

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет магістерської підготовки
Кафедра економіки природокористування

Магістерська кваліфікаційна робота

на тему: «ІНСТРУМЕНТИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ ПІДТРИМКИ
ЕКОЛОГІЧНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА»

Виконав студент 2 курсу
групи МЕД- 18
спеціальності 051 «Економіка»
освітньо-професійна програма
«Економіка довкілля та природних
ресурсів»
Пінчук Микита Вячеславович

Керівник д.е.н., проф.,
зав. кафедри економіки
природокористування
Губанова Олена Ростиславівна

Рецензент д.е.н., проф., зав.
відділом ІПРЕЕД НАН України
Купінець Лариса Єгеніївна

Одеса 2019

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет Магістерської підготовки
Кафедра Економіки природокористування
Рівень вищої освіти магістр
Спеціальність 051 «Економіка», освітня програма «Економіка довкілля та природних ресурсів»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри _____
д.е.н., проф. Губанова О.Р.
«28» жовтня 2019 року

З А В Д А Н Н Я
НА МАГІСТЕРСЬКУ КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ
Пінчука Микити Вячеславовича
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи ІНСТРУМЕНТИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ ПІДТРИМКИ ЕКОЛОГІЧНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА
керівник роботи д.е.н., проф. Губанова Олена Ростиславівна,
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)
затверджені наказом вищого навчального закладу від «08» жовтня 2019 року №235-С
2. Строк подання студентом роботи 9 грудня 2019 року
3. Вихідні дані до роботи наукові публікації: статті, тези та монографії стосовно проблеми розвитку екологічного підприємництва, нормативно-правова база, статистична інформація.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки
 1. Підприємництво як фактор розвитку сучасної економіки
 2. Інструменти підтримки екологічного підприємництва
 3. Оцінка перспектив розвитку екологічного підприємництва в сфері поводження з твердими побутовими відходами
5. Перелік графічного матеріалу
 1. Характеристика видів підприємницької діяльності
 2. Різноманіття підприємницької діяльності за класифікаційними ознаками
 3. Модель організаційно-економічного розвитку ЕП
 4. Технології краудсорсингу та класифікація видів краудсорсингу
 5. SWOT-аналіз розвитку екологічного підприємництва з переробки полімерних відходів
6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

7. Дата видачі завдання 28 жовтня 2019р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів роботи	Термін виконання етапів роботи	Оцінка виконання етапу	
			у %	за 4-х бальною шкалою
1	Написання першого розділу роботи	28.10.19р. – 02.11.19р.		
2	Написання другого розділу роботи	03.11.19р.– 11.11.19р.		
3	Написання третього розділу	12.11.19р. – 17.11.19р.		
	Рубіжна атестація	18.11.19р.- 23.11.19р.		
4	Написання висновків	24.11.19р.- 26.11.19р		
5	Оформлення роботи	27.11.19р.- 02.12.19р.		
6	Перевірка на плагіат	03.12.19р.- 06.12.19р.		
7	Рецензування	07.12.19р.- 09.12.19р.		
	Інтегральна оцінка виконання етапів календарного плану (як середня по етапам)			

Студент

(підпис)

Пінчук М.В.

(прізвище та ініціали)

Керівник роботи

(підпис)

Губанова О.Р.

(прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

На магістерську роботу: ІНСТРУМЕНТИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ ПІДТРИМКИ ЕКОЛОГІЧНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Мета дослідження - обґрунтування доцільності соціально-економічної підтримки екологічного підприємництва за допомогою таких інструментів як державно-приватне партнерство, краудсорсинг та краудфандинг.

Об'єкт дослідження - екологічне підприємництво як сучасне явище.

Предмет дослідження – інструментальне забезпечення соціально-економічної підтримки екологічного підприємництва.

У першому розділі роботи розглянуто різні аспекти підприємництва в контексті розвитку сучасної економіки та її екологізації. У другому розділі узагальнено існуючі інструменти підтримки екологічного підприємництва та обґрунтована доцільність використання раніш не притаманних цій сфері низки інвестиційних та соціальних інструментів. У третьому розділі оцінено перспективи розвитку екологічного підприємництва в сфері поводження з твердими побутовими відходами.

Ключові слова: екологічне підприємництво, державно-приватне-партнерство, краудфандинг, краудсорсинг.

Звіт про КМР: 77 с., 5 рис., 5 табл., 36 джерел.

ANNOTATION

For master's work: INSTRUMENTS OF SOCIO-ECONOMIC SUPPORT OF ENVIRONMENTAL ENTREPRENEURSHIP

The purpose of the study - is to substantiate the feasibility of socio-economic support for eco-entrepreneurship through such tools as public-private partnerships, crowdsourcing and crowdfunding.

The object of the study - is green entrepreneurship as a modern phenomenon.
The subject of the study - is the instrumental support of socio-economic support of environmental entrepreneurship.

The first section deals with various aspects of entrepreneurship in the context of the development of the modern economy and its greening. The second section summarizes the existing tools for supporting eco-entrepreneurship and justifies the feasibility of using a number of investment and social instruments that are not inherent in this field. The third section assesses the prospects for developing eco-friendly entrepreneurship in the field of solid waste management.

Keywords: environmental entrepreneurship, public-private-partnership, crowdfunding, crowdsourcing.

CMR report: 77 pp., 5 fig., 5 table, 36 sources.

ЗМІСТ

	стор.
ВСТУП	7
1 ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ	9
1.1. Види і форми підприємництва	9
1.2. Зовнішнє і внутрішнє середовище підприємництва	20
1.3. Правове регулювання підприємницької діяльності в Україні	22
1.4. Світові тенденції розвитку підприємництва	25
1.5. Екологічне підприємництво як визначальний фактор сталого розвитку	28
2 ІНСТРУМЕНТИ ПІДТРИМКИ ЕКОЛОГІЧНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА	37
2.1. Організаційно-економічний механізм екологічного підприємництва	37
2.2. Державно-приватне партнерство як інвестиційний інструмент екологічного підприємництва	41
2.3. Інструменти соціальної підтримки екологічного підприємництва	46
2.3.1. Краудсорсинг	46
2.3.2. Краудфандинг	55
3 ОЦІНКА ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В СФЕРІ ПОВОДЖЕННЯ З ТВЕРДИМИ ПОБУТОВИМИ ВІДХОДАМИ	63
3.1. SWOT-аналіз стратегії розвитку екологічного підприємництва в сфері поводження з полімерними відходами	63
3.2. Бізнес-план малого підприємства з рециклінгу полімерних відходів	67
ВИСНОВКИ	72
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	74

ВСТУП

Розвиток підприємництва є одним із важливих показників економічного та соціального рівня держави, оскільки ефективно вирішує питання створення робочих місць, сприяє зростанню доходів бюджету, збільшенню частки ВВП, поліпшенню соціальної та політичної стабільності.

Скорочення впливу на навколишнє природне середовище малих і середніх підприємств (МСП) при виробництві товарів і послуг є ключовим фактором успіху в сфері екологізації економіки. В свою чергу, поліпшення екологічних показників також обумовлює розвиток нових напрямків підприємництва як важливих постачальників товарів і послуг. Однак бажання і можливості МСП впровадити практики сталого ведення бізнесу зазвичай стикаються з обмеженим ресурсним потенціалом, дефіцитом кваліфікованих кадрів і професійних знань. У більшості країн світу на нього припадає 35–70% ВВП. Найважливішими елементами підприємництва є економічна свобода і особиста зацікавленість. Економічна свобода вважається визначальною ознакою підприємницького середовища. Для підприємця наявність економічної свободи - це не тільки можливість займатися тим чи іншим видом діяльності і мати рівний доступ до ресурсів та ринків, а й морально-етична умова реалізації підприємницької діяльності

Загострення екологічних проблем вплинуло на виникнення нового напрямку підприємницької діяльності – екологічного підприємництва. Аналіз зарубіжного досвіду розвитку екологічного підприємництва показує, що цей напрям суспільного виробництва має потужний потенціал, що дозволяє запустити механізм саморозвитку екологічної галузі при ефективній підтримці держави.

Багато країн ЄС і ОЕСР вирішують ці проблеми за допомогою впровадження інструментів інформаційного впливу, регулювання і економічного стимулювання МСП до досягнення вимоги екологічного законодавства і впровадження більш широкої «зеленої» практики.

Існує велика різноманітність стратегій і інструментів сприяння дотримання екологічних вимог та впровадження екологічної практики ведення бізнесу, які повинні застосовуватися «в пакеті», включаючи нормативні, інформаційні інструменти та економічні стимули.

Метою даної роботи є обґрунтування доцільності соціально-економічної підтримки екологічного підприємництва за допомогою таких інструментів як державно-приватне партнерство, краудсорсинг та краудфандинг.

Досягнення мети дослідження передбачає вирішення таких завдань:

- розглянути різні аспекти підприємництва в контексті розвитку сучасної економіки та її екологізації;
- узагальнити існуючі інструменти підтримки екологічного підприємництва та обґрунтувати доцільність використання раніш не притаманних в цій сфері низки інвестиційних та соціальних інструментів;
- оцінити перспективи розвитку екологічного підприємництва в сфері поводження з твердими побутовими відходами.

Об'єктом дослідження є екологічне підприємництво як сучасне явище.

Предметом дослідження є інструментальне забезпечення соціально-економічної підтримки екологічного підприємництва.

Методи дослідження. Загальною методологічною основою дослідження є фундаментальні положення сучасної економічної теорії, праці та розробки провідних українських та зарубіжних вчених з питань розвитку екологічного підприємництва, економіки природокористування та охорони навколишнього природного середовища, а також нормативно-правові акти з питань економічної, природоохоронної діяльності в Україні та інших країнах. Досягнення поставленої в роботі мети здійснювалось різноманітними науковими методами, зокрема, методами логіки, системного аналізу та синтезу, порівняльного аналізу.

1 ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ

1.1. Види і форми підприємництва

Підприємницька діяльність - це самостійна, здійснювана на свій ризик діяльність, спрямована на систематичне отримання прибутку від користування майном, продажу товарів, виконання робіт або надання послуг особами, зареєстрованими в цій якості у встановленому законом порядку .

Відповідно до цього визначення підприємницька діяльність має три ознаки:

- спрямованість на одержання прибутку в майнових відносинах;
- діяльність є систематичною і здійснюється на постійній основі;
- діяльність може здійснюватися юридичними особами та громадянами, зареєстрованими як підприємці в установленому порядку.

При цьому юридичні особи, котрі переслідують одержання прибутку як основну мету своєї діяльності, іменуються комерційними організаціями.

Поняття про підприємця (entrepreneur) як про суб'єкта господарювання, що бере на себе ризик, пов'язаний з організацією нового підприємства або з комерційним впровадженням нової ідеї, нового продукту або нового виду послуг, вперше з'явилося в книзі Р. Кантільона «Нарис про природу комерції» [1]. Всі творці економічної теорії, так чи інакше, визнавали важливість підприємницької діяльності. Так, Жан Батист Сей зауважив, що підприємець переміщує економічні ресурси з області низької продуктивності і низьких доходів в область більш високої продуктивності і прибутковості. Однак ніхто не виділяв особливу самостійну роль підприємця як одного з рушійних чинників економічного розвитку. Теоретики науково-технічного прогресу і менеджменту (К. Фрімен, Пітер Друкер) однозначно визнають, що послідовна теорія підприємництва була вперше запропонована Йозефом Шумпетером [2].

На думку американського вченого Р.С. Ронстадта [3], підприємництво -

це динамічний процес нарощування багатства. Багатство створюється тими, хто найбільше ризикує своїми грішми, майном, кар'єрою, хто не шкодує, часу на створення власної справи, хто пропонує покупцям новий товар або послугу. Цей товар або послуга необов'язково повинні бути чимось абсолютно новим; головне, щоб, підприємець зумів надати їм нові якості, збільшити їх цінність, витративши на це необхідні сили і засоби. У свою чергу, відомі американські вчені професора Р. Хизрич і М. Пітерс [4] дають, на їхню думку, найбільш ємне визначення підприємництва, яке охоплює всі типи підприємницького поведінки: «Підприємництво - це процес створення чогось нового, що володіє цінністю; процес, який поглинає час і сили, який передбачає прийняття на себе фінансової, моральної та соціальної відповідальності; процес, який приносить саме грошовий дохід та особисте задоволення від досягнутого». Далі автори пишуть, що життя людини, який вирішує розпочати власну справу, сповнена надій, розчарувань, турбот і наполегливої праці. Р. Хизрич дає одне з найкоротших визначень сутності підприємництва: це - процес створення чогось нового, що володіє вартістю.

Підприємницька діяльність - це, перш за все, інтелектуальна діяльність енергійної та ініціативної людини, яка, володіючи якими-небудь матеріальними цінностями використовує їх для організації бізнесу. Отримуючи користь для самого себе, підприємець діє на благо суспільства.

Підприємництво в різних економічних областях різниться за формою і особливо за змістом операцій і способів їх здійснення. Але характер бізнесу накладає значний відбиток на вид товарів і послуг, які підприємець виробляє чи надає. Підприємець може сам виробляти товари і послуги, набуваючи лише чинники виробництва. Він також може купувати готові товари і перепродавати його споживачеві. Нарешті, підприємець може тільки з'єднувати виробників і споживачів, продавців і покупців. Окремі види бізнесу різняться також формами власності на використовувані фактори підприємництва.

Залежно від змісту і спрямованості підприємницької діяльності, об'єкта

застосування капіталу і отримання конкретних результатів, зв'язку підприємницької діяльності з основними стадіями відтворювального процесу, розрізняють наступні види підприємництва [5]:

- виробниче;
- комерційно-торговельне;
- фінансово-кредитне;
- посередницьке;
- страхове.

1. Виробниче підприємництво. Підприємництво називається виробничим, якщо сам підприємець безпосереднім чином, використовуючи в якості факторів знаряддя і предмети праці, виробляє продукцію, товари, послуги, роботи, інформацію, духовні цінності для подальшої реалізації (продажу) споживачам, покупцям, торговим організаціям.

Виробниче підприємництво включає випуск промислової і сільськогосподарської продукції виробничо-технічного призначення, споживчих товарів, будівельних робіт, перевезення вантажів і пасажирів, послуги зв'язку, комунальні та побутові послуги, виробництво інформації, знань, випуск книг, журналів, газет. У широкому сенсі слова «виробниче підприємництво» є створення будь-якого корисного продукту, необхідного споживачам, що володіє здатністю бути проданим або виміняним на інші товари.

2. Комерційне (торгове) підприємництво. Виробничий бізнес тісно пов'язаний з бізнесом у сфері обігу. Адже вироблені товари треба продавати або обмінювати на інші товари. Високими темпами розвивається комерційно-торговельне підприємництво, як основний другий вид підприємництва.

Принцип організації торгового підприємництва дещо відрізняється від виробничого, так як підприємець виступає безпосередньо в ролі комерсанта, торговця, продаючи готові товари, придбані ним в інших осіб, споживачу (покупцю). Особливістю торгового підприємництва є безпосередні економічні зв'язки з оптовими і роздрібними споживачами товарів, робіт,

послуг.

Комерційне підприємництво охоплює всі види діяльності, які безпосереднім чином ставляться до обміну товару на гроші, грошей на товар або товар на товар. Хоча основу комерційного підприємництва складають товарно-грошові операції купівлі-продажу, в ньому виявляються задіяними практично ті ж фактори і ресурси, що і в виробничому підприємстві, але в менших масштабах.

Сфера офіційного комерційного підприємництва - магазини, ринки, біржі, виставки-продажу, аукціони, торгові дома, торгові бази, ін. Установи торгівлі. Торговельне підприємництво більш мобільно, мінливе, так як безпосередньо пов'язано з конкретними споживачами. Вважається, що для розвитку торговельного підприємництва повинні бути як мінімум два основні умови: стійкий попит на товари, що продаються (тому необхідно добре знання ринку) і більш низька закупівельна ціна товарів у виробників, що дозволяє торговцям відшкодувати торгові витрати і отримати необхідний прибуток. Торговельне підприємництво пов'язане з відносно високим рівнем ризику, особливо при організації торгівлі промисловими товарами тривалого користування.

3. Фінансово-кредитне підприємництво - це особлива форма комерційного підприємництва, у якому як предмет купівлі-продажу виступають валютні цінності, національні гроші і цінні папери (акції, облігації та ін.), що продаються підприємцем покупцю чи надані йому в кредит. При цьому мається на увазі не тільки і не стільки продаж і купівля іноземної валюти за національну, хоча і це теж фінансова угода, а непередбачене коло операцій, що охоплює все різноманіття продажу і обміну грошей, інших видів грошових коштів, цінних паперів на інші гроші, іноземну валюту, цінні папери.

Суть фінансової підприємницької операції полягає в тому, що підприємець набуває основний чинник підприємництва у вигляді різних грошових коштів (грошей, іноземної валюти, цінних паперів) за певну

грошову суму у володаря грошових коштів. Придбані грошові кошти продаються потім покупцям за плату, що перевищує грошову суму, витрачену спочатку на покупку цих коштів, в результаті чого утворюється підприємницька прибуток.

