

НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ НАУК УКРАЇНИ
Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень

Прокопенко Ольга Володимирівна

УДК 005.583.1:005.591.6:502.17(043)

**ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ
МОТИВАЦІЇ ЕКОЛОГІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Спеціальність 08.00.06 – економіка природокористування
та охорони навколишнього середовища

Автореферат
дисертації на здобуття наукового ступеня
доктора економічних наук

Одеса – 2009

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана в Сумському державному університеті Міністерства освіти і науки України.

Науковий консультант

доктор економічних наук, професор
ІЛЛЯШЕНКО СЕРГІЙ МИКОЛАЙОВИЧ,
Сумський державний університет,
завідувач кафедри маркетингу

Офіційні опоненти:

доктор економічних наук, професор
АЛЕКСАНДРОВ ІВАН ОЛЕКСАНДРОВИЧ,
Інститут економіки промисловості НАН України,
завідувач сектору проблем економіко-
екологічних досліджень

доктор економічних наук,
старший науковий співробітник
КРАВЦІВ ВАСИЛЬ СТЕПАНОВИЧ,
Інститут регіональних досліджень НАН України,
директор

доктор економічних наук,
старший науковий співробітник
САДЧЕНКО ОЛЕНА ВАСИЛІВНА,
Інститут проблем ринку та економіко-
екологічних досліджень НАН України,
головний науковий співробітник

Захист відбудеться “18” червня 2009 р. о 12⁰⁰ годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 41.117.01 Інституту проблем ринку та економіко-екологічних досліджень Національної академії наук України за адресою: 65044, м. Одеса, Французький бульвар, 29.

З дисертацією можна ознайомитися у бібліотеці Інституту проблем ринку та економіко-екологічних досліджень Національної академії наук України за адресою: 65044, м. Одеса, Французький бульвар, 29.

Автореферат розісланий “20” травня 2009 р.

Вчений секретар
спеціалізованої вченої ради

Степанов В.М.

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Інноваційна діяльність є одним з головних засобів забезпечення конкурентоспроможності національних економік і окремих підприємств, її ефективність доведена досвідом економічно розвинених країн, і вона є безальтернативною для України. Загострення екологічних проблем, які постали врівень із соціально-економічними, диктує необхідність екологічної спрямованості інноваційного розвитку економіки. Для його забезпечення необхідний достатній рівень мотивації екологізації інноваційної діяльності (ЕІД) підприємств різних галузей економіки і суспільства в цілому.

З моменту обрання курсу на сталий розвиток проблемі екологізації господарської діяльності приділяється значна увага. Створено наукові засади економічної оцінки збитків від екодеструктивного впливу господарської діяльності та окреслено шляхи забезпечення екологічної безпеки, певного удосконалення зазнало екологічне законодавство, сформовано економічні основи еколого-економічного управління підприємством, екологічної економіки, екологічного маркетингу та екологічного менеджменту. Проте майже не дослідженою залишається проблема формування мотивації ЕІД, яка через високу динамічність має свою неповторну специфіку.

Проблема формування соціально-економічної мотивації ЕІД набуває особливої важливості для розвитку сфери охорони навколишнього середовища і забезпечення екологічної безпеки в момент загострення соціально-економічної і екологічної криз, яке має місце сьогодні. Їх загострення також зумовлює потребу у підвищенні соціально-еколого-економічної ефективності процесу ЕІД. З огляду на важливість для сучасного суспільства мотивування ЕІД підприємств, безумовно, актуальною проблемою є формування системи ефективних мотиваційних заходів на державному рівні. На рівні підприємств-інноваторів важливими є дослідження споживчої мотивації на ринку екологічних інновацій (ЕІ) і формування ефективних заходів щодо її коригування.

Актуальність для вітчизняної економіки і недостатнє вивчення проблеми соціально-економічної мотивації ЕІД, її велика теоретична і практична значущість обумовили вибір теми дослідження, визначили його мету і завдання.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційна робота виконана відповідно до Концепції національної екологічної політики на період до 2020 р., державних і регіональних програм і тем досліджень. Найбільш повно положення дисертаційної роботи відображено у розробленій під керівництвом здобувача фундаментальній темі за грантом Президента України GP/F13/0108 "Формування механізму управління інноваційним підприємництвом екологічного спрямування" (№ державної реєстрації 0107U004522), де здобувачем розроблено теоретико-методичний підхід до оцінки потенціалу екологізації інноваційного підприємництва та визначено можливості його підвищення, а також у ряді тем (і відповідних звітах), в яких здобувач є співавтором, зокрема у фундаментальних темах: "Еколого-економічні обмеження розвитку теплоенергетичного комплексу України" (0103U000764), де запропоновано принципи екологізації управління підприємством, "Розробка фундаментальних економічних основ теорії розвитку"

(0103U007663) і "Проблеми економіки і управління розвитком підприємств у транзитивній економіці" (0103U004592), де досліджено особливості розвитку сучасної економіки, мотивації творчої праці персоналу підприємств і просування на ринку інноваційних продуктів, "Прогнозування фундаментальних соціально-економічних трансформацій як основи зміни базових науково-освітніх парадигм" (0104U010606), де розроблено теоретико-методичний підхід до економічної оцінки ризику екологічних платежів і доцільності екологізації екодеструктивного виробництва в умовах ринку, "Управління інноваційним розвитком підприємств в умовах формування інформаційної економіки" (0105U009180) і "Розробка організаційно-економічного механізму управління інноваційним розвитком суб'єктів господарської діяльності в умовах формування інформаційної економіки" (0106U001934), де розроблено теоретично-методичні засади мотивації екологізації виробництва і споживання ЕІ, "Фундаментальні основи формування механізмів забезпечення стійкого розвитку соціально-економічних систем" (0106U001939), де досліджено фактори і механізми змінюваності систем, "Удосконалення фінансового механізму управління еколого-інноваційним розвитком економіки України" (0106U008508), де запропоновано науково-методичні засади удосконалення податкового стимулювання еколого-інноваційного розвитку економіки, "Управління екологічними ризиками інновацій у процесі переходу до сталого розвитку" (0107U001142) і "Розробка фундаментальних еколого-економічних передумов інноваційних трансформацій як основи зміни технологічних укладів суспільного виробництва" (0108U007158), де виконано факторний аналіз екологічних ризиків і економічної безпеки інноваційної діяльності та раціональної мотивації ЕІД підприємств з урахуванням факторів мотивування, а також фундаментальних тем за грантами Президента України GP/F11/0039 "Формування механізмів переходу господарських суб'єктів України до економічного розвитку на базі ресурсозберігаючих технологій" (0106U010964) і GP/F26/0033 "Формування еколого-економічного механізму мотивації ресурсозбереження в умовах переходу України до інформаційного суспільства" (0108U009079), де досліджено передумови розвитку вітчизняного ринку екологічних товарів, суть і компоненти мотивації ресурсозбереження, ефективність застосування органами влади еколого-економічних важелів мотивації ресурсозберігаючої діяльності підприємства.

Мета і завдання дослідження. Метою дисертаційного дослідження є розроблення та наукове обґрунтування теоретико-методологічних засад і методичних підходів до формування соціально-економічної мотивації ЕІД у контексті сталого розвитку.

Для досягнення мети поставлено такі основні завдання:

- удосконалити понятійний апарат соціально-економічної мотивації екологізації інноваційної діяльності;
- удосконалити теоретико-методичний підхід до економічної оцінки екологічності інновацій;
- визначити концепції ЕІД за стадіями еволюції екологічної мотивації;
- дослідити залежність сукупного соціально-еколого-економічного ефекту інноваційної діяльності від системи інструментів державного мотивування ЕІД;
- розробити теоретико-методичний підхід до визначення потенціалу державного мотивування ЕІД та вибору ефективних методів його здійснення;

- розробити теоретико-методологічні засади державного мотивування суб'єктів господарювання до ЕІД;
- дослідити екологічні компоненти споживчої мотивації та специфіку сприйняття ЕІ залежно від типу споживчої мотивації;
- дослідити типи мотивації споживання ЕІ;
- удосконалити теоретико-методичний підхід до визначення споживчої привабливості ЕІ та її мотиваційного коригування;
- удосконалити науково-методичний підхід до оцінки інтелектуального потенціалу підприємства;
- удосконалити теоретико-методичний підхід до оцінки ефективності ЕІД підприємств з урахуванням факторів державного мотивування;
- удосконалити наукові підходи до формування механізму мотивування ЕІД;
- оцінити ефективність проекту ЕІД з позицій суспільства і з позицій підприємств-інноваторів;
- удосконалити критерії визначення оптимального рівня ЕІД.

Об'єктом дослідження є процеси формування соціально-економічної мотивації ЕІД в Україні.

Предметом дослідження є теоретичні та методологічні засади соціально-економічної мотивації ЕІД, яка забезпечує орієнтування інноваційної діяльності підприємств і економіки в цілому на дотримання вимог екологічної безпеки і сталого розвитку в ринкових умовах господарювання.

Методи дослідження. Методологічною основою дисертаційного дослідження є діалектичний метод наукового пізнання, фундаментальні положення загальної економічної теорії, економіки природокористування та охорони навколишнього середовища, сучасні концепції управління науково-технічним розвитком суб'єктів господарювання, законодавчі та нормативні документи з економічних, екологічних і соціальних проблем сучасної економіки. Для вирішення поставлених завдань застосовано методи статистичного аналізу та логічного узагальнення – для дослідження соціально-економічних передумов формування екологічної мотивації, системно-структурного аналізу – для формування структури мотиваційного механізму, абстрактно-логічного аналізу – для визначення концепцій ЕІД, економіко-математичного аналізу та моделювання – для визначення ефективності ЕІД і оцінки мотиваційного потенціалу.

Інформаційною базою дослідження є зібрані, опрацьовані і узагальнені автором первинні матеріали, що характеризують екологічну складову мотивації суб'єктів інноваційного процесу, законодавчі і нормативні акти Верховної Ради та Кабінету Міністрів України, Міністерства охорони навколишнього природного середовища України; наукові праці провідних вітчизняних і зарубіжних вчених у галузі економіки природокористування та охорони навколишнього середовища, офіційні матеріали Держкомстатистики України і Сумського обласного управління статистики.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у вирішенні важливої науково-прикладної проблеми розроблення і обґрунтування теоретико-методологічних засад і методичних підходів до формування взаємоузгодженої соціально-економічної мотивації ЕІД на

загальнодержавному, регіональному рівнях і рівні суб'єкта господарювання. Найбільш вагомими результатами роботи, що мають наукову новизну, такі:

вперше:

- розроблено теоретико-методичний підхід до оцінки мотиваційного потенціалу ЕІД підприємств галузі, що ґрунтується на врахуванні величини та характеру нерівномірності розподілу їх екодеструктивного впливу та забезпечує науково обґрунтований вибір методів державного мотивування;

- розроблено теоретико-методологічні засади державного мотивування суб'єктів господарювання до ЕІД, в основу яких покладено оцінку соціально-еколого-економічної ефективності мотивування, що ґрунтується на прогнозуванні реакції ринку та суб'єктів інноваційного процесу на мотиваційний вплив;

- науково обґрунтовано суть понять *комунікованої корисності* як корисності, що змінена в уявленні споживача засобами комунікацій, та *екоатрибутивного споживчого вибору* як споживчого вибору, при якому екологічні атрибути товару визнаються споживачем як значущі; виділено типи екоатрибутивного споживчого вибору за кількістю екоатрибутів, які беруться до уваги;

- науково обґрунтовано випередження актуалізації раціональної мотивації ЕІД з позицій суспільства порівняно з мотивацією конкретних суб'єктів інноваційної діяльності, яке збільшується в процесі еволюції концепцій ЕІД;

удосконалено:

- теоретико-методичний підхід до порівняльної економічної оцінки рівня екологічності інновації, в основу якого покладено еколого-економічну оцінку кумулятивного пореципієнтного впливу товару на довкілля (як екоконструктивного, так і екодеструктивного) на всіх етапах еколого-економічного циклу товару, що припадає на одиницю товарної споживчої вартості;

