

«ЗЕЛЕНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО» ЯК ФАКТОР СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Грінченко Юрій Леонідович

*д.е.н., проф. професор кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова, Одеса, Україна*

Зелене підприємництво стає дедалі значущим фактором забезпечення сталого розвитку через свою гнучкість на реагування все більш відчутного запиту споживачів на зменшення тиску економіки на природне середовище. Базуючись на принципах сталого розвитку, соціальної відповідальності та екологічної сприйнятливості, зелене підприємництво здатне запропонувати більш інноваційні бізнесові рішення ніж традиційні компанії. Для успішної реалізації цих рішень потрібно, по-перше, вміти швидко і чітко визначати вимоги споживачів, а по-друге, вміти шукати джерела фінансування. Побудова партнерських мереж та професійних спільнот, орієнтованих на сталий розвиток, є ключовим фактором, який допомагає зеленому підприємництву подолати виклики конкуренції, регуляторної політики та взаємодії зі споживачами.

Ключові слова: *зелене підприємництво, сталий розвиток, екологічні інновації, аналіз споживачів, бізнес екосистема.*

Green entrepreneurship is becoming an increasingly important factor in ensuring sustainable development due to its flexibility in responding to the increasingly tangible demand of consumers to reduce the pressure of the economy on the natural environment. Based on the principles of sustainable development, social responsibility and environmental friendliness, green entrepreneurship is able to offer more innovative business solutions than traditional companies. For the successful implementation of these solutions, it is necessary, firstly, to be able to quickly and clearly determine the requirements of consumers, and secondly, to be able to find sources of financing. Building partner networks and professional communities focused on sustainable development is a key factor that helps green entrepreneurship overcome the challenges of competition, regulatory policy and interaction with consumers.

Keywords: *green entrepreneurship, sustainable development, environmental innovation, consumer analysis, business ecosystem.*

У глобальному контексті, що характеризується зростанням екологічних проблем, таких як зміна клімату, втрата біорізноманіття та забруднення, зелене підприємництво постає як проактивна відповідь на поточні виклики, спираючись у тому числі на новітні технології. Цей тип підприємництва прагне поєднати економічний прибуток з позитивним впливом на навколишнє середовище, таким чином встановлюючи новий бізнес-підхід, який враховує екологічні фактори. Зростання зеленого підприємництва викликано дедалі більшою значущістю екологічних проблем для споживачів та урядів [3, с. 90]. Все більше людей прагнуть підтримувати підприємства, які застосовують стійкі практики, віддаючи перевагу продуктам та послугам, які зменшують тиск на природне середовище. Ця зміна в поведінці споживачів не лише чинить тиск на традиційні підприємства, щоб ті впроваджували більш стійкі бізнес-моделі, але й заохочує створення абсолютно нових компаній побудованих за принципами зеленого підприємництва.

На відміну від традиційного підприємництва, яке часто зосереджується на максимізації короткострокового прибутку без урахування впливу на навколишнє середовище, зелене підприємництво надає пріоритет довгостроковому підходу до визначення прибутку із врахуванням параметрів сталого розвитку. Зелені підприємці інтегрують стійкі практики з самого початку своєї діяльності, будь то вибір матеріалів, методів виробництва чи навіть логістики, що використовується в операціях [4, с. 2]. Це викликає питання щодо фінансової життєздатності цих підприємств в умовах конкуренції, але тенденція показує, що інноваційні бізнес-моделі також можуть пропонувати нові можливості для отримання прибутку, водночас поважаючи навколишнє середовище. З часом зелене підприємництво може виявитися важливим не лише для екологічної безпеки, але й для підтримки сталого розвитку, який неможливий без економічної стійкості майбутніх підприємств.

