

# MPRA

Munich Personal RePEc Archive

## **Methodology features and problems of definition of the term «green business»**

Stepanenko, Bohdana

Institute for Economics and Forecasting, Ukrainian National  
Academy of Sciences

January 2010

Online at <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/41117/>

MPRA Paper No. 41117, posted 11 Sep 2012 13:43 UTC

## **Особливості та проблеми методології визначення поняття «зелений бізнес»**

Визначено поняття «зелений бізнес». Висвітлено теоретичні та методологічні засади функціонування цього виду діяльності. Виділено основні аспекти та головні етапи розвитку цього виду діяльності. Подано класифікацію підприємств зеленого бізнесу.

Определено понятие «зеленый бизнес». Отражены теоретические и методологические принципы функционирования этого вида деятельности. Выделены основные аспекты и главные этапы этого вида деятельности. Подана классификация предприятий зеленого бизнеса.

The term «green business» is defined. Theoretical and methodological principles of functioning of this type of activity are reflected. Basic aspects and main development stages of green business are marked out. The classification of green business enterprise is shown.

В сучасних умовах розвитку світової економіки питання глобальної зміни клімату та захисту навколишнього середовища набирають все більшої актуальності. У ХХІ ст. більшість розвинутих держав світу одним з напрямків свого економічного та соціального розвитку обрали покращення внутрішніх екологічних умов існування та зниження шкідливого впливу на довкілля. Так як сьогодні основним джерелом забруднення навколишнього середовища є промислова діяльність, то найбільша увага приділяється питанням упровадження технологій та бізнес-процесів, спроможних знизити негативний вплив виробничої діяльності на довкілля.

Зазвичай, витрати, пов'язані з використанням підприємством природних ресурсів, є набагато нижчими, ніж ціна ліквідації наслідків того негативного екстернального впливу на навколишнє середовище, який при цьому виникає. Такий вплив, створюючи несприятливі екологічні умови існування, негативно впливає на здоров'я людей, тварин та рослин. Забруднення довкілля призводить до зниження народжуваності, ослаблення імунітету, вимирання або генетичних

змін флори та фауни, що спричиняє додаткові суспільні витрати на придбання медикаментів, оздоровлення, захист рослин та тварин. Також додаткові витрати виникають і у держави, так як однією з її функцій є екологічна, що покликана створювати сприятливі умови існування населення: ліквідувати наслідки екологічних катастроф, охороняти природне середовище, контролювати використання природних ресурсів, зводити до мінімуму шкідливий вплив наслідків аварій на промислових підприємствах, поліпшувати якість питної води, екологізувати технології у промисловості, енергетиці, будівництві, сільському господарстві, на транспорті тощо. Таким чином, забруднення навколишнього середовища спричиняє збільшення як суспільних, так і державних витрат, а також зниження інвестиційної привабливості окремих регіонів та країн світу, яке відбувається через зниження попиту на екологічно-шкідливі товари, можливість підвищення податкового тягаря в галузях з високим рівнем забруднення довкілля, неможливість сертифікації та стандартизації продукції через низьку екологічну якість тощо.

Суперечності між економікою та екологією виникають через негармонійний розвиток системи „природа-людина-виробництво”. З часів індустріалізації до сьогоднішнього дня триває поступове зростання масштабів шкідливих викидів промисловості у навколишнє середовище та кількості екологічних катастроф, що створює необхідність пошуку нових підходів до розроблення новітніх технологій та процесів, які, забезпечуючи рентабельність виробництва, водночас сприяли б покращенню екологічної ситуації.

Результатом таких пошуків стало становлення та розвиток нового виду діяльності – “зеленого бізнесу”, покликаного вирішити проблему гармонізації відносин в ланцюжку „природа-людина-виробництво”.

Дослідження питання взаємозв'язку екології та економіки набуває все більшої актуальності для економічної науки та практики. Наукова література містить чимало праць, присвячених цьому питанню, серед яких слід відзначити праці таких зарубіжних вчених, як Тосової М., Кірхофа С., Вальтера Д., Барона Д. Аналізом економічних, екологічних і соціальних аспектів сталого

розвитку займаються такі вітчизняні вчені, як Мельник Л.М., Гребнюк Н.В., Івлєва Е.С., Прокопенко О.В., Попова О.Л. У роботах зазначених авторів висвітлено потребу посилення взаємозв'язку екології та економіки для забезпечення економічного зростання, що перешкоджало б погіршенню стану навколишнього середовища та сприяло б його покращенню. Для цього пропонується інтегрувати принципи сталого розвитку в існуючі моделі ведення бізнесу. Однак в роботах вищезазначених вчених, не розкрито ролі зеленого бізнесу у вирішенні цього питання. Так як одним з можливих варіантів посилення взаємозв'язку економічного зростання з покращенням екологічної ситуації є запровадження нових форм підприємницької діяльності, що разом з забезпеченням прибутковості позитивно б впливали на стан довкілля, то виникає об'єктивна необхідність подальшого розвитку теоретичних та методологічних підходів становлення та розвитку зеленого бізнесу.

