

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
Министерство агропромышленного комплекса и продовольствия Свердловской области
Федеральное государственное бюджетное научное учреждение
«Уральский федеральный аграрный научно-исследовательский центр
Уральского отделения Российской академии наук»
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Уральский государственный аграрный университет»

Экономика и управление научно-технологическим развитием сельского хозяйства

*Сборник материалов международной
научно-практической конференции
«СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ЗАДАЧИ
ПО НАУЧНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОМУ РАЗВИТИЮ АПК»
(8-9 февраля 2018 года)*



Екатеринбург
2018

УДК 339.13

МЕХАНИЗМ ФОРМИРОВАНИЯ ЭКО-ИННОВАЦИЙ: ОПЫТ СТРАН ЕС

Козлова О.А.

доктор экон. наук, профессор

ФГБОУ ВО Нижневартровский государственный университет

Статья публикуется при финансовой поддержке Европейской Комиссии в рамках реализации гранта Jean Monnet Module ««Развитие "зеленых навыков" в сфере предпринимательства и бизнеса на основе европейского опыта» (Jean Monnet Module "Developing «green skills» for Entrepreneurship and Business based on the EU experience") 587650-EPP-1-2017-1-RU-EPPJMO-MODULE. Содержание данного материала отражает мнение авторов, Европейская Комиссия не несет ответственности за использование содержащейся в нем информации.

Аннотация: Новым подходом, представленным автором, является формирование экологически ориентированного бизнеса на основе концепции разработки продуктов нового поколения (NGP). В статье представлены рекомендации по использованию системного подхода в разработке мероприятий в области товарной политики, где акцент делается на инновационные решения и современный взгляд на жизненный цикл экологического товара.

Ключевые слова: экологические товары, продукты нового поколения, экологический бизнес, инновации, академическое предпринимательство

THE FORMATION MECHANISM OF ECO-INNOVATION: THE EU EXPERIENCE

O. A. Kozlova Dr. Ekon. Sciences, Professor, Nizhnevartovsk state
University

New approach presented by the author is the formation of environmentally oriented business on the basis of the concept of development of new generation products (NGP). The article presents recommendations for using the system approach in the development of activities in the field of commercial policy, where the emphasis is on innovative solutions and modern look at the life cycle environmental goods.

Key words: ecological products, products of new generation, environmental, business, innovation, academic entrepreneurship

В европейских странах все большее распространение получает концепция «от истоков к истокам» (*cradle to cradle*), которая является противоположностью парадигме «от колыбели к захоронению» [2], где жизненный цикл продукта не является циклом как таковым. Цель проекта «от истоков к истокам» восстановить непрерывный цикл как биологического, так и промышленного вещества, результатом которого будет долгосрочная прибыль, здоровье человека и окружающей среды [5].

Именно данный подход, мы считаем перспективным в плане развития концепции разработки продуктов нового поколения (Next Generation Product), но требующий серьезных изменений в системе менеджмента компаний. Специалистами в последнее время рассматривается три подхода к разработке нового продукта [6]:

- подход первого поколения: линейная система разработки, ориентированная только на запросы клиента;
- подход второго поколения: использование технологий бережливого производства, направленный на минимизацию отходов и повышение эффективности, но приводящий к ограничению инноваций;
- подход третьего поколения: более гибкая система разработки продукта способная адресовать частые итерации множественных вариантов конструкций в процессе, основанном на непрерывном клиенто-управляемом изменении продукта.

Для того чтобы повысить эффективность выведения нового продукта, компаниям нужно принять подход третьего поколения. Этот метод, который одновременно поощряет гибкость и признает

непредсказуемость ранних стадий разработки продукции, гарантирует, что последняя часть цикла является гораздо менее неопределенной, и позволяет компаниям выводить на рынок востребованную продукцию по более низкой стоимости и с меньшими издержками.

Концепции разработки продуктов нового поколения (NGP) сформирована на третьем подходе и предполагает в развитии экологически ориентированного бизнеса поиск новых более качественных инструментов в производственных процессах.

Продукты следующего поколения, также известные как продукты -платформы, потому что они, как ожидается, предложат и поддержат совершенно новую линейку производных товаров и потребуют большей приверженности к управлению ресурсами в целом, что и было уже представлено нами в системе «от истоков к истокам».