Зелене підприємництво базується на кількох фундаментальних принципах, які керують підприємствами у їхній місії щодо узгодження економічних показників з повагою до навколишнього середовища [1, с. 3592]. Одним з головних принципів є сприяння сталому розвитку, що вимагає аби

підприємства повинні розробляти свою діяльність таким чином, щоб мінімізувати свій вплив на навколишнє середовище. Це означає впровадження екологічно чистих виробничих процесів, використання відновлюваних ресурсів та ефективне управління відходами. Підприємці також повинні інтегрувати сталий розвиток у свої пропозиції продуктів та послуг, гарантуючи, що вони задовольняють поточні потреби, не ставлячи під загрозу майбутні покоління.

Поряд зі сталим розвитком, корпоративна соціальна відповідальність є ще одним фундаментальним принципом зеленого підприємництва. Це означає, що підприємці повинні враховувати вплив своїх дій на всіх зацікавлених сторін, включаючи працівників, клієнтів та місцеві громади. Прозорість у бізнес-операціях та повага до прав людини є ключовими аспектами соціальної відповідальності. Компанії, які застосовують відповідну стратегію, часто сприймаються громадськістю більш прихильно і, таким чином, можуть отримати вигоду від більшої лояльності клієнтів.

Нарешті, вплив на навколишнє середовище відіграє центральну роль у сталому підприємстві. Підприємці повинні регулярно вимірювати та оцінювати свій екологічний слід, щоб відповідати передовим практикам сталого розвитку. Такі ініціативи, як компенсація викидів вуглецю або підвищення енергоефективності, можуть бути корисними як для навколишнього середовища, так і для прибутковості. Інтегруючи ці принципи у свої бізнес-моделі, підприємці можуть не лише зробити свій внесок у захист навколишнього середовища, але й створити додаткову економічну цінність, тим самим зміцнюючи свої позиції на ринку.

Інновації є фундаментальним фактором розширення зеленого підприємництва, який виступає ключовим каталізатором сталого розвитку та прибутковості бізнесу. У світі, де природні ресурси скорочуються, а вплив на навколишнє середовище викликає дедалі більше занепокоєння, підприємцям вкрай важливо застосовувати інноваційні підходи. Ці підходи дозволяють їм не лише вирішувати екологічні проблеми, але й створювати економічні можливості [3, с. 97].

Одним із аспектів інновацій у зеленому секторі є поява нових технологій у всіх, навіть традиційних галузях економіки. Ці досягнення дозволяють розробляти більш екологічно чисті продукти, зменшувати відходи та максимізувати ефективність використання ресурсів. Наприклад, такі технології, як сонячна та вітрова енергія, трансформують те, як підприємства виробляють та споживають енергію. Аналогічно, рішення для переробки та управління відходами відкривають нові можливості для компаній, які прагнуть встановити стійку позицію, одночасно збільшуючи свою додану вартість. Крім того, інновації заохочують впровадження стійких практик у бізнес-операції. Інтеграція етичних та екологічно відповідальних методів у виробничі процеси може не тільки покращити імідж бренду, але й сприяти лояльності клієнтів серед тих, хто є екологічно свідомим. Сьогоднішні споживачі все частіше

віддають перевагу брендам, які демонструють справжню відданість принципам сталого розвитку. Нарешті, інноваційні ідеї заохочують співпрацю між державним та приватним секторами, створюючи екосистему, що сприяє зростанню зеленого підприємництва. Державна підтримка та інвестиції в дослідження та розробки можуть призвести до плідних результатів для всіх зацікавлених сторін.

У зеленому підприємстві аналіз ринку є вирішальним кроком, який допомагає визначити конкретні можливості, які слід використати. Цей процес часто починається з проведення поглибленого дослідження ринку, яке може надати цінну інформацію про нові тенденції сталого розвитку. Дослідження ринку включає вивчення поведінки споживачів та аналіз зростаючих зелених секторів. Ця інформація допомагає підприємцям краще зрозуміти очікування споживачів, які часто стають дедалі вимогливішими, коли йдеться про екологічно чисті продукти та послуги. Визначення потреб споживачів також є важливою частиною цього аналізу. Зі зростанням екологічної обізнаності споживачі стають більш чутливими до сталих практик та активно шукають рішення, що вирішують їхні екологічні проблеми. Тому підприємцям важливо проводити опитування або фокус-групи для збору даних про вподобання клієнтів. Інтегруючи відгуки споживачів у розробку продуктів чи послуг, підприємці можуть забезпечити ефективне задоволення ринкового попиту.