У разі кредитного підприємництва підприємець залучає грошові вклади, виплачуючи власникам вкладів винагороду у вигляді депозитного відсотка разом з наступним поверненням вкладу. Залучені гроші видаються потім у борг покупцям кредитів під кредитний відсоток разом з наступним поверненням вкладу. Залучені гроші видаються потім у борг покупцям кредитів під черговий відсоток, що перевищує депозитний. Різниця між депозитними і кредитними відсотком служить джерелом прибутку підприємців-кредиторів.

Для організації фінансово-кредитного підприємництва утворюється спеціалізована система організацій: комерційні банки, фінансово-кредитні компанії (фірми, валютні біржі та інші спеціалізовані організації). Підприємницька діяльність банків та інших фінансово-кредитних організацій регулюється як загальними законодавчими актами, так і спеціальними законами і нормативними актами центрального банку країни і Міністерства фінансів. Відповідно до законодавчих актів підприємницька діяльність на ринку цінних паперів повинна здійснюватися професійними учасниками. Держава в особі Міністерства фінансів виступає також як підприємець на ринку цінних паперів; в цій якості можуть виступати також муніципальні утворення, випускаючи в обіг відповідні цінні папери.

4. Посередницьке підприємництво. Посередництвом називають підприємництво, в якому підприємець сам не виробляє і не продає товар, а виступає в ролі посередника, сполучної ланки в процесі товарного обміну, товарно-грошових операцій.

Посередник - це особа (юридична або фізична), що представляє інтереси виробника чи споживача, але сама не є такою. Посередники можуть вести підприємницьку діяльність самостійно або виступати на ринку за

дорученням виробників або споживачів.

В якості посередницьких підприємницьких організацій на ринку виступають оптові постачальницько-збутові організації, брокери, дилери, дистриб'ютори, біржі, в якійсь мірі комерційні банки та інші кредитні організації.

Посередницька підприємницька діяльність є значною мірою ризиковою, тому підприємець - посередник встановлює в договорі рівень цін, враховуючи ступінь ризику при здійсненні посередницьких операцій.

Головне завдання і предмет підприємницької діяльності посередника - з'єднати дві зацікавлені у взаємній угоді сторони. Так що є підстави стверджувати, що посередництво складається в наданні послуг кожної з цих сторін. За надання подібних послуг підприємець отримує дохід, прибуток.

5. Страхове підприємництво. Страхове підприємництво полягає в тому, що підприємець відповідно до законодавства та договору гарантує страхувальникові відшкодування збитку в результаті непередбаченого лиха втрати майна, цінностей, здоров'я, життя і інших видів втрат за певну плату при укладанні договору страхування. Страхування полягає в тому, що підприємець отримує страховий внесок, виплачуючи страховку тільки при визначених обставинах. Так як ймовірність виникнення таких обставин невелика, то решта внесків утворює підприємницький дохід.

Страхове підприємництво є однією з найбільш ризикових видів діяльності. У той же час організація страхової підприємницької діяльності дає певну гарантію страхувальникам (організаціям, підприємствам, фізичним особам) отримати певну компенсацію при настанні ризику в їх діяльності, що є однією з умов розвитку в країні цивілізованого підприємництва. Характеристика видів підприємництва наведена в таблиці 1.1.

Виходячи з практики підприємництва в промислово розвинених країнах, виділяють три основні форми підприємництва: індивідуальне підприємництво; партнерства; корпорації.

Таблиця 1.1

Характеристика видів підприємницької діяльності

Вид підприємництва	Характеристика
Виробниче	Використання факторів ресурсів для отримання товару з подальшою реалізацією споживачу. Прибуток (дохід) становить частину ціни реалізації за вирахуванням витрат підприємця. Підприємство юридично оформляється. Вимагає наявності земельних ділянок, площ, приміщень.
Комерційне (торгове)	Пов'язано з купівлею продажем товарів, товарообігом, товарообміном, товарно-грошовими операціями. Комерсант закуповує великі партії товару за оптовими цінами, які найчастіше набагато нижче ринкових цін, за якими ці товари реалізуються. Включає пошук, закупівлю товарів, забезпечення його збереження, транспортування, доставку в торгову точку, і іноді післяпродажне обслуговування, а також документальне оформлення угод. Прибуток виходить як різниця в цінах за вирахуванням торгово-закупівельних витрат.
Фінансове	Загальний вигляд торгового бізнесу. Об'єктом купівлі-продажу є гроші, іноземна валюта, цінні папери. Має різновиди: фінансово-кредитний і валютно-фінансовий бізнес. Підприємницька прибуток утворюється за рахунок різниці: між депозитними і кредитними відсотками; в цінах цінних паперів; в цінах придбання і продажу валюти.
Посередницьке	Суть полягає в тому, що посередник не виробляє товари, не торгує товарами, валютою, цінними паперами, не надає гроші в кредит, але сприяє здійсненню цих операцій. Фактором бізнесу є інформація про передбачувану операцію. Прибуток як різниця у вартості продажу і покупки інформації або відсоток від суми угоди. Відноситься до бізнесу послуг.
Страхове	Форми: майнове страхування, особисте страхування життя і здоров'я, страхування ризику, відповідальності. Фактором бізнесу є особливі послуги у вигляді страхового захисту. Сутність страхового послуги - надання страхувальникові страхового документа за певну плату і виплату компенсаційної угоди. Прибуток - різниця в зазначених сумах або повністю сума страхування.

Одноосібні фірми – це бізнес, в якому власником і підприємцем є одна і та ж особа. Підприємець сам організовує, керує виробництвом і несе повну відповідальність за результати цієї діяльності, але головною ознакою є те, що власність не відділена від управління.

Партнерство - добровільна, офіційно зареєстрована асоціація або об'єднання двох чи більше осіб з метою ведення бізнесу. Учасники об'єднують грошові кошти в так званий складений капітал.

Корпорація - це фірма, яка існує як юридична особа, власність якої розділена на частки, паї. Це в основному акціонерна форма бізнесу, характерною рисою якої є те, що вона відповідає за своїми зобов'язаннями і претензіями до неї тільки тим капіталом, який вона спочатку вклала як частку, як вихідний статутний капітал. Акціями, що перебувають в руках акціонерів, корпорація не відповідає, а акціонери не відповідають за зобов'язання корпорації та несуть ризик збитків в межах наявних у них акцій.

Переваги і недоліки кожної форми підприємництва можна розглядати за такими ознаками [6]:

За рівнем складності:

- індивідуальні підприємства - найпростіша форма. Розрахунки здійснюються власником, процес відкриття і закриття підприємства не представляє істотних проблем;
- при партнерстві більш складними є організація і здійснення виробництва, оскільки необхідно підписувати установчий договір, узгоджувати дії і приймати колективні рішення;
- у корпорації структура ще складніше, так як для її створення необхідний дозвіл влади, підготовка установчих документів, заручення підтримкою гаранта, здійснення емісії акцій.

За здатністю до зростання капіталу: найбільш перспективні можливості притаманні корпораціям, найменші - індивідуальним підприємцям.

За відповідальністю:

- при індивідуальній формі підприємництва її власник несе повну відповідальність всім своїм майном;
- учасники партнерства солідарно відповідають за своїми зобов'язаннями всім своїм майном (повне товариство). У товаристві на вірі (командитне) повну відповідальність несуть повні товариші, а коммандітисти (вкладники) - в межах сум внесених ними вкладів та не беруть участі в здійсненні товариством підприємницької діяльності;
- у корпораціях акціонер відповідає лише в межах акцій, товариство - повністю за своїми зобов'язаннями, але не за зобов'язаннями акціонерів.

За ступенем контролюваності:

- найбільш повний контроль забезпечується при індивідуальному підприємстві;
- в партнерствах присутній колективний контроль;
- найбільш складна форма контролю здійснюється в корпораціях, оскільки її вищим органом управління є загальні збори акціонерів, на яких вирішуються більше двадцяти питань. Частина питань вирішує Рада директорів, поточні питання розв'язує правління, а дрібний акціонер взагалі не має контролю.

За оподаткуванню:

- найпростіше оподаткування - у індивідуальних підприємців; всі доходи і витрати враховуються як особисті і обкладаються прибутковим податком;
- в партнерстві практичне оподаткування також здійснюється, як і у індивідуальних підприємців;
- корпорації мають найбільш складну систему податків. Суть її полягає в тому, що тут існує подвійне оподаткування: корпорація обкладається податком на прибуток, з якого вона виплачує дивіденди, а з них, в свою чергу, також береться податок.

Все різноманіття підприємницької діяльності може систематизувати за різними ознаками: вид діяльності; форма власності; кількість власників; організаційно-правова та організаційно-економічна форма; ступень

використання найманої праці тощо (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Різноманіття підприємницької діяльності відповідно
до класифікаційними ознаками [7]

Класифікаційний ознака	Вид підприємницької діяльності
Сфера призначення	Виробнича Комерційна Фінансова Консультативна
Форми власності	Приватна Державна Муніципальна
Кількість власників	Індивідуальна Сімейна Колективна
Організаційно-правовий статус	Товариства Об'єднання Кооперативи
Поширення діяльності на різні території	Місцева Регіональна Національна Міжнародна
Форми відповідальності	Повна Солідарна Субсидіарна
Масштаб виробництва та чисельність працівників	Мале підприємство Середнє підприємство Велике підприємство

Відповідно до прийнятої структури процесу відтворення (виробництво, обмін, розподіл, споживання) виділяють чотири головних сфери підприємництва: виробнича, комерційна, фінансова та сфера споживання. Інші види підприємницької діяльності, наприклад, інноваційна, маркетингова, включаються до складу чотирьох головних сфер підприємництва.

Традиційно прийнято розрізняти наступні напрямки підприємницької

діяльності:

- виробнича;
- комерційна;
- посередницька.

Це не відокремлені напрямки, вони часто перетинаються і поєднуються в одному проекті. У бізнесі є своєрідні складові, з яких, як з окремих модулів, складаються різні схеми і комбінації, до них відносяться:

- купівля-продаж;
- виробництво;
- надання послуг.

До сфер підприємницької діяльності відноситься торгівля споживчими товарами.

У сфері послуг можна виділити:

- туристичний бізнес;
- ріелтерській бізнес;
- громадське харчування;
- будівництво і ремонт житла;
- медичні послуги;
- транспортні послуги;
- освітні послуги;
- виробництво продуктів харчування;
- побутові послуги;
- ділові послуги, тобто послуги із забезпечення інфраструктури бізнесу;
- готельний бізнес;
- ЖКГ - малий бізнес в житлово-комунальному господарстві;
- малий бізнес в Інтернеті;
- наукові дослідження та послуги.

1.2. Зовнішнє і внутрішнє середовище підприємництва

Умовою виживання і розвитку підприємницьких структур є їх здатність пристосовуватися до вимог зовнішнього середовища. Під зовнішньою навколишнім середовищем розуміються всі ті фактори, які знаходяться за межами організації і можуть на неї впливати. Зовнішнє середовище, в якому доводиться працювати підприємницької одиниці, знаходиться в безперервному русі, є схильним до змін. Так, змінюються смаки споживачів, ринковий курс гривні по відношенню до інших валют, вводяться нові закони і податки, трансформуються ринкові структури, нові технології революціонізують процеси виробництва тощо. Здатність підприємницької одиниці реагувати і справлятися з цими змінами зовнішнього середовища є однією з найбільш важливих складових її успіху. Разом з тим ця здатність є умовою здійснення запланованих стратегічних змін.

Середовище існування організації поділяється на дві частини. Перша частина - «близьке» оточення - безпосередньо впливає на організацію, збільшує або зменшує ефективність її роботи, наближає або віддаляє досягнення її цілей. Зазвичай воно включає клієнтів, постачальників, конкурентів, державне регулювання і вимоги муніципальної влади, профспілки та торгові асоціації. Організація тісно взаємодіє з цією частиною свого середовища, а менеджери намагаються управляти її параметрами, впливати на «близьке» оточення з метою зміни їх в сприятливому для організації напрямку. Друга частина - «далеке» оточення - включає всі ті фактори, які можуть впливати на організацію, але не прямо, а опосередковано. Це, наприклад, макроекономічні чинники, вимоги законодавства, зміни у державній або регіональній політиці, соціальні і культурні особливості. Вплив цих факторів на організацію важче виявляти і вивчати, але не можна ігнорувати, так як саме вони часто визначають тенденції, які з часом будуть впливати на «близьке» організаційне оточення.

Менеджери не можуть управляти параметрами «далекого» оточення, але повинні відстежувати тенденції їх зміни і враховувати їх в своїх планах. Аналіз «далекої» навколишнього середовища включає в себе так званий PEST-аналіз, в якому всі фактори зовнішнього середовища поділяються на п'ять груп: політичні, економічні, соціальні, технологічні і фактори ринкового оточення [8].

Внутрішнє середовище утворюють такі елементи:

- персонал (структура персоналу за категоріями; дослідження динаміки використання персоналу; професійні якості персоналу за категоріями; клімат в організації (ступінь командності, підприємництва); можливості зміни кадрового складу; вартість праці в абсолютному вимірі і в порівнянні з вартістю персоналу у конкурентів);
- сфера виробництва (фактори виробництва (устаткування, матеріали); вироблена продукція (параметри продукції, ступінь завантаженості потужностей, відносини компанії з постачальниками); безпосередньо по продукції аналізуються параметри витрат (зниження); торговельні марки, патенти на продукцію, якісні параметри товару в порівняно з аналогічними товарами конкурентів);
- управління (якість, досвід роботи керуючого персоналу; управлінські ієрархії (канали, по яких передаються накази, розпорядження і т.д.); інформаційні мережі (комп'ютеризація діяльності фірми в плані управління); винагороду за працю; відносини з вищестоящими підрозділами);
- сфера фінансова (базується в основному на бухгалтерської звітності і фінансовому плані: доступ компанії до ринків капіталів; відношення з власниками капіталів; формування витрат і доходів; формування бюджету; здатність компанії генерувати (виробляти) дохід);
- якість виконуваних компанією робіт (якість товару) (якість обслуговування клієнтів; контроль за якістю; наявність унікальних властивостей товару або діяльності (конкурентна перевага));
- сфера розміщення (розташування компанії; оцінка якості приміщень;

доступ до необхідних ресурсів);

- маркетинг (асортимент продукції; наявність ринкових досліджень; організація збуту; наявність і форми реклами; ціноутворення; ступінь спеціалізації (диверсифікації); частка ринку по продукції);

- внутрішня політика (наявність і форми стратегічного управління (готовність компанії до даного виду діяльності); структура організації; престиж та імідж компанії (думка ззовні); наявність комунікацій із зовнішнім середовищем; системи контролю в рамках фірми).

1.3. Правове регулювання підприємницької діяльності в Україні

Економічна сутність підприємницької діяльності полягає в залученні грошових коштів у різні сфери господарювання та сприяє розвитку національної економіки, що забезпечує поповнення бюджету за рахунок платників податків та розвитку соціальної складової в створенні додаткових робочих місць. Отже, функції держави та підприємництва є доповненням один одного. Держава визначає загальні умови відтворення та економічне середовище діяльності підприємства, та підприємництво формує ринок задоволення потреб суспільства та розвиток економіки країни в цілому. Саме тому ефективне правове регулювання підприємництва з боку держави обумовлює благополуччя країни в цілому.

Сутність правового забезпечення підприємництва виявляється в чіткому, послідовному й однозначному здійсненні органами державної влади і місцевого самоврядування повноважень щодо упорядкування правовідносин, які виникають у сфері реалізації конституційного права на підприємництво та утворення дійової системи державних гарантій щодо підтримки і сприяння підприємницької діяльності. Правове забезпечення створює те середовище, в якому діє підприємець, гарантуючи йому державний захист прав власності, рівність прав і свободу підприємницької діяльності, вільну і законну конкуренцію, державну підтримку [9].

Питання державного регулювання підприємництва передбачає розкриття характеристики змісту принципів здійснення такої політики. Принципи державного регулювання підприємництва є основними ідеями, що закріплені в правових нормах, відповідно до яких організовується і функціонує механізм державності в сфері підприємництва. Ці принципи є частиною об'єктивно існуючих загальних принципів управління державою, які закріплюються в чинному законодавстві і використовуються в процесі управління країною.

Принцип законності - всеосяжний правовий принцип. Він поширюється на всі форми правового регулювання, адресований усім суб'єктам права. Головне в змісті цього принципу – це вимога найсуворішого дотримання законів і заснованих на них підзаконних актів. Законність державного регулювання підприємництва означає, що його заходи відповідають чинному законодавству, застосовуються в установленому законом порядку. Достатня кількість якісних правових норм, поряд з високим рівнем їх виконання всіма суб'єктами правовідносин, є основою для забезпечення режиму законності діяльності господарюючих суб'єктів. Принцип законності - основа функціонування як держави в цілому, так і підприємницької діяльності зокрема.

