

## ПРОВАЙДИНГ ЕКОЛОГІЧНИХ ІННОВАЦІЙ ЯК НЕОБХІДНА УМОВА ВИХОДУ УКРАЇНИ НА СВІТОВИЙ РИНОК ІННОВАЦІЙ

*Розглянуто існуючі погляди та підходи до розуміння поняття «провайдинг» та «провайдинг інновацій», запропоновано на цій основі авторське визначення. Виокремлено основні види забезпечення в рамках процесу провайдингу інновацій. Охарактеризовано основні особливості провайдингу екологічних інновацій.*

*The existing views and approaches to the concept of "providing" and "providing of innovations", proposed on this basis the author's definition. The main elements of innovation's providing are determined. The basic features of providing of ecological innovations are characterized.*

Необхідною умовою розвитку інноваційної діяльності в країні є наявність ефективної інфраструктури ринку інновацій (інноваційної інфраструктури). В Україні на сьогоднішній день інноваційна інфраструктура не є сформованою, що свідчить про відсутність і конкурентоспроможного вітчизняного ринку інновацій. Так, частка України в обсязі світового ринку інновацій (2 трлн 300 млрд. дол.) складає менше ніж 0,1%, в той час як частка США – 39%, Японії – 30%, Німеччини – 16% [1]. Однак, позитивним є той факт, що на сьогодні спостерігається тенденція до розподілу сфер впливу на світовому ринку інновацій, і в найближчі роки як мінімум 3-5% його обсягу поділять між собою країни, що не належать нині до лідерів. Таким чином, теперішній час є вирішальним для того, щоб вийти на передові позиції в сфері інноваційної діяльності. Особливо перспективним на сьогодні є сегмент екологічних інновацій. Темпи його зростання становлять до 10% щорічно в економічно розвинутих країнах [2]. І не скористатись цим для будь-якої держави було б нераціонально, особливо враховуючи досвід вітчизняних підприємств та чималу кількість розробок вітчизняних науковців в сфері економіки природокористування та екологізації економіки.

Проблеми розбудови та підвищення рівня інноваційної інфраструктури висвітлені в роботах багатьох науковців, таких як Ю.Бажал, В.Геець, Б.Патон, Б.Данілішин, Ю.Пахомов, П.Т. Бубенко. Теоретико-методичні основи обґрунтування і впровадження інновацій у діяльність підприємств досліджені у працях таких вчених як Алимов О.М., Антонюк Л.Л., Ілленкова С.Д., Кардаш В.Я., Кузьмін О.Є., Перерва П.Г., Чухрай Н.І. та ін. Концептуальні засади економіки природокористування висвітлені в роботах Балантайна П., Балацького О.Ф., Буркинського Б.В., Веклич О.О., Вернадського В.І., Врублевської О.В., Галушкиної Т.П., Данилишина Б.М., Євтушевського В.А., Забеліна С.І., Кортена Д., Медоуза Д., Мельника Л.Г., Норберг-Ходжа Х., Павліхи Н.В., Прокопенко О.В., Реймерса Н.Ф., Садченка О.В., Синякевича І.М., Теліженка О.М., Харічкова С.К., Хенса Л. та багатьох інших.

Однак, не дивлячись на чималу кількість публікацій, не вирішеними залишаються питання встановлення основних інструментів для формування фундаменту розвитку та комерціалізації екологічних інновацій в Україні. Адже, кількість інноваційно-активних підприємств, що займаються розробкою та виведенням на ринок екологічних товарів щороку зменшується, а більшість з тих екологічних інновацій, що щорічно виводяться на вітчизняний ринок не знаходять свого споживача.

Все це потребує визначення тих видів ресурсів, які є необхідною умовою формування вітчизняного ринку екологічних інновацій, що і є метою даної статті.

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. Хоча слід зазначити, що різні автори по різному подають його сутність (табл. 1).

