

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА імені О. М. БЕКЕТОВА

Н. О. Телюра

ПІДПРИЄМНИЦТВО В ГАЛУЗІ ОХОРОНИ ДОВКІЛЛЯ

КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ

(для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти всіх форм навчання зі спеціальності 101 – Екологія)

Харків
ХНУМГ ім. О.М. Бекетова
2022

УДК 330.564.224 : 504.75

Телюра Н. О. Підприємництво в галузі охорони довкілля : конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти всіх форм навчання зі спеціальності 101 – Екологія) / Н. О. Телюра ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022. – 61 с.

Автор

канд. техн. наук, доц. Н. О. Телюра

Рецензенти:

О. О. Дмитрієва, доктор економічних наук, старший науковий співробітник, заступник директора з наукової роботи та маркетингу наукових досліджень (Український науково-дослідний інститут екологічних проблем);

Н. С. Цапко, кандидат технічних наук, доцент, начальник відділу міжнародного співробітництва та науково-технічної інформації (Український науково-дослідний інститут екологічних проблем)

Конспект лекцій складено з метою допомогти здобувачам вищої освіти першого (бакалаврського) рівня екологічних і технологічних спеціальностей ЗВО під час підготовки до занять, заліків та іспитів з курсу «Підприємництво в галузі охорони довкілля».

Рекомендовано кафедрою інженерної екології міст, протокол № 1 від 28.09.2022

© Н. О. Телюра, 2022

© ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022

ЗМІСТ

Вступ.....	4
1 Особливості екологічного підприємництва	6
1.1 Визначення змісту поняття «підприємництво» різних наукових шкіл.....	6
1.2 Дослідження основних умов здійснення підприємницької діяльності в Україні та світі.....	10
1.2.1 Види підприємництва	14
1.2.2 Організація підприємництва в Україні.....	15
1.2.3 Конкуренція як засіб реалізації підприємництва.....	18
1.3 Дослідження особливостей та сутності екологічного підприємництва. Підприємницька ідея.....	23
1.3.1 Дослідження особливостей та суті зеленої економіки та екологічного підприємництва.....	25
1.4 Екологічне підприємництва як основи для створення технічної бази держави.....	32
2 Практичні аспекти екологічного підприємництва. Бізнес-планування.....	34
2.1 Екопродукція та екотренди.....	34
2.2 Зелене виробництво – основа сьогодення. Ринок екологічних товарів та послуг, його основні риси.....	35
2.3 Організаційно-правові форми екологічного підприємництва	38
2.4 Світова практика регулювання екологічних аспектів підприємницької діяльності	41
2.5 Напрями та перспективи міжнародної екологічної діяльності	47
2.6 Економічне обґрунтування бізнес-плану на ринку екологічно безпечних товарів та послуг.....	49
Список рекомендованих джерел.....	56

ВСТУП

На сьогодні Україні вкрай необхідно сформувати систему довгострокових дій, що деталізує ресурсні можливості, обґрунтування вагомості екологізації суспільного розвитку для забезпечення економічного зростання країни та формування сприятливого бізнес-середовища як на державному, так і регіональному рівнях. Упровадження обраних заходів повинне сформувати сталу економічну систему, орієнтовану на забезпечення «зеленого» вектора розвитку економіки країни та її регіонів.

У конспекті лекцій висвітлюються питання, що охоплюють основні аспекти концепції «зеленої» економіки та екологічного підприємництва, зокрема його сутність та роль, ринок екологічних товарів, особливості поведінки споживачів екологічно безпечної продукції. Крім того у конспекті лекцій розкрито основні інструменти екологічного підприємництва, а саме: товар і товарну політику, цінову політику, особливості збуту продукції та комунікаційну систему.

«Підприємництво в галузі охорони довкілля» належить до дисциплін підготовки рівня «бакалавр», зміст дисципліни розроблено з врахуванням особливості підготовки майбутніх фахівців з екології та захисту довкілля та того, що деякі проблеми підприємництва та економіки вивчаються в межах сумісних з даною дисципліною курсів. Основні питання курсу розглянуто за кожним із змістових модулів. Для кожного модулю виділені навчальні елементи, добре засвоєння повного переліку яких забезпечує отримання студентом найвищої оцінки.

Здобувачі вищої освіти мають бути обізнані і в залежності від виду виробничого процесу знати основні принципи управління природоохоронними діями та/або екологічними проектами, проблеми у сфері захисту навколишнього середовища із застосуванням інноваційних

підходів та міжнародного і вітчизняного досвіду, мати навички оцінювання непередбачуваних екологічних проблем і обдуманого вибору шляхів їх вирішення, впливи технологічних процесів та виробництв на навколишнє середовище, мати навички з розробки та реалізації проєктів, направлених на оптимальне управління та поводження з виробничими та муніципальними відходами, поєднувати навички самостійної та командної роботи задля отримання результату з акцентом на професійну сумлінність та відповідальність за прийняття рішень, брати участь у розробці проєктів і практичних рекомендацій щодо збереження довкілля із залученням громадськості, впроваджувати природоохоронні заходи та проєкти.

У конспекті лекцій використані новітні джерела, матеріали міжнародних екологічних організацій тощо.

1 ОСОБЛИВОСТІ ЕКОЛОГІЧНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

1.1 Визначення змісту поняття «підприємництво» різних наукових шкіл

Багато науковців досліджували поняття «підприємництво», зокрема Т. І. Паустовська у своєму дослідженні [1] стверджує, що сучасна економічна наука визначає поняття «підприємництво» у двох аспектах. З одного боку, підприємництво є формою економічної активності. Це припускає орієнтацію на досягнення комерційного успіху, перспективність, інноваційний характер діяльності, незалежність і самостійність суб'єктів у прийнятті управлінських рішень. З іншого боку, підприємництво слід розглядати як певний стиль і тип господарської поведінки, для якої характерні такі риси, як мобільність, динамічність, творчий підхід до справи, ініціативність і заповзятливість, готовність до ризику й уміння ним управляти, орієнтація на потреби споживачів. Водночас підприємництво, як і будь-який вид діяльності, повинне мати теоретичні засади, які пояснюють його зміст.

Вагомий внесок у дослідження феномену підприємництва протягом XVIII–XIX ст. зробили відомі економісти А. Сміт, Ж.Б. Сей, А. Маршалл, Й. Шумпетер, А. Сміт та інші.

Проте й у сучасній економіці відсутня єдність поглядів на це поняття. Наразі серед безлічі існуючих підходів до його визначення можна виділити два основні:

– традиційний підхід: підприємництво – це бізнес (слово «підприємець» походить від *франц. intrepandre*, що означає робити, зробити, узяти на себе, намагатися). Відповідно підприємець – фізична особа, яка створює і управляє власним бізнесом;

– нетрадиційний підхід (починаючи з 80-х рр. ХХ ст.): підприємництво – широке поняття (заповзятливість – скоріше тип поведінки, ніж особова характеристика). Підприємництво стало розглядатися як спосіб мислення, стиль поведінки, спосіб життя.

Підприємництво – це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку (ст. 42 Господарського кодексу України).

Передумовою появи нового нетрадиційного погляду на підприємництво було те, що великі компанії усвідомили необхідність гнучкості як умови виживання і збереження своїх позицій. Намітилася тенденція до децентралізації всередині компанії, створення підприємницьких підрозділів (відділень), розроблення дивізіональних структур, внутрішнього підприємництва, появи нових вимог до менеджерів, які повинні були стати підприємцями всередині підприємства. Виникли поняття внутрішнього і зовнішнього підприємництва.

Підприємець, згідно з нетрадиційним підходом, – це:

- новатор, генератор нових ідей, підходів;
- людина, яка приймає на себе ризик;
- людина, яка шукає й знаходить нові можливості;
- креативна особистість, яка створює щось нове, засновник нової справи.

Тобто підприємцем можна бути в будь-якій галузі, якщо виявляти ініціативу, виступати з новими ідеями, самостійно приймати нові нестандартні рішення, знаходити можливості для їх здійснення, вміти організувати їх виконання.

Таке розуміння і визначення підприємництва і підприємства стало підґрунтям підходу, що отримав назву «підприємницьке управління» або

«підприємницький менеджмент».

Термін «підприємницький менеджмент» використовується в царині управлінської науки починаючи із 80-х років ХХ ст. (наприклад, у книзі «Innovation and Entrepreneurship» П. Ф. Друкер (P. F. Drucker, 1985).

Одним з важливих досягнень в теорії і практиці менеджменту вважається те, що на цей час вони тісно пов'язані з підприємництвом і новаторством. Існує погляд щодо необхідності протиставлення менеджменту і підприємництва, оскільки вони відображають два явища, що взаємовиключають один одне. Однак будь-яка існуюча організація – комерційна фірма, церква, профспілка або лікарня – швидко приходить в занепад, якщо вона виявляється несприйнятливою до інновацій. Мало того, будь-яка нова організація зазнає краху, якщо в ній не забезпечується належний рівень менеджменту. Однієї лише нездатності до інновацій цілком достатньо для наростання кризових явищ у будь-якій із «старих» організацій; однієї лише нездатності до ефективного управління цілком достатньо для краху нового підприємства.

Узагальнюючи наукові погляди на сутність підприємництва і на роль підприємця в контексті історичної еволюції, можна констатувати, що підприємець – це активний суб'єкт пошуку й реалізації нових можливостей у генеруванні та освоєнні новаторських ідей, розробленні нових продуктів і технологій, здійсненні інновацій та оволодінні перспективними факторами економічного розвитку.

З позиції економічної теорії, відбувався закономірний історичний процес, котрий рано чи пізно повинен був здійснитися у всіх без винятку країнах, які переходили до промислового виробництва, що засноване на принципах ринкової економіки. У кожній окремо взятій країні він супроводжувався якимись специфічними рисами, зумовленими конкретно-історичними, природно-географічними обставинами. Проте на практиці це був дуже важкий і жорстокий час, коли ламалися долі, гинули тисячі і

сотні тисяч людей, а життя людське зовсім знецінилося, тому що на перший план вийшло прагнення до збагачення будь-якою ціною. Таким чином, первісне нагромадження капіталу стало безпосереднім попередником переходу суспільства на рейки промислового виробництва, адже без нього у фабрикантів не було б грошових засобів на проведення індустриальних перетворень виробництва, а основна маса населення не отримала би «свободу» від джерел засобів до існування і не була б вимушена іти працювати за наймом.

Першою державою у світі, що досягла найбільших економічних успіхів, була Англія – країна класичного первісного нагромадження капіталу та класичного промислового перевороту [1]. Цьому сприяли такі фактори, як експропріація безпосередніх виробників; доходи від внутрішньої та зовнішньої торгівлі; розграбування церковного майна; нееквівалентний обмін або пряме пограбування колоній; работоргівля; морський розбій (піратство); лихварство; вдале географічне острівне положення країни [2, с. 82–83].

Довга історія існування, розвитку та суттєвих змін у ринковій економічній системі, а разом з нею і людського капіталу, показала, що не кожен здатен стати підприємцем, застосувати у певному розумінні свої підприємницькі здібності – такий же талант, як і схильність творити музику, писати картини, знімати кінофільми, ставити визначні п'єси тощо. Тому підприємництво розглядається як рідкісний (обмежений, лише приблизно 5–7 % населення планети ним володіє) виробничий ресурс, без якого неможливе суспільне виробництво. Підприємництво – це особливий, новаторський, можна сказати – антибюрократичний, стиль економічної поведінки, в основі якого знаходиться постійний пошук нових виробничих можливостей і ресурсів. Це притаманне класичній моделі підприємництва, новаторська ж модель виходить не з ресурсів, а з можливостей виробництва. Підприємець може не мати достатньо власних ресурсів, тому

використовує будь-які можливості для їх посилення. Він формулює мету виробництва, вивчає ринок, шукає альтернативні можливості, оцінює власні ресурси і зіставляє їх із знайденими можливостями, шукає у зовнішньому середовищі додаткові джерела ресурсів, діє відповідно до найбільш вигідних з усіх альтернативних варіантів [1].

