

## ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ЕКОЛОГО-ОРІЄНТОВАНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ<sup>1</sup>

© Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С., 2013

Запропоновано авторське визначення поняття "екологічно-орієнтована інноваційна культура", виконано систематизацію основних механізмів її формування та розвитку. Окреслено коло основних проблем формування екологічно-орієнтованої інноваційної культури та запропоновано рекомендації щодо їх розв'язання. Запропоновано підхід до визначення шансів екологічних інновацій на ринковий успіх залежно від стану складових інноваційної культури організації.

**Ключові слова:** інноваційна культура суспільства, інноваційна культура організації, сталий розвиток, екологізація виробництва і споживання, екологічні інновації.

S.M. Ilyashenko, Y.S. Shipulina  
Sumy State University

## PECULIARITIES OF FORMATION AND DEVELOPMENT OF ECOLOGICALLY-ORIENTED INNOVATIONAL CULTURE

© Ilyashenko S.M., Shipulina Y.S., 2013

The author's definition of "environmentally-oriented innovation culture" is proposed in the article, the basic mechanisms of its formation and development are described. The key issues shaping environmentally-oriented innovation culture are identified and recommendations for their solution are proposed in the article. The authors produced an approach to determining the possible chances of environmental innovations to market success, depending on the components of the organization's innovation culture.

**Key words:** society's innovation culture, organization's innovation culture, sustainable development, ecologization of production and consumption, environmental innovation.

**Постановка проблеми.** Економічний розвиток без екологічних обмежень, як свідчить вся історія людства, призводить до погіршення стану навколишнього природного середовища і навіть загрожує самому існуванню людської цивілізації. З цих позицій проблема екологізації процесів виробництва, споживання і утилізації продукції, особливо інноваційної, набуває гостроти. Інновації мають дуалістичну природу: вони сприяють підвищенню ефективності діяльності їх розробника і виробника, підвищують корисність споживання і використання тощо, однак водночас переводять на вищий рівень проблему урахування екологічних обмежень у інноваційному процесі. Наприклад, можливий екодеструктивний вплив мобільного телефону (електромагнітне випромінювання) є набагато більшим, ніж стаціонарного дротового телефонного зв'язку. Аналогічні застереження можна зауважити стосовно генної інженерії, нанотехнологій, термоядерного синтезу та інших інновацій, які перебувають на передній лінії науково-технічного прогресу (НТП).

<sup>1</sup> Робота виконувалася за рахунок бюджетних коштів МОНМС України, наданих на виконання науково-дослідної роботи на тему «Розроблення механізму впровадження екологічних інновацій» (номер держ. реєстр. 0112U001378).

Практика свідчить, що інноваційний шлях розвитку є безальтернативним, а загострення пов'язаних з ним екологічних проблем, які стали врівень із соціально-економічними, потребує екологізації інноваційної діяльності. Однією з головних її передумов є формування і розвиток екологічно-орієнтованої інноваційної культури. Згідно з [9], інноваційна культура є соціокультурним механізмом регулювання інноваційної поведінки людини і суспільства загалом.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Загалом, питання формування інноваційної культури, визначення її ролі у формуванні інноваційно сприятливого середовища досліджувалися у роботах багатьох науковців, зокрема [1–3, 5–7]. Вони дослідили сутність поняття інноваційної культури суспільства та організації, її вплив на активізацію інноваційної діяльності, окреслили склад основних елементів, визначили місце інноваційної культури в корпоративній культурі організації. Проте питання екологізації інноваційної культури практично не досліджувалися, що не дає змоги застосувати наявні та розробити нові механізми соціокультурного регулювання екологічно-орієнтованої інноваційної поведінки суб'єктів інноваційного процесу.

**Постановка цілей.** Отже, метою цього дослідження є визначення поняття “екологічно-орієнтована інноваційна культура”, уточнення складу механізмів і окреслення основних проблем її формування та розроблення рекомендацій щодо їх вирішення, розроблення методичних засад визначення шансів екологічних інновацій на ринковий успіх залежно від стану складових інноваційної культури організації.

**Виклад основного матеріалу.** З урахуванням визначення, що наведене в [9], і безальтернативності екологізації інноваційної діяльності, запропоновано авторське визначення екологічно-орієнтованої інноваційної культури. Вона розглядається як сукупність механізмів соціокультурного регулювання екологічно-орієнтованої інноваційної поведінки суб'єктів інноваційного процесу, які формують стійкі традиції сприймати нове, здатність і готовність його комплексно використовувати в інтересах загального прогресу, що супроводжується збереженням чи поліпшенням якості навколишнього природного середовища.

