

УДК 504.03

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ПОСЛУГ В СФЕРІ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ

О.Р. Губанова, д.е.н., доцент

Одеський державний екологічний університет, Одеса, Україна

Губанова О.Р. Теоретико-методичні засади диверсифікації послуг в сфері природокористування.

У статті відображено результати узагальнення існуючих трактувань поняття «екологічна послуга». З урахуванням особливостей «сервісізації» природокористування визначені певні тенденції розвитку сфери екологічних послуг. Обґрунтована доцільність диверсифікації екологічних послуг на засадах зручності та добровільного залучення інтелектуальних і фінансових ресурсів щодо одержання еколого-економічного ефекту від використання еко-сервісного продукту.

Ключові слова: диверсифікація, екологічні послуги, «зелений» вендинг, еко-краудсорсинг, еко-краудфандинг

Губанова Е.Р. Теоретико-методологические основы диверсификации услуг в сфере природопользования.

В статье отражены результаты обобщения существующих трактовок понятия «экологическая услуга». С учетом особенностей «сервисизации» природопользования определены тенденции развития сферы экологических услуг. Обоснована целесообразность диверсификации экологических услуг на принципах удобства и добровольного привлечения интеллектуальных и финансовых ресурсов для получения эколого-экономического эффекта от использования эко-сервисного продукта.

Ключевые слова: диверсификация, экологические услуги, «зеленый» вендинг, эко-краудсорсинг, эко-краудфандинг

Gubanova E.R. The theoretical and methodological foundations of diversification of services in the sphere of nature management.

The article reflects the results of the generalization of the existing interpretations of the concept of "environmental service". Taking into account features of "servicization" of nature management is defined trends of development of the sphere of environmental services. The expediency of diversification of environmental services on the principles of convenience and voluntary involvement of intellectual and financial resources to achieve ecological and economic benefits of using eco-service product.

Keywords: diversification, environmental services, "green" vending, eco-crowdsourcing, eco-crowdfunding

Протягом останніх десятиріч однією з головних закономірностей суспільного розвитку є випереджувальне зростання сфери послуг у порівнянні з матеріальним виробництвом та розширення її господарських позицій. Сьогодні структуру ВВП всіх розвинених країн світу характеризує висока частка третинного сектору (65-70% і вище) [1]. Наприклад, за даними МВФ [2], у 2012 році в США у сфері послуг було створено 76,8% ВВП, в промисловості – 22,1%, сільському господарстві – 1,1%. В Україні станом на 2012 рік структура ВВП мала наступний вигляд: сільське господарство – 9,5%, промисловість – 31,4% та сфера послуг – 59,1% [3]. Як свідчать статистичні дані, частка сфери послуг у валовій доданій вартості США в 2012 році складала 59%, а України – 33,1%, що в грошовому вимірі становило 9581 та 52 млрд. дол. США відповідно [4].

Науковцями доведено, що важливим показником економічного розвитку країни, який вказує на постіндустріальний характер системи господарювання, стає рівень «сервісізації» національної економіки. А з огляду на те, що визначальною рисою постіндустріальної економіки є висока якість життя, яка напряму залежить від стану довкілля, останнім часом спостерігається тенденція щодо екологізації третинного сектору економіки. Іншими словами, через те, що екологічні проблеми стали невід'ємною складовою суспільного існування, стрімкого розвитку набуває процес трансформації сфери послуг, спрямований на підвищення ефективності використання природного капіталу та збереження суспільно-економічних функцій природи. На даний час спектр таких послуг достатньо широкий, проте потреби суспільства в забезпеченні екологічної безпеки та досягненні стандартів якості навколишнього середовища постійно зростають, що, в свою чергу, обумовлює необхідність диверсифікації послуг в сфері природокористування.

Аналіз останніх досліджень та публікацій

Обґрунтуванням особливостей та закономірностей розвитку третинного сектору економіки свого часу займалися Дж. Гелбрейт, Д. Белл, З. Бжезінський, А. Тоффлер, К. Кларк, С. Кузнец,

