

ОСОБЛИВІСТЬ ПРОВАЙДІНГУ ЕКОЛОГІЧНИХ ІННОВАЦІЙ

Будь-яка діяльність, а тим паче інноваційна, не можлива без ресурсного забезпечення, під яким розуміються всі можливі види матеріальних та нематеріальних ресурсів (кадри, гроші, час, інформація, обладнання і т.д. і т.п.). В вітчизняній теорії та практиці в якості поняття забезпечення інноваційної діяльності широкого розповсюдження набула така категорія як «провайдинг інновацій». Слово «провайдинг», яке походить з англійської, дослівно означає «забезпечення» або «той, що забезпечує». І хоча більш за все даний термін використовується в сфері Інтернет доступу (інтернет-провайдинг, хост-провайдинг, контент-провайдинг, провайдер тощо), однак останнім часом все більшого застосування набуває і в інноватиці.

Провайдинг інновацій – це комплексне забезпечення процесу створення та виведення на ринок інноваційних товарів, що охоплює всі стадії інноваційного циклу товару.

Згідно даного визначення передбачається комплексне забезпечення інноваційної діяльності, що означає різні функціональні види забезпечення в їх сукупності, а саме:

- *психологічне* – під яким розуміється система заходів, що передбачає формування психологічної готовності до інновацій та направлена на отримання позитивних наслідків інновацій для всіх учасників інноваційної діяльності та суспільства в цілому. Саме цей вид забезпечення є одним з найбільш важливих при розробці та просуванні на ринку екологічних інновацій, які досить часто мають більше екологічний та соціальний ефект, а ніж економічний. В зв'язку з цим опір таким інноваціям починається ще на стадії їх розроблення. Так власник підприємства, маючи на меті максимізацію прибутку, не завжди розуміє важливість виробництва товарів та послуг, головним завданням яких є покращення екологічної ситуації. Такої ж думки притримуються і працівники підприємства, які мають витратити значну кількість сил та енергії на виробництво нової продукції, яка не завжди гарантує підвищення їх добробуту. Досить складним для таких інновацій є й процес їх просування на ринку. Зачасти екологічні товари (а тим паче інновації) є дорожчими за аналоги, що виконують такі ж функції, при цьому не передбачають екологічної спрямованості. І тому споживачі не готові їх купувати. Саме тут і виникає питання формування їх психологічної готовності до такого роду інновацій.

- *нормативно-правове (законодавче)* – передбачає систему законодавчих та нормативних актів, що регулює інноваційну діяльність; сюди відносяться також питання стандартизації та сертифікації інновацій, патентування та ліцензування, а також блок методичного забезпечення інноваційної діяльності. Як відомо, екологічна продукція передбачає необхідності великої кількості сертифікатів та підтверджень її дійсної екологічності. Однак екологічна продукція відноситься до пріоритетних напрямків інноваційної діяльності як в Україні, так і світі, що дозволяє підприємствам, які займаються її виготовленням отримувати певні привілеї.

- *маркетингове* – полягає в аналізі потреб споживачів та врахуванні їх в процесі розробки та виведення на ринок нового товару. Що стосується екологічних інновацій, то особливістю прогнозування потреб на них є той факт, що їх треба прогнозувати як у розрізі потреб окремих цільових споживачів, так і суспільства в цілому. Тобто саме тут виникає потреба застосування концепції інноваційного маркетингу в поєднанні з концепцією соціально-етичного маркетингу і всіх її особливостей.

- *фінансове (інвестиційне)* – пошук та оптимізація джерел фінансування інноваційної діяльності. Як відомо, керівники та власники підприємств не завжди розуміють важливість проведення інноваційної діяльності на підприємствах, і відповідно, не виділяють на це кошти. Ще гіршою є ситуація з екологічними інноваціями. Однак, тут набуває актуальності застосування таких джерел фінансування як міжнародні гранти та інвестиції, державні кошти, що направляються на підтримку та розвиток пріоритетних напрямків інноваційного розвитку, кошти отримані при створенні спільних підприємств.

- *інформаційне* – управління потоками та джерелами внутрішньої та зовнішньої інформації суб'єкта інноваційної діяльності. Особливістю даного процесу в сфері екологічних інновацій є те, що інформація, яку необхідно досліджувати та обробляти є досить прихованою та такою, що важко збирати. Адже інновації, а особливо екологічні, пов'язані з великим рівнем невизначеності та ризику. Тому традиційні методи збору та обробки інформації в багатьох випадках не є актуальними, що вимагає розроблення та застосування нових методик.

- *кадрове* – система заходів, направлених на навчання, підготовку, перепідготовку та аутсорсінг кадрів для інноваційної діяльності. Важливим в даному процесі є також навчання та підготовка кадрів в сфері економіки природокористування.

Викладене вище дозволяє зробити висновок, що провайдинг екологічних інновацій має свої особливості, які пов'язані в більшості випадків з особливостями даного виду продукції як товару.