У вітчизняній науковій літературі не розроблено понятійно-категоріальний апарат зеленого бізнесу та існує невизначеність критеріїв, за якими можна виділити зелений бізнес з-поміж інших видів діяльності. Це потребує наукових досліджень теоретичних основ зеленого бізнесу в Україні.

Саме тому автор вбачає метою даної статті висвітлення теоретичних та методологічних засад функціонування зеленого бізнесу. Для досягнення поставленої мети головна увага зосереджена на визначенні поняття „зелений бізнес”, виділенні основних аспектів та основних етапів розвитку цього виду діяльності, а також подано класифікацію підприємств зеленого бізнесу.

Зелений бізнес є однією з основних функцій зеленої економіки, що розпочала своє становлення на початку 70-х років ХХ ст. Посприяло цьому, в першу чергу, заснування Римського клубу, що об'єднав представників світової політичної, фінансової, культурної та наукової еліти для вивчення глобальних світових проблем, який у 1972 р. оприлюднив доповідь „Межі росту” [1, с. 99–101]. Це був перший доклад, який показував, що екстенсивне економічне зростання, в умовах якого людство живе протягом багатьох поколінь, має об'єктивно обумовлені межі. І межі ці пов'язані із тим, що швидкість

відновлення природних ресурсів на декілька порядків відстає від темпів їхнього використання. Саме таке твердження спричинило бурхливий розвиток наукових досліджень впливу міжнародної діяльності на навколишнє середовище\*. Наступний поштовх розвитку зеленої економіки відбувся у 90-х роках ХХ ст. після прийняття Марракеського протоколу до Генеральної угоди з тарифів і торгівлі від 1 січня 1995р., що передбачала не лише зниження тарифів та торгових бар'єрів, але також стосувалася й введення екологічних стандартів виробництва та продажу товарів та послуг [2, с. 285–286]. Саме ця угода стала основою для формування ринку екологічних товарів та послуг, які покликані знизити шкідливий вплив на довкілля. Становлення цього ринку призвело до створення нормативно-правового регулювання його діяльності як на національному так і на міжнародному рівні. Така легітимізація торкнулася не лише купівлі-продажу екологічних товарів та послуг, але й їх виробництва (наприклад, прийняття стандартів ISO 14000, Кіотський протокол, тощо). Долучення країн світу до таких міжнародних програм сприяло тому, що на міжнародному рівні розпочалося створення передумов (екологічні податки, субсидування програм розвитку зелених технологій, дозволи на викиди) для впровадження в життя таких видів діяльності, які сприяли б захисту навколишнього середовища або, хоча б, максимально мінімізували екологічно-шкідливий вплив на довкілля промислової діяльності. Прийняті урядові ініціативи викликали інтерес та бажання у підприємств долучитися до державних програм сталого розвитку, що й стало початком формування корпоративної соціальної відповідальності та соціально відповідальної інвестиційної практики. Саме за таких умов виникла зелена економіка та зелений бізнес. Отже, становлення зеленої економіки відбулося в 5 етапів поданих на рис. 1.

---

\* див. *Baumol W.* Environmental protection, International Spillovers and Trade. – Almqvist & Wiksell, 1971. – 59 p.; *Siebert H.* Trade and environment. – New York: Elsevier Scientific Pub. Co., 1974. – 42 p.; *Markusen J. R.* Cooperative Control of International Pollution and Common Property Resources // *The Quarterly Journal of Economics.* – 1975. Vol. 89(4). – pp. 618-32; *Walter I.* The pollution content of American Trade // *Western Economic Journal.* – Vol. 11. – pp. 61–70; *Pethig R.* Pollution, welfare, and environmental policy in the theory of comparative advantage // *Journal of Environmental Economics and Management.* – 1976. – Vol. 2. – pp. 160–179.



**Рис. 1.** Історичні етапи становлення зеленої економіки та зеленого бізнесу.

Таким чином, фундаментом для становлення поняття зелений бізнес виступають основні категорії, що характеризують взаємозв'язок економіки та екології. Це:

- екологічні товари та послуги;
- сталий розвиток;
- зелена економіка;
- соціально відповідальні інвестиції;
- корпоративна соціальна відповідальність.

#### **Екологічні товари та послуги (Environmental Goods and Services – EGS).**

Експерти Організації економічної співпраці та розвитку разом з фахівцями з Євростату дають наступне визначення: *EGS* – це технології, продукти та послуги для вимірювання, запобігання, обмеження, мінімізації чи нейтралізації шкідливого екологічного впливу на водні, повітряні чи земельні ресурси. До *EGS* відносяться чисті технології, продукти та послуги, що знижують ризик нанесення шкоди навколишньому середовищу та використанню ресурсів [3, с. 77]. Зокрема, Ульріх Хофман, працівник та дослідник ЮНКТАДу, дає наступне визначення: *EGS* – це продукти, які на деяких чи всіх стадіях свого життєвого циклу (обробка, виробництво, споживання, утилізація) завдають значно менше екологічної шкоди, ніж альтернативні продукти, які використовуються для тих же цілей; продукти, виробництво та продаж яких сприяє захисту довкілля [4, с. 5–6]. Прокопенко О.В. дає наступне визначення екологічним товарам – це економічні продукти, тобто результати людської