1.2 Дослідження основних умов здійснення підприємницької діяльності в Україні та світі

Будь-яка підприємницька діяльність здійснюється з дотриманням певного набору принципів, тобто основних, найсуттєвіших правил, тверджень та вимог. Усі принципи, яких дотримуються суб'єкти підприємництва, можна виокремити у три групи: зумовлені законодавством, економічні та соціальні.

Для розвитку підприємницької діяльності необхідний механізм чи рушійна сила, який в основному може звести до наступного: потреба створення законодавчої та нормативної баз; додержання конкурентного режиму господарювання; стимулювання бізнесу. Потреба створення законодавчої бази продиктована потребою надати всім господарюючим суб'єктам гарантії для збереження їх власності, виключення можливості націоналізації, створення для всіх учасників бізнесу однакових прав, повної економічної свободи. Додержання конкурентного режиму включає совісну конкуренцію на ринку між двома і більше суб'єктами господарювання. В цій конкуренції держава повинна підтримувати обидві сторони, адже кінцевий результат повинен бути спрямований на споживачів, тобто суспільство.

Важливою умовою формування і реалізації підприємництва є гарантії та всебічна підтримка з боку держави. Вона законодавчо

забезпечує гарантії для всіх підприємців однакові права і можливості щодо доступу до матеріальнотехнічних, фінансових, трудових, інформаційних, природних та інших ресурсів, свободу конкуренції між підприємцями, захищає споживачів від виявів несумлінної конкуренції та монополізму в будь-якій сфері підприємницької діяльності. Тобто розвиток підприємницьких структур і розширення можливостей вільного підприємництва потребує з боку держави економічної, матеріально-технічної та організаційної підтримки. Отже, механізм реалізації підприємництва є складною системою, що потребує розроблення чітких та ефективних регулятивних заходів, методи регулювання якого варто поділити на адміністративні та ринкові. Адміністративне регулювання забезпечується державою та включає в себе комплекс фінансово-бюджетних, організаційних та правових заходів, спрямованих на збалансування, рівномірний розвиток підприємницької діяльності в регіонах та галузях, узгодження інтересів різноманітних соціальних груп, стимулювання високого технологічного та інноваційного розвитку, інвестиційної активності.

Основною економічною передумовою розвитку підприємництва є розмаїття форм власності (на ринку діють приватні, державні, кооперативні, колективні власники), а рішення з ведення бізнесу, пошуку партнерів, використання ресурсів приймаються власниками на свій ризик. В Україні такі економічні передумови виникли у зв'язку з проведенням приватизації, демонополізації господарської діяльності. Ще одна умова – існування ринкової інфраструктури (банки, кредитні спілки, біржі, транспортна система тощо). У сучасному суспільстві системні уявлення вже досягли такого рівня. Сутність підприємництва акумулюється у впливі ініціативної, новаторської, самостійної діяльності. Також виділяють політичні, юридичні та психологічні передумови. Перелічені умови підприємницької діяльності передбачені Конституцією України,

Господарським кодексом України та низкою законів. Підприємництво – це тип господарської поведінки підприємців з організації розробок виробництва і реалізації благ з метою отримання прибутку і соціального ефекту.

Разом із тим, слід зазначити, що підприємництво – це не будь-яка господарська діяльність, це особливий вид діяльності, і ця особливість характеризується такими відчутними ознаками.

По-перше, це самостійна діяльність, діяльність «за свій рахунок». Основою підприємницької діяльності є власність підприємця.

По-друге, це ініціативна, творча діяльність. В основі здійснення підприємницької діяльності лежить власна ініціатива, творчо-пошуковий, інноваційний підхід.

По-третє, це систематична діяльність. Підприємницька діяльність має бути постійною, пов'язаною з відтворювальним процесом і обов'язково офіційно зареєстрованою.

По-четверте, це діяльність, яка здійснюється на власний ризик, тобто під власну економічну (майнову) відповідальність.

По-п'яте, метою цієї діяльності є одержання прибутку або власного доходу.

Отже, підприємництво – це самостійна, ініціативна, систематична діяльність господарюючих суб'єктів з виробництва продукції, виконання робіт, надання послуг, яка здійснюється на власний ризик з метою одержання прибутку або власного доходу.

Не треба ототожнювати поняття «підприємництво» та «підприємливість».

Підприємливість – це здатність людини (особистості) до самостійних, неординарних, нетипових дій. Тому в умовах ринку практично всі люди мають бути підприємливими, але це не означає, що всі повинні й можуть бути підприємцями. Як показує світовий досвід, лише 5–

8 % населення країни є представниками підприємницьких кіл.

Саме ініціатива, самостійність, творчість та динамізм, дозволяють енергійним людям, якими і є підприємці, перетворювати цікаві ідеї на реальність. Успіх підприємницької діяльності багато в чому залежить від здібностей і таланту людини, яка нею займається. Це, власне, й робить підприємця центральною постаттю ринкової економіки в цілому.

Поняття «підприємець» часто вживають як синонім таких понять, як «господар», «власник», «новатор», «бізнесмен». Людину, яка організувала свою справу і веде її, називають саме одним з цих понять. Але постає запитання: чи можна назвати підприємцем суб'єкта, котрий має свою майстерню або ферму, де виробляється певна продукція, реалізація якої дає йому змогу лише існувати? Підприємця від інших суб'єктів господарювання відрізняють специфічні функції, які він виконує (повинен виконувати) та визначальні (характерні) ділові якості його особистості.

Сутність підприємництва більш глибоко розкривається через його основні функції – інноваційну (творчу), ресурсну, організаційну, стимулюючу (мотиваційну).

Інноваційна (творча) функція підприємництва полягає у сприянні генеруванню та реалізації нових комерційних ідей, у здійсненні техніко-економічних, наукових розробок, проєктів, що пов'язані з господарським ризиком.

Ресурсна функція підприємництва передбачає мобілізацію на добровільних засадах матеріальних, фінансових, трудових, інформаційних, інтелектуальних та інших ресурсів.

Організаційна функція підприємництва полягає у безпосередній організації виробництва, збуту, рекламі тощо; зводиться до поєднання ресурсів в оптимальних пропорціях, здійснення контролю за їх виконанням.

Стимулююча (мотиваційна) функція підприємництва зводиться до

формування стимулюючого (мотиваційного) механізму ефективного використання ресурсів з урахуванням досягнень науки, техніки, управління і організації виробництва, а також до максимального задоволення потреб споживача.

Для розвитку підприємницької діяльності дуже важливо, щоби держава не втручалася безпосередньо у діяльність підприємця, а лише здійснювала економічне регулювання через систему законодавства, фінансово-кредитні механізми. На жаль, в Україні життя кількох поколінь проходило в умовах негативного ставлення до підприємництва, що істотно впливало на його становлення [3, 4].

1.2.1 Види підприємництва

Підприємницька діяльність різноманітна, як і людські потреби. Всі численні прояви підприємництва можна згрупувати таким чином: виробниче підприємництво, комерційне підприємництво, посередницьке підприємництво, фінансове підприємництво (в тому числі страхове підприємництво).

Виробниче підприємництво – це будь-яка матеріальна, інтелектуальна, творча діяльність, яка пов'язана з виробництвом продукції, наданням послуг, створенням певних духовних цінностей. Виробниче підприємництво належить до найбільш суспільно необхідних і водночас найскладніших видів бізнесу. Воно не приносить прибуток так швидко, як інші види бізнесу, його прибутковість зазвичай становить лише 10-12 %. У зв'язку з цим воно не є аж надто привабливим для започаткування підприємницької діяльності.

Комерційне підприємництво – діяльність, пов'язана з операціями та угодами з купівлі-продажу товарів і послуг. В цьому бізнесі підприємець виступає в ролі торговця, комерсанта, який купує товари для подальшого перепродажу. Товар закупається за оптовими (гуртовими) цінами, а

продається – за вищими, довірливими. Завдяки різниці цін підприємець створює для себе прибуток і покриває витрати, пов'язані з реалізацією товару. Комерційне підприємництво отримало найбільший розвиток в Україні (як і в інших постсоціалістичних країнах) у перші роки переходу до ринку, тому що вкладений капітал повертається швидше і цей вид підприємництва характеризується відносно високою прибутковістю (20–30% і навіть більше).

Фінансове підприємництво – це особливий вид комерційної діяльності, пов'язаний з купівлею-продажем національної та іноземної валют, цінних паперів, а також із обслуговуванням розрахункових операцій. Підприємець купує ці фінансові ресурси у їх власників, а потім з вигодою для себе перепродає покупцям або дає в борг за певну плату. Різниця між цінами купівлі та продажу грошових ресурсів становить маржу фінансового підприємця. З цієї різниці покриваються витрати та формується прибуток [3].

1.2.2 Організація підприємництва в Україні

Підприємництво, будучи одним із різновидів творчої, пошукової, ризикової соціальної діяльності, у більшості країн світу з ринковою економікою вважається одним із найпрестижніших занять. Адже саме цей вид діяльності у відповідних умовах найкращим чином виявляє людську суть, допомагає проявитися працівнику як особистості. Здійснюючи самостійну підприємницьку діяльність, працівник зростає як у професійному плані, так і в інтелектуальному. І це має цілком реальні позитивні наслідки для всього суспільства. Історія доводить, що підняти економіку та інші сфери буття до високого рівня розвитку можливо переважно шляхом демонстрації членами цього суспільства їх господарської ініціативи. З метою забезпечення зростання добробуту народу в країні, потрібно створити ефективну економіку, а ефективна

економіка неможлива без підприємця. Що більше в країні реалізованих підприємців, то вища конкуренція, задоволеніші споживачі, швидший прогрес. Тоді країна нагадує тренований організм спортсмена, готовий підкорювати нові рекорди. Що менше підприємців, то слабший розвиток, а країна нагадує статичне болото. Найкращий показник для аналізу підприємництва – кількість активних виробників товарів і послуг. Вона показує, наскільки взагалі підприємницький хист поширений і реалізований у країні. Її динаміка допомагає зрозуміти, розвивається держава чи занепадає, а також вказує на те, наскільки вагомі перешкоди доводиться долати підприємцеві, щоб реалізувати свої проєкти. Високий рівень підприємницької активності призводить не лише до зростання валового внутрішнього продукту (ВВП), створення робочих місць, збільшення рівня податкових відрахувань, підвищення рівня життя мешканців країни. Він також породжує соціальні та ментальні зміни, формує середній клас, дозволяє людині відчувати себе господарем своєї долі, перестати бути залежним від влади чи роботодавця.

Державне регулювання підприємництва являє собою систему економічного, соціального, правового і політичного забезпечення державними органами середовища для формування і стійкого розвитку сучасного підприємництва. Необхідність державного регулювання підприємництва визначається насамперед тим, що приватний бізнес не зацікавлений вкладати капітал у такі проєкти, що не приносять високого прибутку, але для суспільства вони життєво необхідні. Ринкова економіка не здатна регулювати всі економічні і соціальні процеси в інтересах усього суспільства. Вона не забезпечує справедливий розподіл доходу, не гарантує право на працю, не націлює на охорону навколишнього середовища і не підтримує незахищені шари населення. Про все це повинна подбати держава. У нашій країні, перехід від планової економіки до ринкової означає не повну відмову від участі держави в господарській

діяльності, а заміну методів централізованого, директивного управління, методами державного регулювання. В сучасних умовах відзначається посилення ролі держави в економічному житті суспільства. Це виявляється в розробці нормативних актів, спрямованих на регулювання ринку, банківської діяльності, митних правил, цін, соціального захисту населення. Державне регулювання бізнесу – це вплив держави на діяльність підприємницьких структур, суб'єктів бізнесу і ринок з метою забезпечення нормальних умов їхнього функціонування.

