

КРИТЕРІЇ НАЛАГОДЖЕННЯ ВЗАЄМОДІЇ МІЖ УЧАСНИКАМИ ІННОВАЦІЙНОГО ЛАНЦЮГА

Функціонування організації передбачає укладання різних угод із бізнес-партнерами, які прямо чи опосередковано впливають на результативність інноваційних процесів. Ефективна інноваційна діяльність організації забезпечується не стільки протистоянням конкурентам, скільки налагодженим та взаємовигідним співробітництвом з ринковими контрагентами, насамперед, споживачами, постачальниками, посередниками, іншими зацікавленими групами.

До основних факторів необхідності налагодження взаємодії слід віднести:

- наявність загальних цілей для учасників, повне досягнення яких є можливим лише у процесі спільної діяльності;
- визнана всіма учасниками сформована загальна мотивація для досягнення спільної мети;
- поділ процесу досягнення спільної мети на певні функціонально пов'язані сукупності дій, операцій та їх розподіл між учасниками взаємодії;
- утворення цілісності спільної діяльності, що сприятиме виникненню взаємозв'язків і взаємозалежностей між учасниками цієї діяльності;
- погоджене, координоване виконання розподілених і об'єднаних індивідуальних діяльностей усіх учасників;
- необхідність в управлінні (включаючи самоуправління) — потреба, внутрішньо притаманна спільній діяльності;
- наявність єдиного завершального результату, загального для учасників спільної діяльності;
- єдине просторово-часове функціонування учасників взаємодії.

Пріоритетом сучасної концепції інноваційного розвитку є ланцюг створення вартості. Стратегічними цілями управління при цьому є вдосконалення ланцюга створення вартості через підвищення якості та корисності виконання функцій та завдань етапів інноваційного процесу. Оптимальна структура ланцюга створення вартостей зумовлюється галузевими факторами, рівнем радикальності інновації та рівнем стратегічного потенціалу організації.

Безперечно, умовою виконання спільної діяльності у інноваційних ланцюгах є процеси розподілу, об'єднання, погодження, управління індивідуальними цілями, мотивами, діями й результатами.

Тобто взаємодія перетворює, перебудовує виконувані інноваційні процеси, яка перестає бути індивідуальною, а стає формою спільної діяльності.

У процесі налагодження взаємодії учасників інноваційної діяльності слід орієнтуватися на такі основні принципи маркетингу взаємодії:

- принцип сумісного створення цінності та її розподіл між учасниками комунікацій;
- принцип узгодження інтересів усіх учасників команди проекту в реалізації першого принципу;
- принцип цінності всіх учасників інноваційного проекту, які брали участь у комунікативних зв'язках;
- принцип побудови ланцюга взаємодій усіх членів команди інноваційного проекту;
- принцип реального часу в організації ланцюгових взаємодій.

Критеріями оцінки взаємодії учасників можуть служити такі часткові показники: надійність; глибина; довготривалість та динаміка. До загальних відносять рівень стратегічного доповнення, посилення позицій на ринку, зменшення витрат, поділ ризику.