Продукты на новой платформе разрабатываются для удовлетворения будущих потребностей клиентов, соответственно компании подвергаются высокому риску при работе с непроверенными технологиями. Кроме того, учитывая нестабильный характер отраслей, компании испытывают трудности с прогнозированием развития рынков, что зачастую приводит к организационному хаосу при разработке продуктов. Именно поэтому многие экологически ориентированные компании в европейских странах не разрабатывают инновации, а внедряют процесс бережливого производства, который направлен на устранение отходов и повышение скорости выхода на рынок новой продуктовой линейки. Но повышение эффективности разработки бережливого продукта (как и закрытая модель) по-прежнему сильно зависят от ранней стабилизации требований рынка, а не итерации, и оптимизации портфеля инновационных продуктов.

Компании, которые внедряют модель разработки продуктов следующего поколения (NGP), получают значительную прибыль, выходящую далеко за рамки того, что возможно было бы ожидать от закрытого линейного подхода. Но это требует значительных изменений в управлении компаний, и делает быструю трансформацию маловероятной.

Успех нового подхода напрямую зависит от высокой организационной культуры сотрудничества, развития партнерских отношений, в том числе и с поставщиками [1,2].

Особый акцент в странах ЕС делают на развитие академического предпринимательства – спин офф (ASO), который связан с развитием экономики знаний и ориентирован на коммерциализацию научных исследований, и создание новой предпринимательской экосистемы.

В рамках прохождения стажировки в Португалии по изучению опыта развития сотрудничества производственного сектора и университетов, и создания инновационных бизнес-инкубаторов автором были выделены три ключевые модели:

- Классическая модель ASO;
- Международная модель (проект Global Spin);
- Модель замкнутого цикла ASO.

Основными принципами деятельности академических предпринимательских структур, исходя из опыта компаний, являются: мультидисциплинарность исследований; консолидация деятельности профессорско-преподавательского состава, студентов и представителей бизнеса; формирование партнерских сетей; отраслевой трансфер технологий; комбинация финансирования; оказание поддержки в продвижении и коммерциализации проектов; обучение и коучинг в области предпринимательских навыков.

Качественное развитие академического предпринимательства также способствует активному развитию эко-инноваций. Представленные примеры европейской практики все-таки позволяют говорить о некотором сломе стереотипного мышления, и в данном случае представляется интересным разработки в области «зеленых» нанотехнологий. В этом контексте, необходимо изначально рассматривать взаимосвязь нанотехнологий с "зеленым" ростом, а затем определять экономические последствия их применения для экономики в целом [7]. Но на данный момент это сложная задача, требующая целого ряда методов, применяемых на различных уровнях (макро- и микро) для оценки и триангуляции последствий. Один из подходов может заключаться в том, чтобы сосредоточить внимание на

устойчивости и экологичности и определить, каким образом инновационные технологии способствуют в целом достижению этих целей.

Библиографический список

1. Козлова О.А. «Зеленые» маркетинговые стратегии организаций на продовольственном рынке/ О.А. Козлова // Практический маркетинг. – 2010. – №10 (164). С. 3–10.
2. Ламбен Ж. Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок: стратегический маркетинг и операционный маркетинг / Ж. Ж. Ламбен. – СПб.: Питер, 2006. – 800 с.
3. Тимохина Г.С., Куликова Е.С. Маркетинговые исследования поведения глобальных потребителей/ Г. С. Тимохина, Е.С. Куликова // Российское предпринимательство. –2015. –№ 15. С. 2397-2406
4. Трифонова Т.А., Ильина М.Е. Жизненный цикл и его оценка как инструмент экологического менеджмента/ Т.А. Трифонова, М.Е. Ильина// монография – Владимир: «Аркаим», 2016 – 68 с.
5. Bertoli A. What is Cradle to Cradle Manufacturing? [Электронный ресурс]. URL: <http://greenlivingideas.com/2015/08/31/cradle-to-cradle-manufacturing> (дата обращения 01.10.2017)
6. Jaruzelski B., Holman R., Daud O. Next-Generation Product Development. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.strategy-business.com/article/00076?gko=90b0b> (дата обращения 01.10.2017)
7. OECD/NNI International Symposium on Assessing the Economic Impact of Nanotechnology Background Paper 3: The Economic Contributions of Nanotechnology to Green and Sustainable Growth. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.oecd.org/sti/nano/49932107.pdf> (дата обращения 01.10.2017)