праці (господарської діяльності), що подані в матеріально-предметній формі (матеріальні продукти), у духовній чи інформаційній формі (інтелектуальні продукти) або у вигляді виконаних робіт і послуг, виробництво і споживання яких сприяє зниженню інтегрального екодеструктивного впливу в розрахунку на одиницю сукупного суспільного продукту при одночасному підвищенні економічної ефективності у сферах їх виробництва і споживання [5]. Заснування ринку екологічних товарів та послуг стало першим етапом в становленні та розвитку нової форми підприємницької діяльності – зеленого бізнесу.

**Сталий розвиток (Sustainable development).** Термін “сталий розвиток” є офіційним українським відповідником англійського терміну “sustainable development”, дослівний переклад якого з урахуванням контексту може бути «життєздатний розвиток», а розширене його тлумачення — всебічно збалансований розвиток [6]. Звіт Світової комісії навколишнього середовища та розвитку ООН «Наше спільне майбутнє» дає наступне визначення: розвиток, що задовольняє потреби сучасних поколінь та не зменшує, при цьому, здатності майбутніх поколінь задовольняти їх власні потреби [7]. Визначення вітчизняного Інституту сталого розвитку: суспільно-економічна модель поступального технологічного і соціального розвитку українського суспільства з метою задоволення життєвих потреб нинішнього та майбутніх поколінь, згідно з якою виробнича і соціальна сфери розвиваються збалансовано, не наносячи довікільлю непоправної шкоди. Ключовими завданнями сталого розвитку є:

1. Відновлення й подальше збереження в потрібному обсязі на необхідній площі природних екосистем та їхньої здатності до самовідтворення.
2. Забезпечення при цьому випереджального розв'язання проблеми: економічного, соціального, демографічного і духовного розвитку.
3. Узгодження темпів економічного розвитку з господарською ємністю екосистем [8].

Це поняття кореспондується з похідними за змістом термінами, такими як сталий економічний розвиток, стале економічне зростання, сталий розвиток промисловості, сталий розвиток аграрного комплексу, сталий розвиток поселень та міжселенних територій, стале фінансування, стале виробництво, стале суспільство, сталий соціальний розвиток.

**Зелена економіка** (Green Economics) – економіка, що підтримує гармонійну взаємодію між людьми та природою, намагаючись задовольнити потреби обох одночасно. Цей напрямок економічної теорії висуває концепцію створення вартості із забезпеченням екологічної якості та безпеки, що протиставляється класичній концепції економіки створення вартості шляхом накопичення матеріальних речей та грошей [9]. Зелена економіка має на меті ведення бізнес-практики, що приносить б економічні вигоди без нанесення екологічно-шкідливого впливу навколишньому середовищу. Таким чином зелений бізнес є однією з основних функцій зеленої економіки, головною метою якого є захист світової еко-системи одночасно з отриманням прибутків від ведення підприємницької діяльності.

**Соціально відповідальні інвестиції** (Socially Responsible Investments – *SRI*) – довгострокові вкладення, з метою отримання прибутку, грошових коштів у активи соціально відповідальних компаній, тобто таких, що займаються виробництвом товарів та послуг, що не викликають шкідливої звички (алкоголь, тютюн, тощо) або не шкодять моральним принципам людства (порнографія, проституція, тощо) [10]. До таких товарів та послуг, в першу чергу, відносяться продукти та послуги зеленого бізнесу. Таким чином, *SRI* сприяє становленню та розвитку зеленого бізнесу.

**Корпоративна соціальна відповідальність** (Corporate social responsibility – *CSR*) – це форма корпоративного саморегулювання, інтегрованого у виробничий процес, що сприяє утворенню позитивного екологічного впливу на суспільство, довкілля тощо [10]. Зелений бізнес передбачає наявність корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві. Це обумовлено тим, що для цього виду діяльності «зеленим»



повинен бути не лише кінцевий продукт, але й процес, методи та засоби виробництва.

Всі вище наведені поняття відносяться до економічної сфери захисту навколишнього середовища і, як вже зазначалось, закладають основи понятійно-категоріального апарату зеленого бізнесу, що є похідним інструментом зеленої економіки.

У Звіті Комісії екологічних ринків зазначається, що сьогодні ринок екологічних товарів та послуг зростає швидкими темпами. Розвиток цього ринку призводить до появи нових технологій та інновацій, що є каталізаторами створення нових бізнес-моделей, продуктів та послуг, які трансформують існуючі сектори економіки та створять зовсім нові галузі [11]. Таким чином, ринок екологічних товарів та послуг передбачає не просто взаємодію покупців та продавців, але також сприяє формуванню екологічної свідомості\*\* у суб'єктів ринкових відносин, яка поступово інтегрується в усі сфери економічного та соціального життя і сприяє створенню нових бізнес-моделей. Одним з таких нових напрямків економічної активності і є зелений бізнес, що об'єднує багато комерційних видів діяльності під однією соціально-орієнтованою ідеєю захисту навколишнього середовища та покращення екологічних умов життя населення.