- класифікацію концепцій ЕІД шляхом виокремлення концепцій: 1) захисту від екодеструктивного впливу процесів виробництва і споживання та ліквідування його наслідків, 2) екологічного удосконалення технологій виробництва, 3) зниження матеріаломісткості та енергоємності виробництва та споживання, 4) екологізації усіх етапів еколого-економічного циклу інновацій, що змінюються залежно від стадій еволюції екологічної мотивації; визначено характеристики кожної з них;

- теоретико-методичні підходи до вибору товарних ЕІ найбільшої споживчої привабливості та прийняття рішення щодо доцільності їх просування на ринку, які на відміну від існуючих ґрунтуються на прогнозуванні зміни споживчої привабливості ЕІ у результаті комунікаційного впливу на відчуття корисності товарних атрибутів різної важливості, а також модифікуються залежно від ступенів новизни товару і цільового ринку, дозволяючи запобігти неефективного вкладення інноваційного капіталу;

- науково-методичний підхід до визначення достатності інтелектуального потенціалу підприємства для впровадження ЕІ, що на відміну від існуючих передбачає його оцінку на основі порівняння показників потенціалу з їх оптимальними значеннями;

- теоретико-методичні підходи до оцінки соціально-економічної ефективності впровадження ЕІ і ЕІД підприємств, які на відміну від існуючих

враховують фактори зворотного впливу, екологічного поліпшення, ринкові фактори, фактори державного позитивного та негативного мотивування;

- науково-методичний підхід до оптимізації рівня ЕІД підприємств за критерієм граничного соціально-еколого-економічного ефекту, який на відміну від існуючих враховує зміну ефективності ЕІД під впливом державного мотивування, що дозволяє визначати доцільність подальших суспільних витрат на мотивування процесів екологізації;

дістало подальший розвиток:

- методичні підходи до обґрунтування вибору інструментів державного мотивування шляхом співвіднесення результатів впливу негативного і позитивного мотивування на ефективність інноваційної діяльності;

- теоретичне обґрунтування таких понять: передумови мотивації ЕІД, мотивація, екологічна мотивація, мотивація ЕІД, екодеструктивні та екоконструктивні процеси, ЕІД, ЕІ;

- теоретичні підходи до управління мотивацією споживання ЕІ шляхом наукового обґрунтування одночасної керованості споживчого вибору кількома типами мотивації, перевага яких обумовлюється об'єктивними та суб'єктивними факторами;

- наукові підходи до формування механізму мотивування впровадження ЕІ, які на відміну від існуючих враховують мотиваційний вплив на складові ринку ЕІ.

Практичне значення одержаних результатів полягає у доведенні основних положень дисертаційної роботи до рівня методичних розробок і практичних рекомендацій, спрямованих на формування соціально-економічних засад мотивації екологізації діяльності суб'єктів інноваційного процесу. Їх переваги полягають в урахуванні економічних, екологічних і соціальних особливостей трансформаційних процесів в економіці України.

Теоретико-методичні підходи до оцінки рівня екологічності інновацій впроваджені Північно-Західним регіональним відділом Державного управління охорони навколишнього природного середовища в Сумській області Мінприроди України (акт від 01.12.08 р.).

Основні теоретико-методологічні, методичні підходи та практичні рекомендації щодо зовнішнього мотивування ЕІД (зокрема щодо оцінки мотиваційного потенціалу ЕІД та ефективності витрат на мотивування ЕІД, вибору методів мотивування та оптимізації рівня мотиваційних витрат) впроваджені Сумською обласною державною адміністрацією (довідка № 01-19/7278 від 02.12.08 р.) та управлінням соціально-економічного розвитку Сумської міської ради (акт № 814/1 від 01.12.08 р.).

Основні теоретико-методологічні, методичні підходи та практичні рекомендації щодо ЕІД підприємств (зокрема щодо оцінки ефективності впровадження ЕІ і ЕІД підприємств, оптимізації рівня ЕІД, оцінки споживчої привабливості ЕІ і формування екоатрибутивної споживчої поведінки, визначення достатності інтелектуального потенціалу підприємства для впровадження ЕІ) впроваджені у діяльність Сумської філії ВАТ "Український науковий центр технічної екології" (акт від 27.11.08 р.), ВАТ "Сумхімпром" (акт від 25.11.08 р.), ВАТ "Сумське НВО ім. М.В. Фрунзе" (акт від 27.11.08 р.), Охтирського ВАТ "Нафтопромаш" Держнафтогазпрому України (акт від 14.11.08 р.), ТОВ "Турбомаш" (акт № 369/1

від 22.10.08 р), ТОВ "Елга" (акт № 714-П від 18.11.08 р.), ТОВ "СЕНСІ" (акт № 107 від 30.10.08 р.), ДП "Медтехніка-Сервіс" АТ "Медтехніка-Суми" (акт від 12.11.08 р.) та ін.

Теоретичні, методичні та практичні розробки дисертації впроваджені у навчальний процес ВНЗ України: Сумського державного університету (як основи розділів дисциплін "Теорія еколого-економічного аналізу", "Теорія мотивації", "Екологічний маркетинг" та ін., акт № 111.01.06/4406 від 01.12.08 р.), Київського національного університету технологій та дизайну ("Економіка та організація інноваційної діяльності", "Провайдинг інновацій", "Товарна інноваційна політика", акт від 28.11.08 р.), Українського гуманітарного інституту ("Маркетинг", "Державне регулювання економіки" та ін., акт № 102а від 28.11.08 р.), увійшли до 10 підручників і 10 навчальних посібників з грифом МОН України.

Результати дослідження можуть бути впроваджені у діяльність органів державного, регіонального та місцевого управління для формування ефективної системи заходів мотивування ЕІД за пріоритетними напрямками та у діяльність підприємств різних галузей для управлінням ЕІД в умовах ринку.

Їх застосування у різних галузях діяльності, на різних рівнях управління сприятиме забезпеченню мотиваційної основи державного регулювання екологізації інноваційного розвитку вітчизняної економіки, ЕІД підприємствами та споживання ЕІ, а також максимізації соціально-еколого-економічного ефекту впровадження ЕІ з позицій суб'єктів інноваційного процесу.

Результати наукових досліджень здобувача двічі відзначені стипендією Кабінету Міністрів України для молодих учених (рішення колегії МОН України від 28.04.05 р., протокол № 4/2–13, і від 09.10.08 р., протокол № 10/2–13, постанови Комітету з державних премій України в галузі науки і техніки від 24.06.05 р. № 2 і від 14.10.08 р. № 3 відповідно).

Особистий внесок здобувача. Основні положення, результати, пропозиції, рекомендації і висновки дослідження обґрунтовані та розроблені особисто автором на підставі вивчення і узагальнення нормативно-законодавчої бази, вітчизняного та зарубіжного досвіду з питань управління ЕІД у ринкових умовах і аналітичних розрахунків автора. У дисертаційній роботі використано лише особисті ідеї автора, що викладені у спільно опублікованих працях. Матеріали і висновки кандидатської дисертації не використовувались.

Апробація результатів дисертації. Наукові та практичні положення дисертаційної роботи доповідалися та обговорювалися більше ніж на 60 наукових і науково-практичних конференціях і семінарах різного рівня, серед яких такі міжнародні: "Сучасні проблеми науки та освіти" (Ужгород, 2002), "Міжрегіональні проблеми екологічної безпеки" (Суми, 2002), "Кулешівські читання" (Білорусь, Могилів, 2003), "Технології ХХІ століття" (Алушта, 2003–2007), "Економічні проблеми виробництва та споживання екологічно чистої агропромислової продукції" (Суми, 2003, 2005), "Соціально-економічні проблеми сталого розвитку Українського суспільства" (Мелітополь, 2004), "Екологічний менеджмент як складова частина сталого розвитку" (Донецьк, 2004), "Економічні проблеми розвитку промислового виробництва" (Одеса, 2004), "Економічні проблеми інноваційно-структурних перетворень в Україні" (Харків, 2005), "Економічний і соціальний розвиток України в ХХІ столітті:

національна ідентичність та тенденції глобалізації" (Тернопіль, 2005), "Проблеми природокористування, сталого розвитку та техногенної безпеки регіонів" (Дніпропетровськ, 2005), "Перспективи та пріоритети розвитку людського капіталу в умовах глобалізації" (Харків, 2006), "Інформаційно-технологічне управління станом економічної безпеки території" (Трускавець, 2006), "Наука і соціальні проблеми суспільства: харчування, екологія, демографія" (Харків, 2006), "Політологічні, соціологічні та психологічні виміри перехідного суспільства: як зробити реформи успішними" (Суми, 2006), "Методичні питання дослідження надійності великих систем енергетики" (Харків, 2006), "Методи удосконалення фундаментальної освіти у школах і вузах" (Севастополь, 2006), "Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу" (Суми, 2007, 2008), "Стратегічні напрямки розвитку підприємств харчових виробництв, ресторанного господарства і торгівлі" (Харків, 2007), "Стратегія забезпечення сталого розвитку України" (Київ, 2008), "Держава і право: проблеми становлення і стратегія розвитку" (Суми, 2008), "Маркетингові дослідження в Україні" (Луганськ, 2008), "Система управління екологічною безпекою" (Росія, Єкатеринбург, 2008), "Сталий розвиток Карпат: сучасний стан та стратегія дій" (Славське Львівської обл., 2008), "Актуальні проблеми забезпечення економічної безпеки України" (Тернопіль, 2008), інші.

Публікації. Результати дисертаційного дослідження опубліковані у 51 науковій праці (41 з них одноосібна), у тому числі в 1 одноосібній монографії (22,8 друк. арк.), 8 колективних монографіях, 26 статтях у наукових фахових виданнях, 13 збірниках матеріалів міжнародних конференцій, 3 статтях в інших наукових виданнях. Загальний обсяг публікацій становить 47,45 друк. арк., з них 46,06 друк. арк. належить особисто здобувачу.

Структура та обсяг роботи. Дисертація містить вступ, 5 розділів, висновки, список використаної літератури (474 найменування на 47 с.). Загальний обсяг дисертації – 494 с., у тому числі 43 таблиці на 11 с., 87 рисунків на 16 с., 7 додатків на 70 с.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ

У першому розділі “**Теоретичні засади мотивації ЕІД**” проведено системний аналіз соціально-економічних передумов мотивації ЕІД в Україні, удосконалено понятійний апарат та критеріальну базу ЕІД.

Показано, що високий рівень конкуренції, трансформаційні та глобалізаційні процеси в економіці формують мотивацію інноваційної діяльності на вітчизняному та світовому ринках. Сучасні екологічні проблеми, що загострюються, зумовлюють необхідність її екологічної спрямованості. Пріоритетність для вітчизняної економіки інноваційної діяльності та необхідність забезпечення високого рівня її екологічності зумовлюють необхідність формування мотивації ЕІД. Досліджено соціально-економічні передумови мотивації ЕІД, під якими автор розуміє соціальні, екологічні, економічні, технологічні та інші умови, за яких виникають і формуються фактори мотивації розвитку процесів екологізації.

Досліджено суть термінів "мотивація", "мотивування", "мотиватор", що значно диференціюється, та суть кожної складової мотивації. Обґрунтовано

найбільшу прийнятність для дослідження мотивації ЕІД удосконаленого автором поняття *мотивації* як сукупності внутрішніх факторів, які збуджують активність суб'єкта та визначають спрямованість його дій і частина яких зазнає зовнішнього впливу. Показано можливості зовнішнього впливу на внутрішню мотивацію суб'єкта, які є обмеженими (суб'єкт може як сприймати зовнішні впливи на мотивацію, так і протидіяти їм, якщо стимулюється мотивація такої поведінки, що принципово не відповідає його внутрішній мотивації). Запропоновано поняття *екологічної мотивації* як сукупності компонентів мотивації, що створюють вибірковість дій, спрямованих на зниження деструктивного впливу на довкілля та привнесення в нього позитивних змін. Обґрунтовано визначення *мотивації ЕІД* як сукупності внутрішніх стосовно суб'єкта інноваційного процесу факторів, у тому числі сформованих зовнішнім впливом, які спонукають до екологізації процесу інноваційної діяльності та визначають спрямованість екологічно орієнтованих інноваційних змін. При цьому *мотивування ЕІД* запропоновано розглядати як процес формування мотивації ЕІД.