Принцип доцільності державного регулювання підприємництва полягає в тому, що воно має використовуватися тільки тоді, коли з його допомогою ті чи інші проблеми в розвитку підприємництва можуть бути вирішені і коли негативні наслідки його застосування не перевищують досягається за його допомогою позитивного ефекту. Метою застосування державного регулювання є створення перешкод порушень правових норм.

Зміст заходів державного регулювання підпорядковане принципу справедливості.

Справедливість належить до загальних принципів права, є керівним початком правового регулювання. Справедливість державного регулювання забезпечується тим, що норми права закріплюють рівність суб'єктів

господарювання перед законом та виражається у відповідності обсягу регулюючого впливу характеру правопорушення, в їх пропорційності.

Наступний принцип державного регулювання підприємництва - взаємна відповідальність держави і господарюючих суб'єктів. При цьому основним суб'єктом забезпечення безпеки підприємницької діяльності юридично визнається держава, яка здійснює функції у цій галузі через органи законодавчої, виконавчої та судової влади. Держава повинна забезпечувати не тільки безпеку кожної людини, але і давати гарантії в забезпеченні безпеки підприємницької діяльності.

Підприємницьке законодавство України складають закони України та постанови Кабінету Міністрів, нормативні акти міністерств і відомств, органів місцевого самоврядування, зокрема тих державних органів, що здійснюють державне регулювання підприємництва, контроль і нагляд за ним. У підприємницькому законодавстві України можна виділити три блоки нормативно-правових актів:

1. Конституція України, відповідно до ст. 42 якої кожен громадянин має право на підприємницьку діяльність, яка не заборонена законом. Це право базується на свободі підприємницької діяльності, яка полягає в здійсненні на власний розсуд і ризик особою господарської діяльності, не забороненої законом, з метою одержання прибутку [10].

2. Спеціальні нормативні акти, що регулюють виключно підприємницьку діяльність, а саме Закони України "Про господарські товариства", "Про акціонерні товариства", "Про фермерське господарство", "Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців", "Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні" та інші.

3. Нормативно-правові акти, що містять окремі норми або їх сукупність, які регулюють підприємництво (Господарський Кодекс України, Цивільний Кодекс України, Податковий Кодекс України, закони України "Про власність", "Про ліцензування певних видів господарської діяльності",

"Про захист прав споживачів", "Про захист економічної конкуренції", "Про захист від недобросовісної конкуренції", "Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності", "Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом" та інші [11]).

1.4. Світові тенденції розвитку підприємництва

Розвиток бізнесу за кордоном характеризується досить швидкими темпами, оскільки національні органи влади надають великого значення підприємствам малого бізнесу і підтримують їх на державному рівні. Малий бізнес в розвинених країнах в даний час являє собою середній клас, який служить базою для стабільного розвитку економіки. Малий бізнес в Європі становить основу соціально-економічного розвитку ЄС. В Євросоюзі налічується понад 23 мільйонів підприємств малого і середнього бізнесу, які дають більше половини загального обороту і доданої вартості. Число зайнятого населення в малому бізнесі Європи становить близько 70%, вони дають 57% загального обороту і 53% доданої вартості. Понад 20 мільйонів фірм функціонує в Сполучених Штатах Америки (дані без урахування сільськогосподарських структур). Приблизно 5 мільйонів фірм - в державах, що не входять до Європейського Союзу, - Канаді, Австралії, Новій Зеландії, Азії (без Японії), на Близькому і Середньому Сході і в Африці, в Китаї налічується більше 4,3 млн. малих і середніх підприємств і 27,9 млн. індивідуальних підприємств, на яких працює понад 75% зайнятого міського населення. Це складає 99% від загальної кількості підприємств в країні, на які припадає майже 60% ВВП [12].

Питома вага малого і середнього бізнесу в таких країнах, як США, Японія, Німеччина, перевищує 99% від їх загальних кількості. З 880 тисяч промислових підприємств Японії тільки 4 тис. мають більше 300 працюючих і 700 - понад 1000 працюючих. У країнах ЄС кількість підприємств з чисельністю зайнятих понад 500 чол. не перевищує 12 тисяч.

Найбільша кількість малих підприємств створено в торгівлі, будівництві та промисловості. Наприклад, галузева структура малого бізнесу в Європі виглядає так: торгівля – 21%, промисловість – 18%, транспорт та зв'язок – 14%, будівництво – 13%, послуги населенню – 12%, послуги для підприємств – 11%, сільське господарство – 11%.

Основне завдання в області державної підтримки малого підприємництва полягає в наданні їй інвестиційної спрямованості. Розподіл інвестицій за галузями економіки відбувається дуже нерівномірно. Інвестиції практично поділені на чотири частини. Країни учасники Євросоюзу акцент роблять на промисловість і будівництво, а також фінансування торгівлі і фінансової діяльності. Але в залежності від регіону і його економічного пріоритету інвестуються не тільки ці сфери діяльності. Так, в Японії, Сінгапурі та США держава і великі компанії вкладають кошти в науку, освіту і нові технології.

Політика підтримки малого бізнесу в Європі здійснюється через діяльність держав і через спеціальні програми, які реалізуються під егідою Євросоюзу. Фінансування заходів з підтримки малого бізнесу здійснюється з Структурних фондів Євросоюзу, таких як Фонд регіонального розвитку, Соціальний фонд. У країнах з розвиненою ринковою економікою державна підтримка підприємництва спирається на відповідне законодавство. Набули поширення дві форми державної підтримки:

- законодавче встановлення довгострокових програм розвитку малого підприємництва;
- включення малого підприємництва складовою частиною в державні економічні і соціальні програми.

У США мале підприємництво інституційно організовано та інтегровано в державні структури через спеціальні комітети Конгресу, Адміністрацію у справах малого підприємництва, систему регіональних асоціацій, інкубаторів малого підприємництва. В Японії регулююча роль держави відображена в законах про основи політики по відношенню до малих і середніх

підприємств, сприяння їх модернізації, керівництві їх діяльністю; в Законі про Центральному кооперативному банку для торгівлі і промисловості і ряді інших. У Великобританії законодавчо прийнятий ряд програм, зокрема, програма розширення бізнесу, що передбачає заходи з податкової підтримки малого підприємництва, і Програма гарантованого проекту, що полегшує малим фірмам доступ до банківських кредитів [13]. Так, у всіх країнах організовуються спеціальні установи покликані не тільки підтримувати, але і розробляти програми на довгострокову перспективу розвитку малого підприємництва.

Прикладом тому може стати прийнята ще в 2003 році програма, спрямована на соціально-економічний розвиток Китаю. Програми розвитку китайської економіки передбачають економічне зростання держави і поліпшення діяльності народного господарства за рахунок загального розвитку економіки країни як з боку великого, так і малого та середнього підприємництва. Уряд затвердив програми, спрямовані на вдосконалення китайської економіки терміном до 2020-2050 років. Однак малому підприємству в Китаї все ж необхідна додаткова підтримка держави, залучення інвестицій і розширення кредитних програм для розвитку бізнесу. Розуміючи це, влада Китаю намагаються різними способами сприяти економічному зростанню малого підприємництва, удосконалюючи, наприклад, законодавчі акти, спрямовані на регулювання економіки та оподаткування суб'єктів малого підприємництва.

Державна соціально-економічна політика КНР, включаючи стратегію розвитку малого бізнесу, розробляється вищим урядовим органом - «Виконавчої Палатою» і «Радою економічного планування та розвитку». Міністерство економіки Китаю здійснює перспективне планування і управління всією сукупністю промислових департаментів, корпорацій і агентств, включаючи «Адміністрацію малого і середнього підприємництва».

Китай продовжує активно нарощувати програми інноваційних досліджень і розробок, інвестуючи в них великі кошти, для створення

переваг у сфері технології та забезпечення подальшого сталого розвитку своєї економіки і експортного потенціалу. В країні постійно розширюється інфраструктура підтримки та розвитку малого і середнього підприємництва (МСП) з акцентом на створення навчальних і наукових центрів, бізнес-інкубаторів, технопарків та венчурних фондів, які сприяють широкому освоєнню високих технологій як основи подальшого розвитку експортного потенціалу МСП. Для підвищення конкурентоспроможності національної промисловості і сектора розроблений комплекс програм технологічного розвитку (TDP). Програми TDP охоплюють фундаментальні і прикладні дослідження, НДДКР і заходи по трансферту високих технологій у виробництво шляхом створення інноваційних центрів. Ці програми реалізуються за сприяння 52 уповноважених організацій, в які входять різні університети, наукові установи, лабораторії та спеціалізовані інноваційні центри. У реалізацію TDP було вкладено понад 500 млн. дол. США [13].

1.5. Екологічне підприємництво як визначальний фактор сталого розвитку

В умовах все наростаючого екологічної кризи в багатьох країнах світу відбувається посилення екологічного законодавства, невиконання вимог якого може стати причиною серйозної фінансової загрози для підприємств і пов'язаних з ними кредитних і страхових організацій. Крім того, багато банків і страхових компаній стали приймати рішення про виділення інвестицій і страхування підприємств при обліку екологічної складової (сприятливість стану екологічної обстановки на підприємстві). Виникла необхідність здійснення підприємницької діяльності, практично завжди пов'язаної з природокористуванням, з урахуванням екологічної безпеки стала причиною становлення і розвитку екологічного підприємництва. Його змістом є те, що вищим пріоритетом будь-якої діяльності в сфері бізнесу в умовах руху до сталого розвитку повинна бути охорона навколишнього

середовища.

Екологічне підприємництво характеризується як:

- вся підприємницька діяльність, здійснювана з урахуванням екологічного чинника;
- безпосередньо підприємницька діяльність, яка забезпечує екологічну безпеку виробництва за допомогою надання товарів, здійснення робіт і послуг, спрямованих на попередження шкоди навколишньому природному середовищу і здоров'ю населення.

Одностороння спрямованість підприємництва на фінансові результати без належного забезпечення його екологічної безпеки, не може гарантувати йому стійке і тривале розвиток. У той же час різке зменшення державного фінансування в екологічну сферу в результаті виниклих труднощів перехідної економіки країни призвело практично до ліквідації державних підприємств та організацій, які раніше забезпечували виробництво товарів, виконання робіт і послуг природоохоронного призначення. У цих умовах завданнями державної важливості є стимулювання діяльності МСП екологічної орієнтації, створення умов припливу недержавних інвестицій в сферу екологічного підприємництва.

Необхідно відзначити і те, що при переході до ринкових відносин, виснаженні державного бюджету виникли сприятливі умови для розвитку екологічного підприємництва, тому що розробка, фінансування, матеріально-технічне забезпечення і практична реалізація природоохоронних заходів перейшли майже повністю на рівень підприємств. Однак без серйозної державної підтримки на розвиток екологічного підприємництва розраховувати важко. Світова практика довела, що стійка ділова активність можлива лише при податки на суб'єкта підприємництва не вище 35%.

Відповідь на ключове питання, що стоїть перед менеджерами, як робити гроші, одночасно проявляючи турботу про навколишнє середовище, передбачає не тільки «позеленіння» та очищення існуючих виробництв, а й необхідність творчості з боку підприємців, що перетворюють екологічні

обмеження в нові можливості зростання для своїх підприємств.

Існує кілька важливих з екологічної точки зору напрямків підприємництва, де можна отримати прибуток [14]:

- виробництво соціальної екологічної техніки, приладів, пристроїв і апаратів для контролю за станом навколишнього середовища і очищення скидів, викидів і відходів від забруднюючих компонентів;
- створення середоощадливих і ресурсозберігаючих техніки і технологій;
- розширене використання вторинних ресурсів і екологічне відтворення;
- екологічна освіта та виховання;
- виконання спеціалізованих екологічних послуг (маркетингових, інжинірингових, лізингових, ліцензійних, біржових, сервісних, банківських, страхових, консалтингових правових, інформаційних, освітніх та ін.).

Внесок екологічного підприємництва у ВВП країн G8 оцінюється в 10-24%. Щорічний обсяг продажів екологічної продукції в США становить близько 37 млрд. дол. США, Японії - 30 млрд. дол. США, Німеччини - 20 млрд. дол. США, Франції - 10 млрд. дол. США. Ринок екологічних товарів та послуг у Східній Європі, включаючи країни СНД, оцінюється у 20 млрд. дол. США, Чехія, Угорщина та Болгарія - понад 600 млн. дол. США [15].

Утилізація відходів та матеріалів стала видом діяльності, що приносить багатомільйонні прибутки і відрізняється високими темпами зростання. Акції компаній з переробки вторинної сировини високо котируються на фондових біржах. Менеджери розглядають екологію в якості можливого засобу підвищення конкурентоспроможності на повністю зайнятих ринках. Зросла заклопотаність споживачів станом навколишнього середовища і екологічною чистотою продукції, а також більш жорсткі вітчизняні та міжнародні стандарти гарантують значні перспективи збуту нових видів продукції - наприклад, миючих засобів, що не містить фосфору, або хімічних речовин, що не руйнує озонового шару.

Основні принципи взаємовідносин в системі «підприємницька діяльність - природа» викладені в «Хартії підприємницької діяльності»,

підготовленої міжнародною торговельною палатою ще в 1990 р. для прийняття на 2-ий Всесвітній промисловій конференції з проблем навколишнього середовища в квітні 1991р.

У теперішній час лідером в області екологічного підприємництва є Японія. Наприклад, в країні активно використовують плазмовий конвертор, який спалює токсичні промислові відходи. Після переробки виходить синтетичний газ, що має 90% енергоємності в порівнянні зі своїм природним аналогом, який можна також використовувати для виробництва електроенергії. В якості твердого залишку конвертор видає екологічно чистий камінь, за своїми властивостями схожий на обсидіан. Застосування йому знайдеться при виробництві дорожніх робіт і будівництві.

За останні 10 років ринок ЄС з екологічних продуктів збільшився в чотири рази. Щоб цей сектор продовжував розширюватися і реагувати на проблеми ринку, Європейська комісія зробила ряд заходів, спрямованих на підвищення якості та просування органічних продуктів харчування, зміцнення довіри споживачів до органічних продуктів і усунення бар'єрів на шляху розвитку органічних сільських господарств. Вони зосереджені на трьох основних завданнях: підтримці довіри споживачів, зміцненні довіри виробників і надання допомоги фермерам у їх переході на органічне виробництво.

У 2013 році світове органічне виробництво оцінювалося в 55 млрд. євро, в США (24,3 млрд. євро), Німеччині (7,6 млрд. євро), Франції (4,4 млрд. євро) і Китаю (2,4 млрд. євро). Ринкова вартість органічних продуктів в ЄС склала 22,2 млрд. євро. На рис.1.1 показана частка кожної країни в «органічних» продажах.

Наприклад, у 2020 році сукупний обсяг продажів автомобілів на електричній тязі збільшиться майже в 4 рази, до 4,5 млн. од., що складе 5% від загального обсягу продажів легкових автомобілів, як прогнозують аналітики консалтингової компанії McKinsey & Company. За підсумками 2017 року світі було продано 1,2 млн. електричних транспортних засобів, що

на 57% більше за аналогічний показник 2016 року. Гібридні електромобілі склали 34% від сукупного обсягу продажів, 66% зайняли акумуляторні електромобілі. Підсумкова частка електромобілів в міжнародних автомобільних продажах склала 1,3% [16] .