Світова наукова література оперує наступними визначеннями поняття «зелений бізнес»:

1. Джон Елкінгтон, який є основоположником поняття «сталий розвиток» вважає, що зелений бізнес – це вид підприємницької діяльності, що забезпечує створення нових, більш сталих форм суспільного багатства [12, с. 8]. Створення такого багатства засноване на принципах економічної вигоди, забезпечення екологічної якості та створення соціально-етичного капіталу [13]. Наведене формулювання поняття «зелений бізнес» є одним з перших наведених в науковій літературі. За цим визначенням досить важко віднести той чи інший

---

\*\* Екологічна свідомість - це сукупність поглядів, теорій та емоцій, що відображають проблеми співвідношення суспільства та природи в плані оптимального їх вирішення відповідно до конкретних потреб суспільства та природних можливостей [Гирусов Э.В. Экологическое сознание как условие оптимизации взаимодействия общества и природы // Философские проблемы глобальной экологии. - М., 1983. - С.105-120.]

вид діяльності до зеленого бізнесу, адже немає чіткого розуміння, що відноситься до сталих форм суспільно-економічного багатства.

2. Девід Тейлор та Ліз Волей в своїй праці «The Green Entrepreneur: Visionary, Maverick or Opportunist?» зазначають, що зелений бізнес – це комерційний вид діяльності, що має змішану мету: по-перше, це економічна максимізація прибутків, а по-друге, екологічно-соціальна спрямованість, що повинна відображатися як на кінцевому продукті, так і на процесі його виробництва [14, с. 4–5]. Дане визначення, на нашу думку, не розкриває до кінця сутності зеленого бізнесу, однак відрізняється від вищезазначеного тим, що вказує на ланки виробничого ланцюжка в яких повинна проявлятися екологічно-соціальна спрямованість.

3. Інший підхід застосовується в науковій праці «An Examination of Employment Change in Northern Ireland's Environmental Industry», де зазначається, що зелений бізнес – це діяльність пов'язана з контролем забруднення довкілля, збором та переробкою, повторним використанням або утилізацією відходів, підвищенням енергоефективності, консультуванням щодо зниження екодеструктивного впливу, моніторингом забруднення навколишнього середовища, еко-туризмом, зеленим НДДКР, органічним сільським господарством, зеленими технологіями [15]. Таке визначення зеленого бізнесу звужує напрямки діяльності та не передбачає їх розвитку. Також воно більше сконцентроване на кінцевому продукті, а не на процесі виробництва.

4. Роберт Ісак вважає, що зелений бізнес – це бізнес, що діє на основі принципів сталого розвитку та має на меті досягнення соціальних й екологічних вигід від рентабельної підприємницької діяльності [16, с. 6]. Він також припускає, що досконалий вид зеленого бізнесу передбачає, що кінцевий продукт та процес його виробництва відповідають вимогам сталого розвитку та покликаний соціально трансформувати економічний сектор в якому він діє в бік сталого розвитку [17, с. 13–14]. На наш погляд зазначене визначення найбільш точно характеризує зелений бізнес як окрему форму діяльності.

Отже, існує чимало наукових праць присвячених дефініції поняття «зелений бізнес», але, на сьогодні, у світовій науковій літературі ще не сформулювалося єдине стале визначення цього виду діяльності. Також існують розбіжності у визначеннях наукових праць та у звітах підприємств, що діють за принципами сталого розвитку. Для того, щоб більш точно дати визначення поняттю «зелений бізнес» слід виділити основні аспекти зеленого бізнесу, що присутні у визначеннях як науковців, так і представників даного виду діяльності.

Використання поняття «зелений бізнес» у наукових звітах компаній, які вважають себе представниками цього бізнесу та намагаються таким чином підвищити вартість та обсяги продажів своїх продуктів та послуг має інший сенс. Наприклад, Браян Тітлі, директор компанії Ernst&Young, дає наступне визначення: *зелений бізнес* – такий вид діяльності, який у різних секторах економіки докладає зусиль для запровадження низько-вуглецевих, ресурсно-ефективних та/або повторно перероблюваних продуктів, процесів, послуг та бізнес-моделей, які дозволяють їм робити це у значно більш екологічно раціональний спосіб, ніж їх найближчі конкуренти [18]. Представник міжнародної консалтингової фірми *Axialent* Фред Кофман вважає, що зелений бізнес – це не лише комерційна діяльність, але й засіб виконання персональної або колективної поваги у суспільстві, що сприяє захисту навколишнього середовища [19].