М. Седлак, А. Фишер, Дж. Фурастьє та інші. Значний внесок у дослідження проблеми становлення ринкових відносин у сфері послуг в умовах трансформаційної економіки належить таким російським та українським вченим як С. Агабаб'ян, З. Адамович, А. Бабич, В. Базилевич, Г. Башнянина, Т. Білінов, Б. Бресєв, З. Варналій, Л. Верховодова, М. Войнаренко, О. Гаврилюк, В. Геєць, В. Герасимчук, Ю. Головін, Н. Даниленко, М. Долішній, А. Дергаль, В. Жамін, С. Жильцова, Г. Журавльов, Л. Кликич, В. Козак, Т. Корягіна, О. Кочерга, В. Куценко, Б. Данилишин, В. Левичева, Е. Лібанова, М. Маниліч, А. Мельник, С. Мочерний, І. Михасюк, Л. Панкова, С. Песоцька, І. Пойта, В. Проскураков, В. Рубе, В. Рутгайзер, В. Новіков, А. Новосолов, В. Тихомирова, А. Челенков, Г. Шутак, В. Юхименко, В. Яковлева. В свою чергу, сучасні тенденції формування екологічної інфраструктури природокористування, питання розвитку вітчизняного ринку екологічних послуг розглянуті в працях Т. Галушкіної, Л. Купінець, О. Ліпанової, В. Петренко, Л. Селезньової, С. Харічкова [5-9].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми

Незважаючи на значні здобутки науковців, пов'язані з вивченням теоретичних, методологічних та практичних аспектів розбудови екологічного сервісу в Україні, питання наукового обґрунтування і створення адаптованої до вітчизняних умов господарювання системи «сервісізації» природокористування потребують детальнішого дослідження.

Мета статті полягає у визначенні особливостей розвитку сфери екологічних послуг в Україні та обґрунтуванні доцільності диверсифікації пропозицій із сервісного обслуговування природокористування як одного з чинників забезпечення сталості національної економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження

Перш ніж розглядати питання диверсифікації послуг в сфері природокористування, необхідно визначитися із тлумаченням сутності екологічної послуги як економічної категорії.

Поняття «екологічна послуга» є логічним розвиненням дефініції «послуга», на економічний зміст якої існують різні точки зору, наприклад, такі, що наведені в таблиці.

Різноманіття визначень характеризує послугу як будь-який захід, вигоду, користь, благо, результат, дію, діяльність або засіб задоволення потреб. Проте узагальнення наявних визначень дозволяє виділити три аспекти розуміння сутності послуги, тобто послугою можна вважати діяльність, що спрямована на задоволення тих чи інших потреб, результат діяльності з метою задоволення потреб або процес взаємодії між виробником та споживачем товару, який не має речової форми, але є корисним для того, хто його використовує [24]. Таким чином, за своєю економічною природою послуги є формою суспільних відносин, які виникають на основі

корисної дії праці, що споживається не в якості діяльності, а в якості корисного ефекту, шляхом присвоєння його результатів певним індивідом, групою, колективом. Корисний ефект від послуги не існує окремо від процесу її виробництва у вигляді якоїсь речі. З цієї причини послуга на відміну від речового продукту праці не може бути накопичена, а процеси її виробництва і споживання в часі збігаються. Тим не менш, наслідки споживання послуги можуть мати матеріальний і довготривалий характер. Отже, послуга являє собою специфічний продукт праці, який не набуває речової форми, і споживна вартість якого на відміну від речового продукту праці полягає в корисному ефекті живої праці, а також має певні властивості, зокрема, невідчутність, невіддільність від споживача, неможливість зберігання і транспортування, нерозривність процесу виробництва і споживання, нестабільність якості, тимчасовий характер тощо [25]. З широкого спектру послуг, що спрямовані на задоволення великого різноманіття потреб сучасної людини, на особливій увазі заслуговують послуги в сфері природокористування, зокрема, екологічні послуги, термінологічної єдності у визначенні яких до останнього часу також немає в економічній літературі.

У загальному розумінні екологічні послуги розглядають як комплекс послуг, основним змістом яких є попередження, усунення, мінімізація шкідливого впливу на людину та поліпшення стану навколишнього середовища [26]. Л.В. Селезньова визначає їх «як спеціалізовані види послуг, що надаються суб'єктам господарської діяльності і населенню, які спрямовані на запобігання негативного впливу на навколишнє середовище і сприяють відтворенню природних ресурсів» [9]. Проте у запропоноване автором тлумачення досліджуваного поняття включено перелік конкретних і загальних видів послуг, що обмежує сферу застосування категоріальної одиниці та не враховує можливості інноваційного розвитку і вдосконалення природоохоронних заходів і технологій. На думку У.З. Костюк, екологічні послуги – «це послуги, що надаються різними організаціями (установами) на комерційній, договірній або безоплатній основі, виробництво і споживання яких сприяє зниженню інтегрального екодеструктивного впливу в розрахунку на одиницю сукупного суспільного продукту» [27].

О.Л. Кашенко визначає екологічні послуги як «заходи щодо відтворення екологічних благ, які визнані суспільством необхідними і здійснюються господарськими суб'єктами-природокористувачами», та пропонує застосовувати їх у формі негрошових засобів обміну на ринку природних багатств [28]. За документами Конференції ООН з торгівлі і розвитку (ЮНКТАД) екологічними послугами вважаються «послуги, джерелами яких є діяльність людини, спрямована на вирішення

конкретних екологічних проблем (наприклад, очищення та видалення стічних вод)» [29].