Показано, що сформована у нормативні роки екологічна мотивація особистості водночас із формуванням екологічного інтелекту є каталізатором у системі ЕІД (рис. 1).

Рис. 1. Екологічна мотивація особистості в системі ЕІД

Удосконалено поняття *ЕІД* як комплексного, системного та динамічного процесу екологічного удосконалення інноваційної діяльності, спрямованого на підвищення рівня екологічності інновації.

Досліджуючи процеси ЕІД, автор розрізняє *екодеструктивні* процеси як процеси впливу на людину і природу, що мають негативні соціально-економічні чи екологічні наслідки, та *екоконструктивні* – як такі, що мають позитивні соціально-економічні чи екологічні результати.

Метою ЕІД є планомірний перехід на такі її види, що справляють екоконструктивний вплив та ліквідують чи принаймні зменшують екодеструктивний. Мірилом таких змін, на погляд автора, є зміна рівня екологічності суспільного виробництва та споживання.

Запропоновано поняття *ЕІ* у широкому розумінні як такої, впровадження якої підвищує рівень екологічності суспільного виробництва та споживання. В цілях управління екологізацією конкретних інноваційних проектів *екологічною* запропоновано вважати таку *інновацію*, впровадження якої підвищує рівень екологічності товару, в еколого-економічному циклі якого відбуваються інноваційні зміни. Визначати *рівень екологічності товару R* запропоновано за формулою

,

де V_{kij} – економічна оцінка екоконструктивного (“+”) чи екодеструктивного (“-”) j -го виду впливу на i -му етапі еколого-економічного циклу товару, що справляється на k -го реципієнта, грн;

a_{ki} , b_k – коефіцієнти коригування економічної оцінки екологічного

(1)

впливу, що характеризують взаємопідсилення (взаємопослаблення) впливу на k -го реципієнта на i -му етапі еколого-економічного циклу товару (у короткостроковій перспективі) та протягом всього еколого-економічного циклу товару (у довготривалій перспективі) відповідно;

P – споживча вартість товару, грн.

При цьому ЕІ більшого рівня екологічності у більшій мірі підвищують рівень екологічності товару. Процес привнесення екоконструктивних змін на окремих етапах еколого-економічного циклу товару, позитивні результати якого не компенсують екодеструктивного впливу інновації на інших його етапах, автор вважає *псевдоекологізацією*, орієнтування на яку при реалізації стратегій екологізації сприятиме посиленню екодеструктивних процесів.

У другому розділі “**Парадигма мотивування ЕІД на державному рівні**” визначено концепції ЕІД за стадіями еволюції екологічної мотивації, запропоновано наукові підходи до оцінки потенціалу методів державного мотивування, розроблено теоретико-методологічні засади державного мотивування суб’єктів господарювання до ЕІД.

Доведено, що з еволюцією суспільної, особистісної мотивації та мотивації суб’єктів інноваційного процесу послідовно змінюються концепції ЕІД. Визначено основні їх характеристики: суть, мету, мотивацію, напрями державного мотивування, екологізовані етапи економічного циклу товару, підходи до екологізації, типи ЕІ, які їх реалізують. Кожну наступну концепцію реалізують інновації більш високого рівня екологічності. Показано, що концепції ЕІД з позицій суб’єктів інноваційного процесу поступово актуалізуються залежно від рівня вилучення ресурсів, забруднення довкілля та інших видів екодеструктивного впливу економіки, а також залежно від державного мотивування.

У результаті аналізу можливостей розвитку вітчизняної економіки при різних рівнях мотивації інноваційного розвитку підприємств і мотивації екологізації їх діяльності визначено необхідність одночасного формування високого рівня мотивації впровадження інновацій і мотивації їх екологізації.

Обґрунтовано залежність сукупного соціально-еколого-економічного ефекту інноваційної діяльності підприємств від системи економічних інструментів державного мотивування ЕІД, що застосовується (рис. 2).

Рис. 2. Варіанти зміни сукупного соціально-еколого-економічного ефекту інноваційної діяльності під впливом державного мотивування ЕІД

Інноваційний капітал підприємств на рис. 2 позначено відрізком M_1M_2 . Лінії a , b ілюструють соціально-еколого-економічну ефективність вкладання підприємствами коштів у неекологічному ($K_{En(не)}$) та екологічному ($K_{En(е)}$) напрямках інноваційної діяльності відповідно. При застосуванні методів негативного мотивування ЕІД ефективність вкладання коштів у неекологічні інновації знижується з положення a до положення a' . Застосування методів позитивного мотивування ЕІД підвищує економічну ефективність вкладання коштів у ЕІ з положення b до положення b' .

При ефективності a , b переважна частина інноваційного капіталу величиною M_1M буде вкладена в неекологічну інноваційну діяльність, а менша її частина MM_2 – в екологічні її напрями. Методами державного мотивування частина вкладень у неекологічні інновації зменшується з M_1M до M_1M' , а частина вкладень у ЕІ збільшується з MM_2 до $M'M_2$.

Система інструментів державного мотивування ЕІД має формуватися так, щоб у результаті її застосування величина підвищення $K_{En(e)}$ значно перевищувала величину зниження $K_{En(не)}$, як результат, підвищуючи сукупний соціально-еколого-економічний ефект інноваційної діяльності (заштрихована область рис. 2а). Застосування неефективної системи інструментів мотивування може призвести до зниження $K_{En(не)}$, що значно перевищує збільшення $K_{En(e)}$, і, як результат, до зниження сукупного ефекту інноваційної діяльності (рис. 2б), що в умовах економіки України є неприпустимим. Ефективна система інструментів мотивування також характеризується забезпеченням меншого обсягу вкладень у неекологічну інноваційну діяльність порівняно з неефективною її системою.

Можливості ЕІД і ефективність інструментів її мотивування потрібно розглядати у динаміці. Потенціал державного мотивування ЕІД, зокрема, залежить від нерівномірності розподілу екодеструктивного впливу підприємств галузі, величину та характер якої запропоновано вимірювати коефіцієнтом ступеня нерівномірності розподілу S , що характеризує площу фігури, окреслену лінією розподілу екодеструктивного впливу та лінією абсолютної рівномірності розподілу, і коефіцієнтом характеру нерівномірності розподілу Z , що характеризує напрямок і ступінь зміщення цієї фігури.

Криві розподілу екодеструктивного впливу (табл. 1) будуються шляхом послідовного відкладення у системі координат: по горизонтальній осі – часток обсягу виробництва підприємств у загальному його обсязі по галузі (x_i – обсяг виробництва з 1-го по i -те підприємство; x – сумарний обсяг виробництва усіх підприємств галузі), починаючи з найбільш екологічних виробництв, а по вертикальній осі – відповідних часток екодеструктивного впливу підприємств у загальному його обсязі по галузі (y_i – обсяг або економічна оцінка екодеструктивного впливу з 1-го по i -те підприємство; y – сумарний обсяг екодеструктивного впливу підприємств галузі). Отримані точки з'єднуються лініями, які залежно від їх вигляду описують різні явища.

Таблиця 1

Характеристики явищ, визначених за величиною та характером нерівномірності розподілу екодеструктивного впливу підприємств

Загальний вигляд кривої розподілу	Значення S і Z , характер нерівномірності	Назва явища	Суть явища
	$S=0$, нетиповий, характерний для підприємства-монополіста	Абсолютна рівномірність розподілу	Усі підприємства галузі справляють однаковий питомий екодеструктивний вплив

	$0 < S < 0,3$, $-1 < Z \leq 1$, типи А, Б, В	Відносна рівномірність розподілу	Усі підприємства галузі справляють приблизно однаковий питомий екодеструктивний вплив
	$0,3 \leq S < 0,7$, $-0,5 < Z < 0$, тип А	Наявність екологічно відсталих підприємств	Більшість підприємств справляють приблизно однаковий питомий екодеструктивний вплив, незначна частина підприємств – значно більший
	$0,3 \leq S < 0,7$, $-1 < Z < -0,5 \cup$ $0,5 \leq Z \leq 1$, тип Б	Незначна диференціація екологічності	Екодеструктивний вплив підприємств відрізняється, але різкої його диференціації серед підприємств галузі не спостерігається
	$0,3 \leq S < 0,7$, $0 < Z < 0,5$, тип В	Наявність лідерів екологічності	Більшість підприємств справляють приблизно однаковий питомий екодеструктивний вплив, незначна частина підприємств – значно менший
	$0,7 > S < 1$, $-1 < Z \leq 1$, типи А, Б, В	Значна диференціація екологічності	Підприємства галузі значно відрізняються за питомим екодеструктивним впливом

Більшому значенню коефіцієнта S відповідає більший потенціал державного мотивування ЕІД. Від'ємне значення коефіцієнта Z свідчить про більшу ефективність застосування негативного мотивування, а додатне – позитивного. Більше абсолютне значення коефіцієнта Z характеризує більш високий потенціал відповідного методу мотивування.

На соціально-еколого-економічний ефект і ефективність державного мотивування ЕІД впливають фактори зворотного впливу, екологічного поліпшення та ринкові фактори. З урахуванням цього запропоновано розраховувати очікувану соціально-еколого-економічну ефективність мотивування впровадження ЕІ з позицій держави (суспільства) K_{Ec} за формулою

де очікувані суспільні результати та витрати в t -му періоді, грн: (2)

$P_{C_{Mnt}}$ – надходження до державного бюджету (чи інших бюджетів) у результаті застосування методів *негативного мотивування*;

$P_{C_{It}}$ – суто *інноваційний* соціально-економічний результат додаткового

впровадження підприємствами ЕІ у результаті мотиваційних заходів без урахування екологічної його складової;

$P_{c_{3t}}$ – соціально-еколого-економічний результат додаткового впровадження підприємствами ЕІ завдяки мотивуванню, що виражений у зменшенні *зворотного негативного впливу* на суспільство;

$P_{c_{Et}}$ – соціально-еколого-економічний результат додаткового впровадження підприємствами ЕІ у результаті мотивування, що пов'язаний з *екологічним поліпшенням* завдяки зниженню екодеструктивного впливу економіки та привнесення у довкілля позитивних змін;

$P_{c_{Pt}}$ – соціально-еколого-економічний результат додаткового впровадження підприємствами ЕІ у результаті мотивування, що пов'язаний із поліпшенням сприйняття вітчизняних підприємств та їх продукції на вітчизняному та світовому *ринках*;

$V_{c_{Mnt}}$ – витрати на реалізацію заходів *позитивного мотивування* впровадження підприємствами ЕІ;

$V_{c_{I3t}}$ – витрати, пов'язані з *інфраструктурним забезпеченням* впровадження підприємствами ЕІ;

$V_{c_{3t}}$ – абсолютне значення зменшення суспільних витрат, вираженого у зменшенні *зворотного негативного впливу* на економіку держави та суспільство у результаті впровадження підприємствами ЕІ;

$V_{c_{Et}}$ – абсолютне значення зменшення суспільних витрат, пов'язаного з *екологічним поліпшенням* у результаті зниження екодеструктивного впливу економіки і привнесення у довкілля позитивних змін завдяки впровадженню підприємствами ЕІ;

r – ставка дисконтування;

T_m – період часу від початку здійснення витрат на мотивування до завершення отримання його результатів, років.

Аналогічно, проте без урахування показника $P_{c_{It}}$, визначається соціально-еколого-економічна ефективність мотивування ЕІД K_{Ece} .

Показано, що серед альтернативних інструментів мотивування слід обирати ті, ефективність яких K_{Ec} чи K_{Ece} є максимальною. При цьому система інструментів мотивування впровадження ЕІ має формуватися так, щоб максимальним був ефект мотивування їх впровадження E_c (чисельник формули (2)), а система інструментів мотивування ЕІД – так, щоб максимальним був ефект ЕІД E_{ce} (чисельник формули визначення K_{Ece}).