Системний аналіз і узагальнення літературних джерел, у яких розглянуто проблеми регулювання і стимулювання екологізації інноваційної діяльності, зокрема [4, 8], дав підстави визначити основні механізми формування і розвитку інноваційної культури:

- інформування населення про негативні наслідки використання неекологічних виробів та технологій, екологічний стан навколишнього середовища, екологічні та неекологічні товари (вироби та технології) та їх виробників, заходи, що вживаються для захисту довкілля;
- інформування населення і товаровиробників про екологічні вироби і технології, їх характеристики, про вигоди від екологізації виробництва і споживання (використання) тощо;
- формування норм суспільної поведінки, моральних цінностей, які демонструють життєвий успіх розробників екологічних інновацій і екологічно-орієнтованої інноваційної діяльності, толерантного ставлення до успіху інноваторів, бажання наслідувати їх приклад;
- формування ставлення товаровиробників (продавців) до екологічних потреб споживачів за принципом "споживач завжди правий". Проте треба врахувати зауваження, що відповідають принципу "розумної" орієнтації на потреби споживачів, який обмежує дотримання попереднього принципу [13]: споживачі далеко не завжди можуть сприймати істотні модифікації традиційних продуктів і тим більше принципово нові вироби; під час модифікації чи розроблення нових продуктів на основі результатів опитувань споживачів необхідно враховувати те, що споживачі звичайно чутливі до невеликих, але значущих для них змін у продукті; споживачі можуть не сприймати деякі товари чи зміни в традиційних товарах, призначених для захисту їхнього здоров'я чи для створення комфортніших умов праці;
- економічне стимулювання (формування) екологічної поведінки виробників і споживачів, зокрема: позитивне (держзамовлення, програмування, фінансування екологічних проектів і програм, податкові пільги та кредити, субсидування екоінновацій); негативне (платежі та збори за використання природних ресурсів, штрафи, продаж прав на забруднення, цінове регулювання);

- адміністративне регулювання екологічного виробництва і споживання (стандартизація продукції, нормування виробів та технологій, екологічна експертиза, ліцензування та лімітування, адміністративна відповідальність, заборони, антимонопольне регулювання, контроль тощо);
- організаційне забезпечення (екологічна освіта, екологічно-орієнтована інноваційна інфраструктура тощо).

За допомогою цих механізмів в Україні, як свідчать результати досліджень [10–12, 15, 16], сформовано:

- фактичну екологічно-зорієнтовану споживчу готовність щодо екоінновацій: більше ніж 80 % населення розуміють необхідність вирішення екологічних проблем [10], від 40 % до 90 % населення (залежно від виду продукції) готові сплачувати цінову надбавку за екологічність [12];
- потенційну готовність до екологізації продукції та технологій виробниками-інноваторами, оскільки вони розуміють, що екологічність є фактором конкурентоспроможності. Зокрема, 67% опитаних керівників ряду підприємств Сумської області [11] вважають екологічність продукції конкурентною перевагою, а 44 % – екологічні технології її виробництва. При цьому 72 % керівників висловили готовність вкладати кошти в екологізацію технологій і 83 % – в екологізацію продукції. Але ця готовність далеко не завжди трансформується у фактичну внаслідок обмеженості фінансування, високої вартості екологічних технологій, неієвості механізмів державної підтримки тощо.

Це свідчить як про результативність окремих з перерахованих вище механізмів і наявність дієвих факторів втягування екоінновацій ринком, так і про незначний вплив факторів екологічного тиску.

З метою визначення основних проблем формування екологічно-орієнтованої інноваційної культури та їх пріоритетності побудовано таблицю. Вона характеризує вплив зазначених вище механізмів на реалізацію основних функцій екологічно-орієнтованої інноваційної культури. Склад функцій визначено відповідно до [9]. Оцінки проставлено у клітинках таблиці за шкалою 1–10 методом експертних оцінок. Експертами було запрошено керівників та провідних фахівців ряду підприємств Сумської області, а також науковців, які є фахівцями у галузі економіки природо-користування, екологічного маркетингу та менеджменту.

Як випливає з аналізу таблиці, найпроблемнішою є реалізація інноваційної функції (25 балів із 70), далі – селекційної (28 з 70) та трансляційної (29 з 70). Проте стан всіх функцій є низьким, не більше ніж 41 % від максимально можливого. Результати аналізу можна використати для визначення пріоритетності механізмів розвитку екологічно-орієнтованої інноваційної культури. З табл. 1 видно, що найменшим є вплив механізмів формування норм суспільної поведінки та моральних цінностей, а також організаційного забезпечення екологізації.