На наш погляд, всі вище зазначені визначення хоч і розкривають сутність зеленого бізнесу, все ж не дають змогу точно відділити цей вид діяльності від інших і тому потребують доопрацювання. Адже хоча Б.Тітлі й зазначає, що цей вид діяльності ґрунтується на виробництві товарів та послуг екологічно раціональним способом, але він не вказує на те, що зелений бізнес повинен бути у першу чергу економічно вигідним, тобто приносити дохід. Визначення Ф. Кофмана не розкриває зміст екологічної спрямованості зеленого бізнесу, адже ця діяльність пов'язана не просто з виконанням персональної або колективної поваги у суспільстві, але з її допомогою формується екологічна

його свідомість. До того ж Б. Тітлі зосереджується на екологічності кінцевого продукту виробництва, а, на наш погляд, зелений бізнес є не лише екологічністю кінцевого продукту, але й інтеграцією екологічного менеджменту у виробничий процес. Також це поняття стосується не лише виробництва екологічних товарів та послуг, а поширюється на всі види економічної діяльності, що сприяють покращенню екологічної ситуації.

На противагу традиційному веденню бізнесу зелений бізнес ґрунтується на екологічносприятливих методах ведення підприємницької діяльності. Саме тому, на нашу думку, визначення повинно відображати економічну ефективність діяльності та вказувати на те, чим цей вид відрізняється від традиційних бізнес-моделей. Також зелений бізнес передбачає не лише регулювання норм екологічної безпеки і зниження шкідливого впливу на довкілля та здоров'я людей, але й формування певної свідомості у робітників та управлінців компанії щодо важливості захисту навколишнього середовища та зниженні шкідливого впливу на довкілля. Виходячи з цього, пропонуємо наступне визначення поняття „зелений бізнес“:

**Зелений бізнес** – це вид комерційної діяльності, головною метою якої є отримання прибутку від продажу екологічних товарів й послуг, виробництво та надання яких передбачає застосування методів та технологій, що мінімізують інтегральний екодеструктивний вплив на довкілля, а їх використання сприяє створенню максимально екологічно сприятливих умов життя для споживачів як в короткостроковому, так і в довгостроковому періоді та веде до формування екологічної свідомості суспільства. Зелений бізнес може бути реалізований у будь-якій сфері економіки.

Зелений бізнес передбачає наявність трьох аспектів, що характеризують його з різних сторін. До таких аспектів потрібно віднести:

1. Екологічний – коли природно-ресурсний потенціал залишається незмінним. Це означає, що в процесі людської діяльності ресурси навколишнього середовища, що використовуються, не повинні зменшуватися або руйнуватися. Отже, використання відновлюваних природних ресурсів не

повинно перевищувати темпи їх відновлення, а використання невідновлюваних природних ресурсів повинно бути зведено до мінімуму.

2. Соціально-культурний, що, по-перше, означає задоволення індивідуальних потреб людства (здоров'я, харчування, житло, освіта, культура, тощо) екологічним чином, тобто знижуючи шкідливий вплив на навколишнє середовище та застосування зелених технологій; по-друге, створення нового суспільства, яке б об'єднувало досягнення спільної мети: захисту навколишнього середовища, покращення екологічних умов життя, тощо.

3. Економічний, що виникає, коли екологічно раціональний розвиток є фінансово доцільним та передбачає отримання фінансової вигоди від впровадження програм та механізмів захисту та покращення навколишнього середовища.

Вищезазначені аспекти також є ознаками сталого розвитку (див. табл. 1). Це ще раз підтверджує, що зелений бізнес є засобом забезпечення сталого розвитку.

Таблиця 1

### Значення зеленого бізнесу в економічному, екологічному та соціально-культурному аспектах

Економічний	Екологічний	Соціально-культурний
<ul style="list-style-type: none"> <li>• формування прибутків на основі довгострокових виробничих та інвестиційних стратегій замість короткострокової максимізації прибутку.</li> <li>• співвідношення між прибутками від фінансових інвестицій та прибутками від реальної доданої вартості є додатнім;</li> <li>• задоволення потреб підприємства, що необхідні для забезпечення його діяльності, відбувається в повній мірі.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• збільшення продуктивності ресурсів;</li> <li>• інвестування у відновлювані джерела;</li> <li>• відновлення або утилізація використаних матеріалів;</li> <li>• захист світової та місцевої екологічної системи.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• розвиток людського капіталу (відповідальність за робочі місця, освіту та подальше навчання, підтримка індивідуальної зайнятості, тощо);</li> <li>• розвиток соціального капіталу (створення можливостей ефективної зайнятості, запобігання дискримінації національних меншин, тощо);</li> <li>• розвиток культурного капіталу (повага культурного різномайття, захист індивідуальних громадянських прав, тощо).</li> </ul>

**Джерело:** побудовано автором за [20].

Розвиток будь-якого нового виду діяльності відбувається в декілька етапів. Зелений бізнес також має декілька етапів розвитку. До таких етапів відносяться (див. рис. 1):

**ЕТАП I.** Введення стандартів екологічно раціонально-ефективної діяльності чи позиціонування на ринку як «еко-компанії».

**ЕТАП II.** Виробництво екологічних товарів та послуг.

**ЕТАП III.** Зелений бізнес.



Джерело: авторська розробка.