Крім того, технології відіграють вирішальну роль у визначенні можливостей зеленого підприємництва. Використання цифрових інструментів, таких як аналітика даних та великі дані, дозволяє виявити невикористані сегменти ринку. Платформи соціальних мереж також можуть надавати інформацію про поведінку користувачів та поточні тенденції, слугуючи барометром для підприємців, які прагнуть займатися сталим розвитком. Кожна виявлена можливість може стати відправною точкою для розробки бізнес-стратегії. Вибравши правильні ніші, підприємці можуть не тільки виділитися, але й зробити свій внесок у більш стале майбутнє.

Фінансування є вирішальним елементом аби зелене підприємництво стало вагомими фактором сприяння сталому розвитку [2, с. 18]. Серед можливих джерел фінансування виділяються гранти. Ці кошти, які часто надаються державними установами або приватними організаціями, підтримують ініціативи, спрямовані на зменшення впливу на навколишнє середовище або розробку екологічно чистих технологій. Підприємцям важливо повністю розуміти вимоги, пов'язані з кожним грантом, щоб максимізувати свої шанси на його отримання.

Приватні інвестори також є привабливим джерелом фінансування для зелених проєктів. Все більше інвесторів шукають можливості, які поєднують економічну прибутковість з позитивним впливом на навколишнє середовище. Це дає підприємцям можливість залучити певні сфери знань або капітал, які прагнуть підтримати екологічно відповідальні ініціативи. Підхід та рекламна пропозиція повинні бути ретельно розроблені, щоб переконати цих інвесторів

у перевагах компанії, одночасно підкреслюючи її відданість принципам сталого розвитку.

Краудфандинг являє собою альтернативу фінансування, яка набула популярності в останні роки. Цей метод дозволяє широкій аудиторії робити внески в проекти, якими вони захоплені, особливо ті, що зосереджені на довкіллі. Платформи краудфандингу, призначені для зеленого бізнесу, забезпечують доступ до фінансування, створюючи спільноту підтримки навколо проекту. Переконлива презентація проекту, що підкреслює його вплив та життєздатність, має вирішальне значення для залучення внесків. У цьому контексті підприємці повинні ретельно оцінити ці варіанти фінансування, оскільки кожен має свої специфічні характеристики та труднощі.

У сфері зеленого підприємництва побудова сильної професійної мережі є важливою для підприємців, які прагнуть успіху в екологічно чистих ініціативах. Нетворкінг дозволяє встановлювати змістовні зв'язки з іншими учасниками галузі, обмінюватися інноваційними ідеями та співпрацювати над проектами з позитивним впливом на навколишнє середовище [2, с/ 19]. Зв'язки, встановлені в рамках цієї мережі, також можуть забезпечити можливості для навчання та підтримку, необхідну для вирішення унікальних викликів зеленого підприємництва. Кілька організацій та платформ сприяють налагодженню зв'язків для зелених підприємців. Такі організації, як B Corporation та Green Business Network, допомагають об'єднати підприємства, які поділяють схожі цінності соціального та екологічного впливу. Відвідуючи ці заходи, підприємці можуть зустрітися з іншими новаторами та інвесторами, які працюють над просуванням зеленого підприємництва.