Необхідність державного регулювання бізнесу випливає з об'єктивно властивих державі обов'язків. Основними серед них є:

1. Забезпечення правової основи. Держава розробляє і приймає закони, що визначають права власності, регулюють підприємницьку діяльність. За допомогою правової основи держава забезпечує законні правила, що регулюють відносини між суб'єктами підприємницької діяльності.

2. Створення належного правопорядку в країні і національної безпеки. Держава повинна забезпечити безпеку всіх суб'єктів ринкової економіки, а також суспільства в цілому. Якщо не виконується ця функція, то в країні створюються умови для розвитку кримінальної обстановки: злочинності, мафії, корупції, що негативно позначається на економіці країни.

3. Стабілізація економіки, тобто її стійкий розвиток, коли підтримуються на оптимальному рівні основні макроекономічні показники: обсяг валового доходу, рівень інфляції і безробіття, дефіцит бюджету. Якщо держава не буде сприяти стійкому розвитку економіки, то це негативним чином може вплинути на підприємницьку діяльність і економіку країни в цілому.

4. Захист конкуренції – як основного регулюючого механізму в ринковій економіці. Конкуренція це основа прогресу у всіх сферах

економіки, вона змушує виробників впроваджувати все нове і передове, поліпшувати якість продукції і знижувати витрати виробництва. Для України особливо важливе створення конкурентної сфери і її захист на сучасному етапі, оскільки середовище для дійсної конкуренції ще не створено.

5. Забезпечення соціального захисту і соціальної гарантії. Суть цієї політики в гарантованому забезпеченні всіх працюючих мінімумом заробітної плати, пенсіями, допомога безробітним, незаможним. Проводячи цю політику держава не допускає соціальної напруженості в суспільстві.

6. Фінансування суспільних благ і послуг. Благоустрій населених пунктів, будівництво доріг, музеїв.

7. Розробка антимонопольного законодавства і здійснення контролю за його реалізацією.

8. Регулювання зовнішньоекономічних відносин

До основних непрямих методів державної підтримки відносяться: лібералізація податкового та амортизаційного законодавства; розробка законодавчих норм; створення інфраструктури підприємництва [4].

1.2.3 Конкуренція як засіб реалізації підприємництва

Конкуренція – це об'єктивний економічний закон розвинутого товарного виробництва, дія якого для товаровиробників є зовнішньою примусовою силою забезпечення подальшого розвитку: підвищення продуктивності праці на власних підприємствах, розширення масштабів виробництва, впровадження нових форм організації виробництва і систем заробітної плати. Конкуренція – це боротьба між виробниками чи постачальниками, підприємствами, фірмами за найбільш вигідні умови виробництва та збуту з метою досягнення кращих результатів своєї підприємницької діяльності.

У ринковій системі основний зміст конкуренції – боротьба за споживача, повне задоволення його потреб. Це боротьба за частку на ринку, успіх якої залежить від дешевизни та якості товарів. Конкуренція виникла одночасно з товарним виробництвом, однак лише при капіталізмі вона перетворилась у головний важіль ринкового регулювання суспільного виробництва. У середині XIX ст. широкого розвитку набув ринок з вільною конкуренцією, що не регулювалась державою. Такий ринок впливав на товаровиробників виключно через механізм попиту і пропозиції та коливання цін, постійно змушуючи їх враховувати вимоги споживачів, підвищувати продуктивність праці, розширювати виробництво, знижувати витрати. Жорсткість, конфліктність конкурентної взаємодії між підприємцями зовсім не знизилась у зв'язку з широким розгортанням інтеграційних процесів. Конкуренція була й залишається формою взаємного суперництва – з переможцями та переможеними – суб'єктів ринкової економіки. Конкуренція обумовлюється суверенним правом кожного із суб'єктів ділових відносин на реалізацію свого економічного потенціалу, а це неодмінно приводить до зіткнення між ними, до досягнення поставлених підприємцями цілей за рахунок обмеження інтересів інших ділових людей. У разі зіткнення інтересів окремих виробників, або продавців товарів і послуг, кожен з них намагається довести свої переваги, забезпечити вигідніше та стабільніше положення, в тому числі за рахунок послаблення, або навіть банкрутства конкуруючих підприємств [5].

Сутність конкуренції повніше розкривається в її функціях. Вона сприяє:

- 1) розширенню підприємствами масштабів виробництва, підвищенню продуктивності праці й за рахунок цього зниженню витрат виробництва на одиницю продукції, отже і ціни;

- 2) економії ресурсів (природних, матеріальних, трудових,

фінансових) тощо;

3) впровадженню досягнень науки і техніки у виробництво, що зумовлює зростання продуктивності праці;

4) поліпшенню якості продукції та обслуговування споживачів;

5) перерозподілу капіталу між галузями і вирівнюванню норми прибутковості у різних сферах і галузях економіки;

6) створенню умов для банкрутства підприємств, зростанню на цій основі безробіття;

7) виникненню економічних криз;

8) посиленню процесу диференціації товаровиробників, тобто збагаченню одних і збідненню інших;

9) монополізації економіки.

Отже, конкуренція має як позитивні, так і негативні сторони. Їх співвідношення залежить від видів та форм конкуренції, впливу на неї регулюючої діяльності держави [3, 5].

Виділяють дві основні форми конкуренції: внутрішньогалузева; міжгалузева. Внутрішньогалузева – це конкуренція між товаровиробниками однієї галузі, коли підприємства з більш високою, ніж середня, продуктивністю праці отримують додатковий прибуток, а технічно та організаційно відсталі підприємства, навпаки, втрачають частину індивідуальної вартості виготовлюваних ними товарів та розоряються. Внутрішньогалузева конкуренція стимулює на підприємстві розвиток науково-технічного прогресу. Міжгалузева – це конкуренція між підприємствами різних галузей, яка виражається у переливанні капіталів із галузей, що мають низьку норму прибутку, до галузей з високою часткою прибутку. Прагнучи до більш прибуткових сфер, нові капітали сприяють розширенню більш потрібних у суспільному відношенні виробництв, збільшенню пропозиції найбільш необхідних товарів.

Розрізняють конкуренцію: досконалу (вільну); недосконалу.

Досконала конкуренція – це конкуренція в ідеальному варіанті, коли існує необмежена кількість виробників-конкурентів в усіх галузях суспільного виробництва. За наявності великої кількості товаровиробників, окремий виробник невеликої частки товару не має значного впливу на ринок, на ціну того ж товару. Але досконалої конкуренції в дійсності ніколи не буває. В умовах вільної конкуренції існувала й монополія, але як певний виняток із правил. Основні ознаки досконалої конкуренції: необмежена кількість учасників конкуренції, абсолютно вільний доступ на ринок та вихід з нього; абсолютна мобільність матеріальних, трудових, фінансових та інших ресурсів; повна інформованість кожного учасника конкуренції (про попит та пропозицію, ціни, норми прибутку тощо); абсолютна однорідність однойменних товарів, що виражається, зокрема, у відсутності торгових марок та інших індивідуальних характеристик якості товарів. Наявність тієї ж торгової марки ставить продавця у привілейоване монопольне положення, а це вже не вільний ринок. Ринок недосконалої конкуренції включає: чисту монополію; монополістичну конкуренцію; олігополію. Чиста (абсолютна) монополія. Коли одна фірма є одним єдиним виробником продукту, що не має ж до того близьких замінників. Цій моделі властиві такі риси: продавець виступає як один єдиний, галузь – синонім фірми, оскільки фірма – одна; продукт, який реалізується, унікальний у тому розумінні, що немає його близьких замінників; монополіст має ринкову владу, контролює ціни, поставки на ринок; на шляху входження у ринок монополіста встановлюються нездоланні бар'єри для конкурента як природного, так і штучного походження. Природні монополії – це електричні та газові компанії, підприємства водопостачання, лінії зв'язку та транспортні підприємства. Вони діють під суворим державним контролем або є власністю держави. Штучні монопольні бар'єри – патенти та ліцензії, які надають деяким фірмам виняткового права функціонувати на даному ринку. Монополістична

конкуренція – велика кількість виробників пропонує схожу, але не ідентичну продукцію. В умовах чистої конкуренції фірми виробляють стандартизовану чи однорідну продукцію, при монополістичній – диференційовану. Це зачіпає якість продукції, завдяки чому у споживача складаються нецінові переваги. Ця риса – головна для цієї моделі ринку. Ще риса – відносна легкість вступу у ринок. Кожна фірма має монопольну владу над своїм товаром, вона може змінювати ціну. У сучасних ринкових структурах західних країн переважають саме ринки монополістичної конкуренції. Олігополія. Головна її особливість – обмежена кількість учасників конкуренції (в межах десяти). Класичні олігополії утворюються 3–5 виробниками. Конкуренція – основа ринкової економіки, потужний стимул економічного зростання, покращення якості продукції, прискорення науковотехнічного прогресу та зниження витрат виробництва і цін [3, 5, 6].

Існують дві основні групи методів конкуренції: цінові та нецінові. Цінова конкуренція – продаж товарів за більш низькими цінами, ніж у суперників. Це суперництво підприємців за вилучення додаткового прибутку на основі зменшення витрат виробництва та реалізації певної продукції, зниження цін на цю продукцію без зміни її асортименту і якості. Нецінова конкуренція – передбачає пропозицію товарів більш високої якості, з кращими показниками надійності та строком служби, з більш високою продуктивністю, а також більш широкого асортименту. Особливого значення набувають такі параметри продукції, як екологічність, енергоємність, естетичні показники, її безпечність. Усе більшу роль у конкурентній боротьбі відіграє надійність та репутація фірми виробника, її престижність. Останнім часом нецінова конкуренція, що пов'язана з суперництвом за досягнення найбільш високої якості продукції, набула домінуючого значення. Залежно від обставин фірма може застосовувати будь-які методи конкуренції, якщо їх не заборонено

законом, і використовувати будь-яку модель конкурентної поведінки. Недобросовісна конкуренція. В умовах жорстокої боротьби між товаровиробниками часто застосовуються методи, пов'язані з порушенням норм та правил конкуренції, тобто недобросовісна конкуренція. Вона виявляється: у демпінгових цінах – продаж товарів за ціною нижчою від собівартості, встановленні контролю над діяльністю конкурента, зловживанні домінуючим становищем на ринку, таємних змовах на торгах, неправдивій інформації та рекламі, що вводить конкурента в оману; недобросовісному копіюванні товарів і продукції конкурентів, порушенні стандартів та умов постачання товарів.

1.3 Дослідження особливостей та сутності екологічного підприємництва. Підприємницька ідея

Бізнес-ідея (підприємницька ідея) – це творчий задум щодо того, що і як запропонувати на ринок, щоб отримати прибуток. Це може бути новий товар чи послуга або ідея удосконалити чи здешевити товар (послугу), вийти на новий ринок [3].

Джерелами ідеї підприємницької діяльності (в тому числі ідеї нового товару або послуги) також є: досвід у цій сфері батьків, родичів та знайомих; повідомлення в засобах масової інформації; відвідування ярмарків і виставок; ідеї науковців, які проводять теоретичні та прикладні дослідження; інформація про наявні патенти та ліцензії; думки споживачів про потреби мати нові товари, отримувати нові послуги; побажання працівників торгівлі, системи збуту, осіб, зайнятих рекламою. У повсякденному житті варто зважати на проблемні місця у знайомих ситуаціях – покупки в закладах торгівлі та інтернет-магазинах, навчання, заняття спортом, приготування їжі, прибирання, відпочинок в парку чи на

пляжі, перегляд фільму в кінотеатрі тощо.

Нині відомо багато методів розробки ідей нових товарів. Найпоширеніші з них: опитування (споживачів, продавців, працівників підприємств); використання аналогій з інших сфер життя, живої природи; «мозковий штурм» – ділова розмова за участю кількох осіб з метою пошуку ідей нових товарів (критика запропонованих ідей не допускається, щоб не стримувати творчої активності учасників); стеження за діяльністю конкурентів; метод контрольних запитань, який передбачає складення переліку питань стосовно того, наприклад, що можна поліпшити в певному товарі чи послuzі (такі запитання пропонуються для відповіді фахівцям у цій сфері); виділення найважливіших параметрів товару (наприклад, форма, матеріал і місткість упаковки) та вивчення всіх можливих співвідношень між ними; метод поєднань – порівнювання кількох товарів з метою знайти взаємозв'язок між ними та новим товаром.

