

МЕТОДИКА ОЦІНЮВАННЯ ЗНАЧЕННЯ НОВИЗНИ ЕКОЛОГІЧНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ПРОДУКЦІЇ¹

Нагорний Є.І., к.е.н.

Сумський державний університет

Сучасний ринок товарів швидко змінюється, удосконалюються конструкції та технології, зростає рівень конкуренції, змінюються запити споживачів. Підприємство, прагнучи збереження та захисту своїх конкурентних позицій, повинне вміти не тільки закріпитися на ринку і розширити свій вплив на нові ніші без зменшення раніше завойованої частини ринку, а й зацікавити споживача певними новинками. Особливо це стосується виробників «екологічно-брудних» продуктів, оскільки в силу розповсюдження екологічних настроїв з боку споживачів, їх продукція буде нікому не потрібна, а виробник збанкрутує. Однак прийняття рішення про випуск нового продукту з поліпшеними екологічними властивостями є складним і значно ризикованим. Ринкові дослідження західних країн показують, що однією з головних причин «провалу» на ринку нових продуктів є недостатній рівень їх новизни. Визначення новизни екологічної продукції на початкових етапах інноваційного циклу її розроблення, є вирішальною ознакою того, що виробник і споживач однаково визначають її зміст і еконовинка не провалиться на ринку. Тому особливої уваги потребує розв'язання проблеми щодо розрахунку значення показника новизни екологічного товару.

В загальному випадку новизна це сукупність властивостей екологічної продукції, що характеризують її радикальну зміну стосовно предмета(-ів) внесених змін і дають їй право називатися новою у певному часово-просторовому вимірі. Предметами внесених змін можуть бути: ринок, споживач, технологія, характеристики продукції. У зв'язку з цим можна виділити такі основні види новизни продукції: *споживча новизна* – здатність нової чи традиційної продукції задовольняти зовсім нову потребу або значно ефективніше задовольняти вже існуючу; *товарна новизна* – часткова чи принципова зміна споживчих (або функціональних, економічних тощо) властивостей продукції; *виробнича новизна* – продукція, що вперше виготовляється даним підприємством без огляду на її якісні відмінності та ступінь новизни для ринку і споживача; *прогресивна новизна* – будь-які прогресивні зміни, що відрізняють продукцію від її аналогів і прототипів (ці зміни можуть стосуватися сировини, матеріалів, конструкції, технології тощо); *ринкова новизна* – продукти, які існують на інших ринках, але є новими для даного ринку; *маркетингова новизна* – створення унікальних ринкових умов реалізації продукції, методів ціноутворення, комунікацій, маркетингових стратегій; *екологічна новизна* – нові екологічні характеристики продукції, що призводять до зниження інтегрального екодеструктивного впливу на навколишнє середовище при одночасному підвищенні економічної ефективності у сферах їх виробництва та споживання; *соціальна новизна* – нові соціальні характеристики продукції, що призводять до отримання певного

¹Робота виконувалася за рахунок бюджетних коштів МОНмолодьспорт України, наданих на виконання науково-дослідної роботи на тему "Розроблення механізму впровадження екологічних інновацій" (№ держ. реєстр. 0112U001378)

соціального ефекту, одержуваного суспільством від виробництва та споживання інноваційної продукції.

Необхідно зазначити, що перелічені вище види, в сукупності становлять сукупну новизну продукту, або, *інтегральну новизну*. Однак для екологічної продукції вирішальне значення має екологічний вид новизни.

Оцінку рівня екологічної новизни продукції пропонується розраховувати експертним методом шляхом протиставлення еконовинки та її аналогів, що існують в даний час на ринку, за чинниками що визначають її значення, в системі «краще-гірше» (табл. 1).

Таблиця 1

Чинники екологічної новизни продукту (умовний виріб)

	Чинники	Шкала оцінок чинників										
		Гірше аналога					Рівень аналога	Краще аналога				
		-5	-4	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	+4	+5
Екологічна новизна												
1	Рівень екологічної чистоти технології виробництва						√					
2	Рівень упродовження мало- та безвідхідних технологій									√		
3	Рівень екологічно небезпечних режимів експлуатації продукції				√							
4	Рівень забруднення навколишнього середовища						√					
...	...										√	

Значення екологічної новизни пропонується розраховувати за формулою $I_{ek} = O_i_{отрим} / O_i_{max}$. Де $O_i_{отрим}$ – отримана кількість балів за шкалою оцінок чинників, що визначають екологічний вид новизни; O_i_{max} – максимальна кількість балів, що може бути отримана за екологічним видом новизни. Якщо $I_{ek} < 0$, товар не має екологічної новизни.

На нашу думку, екологічним можна вважати нову продукцію, яка характеризується рівнем екологічної новизни 0,40 і більше.

Економіка та менеджмент: перспективи розвитку : матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції, м. Суми, 22–24 червня 2012 року / за заг. ред. О. В. Прокопенко. – Суми : СумДУ, 2012. – С. 92-93.