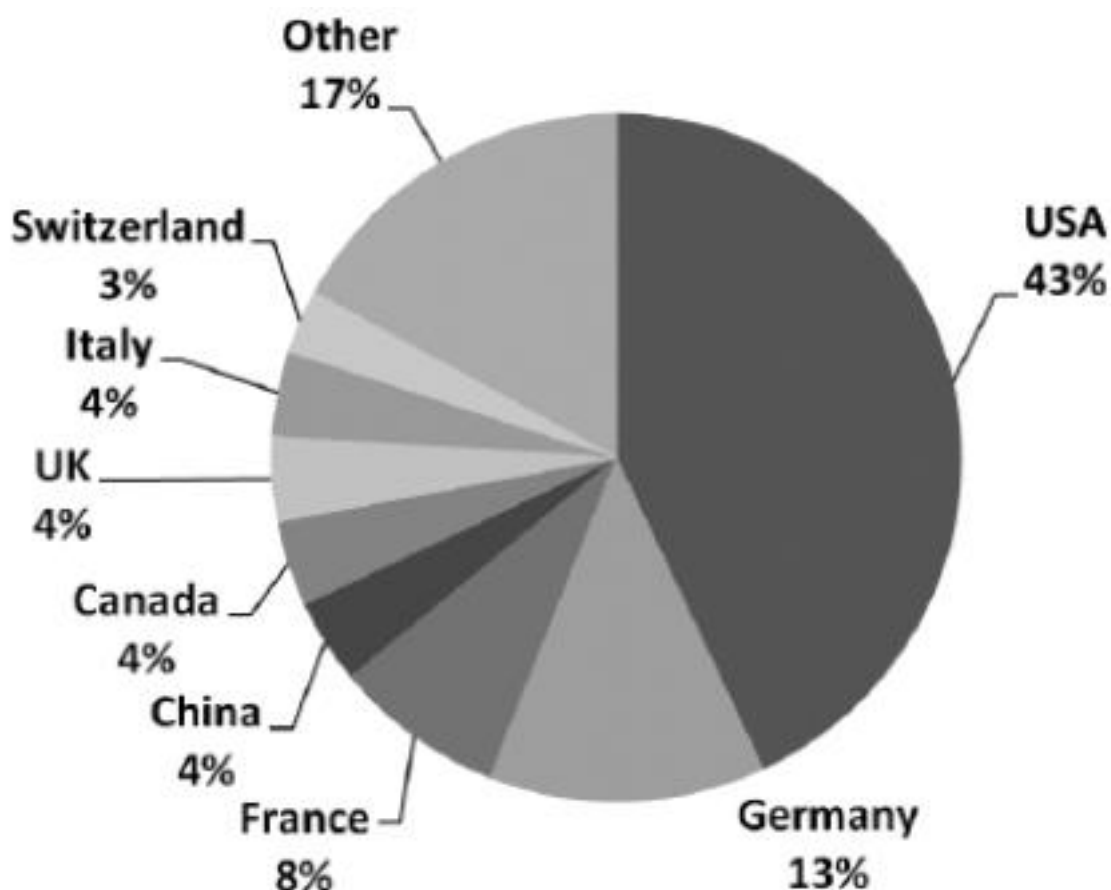


Рис. 1.1 Структура ринку органічної продукції в світі

Китай також зміцнює лідируючу позицію за обсягами продажів електромобілів в світі. Рух влади в бік розвитку даного ринку, розробка стимулюючих програм, посилюється контроль в області регулювання викидів в атмосферу і стрімкий розвиток сучасних технологій стануть, на думку експертів, ключовими факторами динамічного розширення нового ринку. В 2025 році річний оборот фур з гібридним дизельний двигуном і електродвигуном досягне 2,25 млн. машин, зазначалося в звіті компанії.

Одна з головних нових можливостей для бізнесу - формування

динамічного світового ринку екологічно чистої продукції, який фактично охоплює всі сфери виробництва та послуг. Поки не існує загальноприйнятої міжнародної класифікації цього нового ринку в різних країнах; в це поняття входить різна продукція. За визначенням Європейської комісії, екологічні галузі це виробництво товарів і послуг з вимірювання, запобігання, обмеження або виправлення екологічної шкоди, ліквідації відходів і зниження рівня шуму, а також екологічно чисті технології, застосування яких мінімізує використання сировини і забруднення навколишнього середовища. Однак в інших країнах до цього ринку відносять також споживчі товари (холодильники та аерозолі зі зниженим вмістом хлорфторвуглеців, що не містять хімічних добавок продукти харчування, спеціальні пральні порошки), біотехнології та нетрадиційні джерела енергії (технології використання сонячної енергії).

З огляду на специфіку екологічного підприємництва, економічного та фінансову ситуацію в нашій країні, необхідні спеціальні заходи для її активізації виробництво товарів (робіт і послуг) для екологічних цілей. У той же час ефективне стимулювання може здійснюватися лише в умови підвищення відповідальності суб'єктів господарювання за виробництво та якість конкретних товарів (робіт, послуг), необхідних для забезпечення екологічна безпека. Останнього можна досягти введенням сертифікації екологічних товарів (робіт, послуг) екологічного призначення та ліцензуванням видів діяльності, пов'язаних з їх виробництвом.

Однією з форм розвитку екологічного підприємництва є проведення виставок, конференцій та нарад з громадськими та комерційними організаціями, наради.

Один із напрямків, в якому може розвиватися екологічне підприємництво, може розглядатися діяльність з утилізації. При цьому особливу важливість набуває розвиток екологічного підприємництва в сфері поводження з твердими побутовими відходами.

Для успішного сприяння розвитку підприємництва, орієнтованого на

оздоровлення екологічної обстановки необхідно створити сприятливу для підприємців середу. Крім фінансових і правових пільг, які передбачені для малого бізнесу незалежно від характеру його діяльності, підприємствам, що сприяє оздоровленню природного середовища, необхідно надати пільгове оподаткування аж до повного звільнення від муніципальних податків. Тільки за такої підтримки малі і середні підприємства, часто працюють в несприятливих виробничих умовах (низькоякісна сировина, погані транспортні зв'язки) зможуть досягти рентабельності продукції, достатньої для того, щоб залучати потенційних підприємців. Слід створювати регіональні фонди підтримки підприємництва. Вони повинні забезпечувати пільгове кредитування і безповоротне субсидування будівництва та реконструкції таких підприємств, зокрема і за рахунок надходжень у вигляді штрафних платежів за екологічні порушення, а також добровільних внесків підприємств, громадських організацій, місцевих органів влади, зацікавлених в екологічній чистоті довкілля [17].

Крім фінансових пільг, умовою широкого залучення підприємництва до природоохоронної діяльності є створення в регіоні екологічного інформаційного центру, що займає детальнішою інформацією про екологічно неблагополучних об'єктах і можливих профілях промислових підприємств, що забезпечують оздоровлення навколишнього середовища. В даний час багато підприємців намагаються замкнутися в рамках свого виробництва і бачать своє завдання тільки в розробці замкнутих, безвідходних та інших "екологічно чистих" технологій, що дозволяють зменшити свій шкідливий вплив на природне середовище. Але завдання щодо раціональної взаємодії виробництва з природою подібним шляхом повністю не вирішити, тому що в цьому випадку один з компонентів системи - природа - виключається. Вивчення процесу суспільного виробництва з навколишнім середовищем вимагає застосування як економічних методів, так і екологічних, що призвело до появи екологічного підприємництва. Проблема вдосконалення відносин з природокористування обумовлена екологічними труднощами економічного

зростання, а також погіршенням природних умов відтворення робочої сили.

Зростають витрати сукупного праці на отримання елементів природного середовища, що використовуються у виробництві; відбуваються великі втрати суспільної праці в результаті нераціонального використання сировини, матеріалів, палива, складових елементів природного середовища; виникає необхідність виділення значної кількості сукупного праці для ліквідації негативних наслідків впливу виробництва на природне середовище; зростає дефіцит природних умов виробництва. В останнє десятиліття у світовій практиці намітилися позитивні тенденції, спрямовані на вирішення проблем охорони природних ресурсів та екосистем для забезпечення подальшого сталого соціально-економічного розвитку регіонів, які реалізуються через:

- поліпшення існуючої продукції шляхом її адаптації до нових екологічних вимог;
- розробку принципово нової продукції і навіть створення для цієї мети спеціалізованих компаній;
- залучення іноземних інвестицій;
- можливість надання екологічних послуг в формі інформаційної, консультаційної, експертної допомоги у вирішенні природоохоронних проблем, підготовки фахівців-екологів.

Визначальним фактором такого підходу, є екологічне мислення. У період ринкових перетворень актуальні проблеми сталого економіко-екологічного розвитку для багатьох територій, де гостро стоять назрілі проблеми охорони природних ресурсів і екосистем. Для їх успішного вирішення необхідно розширення і збагачення засобів механізму економічного природокористування на основі розробки і впровадження його нових елементів та інструментарію, в тому числі природоохоронного регулювання. Утвердилась в останні десятиліття концепція сталого економічного зростання передбачає нерозривне поєднання економічної та екологічної політики. Йдеться про нову модель економічного розвитку, яка

відповідає реаліям глобалізованої економіки початку третього тисячоліття. Екологічна політика дедалі активніше реалізується в економічній стратегії розвинених країн і великих компаній. Вона охоплює систему заходів, спрямованих на раціональне використання природних ресурсів, їх охорону і відновлення всередині країни і за її межами. Ця політика проводиться як на рівні держави, яке встановлює законодавчі норми в галузі охорони природного середовища, так і на рівні компаній, які беруть на себе зобов'язання щодо дотримання цих норм у своїй корпоративній стратегії розвитку. У світі розробляється і здійснюється цілий комплекс заходів, спрямованих на вирішення завдань нового етапу розвитку. Він включає прийняття природоохоронного законодавства, внесення відповідних змін до податкових системи, застосування різних інструментів екологічної політики.

В результаті здійснення концепції сталого зростання відбуваються глибокі зміни в структурі національної економіки, впроваджуються передові ресурсозберігаючі технології, формуються нові галузі виробництва. Все це призводить до зниження витрат виробництва. Вже на нинішньому етапі розвитку експорт держав, які проводять екологічну політику, має тенденцію до зростання, не в останню чергу завдяки збільшенню частки екологічних товарів і послуг.

Останні дослідження говорять про те, що аналогічна тенденція спостерігається і в русі капіталів - привабливими в якості об'єктів інвестицій виявляються галузі, які підпадають під жорстке екологічне регулювання. Є всі підстави вважати, що в подальшому ці тенденції будуть тільки посилюватися, тому екологічний фактор стає одним з визначальних при формуванні міжнародної конкурентоспроможності країни.

2 ІНСТРУМЕНТИ ПІДТРИМКИ ЕКОЛОГІЧНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

2.1. Організаційно-економічний механізм екологічного підприємництва

Механізм розвитку підприємництва - це сукупність інструментів, методів і форм реалізації системних цілей через організацію та управління процесом відтворення.

Організаційно-економічний механізм екологічного підприємництва визначається як поєднання організаційних, соціально-соціальних та фінансово-економічних інструментів. На сьогоднішній день можна виділити наступні фінансово-економічні інструменти розвитку екологічного підприємництва, що сформувалися в умовах перехідної економіки:

- пільгове оподаткування;
- екологічне ціноутворення;
- субсидування;
- гарантійні фонди;
- дотації;
- мікрокредитування і ін.

Призначенням даних інструментів є не пряме завдання значущих для окремих підприємств або суспільства в цілому цілей і жорсткий контроль за їх дотриманням, а використання пов'язаних з функціонуванням ринків стимулів для впливу на економічні інтереси і економічну поведінку суб'єктів господарювання в екологічно відповідальному напрямку. Тому застосування їх в сфері екологічного управління поширене не досить широко. Взагалі організаційно-економічний механізм екологічного підприємництва носить декларативний характер, тобто не стимулює стійкого природокористування, заохочує інертність в рішенні питань охорони навколишнього середовища, зокрема в області переробки відходів.

Для визначення конкретного комплексу інструментів, як правило, застосовують такі базові критерії:

- ефективність (здатність досягти економічні та екологічні цілі, реалізувати місію і перейти на сталий розвиток найбільш раціональним мінімізують витрати способом);
- справедливість (щодо розподілу наслідків введення інструментів між різними соціальними групами і господарюючими суб'єктами);
- реалізація (організаційно-інформаційне, ресурсне, кадрове забезпечення заходів);
- гнучкість (адаптивність і пристосування до змін ринкового оточення, орієнтація на поступальний поліпшення екологічної ситуації);
- фактор часу (використання довгострокових стимулів, мотивація інновацій в кращі технології, облік довгострокових наслідків екологізації);
- соціально-політична прийнятність (визначення соціально-допустимих меж негативного впливу на природне середовище, суспільної злагоди і толерантності, добровільне визначення екологічних зобов'язань і відповідальності товаровиробників).

Одним з можливих варіантів фінансування діяльності в сфері екологічного підприємництва може бути створення фонду екологічного підприємництва (ФЕП), метою функціонування якого буде підтримка малих і середніх еколого орієнтованого підприємств.

Основне завдання ФЕП – створення умов для успішного функціонування підприємств в сфері екологічного підприємництва. Він може бути організований як на базі Фонду підтримки малого і середнього підприємництва (як структурної одиниці), так і в якості самостійного утворення [18].

Оскільки ФЕП повинен позичати кошти в проекти екологічної спрямованості, виникає необхідність прийняти рішення щодо визначення розміру кредитної ставки для інвестиційних проектів різної віддачі. Процентна ставка за ціною кредитного ресурсу є комплексною характеристикою, оскільки вона формується під впливом складної системи

факторів, особливо в екологічній сфері. До найважливіших факторів, що впливають на процентну ставку, належить інфляція, оскільки вона впливає на рівень знецінення грошей. До внутрішніх факторів, що не залежать від стану економіки країни, можна віднести: термін кредиту, розмір кредиту, попит на кредитні ресурси, категорія позичальника і його економічне становище. Крім того, організаційно-економічний механізм розвитку екологічного підприємництва має стимулювати його інноваційну складову, фокус якої повинен бути зосереджений на саморозвитку та самопідтримці, що забезпечуватиме постійний рівень підприємницької мотивації, а також освітньо-інформаційної підтримки суб'єктів господарювання. Це дозволяє постійно вдосконалювати наявні форми, методи та інструменти діяльності, а також впроваджувати такі, що відрізняються певним природоохоронним потенціалом, наприклад, державно-приватне партнерство, краудфандинг. На рис. 2.1 наведена модель організаційно-економічного механізму розвитку екологічного підприємництва.

Організаційно-економічний механізм розвитку екологічного підприємництва має формуватися і функціонувати на основі інституціонального підходу, завдяки якому можна забезпечити систематичний процес його розвитку з урахуванням потреби в мотивації суб'єктів господарювання в сфері екологічного підприємництва до інноваційної, економічно ефективної та соціально відповідальної діяльності. Запропонований механізм також відповідає умовам високого рівня адаптації до мінливих умов ринкової економіки і дозволяє моделювати процеси розвитку екологічного підприємництва з урахуванням нелінійної взаємодії зовнішніх та внутрішніх факторів, а також впливу на його розвиток інституційних обмежень.

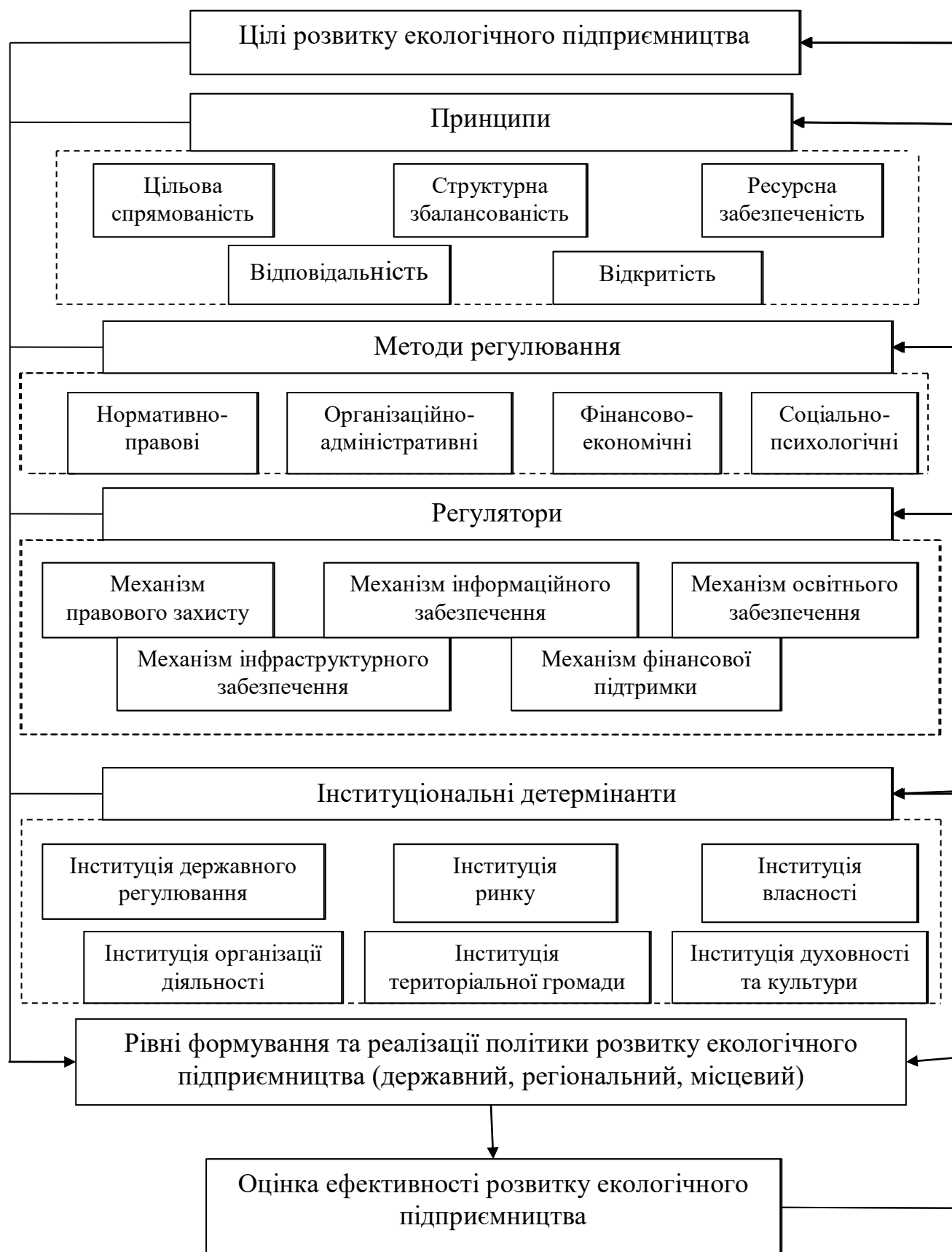


Рис. 2.1 Модель організаційно-економічного розвитку екологічного підприємництва

2.2. Державно-приватне партнерство як інвестиційний інструмент екологічного підприємництва

Державно-приватне партнерство являє собою інституційний та організаційний союз влади та приватного бізнесу з метою здійснення широкого спектру соціально значущих проектів, починаючи з розвитку стратегічно важливих галузей економіки та створення суспільно важливих благ в загальнодержавному масштабі або на рівні регіону та окремої території [19].