Крім того, онлайн-спільноти, такі як форуми, присвячені сталому підприємству, пропонують платформу для обміну порадами та ресурсами. Нетворкінгові заходи, такі як конференції чи семінари, також відіграють вирішальну роль у побудові тривалих професійних стосунків. Ці заходи об'єднують галузевих експертів, стартапи та інвесторів, що дозволяє здійснювати прямий обмін знаннями та досвідом. Активна участь у цих зустрічах може не тільки підвищити видимість компанії, але й позиціонувати ваші проекти в дискусіях про майбутнє сталого розвитку та зелених інновацій. Зрештою, використання професійних соціальних мереж, таких як LinkedIn, також пропонує можливість розширити свою мережу контактів у секторі зеленого підприємництва. Ділячись відповідним контентом та взаємодіючи з іншими фахівцями в цій галузі, підприємці можуть закріпити свою довіру, водночас відкриваючи для себе нові тенденції та практики в екосистемі сталого підприємництва.

Зелене підприємництво, що характеризується сталими та екологічно чистими бізнес-практиками, створює безліч суттєвих труднощів. Підприємці часто стикаються з нормативними актами, які, хоча й спрямовані на захист навколишнього середовища, також можуть ускладнити запуск та ведення екологічно відповідального бізнесу. Наприклад, стандарти сертифікації для

екологічно чистих продуктів можуть вимагати значних інвестицій часу та ресурсів, що може відвернути багатьох потенційних підприємців.

Крім того, конкуренція з традиційними підприємствами є ще одним серйозним викликом. Компанії, які не дотримуються принципів сталого розвитку, часто можуть пропонувати продукти за нижчими цінами, що робить зелені альтернативи менш привабливими для споживачів, які дбають про бюджет. Цей ціновий розрив може обмежувати можливості зеленого бізнесу захоплювати частку ринку. Підприємці повинні розробляти інноваційні стратегії для подолання цієї конкуренції, такі як акцентування уваги на екологічних перевагах своєї продукції або навчання споживачів екологічному впливу їхнього вибору покупок.

Крім того, обізнаність споживачів відіграє вирішальну роль в успіху «зеленого» бізнесу. Споживачів необхідно інформувати про переваги екологічно чистих продуктів, але міфи та непорозуміння зберігаються. Наприклад, деякі споживачі помилково вважають, що екологічні продукти не пропонують такої ж якості чи продуктивності, як їхні традиційні аналоги. Тому «зелені» підприємці повинні інвестувати в навчання споживачів за допомогою цільових маркетингових кампаній та інформаційних семінарів, щоб розвіяти ці стереотипи [4, с. 7]. Хоча «зелене» підприємництво має потенціал зробити внесок у сталу економіку, важливо долати складні виклики, пов'язані з регулюванням, конкуренцією та обізнаністю споживачів. Ці перешкоди вимагають адаптованих стратегічних підходів для перетворення викликів на можливості.

Список літератури:

1. Mondal S, Singh S, Gupta H (2025), "Examining the impact of green entrepreneurship drivers on sustainable development in the context of emerging country". *Benchmarking: An International Journal*, Vol. 32 No. 9 pp. 3584–3630, doi: <https://doi.org/10.1108/BIJ-11-2023-0835> OECD (2022), *Policies to Support Green Entrepreneurship: Building a Hub for Green Entrepreneurship in Denmark*,
2. OECD Studies on SMEs and Entrepreneurship, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/e92b1946-en>.
3. Prokopenko O. Innovative models of green entrepreneurship: social impact on sustainable development of local economies / O. Prokopenko, A. Chechel, A. Koldovskiy, M. Kldiashvili // *Economics Ecology Socium*. – 2024. – Vol. 8 No.1. – Pp. 89–111.
4. Saari, U.A., Joensuu-Salo, S. (2020). Green Entrepreneurship. In: Leal Filho, W., Azul, A.M., Brandli, L., Özuyar, P.G., Wall, T. (eds) *Responsible Consumption and Production. Encyclopedia of the UN Sustainable Development Goals*. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-95726-5_6