Враховуючи особливості послуги як засобу задоволення потреб та специфіку публічного сектору економіки Н.В. Котенко пропонує розглядати екологічну послугу як «особливий вид діяльності, спрямований на задоволення потреб суспільства, громади чи людини в якісному житті, покращення навколишнього природного середовища, що забезпечується на умовах бюджетного або комплементарного фінансування» [30]. В.Я. Шевчук із співавторами відносять до екологічних послуг послуги з екологічного менеджменту, консалтингу, маркетингу, інжи-

нірингу, страхування, маркування і сертифікації, екологічної освіти, інформації та інші види послуг в еколого-підприємницькій діяльності на ринку екологічних послуг [31]. О.І. Орел наголошує на тому, що екологічні послуги – це «вид діяльності, основним змістом якого є поліпшення стану навколишнього природного середовища через запобігання або усунення шкідливого впливу компонентів виробничого процесу (свідомої діяльності людини, дії предметів та засобів праці)», та відносить їх до організаційно-економічного інструментарію екологічної політики [32].

Таблиця 1. Тракткування поняття «послуга»

Визначення	Джерело
Особлива споживча вартість процесу праці, виражена в корисному ефекті, що задовольняє потреби людини, колективу й суспільства. Особливістю послуги як товару (порівняно зі звичайним товаром (втіленим у речі), з матеріальними благами) є те, що вона корисна не як річ, а як діяльність.	[10]
Види діяльності, робіт, в процесі виконання яких не створюється новий, раніш не існуючий матеріально-речовий продукт, але змінюється якість вже наявного, створеного продукту. Це блага, які надаються не у вигляді речей, а у формі діяльності.	[11]
Дія, що забезпечує її власникові дохід через процес її надання.	[12]
Вид діяльності, який створює корисний результат, що не має речової форми, але задовольняє певну потребу людини.	[13]
Доцільні види діяльності, спрямовані на задоволення потреб людини та суспільства в цілому, у процесі надання яких не створюється матеріально-речовий продукт.	[14]
Блага, які надаються не у вигляді речей, а у формі діяльності.	[15]
Нематеріальне благо, що має певну цінність. Послуги носять товарний характер, проводяться лікарями, юристами, банками, фінансовими компаніями та ін.	[16]
Результат невиробничої діяльності підприємства або окремої особи, який служить для задоволення певних потреб людини і виступає в якості товару.	[17]
Відношення між людьми, нематеріальний корисний ефект безпосередніх взаємодій економічних суб'єктів, тобто результат матеріальної діяльності незалежно від набуття цим результатом (ефектом) матеріально-речової форми.	[18]
Результат щонайменше одного виду дії, обов'язково здійсненого у взаємодії постачальника і споживача, та, як правило, нематеріальний	[19]
Будь-які заходи, вигоди або дії, які забезпечують задоволення конкретних потреб, в основному невідчутні та не пов'язані з власністю.	[20]
Будь-який захід або вигода, які одна сторона може запропонувати іншій і які в основному невідчутні і не приводять до заволодіння чим-небудь. Виробництво послуг може бути і не бути пов'язане з товаром в його матеріальному вигляді.	[21]
Нематеріальні активи, що виробляються з метою збуту. Нематеріальні активи (або невідчутна цінність) – це цінність, яка не є фізичним об'єктом, але має вартість – грошову оцінку.	[22]
Вид економічної діяльності, яка створює цінність і забезпечує визначення переваг для споживача в конкретний час і в конкретному місці в результаті відчутних або невідчутних дій, направлених на отримання послуги чи товару.	[23]

Таким чином, сутність екологічних послуг як послуг взагалі, проявляється в задоволенні специфічних потреб та безпосередньо пов'язана з покращенням стану довкілля і використанням екологічного потенціалу в інтересах соціально-економічного розвитку. З огляду на це, екологічною послугою доречно вважати форму економіко-екологічних відносин, корисний ефект від яких забезпечує підтримання рівноваги в системі «природа – суспільство» та узгодженість інтересів щодо раціонального використання суспільних благ і природних ресурсів сумісного застосування.

Розвиток суспільного виробництва й поділу праці обумовив існування різних екологічних послуг, які найчастіше класифікуються за: сферою застосування, типом утворення, об'єктом дослідження, умовами та формою надання, характером споживання, відношенням до суспільних фондів споживання, соціальною значимістю і гарантованістю державою, відношенням до діяльності підприємства, ступенем матеріалізації послуги, функціональним призначенням, галузевою спеціалізацією [5, 27, 32]. Крім того, на думку В.В. Петренко, диференціювати екологічні послуги можна за основними компонентами відтво-

ривального механізму екологізації народногосподарського комплексу та за ресурсоутворюючими системами (водними, лісовими і т.д.) [33].