Застосування запропонованих показників ефективності дозволяє визначати напрями державного мотивування ЕІД найбільшої соціально-еколого-економічної ефективності. Конкретизація складових результатів $P_{c_{Mnt}}$, $P_{c_{It}}$, $P_{c_{3t}}$, $P_{c_{Et}}$, $P_{c_{Pt}}$ і витрат $V_{c_{Mnt}}$, $V_{c_{I3t}}$, $V_{c_{3t}}$, $V_{c_{Et}}$ показала, що необхідною умовою їх розрахунку є прогнозування реакції на процеси мотивування ринку та суб'єктів інноваційного процесу.

У третьому розділі “**Мотивація споживання ЕІ**” досліджено екологічні компоненти споживчої мотивації та специфіку сприйняття ЕІ споживачами, визначено типи споживчого вибору за екоатрибутивністю та мотиваційним спрямуванням.

Екодеструктивний вплив поведінки споживача проявляється у прямій формі на етапі споживання товару та у непрямій формі – на всіх інших етапах

еколого-економічного циклу товару. Для його зменшення необхідна екологізація споживчого вибору. Прийняття споживачем екологічно зважених рішень забезпечується екологічними компонентами його різноспрямованої мотивації.

Передумовою формування екологічної мотивації споживчої поведінки є екологічна свідомість, що характеризується вагомістю екологічних проблем у свідомості споживача, співвіднесенням його екодиспозицій тощо.

Важливим для формування ринку ЕІ також є розвиток мотивації споживання нових товарів. У дисертації виявлено відмінність сучасних тенденцій від класичних уявлень щодо розподілу споживачів за силою мотиву споживання нових товарів (табл. 2).

Виявлено відмінність спектру потреб, що задовольняються екологічними товарами та їх аналогами. Наприклад, загалом харчування задовольняє першу групу потреб за Маслоу, а екологічно чисте харчування – кілька груп потреб (табл. 3).

Таблиця 2

Структура груп споживачів за ставленням до окремих груп товарних інновацій у м. Сумах, %

Новинка	Супер-новатори	Новатори	Звичайні	Консерватори	Суперконсерватори
Товари побутової хімії	16	13	11	53	7
Продукти харчування	37	28	4	25	6
Спиртні напої	23	17	12	35	13
Медичні препарати	4	6	9	62	19
Засоби особистої гігієни	23	26	4	38	9
Класичний розподіл	2,5	13,5	34	34	16

Таблиця 3

Групи потреб за ієрархічною моделлю А. Маслоу, що задовольняються екологічним товаром (фрагмент)

Рівні потреб	Групи потреб	Основні потреби, що задовольняються споживанням екологічно чистих овочів і фруктів
Нижчі потреби	1 Фізіологічні потреби.	1 Харчова (біологічна) цінність.
↑	2 Потреби в безпеці та упевненості в майбутньому.	2 Необхідність, що диктується різними захворюваннями, а також гарантована безпека і нешкідливість.
	3 Соціальні потреби.	3 Екологічний захист дітей.
↓	4 Потреби самоповаги.	4 –
	5 Потреби самоактуалізації (самовираження)	5 –

Виявлено особливі риси сприйняття споживачами ЕІ: у споживачів із різною силою мотиву екологічно орієнтованої поведінки відрізняється відчуття корисності екологічності інновацій (рис. 3); при різних нормальних (тобто адекватних з екологічністю продукції) цінових надбавках функції граничної (від одиниці додаткової екологічності) корисності цих типів споживачів значно відрізняються; більшість населення м. Сум визнає значимими екологічні проблеми і готова здійснювати певні витрати з метою запобігання погіршенню довкілля, у тому числі придбавати екологічні товари, що може свідчити про наявність попиту на екологічну продукцію широкого вжитку (хоча частка людей, стурбованих

екологічними проблемами, знизилася за 7 останніх років з 75 до 68 %).

Рис. 3. Функції корисності екологічності (U_e , ум. од.) при нормальній ціновій надбавці (H , грн)

При нормальній ціновій надбавці більшість населення бажає купувати екопродукцію, споживання якої не шкодить їх здоров'ю (рис. 4а), і майже не готова платити за продукцію, споживання (рис. 4б), виробництво і утилізація (ситуація подібна до зображеної на рис. 4б) якої не завдає шкоди довкіллю. Основними причинами цього є нестача коштів на сприяння вирішенню екологічних проблем (тому у разі зростання рівня життя можна прогнозувати зростання попиту на екопродукцію, який має місце у країнах з більш високим рівнем добробуту населення), низький рівень актуалізації вищих потреб, опосередкований через довкілля вплив на здоров'я через значний проміжок часу (людина активно протидіє негативним явищам, появу яких очікує найближчим часом, і виявляє певну байдужість до негативних явищ, очікуваних у далекому майбутньому, що теж пояснює більшу готовність до оплати екологічності продукції, яка безпосередньо впливає на здоров'я).

Рис. 4. Готовність сплачувати нормальну цінову надбавку за товар, споживання якого не завдає шкоди здоров'ю людини (а) і довкіллю (б)

Екологічність споживчого вибору визначається його спрямованістю на екологічні, неекологічні чи екологічно нейтральні атрибути товару. Під *екоатрибутивним* запропоновано розуміти такий *споживчий вибір*, при якому екологічні атрибути товару (рис. 5) визнаються споживачем як значущі. За кількістю екоатрибутів, що беруться до уваги, запропоновано розрізняти нульову (при здійсненні вибору споживач не звертає увагу на екологічні атрибути), одиничну (звертає увагу на один екоатрибут), подвійну та множинну екоатрибутивність споживчого вибору.

Рис. 5. Принципова схема виокремлення екологічних атрибутів товарів

Доведено, що вибір споживачем ЕІ може бути керованим водночас різними типами мотивації. Виявлено, що найбільш актуальним є раціональний тип мотивації споживання ЕІ, найменш актуальним – моральний її тип (табл. 4).

Таблиця 4

**Основні типи мотивації залежно від витрат споживання і переваг ЕІ
(у порядку зниження значущості)**

Витрати споживання	Екологічні переваги інновації:	
	індивідуальні	суспільно значущі
Нижче, ніж в аналогічних звичайних товарів	Раціональний, емоційний	Раціональний, моральний
Вище, ніж в аналогічних звичайних товарів	Емоційний, раціональний	Моральний

Визначено, що тип мотивації споживання ЕІ залежить від об'єктивних і суб'єктивних факторів (у табл. 5 наведено приклади факторів раціоналізації

споживчого вибору).

Таблиця 5

Фактори, що визначають раціональність споживчого вибору (фрагмент)

Фактор	Ірраціональна мотивація	Раціональна мотивація
Тип товару	Публічне споживання (сукня)	Непублічне споживання (пральний порошок)
	Низька ціна необхідного товару (йогурт)	Висока ціна необхідного товару (металеві вхідні двері)
Симбіоз суб'єктивного фактора та типу товару	Висока ціна товару розкоші / підтвердження статусу (прикраси)	Порівняно низька ціна товару розкоші / підтвердження статусу (автомобіль)
Суб'єктивні фактори	Високий дохід споживача	Низький дохід споживача
	Забезпечення психологічно зумовлених потреб	Забезпечення біологічно зумовлених потреб

Систематизовано типи споживчого вибору (рис. 6) та встановлено, що їх більшість має зовнішнє або внутрішнє мотиваційне спрямування.

Рис. 6. Типи споживчого вибору за мотиваційним спрямуванням

Існуючі види *мотиваційного конфлікту* ("прагнення – прагнення", "прагнення – уникнення", "уникнення – уникнення"), який виникає внаслідок полімотивованості поведінки особистості та відмінності мотивів і потреб кожного рівня особи і кожної частини субособи, автором адаптовано до споживчого вибору. Показано, що наявність мотиваційного конфлікту є передумовою ефективного коригування мотивації споживача: забезпечення домінування у момент прийняття рішення про покупку певної субособи спонукає споживача до вибору конкретного товару в межах фінансових можливостей.

У четвертому розділі "**Соціально-економічна мотивація підприємств щодо ЕІД**" удосконалено теоретико-методичні підходи до оцінки споживчої привабливості ЕІ, достатності інтелектуального потенціалу підприємства для ЕІД, ефективності ЕІД підприємств з урахуванням факторів зовнішнього мотивування.

Потенціал ЕІД, з погляду підприємств-інноваторів, складається з техніко-технологічних можливостей і економічної доцільності її здійснення, рівня розвитку екологічної мотивації споживачів та інших суб'єктів інноваційного процесу, інтелектуального потенціалу підприємства та мотивації інноваційної діяльності його персоналу.

З метою оптимізації витрат на визначення ЕІ найбільшої споживчої привабливості запропоновано модифікувати підходи до оцінки споживчої привабливості залежно від ступенів новизни товару і цільового ринку, а також рівня комунікаційного впливу на споживача.

На відміну від економічної теорії, яка постулює раціональність споживчого вибору, і поведінкової економіки, яка вказує на його ірраціональність, запропоновано виділяти раціональний вибір, при якому корисність U та якість $Я$ товару змінені в уявленні споживача засобами комунікацій (K – коефіцієнт комунікаційного впливу). Максимальне їх

відношення до ціни товару C або витрат споживання B вказує на нові товари найвищої споживчої привабливості (табл. 6).

Таблиця 6

Економічно доцільні підходи до вибору нових товарів найвищої споживчої привабливості (варіант максимізації питомої комунікованої корисності)

Ринок	Товар	
	модифікований	принципово новий
Старий	(3)	(4)
Новий	(5)	(6)

Виявлено, що споживач не завжди обирає товар, що максимально відповідає його мотивації. Залежно від стану мотивації психологічними методами можна спонукати споживача до вибору пропонованих ЕІ (рис. 7).

При цьому у споживача може виникати *когнітивний дисонанс*, який є перешкодою на шляху формування лояльності споживачів. Найбільша ймовірність його виникнення при застосуванні маніпулювання, далі, в порядку зниження ймовірності: переконання, гіпноз, майєвтика.

Рис. 7. Схема вибору психологічних методів комунікації для формування екоатрибутивного споживання залежно від стану мотивації

Для уникнення виникнення когнітивного дисонансу необхідно прогнозувати зміну ставлення споживача до товару при впливі на відчуття його корисності. Для цього комуніковану корисність U_k розкладено на складові:

де U_i – корисність i -го атрибута, $U_i = W_i \cdot P_i$; (7)

W_i – показник важливості (вагомості) i -го атрибута товару;

P_i – показник наявності (присутності) i -го атрибута в товарі;

K_i – коефіцієнт комунікаційного впливу на відчуття U_i ;

K_{W_i}, K_{P_i} – складові K_i , спрямовані на посилення відчуття W_i і P_i відповідно.

Виявлено, що результат комунікаційного впливу залежить від вагомостей атрибутів, ставлення до яких формується. Розроблено карти ставлення (приклад – у табл. 7), застосування яких дозволяє прогнозувати зміну ставлення споживача до ЕІ і формувати ефективні системи комунікацій для екоатрибутивного спрямування споживчого вибору. Розроблено модель процесу прийняття рішення щодо доцільності просування на ринку ЕІ залежно від стану екологічної мотивації споживача та можливостей її мотиваційного коригування.

Показано, що для інноваційного розвитку, в тому числі екологічно спрямованого, необхідним є достатній рівень інтелектуального потенціалу і мотивації інноваційної діяльності персоналу (рис. 8). Для оцінки достатності інтелектуального потенціалу підприємства для впровадження ЕІ модифіковано метод відстаней, в якому замість загальноприйнятого орієнтування на максимальні чи мінімальні показники потенціалу, які не завжди свідчать про збільшення потенціалу, запропоновано застосовувати оптимальні їх значення.

Такий підхід до оцінки запобігає штучному завищенню рівня потенціалу і неефективному вкладенню коштів у його підвищення.

Розроблено шкалу значень інтелектуального потенціалу підприємства, що дозволяє визначати його достатність для впровадження ЕІ. Визначено оптимальні значення показників інтелектуального потенціалу підприємств Сумської обл. різних галузей економіки.

