів державної влади, статистична звітність державних органів,

конференції, періодичні видання, результати вибіркового дослідження та спостережень, вивчення точок зору спеціалістів підприємства та зовнішніх фахівців, проведення зборів та обговорень тощо.

4 етап. Визначення методичного інструментарію дослідження. Розроблені багаточисельні методи прогнозування і аналізу зовнішнього середовища, розраховані на те, щоб отримати інформацію про майбутній стан середовища, не дивлячись на нелінійність багатьох його параметрів, складність структури і непередбачуваність поведінки. На рисунку 1 представлено три групи цих методів.

1. Методи прогнозування застосовуються для визначення майбутніх тенденцій, змін та для передбачення майбутніх подій на підставі узагальнення аналізу теперішньої ситуації, її прогнозування на майбутнє.

2. Методи моделювання надають можливості побудувати таку модель дійсності, яка дає змогу спеціалістові з планування, змінюючи вхідні параметри та функції змінних, отримувати різноманітні варіанти майбутнього.



Рис. 1. Методи оцінки зовнішнього середовища підприємства.

3. Третя група методів – оцінка наслідків, дає змогу оцінити наслідки впливу очікуваних змін зовнішнього середовища на життєдіяльність підприємства та результати його господарсько-фінансової діяльності, визначити ступінь та вірогідність збігання декількох явищ.

5 етап. Проведення дослідження та узагальнення отриманих висновків.

Зовнішнє середовище підприємства здійснює значний вплив на результати його діяльності. Забезпечення економічної стійкості підприємства

можливе лише за умови комплексного, систематичного дослідження впливу чинників цього середовища.

Література:

1. Ансофф И. Стратегическое управление [Електронний ресурс] / Ансофф И. – Режим доступу: <http://strategy.bos.ru/books.phtml?id=1>
2. Гершун А.М. Анализ внешней среды бизнеса [Електронний ресурс] / – Режим доступу: [http://www.cfin.ru/management/strategy/plan/t\\_e\\_m\\_p\\_l\\_e\\_s.shtml](http://www.cfin.ru/management/strategy/plan/t_e_m_p_l_e_s.shtml)
3. Лігоненко Л.О. Антикризове управління підприємством: теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій. / Лігоненко Л.О. – К. : Київ. Нац. торг.-екон. ун-т, 2001. – 580 с.

УДК 330.341.1:338.49

**Гавришко І., Здрок В.**

*Львівський національний університет імені Івана Франка*

**ПРОБЛЕМИ СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНИХ  
БІЗНЕС-ІНКУБАТОРІВ В УКРАЇНІ**

**Gavryshko I., Zdrok V.**

**PROBLEMS OF TECHNOLOGY BUSINESS INCUBATOR  
ESTABLISHMENT AND DEVELOPMENT IN UKRAINE**

В контексті сучасної парадигми обмеженості природних ресурсів динаміка суспільно-економічних процесів визначається перш за все рівнем інноваційної активності, збільшення якого є одним з найважливіших системних чинників підвищення конкурентоспроможності та національної безпеки країни. Технопарки, технополіси, інноваційні бізнес-інкубатори, регіональні науково-промислові комплекси, консультативні й аналітичні фірми, науково-технічні центри, венчурні фірми утворюють організаційну основу інноваційних процесів, відіграють важливу роль у перенесенні високих технологій зі сфери фундаментальних розробок у виробництво і сприяють комерціалізації науки, позитивним структурним зрушенням в економіці та зростанню конкурентоспроможності продукції на світовому ринку. В контексті актуальності цієї тематики метою дослідження є аналіз сукупності факторів, що впливають на становлення та розвиток інноваційних бізнес-інкубаторів в Україні.

Згідно з законом України про інноваційну діяльність, інноваційний бізнес-інкубатор – це підприємство (об'єднання підприємств), що розробляє, виробляє і реалізує інноваційні продукти і (або) продукцію чи послуги, обсяг яких у грошовому вимірі перевищує 70% його загального обсягу продукції і (або) послуг[4].

До найвагоміших факторів, що впливають на становлення та розвиток інноваційних бізнес-інкубаторів, віднесемо ступінь державної підтримки