Важливим фактором державно-приватного партнерства є не тільки прогнозована кон'юнктура ринку, а й стабільна нормативна база, що регулює різні напрямки партнерства. Економічна сутність державно-приватного партнерства полягає в узгодженні інтересів учасників природно-ресурсних відносин.

Ефективна реалізація принципів державно-приватне партнерство дає можливість зосередитись державним органам управління на розпорядчих і контролюючих функціях та мінімізувати ризики за рахунок їх розподілу між бізнесом та владою. У державно-приватному партнерстві зацікавлені обидві сторони, як держава та й інвестори. Держава реалізує стратегічні плани розвитку галузей та підвищення використання природних ресурсів. Інвестори вкладають фінансові ресурси та примножують їх. Такі партнерство має сприяти раціональному та інтегрованому використанню природних ресурсів, що актуально при переході від сировинної «коричневої» до інноваційної «зеленої» та «синьої» економіки.

В світовій практиці склалося безліч різноманітних моделей, форм, типів і конкретних варіантів реалізації партнерських відносин між державою і бізнесом. Зазвичай виділяють такі форми:

1. Контракти як адміністративний договір, що укладається між державою (органом місцевого самоврядування) і приватною фірмою на здійснення певних суспільно необхідних і корисних видів діяльності.

2. Оренда в її традиційній формі (договір оренди) і в формі лізингу. Особливість орендних відносин між владними структурами та приватним бізнесом полягає в тому, що відбувається на визначених договором умовах передача приватному партнеру державного або муніципального майна у тимчасове користування і за певну плату. Традиційні договори оренди припускають зворотність предмета орендних відносин, причому правомочність щодо розпорядження майном зберігається за власником і не передається приватному партнеру. В окремих випадках орендні відносини можуть завершатися викупом орендованого майна. У разі договору лізингу лізингоодержувач завжди має право викупу державного або муніципального майна.

3. Концесія (концесійна угода), яку можна визначити як договірну форму надання інвестору права на господарське використання державної або муніципальної власності, при цьому інвестору необхідно сплачувати державі або муніципального утворення визначену договором концесійну плату. Обов'язковою умовою концесії є також здійснення концесіонером (інвестором) інвестицій з метою поліпшення переданого або створення нового майна з подальшою його передачею в державну чи муніципальну власність. На загальну думку, метою впровадження законодавства про концесії є створення гарантованих умов залучення інвестицій для освоєння існуючого або створення нового державного і муніципального майна (об'єкта концесії), що має велике суспільне і соціально-економічне значення. Таким чином, за допомогою механізму концесії використовується вже наявне або створюється нове майно, при мінімізації бюджетних витрат, а також, що важливо, поповнюється федеральний або муніципальний бюджет за рахунок податкових і інших виплат.

4. Угоди про розподіл продукції. Ця форма партнерських відносин між державою і приватним бізнесом частково нагадує традиційну концесію, але все ж відрізняється від неї. Відмінності полягають перш за все в різній конфігурації відносин власності між державою і приватним партнером. Якщо

в концесії концесіонеру на правах власності належить вся випущена за згодою продукція, то в угодах про розподіл продукції партнеру держави належить тільки її частину. Розділ продукції між державою та інвестором, його умови та порядок визначаються в угоді.

5. Спільні підприємства є поширеною формою партнерства держави і приватного бізнесу. Залежно від структури і характеру спільного капіталу різновидами цієї форми можуть бути або акціонерні товариства, або спільні підприємства на пайову участь сторін.

Існує ряд моделей ДПП, завдяки яким стає можливим поділ сфер відповідальності і прийняття ризиків державним і приватним секторами в проектах ДПП. Найбільш поширеними є такі форми партнерств [20]:

1. «Придбання - будівництво - експлуатація» (BBO - Buy - Build - Operate). Передача державного майна приватної і квазідержавній структурі на умовах контракту, згідно з яким майно повинно бути модернізовано і експлуатуватися певний період часу. Державний контроль здійснюється на протязі дії контракту про передачу майна.

2. «Будівництво - володіння - експлуатація» (BOO - Build - Own - Operate). Приватний сектор фінансує, будує, володіє і експлуатує споруду або надає послугу на основі довічного володіння або оренди. Державні обмеження встановлюються в оригінальному угоді і за допомогою функціонування постійного регулюючого органу.

3. «Будівництво - володіння - експлуатація - передача» (BOOT - Build - Own - Operate - Transfer). Структура приватного сектора отримує франшизу на фінансування, формування, побудова та експлуатацію споруди (а також на стягування плати за використання) на певний період, після закінчення якого право власності повертається державі.

4. «Будівництво - експлуатація - передача» (BOT - Build - Operate - Transfer). Приватний сектор проектує, фінансує і будує нову споруду на основі довгострокового концесійної угоди і експлуатує його в період дії цієї угоди. Після закінчення терміну дії угоди право власності повертається

державному сектору, якщо це право ще не перейшло через завершення проекту. Фактично, така форма охоплює моделі BOOT і BLOT з єдиною відмінністю - за формою власності об'єкта.

5. «Будівництво - оренда - експлуатація - передача» (BLOT - Build - Lease - Operate - Transfer). Компанія приватного сектора отримує франшизу на фінансування, проектування, будівництво та експлуатацію орендованого споруди (а також і стягування плати зі споживачів послуги) на період оренди, вносячи рентну плату.

6. «Проектування - будівництво - фінансування - експлуатація» (DBFO - Design - Build - Finance - Operate). Приватний сектор проектує, фінансує, будує і експлуатує нова споруда на основі і в період довгострокової оренди. Приватний сектор передає нова споруда державного сектора після закінчення оренди.

7. «Участь у фінансуванні» (Finance Only). Структура приватного сектора (як правило, компанія з надання фінансових послуг) фінансує проект безпосередньо або за допомогою різних механізмів, таких, як довгострокова оренда або випуск цінних паперів (облігацій).

8. Контракт на експлуатацію та обслуговування (O & M - Operation & Maintenance Contract). Товариство з обмеженою відповідальністю відповідно до умов контракту експлуатує певний період часу майно, яке належить державному сектору. Право власності на майно зберігається за державною структурою. Багато хто не схильні розглядати таку модель як ДПП і називають такі контракти сервісними або контрактами на обслуговування.

9. «Проектування - будівництво» (DB - Design - Build). Приватний сектор проектує і будує об'єкти інфраструктури на основі будівельного контракту негайної експлуатації для задоволення запитів державного сектора на послуги, часто надаються за фіксованою вартістю. Таким чином, ризик за перевитрату передається приватному сектору. (Багато хто не схильні розглядати модель DB в рамках ДПП і називають такі відносини контрактами

на виконання державного замовлення).

10. Право на експлуатацію (Operation License). Приватний оператор отримує право (ліцензію) на виробництво і надання суспільної послуги, як правило, на певний період. Така модель часто використовується в проектах з інформаційних технологій (ІТ).

При реалізації проектів державно-приватного партнерства в рамках його організаційно-правових моделей реалізуються різноманітні конкретні форми співробітництва державних структур і підприємств приватного бізнесу. Різноманітність механізмів, форм і методів державно-приватного партнерства дозволяє досить широко використовувати можливості приватного капіталу у вирішенні державою багатьох проблем, пов'язаних з публічним інтересом. У галузях виробничої, транспортної та соціальної інфраструктури застосовуються всі варіанти концесійних угод, спільні підприємства за участю державного і приватного капіталу, а також проекти, засновані на договорах цивільного і публічного права.

Екологічні напрями розвитку державно-приватного партнерства можна розділити на три групи [21].

1. Проекти у галузі охорони довкілля та екологічної безпеки. До них належать:

- переробка та захоронення твердих побутових відходів (створення міжмуніципальних об'єктів інженерної інфраструктури, включаючи розміщення перевантажувальних станцій, сортування об'єктів, їх переробка, знешкодження та захоронення твердих відходів із залученням механізмів ДПП);
- реабілітація забруднених територій внаслідок минулої господарської діяльності промислових підприємств;
- запобігання забрудненню водних об'єктів стічними водами (шляхом вдосконалення систем водопостачання, каналізації та очищення стічних вод);
- екологізація містобудівної діяльності за допомогою екологічного обліку при будівництві міських територій.

2. Проекти, спрямовані на комплексне та раціональне використання природних ресурсів: освоєння нових лісових територій (будівництво лісової інфраструктури); залучення до обігу техногенних родовищ корисних копалин.

3. Проекти із створення спеціально захищених природних територій і об'єктів та підтримання їх режиму. Найпоширенішими в даний час є проекти, спрямовані на поліпшення ландшафтних територій та міських парків.

Сьогодні соціальне партнерство формується також в галузі екологічного туризму.

В сфері природокористування державні органи влади в системі державно-приватного партнерства мають забезпечувати формування національної екологічної політики та створення нормативно-правової бази, здійснювати довгострокове та короткострокове планування та прогнозування використання природних ресурси, якими володіє держава, проводити моніторинг та інвентаризацію стану якості довкілля, здійснювати державний контроль та нагляд використання природних ресурсів.

Приватний сектор - природокористувачі, використовують природні ресурси, проводять діяльність з відновлення екосистеми, здійснюють оплату податків до бюджетів та сплачують збори за користування природними ресурсами, створюють умови щодо зайнятості населення.

2.3. Інструменти соціальної підтримки екологічного підприємництва

2.3.1 Краудсорсинг

В нашій країні є досить багато проектів з виробництва екологічно чистої упаковки, екологічної незамерзаючої рідини для систем опалення та охолодження, проектів з будівництва міні-ГЕС, переробки сміття тощо, які здійснюються підприємствами малого і середнього бізнесу й потребують фінансування, якого дуже не вистачає зі сторони держави, отже потребують

впровадження інструментів соціально-економічної підтримки. Одним з таких інструментів є краудсорсинг.

Вперше термін “краудсорсинг” ввів редактор і журналіст Джефф Хау в 2006 р. і потім докладно розкрив переваги нової технології в книзі “Краудсорсинг: колективний розум як інструмент розвитку бізнесу” (Crowdsourcing: Why the Power of the Crowd is Driving the Future of Business, 2009). Незважаючи на те, що приклади використання краудсорсингу можна виявити в досить давній історії (зокрема, подібна технологія використовувалася при складанні Оксфордського Словника Англійської мови ще в XIX ст.), сам термін з'явився порівняно недавно, як і обґрунтування ефективності даної технології.

Саме поняття утворено від англійських слів “натовп” і “аутсорсинг” – терміну, що позначає передачу за винагороду частини бізнес-процесів на обслуговування професіоналам. Краудсорсинг заснований на припущенні, що в суспільстві завжди присутні талановиті люди, готові безкоштовно або за символічну винагороду генерувати ідеї, знаходити рішення проблем і навіть проводити дослідження в корпоративних або громадських цілях. При цьому суттєвим стимулом для них є не винагорода, а можливість побачити втілення своєї ідеї в практичній діяльності.

На даний час механізми краудсорсингу використовуються практично у всіх сферах діяльності, за винятком окремих областей, що потребують спеціальних знань і особливих професійних навичок. Привабливим є застосування нового інструменту не тільки в бізнесі, але і в муніципальному секторі, для ефективної взаємодії органів муніципальної влади і громадянського суспільства. Проте видимих прикладів результативного застосування краудсорсингу як управлінської технології не виявлено ні в зарубіжній, ні у вітчизняній практиці муніципального управління.

Узагальнене визначення технології краудсорсингу дозволило виділити наступні його види, зокрема, краудстронінг, краурекрутинг, краудголосування та краудфандинг (табл. 1).

Таблиця 2.1

Технології краудсорсингу

№	Види краудсорсингу	Визначення
1	Краудстромінг	Передбачає генерацію та коментування нових ідей
2	Краурекрутинг	Забезпечення інноваційної фірми необхідними їй трудовими ресурсами шляхом пошуку персоналу у соціальних мережах
3	Крауголосування	Передбачає просте голосування за різні варіанти пропонованих рішень, без обґрунтування свого вибору чи пропонування інших варіантів
4	Краудфандинг	Соціальна технологія колективного фінансування, заснована на добровільних пожертвах

Під краудсорсингом зазвичай розуміють використання колективного розуму по навмисно розробленої моделі для вирішення актуальних корпоративних або суспільних завдань. Модель застосування краудсорсингу містить організацію, методологію та підготовлені кадри, які націлені на вирішення певних завдань розвитку виходячи із заданих умов. Краудсорсинг сконцентований на вирішенні суміжних задач, як наприклад: збір та обробка інформації, збір і обробка конструктивних ідей, збір пропозицій до проектів документів, формування незалежних експертів. Як правило, розрізняють такі його види:

- пасивний (тільки на прийом) і активний (конструктивний діалог);
- внутрішній (в межах організації або спільноти експертів) і зовнішній (без обмежень);
- традиційний (знаходження кращої ідеї серед безлічі ідей) і

сінтеллектуальний (знаходження безлічі кращих ідей на основі їх колективного відбору).

Можна виділити таку класифікацію краудсорсингу (Рис. 2.2).

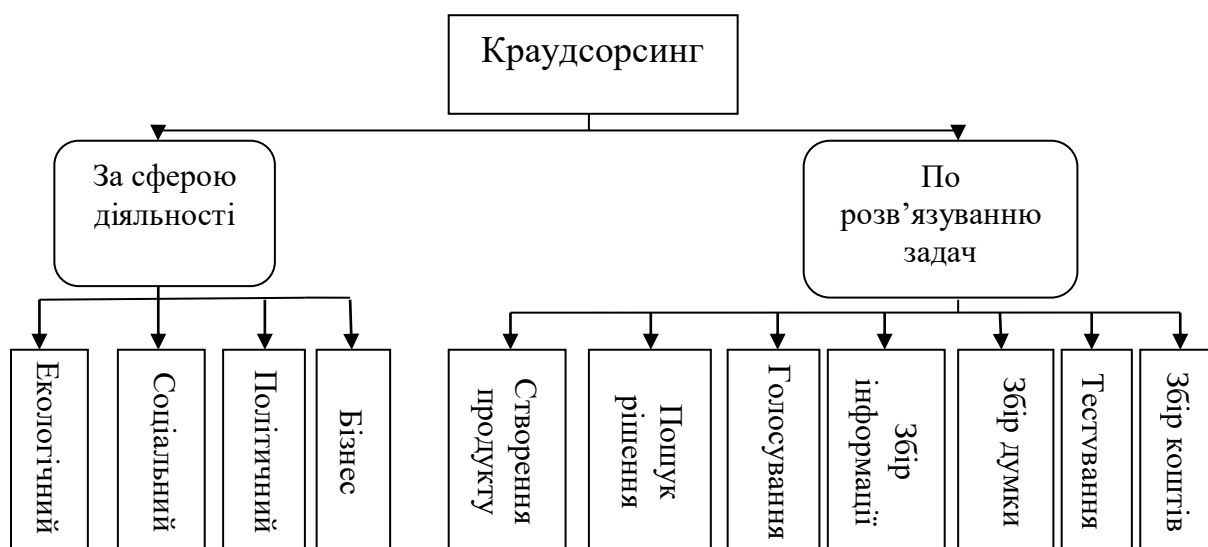


Рис. 2.2 Класифікація видів краудсорсингу

Головний принцип краудсорсинга можна сформулювати так: у групи людей більше знань, ніж у окремої людини, але мистецтво полягає саме в тому, щоб сформувати обстановку для реалізації та втілення цих знань. Так краудсорсинг представляє не просто організацію форуму, на якому учасники формулюють в нерегульованому режимі свої запитання, зауваження та пропозиції, і навіть не традиційний механізм зворотного зв'язку, а організаційно і методично впорядковану модель взаємодії організації з ініціативними користувачами Інтернету.

Реалізація прийнятої моделі припускає опрацювання і впровадження таких управлінських процесів, як формулювання тем обговорення (проблематизація), визначення умов обговорення, залучення та мотивація експертів, відбір і фільтрація ідей, документування результатів обговорення.

Екологічний краудсорсинг – об'єднання зусиль у реалізації проектів та вирішенні проблем в галузі охорони навколишнього середовища, інформування населення про екологічну ситуацію регіону, створення

ефективної мережі обміну та поширення екологічної інформації, об'єднання комерційних організацій, громадських об'єднань, органів державної влади і суспільства в єдиний інформаційний простір, формування екологічної культури населення, здійснення громадського контролю над забезпеченням екологічної безпеки і здоров'я населення, збереженням сприятливого навколишнього середовища природних і культурно-історичних цінностей і об'єктів.