Аналіз стану функцій інноваційної культури свідчить, що її екологізацію доцільно починати з інноваційної, насамперед, формуючи стереотипи екологічно-орієнтованої поведінки розробників, виробників та споживачів інновацій.

Відповідно до викладеного побудовано схему формування та розвитку екологічно-орієнтованої інноваційної культури поетапним задіянням її функцій (рис. 1). Як випливає зі схеми, основною (базовою) є інноваційна функція, на її основі формується селективна, а вже на базі цих двох – трансляційна.

### Укрупнена оцінка впливу механізмів формування та розвитку екологічно-орієнтованої інноваційної культури на реалізацію її основних функцій

Механізми	Функції інноваційної культури		
	Інноваційна	Селекційна	Трансляційна
Інформування населення і виробників про неекологічні вироби і технології	5	4	4
Інформування населення і виробників про екологічні вироби і технології	5	5	4
Формування норм суспільної поведінки, моральних цінностей	2	3	3
Формування пріоритетного ставлення товаровиробників (продавців) до екологічних потреб споживачів	4	5	5
Економічне стимулювання (формування) екологічної поведінки	3	4	4
Адміністративне регулювання екологічного виробництва і споживання	4	4	5
Організаційне забезпечення екологізації	2	3	4
<i>Сумарна оцінка</i>	25	28	29

Проте в Україні склалася доволі парадоксальна ситуація, яка полягає у тому, що базисна функція є менш розвинутою, ніж надбудови до неї (див. таблицю). Це свідчить про те, що існуюча практика екологічно-орієнтованої інноваційної діяльності відстає як від розвитку її теоретичного підґрунтя, так і від стану фактичної екологічно-зорієнтованої споживчої готовності.

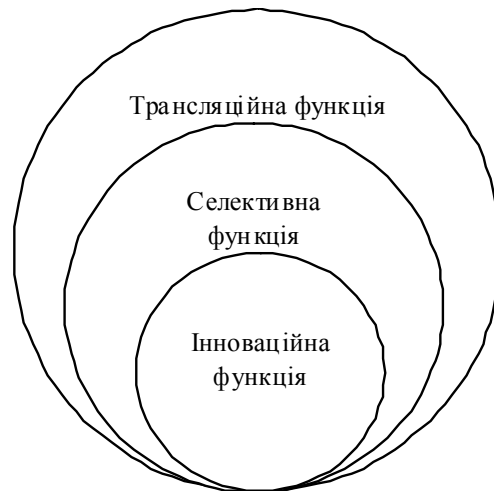


Рис. 1. Схема послідовної реалізації функцій у процесі формування екологічно-орієнтованої інноваційної культури

Для виправлення стану і приведення у гармонійну відповідність стану розвитку функцій екологічно-орієнтованої інноваційної культури необхідно істотно підвищити дієвість механізмів економічного стимулювання (переважно позитивного), адміністративного регулювання, організаційної підтримки тощо. Тобто потрібно підсилити фактори екологічного тиску, насамперед на виробників, а також на споживачів екологічно-орієнтованої інноваційної продукції, в ідеалі – на всіх суб'єктів інноваційного процесу.

Викладене вище стосується, в основному, специфіки формування екологічно-орієнтованої інноваційної культури суспільства. Проте, як показано в [17], ефективність формування сприятливого середовища для інноваційного розвитку (зокрема екологічно-орієнтованого) залежить як від інноваційної культури суспільства загалом, так і від рівня інноваційної культури конкретної організації-інноватора (підприємства чи установи). Зважаючи на це, розглянемо особливості формування та розвитку екологічно-орієнтованої інноваційної культури організації.

Згідно з [9, 17] інноваційна культура організації має три складові: мотиваційну, організаційну, інтелектуально-креативну. Розглянемо особливості їх формування в умовах екологічної спрямованості інноваційної діяльності.

Методом логічного узагальнення, на основі відомої матриці "Рівень новизни товару щодо ринку та розробника (виробника)" [14] з урахуванням рекомендацій [9, 17], розроблено таблицю, що характеризує роль складових інноваційної культури у забезпеченні інноваційного розвитку організації (рис. 2).