**Рис. 2.** Еволюційні етапи розвитку зеленого бізнесу.

На першому етапі розвитку відбуваються зміни, які пов'язані з адміністративним регулюванням діяльності підприємств в країні, що, зазвичай, передбачають дотримання певних екологічних стандартів менеджменту. Таким чином, на цьому етапі підприємство сприяє зниженню забруднення навколишнього середовища, але не за власним бажанням, а у відповідності до вимог законодавчо-нормативних актів або постанов світових організацій (рис.2).

На другому етапі підприємство, за власним бажанням, переходить на екологічні технології виробництва товарів та послуг і сприяє покращенню довкілля за допомогою використання сировини та технологій, які мінімізують

шкідливий вплив на навколишнє середовище та сприяють покращенню умов життя населення.

На третьому етапі, окрім мінімізації шкідливих екологічних екстернальних ефектів від виробничої діяльності, на підприємстві у керівників та співробітників формується екологічна свідомість, яка ґрунтується на забезпеченні екологічних потреб не лише сучасного покоління населення, але й передбачає створення сприятливих умов життя для майбутніх поколінь шляхом мінімізації впливу виробництва на довкілля у довгостроковому періоді.

В таблиці 2 подана порівняльна характеристика етапів розвитку зеленого бізнесу. З таблиці видно, що діяльність зеленого бізнесу пов'язана не лише з виробництвом товарів та послуг навколишнього середовища, але й сам виробничий процес повинен бути побудований екологічно раціональним чином. Тобто, всі фактори виробництва мають сприяти захисту навколишнього середовища, а продукти та послуги повинні підвищувати екологічні умови життя людства. Таким чином, ми можемо говорити, що зелений бізнес передбачає формування екологічної свідомості у споживачів, що і відділяє його від інших схожих видів діяльності.

## Порівняльна характеристика зеленого бізнесу та інших схожих видів діяльності

Бізнес-процес	Елементи бізнес-процесу	Зелений бізнес	Виробництво екологічних товарів та послуг	Введення деяких стандартів екологічно раціональної ефективності чи позиціонування на ринку як «еко-компанії»
Заснування	Мета бізнесу	Отримання прибутку	Отримання прибутку	Отримання прибутку
	Завдання бізнесу	- створення продукції чи надання послуг, що сприяють захисту природи та навколишнього середовища; - створення екологічно сприятливих умов життя як у короткостроковій так і в довгостроковій перспективі;	- створення продукції чи надання послуг, що сприяють захисту природи та навколишнього середовища;	- створення продукції чи надання послуг, що приносила б економічні вигоди для підприємства;
Виробництво	Сировинні ресурси	- відповідають світовим вимогам якості та стандартам екологічної безпеки; - при виробництві мають найменше шкідливих викидів; - утилізація після використання не шкодить навколишньому середовищу; - мають відновлюваний характер; - при створенні був мінімізований хімічний вплив;	- відповідає світовим вимогам якості та стандартам екологічної безпеки; - при створенні (видобуванні) був мінімізований хімічний вплив;	- відповідає світовим стандартам якості;
	Технології та обладнання	- зазвичай, використання так званих чистих технологій, що мають мінімально можливий вплив на навколишнє середовище; - утилізація після використання не шкодить навколишньому середовищу;	- використання устаткування придатного для створення продуктів та послуг;	- використання устаткування придатного для створення продуктів та послуг;
	Процес виробництва	- відповідає стандартам якості ISO 14000, що є стандартами створення системи екологічного менеджменту на підприємстві; - має мінімально можливий вплив на навколишнє середовище; - передбачає виробництво екологічно чистої продукції, що не шкодить здоров'ю людства та має мінімальний вплив на навколишнє середовище; - передбачає використання тари та упаковки, що можуть бути утилізовані з мінімальним впливом на навколишнє середовище, або використані повторно.	- передбачає виробництво екологічно чистої продукції, що не шкодить здоров'ю людства та має мінімальний вплив на навколишнє середовище;	- передбачає зниження виробничих витрат за рахунок ефективного використання електроенергії;
Постачання	Маркетинг	- позиціонування товарів та послуг, як екологічно чистих для здоров'я та таких, що сприяють захисту навколишнього середовища; - маркування продуктів та послуг спеціально розробленими етикетками, що дало б змогу споживачу відрізнити дані види продукції та послуги від стандартних; - позиціонування підприємства, як екологічно свідомого, тобто такого, на якому як робітники так управлінці сприяють покращенню екологічної ситуації не лише на роботі, але й у повсякденному житті.	- позиціонування товарів та послуг, як екологічно чистих для здоров'я та таких, що сприяють захисту навколишнього середовища; - маркування продуктів та послуг спеціально розробленими етикетками, що дало б змогу споживачу відрізнити дані види продукції та послуги від стандартних; -	- позиціонування товарів та послуг, як екологічно чистих для здоров'я та таких, що сприяють захисту навколишнього середовища; - маркування продуктів та послуг спеціально розробленими етикетками.
Споживання	Споживчі потреби	- захист власного здоров'я; - захист природи та навколишнього середовища; - створення екологічно сприятливих умов життя; - отримання економічних вигод від встановлення «зелених» технологій; - забезпечення потреб екологічної свідомості.	- захист власного здоров'я; - захист природи та навколишнього середовища; - створення екологічно сприятливих умов життя; - отримання економічних вигод від встановлення «зелених» технологій; - формування власної екологічної свідомості.	- захист власного здоров'я; - захист природи та навколишнього середовища; - створення екологічно сприятливих умов життя; - отримання економічних вигод від встановлення «зелених» технологій.