Таблиця 7

Ставлення споживача до товару при формуванні відчуття корисності надважливого i -го атрибута, початкова вагомість якого дорівнює 0,5 і більше

Співвідношення комунікованого та початкового відчуття вагомості i -го атрибута	Співвідношення комунікованого та початкового відчуття присутності i -го атрибута				
	ТСВ	ТСВ	СС	СС	ТСК
	ТСВ	ВССУ	СС	ТСК	НВ
	ВССУ	ВССУ	СС	ТСК	НВ
	ВССУ	ВССУ	СС	ТСК	НВ
	ВССУ	ВССУ	СС	НВ	НВ

Умовні позначення в табл. 7:

ТСВ – тимчасове споживання з подальшою відмовою від товару через усвідомлення важливості атрибута, рівень корисності якого є незадовільним;

СС – стійке споживання;

ВССУ – відносно стійке споживання з урахування даного атрибута;

ТСК – тимчасове споживання з подальшою відмовою від товару через незадовільний рівень корисності атрибута;

НВ – недовіра до інформації про атрибут, відмова від товару.

Рис. 8. Можливості розвитку підприємства-інноватора

Досліджено зовнішні та внутрішні фактори формування потреб в інноваційній праці персоналу, залежність ефективності інноваційної праці від умов роботи, в тому числі сумісності працівників, а також від відношення складності поставлених завдань до здібностей працівника N . Конкретизовано стани працівника під час виконання завдань різної складності. Зокрема, стресовий стан спостерігається при $0,1 \leq N < 0,3$ і $7 \leq N \leq 10$, нудьга – при $0,3 \leq N < 0,6$, занепокоєння – при $3 \leq N < 7$. Стан потоку (flow-ефекту), при якому ефективність інноваційної діяльності працівника є найвищою, спостерігається при $0,6 \leq N < 3$.

Визначено фактори, під впливом яких формується раціональна мотивація ЕІД підприємств за умови зовнішнього мотивування (рис. 9).

Рис. 9. Фактори формування раціональної мотивації ЕІД підприємств

З урахуванням факторів мотивування очікувана підприємством-інноватором соціально-еколого-економічна ефективність упровадження ЕІ $K_{En(m)}$ виражена формулою

де очікувані підприємством результати та витрати у t -му періоді, грн:

$Pn_{It}, Pn_{3t}, Pn_{Et}, Pn_{Pt}$ – результати впровадження ЕІ, аналогічні показникам $Pc_{It}, Pc_{3t}, Pc_{Et}, Pc_{Pt}$, але в масштабах підприємства;

Pn_{Mnt} – соціально-еколого-економічний результат впровадження ЕІ, пов'язаний зі сприйняттям підприємством *позитивного мотивування*;

Vn_{It} – *інноваційні* витрати, пов'язані з упровадженням інновації без урахування екологічної їх складової;

Vn_{Et} – витрати, пов'язані із забезпеченням *екологічності інновації*;

Vn_{3t}, Vn_{Et} – абсолютне значення зменшення витрат підприємства, отриманих подібно до показників Vc_{3t}, Vc_{Et} , але в масштабах підприємства;

Vn_{Pt} – абсолютне значення зменшення витрат, пов'язаного з поліпшенням сприйняття підприємства та його продукції *ринком* у результаті впровадження ЕІ;

Vn_{Mnt} – абсолютне значення зменшення витрат, пов'язаного зі сприйняттям підприємством *позитивного мотивування*;

Vn_{Mnt} – абсолютне значення зменшення витрат у результаті уникнення підприємством впливу *негативного мотивування*;

r – ставка дисконтування;

T_u – період часу від початку до завершення еколого-економічного циклу інновації, років.

Очікувана соціально-еколого-економічна ефективність впровадження ЕІ з позицій підприємства-інноватора K_{En} без впливу мотивування оцінюється аналогічно, але без урахування показників $Pn_{Mnt}, Vn_{Mnt}, Vn_{Mnt}$.

Очікуваний соціально-еколого-економічний ефект впровадження ЕІ з позицій підприємства-інноватора з урахуванням факторів мотивування $E_{n(m)}$ і без їх урахування E_n становить величини, подані у чисельниках формул визначення $K_{En(m)}$ (формула (8)) і K_{En} відповідно.

Розмежовано поняття та показники ефективності впровадження ЕІ та ефективності ЕІД. Соціально-еколого-економічна ефективність ЕІД з позицій підприємства-інноватора з урахуванням факторів мотивування $K_{Ene(m)}$ і без впливу мотивування K_{Ene} не містить показників Pn_{It}, Vn_{It} .

Соціально-еколого-економічний ефект ЕІД з позицій підприємства-інноватора з урахуванням факторів мотивування $E_{ne(m)}$ та без їх дії E_{ne} становлять величини, подані у чисельниках формул розрахунку $K_{Ene(m)}$ і K_{Ene} відповідно.

Серед альтернативних напрямів вкладень інноваційного капіталу підприємствам потрібно обирати ті, показник ефективності яких є максимальним, у цілому максимізуючи ефект реалізації портфеля ЕІ.

Показано, що під час реалізації різних концепцій ЕІД окремі результати $Pn_{It}, Pn_{3t}, Pn_{Et}, Pn_{Pt}, Pn_{Mnt}$ та витрати $Vn_{It}, Vn_{Et}, Vn_{3t}, Vn_{Et}, Vn_{Pt}, Vn_{Mnt}, Vn_{Mnt}$ не мають місця. Вся їх сукупність характеризує ефективність впровадження ЕІ, що реалізують концепцію 4 ЕІД. Конкретизовано складові перелічених результатів і витрат.

Доведено, що соціально-еколого-економічна ефективність екологічних перетворень підприємств, які справляють значний екодеструктивний вплив, за умов зовнішнього мотивування екологізації є значно більшою, ніж без мотивування.

У п'ятому розділі “**Методологічні та прикладні аспекти формування**

соціально-економічної мотивації ЕІД» удосконалено наукові підходи до формування механізму мотивування ЕІД, виконано оцінку ефективності проектів ЕІД з позицій суспільства і з позицій підприємств-інноваторів, удосконалено наукові підходи до визначення оптимального рівня ЕІД.

Рушійною силою ЕІД є система мотивації, формування якої має створити екологічну мотивацію споживачів, товаровиробників та інших суб'єктів ринку. Показано, що можливості мотивування ЕІД існують на всіх рівнях управління формуванням ринку ЕІ. Найбільш ефективними є економічні методи державного мотивування ЕІД.

За типами ЕІ, виділених за концепціями ЕІД, визначено суб'єкти ринку, які є основними їх споживачами, а також суб'єкти-мотиватори, що зацікавлені у формуванні їх ринку і, відповідно, готові нести певні витрати на мотивування (табл. 8).

На відміну від існуючих структур механізму мотивування ЕІД, сформовано ринковий її тип. Показано, що такий механізм має прискорювати розвиток кожної складової ринку ЕІ: первинного ринку проміжних результатів ЕІД в інформаційній формі, та вторинного ринку кінцевих результатів впровадження ЕІ (рис. 10). Виконана оцінка ефективності складових сучасного механізму мотивування свідчить про необхідність його удосконалення в цілому і за окремими складовими.

При впровадженні результатів дослідження виявлено випередження розвитку суспільної раціональної екологічної мотивації порівняно з мотивацією конкретних підприємств, яке зумовлює доцільність державного мотивування підприємств до впровадження ЕІ. При цьому чим більшою є величина випередження, тим більший обсяг державних витрат економічно доцільно спрямовувати на створення мотивації ЕІД підприємств.

Таблиця 8

Основні споживачі ЕІ і суб'єкти-мотиватори формування їх ринку за видами ЕІ на стадіях еволюції концепцій ЕІД

Вид ЕІ	Приклад ЕІ	Основний споживач	Основний мотиватор
<i>ЕІ, що реалізують концепцію 1</i>			
Засоби, що сприяють ліквідації наслідків порушень довкілля	Рекультиваційні технології	Виробник	Державні інститути
Засоби захисту людини чи природної системи від шкідливого впливу	Засоби очищення води, іонізації та очищення повітря	Споживач	Виробник, суспільні організації
Товари, що збільшують стійкість організму людини до шкідливого впливу екодеструктивних чинників	Медичні препарати, що підвищують імунітет людини	Споживач	Державні інститути, споживач
Товари, що підтримують стійкість організму людини	Екологічно чисте харчування	Споживач	Споживач, державні інститути
<i>ЕІ, що реалізують концепцію 2</i>			
Засоби попередження забруднення довкілля	Очисні спорудження, ґрунтозахисні технології	Виробник	Державні інститути
Товари, що замінюють предмети, послуги, роботи, які мають гірші	Менш шкідливі види палива, будівельні	Виробник, споживач	Державні інститути,

екологічні характеристики	матеріали		виробник
<i>EI, що реалізують концепцію 3</i>			
Товари, що сприяють збереженню матеріальних і енергетичних ресурсів	Теплоізоляційні матеріали, нересурсомісткі технології	Виробник, споживач	Виробник, державні інститути
Засоби, що забезпечують вторинну переробку товарів	Обладнання, технології та препарати для рециркуляції матеріалів	Виробник	Державні інститути, виробник
<i>EI, що реалізують концепцію 4</i>			
Засоби, що сприяють збереженню біологічної різноманітності та підтримці рівноваги в екосистемах	Засоби забезпечення заповідників	Державні інститути	Державні інститути
Освітні та інформаційні послуги	Екологічна освіта, консультаційні послуги	Споживач, виробник	Державні інститути
Товари і послуги для збільшення інформаційного контакту людини з природними системами	Парки, сквери	Споживач	Суспільні інститути, споживач

Виявлене випередження збільшується при орієнтуванні на кожен наступну концепцію ЕІД. При певному рівні A екодеструктивного впливу (рис. 11) величина перевищення ефективності впровадження з позицій суспільства над ефективністю з позицій підприємства-інноватора зростає за концепціями від величини $\Delta K_{E1(A)} = K_{Ec1(A)} - K_{En1(A)}$ до все більших величин $\Delta K_{E2(A)}$, $\Delta K_{E3(A)}$, $\Delta K_{E4(A)}$.

Величина випередження також збільшується разом із підвищенням рівня екодеструктивного впливу. При його збільшенні з рівня A до рівня B величина випередження при впровадженні ЕІ, що забезпечують реалізацію концепції 4, зростає з величини $\Delta K_{E4(A)}$ до величини $\Delta K_{E4(B)}$.

Рис. 10. Структура мотиваційного механізму впровадження ЕІ залежно від складових їх ринку

Такі тенденції свідчать про збільшення ролі мотивування екологізації залежно від концепцій ЕІД і рівня екодеструктивного впливу.

Рис. 11. Випередження суспільної соціально-еколого-економічної ефективності впровадження ЕІ порівняно з ефективністю з позицій підприємства

За розробленими у дисертації схемами актуальності екологічних потреб особистості і підприємства-інноватора визначено оптимальні напрями їх актуалізації для підвищення потенціалу ЕІД.

Досліджено можливості актуалізації різних типів мотивації на етапах еколого-економічного циклу товару. Майже на всіх етапах еколого-економічного циклу товару найбільш актуальною є раціональна мотивація ЕІД виробника, порівняно легко актуалізується його моральна мотивація. Актуальною мотивацією споживачів є раціональна та емоційна екологічна мотивація на етапі споживання, порівняно легко актуалізується моральна мотивація споживчого вибору, в якому враховуються ресурсозбереження та

перероблення, ліквідація відходів.

Обґрунтовано зниження еколого-економічної ефективності діяльності підприємств, які справляють екодеструктивний вплив, зі збільшенням ставок екологічних платежів і рівня екодеструктивного впливу.

Запропоновано оптимізувати рівень ЕІД на основі визначення доцільності подальших суспільних витрат на мотивування, а також подальших витрат підприємства на ЕІД за різного рівня зовнішнього мотивування. Визначати доцільність подальших витрат запропоновано за критерієм граничного соціально-еколого-економічного ефекту. Оптимальний рівень ЕІД з позицій підприємства збільшується при збільшенні рівня державного мотивування (рис. 12).