Відповідно до Генеральної угоди з торгівлі послугами (General Agreement on Trade in Services) та Класифікатора основних продуктів (Core Product Classification) екологічні послуги включають:

- послуги з видалення та очищення стічних вод;
- послуги з видалення відходів;
- послуги з санітарного очищення територій та аналогічні послуги;
- інші послуги (очищення вихлопних газів, боротьба з шумом, охорона природи та захист ландшафтів, а також інші екологічні послуги, не включені до попередніх категорій).

Ця класифікація відображає досить традиційне уявлення про екологічні послуги як, головним чином, послуги державних підприємств, пов'язаних з інфраструктурою, та послуги, які надаються широким шарам суспільства. Дана класифікація охоплює сектор послуг з обробки та видаленню відходів, боротьбі із забрудненнями, проте не включає в себе більшість нетрадиційних екологічних послуг. Тому деякі фахівці наголошують на те, що вона є обмеженою за низкою причин:

- сформована без чіткої ув'язки з послугами, що відносяться до конкретних екологічних середовищ, зокрема, водного, повітряного тощо;
- сфокусована, здебільш, на традиційних заходах «очищення в кінці виробничого циклу» без будь-якого практичного застосування послуг в сфері попередження забруднення та сталого управління ресурсами;
- охоплює послуги, що надаються в ході експлуатації деяких об'єктів, установок і обладнання, але не стосується при цьому послуг в області проектування, інжинірингу, НДДКР та консалтингової діяльності, які необхідні для будівництва і модернізації виробничих потужностей;
- зосереджена на послугах, що здійснюються в суспільній сфері, і не включає послуги, які надаються безпосередньо промисловим підприємствам.

Враховуючи те, що еволюція екологічних потреб, за ствердженням Л.Г. Мельника [34], пройшла історію від засобів природоохоронного характеру, товарів екологічного вдосконалення технологічних систем та таких, що підвищують ефективність життєвого циклу виробів і послуг, до товарів екологізації стилю життя, більш-менш вдалою можна вважати класифікацію, наведену в [35]. Згідно неї стає можливим виділити такі основні категорії екологічних послуг:

- послуги, пов'язані з екологічною інфраструктурою;
- послуги по боротьбі з забрудненням повітря;
- послуги по відновленню якості навколишнього середовища;

— послуги з надання підтримки суб'єктам господарювання щодо підвищення ресурсоефективності.

До першого сегменту, головним чином, належать послуги, що стосуються водного господарства, обробки та видалення відходів, наприклад, інженерне проектування обладнання для обробки та постачання питної води; проектування устаткування для утилізації, зберігання та транспортування твердих, рідких та небезпечних відходів; проектування, експлуатація та організація роботи установок з очищення стічних вод; організація роботи та технічне обслуговування систем постачання питної води; збір, обробка та видалення, а також рекуперация і рециклінг відходів.

Екологічні послуги, які віднесені до другого сегменту, включають послуги з інженерного проектування, установки та експлуатації обладнання та систем по боротьбі з забрудненням повітря стаціонарними та пересувними джерелами викидів.

Третя категорія екологічних послуг охоплює різноманітні послуги по відтворенню якості компонентів довкілля. Це заходи з рекультивациі земельних ділянок; міри надзвичайного реагування на конкретні небезпечні ситуації, що обумовлені забрудненням або деградацією навколишнього середовища; оцінка та планування дій щодо відтворення якості природних благ.

Остання категорія екологічних послуг поєднує різноманітні послуги, пов'язані з проведенням лабораторних, аналітичних та моніторингових досліджень, юридичні, консалтингові, аудиторські послуги, розробки із стратегічного управління природокористуванням тощо. Головна мета послуг з надання підтримки ресурсоефективної діяльності полягає в тому, щоб допомогти суб'єктам господарювання забезпечити дотримання природоохоронного законодавства.

Підвищення ступеня екологічної свідомості споживачів та рівня екологічної відповідальності більшості суб'єктів природокористування, обумовило розвиток певних тенденцій в сфері екологічних послуг, найбільш суттєвими з яких є:

- зростання наукоємності наданих послуг;
- збільшення обсягів надання послуг;
- формування попиту за рахунок пропозиції послуг багатозілового застосування;
- припинення надання деяких застарілих видів послуг;
- диверсифікація послуг.