Джерело: власна розробка автора.



Нездатність ринку захищати навколишнє середовище та природні ресурси сприяє тому, що держава повинна сприяти покращенню екологічних умов існування населення, що є однією з її функцій. Уряди потребують використання багатьох інструментів для створення умов становлення та функціонування ринку, що забезпечував би захист навколишнього середовища. Саме тому спостерігається зростання державних витрат на захист довкілля, адже у багатьох випадках втручання держави необхідне для створення підґрунтя впровадження сталого розвитку, як зокрема, і зеленого бізнесу [21]. Дослідники *Worldwatch Institute* підкреслюють, що при всіх досягненнях зелена економіка ніколи не стане реальністю без масштабної допомоги держави (грошима, відповідними законами, пільгами та преференціями тощо), приватних інвесторів й споживачів [22]. Наприклад, у США та більшості європейських країн у рамках сталого розвитку пропонують досить багато державних програм фінансування проектів, які сприяють зниженню викидів CO<sub>2</sub> та використанню електроенергії з відновлюваних джерел. Досить часто використання зелених технологій веде до зниження податкового навантаження, а наслідком використання джерел альтернативної енергії є можливість чіткого довгострокового планування витрат, адже ціни на ці джерела електроенергії гарантуються державою і є незмінними протягом 10–20 років [23].

Отже, вищезазначене трактування зеленого бізнесу й всі названі його характеристики, ознаки та аспекти розгляду вказують на те, що його діяльність пов'язана з реалізацією екологічних товарів та послуг різноманітного характеру. Поки що не існує загальноприйнятої класифікації видів зеленого бізнесу. В різних країнах в це поняття входять різноманітні галузі. Наприклад, за визначенням Європейської комісії до підприємств екологічної галузі відносять такі, що займаються: а) виробництвом товарів та послуг з вимірювання, запобігання, обмеження або коригування екологічного збитку завданого довкіллю; б) ліквідацією відходів та зниженням рівню шуму; в) виробництвом, реалізацією, встановленням та обслуговуванням екологічно чистих технологій, застосування яких знижує використання сировини та

забруднення довкілля [24]. Це визначення розкриває одну зі сторін зеленого бізнесу, але не охоплює всі сфери де він діє, тому в таблиці 3 подана класифікація підприємств зеленого бізнесу розроблена за даними провідних світових організацій.

Таблиця 3

**Класифікація підприємств зеленого бізнесу за різними класифікаційними ознаками**

<b>Класифікаційна ознака підприємств зеленого бізнесу</b>	<b>Класифікаційний поділ</b>
За об'єктами впливу екологічних товарів та послуг, що виробляються та реалізуються підприємствами зеленого бізнесу	<ul style="list-style-type: none"> <li>- товари та послуги, що попереджають або зменшують викиди шкідливих речовин у атмосферу;</li> <li>- товари та послуги, що попереджають або зменшують забруднення водних ресурсів;</li> <li>- товари та послуги, що попереджають або зменшують утворення відходів;</li> <li>- товари та послуги, що попереджають або зменшують деградацію землі.</li> </ul>
За видами впливу на навколишнє середовище сфери діяльності підприємств зеленого бізнесу	<ul style="list-style-type: none"> <li>- виробництво обладнання, приладів та засобів контролю для охорони довкілля;</li> <li>- виробництво обладнання та приладів для ресурсозбереження;</li> <li>- діяльність пов'язана з благоустроєм навколишнього середовища та інформуванням екобізнесу.</li> </ul>
За функціональною орієнтацією та характером здійснюваних робіт підприємств зеленого бізнесу	<ul style="list-style-type: none"> <li>- підприємства та організації, що виконують роботи з вивчення стану природо-ресурсного потенціалу та навколишнього середовища;</li> <li>- підприємства та організації, що надають екологічні послуги суб'єктам господарської діяльності;</li> <li>- підприємства та організації, що здійснюють рекультивацію та відтворення природного середовища;</li> <li>- підприємства та організації, що виробляють природоохоронну, ресурсозберігаючу техніку та технологічну апаратуру, природо-зберігаючу продукцію;</li> <li>- підприємства та організації, що забезпечують функціонування екологічної інфраструктури.</li> </ul>

**Джерело:** побудовано автором за даними [24; 25].

Підсумовуючи вище наведене, варто відзначити, що зелений бізнес є новою формою діяльності у економічній сфері, що набуває все більше актуальності та розвивається швидкими темпами. Цей вид підприємницької діяльності, передбачає також застосування зелених технологій та формування екологічної свідомості споживачів та виробників, що є головною відмінністю

цього виду бізнесу від інших комерційних видів діяльності. Таким чином, зелений бізнес має не тільки екологічне спрямування, але передбачає наявність трьох аспектів: екологічного, економічного та соціального, які характеризують його з різних сторін.