Соціальний краудсорсинг – рішення будь-якого спектру задач, пов'язаних з громадською діяльністю, взаємовідносинами між людьми, благодійністю. У дану підкатегорію потрапляють такі проекти як пошук зниклих людей, збір коштів на будівництво та соціальних об'єктів. Сюди ж можна віднести такий відомий Інтернет-проект, як Вікіпедія.

У категорію політичного краудсорсинга потрапляють проекти по обговоренню різних законів та інших державних ініціатив. Вони можуть здійснюватися як в режимі голосування, так і в режимі збору конкретних думок і пошуку рішень. До даної підкатегорії також можна віднести і кампанії по збору коштів політичними діячами.

Краудсорсинг в бізнесі використовується для вирішення різних завдань, кінцевою метою яких є отримання грошового доходу. До них, наприклад, відносяться створення нового логотипу, написання рекламного тексту, створення програмного продукту, збір коштів на випуск нового “гаджета” і так далі. Цей напрям в краудсорсингу є найважливішим.

Тепер розглянемо класифікацію краудсорсинга за критерієм типів розв'язуваних задач.

Створення продукту (контенту). Це найбільш поширений тип, який включає в себе величезну кількість різноманітних завдань. Одним з найяскравіших прикладів є вже згадана Вікіпедія, зміст якої створюється армією звичайних користувачів Інтернету. Іншою великою сферою застосування є створення графічного контенту, маркетингових стратегій, копірайтингу, навіть програмного коду, а також відео та аудіо продуктів.

Голосування. По суті голосування це стандартний етап будь-якого краудсорсингового процесу, в рамках якого відбувається відбір і порівняння отриманих результатів. Однак голосування цілком здатне існувати і в якості самостійної послуги. Наприклад, для фільтрації новин, зображень, відеокліпів, музики – всього того, з чим ми взаємодіємо щодня [22]. Пошук рішення може бути виконаний практично для будь-яких питань, від наукових до утилітарних завдань, таких як пошук оптимального туру, доставка попутних вантажів і т.д. Різновидами цього типу краудсорсинга є пошук оптимального інноваційного рішення для компанії (відкриті інновації), а також рішення мікрозадач, коли надходить від замовника завдання розбивається на безліч дрібних завдань, кожна з яких вже передається для вирішення за заздалегідь певну винагороду.

Пошук людей. Різновид соціального краудсорсингу, представниками якого є, наприклад, проекти, пов'язані з пошуком зниклих дітей.

Збір інформації. В рамках даного типу краудсорсингу від виконавця вимагаються механічні дії, пов'язані, наприклад, з сортуванням фотографій, фільтрацією звуків, ідентифікацією образів, маркетинговими дослідженнями. Так, саме цей спосіб був застосований для обробки фотографій, зібраних марсоходом Curiosity.

Збір думок. В даному випадку використовуються можливості Інтернету по отриманню відгуку у вигляді думок від великої кількості людей. В першу чергу, збір думок використовується при маркетингових дослідженнях, коли можна швидко, якісно і недорого отримати необхідну інформацію від цільової аудиторії. Однак існують проекти, в рамках яких є можливість збирати думки і по простих побутових питань.

Тестування. До даного типу відноситься проведення тестування програмного забезпечення з метою виявлення помилок, недоробок, визначення подальших шляхів розвитку. Тестування може бути як частиною процесу створення програмного продукту, так і самостійної послугою.

Графічно можна зобразити механізм здійснення проектів у рамках

краудсорсинга в такому вигляді (Рис. 2.3).

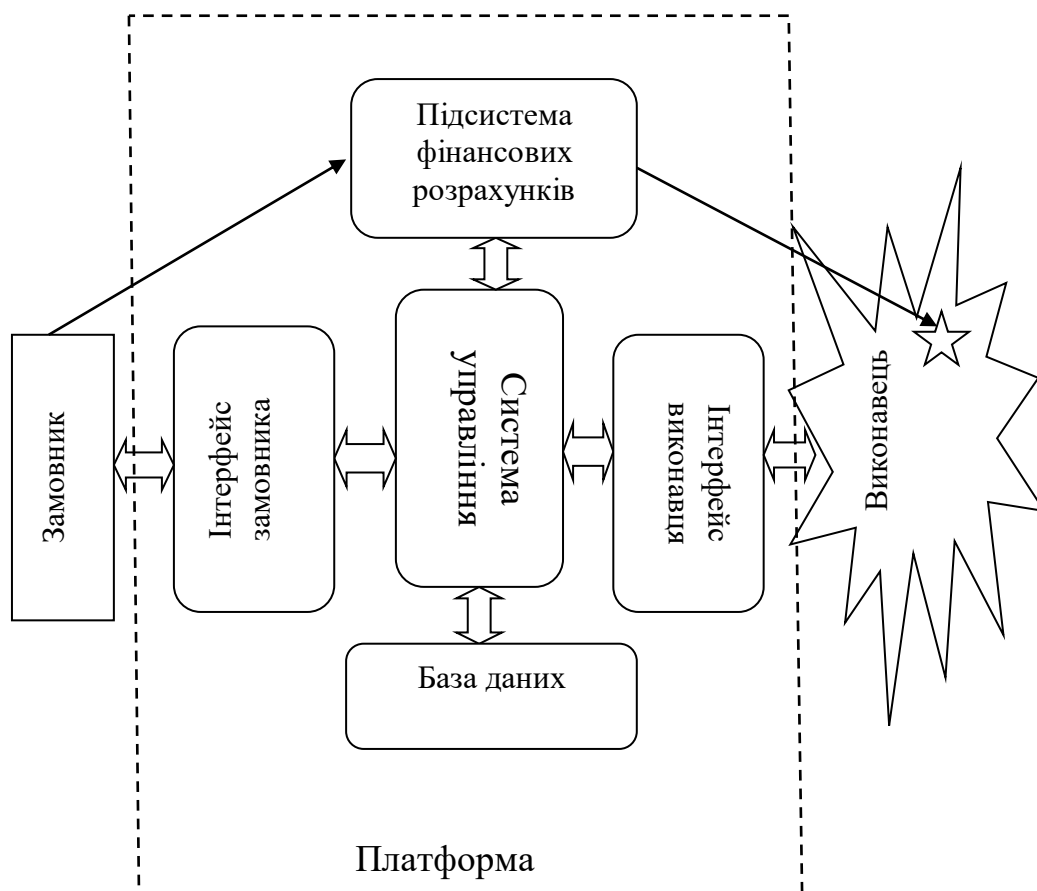


Рис. 2.3. Механізм здійснення проектів у рамках краудсорсингу

Існує помилкова думка, що краудсорсинг може застосовуватися тільки великими компаніями або брендами. Такими, наприклад, як Apple або Starbucks. У компанії Procter & Gamble публікують проблеми, які вони не можуть вирішити самі, на сайті InnoCentive, пропонуючи натомість великі грошові винагороди понад 160 тисячам “вирішувачам”, які і складають парк вчених з задвірок P & G. Muji (японська меблева компанія) взагалі намагається перейти у своїй бізнес-моделі на використання алгоритмів краудсорсингу, максимально делегуючи функції і завдання корпоративного менеджменту. Так, через свій корпоративний сайт, компанія збирає нові радикальні ідеї для своїх виробів через базу, до якої входить близько півмільйона членів. Потім Muji просить їх оцінити дизайни. Список найбільш

популярних ідей передається професійним дизайнерам, які розробляють безпосередньо самі вироби. Муїї потім тестує ринок, збираючи попередні замовлення замість того, щоб збирати фокус-групи, проводити опитування або використовувати інші традиційні методики дослідження ринку. Простіше кажучи, якщо 300 чоловік зроблять попереднє замовлення, продукція надійде в продаж. На сайті Муїї є сторінка, на якій рекламуються її найбільш популярні товари: лампа, яку можна прикріпити до узголів'я ліжка, де немає розетки і багато іншого. Всі ці приклади є результатами ефективного використання краудсорсингу.

Яскравою ілюстрацією краудсорсингу можуть виступити всесвітні проекти – “Вікіпедія”, “Вікілікс” та інші, створені спільнотою ентузіастів при наявності мінімального стартового капіталу. Дані проекти існують і розвиваються тільки за рахунок добровільної участі ентузіастів. Ніяких нагород чи винагород не передбачено.

З понад свіжих прикладів, що ілюструють принципи краудсорсингу, як добровільність і альтруїзм в процесі вирішення суспільно значущої задачі, можна привести реакцію на японську катастрофу взагалі і на ядерну аварію на АЕС “Фукусіма” [23]. Як тільки суспільство усвідомило значимість того, що відбувається, в Інтернеті з'явилося кілька проектів, створених ентузіастами, без залучення стороннього капіталу або масштабної рекламної компанії. наприклад:

- проект “Pachube” – система різних сенсорів підключених до Інтернету і періодично публікують різні показники такі як: рівень радіації, споживання електрики і газу та багатьох інших пристроїв.
- проект “Japan Radiation Open Data” – продукт дизайнера з Німеччини, яка спочатку здійснювала моніторинг даних про радіацію вручну, а потім створила програму, яка збирає дані з сайтів відповідальних японських відомств і публікує їх в форматах відкритих звітів.
- проект “GeigerCrowd” – проект з відкритим вихідним кодом з метою створити мережу моніторингу показань вимірювачів радіації.

- проект “RTDN.org” – найбільш повний проект моніторингу радіоактивної обстановки. На карті Японії відображає краудсорсингову інформацію від громадян та показники лічильників, включаючи лічильники з Pachube .

У нашій країні слово краудсорсинг не надто відоме. Тим не менш, це не заважає реалізовувати дійсно цікаві проекти силами спільноти. Один з таких проектів – “Зробимо Україну чистою”. Це громадська акція з прибирання своїх міст, яка відбувається щороку навесні. Будь небайдужий житель українського міста чи села може зареєструватися на сайті акції, вибрати точки для прибирання в своєму районі або створити нову, зібравши команду волонтерів. Організатори проекту забезпечують всі точки необхідними речами (рукавичками, сміттєвими мішками тощо). У призначений день, зазвичай в середині квітня, десятки тисяч українців виходять на свої вулиці і двори, щоб зробити їх чистіше.

На офіційному блозі Google Україна в даний час з'явилося повідомлення про нову ініціативу громадської організації Всесвітній фонд дикої природи в Україні (WWF) з захисту навколишнього середовища та боротьби з екологічними проблемами, безпосередньо пов'язаними з людською діяльністю [24]. Для поліпшення стану природи команда WWF в Україні створила спеціальну карту, яку будь-який користувач може використовувати для позначення екологічної проблеми свого регіону і об'єднуються з іншими користувачами з метою спільного пошуку шляхів її вирішення. Карта носить відповідну назву – “ЕкоМапа”. Вона була створена за допомогою Google Maps API. На сайті проекту “ЕкоМапа” зазначається, що його первісна версія була створена трьома ентузіастами протягом 48 годин в рамках заходу Hack4Good. За допомогою цього сайту будь-яка людина або організація може внести свою лепту в підтримку навколишнього середовища своєї країни. Проект дозволяє вказати екологічну проблему свого регіону, дізнатися і приєднатися до вирішення проблем інших регіонів України, а також проголосувати за будь-яку проблему, яка потребує

першочергового вирішення. Повідомляється, що до вирішення п'яти найважливіших проблем (за результатами голосування) приєднатися команда WWF в Україні. Для того, щоб повідомити про екологічну проблему регіону, потрібно скористатися кнопкою “Повідомити про проблему”, а потім додати опис і відмітку на карті. Користувачам надається можливість вибрати тип проблеми з переліку доступних (проблеми лісів, звалища, незаконна забудова, проблеми водойм, загрози біорізноманітності або браконьєрства) або самостійно вказати інший тип проблеми. Користувачі також можуть впорядкувати проблеми за доступними типам і приєднатися до їх вирішення. На сайті також можна знайти детальні рекомендації з вирішення різних проблем. Приміром, як організувати прибирання у парку або добитися ліквідації незаконного звалища.

Отже, виходячи з вищесказаного, можна зробити висновок, що краудсорсинг в Україні ще не настільки розвинутий, як в західних країнах, але існує достатній потенціал для його розвитку та використання як додаткового способу підтримки природоохоронних проєктів.

2.3.2. Краудфандинг

Ще одним інструментом, який може стати допоміжним способом підтримки екологічного підприємництва в Україні є краудфандинг.

Краудфандинг (від англ. crowdfunding: “crowd” – натовп, “funding” – фінансування). Цей відносно новий інструмент дозволяє залучати через Інтернет у великої кількості гроші людей (різних груп людей) для реалізації ідей і проєктів у різних сферах. В основі послуги: спеціалізований Інтернет-портал, на якому, після детальної реєстрації, користувач викладає пропозицію фінансування проєкту. Це може бути новий бізнес, запис музичного альбому, створення притулку для бездомних тварин, прохання про позику на покупку побутової техніки або просто збір пожертвувань [25].

В контексті краудфандингу – колективного фінансування – мета полягає у зборі грошових коштів для інвестицій, як правило, використовуючи

соціальні мережі. Для дослідження феномену краудфандінгу як фінансової інновації доцільно розглянути і узагальнити наукові підходи та результати його практичної реалізації. Насамперед, існують різні точки зору науковців на тлумачення дефініції. Так, Беллефлемм П., Ламберт Т., Швенсбахер А. визначають краудфандінг як “відкритий конкурс, в основному через Інтернет, для забезпечення фінансовими ресурсами або у формі пожертвування або в обмін на майбутній продукт або іншій формі винагороди для підтримки ініціатив для специфічних (конкретних) цілей” [22]. Хемер Й. надає таке ж визначення, але дещо уточнює це поняття, наголошуючи, що надання фінансових ресурсів відбувається “у формі пожертви (без вимог) або в обмін певної форми винагороди чи/або голосуючих прав для підтримки ініціатив для специфічних цілей” [26]. Лей А. та Вевен С. розглядають такий аспект краудфандінгу як можливість фінансування венчурних проектів і визначають його як зростаючий он-лайн тренд, що представляє новий потенціальний пул капіталу як ресурсу для формування акціонерного капіталу стартап – проектів (англ. Start-up equity financing) [25].

За наведеними трактуваннями поняття краудфандінгу можна зробити висновок про їх схожість, що обумовлено в певній мірі сучасністю концепції та незначним досвідом використання, що в подальшому, по мірі розроблення теоретичних та практичних аспектів концепції, дозволить надати більш ґрунтовне визначення дефініції. У авторському розумінні краудфандинг – це інноваційна фінансова послуга, головна ідея якої ґрунтується на співпраці у формі колективного фінансування ризикових проектів заради досягнення визначених специфічних цілей (фінансових чи не фінансових) або без розрахунку на вигоду у формі пожертви чи спонсорства, або з розрахунком на не фінансову чи фінансову вигоду, що здійснюється шляхом формування пулу капіталу, який надходить у незначних сумах від значної невизначеної кількості осіб на основі відкритого конкурсу за допомогою Інтернет-технологій.

Потрібно відмітити, що перш за все, краудфандінг є продуктом поширення інформаційно-комунікаційних технологій, насамперед, Інтернету. Саме завдяки комунікативним можливостям Інтернету краудфандінг оформився у фінансову послугу, яка дозволяє у короткий термін у відкритому доступі отримати для фінансування різних проектів необхідну суму грошових коштів від широкого кола індивідів. Технічна реалізація послуги зумовлена можливістю створення спеціалізованого порталу – краудфандінгової платформи на базі Web 2.0, на якій ініціатор проекту розміщує інформацію про свій проект, що потребує фінансування (краудфандінговий проект). Краудфандінгові проекти – це звичайні суспільно корисні проекти різної спрямованості (малі й великі, групові та індивідуальні, найчастіше локальні), які шукають фінансування на свою діяльність не від одного великого донора чи то спонсора, а від великої кількості різних мікроспонсорів, в першу чергу від приватних осіб. Відбувається такий пошук, як і більшість інших процесів сьогодення, онлайн через спеціально створені платформи, вільний доступ до яких мають як ініціативні групи розробників проектів, так і мікродонори – переважно приватні особи, які мають бажання й можливість виділити частину свого особистого бюджету на добродійну справу [25]. Спеціалізовані Інтернет-платформи допомагають створювати максимально повний опис проекту та потреби у фінансуванні. Як правило, вони дозволяють використовувати вкладення у вигляді фотографій, посилань на відео, документи (бізнес-план та інше). Тут же вказується сума, термін, на який залучаються гроші і бажаний відсоток доходу потенційного інвестора. Якщо проект носить характер пожертвування, то вказується, що це безповоротна фінансова допомога. Поширення інформації про краудфандінгові проекти найчастіше відбувається через соціальні мережі, що забезпечує майже миттєвий доступ до інформації та широке коло учасників. Зокрема, перший краудфандінговий сайт з'явився у США в 2000 р. і був призначений для збору грошей на музичні проекти. На кінець 2011 р. по всьому світу налічували 452

краудфандингові платформи, які усі разом за цей рік зібрали близько 1,5 млрд. дол. США на реалізацію більш ніж одного мільйона проектів, а на кінець 2012 р. обсяги залученого фінансування зросли до 2,7 мільярда дол. США [27]. Обсяги краудфандингових інвестицій за останні роки суттєво зросли, а найяскравішим прикладом вдалого краудфандингу виступає проект годинників на базі “електронного паперу” Pebble, замість очікуваних 100 тис. дол., розробники отримали 10 млн. дол. США.