Новизна для товаровиробника	високий	$I_o M_o O_e$ Нова продуктова лінія	$I_o M_o O_e$	$I_o M_o O_e$ Радикальні інновації
	середній	$I_o M_p O_c$ Модифікації відомих продуктів	$I_o M_o O_c$ Витягування продуктової лінії	$I_o M_o O_c$
	низький	$I_o M_p O_n$ Спрощені продукти	$I_o M_o O_n$	$I_o M_o O_c$ Репозиціоновані продукти
		низький	середній	Високий
		Новизна для ринку		

Рис. 2. Стан складових інноваційної культури, які формують інноваційно сприятливе середовище організації для реалізації стратегій її розвитку на основі екологічних інновацій різного ступеня новизни для товаровиробника і ринку

Умовні позначення на рис. 2:  $I_n$ ,  $I_c$ ,  $I_e$  – відповідно, низький, середній і високий рівень інтелектуально-креативної складової екологічно-орієнтованої інноваційної культури організації;  $M_n$ ,  $M_c$ ,  $M_e$  – відповідно, низький, середній і високий рівень мотиваційної складової екологічно-орієнтованої інноваційної культури організації;  $O_n$ ,  $O_c$ ,  $O_e$  – відповідно, низький, середній і високий рівень організаційної складової екологічно-орієнтованої інноваційної культури організації.

У квадрантах матриці на рис. 2 подано рекомендації щодо стану складових інноваційної культури організації, які необхідні для формування сприятливого середовища для її екологічно-орієнтованого інноваційного розвитку на основі виробів чи послуг різного ступеня новизни. У них також подано рекомендації (згідно з [14]) щодо товарних інноваційних стратегій (у цьому випадку – екологічно-орієнтованих).

Під час аналізу доцільності виробництва і просування на ринок конкретних екологічних інновацій виконують оцінку фактичного рівня складових інноваційної культури (за методикою [17]) і порівнюють з вказаними у квадрантах матриці на рис. 2 рівнями. За результатами порівняння роблять висновки про шанси екоінновацій на ринковий успіх, а також розробляють комплекси заходів, спрямовані на доведення стану складових інноваційної культури до належного рівня.

Для наочності аналізу рис. 2 трансформований у такий вигляд, як на рис. 3. Лінії на рис. 3 характеризують необхідні рівні складових інноваційної культури.

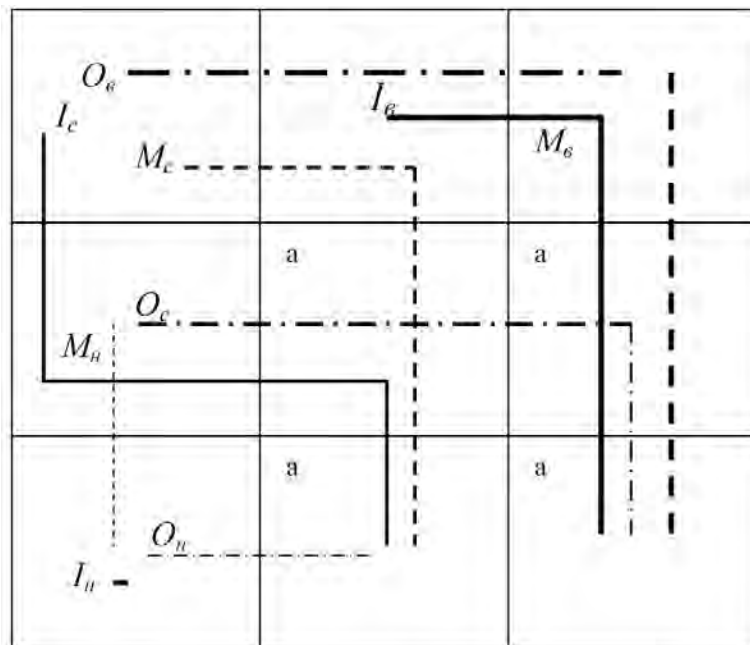


Рис. 3. Лінії рівнозначних рівнів складових екологічно-орієнтованої інноваційної культури:  
суцільна лінія – інтелектуально-креативна складова,  
штрихова лінія – мотиваційна складова, штрихпунктирна – організаційна.  
Товщина лінії відповідає стану відповідної складової, більша товщина – вищий рівень

**Висновки.** Підводячи підсумки, необхідно зазначити:

- запропоновано авторське визначення екологічно-орієнтованої інноваційної культури як передумови екологічно-орієнтованого інноваційного розвитку;
- виконано систематизацію та проведено укрупнену оцінку впливу механізмів формування та розвитку екологічно-орієнтованої інноваційної культури на реалізацію її основних функцій;
- окреслено коло основних проблем формування екологічно-орієнтованої інноваційної культури та запропоновано рекомендації щодо їх вирішення;
- розроблено схему послідовної реалізації функцій у процесі формування екологічно-орієнтованої інноваційної культури;

– розроблено рекомендації щодо необхідного рівня стану складових інноваційної культури, які формують інноваційно сприятливе середовище організації для реалізації стратегій її розвитку на основі екологічних інновацій різного ступеня новизни для товаровиробника і ринку;

– запропоновано підхід до визначення шансів екологічних інновацій на ринковий успіх залежно від стану складових інноваційної культури організації.