Таблиця 1 – Аналіз категорійного апарату терміну «провайдинг інновацій»

Визначення	Недоліки
Інноваційний провайдинг – забезпечення безперервного процесу створення, удосконалення і трансферу наукової та інноваційної продукції за економічними правилами наукоємного ринку [3]	Не враховується етап виведення на ринок кінцевого споживача, або ж передбачає лише створення продукції промислового призначення
Провайдинг інновацій – система перетворення наукових знань на ринковий продукт з урахуванням інтересів усіх учасників інноваційного процесу [4]	Наукові знання як ринковий товар не завжди є інновацією. Не враховує початкових етапів інноваційного циклу – до результатів НДДКР.
Провайдинг інновацій – це посередницька діяльність у сфері трансферу технологій, що передбачає залучення фахівців-провайдерів до комерціалізації інноваційних розробок через консалтинговий супровід, венчурне фінансування та інноваційне бізнес-проекування з метою просування на ринок інноваційної продукції [5]	Передбачає лише один етап – трансферт та комерціалізацію товару-інновації
Інноваційний провайдинг – поєднання наукового, виробничого й бізнесового потенціалів аграрної сфери економіки. Поняття інноваційного провайдингу є ширшим, ніж інноваційної діяльності, оскільки він має на меті активне формування ринку інновацій та отримання прибутку при використанні інновацій як товару. Інноваційний провайдинг здійснює інвестування та підприємницький супровід інновацій в реальну економіку державу [6]	Розглядається занадто широко та розмито
Інноваційний провайдинг – комплексний цілісний процес формування, втілення в життя та подальшого супроводу системи заходів зі створення та просування на ринок нових товарів чи послуг, чия конкурентоспроможність ґрунтується на використанні нових наукових знань та прикладних розробок – наукоємних продуктів та послуг [7]	Не передбачає появи інновації, а розглядає лише новий наукоємний товар

Аналіз табл. 1 дав змогу визначити, що **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. Аналіз найбільш поширених поєднань термінів «інноваційна діяльність» та «забезпечення» дозволив встановити, які саме різновиди забезпечення перш за все потребує інноваційна діяльність з позицій провайдингу:

- *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;

- *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;

- *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;

- *інформаційне* – управління потоками та джерелами внутрішньої та зовнішньої інформації суб'єкта інноваційної діяльності;

- *кадрове* – система заходів, направлених на навчання, підготовку, перепідготовку та аутсорсінг кадрів для інноваційної діяльності.

Виходячи з розглянутих різновидів забезпечення пропонується наступна схема провайдингу інновацій (рис.1). При цьому слід зазначити, що всі ці різновиди забезпечення знаходяться в взаємодії і впливають один на одного.

