

ЗАПРОВАДЖЕННЯ ЕКО-ІННОВАЦІЙ У БІЗНЕС-СТРАТЕГІЯХ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

На сучасному етапі розвитку світового господарства дослідження міжнародної екологічної безпеки зумовлено глобалізаційними процесами, які спрямовані на отримання економічного результату без урахування екологічної складової. Отже, екологічна складова інноваційного розвитку стає невід'ємною і поступово перетворюється на домінуючу на шляху до сталого розвитку країн і є ключовою при розробці сучасних бізнес-стратегій. За даними Давоського форуму 2014 року, серед піонерів технологій, яких щороку визначає Форум серед найбільш інноваційних підприємницьких компаній різних галузей, частка тих, які працюють у секторі «Довкілля», зростає з майже нульової позначки у 2000 р. до 42% у 2013 р., у той час коли сектор «Інформаційні технології» за цей же період зменшився майже вдвічі: з 85% до 47% [1].

Цьому факту є декілька пояснень. З одного боку, змінюються самі умови господарювання: дорожчають природні ресурси, все складнішим є доступ до ресурсів, які ще декілька років тому були в надлишку. З іншого – суспільство стає все більш чутливим до втрати якості довкілля, тому що негативний досвід декількох минулих десятиліть незаперечно підказує обмеженість можливостей екосистем поглинати відходи людської безвідповідальності. Однак найважливішим є той факт, що адекватне коригування економічного середовища, уже сьогодні спонукає найбільш відкриту до інновацій частину підприємств шукати шляхи для екологізації своєї діяльності.

Еко-інновації – це порівняно нова концепція науково-технічного розвитку. Одне з перших згадувань цього терміна ми знаходимо у книзі С. Fussier і Р. James [2]. Під еко-інноваціями вони розуміли процеси і продукти, які сприяють сталому розвитку. Відтак трошки пізніше Р. James пише: «Еко-інновація – це нові товари і послуги, які надають споживачеві і бізнесу доходи, суттєво зменшуючи при цьому вплив на довкілля» [3]. Майже через десять років вичерпне тлумачення цього терміна дають А. Reid і М. Miedzinski у звіті «Sectoral Innovation Watch in Europe Eco-Innovation». Під цим терміном вони розуміють «створення нових і конкурентно-оцінених товарів, послуг, процесів, систем і процедур, розроблених для задоволення людських потреб і забезпечення кращої якості життя для кожного, яке досягається разом із мінімальним використанням природних ресурсів (сировини і

матеріалів, енергії та природних ресурсів) в розрахунку на одиницю випуску, а також мінімальними викидами токсичних речовин».

Важливо зауважити, що ефект від запровадження еко-інновацій розглядають упродовж усього життєвого циклу продукту, а не обмежуються лише процесами виробництва, як це трапляється зазвичай, а це вже означає можливість виникнення змін у поведінці споживачів, їхньому способі життя та використанні виробів. На думку експертів найлегше піддаються екологізації саме процеси. Еко-інноваційні процеси характеризуються застосуванням нового або помітно покращеного способу виробництва і постачання. До цієї категорії відносять «організаційні» інновації, такі, як застосування нових методів у практиці бізнесу, організації робочого простору або в зовнішніх зв'язках організацій, а також у навчанні та перепідготовці персоналу. На завершальному етапі інноваційних процесів застосовують маркетинг інновацій (дизайн, пакування, розміщення і просування продукції), зокрема екологічне маркування виробів і процесів. Релевантними підходами тут є еколого-безпечне виробництво, безвідходні технології, ефективність використання ресурсів. Еко-інноваційними вважають вироби (послуги), які спричиняють мінімальний вплив на довкілля впродовж усього життєвого циклу.

Зменшення ресурсного та енергетичного відбитку виробів є складнішим, оскільки охоплює всі ланки життєвого циклу, а отже може потребувати розвитку інфраструктури, зміни звичок, відповідного інформування. Для проектування і продукування таких виробів використовують такі підходи, як еко-дизайн, довкільні технології, технологічні інновації для стійкості, а також дематеріалізацію виробів. Запровадження системних інновацій у бізнес-стратегіях дає найбільшу віддачу, але й потребує найбільших зусиль. Ці інновації торкаються не лише технологічних систем, вони потребують принципово нових технологій, які змінюють умови ринку, а також викликають різні види системних змін: у виробництві, в суспільстві та поведінці. Релевантними термінами тут є концепції аналізу життєвого циклу, стратегії «від колиски – до колиски», аналіз потоку сировини і матеріалів, інтегрована оцінка довкілля, інтегрована оцінка сталості, закриті матеріальні цикли, фактор 4 і фактор 10, дікаплінг, стале виробництво і споживання, еко-достаток, іматеріалізація, системи, орієнтовані на споживача і сталий спосіб життя. Як і будь-які інші зміни, еко-інновації мають свої рушійні і стримуючі сили. За умов екологічної глобалізації суспільство стає більш чутливим до питань збереження якості довкілля, тому можна сподіватися, що інтерес громадськості, переосмислення цінностей, правове та інституційне середовище створять відповідне підґрунтя для прискореного

розгортання процесів урахування екологічних обмежень у всіх сферах суспільного життя.

Формування інформаційного суспільства сприятиме покращеному інформуванню всіх його членів як про наслідки впливу їхньої діяльності на навколишнє середовище їхньої діяльності, так і про кращі способи запобігання еко-деструкціям. Потужним каталізатором згаданих процесів може стати і зростання цін на природні ресурси з огляду на їх обмеженість і вичерпність. Стрімке зростання витрат на ліквідацію наслідків стихійних лих змусить змінювати реактивну екологічну політику на проактивну на всіх рівнях її реалізації. Що ж до стримуючих чинників, то тут потрібно насамперед згадати інертність людської думки і поведінки, недостатність наших знань про глобальну екосистему, її синергетична природа, брак адекватних механізмів інтерналізації зовнішніх ефектів, а також звичайні фінансові обмеження, які випливають із егоцентричності та обмеженості наших інтересів. Посилення рушіїв еко-інновацій сприятиме формуванню лідируючих ринків, залученню всіх стейкхолдерів і дозволить прибрати існуючі перешкоди на шляху до формування післявуглецевої економіки.

Стратегії розвитку бізнесу мають сьогодні у своєму розпорядженні цілу низку дієвих інструментів для зміни моделей бізнесу. Але переважна більшість із них є не обов'язковими для виконання і запроваджується шляхом консультування, роботи в еко-мережах, перепідготовки кадрів, тож внутрішня мотивація підприємців до цього обмежена. Важливо, щоб бізнес отримав сигнали лідируючих ринків і зрозумів свою вигоду від якнайшвидшого оновлення діяльності як на матеріальному, так і нематеріальному рівні. У цьому йому мають допомогти дієва екологічна політика, споживач і економічна наука, які повинні підготувати підґрунтя для формування екологічно збалансованої економіки.

1. Давоський форум 2014 <http://www.weforum.org/>

2. C. Fussier and P. James. Driving Eco Innovation: A Breakthrough Discipline for Innovation and Sustainability. London: Pitman Publishing, 1996.

3. C. Fussier and P. James. Driving Eco Innovation: A Breakthrough Discipline for Innovation and Sustainability. London: Pitman Publishing, 1997.

Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу: збірник тез доповідей VIII Міжнародної науково-практичної конференції, 25-26 вересня 2014 року. – Суми : ТОВ "ДД "Папірус", 2014. - С. 216-219.