Остання тенденція проявляється в тому, що розширення переліку послуг в сфері природокористування здійснюється за рахунок послуг, які надаються на добровільній основі, тобто споживача не примушують задовольняти ті чи інші потреби екологічного характеру, навпаки, він самостійно, згідно свого розуміння, погоджується користуватися відповідними послугами. До такої категорії екологічних послуг, поряд з екологічним аудитом, лізингом, кредитуванням, страхуванням,

сертифікацією, можна віднести низку послуг в сфері природокористування, які останнім часом стають все більш затребуваними. Зокрема, це послуги, що стосуються управління використанням агроландшафтів, передбачають проведення їх озеленення, флористику, створення ландшафтного дизайну, розвиток зеленого туризму; тобто такі, які виконують соціальні функції щодо відпочинку і естетичного задоволення населення. Крім того, право споживачів на задоволення екологічних потреб може бути реалізовано також за допомогою послуг, які характеризуються зручністю одержання корисного еколого-економічного ефекту. Сьогодні диверсифікація послуг в сфері природокористування відбувається, у тому числі, з урахуванням цієї вимоги; й прикладом тому є «зелений» вендинг – різновид вендингу (способу дрібнодрібної торгівлі товарами або/та послугами через автоматизовані системи), який сфокусований на вирішення природоохоронних завдань.

Взагалі вендинг (vending) використовується для продажів кави, снєків, розливу та торгівлі напоями, газетами, журналами, засобами гігієни, ліками, гумовими жуйками, цукерками, залізничними та автобусними квітками, проведення різноманітних платежів, видачі готівки, надання послуг з підкачки автомобільних шин, підзарядки акумуляторів мобільних телефонів тощо. Зростання ринку вендингу в різних країнах складає від 10 до 40%. Основними перевагами здійснення торгівельних операцій через вендингові автомати (вендори) вважається [36]:

- можливість задовольняти потреби в товарах і/або послугах без зміни споживачем маршруту свого руху;
- цілодобове користування автоматом та відсутність потреби в торгівельному персоналі;
- невеликий розмір стартового капіталу, потрібного для початку бізнесу, та швидке повернення первинних витрат (особливо при купівлі обладнання на умовах лізингу);
- технічна простота установки автомату (мала площа, яку займає обладнання; звичайне електроживлення, магістральне (автономне) водопостачання);
- незначні ремонтно-експлуатаційні витрати (особливо в перші роки експлуатації);
- тривалий термін використання;
- невеликі витрати на поточне обслуговування (працівник може одноосібно здійснювати завантаження автомата товарами, інкасацію та технічне обслуговування);
- використання спрощеної системи оподаткування, обліку і звітності;
- стабільність бізнесу;
- зниження до мінімуму втрат від крадіжок;
- відсутність потреби в активній рекламі, оскільки сам автомат частіше використовується як рекламний носій ;
- можливість постійного моніторингу;

— мобільність (якщо рівень продажів не виправдав очікувань в одному місці, то не складно перевезти торговельний автомат в інше).

Останнім часом в Японії, США, країнах ЄС поряд з автоматами по продажу напоїв розміщують вендори, які приймають від споживачів порожні пляшки та банки й повертають їм залогову вартість тари. Наприклад, у Фінляндії ця складова ціни придбаних напоїв складає від 10 до 40 євроцентів для пластикових і скляних пляшок, 15 євроцентів для жерстяних банок [37].

Ще одним прикладом «зеленої» спеціалізації вендингу є здійснення автоматизованого збору деяких видів відходів електричного та електронного обладнання. Так, відпрацьовані батарейки, акумулятори та енергозберігаючі лампочки заборонено викидати разом із побутовим сміттям, проте відвозити їх на утилізацію часто буває незручно та займає певний час. У Великій Британії, Німеччині, Данії компанією reVend Recycling Ltd. розгорнута мережа автоматів, які не тільки приймають цю категорію електронних відходів, а також пропонують за них негайну винагороду. Перший «пілотний» вендинговий автомат – «приймач», який здатний самостійно визначати тип відходів та сортувати електронне сміття для наступної утилізації, був встановлений у меблевому магазині ІКЕА в Лондоні. В залежності від кількості зданих відходів клієнту пропонувалось придбати у кредит будь-який товар в мережі ІКЕА або пожертвувати виручені від здачі сміття кошти однієї з благодійних організацій – «World Wildlife Fund», «Woodland Trust», UNICEF чи «Save the Children» [38].

Різноманіття сучасних автоматів дозволяє все більше використовувати їх для надання послуг, обумовлених екологічними потребами людини. Так, обладнав вендори холодильними установками, компанія HealthyFood створила першу мережу вендингових автоматів з реалізації здорової їжі. Саме така організація надання послуг дозволила перенести натуральні продукти з фермерських ринків до офісів компаній та створити умови для втілення на практиці здорового образу життя [39].