Рис. 12. Взаємозалежність граничних ефектів ЕІД з позицій підприємства-інноватора та з позицій мотиватора:

D_1D_2 – обсяг екодеструктивного впливу підприємства

Якщо застосувати всі економічно доцільні інструменти мотивування ЕІД підприємства (тобто ті, що мотивують зниження обсягів деструктивного впливу підприємства на довкілля в розмірі, ілюстрованому відрізком D_1D_c), то граничний соціально-еколого-економічний ефект екологізації діяльності з позицій підприємства збільшиться з положення me_n до положення me'_n . У результаті частка екодеструктивного впливу, яку ліквідуватиме підприємство з максимальним з його позицій (і водночас з позицій суспільства) соціально-еколого-економічним ефектом, збільшиться з обсягу, що характеризується відрізком D_nD_2 , до обсягу, що характеризується відрізком D'_nD_2 . Лінії me_c'' , me'_n'' та відповідні точки D_c'' , D'_n'' ілюструють варіант мотивування, коли суспільство не має можливостей здійснити мотивування у повному економічно доцільному обсязі.

Упровадження теоретико-методичних розробок дисертації підтвердило необхідність і соціально-еколого-економічну ефективність мотивування ЕІД підприємств. Значні резерви підвищення ефективності ЕІД економіки інструментами державного мотивування і диференціація його результатів залежно від сформованої системи інструментів мотивування зумовлюють необхідність обґрунтованого управління мотивацією ЕІД на державному рівні, для забезпечення якого автором запропоновано застосовувати модель (рис. 13), що містить аналітичний, реалізаційний і результатний блоки.

Рис. 13. Модель управління мотивацією ЕІД на державному рівні

Її реалізація на основі наукових розробок і практичних рекомендацій дисертації має сприяти формуванню ефективного мотиваційного механізму ЕІД.

ВИСНОВКИ

Інтегральним результатом дисертаційної роботи є теоретичне узагальнення та нове вирішення науково-прикладної проблеми розроблення та обґрунтування

теоретико-методологічних засад і методичних підходів до формування взаємоузгодженої соціально-економічної мотивації ЕІД, яка забезпечує орієнтування інноваційної діяльності підприємств та економіки в цілому на дотримання вимог екологічної безпеки і сталого розвитку в ринкових умовах господарювання.

Одержані результати дозволили зробити такі висновки теоретико-методологічного, методичного та практичного характеру.

1. Автором обґрунтовано, що пріоритетність екологічно спрямованої інноваційної діяльності зумовлена безальтернативністю інноваційного розвитку України в умовах глобалізації світової економіки та поглиблення екологічної кризи. Необхідність забезпечення високого рівня екологічності інноваційного розвитку зумовлюють потребу у формуванні соціально-економічних засад мотивації діяльності суб'єктів інноваційного процесу. Теоретично обґрунтовано сутність таких понять, як передумови мотивації ЕІД, мотивація, екологічна мотивація, мотивація ЕІД, екодеструктивні та екоконструктивні процеси, ЕІД, ЕІ, що дозволяє обґрунтовано управляти процесами ЕІД.

2. Встановлено, що разом з еволюцією екологічної мотивації послідовно змінюються концепції ЕІД: 1) концепція ліквідування наслідків екодеструктивного впливу процесів виробництва та споживання; 2) концепція екологічного удосконалення технологій виробництва; 3) концепція зниження матеріаломісткості та енергоємності виробництва та споживання; 4) концепція екологізації усіх етапів еколого-економічного циклу інновацій. Реалізація кожної наступної концепції все більшою мірою екологізує еколого-економічний цикл товару. Це свідчить про необхідність формування екологічної мотивації з метою переходу на наступні концепції ЕІД для підвищення рівня екологічності інноваційної діяльності.

3. Удосконалено теоретико-методичний підхід до порівняльної економічної оцінки рівня екологічності інновації, в основу якого покладено еколого-економічну оцінку кумулятивного пореципієнтного впливу товару на довкілля (як екоконструктивного, так і екодеструктивного) на всіх етапах еколого-економічного циклу товару, що припадає на одиницю товарної споживчої вартості. Цей підхід дозволяє обґрунтовано визначати напрями зовнішнього мотивування ЕІД, а також напрями інноваційної діяльності підприємств, реалізація яких сприяє впровадженню підприємствами інновацій високого рівня екологічності, що сприятиме поширенню екоконструктивних процесів і уповільненню екодеструктивних, а як результат – підвищенню екологічної безпеки суспільного виробництва і споживання.

4. Розроблено методичні підходи до обґрунтування вибору інструментів державного мотивування, що ґрунтуються на співвіднесенні результатів впливу негативного і позитивного мотивування на ефективність інноваційної діяльності і забезпечують формування такої системи інструментів мотивування ЕІД, реалізація якої сприяє збільшенню частки екологічно спрямованої інноваційної діяльності в загальному її обсязі водночас із підвищенням сукупного соціально-еколого-економічного ефекту інноваційної діяльності в Україні.

5. Запропоновано новий теоретико-методичний підхід до оцінки мотиваційного потенціалу ЕІД підприємств галузі, що ґрунтується на

визначенні можливостей зовнішнього мотивування ЕІД залежно від величини та характеру нерівномірності екодеструктивного впливу підприємств галузі, що свідчить про абсолютну чи відносну рівномірність розподілу екодеструктивного впливу, наявність екологічно відсталих підприємств або лідерів екологічності, значну або незначну диференціацію екологічності. Його застосування у діяльності органів державного та регіонального управління дозволяє уникнути неефективних державних (суспільних) витрат на мотивування процесів екологізації, а також запобігти застосуванню економічних методів негативного мотивування, які замість отримання соціально-еколого-економічного ефекту можуть призвести до скорочення виробництва по галузі внаслідок зниження його прибутковості і відсутності техніко-технологічних можливостей ЕІД.

6. Розроблено теоретико-методологічні засади державного мотивування процесів ЕІД, в основу яких покладено оцінку соціально-еколого-економічної ефективності мотивування ЕІД підприємств державними та суспільними інститутами, що дозволяють максимізувати соціально-еколого-економічний ефект мотивування, обираючи напрями його здійснення найбільшої соціально-еколого-економічної ефективності. Запропонований науковий підхід до оцінки ефективності мотивування відрізняється від існуючих врахуванням факторів зворотного впливу, екологічного поліпшення та ринкових факторів, врахуванням позитивного впливу ЕІ на довкілля, який в ідеалі має місце, а також відмежуванням позитивних зрушень, пов'язаних з екологізацією, на результати та витрати. Застосування цих підходів ґрунтується на прогнозуванні реакції ринку та суб'єктів господарювання на процеси мотивування ЕІД.

7. Науково обґрунтовано суть понять *комунікованої корисності* як корисності, що змінена в уявленні споживача засобами комунікацій, та *екоатрибутивного споживчого вибору* як споживчого вибору, при якому екологічні атрибути товару визнаються споживачем як значущі; за кількістю екоатрибутів, які беруться до уваги, виділено нульовий, одиничний, подвійний та множинний типи екоатрибутивного споживчого вибору.

8. Виявлено особливості сприйняття корисності екоатрибутів товарів споживачами з різною силою мотиву екологічно орієнтованого споживання. З'ясовано, що більшість споживачів мають попит на екопродукцію, яка не заподіює шкоди їхньому здоров'ю, і водночас майже не готова платити за продукцію, виробництво, використання і утилізація якої не чинять екодеструктивного впливу, переважними причинами чого є низький рівень життя, і відповідно нестача коштів на сприяння вирішенню екологічних проблем суспільства. Якщо рівень життя людей зростає, можна прогнозувати зростання попиту на ЕІ. Запропоновано нову категорію екоатрибутивного споживчого вибору, при якому екологічні атрибути товару визнаються споживачем як значущі; виділено його типи за кількістю екоатрибутів, які беруться до уваги.

9. Удосконалено теоретико-методичні підходи до вибору ЕІ найбільшої споживчої привабливості, які модифікуються залежно від ступенів новизни товару і цільового ринку та комунікаційного впливу на споживача, дозволяючи оптимізувати витрати на розроблення та просування на ринку ЕІ.

Запропоновано теоретико-методичний підхід до прогнозування зміни споживчої привабливості ЕІ у результаті комунікаційного впливу на споживача, що дозволяє розробляти ефективні системи маркетингових комунікацій з урахуванням реакції споживача на формування відчуття корисності товарних атрибутів різної важливості. Розроблено наукові основи моделювання процесу прийняття рішень щодо доцільності просування на ринку ЕІ залежно від стану екологічної мотивації споживача та можливостей її коригування, що дозволяють запобігати неефективному вкладенню інноваційного капіталу.

10. Розроблено теоретико-методичний підхід до визначення достатності інтелектуального потенціалу підприємства для впровадження ЕІ, що дозволяє оптимізувати його рівень, запобігаючи штучному завищенню рівня потенціалу і, що найголовніше, неправильному визначенню стратегічних напрямів його розвитку та неефективному вкладанню коштів у його підвищення. Застосування оптимальних показників інтелектуального потенціалу усуває необхідність формування бази порівняння, що є необхідною при застосуванні існуючих підходів до його оцінки. Поглиблено наукові основи мотивування екологічно спрямованої інноваційної діяльності персоналу підприємств шляхом конкретизації характеру залежності результатів інноваційної праці від співвідношення складності поставлених завдань і здібностей працівника, що дозволяють більш ефективно управляти мотивацією інноваційної екологічно спрямованої діяльності персоналу підприємств.

11. Удосконалено теоретико-методичні підходи до оцінки ефективності впровадження ЕІ і ЕІД підприємств, в яких враховано визначені автором фактори зворотного впливу та екологічного поліпшення, ринкові фактори, а також фактори позитивного і негативного мотивування і які дозволяють максимізувати соціально-еколого-економічний ефект ЕІД підприємств при виборі напрямів її здійснення найбільшої соціально-еколого-економічної ефективності з позицій підприємства-інноватора. Доведено, що за умов зовнішнього мотивування екологізації соціально-еколого-економічна ефективність екологічних перетворень підприємств-інноваторів, які чинять значний деструктивний вплив на довкілля, є значно більшою, ніж без мотиваційного впливу.

12. Удосконалено наукові засади мотивування формування ринку ЕІ на різних рівнях управління (а саме на державному рівні, рівні виробників і споживачів) шляхом конкретизації мотивуючих заходів за суб'єктами-мотиваторами, спрямуванням їхніх дій на формування екологічних інтересів і результатів мотивування, що дозволяють формувати мотиваційний механізм ЕІД. Запропоновано теоретико-методичний підхід до формування структури мотиваційного механізму розвитку екологічно спрямованої інноваційної діяльності залежно від видів ринку ЕІ, що дозволяє прискорювати розвиток кожної складової ринку ЕІ: первинного ринку проміжних результатів ЕІД в інформаційній формі та вторинного ринку кінцевих результатів впровадження ЕІ.

13. Розроблено науково-методичний підхід до аналізу актуальності екологічної мотивації суб'єктів інноваційної діяльності, що на відміну від існуючих ґрунтується на використанні двофакторних моделей процесів

формування мотивації ЕІД та надає можливість обирати найбільш прийнятні напрями їх актуалізації з метою підвищення потенціалу ЕІД.

14. Науково обґрунтовано випередження актуалізації раціональної екологічної мотивації з позицій суспільства порівняно з мотивацією суб'єктів інноваційної діяльності, яке збільшується в процесі еволюції концепцій ЕІД, зумовлюючи зростання необхідності й соціально-еколого-економічної доцільності зовнішнього мотивування підприємств до впровадження ЕІ.

15. Удосконалено науково-методичний підхід до оптимізації рівня ЕІД підприємств на основі критерію граничного соціально-еколого-економічного ефекту, що дозволяє визначати доцільність подальших суспільних витрат на мотивування, а також подальших витрат підприємства на екологізацію залежно від рівня зовнішнього мотивування.