Основні джерела підприємницької ідеї: нові тенденції на ринку, не насиченість ринку, використання технічних розробок, нове використання наявних ресурсів тощо.

Для реалізації підприємницької ідеї необхідне чітке усвідомлення того, які ресурси потрібні для організації та діяльності підприємництва, які вже є, які потрібно залучити та як ефективно використати обмежені ресурси для задоволення найбільшої кількості потреб.

Економічні ресурси для підприємництва це засоби, необхідні для виробництва матеріального і нематеріального товару. Ресурси бувають матеріальні, інтелектуальні, фінансові та інші. Ознаки ресурсів: мають назву, мають вартість, їх можна купити або продати, можна використати, можна відновити, вони обмежені...

Залежно від походження ресурси класифікують:

- людські (особисті якості, знання та навички, бізнес-ідеї тощо);
- природні (земля, вода, повітря тощо);

– капітал (технічні засоби, матеріальні засоби, технології, фінанси тощо).

Важливо правильно визначити необхідні ресурси, оцінити власні та розробити стратегію залучення ресурсів, яких не вистачає.

1.3.1 Дослідження особливостей та суті зеленої економіки та екологічного підприємництва

На початку двадцять першого століття більшість промислово розвинених країн світу зіткнулися з екологічними проблемами, які примусили зробити вибір: або продовжувати виснаження та забруднення природних ресурсів, або обрати шлях, який би як задовольняв сьогоденні потреби, так і враховував потреби майбутніх поколінь. У результаті представники світового співтовариства узгодили впровадження нової концепції «сталого розвитку» – так званої зеленої економіки.

«Зелена» економіка (англ. *Green economics*) [7] – напрям в економічній науці, який сформувався в останні два десятиріччя, у рамках якого визнається, що економіка є залежним компонентом природного середовища, у межах якого вона існує, та водночас є її частиною. Термін «зелена економіка» на сьогодні має різні тлумачення, оскільки ця концепція ще перебуває на стадії розроблення. Але, мабуть, найбільш широке застосування і найбільш авторитетне визначення «зеленої» економіки на сьогоднішній день сформульовано аналітиками UNEP – Програми ООН з навколишнього середовища (*United Nations Environment Programme*) [7].

Пріоритетом «зеленої» економіки також визначається добробут усіх людей, збереження біорізноманіття на землі і планети Земля в цілому, а не отримання спрощеної кількісної статистики. Викриваються приховані руйнації, які прийнято називати «економічним зростанням», – «ростізм» (*Growthism*), і визначаються дефініції справжнього зростання з

урахуванням використання природних ресурсів і природних екосистем.

«Концепція «зеленої» економіки не підміняє собою концепцію сталого розвитку, проте зараз усе більш поширене визнання того, що досягнення стійкості практично повністю залежить від правильної економіки. За останні десятиліття, коли нові багатства створювалися з використанням моделі «коричневої» економіки, світова спільнота не вирішила таких проблем, як соціальна маргіналізація і виснаження ресурсів, і ми, як і раніше, далекі від досягнення Цілей Розвитку Тисячоліття. Стійкість залишається найважливішою довгостроковою метою, але для її досягнення ми повинні зробити нашу економіку «зеленою» [8].

«Зелена» економіка вносить до традиційної економіки чинники екології, справедливості, соціальної та екологічної відповідальності. Розвиток цих ідей відображається в таких споріднених напрямках економічної науки та філософії, як економіка добробуту, економіка природокористування й екологічна економіка, та оновлює такі напрями, як низьковуглецева економіка та ресурсоефективність, зокрема повторне використання, перероблення, протидія забрудненню навколишнього природного середовища, транскордонному забрудненню, боротьба з корупцією. Економічні критерії мають включати цінності фізичного світу і створювати відчуття зв'язку між суспільством і світом природи на основі системи цінностей і моральних принципів. Незважаючи на глобальність «зеленого» мислення, «зелена» економіка орієнтує на розвиток локального виробництва для місцевих потреб, а також на вторинне використання, скорочення, ремонт, перероблення, а не розширення глобальної експансії корпорацій.

За визначенням Світового банку, «інклюзивне «зелене» зростання» – це впровадження сталого розвитку шляхом узгодження нагальних потреб у швидкому зростанні та скороченні масштабів бідності з необхідністю

уникнути незворотних і дорогих екологічних збитків.

Сьогодні термін «зелена економіка» стає досить популярним, але й досі немає цілісного бачення цього процесу як в змістовому, так і операційному плані. Суть її – зміна суспільних інтересів щодо пошуку інноваційних шляхів екологічно орієнтованого розвитку. Це не лише розвиток науки та її прикладних досліджень для оновлення (модернізації) засобів виробництва на основі найсучасніших технологій, що супроводжується проникненням новітніх розробок науки та техніки у сферу комунікації (інформаційне суспільство) та інші сфери життя, а й результат проведення комплексних інституційних реформ і трансформації еколого-економічних відносин.

Однією з ключових характеристик «зеленого» зростання є явище так званого «розмежування», коли тиск на довкілля менший від показників економічного зростання за певний період часу. При цьому пропонується використовувати категорію «природний капітал» (*Natural capital*) замість категорії «природні ресурси», що віддзеркалює зміну ролі природи в економіці – від пасивної до активної ролі як джерела вартості [7, 8].

Перехід до зеленої економіки стимулює зростання, доходи і зайнятість, а проблема подолання суперечностей і знаходження компромісу між економічним зростанням та екологічною стабільністю є, імовірно, міфом та наслідком недостатньо якісного державного управління. Курс на «зелений» розвиток повинен слугувати каталізатором інвестицій та інновацій, які ляжуть в основу сталого зростання та сприятимуть виникненню нових економічних можливостей.

На рубежі нового тисячоріччя виникла необхідність нового бачення світовим співтовариством глобальної екологічної ситуації. Іншими словами, наступила епоха «нової відповідальності» усіх держав за безпеку земної цивілізації. Колишні уявлення про життя для себе, для блага лише своїх територій і народів за рахунок обмеження інтересів інших цілком

себе вичерпали. Усвідомлення екологічної небезпеки, яка загрожує людству, об'єднало сьогодні зусилля вчених, політиків і бізнесменів для пошуку виходу з цієї ситуації. Збереження екологічного балансу стало основним напрямком при розв'язанні проблем захисту навколишнього середовища й розвитку бізнесу. У 1987 р. Всесвітня комісія з навколишнього середовища і розвитку, створена з ініціативи Генеральної Асамблеї ООН, декларувала проблему стійкого економічного розвитку й економічної рівноваги в доповіді «Наше загальне майбутнє» як загальну форму розвитку і прогресу суспільства. Задоволення потреб сьогоднішніх жителів Землі не повинно обмежувати можливості майбутніх поколінь забезпечити своє існування. При цьому мається на увазі перетворення людських і фінансових ресурсів, а також ресурсів живої і неживої природи, для задоволення розумних потреб людини при безупинному поліпшенні умов її життя. Здійснення стійкого розвитку вимагає нових форм фінансового співробітництва й нових способів фінансування проєктів. При цьому «зелена» індустрія або «зелені» сектори економіки покликані матеріалізувати нові джерела зростання, пов'язані з ефективним використанням природних ресурсів та екоефективних технологій, у екологічну продукцію та послуги, а отже, у додану вартість та прибутки компаній, що займаються цією діяльністю. Сприяння їх розвитку та «позелененню» традиційних «коричневих» технологій і моделей ведення бізнесу становить центральне завдання державних стратегій переходу до більш «зеленої» економіки. Перехід на світовому рівні до технологій та методів, які є менш екологічно шкідливими, було визнано життєво важливим для забезпечення подальшого розвитку людства, а прийняття та впровадження екологічних норм, усунення екологічно шкідливих субсидій на використання ресурсів, підвищення цін на енергоносії та сировину стимулювали технологічне оновлення галузей, спрямованих на скорочення свого негативного впливу, що отримало назву озеленення бізнесу, а

компанії почали називатися зеленими підприємствами або екологічно відповідальним бізнесом. Одночасно ці процеси призвели до динамічного та стрімкого зростання кількості компаній, що пропонують товари і послуги, які дозволяють збільшити ефективність використання ресурсів, покращення поводження з відходами та мінімізацію шкоди навколишньому середовищу. Ці підприємства з'явилися в усіх секторах економіки і згодом стали називатися «сектором екологічних товарів та послуг», або «зеленим» бізнесом (ЗБ), або екологічним підприємництвом (ЕБ) [7].

Ідеологія «зеленого» бізнесу добре вписується в потребу покращення стану навколишнього середовища, забезпечуючи одночасно й економічний розвиток. Зростання уваги до проблем зеленого бізнесу розпочалося після Саміту Землі в Ріо-де-Жанейро 1992 р. Здійснення стійкого розвитку вимагає нових форм фінансового співробітництва і нових способів фінансування проєктів.

«Зелений», або екологічний бізнес, або екологічне підприємництво являє собою багатогалузеву сферу підприємницької діяльності, що може забезпечувати не тільки екологічний, а й значний економічний ефект у загальнодержавному масштабі. Як економічний агент, джерело зайнятості та ключовий чинник економічного та соціального добробуту, цей сектор не може залишитися без змін.

Однією з нових можливостей для бізнесу є формування й освоєння світового ринку екологічних товарів і послуг, які швидко розвиваються. Поки що немає остаточної міжнародної класифікації цього ринку, чіткої статистики його розвитку. Та він існує і набирає сил, особливо в розвинених країнах. За даними компанії Roland Berger Strategy Consultants «*GreenTechStudy*», обсяг зеленого ринку у 2007 році оцінювався на рівні 1 400 млрд євро з перспективами зростання до 3 100 євро у 2020 році [9]. Ці оцінки відповідають прогнозам Організації ООН з промислового

розвитку (UNIDO), згідно з якими на світовому ринку екологічні технології та низьковуглецева промисловість на сьогодні оцінюються приблизно в 1 000 млрд дол., і очікується, що збільшиться до 3 000 млрд дол. у 2020 році [10].

Формування поняття «зелений» бізнес, уточнення класифікації видів діяльності з виробництва та постачання екологічних товарів і послуг, розроблення інструментарію сприяння ефективнішому використанню ресурсів та зменшенню негативному впливу виробництва на довкілля ще не завершене [11].

Перший компонент ЗБ – зелені підприємства/компанії. Компанії, які вирішили вести свій бізнес шляхом покращення їх екологічних показників, зниження матеріалоемності, а отже, матеріальних витрат, а також зменшуючи свою залежність від енергетичних ресурсів. По суті, вони – споживачі продукції зеленого ринку. Зелені компанії розвивають зелену корпоративну політику, запроваджують екологічне управління, що ставить завдання, вищі за вимоги законодавства, визначають цільові показники ефективності використання енергії та ресурсів, випускають екологічну та дружню до клімату продукцію. Основними факторами їх мотивацій для такої практики стають економія коштів та зменшення зовнішньої залежності, посилення конкурентоспроможності на міжнародних ринках, підвищення іміджу компанії та практики соціальної відповідальності бізнесу (СВБ).

Сектор екологічних товарів та послуг (СЕТП), як другий компонент ЗБ формує зелені ринки, що розвинулися під впливом підвищення свідомості споживачів щодо глобальних викликів та розвитку суворішого екологічного регулювання та вимог зелених закупівель. Будучи порівняно новою тенденцією, зелені ринки розвиваються найбільш динамічно, і нову нішу займають компанії, які пропонують більш ефективні та екологічно дружні товари та послуги. СЕТП охоплює діяльність, починаючи від

боротьби із забрудненням до розвитку чистих технологій, екологічного консалтингу та просуванням відновлювальної енергетики. До визначення та класифікацій СЕТП доклали зусилля ОЕСР та Євростат.