Диверсифікація послуг в сфері природокористування є не тільки наслідком покращення добробуту населення та бажання споживачів задовольняти свої потреби у безпечному існуванні більш зручнішими засобами, а й зростання ступеня інформованості суспільства щодо екологічних загроз та можливостей їх подолання. Отже, в зазначеному аспекті, до екологічних послуг можна віднести такі, що спрямовані на підвищення якості еколого-економічної свідомості та рівня екологічної культури суспільства, наприклад, різноманітні освітньо-інформаційні кампанії (просвітницькі заходи в засобах масової інформації, програми з підвищення поінформованості населення, освітні проекти тощо). З огляду на це, в роботі [40] обґрунтовується

доцільність реалізації відповідних кампаній в сфері поведінки з побутовими відходами у трьох напрямках: загальноосвітньому, економічно-соціальному та культурно-виховному.

Загальноосвітній вектор має бути спрямований на виховання екологічного мислення молоді та формуватися шляхом впровадження в освітній процес навчальних закладів обов'язкових програм, курсів та семінарів з екологічної тематики. Прикладом екологічної послуги освітнього характеру є розпочатий у квітні 2013 року в Києві проєкт «Зелена школа», який, зокрема, передбачає впровадження та активну популяризацію роздільного збору побутового сміття в середньоосвітніх закладах країни.

Призначенням економіко-соціальної складової впливу на еколого-економічну свідомість громадян повинна бути організаційно-фінансова підтримка екологічних проєктів, яка може здійснюватися, в тому числі, за рахунок стимулювання розвитку екологічного краудсорсингу та краудфандингу. Певною мірою, обидві форми реалізації громадської активності логічно віднести до послуг екологічного спрямування, оскільки результатом їхнього здійснення є задоволення суспільних потреб у скороченні антропогенного навантаження на навколишнє середовище. Обґрунтованість включення цих інноваційних соціальних технологій до переліку екологічних послуг базується на розумінні сутності відповідних інструментів, яка для першого полягає у залученні на добровільній основі зацікавлених осіб та делегуванні їм визначеного переліку функцій для вирішення суспільно значущих завдань в сфері природокористування, для другого – в організації колективного фінансування природоохоронних проєктів, яке здійснюється за рахунок добровільних внесків, пожертвувань та дарувань.

Результатом використання еко-краудсорсингу можуть служити різноманітні карти, у складанні яких беруть участь всі зацікавлені громадяни, відзначаючи на мапах місця екологічних порушень (несанкціоновані сміттєзвалища, місця скидання неочищених стічних вод, місця пошкодження або знищення лісів тощо), природні об'єкти, що охороняються, місця проживання рідкісних видів флори і фауни з розміщенням інформації про стан того чи іншого об'єкта навколишнього середовища. Також екологічний краудсорсинг може бути застосовано при вирішенні будь-якої локальної екологічної проблеми, причому кожен з членів співтовариства у цьому випадку виступатиме як «замовником», так і експертом. Якскравим прикладом застосування екологічного краудсорсингу на місцевому рівні може бути інтерактивна карта пунктів прийому

вторинної сировини «Вторая жизнь вещей» [41]. Метою еко-краудфандингу є збирання коштів для подальшого їх інвестування в певний природоохоронний проєкт. Так, на краудфандинговій платформі «Велика Ідея» сьогодні розвивається проєкт «Спільнокошт» – найбільший в Україні он-лайн механізм колективного фінансування інновацій в сфері ІТ-технологій, відновлюваної енергетики, відповідального підприємництва. За допомогою цього інформаційного ресурсу також збираються кошти для реалізації низки громадських ініціатив, зокрема, екологічного проєкту «Зробимо Україну чистою!», на рахунок якого протягом останнього часу вже надійшло більше 50 тис. грн. [42].

Таким чином, характерною рисою диверсифікації послуг в сфері природокористування стає розширення їх переліку й за рахунок таких, які обумовлені зростанням громадської активності населення внаслідок підвищення його поінформованості щодо глобальних та локальних екологічних проблем, шляхів та засобів їх вирішення.

Висновки

Як доведено численними дослідженнями, через те, що потреби суспільства в матеріальних благах мають певну межу, а потреби у багатьох послугах безмежні, для сфери послуг характерна тенденція щодо сталого і довготривалого зростання.

Сьогодні бажання людини задовольнити свої потреби в якісному житті, значною мірою, стикається з необхідністю вирішення існуючих екологічних проблем, які суттєво впливають на подальший розвиток суспільства. З огляду на це, стрімкими темпами відбувається трансформація сфери послуг в напрямі її екологізації, тобто наданні все більшого спектру послуг, які менш шкідливі для довкілля та/або орієнтовані на відтворення рівноваги в навколишньому середовищі. Зростаюча екологічна зацікавленість споживачів, пов'язана з підвищенням рівня їхньої поінформованості щодо існуючих проблем в сфері природокористування, сприяє появі на ринку нових екологічних послуг, які відрізняються зручністю, наукоємністю та результативністю зменшення антропогенного тиску на компоненти довкілля.