Можна виділити таку класифікацію видів краудфандингу: залежно від мети розробників та залежно від особливостей винагороди соціальних інвесторів (табл. 2) та види краудфандингу залежно від винагороди для учасників (табл. 3).

Таблиця 2.2

Класифікація видів краудфандингу

№	Вид краудфандингу	Характеристика
1	Бізнес-краудфандинг	Проекти підприємств, упроваджені з метою одержання прибутку від інноваційної діяльності.
2	Соціальний краудфандинг	Проекти, що спрямовані на вирішення певних соціальних проблем. Але не треба плутати з благодійністю, оскільки тут інвестори можуть отримувати.
3	Культурний (творчий) краудфандинг	Проекти, спрямовані на фінансову підтримку діяльності у сферах культури та мистецтва.
4	Новаторський краудфандинг	Проекти, метою яких є розробка нових продуктів, технологій тощо. Цей краудфандинг є можливим не тільки у науковій чи виробничій сфері, а і у соціальній, культурній та інших.
5	Політичний краудфандинг	Проекти, пов'язані з діяльністю політичних об'єднань, партій, моніторингом ефективності політичних та правових заходів.

Таблиця 2.3

Види краудфандингу залежно від винагороди для учасників

Види винагороди	Характеристика та досвід застосування
Без винагороди інвестору	Коли “зворотною дією можуть бути банальне “дякую”, згадування донора на сайті тощо”
З фінансовою винагородою	У формі подарунка та продукту
Інвестиційний (акціонерний) краудфандинг з винагородою інвестору у формі: а) частки прибутку від реалізованого проекту; б) певної кількості акцій новоствореного підприємства.	Інвестиційний краудфандинг передбачає, що “підприємець-початківець платить своїм інвесторам частку від прибутку новоствореної компанії”; Акціонерний краудфандинг — “як винагороду донор одержує частку власності, акції підприємства, дивіденди чи право голосування на загальних зборах акціонерів”. Інвестиційний і акціонерний краудфандинг складають зміст краудінвестингу — краудфандингової технології, що дає можливість соціальним інвесторам одержати частки власності та прибутку новостворених підприємств.

Можна виділити такі риси інтернет-краудфандингу, що роблять його ефективним інноваційним способом фінансування проектів. По-перше, краудфандингова платформа має певні переваги порівняно з економічними агентами, що традиційно виділяють та розподіляють кошти за напрямками витрат (фінансовими посередниками або державними установами), і поєднує дві функції – як акумуляцію коштів, так і визначення напрямків витрат. Краудфандинг характеризується більшою гнучкістю, порівняно з фінансовими посередниками й може містити експерименти за напрямками діяльності та проектами. У порівнянні з державними установами проекти краудфандингу мають такі переваги, як швидкість виділення коштів (термін збору коштів чітко визначений), прозорість інформації щодо проекту, підзвітність і відповідальність перед спільнотою. По-друге, спостерігається

зниження трансакційних витрат на організацію фінансування проектів завдяки меншій кількості посередників. Під час отримання фінансування такими посередниками є краудфандингова платформа та банківська установа, що обслуговують вклади. Таким чином, кількість ієрархічних рівнів, на яких ухвалюються рішення щодо особливостей фінансування, істотно скорочується, натомість спектр можливих краудінвесторів надзвичайно розширюється. По-третє, використання краудсорсингових технологій дозволяє виробляти і комерційні блага, і так звані локальні суспільні блага, виробленням яких у значних обсягах традиційно займалася лише держава. Зокрема, це проекти локального благоустрою, допомога певним соціальним категоріям населення тощо. Люди все частіше допомагають еко-краудфандерам. Так, у 2009-му р. побачила світ документальна кінострічка “Століття дурнів”, присвячена проблемам зміни клімату. Гроші на її створення збирали 5 років. У результаті творці фільму отримали підтримку близько 600 чоловік і зібрали понад 900 тисяч фунтів стерлінгів (1,4 млн. дол. США), що дозволило оплатити зйомки і випуск фільму [26].

В Англії організація “10:10” започаткувала проект “Solar School” і тепер забезпечує деякі англійські школи сонячними панелями.

Ще один проект “Bicycle Academy” нещодавно успішно завершили англійці на платформі “Peoplefund.it”. Автори запропонували відкрити велосипедні майстерні, де кожен зможе навчитися скласти велосипед. Готові вироби відправляють бідним до Африки. Проект зібрав 40 тис. фунтів всього за 6 днів.

Краудфандинг відкриває чимало можливостей і для компаній, що займаються “зеленою” енергією. Так, восени в Брістолі з'явиться “Сонячне дерево” – конструкція з сонячних панелей, енергія яких використовується для поливу місцевих розсадників, і металу. Авторами проекту є дві англійські компанії: “Demand Energy Equality”, що пропагує купівлю сонячних панелей для домогосподарств, та “Edible Futures”, яка просуває ідею вирощування міськими громадами багаторічних рослин для своїх потреб. Зібрану суму

пообіцяли вкласти в роботу майстерень зі створенню сонячних фотоелектричних панелей.

Крім традиційної, сучасний краудфандінг має ще одну форму, яка забезпечує вкладникам певний прибуток. Такою моделлю вже користуються дві компанії зі сфери відновлюваної енергетики: “Solar Mosaic” (США) і “Abundance Generation” (Англія). Перша фокусується на проектах з виробництва сонячної електроенергії, друга охоплює ще й вітроенергетику. Принцип інвестування тут заснований на купівлі інвестором боргового зобов’язання, за яким він у разі успішної реалізації проекту буде отримувати прибуток. Так, на будівництво вітротурбіни на південному заході Англії “Abundance Generation” хоче зібрати до 1,4 млн. фунтів стерлінгів. Учасникам обіцяно до 8 % прибутку протягом 20-ти років. Розмір внеску – від 5-ти фунтів.

В Україні краудфандінг тільки розвивається. У чистому вигляді цього механізму його реалізації немає. Але, як зазначають експерти ринку, є проекти, які мають з ним спільні риси. Це “Українська біржа благодійності”, запущена Фондом Віктора Пінчука, “X-Ideas” від “Nescafe” і сайт “Велика Ідея”. За цей час наші співвітчизники профінансували 10 проектів, в які було інвестовано більше 150 тис. грн. Наприклад, екологічний проект “Чисті перлини України” (установка контейнерів для роздільного збору сміття у мальовничих куточках країни, популярних серед наших та іноземних туристів) зібрав 10 тис. грн. На “УББ” можна пожертвувати певну суму на “добру справу”, переважно, на благодійність [25]. Найбільше відповідає характеристикам краудфандінгу проект “Велика Ідея”, організований на Biggggidea-платформі, де люди представляють свої проекти, а спільнота у них інвестує. На сьогодні проект має сотні ідей та реалізований механізм спільного кошику, який реально працює. Там же можна ознайомитися з прикладами успішних проектів, які вже було здійснено та профінансовано «спільнокоштом».

1 лютого 2014 р. в Україні Стартова нова краудфандінгова платформа

під назвою “Na-Starte”. Головна її задача – надавати допомогу українським стартаперам по залученню фінансування на свої проекти. Поки що на краудфандинг-сайті знаходяться лише 2 проекти, але засновники сайту очікують на збільшення проектів.

В Україні дуже багато винахідників, у нас величезний потенціал щодо розвитку ринку чистих технологій, але знайти фінансування для екологічних проектів досить важко. Тож вітчизняним винахідцям потрібно шукати гроші для “зелених” проектів з допомогою краудфандингових платформ. За оцінками консалтингової компанії IB-Centre, загальний потенціал розвитку українського ринку чистих технологій в сфері управління відходами, водних технологій, підвищення екологічної безпеки на виробництві та енергозбереження становить не менше 40 млрд. дол. Близько 13,1 млрд. дол. необхідно проінвестувати в проекти переробки ТПВ, 8,8 млрд. дол. – в сегмент водопостачання та каналізації, 12,5 млрд. дол. – в проекти підвищення екологічної безпеки промислових підприємств, головним чином теплоелектростанцій і металургійних заводів.

З кожним роком у світі з’являється десятки нових краудфандингових платформ, які допомагають молодим бізнесменам, науковцям або митцям реалізувати свої проекти. Близько 6,3 млрд. дол. потрібно для підвищення енергоефективності в житлово-комунальному секторі. Щодо природоохоронних проектів, то вони є на всіх вже запущених “ідейних” майданчиках. Так, на “УББ” свідомі громадяни пропонують озеленювати міста України і зариблювати Дніпро, на “X-Ideas” – відкрити кафе-магазин органічної їжі та розробити індекс екологічності продуктів, а на “Великій Ідеї” – привертали увагу молоді до проблем зміни клімату під час музичних фестивалів. Іноді автори шукають підтримки для запуску екологічно орієнтованого бізнесу (екокафе, екоферма і т.д.). Важливо підкреслити, що значна частина суспільно важливих соціальних та екологічних проектів фінансується на умовах благодійності і пожертви, що підтверджує тезу про зростання рівня свідомості як окремого індивіда, так і соціуму в цілому.

3 ОЦІНКА ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В СФЕРІ ПОВОДЖЕННЯ З ТВЕРДИМИ ПОБУТОВИМИ ВІДХОДАМИ

3.1. SWOT-аналіз стратегії розвитку екологічного підприємництва в сфері поводження з полімерними відходами

У сучасному споживацькому світі проблема утилізації сміття набула глобальних масштабів. Міста та їх прилеглі околиці просто потопають під тиском скупчуються відходів, що особливо відчувається через брак переробних підприємств. Найбільшу загрозу для планети представляє собою пластик, який населення здавати в пункти прийому відмовляється, а заводів, які б могли вирішити цю проблему, дуже мало. У світлі цього можна припустити, що бізнес в сфері переробки полімерних відходів може стати навіть дуже актуальним питанням для тих, хто має намір досягти успіху в цій сфері підприємництва.

Значну частину твердих побутових відходів сьогодні складають полімерні відходи - продукт використання матеріалів, вироблених на основі синтетичних полімерів. У світі повторне використання таких відходів в якості сировини для вторинної переробки сягає 80%. Згідно з даними державної служби статистики України, щорічно в країні накопичується більше 40 тис. тонн полімерних відходів, в структурі яких 31% - поліетилен, 20% - поліетилентерефталат, 17% - ламінована папір, 14 % - полівілхлорід, 10% - поліпропілен, 8% - полістирол.

Зростання вартості первинної сировини, збільшення кількості відходів, посилення природоохоронних норм актуалізують проблему рециклінгу полімерних відходів. При цьому ринок поліетилену в первинній формі представлений невеликою кількістю гравців, серед яких три компанії займають більше 90% ринку. Ринок вторинної переробки полімерних матеріалів менш концентрований і представлений великою кількістю компаній з малими частками ринку. З огляду на щорічний приріст ринку

полімерних матеріалів, частка відходів буде постійно зростати.

Постійно зростаючий обсяг промислового і побутового використання полімерів стимулював до пошуку способів утилізації пластикової фракції в твердих побутових відходах [28]. Основними методами переробки відходів з полімерних матеріалів є механічний рециклінг полімерних матеріалів з отриманням пластикового продукту у вигляді вторинної сировини [29, 30] і хімічний рециклінг, пов'язаний з перетворенням відпрацьованих полімерів в нафтохімічну сировину та інші продукти [31, 32].

Як показують дослідження [33] механічний рециклінг полімерних матеріалів на сьогоднішній день найбільш поширений, оскільки не вимагає складної хімічної переробки відходів. Однак хімічний метод вимагає менших витрат часу і енергії на переробку [34]. У той же час види використовуваних полімерів досить різноманітні, що передбачає розробку нових технологій переробки.

Основою ефективного управління полімерними відходами є вибір відповідних технологій переробки, що дозволяють отримувати вторинну сировину відповідної якості. Цій проблемі присвячені дослідження, метою яких є вибір технологій для переробки всіх видів полімерних відходів [35].

Особливості цих відходів, а також динаміка їх накопичення можуть розглядатися як фактори, що стимулюють розвиток і пропозиція інноваційних технологій їх переробки, збільшення операторів ринку вторинних полімерів і переробних потужностей, а також формування механізмів відповідальності споживачів за утилізацію полімерних відходів.

Проблема полімерних відходів є результатом масового виробництва пластмас, що почався в середині минулого століття. Абсолютний приріст виробництва пластика склав близько 296 млн. тонн за останні 50 років. Зростаюча потреба глобальної економіки в полімерних матеріалах привела до того, що вже до початку 90-х років обсяги виробництва пластмас і стали зрівнялися. У 2015 році, за даними Європейської економічної комісії регіональна структура виробництва полімерів виглядала наступним чином:

Європа - 21%, Співдружність Незалежних Держав (СНД) - 3%, Близький Схід, Африка - 7%, Північноамериканська зона вільної торгівлі (НАФТА) - 20%; Латинська Америка - 5%, Японія - 5%, Китай - 23%, Азія - 16%.

Світове споживання пластику за період 2007-2015 рр. зросла на 53% з 215 млн. тонн до 330 млн. тонн.

Сфери використання полімерних матеріалів різноманітні. Пластмаси знайшли широке застосування в будівництві, сільському господарстві, медицині, меблевої та деревообробної промисловості, водопостачанні, автомобілебудуванні, авіації, суднобудуванні, приладобудуванні, виробництві електроніки, побутової та оргтехніки, на транспорті, в зв'язку, в ракетній і космічній галузях. Однак найбільше вони затребувані в індустрії тари і упаковки.

Згідно з даними, наведеними в [35], з 2007 по 2017 рік кількість пластикових відходів у світі збільшилася в 1,8 рази, обсяги їх переробки, включаючи сортування і розміщення на полігонах, зросли вдвічі. Сьогодні з 9 млрд. тонн, виробленого за історію людства пластика, перероблено лише 9%. При збереженні існуючої моделі споживання пластмас і управління їх відходами, в навколишньому середовищі до 2050 року буде накопичено близько 12 млрд. тонн пластикового сміття, а незмінність темпів виробництва спричинить за собою зростання витрат нафти на рівні 20% від світового споживання.

Згідно з даними Державної служби статистики України, в 2017 році в країні накопичилося понад 48,6 тис. тонн полімерних відходів, в структурі яких відходи поліетилену склали 31%, ПЕТ - 20%, ламінованого паперу - 17 %, полівінілхлориду (ПВХ) - 14%, поліпропілену - 10%, полістиролу - 8%.

Пластикове забруднення за своїми масштабами і наслідками стає все більш загрозливим. Однак, беручи до уваги, що абсолютну більшість мономерів, що застосовуються при виробництві пластмас, отримують з вуглеводневих копалин, пластикові відходи повинні бути включені в цикл повторного використання, а не вивозитися на полігони та сміттєзвалища.

Особливості бізнесу. З упевненістю можна сказати, що ця ніша в Україні практично не зайнята. Судити про це можна по досить жалюгідному стану, яке склалося в нашій країні з питанням утилізації пластикових відходів. Багато бізнесменів вважають, що відкривати таке підприємство не є вигідним і рентабельним. Проте цю думку можна вважати помилковою. Причин тому дві:

- дане переробне виробництво дуже активно підтримується владою, які з радістю йдуть назустріч тим, хто зважився на організацію такого підприємства;
- заводи з переробки відходів дозволяють державі заощадити на заходах щодо поліпшення екологічної обстановки.

Гроші, отримані з держбюджету, не покривають всі витрати на організацію переробного бізнесу. Проте можуть забезпечення вирішення частини питань на початковому етапі.

Переваги. Продукцію переробки можна дуже вигідно продати виробникам все тих же пляшок, плівок, коробок, оскільки пластик успішно можна використовувати повторно. Ціна за тонну такого переробленого матеріалу становить 700 дол. США. Серед інших переваг можна назвати:

- відсутність проблем з сировиною, оскільки альтернативи пластику поки немає;
- невисоку вартість запуску підприємства; просту технологію;
- доступність навіть для новачків;
- відсутність необхідності отримувати ліцензію;
- швидку окупність;
- низьку конкуренцію.

При цьому варто звернути увагу на той факт, що для утилізації пластику енергії потрібно на 88% менше, ніж для його виробництва.