Результати дослідження дозволяють формувати мотиваційну основу державного регулювання екологізації інноваційного розвитку вітчизняної економіки, ЕІД підприємствами та екологізувати споживання інновацій з максимальним соціально-еколого-економічним ефектом із позицій кожного суб'єкта інноваційного процесу, що в сукупності надає можливість формування ефективного мотиваційного механізму ЕІД. Авторська методологія формування соціально-економічної мотивації ЕІД вирішує низку проблем управління у сфері охорони навколишнього середовища і забезпечення екологічної безпеки, а також є основою ідеології вирішення комплексу економічних, екологічних і соціальних проблем екологічно сталого розвитку.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Монографії

1. Прокопенко О.В. Екологізація інноваційної діяльності: мотиваційний підхід : [монографія] / Прокопенко О.В. – Суми : ВТД “Університетська книга”, 2008. – 392 с.
2. Прокопенко О.В. Механізм мотивації екологічно-спрямованої інноваційної діяльності / Прокопенко О.В. // Менеджмент та маркетинг інновацій : [монографія] / [Ілляшенко С.М., Прокопенко О.В., Мельник Л.Г. та ін.] ; за ред. С.М. Ілляшенка. – Суми : ВТД “Університетська книга”, 2004. – С. 333–343.
3. Прокопенко О.В. Мотиваційний менеджмент автотранспортних перевезень / Прокопенко О.В. // Проблеми управління інноваційним розвитком підприємств у транзитивній економіці : [монографія] / [Ілляшенко С.М., Прокопенко О.В., Мельник Л.Г. та ін.] ; за ред. С.М. Ілляшенка. – Суми : ВТД “Університетська книга”, 2005. – С. 391–399.
4. Прокопенко О.В. Возможности мотивации энергосбережения в быту / Прокопенко О.В. // Малая энергетика в системе обеспечения экономической безопасности государства / [под ред. Г.К. Вороновского, И.В. Недина]. – К. : Знання України, 2006. – С. 251–256.
5. Прокопенко О.В. Мотивація споживачів екологічно чистих харчових продуктів з різним ставленням до екологічності / Прокопенко О.В. // Маркетинг і менеджмент інноваційного розвитку : [монографія] / [Ілляшенко С.М.,

Мельник Л.Г., Божкова В.В. та ін.] ; за ред. С.М. Ілляшенка. – Суми : ВТД "Університетська книга", 2006. – С. 482–488.

6. Прокопенко О.В. Теоретичні основи мотивації енерго- та ресурсозбереження / Прокопенко О.В. // Ресурсозбереження та економічний розвиток України: формування механізмів переходу суб'єктів господарювання України до економічного розвитку на базі ресурсозберігаючих технологій : [монографія] / [Мельник Л.Г., Шапочка М.К., Божкова В.В. та ін.] ; за ред. І.М. Сотник. – Суми : ВТД "Університетська книга", 2006. – С. 71–104.

7. Прокопенко О.В. Потенціал екологізації інноваційного підприємництва: оцінка і можливості підвищення / Прокопенко О.В. // Проблеми управління інноваційним підприємництвом екологічного спрямування : [монографія] / [Бистряков І.К., Галиця І.О., Данилишин Б.М. та ін.] ; за ред. О.В. Прокопенко. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2007. – С. 106–130.

8. Прокопенко О.В. Особливості створення інновацій і формування попиту на них / С.М. Ілляшенко, О.В. Прокопенко // Інвестиційно-інноваційна діяльність: теорія, практика, досвід : [монографія] / [Денисенко М.П., Михайлова Л.І., Грищенко І.М. та ін.] ; за ред. А.М. Денисенка, Л.І. Михайлової. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2008. – С. 516–552. *Особистий внесок здобувача: досліджено специфіку аналізу мотивації суб'єктів інноваційного процесу, визначено основні фактори споживчої мотивації.*

9. Прокопенко О.В. Мотивація екоатрибутивного споживання / Прокопенко О.В. // Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу : [монографія] / [Ілляшенко С.М., Заруба В.Я., Мельник Л.Г. та ін.] ; за ред. С.М. Ілляшенка. – Суми : ВТД "Університетська книга", 2008. – С. 589–602.

Статті у наукових фахових виданнях

10. Прокопенко О.В. Защита окружающей природной среды населением: мотивы и способы осуществления / Прокопенко О.В. // Механізм регулювання економіки, економіка природокористування, економіка підприємства та організація виробництва. – Суми : Університетська книга, 2002. – Вип. 1–2. – С. 55–62.

11. Прокопенко О.В. Оцінка суб'єктом господарювання варіантів формування ринку екологічних товарів / Прокопенко О.В. // Вісник Сумського державного університету. – Серія "Економіка". – 2002. – № 7 (40). – С. 40–49.

12. Прокопенко О.В. Теоретичні основи мотивації екологізації інноваційного розвитку / Прокопенко О.В. // Вісник Сумського національного аграрного університету. – Серія "Економіка та менеджмент". – 2002. – Вип. 3–4'2002. – С. 160–167.

13. Прокопенко О.В. Екологічний маркетинг / С.М. Ілляшенко, О.В. Прокопенко // Економіка України. – 2003. – № 12. – С. 56–61. *Особистий внесок здобувача: запропоновано визначення категорії екологічних потреб, класифіковано за рівнем екологічності товари, що їх задовольняють.*

14. Прокопенко О.В. Економічні інструменти мотивації екологізації виробництва / Прокопенко О.В. // Вісник Сумського національного аграрного університету. – Серія "Економіка та менеджмент". – 2003. – Вип. 3–4. – С. 125–134.

15. Прокопенко О.В. Стан і складові мотиваційного механізму розвитку екологічно

- орієнтованої інноваційної діяльності / Прокопенко О.В. // Вісник Сумського державного університету. – Серія “Економіка”. – 2003. – № 6 (52). – С. 28–35.
16. Прокопенко О.В. Теоретико-методичні основи управління розвитком потенціалу підприємства відповідно до потреб ринку / Прокопенко О.В. // Механізм регулювання економіки, економіка природокористування, економіка підприємства та організація виробництва. – 2003. – № 3. – С. 75–83.
17. Прокопенко О.В. Вибір варіантів використання інвестиційного потенціалу підприємств відповідно до мотивації суб’єктів ринку / Прокопенко О.В. // Вісник Сумського державного університету. – Серія “Економіка”. – 2004. – № 9 (68). – С. 130–139.
18. Прокопенко О.В. Оцінка ризику екологічних платежів та доцільності екологізації хімічного виробництва в ринкових умовах / Прокопенко О.В. // Механізм регулювання економіки, економіка природокористування, економіка підприємства та організація виробництва. – 2004. – Вип. 4. – С. 68–72.
19. Прокопенко О.В. Оцінка рівня екологічності товарів і мотивація його підвищення / Прокопенко О.В. // Вісник Сумського державного університету. – Серія “Економіка”. – 2004. – № 6 (65). – С. 26–38.
20. Прокопенко О.В. Теоретичні основи мотивації творчої праці / Прокопенко О.В. // Труды Одесского политехнического университета : Науч. и произв.-практ. сб. по техн. и естеств. наукам. – Одесса, 2004. – Спецвыпуск: в 3 т. – Т. 3. – С. 286–291.
21. Прокопенко О.В. Особливості комплексу маркетингу екологічних інновацій / С.М. Ілляшенко, О.В. Прокопенко // Управління розвитком : зб. наук. ст. – Харків: Вид-во ХНЕУ, 2005. – № 3: Спецвипуск. – С. 83–84. *Особистий внесок здобувача: запропоновано класифікацію екологічних інновацій за споживчими витратами та екологічними перевагами.*
22. Прокопенко О.В. Механізм дії споживчої мотивації / Прокопенко О.В. // Вісник Сумського національного аграрного університету. – Серія “Економіка та менеджмент”. – 2005. – Вип. 6–7. – С. 225–231.
23. Прокопенко О.В. Підходи до удосконалення економічного мотивування екологізації виробництва / Прокопенко О.В. // Вісник Сумського державного університету. – Серія “Економіка”. – 2005. – № 10 (82). – С. 23–31.
24. Прокопенко О.В. Складові мотивації екологічно орієнтованого споживання / Прокопенко О.В. // Вісник Сумського державного університету. – Серія “Економіка”. – 2005. – № 2 (74). – С. 60–71.
25. Прокопенко О.В. Аналіз визначення мотивації та її складових / Прокопенко О.В. // Економічний вісник Національного технічного університету України "Київський політехнічний інститут". – 2006. – № 3. – С. 144–149.
26. Прокопенко О.В. Методические подходы к управлению интеллектуальным потенциалом предприятия / Ильяшенко С.Н., Прокопенко О.В., Журавлев М.Н. // Управління розвитком : зб. наук. ст. – Харків : Вид-во ХНЕУ, 2006. – № 3: Спецвипуск. – С. 12–15. *Особистий внесок здобувача: удосконалено теоретико-методичний підхід до оцінки рівня інтелектуального потенціалу підприємства.*
27. Прокопенко О.В. Теоретичні підходи до визначення нових товарів, що найбільш відповідають запитам споживачів / Прокопенко О.В. // Вісник Сумського національного аграрного університету. – Серія “Економіка та

- менеджмент”. – 2006. – № 3–4 (20–21). – С. 237–241.
28. Прокопенко О.В. Екоатрибутивне споживання: типи за мотивацією, психологічні методи стимулювання / Прокопенко О.В. // *Механізм регулювання економіки*. – 2007. – № 1. – С. 91–103.
29. Прокопенко О.В. Методологічні засади мотивації екоатрибутивного споживання / Прокопенко О.В. // *Економіка природокористування і охорони довкілля* : зб. наук. пр. – К. : РВПС України НАН України, 2007. – С. 203–210.
30. Прокопенко О.В. Методологічні підходи до екологізації діяльності підприємств / Прокопенко О.В. // *Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України* : зб. наук. пр. – Суми : УАБС НБУ, 2007. – Вип. 22. – С. 22–30.
31. Прокопенко О.В. Теоретико-методичний підхід до визначення мотиваційного потенціалу екологізації інноваційної діяльності галузі / Прокопенко О.В. // *Вісник Сумського національного аграрного університету*. – Серія “Економіка та менеджмент”. – 2007. – № 4–5 (24–25). – С. 72–78.
32. Прокопенко О.В. Теоретико-методичні основи визначення стратегічних напрямків формування мотивації інноваційної екоспрямованої діяльності / Прокопенко О.В. // *Механізм регулювання економіки*. – 2007. – № 4. – С. 171–184.
33. Прокопенко О.В. Ефективність впровадження екологічних інновацій і екологізації діяльності підприємств-інноваторів / Прокопенко О.В. // *Проблеми науки*. – 2008. – № 10. – С. 28–32.
34. Прокопенко О.В. Оцінка споживчої привабливості нового товару / Прокопенко О.В. // *Економічні науки*. – Серія «Економіка та менеджмент» : зб. наук. пр., Луцький національний технічний університет. – Вип. 5 (18). – Ч. 2. [редкол.: відп. ред. Герасимчук З.В.]. – Луцьк, 2008. – С. 125–133.
35. Прокопенко О.В. Раціональна мотивація екологізації інноваційної діяльності підприємств з урахуванням факторів мотивування / Прокопенко О.В. // *Вісник Сумського національного аграрного університету*. – Серія “Економіка та менеджмент”. – 2008. – № 7/2 (30). – С. 110–118.