«Зелена» індустрія або «зелені» сектори економіки покликані матеріалізувати нові джерела зростання, пов'язані з ефективним використанням природних ресурсів та еко-ефективних технологій, в екологічну продукцію та послуги, а отже, у додану вартість та прибутки компаній, що займаються цією діяльністю. Сприяння їх розвитку та «позелененню» традиційних «коричневих» технологій і моделей ведення бізнесу становить центральне завдання державних стратегій переходу до більш «зеленої» економіки.

ЮНІДО (UNIDO) визначає розбудову зеленої індустрії як новий порядок денний для діяльності бізнесу за принципом «виробляти більше, використовуючи менше ресурсів і створюючи менший негативний вплив» (produce more value while using less) через безперервне поліпшення процесу.

Розвиток екологічного, або «зеленого», бізнесу є стратегічним завданням для України, бо він має беззаперечні переваги та економічну стабільність. У нашій країні є багато потенційних і доволі необхідних напрямів розвитку, що дають змогу впроваджувати «зелений» бізнес відповідно до глобальних викликів. Економіка, в основу якої покладений інноваційний тип господарювання, дозволяє створити значно більше можливостей для формування досконалих систем виробництва і споживання й забезпечити радикальне поліпшення еколого-демографічного складника економічної безпеки як важливого фактора підтримання сталого розвитку країни [11].

1.4 Екологічне підприємництво як основа для створення технічної бази держави

Екологічне підприємництво – це ініціативна господарська діяльність щодо свідомого вирішення екологічної проблеми (потреби) через реалізацію новаторських підприємницьких ідей із застосуванням методів та технологій, що здійснюють позитивний вплив на довкілля та соціум, є економічно стійкою і здійснюється з метою отримання прибутку від реалізації екологічних товарів та послуг. Екологічне підприємництво тісно пов'язане із формуванням екологічної свідомості суспільства та може бути реалізоване у будь-якій сфері економіки.

Україна має величезний потенціал для розвитку екологічного підприємництва. Сьогоднішній стан економіки з застарілими технологіями, нагальною необхідністю скорочення ресурсної й енергетичної залежності основних галузей промисловості країни дає змогу оцінити потенціал зеленних послуг і технологій в нашій державні у розмірні понад 120 млрд євро, в т.ч – у сфері енергетики – 119 млрд євро, поводження з відходами – 831 млн євро, водозабезпечення – 600 млн євро [12]. Крім цього, вигідне географічне положення України в центрі Європи, поряд з іншими перевагами, створює серйозну зацікавленість європейських держав у дотриманні українськими товаровиробниками екологічних вимог, застосуванні чистих технологій і збереженні чистоти спільного природного середовища. Тому розвиток екологічного підприємництва має беззаперечні переваги, орієнтований на економічну стабільність, є стратегічним завданням для України і може розраховувати на суттєву підтримку європейського співтовариства та міжнародних організацій. З огляду на це, впровадження «зеленого» бізнесу в Україні сприятиме розв'язанню багатьох еколого-економічних проблем, що сьогодні стримують економічне зростання в країні. Становлення цього

напрямну діяльності може дати низку економічних вигод, як-то: створення нових робочих місць; збільшення надходжень до бюджету за рахунок зростання кількості підприємств та обсягів виробництва; вихід на нові світові ринки збуту, де ще не сформувалися конкурентні відносини, надходження іноземного капіталу у вітчизняну економіку.

Для розвитку малого та середнього екологічного бізнесу та поліпшення умов його діяльності уряду необхідно: завершити формування нормативно-правової бази у сфері екологічної підприємницької діяльності; активізувати фінансово-кредитну та інвестиційну підтримку екологічного підприємництва (у сферах виробництва обладнання для контролю за забрудненням довкілля; очищення повітря, води; економії та збереження ресурсів; використання вторинної сировини; збирання, переробки й утилізації відходів, тощо); удосконалити системну страхування комерційного ризику в разі невиконання зобов'язань за договором внаслідок форс-мажору або ризику невиконання фінансових зобов'язань; розробити і впровадити системну фінансових та кредитних важелів стимулювання виробництва екологічних товарів та розвитку сфери екологічних послуг; стимулювати ефективний попит на екологічну продукцію й послуги насамперед політикою «зелених» державних закупівель; забезпечувати полегшений доступ підприємствам, що виробляють екологічну продукцію, до послуг, що надаються урядовими структурами; безпосередньо брати участь у маркетингу й демонстрації зразків екологічних технологій; сприяти «озелененню» банків (наприклад, упроваджувати програми оцінки банками впливу проєктів на навколишнє середовище або врахування необхідності інвестицій в охоронну навколишнього середовища) [13, 14].

2 ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ЕКОЛОГІЧНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА. БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ

2.1 Екопродукція та екотренди

У міру того як ринок здорового харчування насичується, а очікування споживачів зростають, виробникам і ритейлерам стає важче виділятися на тлі конкурентів. Щоб досягти успіху в цьому, вони інвестують в розвиток товарів і запуск новинок, а також працюють з маркетинговими комунікаціями, щоб пояснити, чому їх пропозицію краще за інших задовольняє потреби споживачів. І одним з ефективних способів донесення переваг продукту є використання різних позначень натуральності на упаковці.

За даними опитувань понад сорок відсотків споживачів у всьому світі довіряють позначенням «еко», «біо», «натуральний» на упаковці. У двадцять першому столітті, покоління мислять категоріями сталого розвитку, що характеризується екологічною безпекою та соціально-економічною відповідальністю. У ритейлі вже давно зріє «зелений рух», і ті, хто приєднуються, винагороджуються лояльністю клієнтів.

Існує багато способів покращити бізнес-моделі для забезпечення сталого розвитку, але не всі з них працюватимуть для окремо взятого ритейлера. Загальні тенденції такі, що споживачі віддають перевагу товарам місцевих виробників, товарам з упаковкою, що придатна для вторинної переробки, або товарам з мінімальною кількістю упаковки.

Екологічні потреби вбирають в себе ознаки інших потреб, є їх похідними та задовольняються лише тоді, коли забезпечені первинні потреби. Серед екологічних потреб можна виділити:

- фізіологічні екологічні потреби (потреба в екологічно чистих

продуктах харчування, повітрі, воді);

– потреба в екологічному захисті (потреба у відсутності загрози життю та здоров'ю внаслідок забруднення продуктів харчування, товарів вжитку, довкілля в цілому);

– соціальні екологічні потреби (потреба в індивідуальному та колективному спілкуванні з природою);

– потреба у визнанні (декларування екологічних потреб як способ підвищення самоповаги, свого іміджу);

– духовні екологічні потреби (підсвідомо існуюча потреба відчувати себе частиною Всесвіту).

Отже, екологічне підприємництво можна представити як господарський процес, що: має на меті задовольнити екологічні потреби споживачів; забезпечує певні переваги суб'єктам господарювання, зокрема збільшення прибутку підприємств; задовольняє вимоги щодо збереження довкілля; сприяє утворенню соціального, екологічного та економічного ефектів [15].

2.2 Зелене виробництво – основа сьогодення. Ринок екологічних товарів та послуг, його основні риси

Поняття «ринок екологічних товарів» є складним та багатограним. Відтак існують різні підходи до його тлумачення, що відображають ті чи інші аспекти термінів «ринок», «екологічні товари» та взаємозв'язок між ними.

Ринок можна характеризувати стосовно конкретного товару чи груп товарів, що мають екологічні властивості. При цьому аналізуються структура та динаміка продажів зазначених товарів, визначаються основні тенденції та перспективи розвитку ринку. Існує два концептуальних підходи до групування екологічних товарів. Перший підхід передбачає

розподіл усієї сукупності екологічних товарів на групи за ознаками їх функціонального призначення та корисності для природного навколишнього середовища, а саме:

– товари, призначені для: відновлення або очищення об'єктів (наприклад, обладнання для ліквідації нафтових розливів); запобігання екологічним збиткам від промислових процесів (наприклад, боротьба з забрудненням повітря, утилізація відходів, енергозбереження); проведення екологічного моніторингу та аналізу;

– технології та продукти, використання яких порівняно з традиційними аналогами є більш безпечним для природного навколишнього середовища (наприклад, електроавтомобілі, вітряні турбіни та технології більш чистого спалення вугілля);

– товари, які були виготовлені екологічно безпечним способом (наприклад, органічна сільськогосподарська продукція, папір з відходів) [16].

Другий підхід до поділу екологічних товарів на групи безпосередньо пов'язує із типами екологічного підприємництва, відповідно до цієї класифікації виділяють п'ять груп екологічних товарів:

1) звичайні товари, виробники яких дотримуються усіх норм природоохоронного законодавства, навіть тих, що мають рекомендаційний характер;

2) екологічні товари та послуги. До цієї групи відносять товари та послуги, виробництво та споживання яких не завдає шкоди довкіллю;

3) природні ресурси та умови, що мають реальне чи потенційне комерційне значення;

4) природоохоронна діяльність та заходи з відновлення природного навколишнього середовища;

5) екологічні знання та технології.

Наведені вище підходи до групування екологічних товарів та

відповідного аналізу їх ринків дають можливість отримати системне уявлення про особливості функціонування ринку екотоварів та правила гри на ньому. Однак вони вважаються недостатньо вичерпними для маркетологів підприємств, оскільки об'єднують велику кількість товарів, що мають спільні екологічні характеристики, але є різними за функціями та призначенням.

До основних рис ринку екологічних товарів можна віднести:

- наявність механізму саморегулювання ринку. Операції з товарами, що мають певні екологічні властивості або виготовлені з використанням екологічно дружніх технологій, здійснюються на основі класичних принципів ринкового обміну, тобто взаємозалежності пропозиції, попиту та ціни на товар;

- функціонування ринкової інфраструктури, що охоплює: виробників екологічної продукції; споживачів екологічної продукції; учасників каналів розподілу екологічної продукції (оптові та роздрібні продавці, посередники); органи сертифікації та контролю екологічної продукції; учасників маркетингових комунікацій. Що стосується вітчизняного ринку екологічних товарів, то саме відсутність налагодженої його інфраструктури є головною причиною сповільненого зростання;

- свобода вибору споживачами виробників та їх екологічно безпечної продукції. Наявність на ринку в вільному доступі екологічних товарів дозволяє споживачам зробити дійсно вільний вибір між традиційною та екологічною продукцією;

- присутність конкурентної боротьби між учасниками ринку за споживачів пропозиції. На вітчизняному ринку екологічних товарів конкуренція є незначною, але поступово вона починає зростати [15].

2.3 Організаційно-правові форми екологічного підприємництва

Науковці виділяють різні типи «зелених» компаній, а саме: слухняні, опортуністичні, прагматичні, ідеологічні.

Слухняні – це ті компанії, що запровадили більш екологічно безпечні технології виробництва та виготовили «зелені» (екологічно чисті) продукти для того, щоб дотриматися встановлених норм по забрудненню та уникнути штрафів.

Опортуністичні компанії, у сучасній економічній науці під опортунізмом розуміють «слідування суб'єктом своїм інтересам, у т. ч. обманним шляхом, включаючи такі явні форми обману, як брехня, злодійство, шахрайство, але не обмежуючись ними. Частіше під опортунізм трактують як більш тонкі форми обману, які можуть приймати активну і пасивну форму», О.Уильямсон (1985). Дані компанії вважають, що зменшення відходів, використання пакувальної тари, що легко утилізується, або будь-які інші «зелені» інновації зумовлюють нові можливості для стратегічної переваги над конкурентами.

Прагматичні компанії, застосовують екологічно безпечні технології виробництва або виробляють «зелені» товари, тому що впевнені, що попит на екологічні товари має тенденцію до збільшення.

Ідеологічні – це компанії, що виробляють зелену продукцію з ідеологічних переконань [15, 16].