Отримані результати поглиблюють теоретико-методичні та прикладні аспекти формування інноваційної культури як однієї з головних передумов створення інноваційно сприятливого середовища на державному рівні та рівні окремої організації.

**Перспективи подальших досліджень.** Подальші дослідження повинні бути спрямовані на розроблення формалізованої методики діагностики стану складових екологічно-орієнтованої інноваційної культури організації з метою формування системи управлінських заходів щодо підвищення її рівня.

1. Балабанов В.О. До проблеми формування інноваційної культури суспільства / В.О. Балабанов // XXI століття: Альтернативні моделі розвитку суспільства. Третя світова теорія: Матеріали Третьої Міжнародної науково-технічної конференції, 21–22 травня 2004 року. – Ч. 1 / ред. Г.П. Балабанова. – К: Фенікс, 2004. – С. 388–391.
2. Биконя С. Інноваційна культура – умова реалізації інноваційної політики // Персонал. – 2006. – № 4. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://personal.in.ua/article.php?ida=266>.
3. Бондар-Підгурська О. Інноваційна культура як необхідна умова сталого розвитку соціально-економічної системи / О. Бондар-Підгурська, Я. Коротич // Збірник тез доповідей Міжнародного студентського форуму "Модель країн Вишеградської четвірки в інтеграції молоді в єдиний науково-культурний простір". – Луцьк: ВІЕМ, 2012. – С. 124–127.
4. Ілляшенко С.М. Дослідження ставлення населення м. Сум до екологічних проблем сьогодення / С.М. Ілляшенко, Н.М. Гайтина, Т.В. Кириченко, М.В. Рибалка // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2012. – № 2. – С. 240–246.
5. Ілляшенко С.М. Екологічність як чинник конкурентоспроможності продукції / С.М. Ілляшенко // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 9 (135). – С. 143–150.
6. Ілляшенко С.М. Маркетинговий аналіз сприйняття вітчизняними споживачами екологічних характеристик продукції / С.М. Ілляшенко, Я.А. Коваленко, О.Є. Тимошова // зб. наук. пр. Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту. 2012. – № 3. – С. 357–364.
7. Ілляшенко С.М. Управління інноваційним розвитком: навч. посіб. – 2-ге вид., перероб. і доп. – Суми: ВТД „Університетська книга”; К.: Видавничий дім „Княгиня Ольга”, 2005. – 324 с.
8. Ілляшенко С.М., Прокопенко О.В. Формування ринку екологічних інновацій: економічні основи управління: [монографія] / під ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. – Суми: ВТД “Університетська книга”, 2002. – 250 с.
9. Казмірчук С. Інноваційна культура: роль і місце в інноваційному розвитку підприємства // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2010. – Вип. 1(3). – С. 66–70.
10. Камерон К.К. Диагностика и изменение организационной культуры / Камерон Р. Куин; пер. с англ. / под ред. И.А. Андреевой. – СПб.: Питер, 2001. – 320 с.
11. Каракай Ю.В. Маркетинг інноваційних товарів: [монографія]. – К.: КНЕУ, 2005. – 226 с.
12. Карпинская Ю. Экологические исследования «ЭКО Омнибус» от IDS Group / Ю. Карпинская // Маркетинговые исследования в Украине, 2011. – № 1. – С. 50–56.
13. Николаев. А. Инновационное развитие и инновационная культура. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://vasilieva.narod.ru/ptpu/9\\_5\\_01.htm](http://vasilieva.narod.ru/ptpu/9_5_01.htm).
14. Прокопенко О.В. Соціально-економічна мотивація екологізації інноваційної діяльності: [монографія] / О.В. Прокопенко. – Суми: Вид-во СумДУ, 2010. – 395 с.
15. Прокопенко О.В. Аналіз готовності споживачів до сплати цінової надбавки за екологічність товарів різного типу / О.В. Прокопенко, О.Д. Алексеєнко // Механізм регулювання економіки. – 2006. – № 2. – С. 33–38.
16. Шипуліна Ю.С. Інноваційна культура організації: сутність, структура, підходи до оцінки // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2010. – № 2. – С. 132.
17. Шипуліна Ю.С. Інноваційна культура як основа сприятливого середовища інноваційного розвитку організації: методичні засади оцінки // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2013. – № 1. – С. 236–246.