Кожна організація (підприємство) має на ринку певні переваги і наділена недоліками. SWOT-аналіз (strength, weaknesses, opportunities and threats) дає можливість виявити ті сильні і слабкі сторони, які потребують

найбільшої уваги і зусиль з боку підприємства. Перед початком SWOT-аналізу комплексно зосереджуються на ймовірних загрозах і можливостях, що постають перед виробником. Після цього слід з'ясувати, які загрози є найбільш імовірними і які ризики вони здатні спричинити. Саме вони потребують найбільшої уваги і концентрації зусиль з метою їх усунення.

Оцінюючи можливості, слід розглядати їх потенційну привабливість і ймовірність їх реалізації, а також те, чи заплановані вигоди можуть перевищити ймовірні втрати внаслідок реалізації можливостей. Іноді можливості несуть в собі як велику привабливість, так і великий ризик. Залежно від ситуації один і той самий фактор здатний бути як загрозою, так і можливістю.

Метою SWOT-аналізу не є з'ясування всіх сильних і слабких сторін, це надто складно і не забезпечує досягнення ефективності. Підприємство повинно зосередитися на тих із них, які можуть стати ключовими факторами успіху чи провалу, а надто широкий перелік нівелює те, що є найважливішим (рис. 3.1).

3.2. Бізнес-план малого підприємства з рециклінгу полімерних відходів

Приміщення. Розробка бізнес-плану переробки пластикових пляшок починається з реєстрації бізнесу, для якого підійде одна з наступних форм:

- ЧП;
- ТОВ.

Варіантів реалізації проекту також може бути два:

1. Мобільний завод, який може переміщатися між містами.
2. Великий стаціонарний завод.

У випадку з останнім доведеться підшукати приміщення не менше 3 тисяч квадратних метрів: зверніть увагу на занедбані або закриті підприємства, які ще в радянські часи були великими виробниками. Головне, щоб знайдене приміщення можна було розділити на кілька зон:

СИЛЬНІ СТОРОНИ Досвід: У наших ключових фахівців є багаторічний досвід роботи з пластмасами, а також в розробці і успішний запуск нових проектів. Відносини: У компанії є хороші відносини з фірмами, які реалізують ПЕТ-тару будь-якої конфігурації. Місцезнаходження: В нашому регіоні немає ніяких інших ПЕТ-переробників.	СЛАБКІ СТОРОНИ Високі витрати на запуск: З огляду на дуже високі витрати на відкриття заводу з ПЕТ-переробці, будуть потрібні інвестиції і кредити. Термін будівництва: Виробничі лінії і необхідні спеціальні споруди повинні бути побудовані до початку процесу переробки.
МОЖЛИВОСТІ Розширення: спочатку виробництво з утилізації ПЕТ матиме пропускну спроможність в 90 млн. кг, але на поточний період щорічний запас придатного для повторного використання матеріалу пляшки в нашій і сусідніх областях становить близько 400 млн. кг. Додаткові можливості: Є потенціал для використання ПЕТ-переробки при створенні інших видів продукту.	ЗАГРОЗИ Стандарти охорони навколишнього середовища: Кожен раз, коли урядові постанови оновлюються, ми повинні розвинути технічно і економічно доцільні рішення по утилізації, які будуть відповідати стандартам. Дефіцит матеріалів: Сама бізнес-модель ПЕТ-залежна. Якщо використання ПЕТ-пляшок знижується або застаріває, то завод втрачає поставки.

Рис. 3.1 SWOT-аналіз розвитку екологічного підприємництва з переробки полімерних відходів

- цех;
- складські приміщення;
- адміністративна частина.

Важливо звернути увагу на наявність всіх комунікацій, а також під'їзних шляхів до підприємства. Для того щоб ввести в дію мобільний завод, необхідно буде обзавестися контейнером для його установки і забезпечити доступ до води і електрики.

Технології. Найбільшою статтею витрат в бізнес-плані по переробці

ПЕТ-пляшок є закупівля необхідного обладнання. Сама по собі технологія виробничого процесу не є надто складною.

На сьогоднішній день існує два способи переробки - хімічний і механічний. Перший особливої популярності собі не здобув у зв'язку з тим, що є досить трудомістким і витратним. А ось механічний являє собою більш доступний спосіб, який включає кілька етапів:

- Дроблення.
- Агломерація.
- Грануляція.

Технологічний процес виглядає так: спочатку сировину подрібнюють, потім отриману крихту спікають в грудочки, з яких отримують агломерат, який вже можна продавати. Але більш дорогою вважається гранульована сировина, яку одержують на третьому етапі. Важливим є й підготовчий етап, на якому сировина поділяється на кольорову і однотонну, а також на поліетиленову (ПЕТ) і ПВХ (ПВХ).

Необхідне обладнання. Виробнича лінія повинна включати:

- апарат, який від'єднує етикетки і кришки;
- дробильний апарат;
- транспортер;
- котел, в якому за допомогою пари видаляються всі зайві елементи;
- мийну машину;
- сушилку;
- машину для повітряної сушки;
- контейнер для готової продукції.

Установка вітчизняного виробництва обійдеться в 15 тис. дол. США, а імпордне обладнання буде коштувати від 60 тис. дол. США.

Сировина і персонал. Важливими є питання, де брати сировину для переробки. Варіантів існує багато:

- збір на звалищах;
- покупка у підприємств. При вдало проведених переговорах можна

отримати ці відходи безкоштовно, адже у великих містах існує маса ресторанів, заводів та інших організацій, які щодня позбавляються від великої кількості даного продукту;

- оголошення в інтернеті;
- пункти прийому пластику. Як варіант, можна домовитися з уже існуючими, але вигідніше буде все ж відкрити свій.

Що стосується обслуговуючого персоналу, то тут необхідно передбачити такі посади:

- робочий в цех;
- менеджер по роботі з клієнтами;
- обліковець;
- бухгалтер;
- охоронець;
- водій;
- прибиральниця.

Витрати на утримання персоналу оцінюються приблизно в 7 дол. США.

Фінансова частина. Основні статті витрат виглядають так (в дол. США):

- оренда приміщення - 70-730;
- обладнання - 60-100 тисяч;
- сировина - 100 дол. США на місяць;
- заробітна плата - 7 тисяч;
- комунальні платежі - 5 тисяч.

З цієї суми щомісячні витрати становитимуть приблизно 12 800 доларів. При цьому тонна вже переробленого пластику може бути продана за 500-800 дол. США. Залежить ціна від кольору і якості продукту. Якщо припустити, що завод в день переробляє одну тонну відходів, тоді за 23 робочих дня в місяці він виготовить продукції на 16 100 дол. США (беремо за середню вартість 700 дол. США). Таким чином виходить, що чистий прибуток складе 3 тисячі доларів на місяць.

Звідси висновок - початкові витрати можна буде окупити вже протягом перших кількох місяців роботи. При цьому потрібно не забувати про рекламу, яка повинна забезпечити постійний приплив споживачів, в якості яких можуть виступати не тільки виробники пластикових пляшок, але ще і виробники одноразового посуду, зубних щіток, інших товарів першої необхідності для дому.

З огляду на те, що раціональне використання природних ресурсів вважається важливим елементом сучасного господарювання, активне використання рециклінгу стає привабливим напрямом економіки. Ключову роль на ринку рециклінгу все більше грають підприємці, стимулювання яких здійснює держава. Отже, використання державно-приватного партнерства можна розглядати як перспективний інструмент економічної підтримки екологічного підприємництва в сфері рециклінгу полімерних відходів.

ВИСНОВКИ

Підприємництво в сучасних економічних умовах суспільного розвитку є ключовим фактором забезпечення зростання економіки та конкурентоспроможності як в цілому окремих держав, так й приватних компаній. Останнім часом значний інтерес приділяється формуванню нових форм підприємницької діяльності, зокрема, екологічному підприємництву, головним фактором розвитку якого є погіршення якості довкілля внаслідок розширення господарської діяльності та збільшення шкідливого впливу людини на навколишнє природне середовище.

Екологічне підприємництво розвивається в різних країнах світу з урахуванням існуючої правової системи та відповідного рівня економіки. Як свідчить міжнародний досвід, зростання сектору екологічного підприємництва – це результат наявності системи, складовими якої є ековиробництво, екоринок, екосертифікація, екоконсалтинг та державна підтримка. Проте підтримка екологічного підприємництва має бути й з боку суспільства, яке більше всього зацікавлено в екологізації виробництва товарів, які споживає, та послуг, якими користується, тобто досягненні суспільно корисного екологічного ефекта.

Аналіз існуючих інструментів підтримки екологічного підприємництва засвідчив, що поряд з традиційними засобами забезпечення ефективності підприємницької діяльності, спрямованої на вирішення природоохоронних завдань, значний ефект може бути досягнутий низки інвестиційних та соціальних інструментів, зокрема державно-приватному партнерству, краудфандингу та краудсорсингу.

Здійснення оцінки перспектив розвитку екологічного підприємництва в сфері поводження з твердими побутовими відходами за допомогою SWOT-аналізу дозволило довести, що найважливішим є створення державою за допомогою ефективних, непрямих і прямих економічних інструментів і регуляторів сприятливого клімату для розвитку еколого-орієнтованого

бізнесу.

Згідно концепції сталого зростання в світі відбуваються глибокі зміни в структурі національних економік, прискорено впроваджуються передові ресурсозберігаючі технології, формуються нові галузі виробництва. Все це призводить до зниження витрат виробництва. Вже на нинішньому етапі розвитку експорт держав, які проводять екологічну політику, має тенденцію до зростання, не в останню чергу завдяки збільшенню частки екологічних товарів і послуг. Останні дослідження говорять про те, що аналогічна тенденція спостерігається і в русі капіталів - привабливими в якості об'єктів інвестицій виявляються галузі, які підпадають під найбільш жорстке екологічне регулювання. В подальшому ці тенденції будуть тільки посилюватися, тому екологічний фактор стає одним з визначальних при формуванні конкурентоспроможності країни, регіону, окремого суб'єкта господарювання. Отже, екологічні проблеми відкривають перед компаніями додаткові можливості для розвитку ділової активності. Головна передумова виникнення таких можливостей - поява і постійне вдосконалення нових технологій, які є основою реалізації нової політики компаній. Дуже перспективним напрямом екологічного підприємництва стає рециклінг твердих побутових відходів, зокрема, полімерних. В роботі доведено, що цей бізнес досить ефективний, але потребує підтримки як фінансової, так й суспільної, що може здійснюватися за допомогою інструментарію соціально-економічного спрямування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Эссе о природе торговли в общем плане // Мировая экономическая мысль. Сквозь призму веков. М.: Мысль, 2004. Т. 1. С. 269—278.
2. Шумпетер Й. А. Теорія економічного розвитку : Дослідження прибутків, капіталу, кредиту, відсотка та економічного циклу / Пер. з англ. В. Старка. К. : Вид-во «Києво-Морил. акад.», 2011. 242 с.
3. Ронстадт Р.С. Предпринимательство и бизнес. – Режим доступу: <http://eur.ru/Documents/2006-07-07/46746-4.asp> eur.ru
4. Хизрич Р., Питерс М. Предпринимательство, или как завести собственное дело и добиться успеха / Пер.с англ. – М.: Прогресс, Прогресс - Универс, 1992. 157 с.
5. Цигилик І.І., Паневник Т.М., Криховецька З.М. Основи підприємництва: Навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2005. 240 с.
6. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність : підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. І.М. Сотник, д.е.н., проф. Л.М. Таранюка. Суми : ВТД «Університетська книга», 2018. 572 с.
7. Дмитрієв І. А. Соціально-економічні аспекти підприємницької діяльності. Х. : ВД «ИНЖЕК», 2007. 200 с.
8. Карпіщенко О.І., Ілляшенко К.В., Карпіщенко О.О. Стратегічне планування : навч. посіб. Суми : СумДУ, 2013. 46 с.
9. Маматова Л.Ш. Правове забезпечення підприємницької діяльності в Україні // Reporter of the Priazovskyi State Technical University, 2018, Issue 35. Р. 33-40.
10. Конституція України. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80>
11. Маматова Л.Ш. Державне регулювання підприємницької діяльності в Україні // Вісник Приазовського державного технічного університету.

- Серія: Економічні науки: Зб. наук. праць. Маріуполь: ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», 2017. Вип. 33. С. 153-160.
12. Арустамов Э.А., Пахомкин А.Н., Митрофанов Т.П. Организация предпринимательской деятельности. М., 2009. 331 с.
 13. Ерошкин А. Механизмы государственной поддержки инноваций: зарубежный опыт // Мировая экономика и международные отношения. 2011. №10. С. 21-24.
 14. Черняховский Э.Р. Перспективы развития экологического предпринимательства // Экономика природопользования. 2006. №4. С.88-93.
 15. Новоселов С.Н. Экологическое предпринимательство: сущность, особенности, пути развития // Инженерный вестник Дона. 2012. № 4(часть 2). Режим доступа: <http://ivdon.ru/magazine/archive/n4p2y2012/1472>
 16. Ковалевський Л.Г., Коровайченко Н.Ю. Світовий автомобільний ринок: сучасний стан, особливості та перспективи розвитку // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. Серія: Економічні науки. 2015. № 5-6 . С. 60-67.
 17. Новоселов С.Н. Экологическое предпринимательство: сущность, особенности, пути развития // Инженерный вестник Дона. 2012. № 4-2. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekologicheskoe-predprinimatelstvo-suschnost-osobennosti-puti-razvitiya>
 18. Богатырева, Е. Ю. (Иванова, Е. Ю.) Экономический механизм развития экологического предпринимательства // Российское предпринимательство. 2009. Вып.1. С. 101 – 104.
 19. Про державно-приватне партнерство: Закон України № 2404–VI від 01.07.2010р. Режим доступу: <http://www.president.gov.ua/documents/12134.html>
 20. Startin J., Baxter A, and Harding N. Comparing public–private partnerships

- for highway projects in the USA and the UK/EU: Applying lessons learned // *Journal of Public Works & Infrastructure*. 2009. Vol. 1, No. 4. P. 329–348.
21. Рассадникова С.І. Державно-приватне партнерство у розбудові екологічної інфраструктури: становлення, особливості, інвестиції // *Економіка: реалії часу*. 2012. № 1(2). С. 133-142. – Режим доступу: <http://economics.opu.ua/files/archive/2012/n1.html>
 22. Сутність краудфандингу. Режим доступу: <http://cyberleninka.ru/article/n/kraudfanding-sotsialnaya-tehnologiya-kollektivnogo-finansirovaniya-zarubezhnyy-opyt-ispolzovaniya>
 23. Краудсорсингові проекти. Режим доступу: <http://smipon.ru/projects?categoryid=8>.
 24. Краудсорсинг в Україні. Режим доступу: <http://expertov.com/tag/kraudsorsing-i-kraudfanding>.
 25. Краудфандингові проекти в Україні. Режим доступу: <http://bit.ua/2014/07/krowdfunding/>
 26. Досвід краудфандингових проєктів в зарубіжних країнах. Режим доступу: <https://biggggidea.com/project/728/>.
 27. Міжнародний сайт краудфандингу “Kickstarter” Режим доступу: <https://www.kickstarter.com/>.
 28. Mølgaard C. Environmental impacts by disposal of plastic from municipal solid waste. *Resources, Conservation and Recycling*. 1995. N 15, P. 51–63. Режим доступу: [https://doi.org/10.1016/0921-3449\(95\)00013-9](https://doi.org/10.1016/0921-3449(95)00013-9),
 29. Cui, J., Forssberg, E. Mechanical recycling of waste electric and electronic equipment: areview. // *Journal of Hazardous Materials*. 2003. Vol. 99, P. 243-263.
 30. Björklund, A. & Finnveden, G. Recycling revisited - Life cycle comparisons of global warming impact and total energy use of waste management strategies. // *Resources, Conservation and Recycling*. 2005. Vol. 44. P. 309-317. 10.1016/j.resconrec.2004.12.002.
 31. Ali, S. & Garforth, A. & Harris, D.H. & Rawlence, D.J & Uemichi, Y. Polymer waste recycling over “used” catalysts. . // *Catalysis Today*. 2002. Vol. 75. P. 247-255. 10.1016/S0920-5861(02)00076-7.

32. Goto, M. Supercritical Water Process for the Chemical Recycling of Waste Plastics. AIP Conference Proceedings. 2010. P. 1251. 10.1063/1.3529267.
33. Hamad, K. & Kaseem, M. & Deri, F. Recycling of waste from polymer materials: An overview of the recent works. Polymer Degradation and Stability. 2013. P. 98. 2801-2812. 10.1016/j.polymdegradstab.2013.09.025.
34. Garcia, J. & Robertson, M. The future of plastics recycling. Science. 2017. P. 358. 870-872. 10.1126/science.aag0324.
35. Shanina, T.P., Seyfullina, I.I., Kushnyreva, V.A. Ecological and economic substantiation of selection of the method for plastic waste management. // Odesa National University Herald. Chemistry, 2015. Vol. 20/ N 2(54). P. 49-60. doi:10.18524/2304-0947.2015.2(54).50628
36. ASGARD (2018). WHITEPAPER v.α 23-10-18 Decentralized crypto ecological fund. Retrieved from <https://asgardecofund.io>