Підприємство, у відповідності до ст. 62 Господарського кодексу України, визначається, як – самостійний суб'єкт господарювання, створений компетентним органом державної влади або органом місцевого самоврядування, або іншими суб'єктами для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної, іншої господарської діяльності в порядку, передбаченому цим Кодексом та іншими законами [15].

Підприємство діє на основі статуту, має відокремлене майно, самостійний баланс, рахунки в установах банків та може мати печатки. Підприємство може складатися з виробничих структурних підрозділів (виробництв, цехів, відділень, дільниць, бригад, бюро, лабораторій тощо), а також функціональних структурних підрозділів апарату управління (управлінь, відділів, бюро, служб тощо).

Залежно від форм власності, передбачених законом, в Україні можуть діяти підприємства таких видів: приватне підприємство (діє на основі приватної власності одного чи кількох громадян, іноземців, юридичної особи); підприємство колективної власності (діє на основі колективної власності); комунальне підприємство (діє на основі комунальної власності територіальної громади); державне підприємство (діє на основі державної власності); підприємство, засноване на змішаній формі власності (на базі об'єднання майна різних форм власності). В Україні можуть діяти також інші види підприємств, передбачені законом.

Залежно від способу утворення (заснування) та формування статутного капіталу в Україні діють підприємства унітарні та корпоративні. Унітарне підприємство створюється одним засновником, який виділяє необхідне майно, формує відповідно до закону статутний капітал, не поділений на частки (паї), затверджує статут, розподіляє доходи. Засновник безпосередньо або через керівника, який ним призначається, керує підприємством і формує його трудовий колектив, розв'язує питання реорганізації підприємства. Унітарними можуть бути державні, комунальні, приватні підприємства. Корпоративне підприємство утворюється, як правило, двома або більше засновниками за їх спільним рішенням (договором), діє на основі об'єднання майна та/або підприємницької чи трудової діяльності засновників (учасників), їх спільного управління справами. На основі корпоративних прав засновники беруть участь у розподілі доходів та ризиків підприємства. Підприємства,

залежно від кількості працюючих та доходів від будь-якої діяльності за рік, можуть належати до суб'єктів малого підприємництва, у тому числі до суб'єктів мікропідприємництва, середнього або великого підприємництва.

Підприємницька діяльність відбувається у різних організаційно-правових формах. Ознайомлення з ними має неабияке значення при організації власного бізнесу: адже від правильного вибору форми діяльності майбутньої фірми багато в чому залежать її життєздатність, становище у ринковому середовищі, еволюція подальших напрямків розвитку. Вибір організаційно-правової форми підприємництва детермінований багатьма чинниками, серед яких основне місце займає безпосередній зміст діяльності підприємства, що створюється, його відповідність чинному законодавству.

При виборі організаційної форми функціонування підприємництва необхідно звернути увагу на такі питання: які умови при створенні підприємства найбільше влаштовують підприємця; які витрати доведеться понести на першому етапі; чи буде притягуватися особисте майно власників підприємства у разі розрахунків з кредиторами внаслідок банкрутства чи ліквідації підприємства або з інших причин; як можна буде передати право власності всього чи частини підприємства іншим фірмам чи особам; яким чином можна залучити додатковий капітал; наскільки активно власник підприємства може брати участь в управлінні підприємством; яким чином обрана організаційна форма впливатиме на перспективи розвитку підприємства. Кожна із форм підприємництва має і позитивні сторони, і недоліки. Але, крім того, перебуває у великій залежності від мотивів самого підприємця, його можливостей і здібностей. У найбільш узагальненому вигляді організаційно-правові форми підприємництва можна поділити на такі групи: державні та муніципальні унітарні підприємства; виробничі кооперативи; повні товариства; командитні товариства; товариства с обмеженою відповідальністю;

акціонерні товариства [3–7, 17].

2.4 Світова практика регулювання екологічних аспектів підприємницької діяльності

Глобальні та європейські принципи державної екологічної політики ґрунтуються на системному підході і полягають у такому: розроблення і здійснення загальнодержавних стратегій на підставі цільових індикаторів; збереження екосистем з метою подолання сучасних тенденцій щодо їхньої деградації; створення комплексної інфраструктури охорони і відтворення навколишнього природного середовища та його екосистем (водокористування, землекористування, системи поводження з відходами тощо); розвиток чистого виробництва, стимулювання екологічного підприємництва, доступність екологічної інформації.

У розвинених країнах процес екологізації суспільного виробництва набирає темпів. На функціональному рівні це вже проявляється як стабільна тенденція. Система спеціальних регуляторів, способів, методів, форм, спрямованих на інтеграцію екологічних й власне економічних інтересів суб'єктів господарювання, допомагає узгоджувати інтереси щодо виробництва кінцевої продукції з екологічними цілями. Завдяки цьому досягається такий стан господарської діяльності, коли раціональне природокористування стає рівновеликим з основними виробничими завданнями, збалансується з ними.

Правове регулювання. У США головними є закони прямої дії, що демонструють політичну волю та інституційну можливість для вирішення екологічних проблем, що виникають. Основними серед них є «Федеральний закон про Суперфонд», «Закон про комплексні компенсаційні заходи та відповідальність у галузі охорони навколишнього

середовища». Ці законодавчі акти є обов'язковими для усіх штатів і не можуть бути делегованими. Німеччина є європейським лідером в екологічних питаннях, які регулюються чисельними законами та директивами, такими як «Федеральний закон про захист від шкідливих впливів», «Директива про великі теплоелектростанції», «Директива про промислові об'єкти, що потребують спеціальних дозволів», «Директива про малі ТЕС», «Директива про аварії» тощо. Трансконтинентальні потоки забруднень регулюються документами, які Німеччина підписала з країнами ЄС та іншими європейськими державами, наприклад «Софійська декларація». В 1995 р. у Німеччині був прийнятий закон про аудит навколишнього середовища. З 1998 р. його дія розповсюджується не тільки на промислові підприємства, але й на комунальні служби [18, с. 62].

Крім того, у Німеччині відбувається перегляд законодавчої практики в галузі екології згідно принципу прямої відповідальності (компенсації збитку), розробляються критерії допустимого ризику, який може спричинити екологічний збиток. Для ефективного розв'язання екологічних проблем у Швеції ще у 1909 р. був прийнятий «Закон про збереження природи», який двічі доопрацьовувався, а у 1969 р. прийнятий «Закон про охорону навколишнього середовища», який діє дотепер. Адміністративне управління та адміністративні інструменти. З 70-х років у США були запроваджені стандарти якості навколишнього середовища та екологічна експертиза промислових проєктів [19].

Ефективним засобом контролю за викидами є запровадження Агенцією з охорони навколишнього середовища США «дозволів» на припустиму кількість забруднюючих речовин, що можуть бути викинуті у навколишнє середовище певного регіону. Цей захід давав можливість фірмам, обсяг викидів забруднюючих речовин яких є меншим, ніж встановлений для них ліміт, продавати свої права іншим фірмам. Таким чином у США був сформований ринок прав на забруднення довкілля. У

розвинутих країнах розроблений цілий ряд державних і міждержавних програм для підвищення рівня екологічності виробничо-господарської діяльності: ISO 14001, EMAS (Програма Європейського Союзу з екологічного менеджменту та аудиту) та інші, з метою регулювання питань екологічної ефективності на загальноєвропейському рівні. Щодо екологічного нормування, то у економічно-розвинутих країнах Європи встановлені нормативи екологічних збитків, які становлять 1,1–1,9 % від ВВП, у США – у середньому 1,5–1,7 %. Розвиток інфраструктури природокористування [19].

«Система державного управління природокористуванням в США має складну внутрішню будову, кожний елемент якої певною мірою незалежний. Основні рівні управління – федеральний, на рівні штату і місцевий, а додаткові, перехідні ланки – міжштатний і регіональний. Кожен з цих рівнів займається проблемами природокористування в межах своєї компетенції [19].

Повноваження федерального уряду – вирішення найзагальніших проблем, поставлених перед країною. Безпосередня організація соціально-економічного життя народу знаходиться в компетенції урядів штатів, а практичним формуванням середовища проживання та системою природокористування займаються органи місцевого самоврядування – муніципалітети міст і адміністрація графств» [19, с. 73].

«У Франції в 60-х роках функціонував потужний суспільний рух щодо захисту навколишнього природного середовища, який отримав своє логічне завершення у формуванні спеціалізованих урядових структур. До них належать Міністерство охорони навколишнього середовища та захисту природи Франції» [19, 20].

Робота Першого світового конгресу економістів з навколишнього природного середовища і природних ресурсів показала, що в європейських країнах активно поширюється використання традиційних економічних

інструментів. Крім того, «в іноземних країнах набула широкого розповсюдження така форма економічного стимулювання екологічного підприємництва, як податкові знижки. Проте вона вимагає визначити на належному методичному рівні критерії пільгового оподаткування для різних видів господарської діяльності і розробити шкалу коригуючих коефіцієнтів, залежно від ступеня позитивного впливу на навколишнє природне середовище» [21, с. 81].

У США велику увагу приділяють дозволам на викиди і скиди забруднень у повітря і воду. За встановленими правилами для отримання дозволу фірма, по-перше, зобов'язана виконати у завчасно узгоджені терміни національні та регіональні стандарти якості водного і повітряного середовища. По-друге, повинна дотримуватися вимог і технології очищення забруднень, які розрізняють за категоріями промислових підприємств. По-третє, плани введення в дію нових підприємств, модернізація виробництва повинні узгоджуватись з національними екологічними програмами. Податкова політика з метою регулювання обсягів природокористування застосовується у багатьох країнах Європейського Союзу, зокрема у Данії, Франції, Фінляндії, Великобританії та ін. Вперше практику екологічного оподаткування застосувала Данія, увівши в 1977 році податок на нафту з метою змусити споживачів економити енергетичні природні ресурси.

Від сплати частини досягнутої економії природних ресурсів, відрахування частини податкових виплат у рахунок погашення витрат на придбання очисного устаткування та технологій використовують Японія та Франція. Пришвидшена амортизація очисного устаткування з метою стимулювання широкого розповсюдження природоефективних технологій починаючи з 70-х років запроваджено у США [19].

Окрім податкових пільг суб'єктам підприємницької діяльності, як доводить зарубіжний досвід, можуть надаватися окремі субсидії у розмірі

до 30 % інвестиційних витрат на дослідницьку діяльність з моніторингу, скорочення викидів і недопущення забруднення навколишнього природного середовища. Усі субсидії на програми боротьби із забрудненням навколишнього природного середовища надаються підприємствам з державного бюджету або спеціальних екологічних фондів міністерств. Так, в Австрії існує фонд природного середовища, у Швеції – фонд для запобігання забруднення внаслідок спалювання палива, у Туреччині – фонд для недопущення забруднення навколишнього середовища [21, с. 157].

У Данії створено стійку систему економічного регулювання природоохоронної діяльності, яка базується на оподаткуванні та субсидіях. Середній процент субсидій складає 40 % основних капіталовкладень у нові природоохоронні заходи. Фінансово-кредитні організації іноземних країн надають кредити на фінансування екологічних проєктів виробничими підприємствами на вигідних умовах. Так, у Японії механізм економічного заохочення підприємств у проведенні природоохоронних заходів базується на наданні пільгових (з розрахунку 5–7 % річних) довгострокових (на 10–20 років) кредитів через державні кредитні корпорації для закупки очисного устаткування та будівництва природоохоронних споруд [19].

Застосування економічного інструментарію у комплексі з іншими складовими механізму еколого-економічного регулювання сприяє успішній реалізації екологічних проєктів у промисловості в розвинутих країнах світу з врахуванням екологічного фактору. Визначальна роль при здійсненні еколого-економічного регулювання у цих країнах належить державі, яка створює максимально сприятливі умови для реалізації природоохоронних заходів на мікроекономічному рівні.

Державний протекціонізм забезпечує як отримання промисловими підприємствами економічних переваг, так і еколого-економічні переваги

суспільству, в цілому, внаслідок зниження обсягів використання природних ресурсів і зменшення техногенного навантаження на навколишнє природне середовище [19].

