

ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ЕКОЛОГІЗАЦІЇ СПОЖИВАННЯ В КОНТЕКСТІ КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

*С.М. Ілляшенко, д.е.н., професор,
Ю.С. Шипуліна, к.е.н., доцент,
Н.С. Ілляшенко, к.е.н., доцент
Сумський державний університет*

В наш час поширена ідея, що розв'язати протиріччя між економічним зростанням і забезпеченням екологічної безпеки, створити передумови стійкого інноваційного розвитку вітчизняної економіки у руслі концепції інноваційного випередження можливо шляхом екологізації споживання. Це дозволить сформуванню екологічно-орієнтований попит який буде мотивувати і стимулювати екологізацію виробництва, а відповідно формування і посилення конкурентних переваг українських підприємств та установ.

Для формування механізму екологізації споживання авторами пропонується застосувати поєднання методології, методів і інструментів маркетингу інновацій і екологічного маркетингу у їх логічному взаємозв'язку [1]. Це дозволить забезпечити належну мотивацію ринково-орієнтованої інноваційної діяльності (а екологічна продукція як вироби, так і послуги у своїй більшості є інноваційною), задіяти дієві та перевірені багаторічною зарубіжною і вітчизняною практикою інструменти і методи визначення перспективних напрямків екологічно-орієнтованого інноваційного розвитку, зорієнтувати виробництво на задоволення екологічних потреб споживачів, провести маркетингове тестування екоінновацій, що різко збільшить їх шанси на ринковий успіх, сформуванню і стимулюванню попит на екологічну продукцію, ефективно просувати екологічні інновації на національні і міжнародні ринки.

В контексті задекларованих європейських перспектив України доцільним є вивчення досвіду країн ЄС у галузі екологізації споживання з метою впровадження перевірених методів і інструментів у вітчизняну практику, звичайно, з урахуванням української специфіки. Врахування цього досвіду дозволить уникнути помилок, скоротити терміни і підвищити ефективність робіт з розроблення методологічних та теоретико-методичних засад організаційно-економічного механізму екологізації споживання в Україні.

З цих позицій авторами сформовано комплекс науково-дослідних задач, вирішення яких дозволить розробити засади організаційно-економічного механізму екологізації споживання в контексті концепції сталого інноваційного розвитку:

- проаналізувати аналіз основних еколого-економічних проблем України, наявні підходи до їх розв'язання, розкрити їх сильні і слабкі сторони тощо;
- виконати аналіз частки екологічної продукції у загальному обсязі споживання в Україні, визначити структуру споживання за категоріями продукції (окремо продуктів широкого вжитку і промислового використання), а також за країнами її походження;

- виконати аналіз споживчої готовності за категоріями екологічної продукції і її споживачів, готовності різних категорій споживачів сплачувати підвищену ціну за екологічність продукції;
- провести порівняльний аналіз стану і перспектив екологічного споживання на ринку України та країн ЄС;
- дослідити і систематизувати методи та інструменти екологізації споживання, що діють в Україні, оцінити їх ефективність;
- виконати порівняльний аналіз методів і інструментів екологізації споживання в Україні і країнах ЄС;
- дослідити вплив мотивації і стимулювання екологізації споживання на попит на екологічну продукцію;
- дослідити взаємозв'язок між темпами зростання попиту і темпами зростання виробництва екологічної продукції, виконати якісний і кількісний аналіз взаємозв'язку;
- провести прогнози дослідження наявних і перспективних напрямів формування конкурентних переваг товаровиробниками України на основі параметрів екологічності виробництва та споживання їх продукції, порівняти з польським досвідом;
- розробити методологію та теоретико-методичні засади формування організаційно-економічного механізму екологізації споживання в Україні, включаючи принципи формування, функції, структура та склад елементів, суб'єкт та об'єкт управління, методи та інструменти управління тощо;
- розробити комплекс рекомендацій щодо впровадження організаційно-економічного механізму екологізації споживання в Україні.

Вирішення зазначених задач дозволить розв'язати проблему вибору адекватних заходів стимулювання і мотивування екологізації споживання, які б враховували специфічні особливості окремих груп споживачів, їх споживчі пріоритети тощо. Розв'язання цієї проблеми є вкрай необхідним, оскільки екологізація споживання буде стимулювати виробництво екологічної продукції, що у сукупності дозволить знизити екодеструктивний вплив на довкілля, сприятиме зростанню якості життя населення, формуватиме передумови сталого розвитку. Дослідження ланцюжка: екологічність споживання (екологічні потреби) → екологічні запити (потреби, підкріплені купівельною спроможністю) → екологічність виробництва (екологічність пропозиції) тощо у підсумку, крім перерахованого вище, дозволяє сформулювати і науково обґрунтувати підходи до виділення і посилення конкурентних переваг вітчизняних товаровиробників на національному і міжнародних ринках. А це створює умови сталого інноваційного розвитку вітчизняної економіки в руслі концепції інноваційного прориву.

Список використаних джерел

1. Ілляшенко С.М. Маркетингові засади впровадження екологічних інновацій : монографія / С. М. Ілляшенко; Сумський державний університет. – Суми : ТОВ "Друкарський дім "Папірус", 2013. – 184 с.