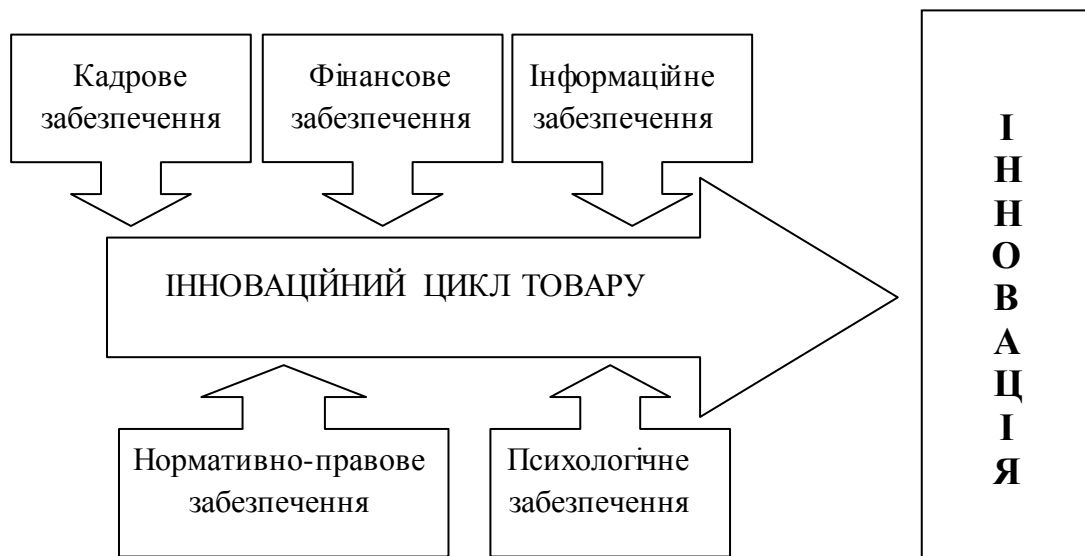


Рис. 1 Схема провайдингу інновацій

Однак, провайдинг екологічних інновацій має свої особливості, які пов'язані в більшості випадків з особливостями даного виду продукції як товару і впливають на кожний з елементів провайдингу в цілому. Розглянемо їх більш детально:

*Психологічне забезпечення.* 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 забезпечення.* 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.

*Фінансове (інвестиційне) забезпечення.* 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 забезпечення.* 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 забезпечення.* Важливим в даному процесі є також навчання та підготовка кадрів в сфері економіки природокористування.

Викладене вище дозволяє зробити наступні висновки:

1. Невідомою умовою розвитку та комерціалізації інновацій на ринку є процес провайдингу інновацій, який направлений на забезпечення інноваційної діяльності рядом ресурсів, що призводить до появи не просто нової продукції а дійсної інновації – нового, економічно вигідного виробнику та необхідного споживачу товару. Під забезпеченням мається на увазі психологічне, фінансове, кадрове, маркетингове, нормативно-правове та інформаційне забезпечення. Процес провайдингу інновацій відбувається на всіх стадіях інноваційного циклу товару, адже ризик невдачі існує на кожному етапі.

2. Провайдинг екологічних інновацій має свої особливості, які багато в чому пов'язані зі специфікою екологічної продукції як товару. Ці особливості мають чимало позитивних рис, таких як пріоритетність в Україні та світі, існування додаткових джерел інвестування та ін. Однак також вони несуть і певні перешкоди – необхідність сертифікації та ліцензування, додаткових знань в сфері економіки природокористування, відсутність інформації тощо.

1. Чухрай Н. Товарна інноваційна політика: управління інноваціями на підприємстві : підручник / Н. Чухрай, Р. Патора. – К. : КОНДОР, 2006. – 398 с.

2. Ілляшенко С.М., Прокопенко О.В. Мотиваційна стратегія екологізації інноваційної діяльності // Стратегія розвитку України (економіка, соціологія, право): Наук. журнал. Вип. 1-2 – К.: НАУ, 2009. - С. 280-287.

3. Володін С. А. Наукові основи інноваційного провайдингу на прикладі наукоємності сфери АПК / С. А. Володін. – К.: Дія, 2006. – 112 с.

4. Провайдинг інновацій : Підручник / М.П. Денисенко, А.П. Гречан, М.В. Гаман та ін.; за заг. ред. проф. М.П. Денисенка. – К. : «Видавничий дім «Професіонал», 2008. – 448 с.

5. Зінчук Т.О. Трансфер інноваційних технологій: сутність та значення у розвитку вітчизняної економіки [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/portal/soc\\_gum/znptdau/2012\\_2\\_4/18-4-28.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/znptdau/2012_2_4/18-4-28.pdf)

6. Кащук К.М. Вплив провайдингу інновацій на формування інноваційної інфраструктури аграрних підприємств [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/PORTAL/Chem\\_Biol/nppdaa/econ/2011\\_3\\_1/135.pdf](http://www.nbu.gov.ua/PORTAL/Chem_Biol/nppdaa/econ/2011_3_1/135.pdf)

7. Володін С. Інноваційні провайдери – продуценти наукоємного ринку / С. Володін // Економіст. – 2005. – №5. – С. 84-87.