Інструменти соціального впливу. Про високий рівень соціального впливу на підприємців громадськими природоохоронними організаціями США, свідчить створення у 1989 році Коаліції з розвитку екологічно відповідальної економіки. До її складу увійшли великі інвестори капіталу, організації, що захищають їхні інтереси, а також найбільші природоохоронні організації. Вони підготували Екологічний кодекс корпорацій, який одержав назву «Принципи Валдіза».

Кодекс включає норми екологічної поведінки підприємців у сформульованих принципах, серед яких: захист довкілля, раціональне використання природних ресурсів, скорочення та нейтралізація відходів, мінімізація екологічного ризику, запровадження екологічно безпечної техніки та послуг, компенсація екологічного збитку тощо. Щоб мати конкурентні переваги, «багато фірм у Німеччині виділяють значні кошти для інтенсивної екологічної підготовки персоналу [19].

Це відбувається у формі спеціальних екологічних курсів на фірмах, фінансування навчання або одержання ступеня в університетах і школах бізнесу тощо» [22].

Використання цього досвіду є, на наш погляд, корисним для українських підприємств. Підсумовуючи сказане, відмітимо, що ступінь дієвості механізму еколого-економічного регулювання у країнах світу дуже відрізняється. Данія, Німеччина, Японія та США вже повністю розробили та успішно використовують цей механізм, інші країни перебувають на різних стадіях розробки [19].

Механізм еколого-економічного регулювання, що діє сьогодні в Україні, базується переважно на принципі управління «зверху-вниз» і характеризується практичною відсутністю зворотного зв'язку. Однак

оскільки реальна екологізація досягається на мікрорівні, то необхідно забезпечити взаємодію та взаємоузгодженість мікро- та макроекономічних рівнів у процесі еколого-економічного регулювання.

Провідну роль у процесі еколого-економічного регулювання варто надавати економічним інструментам, які забезпечують взаємозв'язок екологічних та економічних факторів, які добре зарекомендували себе у розвинутих країнах і відповідають принципам ринкової економіки [19].

2.5 Напрями та перспективи міжнародної екологічної діяльності України

За [23], сучасна еколого-економічна ситуація в Україні вказує на необхідність переходу до стійкого екологічно збалансованого типу економічного розвитку. Екологізація повинна охопити усі сфери суспільної діяльності: промисловість, сільське господарство, науку, соціальну та правову сфери.

Перехід до принципово нової соціо-еколого-економічної моделі розвитку суспільства означає ясне розуміння екологічних проблем і переконаність в особистій відповідальності кожного за стан і майбутнє біосфери та людства і потребує вжиття невідкладних заходів щодо формування екологічної свідомості та культури. Саме ці питання в багатьох країнах є предметом уваги політичних еліт, а державними органами з регулювання безпеки у різних сферах визнана дієвим інструментом вирішення екологічних проблем. Тому пріоритетними завданнями на найближчу перспективу є:

1. Прийняття Концепції сталого розвитку в Україні та розробка Національного плану дій щодо її реалізації, спрямованих на втілення в реальну практику господарювання й суспільного життя принципів сталого соціально-економічного розвитку, з метою:

- забезпечення динамічного соціально-економічного зростання;
- збереження якості навколишнього середовища і раціональне використання природно-ресурсного потенціалу;
- задоволення потреб сучасних і майбутніх поколінь через побудову високоефективної соціально спрямованої економічної системи, здатної забезпечити ефективне використання трудових ресурсів, стимулювання науково-технічного прогресу, раціональне використання та відтворення природних ресурсів.

Ці документи мають генерувати стратегії економічного розвитку, підвищення добробуту населення та запобігання екологічній деградації, визначити національні пріоритети та завдання забезпечення сталого розвитку.

2. Розробка концепції формування екологічної культури населення, яка визначить цілі, завдання, принципи та напрями формування гуманістичного відношення громадян до оточуючого природного середовища.

3. Забезпечення виконання програми впровадження концепції «Екологічної освіти» (2001 р.), зокрема, введення екологічної освіти в систему вищої та середньої освіти в якості базового компоненту з відповідною розробкою всього необхідного методичного забезпечення.

4. Прискорення розробки Концепції державної програми забезпечення безперервної екологічної освіти та виховання.

Отже, в рамках усього господарського комплексу на макро рівні можна виділити наступні важливі напрями економічних перетворень: структурна еколого-орієнтована перебудова, зміна інвестиційної політики з врахуванням екологічних пріоритетів, перехід до політики ресурсо- та енергозбереження, формування екологічної свідомості та культури суспільства. Усі ці механізми і реформи неминуче в тій чи іншій мірі позначаються на розвитку бізнесу, пов'язаного з екологічною діяльністю.

Важливу роль в спрямуванні соціо-еколого-економічного розвитку суспільства повинні відігравати досконалі важелі економічного механізму. Перехід економіки на екологічні рейки повинен здійснюватися в умовах зміни законодавчого поля щодо сприяння екологізації економіки.

Вирішення проблеми екологізації економіки сприятиме розв'язанню внутрішніх проблем суспільства: формуватиме позитивний імідж держави, сприятиме забезпеченню збалансованого розвитку народногосподарського комплексу та служитиме гуманістичній цілі – створення сприятливого середовища життєдіяльності для майбутніх поколінь.

2.6 Економічне обґрунтування бізнес-плану на ринку екологічно безпечних товарів та послуг

Процес планування є невід'ємним природнім елементом управління створенням, функціонуванням та розвитком кожного економічного агента, адже дозволяє не лише передбачити найбільш важливі економічні характеристики та параметри господарювання, але й узгодити місію та цілі, стратегію і тактику розвитку підприємства, його ресурсний потенціал та можливості її реалізації. Загальновідомо, що планування є процесом формування цілей, визначення пріоритетів, засобів, методів та шляхів їх досягнення. Його роль полягає у зменшенні рівня невизначеності підприємницької діяльності та забезпечення життєздатності підприємства. Важливо зауважити, що бізнес-план на відміну від інших планових документів підприємства стосується:

- 1) планування започаткування та реалізації окремого бізнес-проєкту підприємства;
- 2) планування окремих напрямів, видів економічної діяльності чи створення окремого стратегічного підрозділу підприємства;

3) обґрунтування перспективних напрямів розвитку господарсько-фінансової діяльності суб'єкта господарювання.

Бізнес-планування – це систематизований розрахунок показників господарсько-фінансової діяльності на оперативний (поточний) плановий період та вибір оптимальних відповідей до критеріїв оптимальності (максимізація: товарообороту, максимізація прибутку; ефективності використання ресурсного потенціалу; мінімізація витрат) [24].

Бізнес-план – це документ, який містить систему ув'язаних в часі та просторі та узгоджених з метою і ресурсами заходів і дій, спрямованих на отримання прибутку, внаслідок реалізації підприємницького проєкту. Це результат планування, зафіксований у стислій та зрозумілій формі документа. Він виступає інструментом досягнення мети, що включає всі основні напрями діяльності підприємства [24].

Роль бізнес-плану для підприємства полягає в тому, що цей документ виконує сукупність цілей, узагальнених за зовнішньою та внутрішньою функціями:

1) зовнішня (документ призначений для інституцій фінансово-кредитного сектора, інвесторів, співзасновників, партнерів по бізнесу, потенційних працівників) стосується ознайомлення заінтересованих суб'єктів зовнішнього середовища із сутністю та основними аспектами підприємницького проєкту підприємства;

2) внутрішня (документ призначений для внутрішнього користування на підприємстві апаратом управління, іншими працівниками) стосується опрацювання механізму самоорганізації підприємства, тобто обґрунтування цілісної системи управління реалізацією важливого для підприємства бізнес-проєкту [24].

Відтак, основними цілями розробки бізнес-плану є:

1) промодельювати систему управління підприємством (його окремим бізнес-проєктом чи стратегічним господарським підрозділом). Досвід та

практика засвідчують, що успіх підприємницької діяльності визначається трьома факторами: правильним розумінням реальної ситуації в даний момент часу; чіткою постановкою цілей, яких хоче досягнути підприємство; якісним плануванням процесів переходу з одного стану в інший. Тому бізнес-план з його конкретними комерційними цілями та програмою дій для їх досягнення виступає в ролі засобу, здатного керувати бізнесом;

2) передбачити ускладнення / ризики функціонування підприємства (його окремого стратегічного підрозділу чи реалізації окремого підприємницького проєкту);

3) залучити позичковий капітал, необхідний для створення підприємства чи реалізації окремого підприємницького проєкту. Бізнес-план розкриває не лише виробничу, ринкову і організаційну, але і фінансову інформацію про підприємство [24].

4) забезпечити процес «комунікації» між підприємством та інституціями зовнішнього середовища його функціонування (постачальниками, контрагентами, покупцями, потенційними працівниками);

5) розвинути управлінські навички керівництва та іншого управлінського персоналу підприємства.

Принципами бізнес-планування, дотримання яких дозволить розробити документ, який відповідатиме вимогам до його розробки є:

– адекватність – бізнес-план та положення усіх його розділів повинні відповідати існуючим ринковим умовам, на якому функціонує підприємство, його розмірам, можливостям, ресурсному забезпеченню;

– цільовий характер – розрахунки, проведені при бізнес-плануванні, мають відповідати основній цілі, поставленій при розробці цього планового документа (максимізація прибутку чи доходу, мінімізація витрат, ін.);

– постійність – ефективне управління функціонуванням та розвитком підприємства передбачає не лише розробку бізнес-плану перед його реєстрацією та створенням; це повинен бути безперервний процес планування бізнесу, реалізації підприємницького проекту та його коригування під час реалізації проекту;

– системність – сукупність показників та розрахунків, проведених при розробці бізнес-плану, мають бути ув'язаними в єдину систему показників, узгоджених між собою спільними цілями та ресурсами;

– науковість – усі розрахунки, проведені при розробці бізнес-плану, мають ґрунтуватись виключно на наукових підходах та методиках;

– оптимізації – у ході розрахунку показників слід забезпечити обрання допустимого, проте найкращого варіанту реалізації підприємницького проекту та розвитку підприємства.

Бізнес-план є універсальним інструментом планування та дозволяє вирішувати значну кількість різних за характером завдань. Тому бізнес-плани як документи можуть значною мірою відрізнитись один від одного за формою, змістом, структурою, обсягами тощо

Бізнес-план може розроблятися для підприємства загалом чи для окремих бізнес-ліній (стратегічних підрозділів, продуктів (послуг), технічних рішень і т. ін.).

У першому випадку бізнес-план може стосуватись нового підприємства, діючого, чи підприємства, яке реорганізується. Для діючого підприємства цей документ може розроблятися з метою планування розвитку або забезпечення фінансового оздоровлення.

В свою чергу бізнес-план розвитку підприємства може стосуватись всього підприємства чи його окремого виробничого підрозділу. Класифікацію бізнес-планів можна продовжувати. Структура бізнес-плану залежить також від типу підприємства та його бізнесу, складності завдань

реалізації підприємницького проєкту.

Для підприємств науково-дослідного характеру, які розробляють нові ідеї, нову продукцію або послуги, принципового значення набувають дослідження маркетингового характеру щодо визначення потенційних споживачів інновацій, їх фінансових можливостей, необхідного сервісного обслуговування. Особливу увагу доцільно звернути на наявність ризику науково-дослідної діяльності, методи його визначення та врахування у відповідних розділах бізнес-плану.

Особливості структури бізнес-плану залежать від характеристики суб'єкта, на якого розрахований цей документ (банк, інвестор, партнер/контрагент по бізнесу чи майбутній працівник).

Вимоги до структури та змісту бізнес-плану передусім передбачають наявність у цьому документі його обов'язкових розділів та їх розміщення відповідно до внутрішньої логіки розробки документу. Бізнес-план починається з титульного аркуша, який повинен бути лаконічним та привабливим, не містити зайвих подробиць.