Таким чином, враховуючи потреби соціуму в збереженні, відтворенні та ощадливому використанні природних благ, диверсифікація екологічних послуг має стати однією з домінант сталого розвитку країни, інструментом розбудови вітчизняного екологічно орієнтованого сервісу. Тому актуальності набувають подальші наукові дослідження щодо оцінки ефективності запропонованої стратегії.

Список літератури:

1. Савчишина К. Е. Сфера услуг в современном воспроизводственном процессе российской экономики [*Электронный ресурс*] / К. Е. Савчишина, В. С. Сутягин. – Режим доступа: <http://institutiones.com/general/1487-sfera-uslug-rosijskoj-ekonomiki.html>.
2. Экономика США [*Электронный ресурс*]. – Режим доступа: http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_countries_by_GDP_sector_composition.
3. Адамович З. М. Вплив основних соціально-економічних показників на розвиток сфери послуг: історичний огляд [*Електронний ресурс*] / З. М. Адамович. – Режим доступу: <http://geopolitika.crimea.edu/arhiv/2014/tom10-v-2/014adam.pdf>.
4. Додана вартість сектору послуг України, 1990-2012 рр. [*Електронний ресурс*]. – Режим доступу: http://nauka.kushnir.mk.ua/makroekonomika/service/service_ukraine.html#1.
5. Формування ринку екологічних послуг в форматі розвитку «зеленої» економіки / За науковою редакцією д.е.н., проф., Заслуженого економіста України Т. П. Галушкіної. – Одеса – ІПРЕЕД НАН України. – Саки: ПП «Підприємство Фенікс», 2012. – 264 с.
6. Сучасні тенденції формування екологічної інфраструктури природокористування : монографія / Харічков С. К., Бережна І. В., Купінець Л. Є. [за ред. Харічкова С. К.]; НАН України, Ін-т проблем ринку та екон.-екол. дослідж. – Одеса, 2012. – 356 с.
7. Ліпанова О. А. Споживча політика: національні та регіональні пріоритети [*Електронний ресурс*] / О. А. Ліпанова // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2012. – № 3-4 (4-5). – С. 172-176.
8. Петренко В. В. Теоретичні аспекти формування механізму управління сферою екологічних послуг / В. В. Петренко // Механізм регулювання економіки. – 2006. – № 3. – С. 48 – 59.
9. Селезньова Л. В. Формування ринку екологічних послуг в економіці України : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.01.01 / Людмила Василівна Селезньова ; Київ. Нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К., 2001. – 21 с.
10. Економічна енциклопедія: У 3 т. / Б. Д. Гаврилишин (гол. ред.). – Т. 3. – К.: Видавничий центр «Академія», 2002. – 952 с.
11. Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 480 с.
12. Фишер С. Экономика / С. Фишер, Р. Дорнбуш, Р. Шмалензи. – М.: Дело, 2002. – 864 с.
13. Данько Т. П. Управление маркетингом : учебник / Т. П. Данько. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 363 с.
14. Финансово-кредитный энциклопедический словарь / [под общ. ред. А. Г. Грязновой]. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 1168с.
15. Лозовский Л. Ш. Универсальный бизнес-словарь / Л. Ш. Лозовский, Б. А. Райзберг, А. А. Ратковский. – М.: ИНФРА-М, 1997. – 260 с.
16. Экономическая теория / [Под ред. А. И. Добрынина, Л. С. Тарасевича]. – СПб.: Изд. СПбГУЭФ, Изд. «Питер», 2003. – 544 с.
17. ГОСТ Р 50646-94 «Услуги населению. Термины и определения» [*Электронный ресурс*]. – Режим доступа: <http://potrebitel59.ru/zakonodatelstvo/dopolnitelnaja-normativnaja-baza>.
18. Софина Т. Н. Сфера услуг: трансформации в рыночной экономике: монография / Т. Н. Софина. – СПб.: Изд-во С.-Петербур. гос. ун-та экономики и финансов, 1999. – 129 с.
19. Международный стандарт ISO 9000: 2005. Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь [*Электронный ресурс*]. – Режим доступа: [http://www.pqm-online.com/assets/files/standards/iso_9000-2005\(r\).pdf](http://www.pqm-online.com/assets/files/standards/iso_9000-2005(r).pdf).
20. Акулич И. Л. Маркетинг: учеб. пособие / И. Л. Акулич, И. З. Герчиков; под общ. ред. И. Л. Акулича. – Минск: Интерпрессервис, 2003. – 397 с.
21. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – М.: Банки и Биржи, 1994. – 207 с.
22. Ворачек Х. О состоянии «теории маркетинга услуг» / Х. Ворачек // Проблемы теории и практики управления. – 2002. – №1. – С. 99 – 103.
23. Лавлок К. Маркетинг послуг: персонал, технологи, стратеги / К. Лавлок. – М.: Вильямс, 2005. – 997с.
24. Шавандина И. В. Генезис социально-экономической сущности услуг / И. В. Шавандина, Т. Н. Кутаева, Е. А. Кутаева // Вестник НГИЭИ – 2013. – № 3. – С. 186 – 198.
25. Шавандина И. В. Социально-экономическая эффективность услуг в сфере заготовок сельскохозяйственной продукции организациями потребительской кооперации: монография / И. В. Шавандина. – Княгинино: Нижегородский государственный инженерно-экономический институт, 2008. – 141 с.
26. Екологічна енциклопедія: У 3 т. / [Редколегія: А. В. Толстоухов (головний редактор) та ін.] – К.: ТОВ «Центр екологічної освіти та інформації», 2008. – Т.3: О-Я. – 472 с.