Матеріали міжнародних наукових конференцій

36. Прокопенко О.В. Проблеми переходу України на інноваційний шлях розвитку / Прокопенко О.В. // *Сучасні проблеми науки та освіти* : матер. 3-ї Міжн. міждисц. наук.-практ. конф. 1–9 травня 2002 р., м. Ужгород / Харків : Українська Асоціація “Жінки в науці та освіті”, Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна, Ужгородський національний університет, 2002. – С. 71.
37. Прокопенко О.В. Формирование рынка экологических товаров как способ обеспечения экологической безопасности: методы управления / С.Н. Ильяшенко, О.В. Прокопенко // *Межрегиональные проблемы экологической безопасности*: Тр. междунауч.-техн. конф. (15–16 мая 2002 г.); Сумы – Санкт-Петербург / Под ред. А.М. Царенко, Л.Г. Филатова. – Сумы : Изд-во “Слобожанщина”, 2002. – Т. 1. – С. 101–111. *Особистий внесок здобувача: визначено місце і роль мотиваційного механізму в системі формування цільових ринків екологічних товарів.*
38. Прокопенко О.В. Мотиви споживання екологічних виробів і послуг

- / Прокопенко О.В., Петренко В.В. // Зб. тез доп. учасників Міжн. наук.-практ. конф. “Соціально-економічні проблеми сталого розвитку Українського суспільства”, 13 травня 2004 р. – Мелітополь : НКП ГУ “ЗІДМУ”, 2004. – С. 77–78. *Особистий внесок здобувача: дано характеристику тенденціям динаміки мотивів споживання екологічних виробів і послуг.*
39. Прокопенко О.В. Мотиваційні дослідження в системі екологічного маркетингу / Прокопенко О.В. // Зб. тез доп. Другої міжн. наук.-практ. конф. молодих вчених “Економічний і соціальний розвиток України в ХХІ столітті: національна ідентичність та тенденції глобалізації”. – Тернопіль : Економічна думка, 2005. – Ч. 2. – С. 301–303.
40. Прокопенко О.В. Дослідження мотивації споживання екобезпечної продукції як напрямок визначення тенденцій розвитку ринку екотоварів / О.В. Прокопенко, О.Д. Алексеєнко // Проблеми природокористування, сталого розвитку та техногенної безпеки регіонів : матер. Третьої міжн. наук.-практ. конф. Ч. II; м. Дніпропетровськ, Україна, 3–8 жовтня 2005 р. / [редкол.: А.Г. Шапар (голов. ред.) та ін.]. – Дніпропетровськ, 2005. – С. 38–39. *Особистий внесок здобувача: показано велике значення мотиваційних досліджень для прогнозування розвитку ринку екотоварів.*
41. Прокопенко О.В. Теоретичні основи економічної мотивації збалансованого природокористування / Прокопенко О.В. // Наука і соціальні проблеми суспільства: харчування, екологія, демографія : матер. IV Міжн. наук.-практ. конф., 23–24 травня 2006 р., ХДУХТ. У 2-х ч. / [редкол.: О.І. Черевко (відпов. ред.) та ін.]. – Харків, 2006. – Ч. 2. – С. 166–168.
42. Prokopenko O. The problems of transition of domestic enterprises to economically effective and ecologically safe innovation development / O. Prokopenko, N. Illiashenko // Economic for ecology: Papers presented at 13-th International Scientific Conference. – Sumy, 2007. – P. 143–145. *Особистий внесок здобувача: досліджено проблеми переходу вітчизняних підприємств до екологічно безпечного інноваційного розвитку, пов’язані з недосконалістю механізму мотивації впровадження екологічних інновацій.*
43. Прокопенко О.В. Стратегічні напрямки маркетингу екологічно чистих продуктів харчування / Прокопенко О.В. // Стратегічні напрямки розвитку підприємств харчових виробництв, ресторанного господарства і торгівлі : тези доп. міжнар. наук.-практ. конф., 17 жовтня 2007 року / [редкол.: О.І. Черевко (відпов. ред.) та ін.] : у 2 ч. – Харків, 2007. – Ч. 2. – С. 141.
44. Прокопенко О.В. Визначення економічно безпечного рівня екологізації інноваційної діяльності / Прокопенко О.В. // Актуальні проблеми забезпечення економічної безпеки України : зб. тез доп. II Наук.-практ. семінару з міжн. участю (Тернопіль, 16–18 грудня 2008 р.). – Тернопіль, 2008. – С. 189–191.
45. Прокопенко О.В. Визначення напрямків інноваційного розвитку на основі мотиваційних досліджень / Прокопенко О.В. // Маркетингові дослідження в Україні : тези доп. / Матер. III Міжн. наук.-практ. конф. «Маркетингові дослідження в Україні» 22–23 травня 2008 р., м. Луганськ. – Луганськ: Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2008. – С. 211–214.
46. Прокопенко О.В. Концепції забезпечення екологічної безпеки на етапах розвитку екологічних інтересів / Прокопенко О.В. // Матер. Міжн. наук.-практ.

конф. «Стратегія забезпечення сталого розвитку України» (м. Київ, 20 травня 2008 р) : у 3 ч. – К. : РВПС України НАН України, 2008. – Ч. 3. – С. 261–263.

47. Прокопенко О.В. Мотивація споживання екологічних інновацій / Прокопенко О.В. // Матер. Міжн. наук.-практ. конф. студентів, аспірантів та молодих вчених «Маркетинг у третьому тисячолітті» (15–16 травня 2008 р.). – Донецьк, 2008. – Т. 3, ч. 3. – С. 181–182.

48. Прокопенко О.В. Экологизация мотивации личности в системе управления экологической безопасностью / Прокопенко О.В. // Система управления экологической безопасностью: сб. тр. Второй заоч. междун. науч.-практ. конф. : в 2 т. – Екатеринбург : УГТУ – УПИ, 2008. – Т. 2. – С. 311–317.

Статті в інших наукових виданнях

49. Прокопенко О.В. Поширення екологічних інновацій як передумова забезпечення сталого розвитку / Прокопенко О.В. // Зб. наук. пр. Донецького державного університету управління. – Серія “Державне управління”, т. 5, вип. 33. – Донецьк, 2004. – С. 45–56.

50. Прокопенко О.В. Исследование мотивации потребителей на рынке экологических инноваций / Прокопенко О.В. // Стратегія маркетингу. – Донецьк, 2006. – № 2. – С. 85–91.

51. Прокопенко О.В. Моделирование процесса принятия решения о покупке на рынке инноваций / О.В. Прокопенко, М.Ю. Троян // Маркетинг и реклама. – 2006. – № 11 (123). – С. 46–51. *Особистий внесок здобувача: досліджено вплив мотиваційних характеристик споживача на процес прийняття споживчого рішення.*

Анотація

Прокопенко О.В. Теоретико-методологічні засади соціально-економічної мотивації екологізації інноваційної діяльності. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук за спеціальністю 08.00.06 – економіка природокористування та охорони навколишнього середовища. – Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України, Одеса, 2009.

У дисертації наведено теоретичне узагальнення та нове вирішення науково-прикладної проблеми розроблення і обґрунтування теоретико-методологічних засад і методичних підходів до формування взаємоузгодженої соціально-економічної мотивації екологізації інноваційної діяльності.

Запропоновано нові теоретико-методологічні підходи до управління екологізацією інноваційної діяльності на державному рівні та рівні підприємств-інноваторів, які ґрунтуються на оцінках мотиваційного потенціалу, показниках соціально-еколого-економічної ефективності та ефекту (сукупного та граничного) екологізації інноваційної діяльності, а також на визначенні можливостей коригування сприйняття екологічних інновацій споживачами.

Результати дослідження є основою формування ефективного мотиваційного механізму екологізації інноваційної діяльності.

Ключові слова: мотивація, мотивування, екологізація, інноваційна діяльність, мотиваційний потенціал, соціально-еколого-економічна ефективність.

Аннотація

Прокопенко О.В. Теоретико-методологические основы социально-экономической мотивации экологизации инновационной деятельности. – Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук по специальности 08.00.06 – экономика природопользования и охраны окружающей среды. – Институт проблем рынка и экономико-экологических исследований НАН Украины, Одесса, 2009.

В диссертации приведено теоретическое обобщение и новое решение научно-прикладной проблемы разработки и обоснования теоретико-методологических основ и методических подходов к формированию социально-экономической взаимосогласованной социально-экологической мотивации экологизации инновационной деятельности.

Предложены новые теоретико-методологические подходы к управлению экологизацией инновационной деятельности на государственном уровне и уровне предприятий-инноваторов, основанные на оценках мотивационного потенциала, показателях социально-эколого-экономической эффективности и эффекта (совокупного и предельного) экологизации инновационной деятельности, а также на определении возможностей мотивационной корректировки восприятия экологических инноваций потребителями.

Систематизированы концепции экологизации инновационной деятельности в зависимости от эволюции экологической мотивации. Разработан новый теоретико-методический подход к оценке уровня экологичности инноваций, основанный на определении изменения кумулятивного пореципиентного воздействия на окружающую среду (как экокоструктивного, так и экодеструктивного) на всех этапах эколого-экономического цикла товара.

Разработан новый теоретико-методический подход к оценке потенциала методов государственного мотивирования экологизации инновационной деятельности предприятий и выбора на ее основе методов государственного мотивирования, основанный на определении величины и характера неравномерности экодеструктивного воздействия предприятий отрасли.

Разработаны теоретико-методологические основы государственного мотивирования экологизации инновационной деятельности, основанные на прогнозировании реакции рынка и субъектов хозяйствования на процессы мотивирования.

Усовершенствованы теоретико-методические подходы к определению экологических инноваций наибольшей потребительской привлекательности; эти подходы модифицируются в зависимости от степеней новизны товара и целевого рынка, коммуникационного воздействия на потребителя, позволяя оптимизировать затраты на разработку и продвижение на рынке экологических инноваций.

Предложены новые категории коммуницированной полезности, как полезности, измененной в восприятии потребителей средствами коммуникации, экоатрибутивного потребительского выбора как такого, при котором экологические

атрибуты товара признаются потребителем как значимые, выделены его типы в зависимости от количества экоатрибутов, принимаемых во внимание.

Разработан теоретико-методический подход к определению достаточности интеллектуального потенциала предприятия для внедрения экологических инноваций, предусматривающий оптимизацию показателей потенциала.

Усовершенствованы теоретико-методические подходы к оценке эффективности внедрения экологических инноваций и экологизации инновационной деятельности предприятий. Доказано, что при государственном мотивировании экологизации социально-эколого-экономическая эффективность экологических преобразований предприятий-инноваторов, оказывающих значительное экодеструктивное воздействие, является гораздо большей, чем без мотивационного воздействия.

Предложена структура мотивационного механизма, сформированная в зависимости от видов рынка экологических инноваций, на формирование которого направлено его действие. Разработан теоретико-методический подход к анализу актуальности экологических потребностей личности и экологических потребностей субъекта инновационной деятельности, позволяющий оптимизировать направления их актуализации с целью повышения потенциала экологизации инновационной деятельности.

Научно обосновано опережение актуализации рациональной экологической мотивации общества по сравнению с мотивацией конкретных субъектов инновационной деятельности, увеличивающегося в процессе эволюции концепций экологизации инновационной деятельности.

Разработан теоретико-методический подход к оптимизации уровня экологизации инновационной деятельности предприятий на основе критерия предельного социально-эколого-экономического эффекта, позволяющий определять целесообразность дальнейших общественных затрат на мотивирование, а также дальнейших затрат предприятия на экологизацию в зависимости от уровня внешнего мотивирования.

Результаты исследования позволяют формировать мотивационную основу государственного регулирования экологизации инновационного развития экономики, экологизации инновационной деятельности предприятиями и потребления экологических инноваций с максимальным социально-эколого-экономическим эффектом внедрения экологических инноваций с позиций субъектов инновационного процесса и являются основой формирования эффективного мотивационного механизма экологизации инновационной деятельности.

Они внедрены в деятельность органов регионального и местного управления, предприятий различных отраслей, вузов Украины и рекомендованы для внедрения в деятельность органов государственного, регионального и местного управления для формирования эффективной системы мероприятий мотивирования экологизации инновационной деятельности и в деятельность предприятий различных отраслей для управления экологизацией инновационной деятельности в рыночных условиях.

Ключевые слова: мотивация, мотивирование, экологизация,

ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, МОТИВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ, СОЦИАЛЬНО-ЭКОЛОГО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ.

Summary

Prokopenko O.V. Theoretical and methodological principles of social and economic motivation of the ecologization of innovative activity. – Manuscript.

Dissertation for the Doctor of science degree in Economics obtained. Speciality 08.00.06 – Nature Use Economics and Protection of the Environment. – The Institute of Market problems and Economic-Ecological Researches of the National Academy of Sciences of Ukraine, Odessa, 2009.

In the dissertation the theoretical, methodological and methodical approaches to formation of social and economic motivation of innovative activity ecologization are developed and scientifically proved.

The offered new theoretical and methodological approaches to management of innovative activity motivation at the state level and level of the enterprises-innovators are based on estimations of motivational potential and indicators of socio-economic efficiency and effect (cumulative and marginal) of innovative activity ecologization, and also on definition of correcting possibilities of ecological innovations consumers' perception.

The results of research are basis of formation of the effective motivational mechanism of innovative activity ecologization.

Keywords: motivation, motivating, ecologization, innovative activity, motivational potential, socio-economic efficiency.