На титульному аркуші доцільно навести таку інформацію:

- повна назва та адреса підприємства, контактні дані;
- імена і адреси засновників підприємства та ініціаторів бізнес-проєкту;
- інші офіційні атрибути підприємства;
- коротка назва підприємницького проєкту;
- дата початку реалізації проєкту;
- тривалість проєкту;
- період часу, протягом якого є актуальними інформація про проєкт;
- дата складання документа;
- помітка про конфіденційність інформації.

Наступним аркушем бізнес-плану є зміст.

У ньому зазначають сторінки, на яких починаються основні структурні компоненти цього документа та який дозволяє швидко відшукати необхідну інформацію.

Варто пам'ятати, що зміст бізнес-плану можна структурувати за розділами, параграфами тощо.

Далі слід розмістити резюме. Це 0,5–2 сторінки тексту, які містять основні положення бізнес-проєкту, розрахованого у бізнес-плані.

Завдання резюме:

- навести короткий опис сфери та сутності бізнес-проєкту, переваги продукції (послуг) підприємства;
- розкрити можливості підприємства та стратегію реалізації його бізнес-проєкту;
- охарактеризувати цільовий ринок (основних споживачів, їх особливості та споживчі переваги, обсяги продаж, прогнозовану частку підприємства на ринку);
- охарактеризувати найбільш значні конкурентні переваги, які існують або які можуть бути створені як результат появи на ринку продукції чи послуги підприємства, його стратегії;
- навести основні економічні показники ефективності бізнес-проєкту (дохід, прибутковість, період досягнення беззбитковості, терміни повернення інвестицій, ін.);
- дати коротку характеристику знань, досвіду, ноу-хау основного управлінського персоналу;
- охарактеризувати загальні фінансові потреби (обсяги необхідних інвестицій, джерела їх залучення, терміни та умови обслуговування і повернення) бізнес-проєкту та фінансово-економічні показники його ефективності;

– запропонувати форму участі інвестора (партнера, банку, кредитора) у проєкті та можливі гарантії щодо повернення інвестицій (кредитних коштів).

Вимоги щодо розробки кожного з основних розділів бізнес-плану будуть висвітлені у наступних темах, проте слід зазначити, що структурні компоненти цього документа повинні бути більш-менш рівнозначними за обсягом та стилем написання і повністю розкривати ті питання, які повинні бути висвітлені у відповідному розділі бізнес-плану.

У додатки доцільно перенести інформацію, яка перешкоджає легко сприймати основний матеріал та складні спеціалізовані технічні чи технологічні схеми, компоненти, які стосуються реалізації бізнес-проєкту. Також у додатках можна розмістити довідки про підприємство, організаційну структуру чи схему управління або технології бізнесу; фінансову та іншу документацію (наприклад, за попередні роки функціонування підприємства); джерела вихідної інформації, бібліографію; технічні дані про продукцію; копії патентів; схеми виробничих потоків; анкетні дані основного управлінського персоналу тощо [24].

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Паустовська Т. І. Історико-економічний шлях підприємництва / Т. І. Паустовська // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2017. – № 20. – С. 12–17.
2. Козюк В. В. Історія економіки та економічної думки : підручник / В. В. Козюк, Л. А. Родіонова, О. В. Длугопольський. – Тернопіль : ТНЕУ, 2015. – 792 с.
3. Карпюк Г. І. Основи підприємництва. Навчальний посібник для здобувачів професійної (професійно-технічної) освіти [Електронний ресурс] / Г. І. Карпюк. – Електронні текстові дані. – Київ : УЦОЯО, 2021. – 108 с. – Режим доступу: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/pto/2021/04/19/Osnovy%20pidpryyemnytvstva.pdf>, вільний (дата звернення: 05.11.2022). – Назва з екрана.
4. Підприємництво і бізнес-культура : конспект лекцій / укладач Г. М. Шевченко. – Суми : Сумський державний університет, 2011. – 68 с.
5. Дмитрієв І. А. Конкурентоспроможність підприємства : навчальний посібник / І. А. Дмитрієв, І. М. Кирчата, О. М. Шершенюк. – Харків : ФОП Бровін О. В., 2020. – 340 с.
6. Лупак Р. Л. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посібник / Р. Л. Лупак, Т. Г. Васильців. – Львів : Видавництво ЛКА, 2016. – 484 с.
7. Основні засади впровадження моделі «зеленої» економіки в Україні : навч. посіб. / Т. П. Галушкіна, Л. А. Мусіна, В. Г. Потапенко та ін. – Київ : Інститут екологічного управління та збалансованого природокористування, 2017. – 154 с.
8. Доповідь ЮНЕП «Назустріч зеленій економіці» [Електронний ресурс] / ЮНЕП : сайт. – Електронні текстові дані. – Найробі, 2011. – Режим доступу: <https://www.unep.org/regions/asia-and-pacific/regional-initiatives/supporting-resource-efficiency>, вільний (дата

звернення: 01.06.2022). – Назва з екрана.

9. Berger R. GreenTech made in Germany 2.0 / R. Berger. – Munchen : Verlag Franz Vahlen GmbH, 2009. – 424 p.

10. General Conference Thirteenth session Forum on industrial development issues [Electronic resource] / UNIDO, Vienna : site. – Electronic text data. – 2009. – Regime of access: https://www.unido.org/sites/default/files/2009-11/gc13_inf1add1e_0.pdf, free (date of the application: 11.09.2022). – Header from the screen.

11. Гарлицька Д. А. Побудова зеленої економіки – основна складова європейської інтеграції України / Д. А. Гарлицька // Економічний аналіз. – 2017. – Том 27. №2. – С. 15–19.

12. Kisliakova N. Umwelttechnikmärkte in ausgewählten GUSLändern: Ukraine, Georgien [Electronic resource] / N. Kisliakova, O. Pavliska, T. Mtibelashvili // Austrian Society for Environment and Technology. – Electronic text data. – 2007. – Regime of access: https://www.oegut.at/downloads/pdf/praes_ee_up5-presseggesprach.pdf, free (date of the application: 21.09.2022). – Header from the screen.

13. Офіційний сайт Федерації органічного руху в Україні. Органік в Україні [Електронний ресурс]. – Електронні текстові дані. – Режим доступу: <http://organic.com.ua/uk/homepage/2010-01-26-13-42-29>, вільний (дата звернення: 01.06.2022). – Назва з екрана.

14. Желібо Є. П. Перспективи розвитку екологічного підприємництва в Україні «Ефективна економіка» [Електронний ресурс] / Є. П. Желібо, Л. П. Гацька, Т. О. Мурована // Електронні тестові дані. – Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/3_2020/3.pdf, вільний (дата звернення: 01.06.2022). – Назва з екрана.

15. Зіновчук Н. В. Екологічний маркетинг : навчальний посібник / Н. В. Зіновчук, А. В. Ращенко. – Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2015. – 190 с.

16. Мельник Л. Г. Екологічна економіка: підручник / Л. Г. Мельник. – Суми : Університетська книга, 2006. – 365с.

17. Коваленко О. В. Підприємництво та його організаційно-правові засади : навч. посібник / О. В. Коваленко. – Львів : Вид-во ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка, 2013. – 400 с.

18. Савченко О. Ф. Економіко-управлінські проблеми охорони навколишнього природного середовища на підприємствах України: теорія, методологія, практика / О. Ф. Савченко. – Київ : РВПС НАН України, 2008. – 248 с.

19. Швиданенко Г. О. Розвиток підприємства на еколого-економічних засадах : монографія / Г. О. Швиданенко, О. В. Криворучкіна, Д. Г. Матукова. – Київ : КНЕУ, 2017. – 184с.

20. Про охорону навколишнього природного середовища : Закон України від 25 червня 1991 р. № 1264-ХІІ // Відомості Верховної Ради України. – 1991. – № 41. – Ст. 546.

21. Daly H. E. Steady-State Economy: a failed growth economy and a steady-state economy are not the same thing; they are the very different alternatives we face / H. E. Daly. – UK Sustainable Development Commission, London, United Kingdom. – 2008. – 10 p.

21. Туниця Ю. Діалектика глобалізації в контексті екологічного імперативу / Ю. Туниця, Е. Семенюк, Т. Туниця // Вісн. НАН України. – 2008. – № 2. – С. 8–24.

22. Матукова Д. Г. Еколого-економічна проблема ресурсозберігаючих технологій гірничо-видобувного комплексу / Д. Г. Матукова // Економіка. – 2011. – №1 (34) – С. 276–280.

23. Напрямки державної політики щодо екологізації національної економіки. Аналітична записка [Електронний ресурс] // НІСД : сайт. – Електронні текстові дані. – Київ, 2020. – Режим доступу: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/nacionalna-bezpeka/napryamki-derzhavnoi->

politiki-schodo-ekologizacii-nacionalnoi, вільний (дата звернення: 01.06.2022). – Назва з екрана.

24. Бізнес-планування : навч. посіб. / Т. Г. Васильців, Я. Д. Качмарик, В. І. Блонська, Р. Л. Лупак. – Київ : Знання, 2013. – 173 с.

25. Teliura N. Development of the methodological approach to the selection of technologies for environmentally safe water drainage in populated areas / N. Teliura // Eastern-European Journal of Enterprise Technologies. – 2018. – № 6(10). – P. 55–63.

26. Choosing the phytoremediation technologies for cleaning various types of wastewater / O. Dmitrieva, I. Khorenzhaja, V. Vasylenko, S. Osypenko, N. Teliura, O. Lomakina, L. Melnik, I. Koldoba // Eastern-European Journal of Enterprise Technologies. – 2020. – № 2(10). – P. 27–37.

27. Degradation of CdTe SC during operation: modeling and experiment / O. Bolbas, N. Deyneko, S. Yeremenko, O. Kyrylova, O. Myrghorod, O. Soshinsky, N. Teliura, N. Tsapko, R. Shevchenko, Y. Yurchyk // Eastern-European Journal of Enterprise Technologies. – 2019. – № 6(12). – P. 46–51.

28. Дмитрієва О. О. Екологічна безпека населених пунктів України розташованих на евтрофованих водних об'єктах / О. О. Дмитрієва, Н. О. Телюра, І. В. Хоренжая // Комунальне господарство міст. Серія : Технічні науки та архітектура. – 2017. – Вип. 139. – С. 120–125.

29. Дмитрієва О. О. Положення сталого розвитку та вимоги ЄС щодо екологічної безпеки систем водовідведення населених пунктів / О. О. Дмитрієва, Н. О. Телюра, І. В. Хоренжая // Комунальне господарство міст. Серія : Технічні науки та архітектура. – 2018. – Вип. 144. – С. 57–61.

30. Телюра Н. О. Впровадження методу вибору технологій екологічно безпечного водовідведення, як елемент сталого розвитку населених пунктів України / Н. О. Телюра, О. О. Дмитрієва // Комунальне господарство міст. Серія : Технічні науки та архітектура. – 2019. – Т. 1. –

№ 147. – С. 89–93.

31. Телюра Н. О. Забезпечення екологічної безпеки евтрофованих водних об'єктів шляхом впровадження пріоритетних технологій водовідведення в населених пунктах України / Н. О. Телюра // Комунальне господарство міст. Серія : Технічні науки та архітектура. – 2020. – Т. 1. – С. 94–99.

Навчальне видання

ТЕЛЮРА Наталія Олександрівна

ПІДПРИЄМНИЦТВО В ГАЛУЗІ ОХОРОНИ ДОВКІЛЛЯ

КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ

(для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти всіх форм навчання зі спеціальності 101 – Екологія)

Відповідальний за випуск *Д. В. Дядін*
За авторською редакцією
Комп'ютерне верстання *Н. О. Телюра*

План 2022, поз. 20Л

Підп. до друку 07.11.2022. Формат 60 × 84/16.
Електронне видання. Ум. друк арк. 3,6.

Видавець і виготовлювач:
Харківський національний університет
міського господарства імені О. М. Бекетова,
вул. Маршала Бажанова, 17, Харків, 61002.
Електронна адреса: office@kname.edu.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:
ДК № 5328 від 11.04.2017.