27. Костюк У. З. Вдосконалення механізму розвитку ринку екологічних послуг в Україні: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.06 / Уляна Зіновіївна Костюк; НАН України, Рада по вивч. продукт. сил України. – К., 2010. – 20 с.
28. Кашенко О. Л. Фінанси природокористування : навч. посібник / О. Л. Кашенко. – Суми: Видавництво «Університетська книга», 2000. – 421 с.
29. Котенко Н. В. Управління фінансуванням публічних екологічних послуг у системі територіального природокористування : дисертація на здобуття наукового ступеня канд. економічних наук: 08.00.06 / Н. В. Котенко; Наук. керівн. І. Д. Скляр. – Суми: СумДУ, 2011. – 267 с.
30. Котенко Н. В. Фінансування публічних екологічних послуг як основа забезпечення якості життя населення України / Н. В. Котенко // Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка. – 2009. – № 1. – С. 60 – 70.
31. Екологічне управління : підручник / [В. Я. Шевчук, Ю. М. Саталкін, Г. О. Білявський та ін.] – К.: Либідь, 2004. – 432 с.
32. Орел О. І. Екологічні послуги як інструмент національної екологічної політики / О. І. Орел // Збалансоване природокористування. – 2014. – № 1. – С. 101 – 108.
33. Петренко В. В. Визначення ролі і місця екологічних послуг у їх загальній системі / В. В. Петренко // Механізм регулювання економіки. – 2005. – № 1. – С. 45 – 56.
34. Мельник Л. Г. Екологічна економіка : підручник / Л. Г. Мельник. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2006. – 367 с.
35. Энергоуслуги и экологические услуги: цели переговоров и приоритеты в области развития / Под редакцией Симонетты Царрилли [Электронный ресурс] / Материалы Конференции ООН по торговле и развитию UNCTAD/DITC/TNCD/2003/3. – Режим доступа: http://unctad.org/ru/docs/ditctnkd20033_ru.pdf.
36. Голошубова Н. О. Організація торгівлі: підручник / Н. О. Голошубова. – К.: Київ. нац. торг. коном. ун-т, 2012. – 680 с.
37. Сдаем бутылки и банки в Финляндии, утилизация вторичного сырья [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mumiland.ru/finlyandiya/sdaem-butytki-i-banki-v-finlyandii-utiliz>.
38. Вендинговая утилизация [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kioskservice.ru/news/?id=17>.
39. Колосова М. Вендинг здоровой еды [Электронный ресурс] / М. Колосова, Д. Пронин. – Режим доступа: <http://gazetagreency.ru/eco-kitchen/567-vending-zdorovoj-edu>.
40. Довга Т. М. Економіко-екологічна ефективність рециклінгу твердих побутових відходів: дис. кандидата екон. наук: 08.00.04 / Довга Тетяна Миколаївна. – К., 2014. – 255с.
41. Вторая жизнь вещей»: карта пунктов приёма вторсырья [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.greenpeace.org/russia/ru/campaigns/ecodom/trash/recyclemap>.
42. Зробимо Україну чистою! [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://biggggidea.com/project/540>.

Надано до редакції 25.01.2014

Губанова Олена Ростиславівна / Elena R. Gubanova
e-mail: askoldov@ukr.net

Посилання на статтю / Reference a Journal Article:

Теоретико-методичні засади диверсифікації послуг в сфері природокористування [Електронний ресурс] / О.Р. Губанова // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2015. – № 2 (18). – С. 147-154. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2015/n2.html>