### Література:

---

1. *Meadows D.* The Limits to Growth: a report for the Club of Rome's Project on the Predicament of Mankind / Donella H. Meadows. – Universe Books, 1974. – 205 p.
2. *Grote U.* Environmental Standards in Development Countries / Ulrike Grote // Public concerns, environmental standards, and agriculture trade / edited by Floor Brouwer and David E. Ervin – CABI, 2002 – pp. 285–306.
3. *Sinclair-Desgagné B.* The Environmental goods and services industry / Bernard Sinclair-Desgagné // International Review of Environmental and Resource Economics. – 2008. – № 2. – P. 69–99.
4. *Hoffmann U.* Environmentally Preferable Products (EPPs) as a trade opportunity for developing countries / Ulrich Hoffmann. – Geneva: UNCTAD, 1995. – 40 p.
5. *Прокопенко О.В.* Економічні основи формування ринку екологічних товарів : Автореф. дис. канд. екон. наук: 08.08.01 / О.В. Прокопенко. — Суми, 2001. — 20 с.
6. Сталий розвиток [Електронний ресурс] // Вікіпедія: вільна енциклопедія. – Режим доступу: [http://uk.wikipedia.org/wiki/Сталий\\_розвиток](http://uk.wikipedia.org/wiki/Сталий_розвиток).
7. Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future [Електронний ресурс] // General Assembly of United Nations. – Режим доступу: <http://www.un-documents.net/wced-ocf.htm>
8. Основні терміни та визначення до Концепції переходу України до сталого розвитку / Закон України "Концепція сталого розвитку населених пунктів, затверджена Постановою Верховної ради України від 24.12.99 № 1359-XIV".
9. Financial Dictionary [Електронний ресурс] // Investopedia: a forbes digital company. – Режим доступу: <http://www.investopedia.com/dictionary/>.
10. Corporate Social Responsibility - What does it mean? [Електронний ресурс] // Business respect. – Режим доступу: <http://www.mallenbaker.net/>.
11. Report of Commission on Environmental Markets and Economic Performance [Електронний ресурс] // Department for environment food and rural affairs. – November 2007. – Режим доступу: <http://www.defra.gov.uk/>.
12. *Elkington J.* The Triple Bottom Line, Does It All Add Up?: Assessing the Sustainability of Business and CSR / John Elkington. Earthscan Publications Ltd. – 2004. – 186 p.

- 
13. *Elkington J.* Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business / John Elkington. Capstone Publishing Ltd, 1999. – 425 p.
  14. *Taylor D.* The Green Entrepreneur: Visionary, Maverick or Opportunist? / David Taylor, Liz Walley. – Manchester Metropolitan University Business School, 2003. – 44 p.
  15. *Guyer C.* An Examination of Employment Change in Northern Ireland's Environmental Industry, 1993-2003 / Guyer C., Eastwood D., Eaton, M., Stark T. // European Environment: The Journal of European Environmental Policy. – Vol. 11. – 2001. – № 4. – pp. 197–210.
  16. *Isaak R.* Green Logic: Ecopreneurship, Theory and Ethics. – Sheffield: Greenleaf, 1998. – 144 p.
  17. *Isaak R.* The making of the Ecopreneur // Making Ecopreneurs: developing sustainable ecopreneurship /edited by Michael Schaper. – Ashgate Publishing, 2005. – 276 p.
  18. Comparative advantage and green business [Электронный ресурс] // Ernst&Young. – Режим доступа: <http://www.berr.gov.uk/>.
  19. Triple Bottom Line Strategies for Building a Green Business [Электронный ресурс] // EcoSeed: Bringing environment and economy. – <http://www.ecoseed.org/>.
  20. *Hoffmann J.* Darmstadt Definition of sustainable financial investments [Электронный ресурс] // Prof. Dr. Johannes Hoffmann. – Режим доступа: <http://www.ethisches-consulting.de/Dokumentation/>.
  21. World Investment Report 1999: Foreign Direct Investment and Development [Электронный ресурс] // UNCTAD, 1999. – 540 p. – Режим доступа: <http://www.unctad.org/>.
  22. State of the World 2010: Transforming Cultures [Электронный ресурс] // Worldwatch Institute. – Режим доступа: <http://www.worldwatch.org/>.
  23. *Hempling S.* Renewable Energy Prices in State-Level Feed-in Tariffs: Federal Law Constraints and Possible Solutions / Hempling S., Elefant C., Cory K., Porter K. // National Renewable Energy Laboratory. – 2010. – 68 p.
  24. *Коваленко В.И.* Исследование рынка экологических услуг: Учеб. Пособие / Коваленко В.И., Кузнецов Л.М. – СПб.: СПбГИЭУ, 2007. – с. 13.
  25. *Sinclair-Desgagné B.* The Environmental goods and services industry // International Review of Environmental and Resource Economics, 2008. – № 2. – P. 78-79.