

DOI: <http://doi.org/10.32750/2022-0206>

УДК 504.06+620.92

JEL: M11, O13, Q42

**Росохацька Марина Олександрівна**

здобувачка освіти,  
Київський університет імені Бориса Грінченка,  
Київ, Україна  
*e-mail: morosokhatska.fitu20@kubg.edu.ua*

**Марченко Олександр Вікторович**

кандидат економічних наук, доцент,  
Національний університет “Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка”,  
Полтава, Україна  
ORCID ID: 0000-0002-3342-0525  
*e-mail: alexmarchenko1954@gmail.com*

**Краус Катерина Миколаївна**

кандидат економічних наук, доцентка,  
Київський університет імені Бориса Грінченка,  
Київ, Україна  
ORCID ID: 0000-0003-4910-8330  
*e-mail: k.kraus@kubg.edu.ua*

**Краус Наталія Миколаївна**

доктор економічних наук, професорка,  
Київський університет імені Бориса Грінченка,  
Київ, Україна  
ORCID ID: 0000-0001-8610-3980  
*e-mail: n.kraus@kubg.edu.ua*

## КОНЦЕПЦІЯ “ЗЕЛЕНОГО” БІЗНЕСУ – ДАНИНА МОДИ ЧИ ВИКЛИК ЧАСУ?

**Анотація.** У статті досліджено зміст “зеленого” бізнесу та передумови його розвитку в Україні і світі в контексті загострення економічної, екологічної, соціальної, енергетичної та гуманітарної криз. Прийнята у 2015 році глобальна програма із забезпечення сталого майбутнього до 2030 року заклала основи розвитку “зеленого” бізнесу як у економічно розвинутих країн, так і в країнах, що розвиваються, а також зосередила увагу провідних лідерів світу на необхідність бережливого ставлення до навколишнього середовища, раціонального використання природних ресурсів, очищення води та ґрунтів, впровадження енергозберігаючих технологій та активний пошук альтернативних джерел енергії.

Серед низки країн світу, Україна у 2022 році зайняла 52 місце із індексом 49,60 у рейтингу екологічної ефективності, поступившись більшості країн Європейського Союзу. Проте, наша країна з року в рік покращує свої показники за цим рейтингом, адже за 2012-2022 роки індекс України зріс на 6,20. Такі тенденції дають сподівання, що рух до екологічності та енергонезалежності продовжаться, незважаючи на військову агресію росії до України.

У статті автори зосередили увагу на головних рішеннях гострих екологічних проблем суспільства, які можна отримати шляхом розвитку “зеленого” бізнесу. Ці рішення, зокрема, лежать в основі реалізації правил ефективної роботи “зеленого” бізнесу – скорочуй споживання, повторно використовуй сировину, переробляй відходи, адже головною метою функціонування бізнесу є зменшення негативного впливу діяльності бізнесу на навколишнє середовище і сприяння раціональному використанню ресурсів.

Успіху в роботі “зеленого” бізнесу додає створення так званих “зелених” офісів, які сконцентровані на еко-закупівлях, енергозбереженні, раціональному тепло- та водопостачанні, “зеленому” друці та “зеленій” рекламі, еко-транспорт тощо. Задля досягнення максимального ефекту в організації та просуванні діяльності “зеленого” офісу, зазвичай організації обирають один із двох підходів – екодевелопмент і екологічний менеджмент. Обидва підходи зосереджені на захисті довкілля,

оптимальному споживанні, протидії змінам клімату, бережливому використанні природних ресурсів. Однак, Україна знаходиться все ще позаду у рейтингу країн світу щодо ефективності боротьби зі змінами клімату – наша країна зайняла 17 місце в 2020 році, що свідчить про неналежний рівень уваги для попередження змін клімату.

**Ключові слова:** “зелений” бізнес; “зелений” офіс; “зелена” економіка; енергоефективність.

## ВСТУП

Серед різноманітності видів соціальної відповідальності в сучасному світі, *екологічна відповідальність* є однією з ключових, адже мова йде не лише про сьогодні, а, в першу чергу, про майбутнє. Саме від людства залежить чи буде чисте повітря і вода, чи залишатиметься планета й далі зеленою. Бізнес, особливо великий, нині найбільш відповідальний за екологічну ситуацію на планеті Земля. Вже не стільки важливо походження бізнесу (американський, китайський, німецький тощо), що спричинив складну екологічну ситуацію у світі, скільки вкрай важливо всім – і людям, і бізнесу, і владі, об’єднати свої зусилля задля захисту та збереження довкілля, взяти на себе відповідальність, розробити план дій щодо зниження негативного впливу на навколишнє середовище і реалізувати його. Це і є “зелений” бізнес, діяльність, що вигідна для бізнесу, навколишнього середовища і звісно ж для суспільства.

**“Зелений” бізнес** – це, перш за все, концепція управління організацією, яка спрямована на зменшення споживання матеріальних ресурсів і зниження негативного впливу діяльності на довкілля. Там де зменшення споживання, там економія, де розумна економія – там прибуток. Нині кожен суб’єкт господарювання зобов’язаний чітко усвідомлювати на перспективу потребу у фінансових, матеріальних і трудових, виробничих потужностях, а також уміти ефективно використовувати наявні природні ресурси, адекватно й оперативно реагувати на зміни, які відбуваються в оточуючому середовищі, з одночасною мінімізацією ризиків для довкілля.

**Постановка проблеми.** Сьогодні, в складних економічних, політичних, екологічних та соціальних умовах, актуальності набувають питання пошуку нових моделей розвитку людства. Звісно ж, що військова агресія росії проти України, воєнний стан, глибока економічна криза та гуманітарна катастрофа в нашій країні, на другий план виносять проблеми екологічні. Проте, вони є не менш важливими та катастрофічними. Вирішення екологічних питань є головним завданням сучасного світового розвитку. У цьому контексті екологізація економіки передбачає формування нового екологічно орієнтованого мислення.

25 вересня 2015 року 193 держави-члени ООН прийняли нову глобальну програму із забезпечення сталого майбутнього до 2030 року. Резолюція Генеральної Асамблеї ООН “Перетворення нашого світу: Порядок денний розвитку у галузі сталого розвитку на період до 2030 року” визначає 17 цілей сталого розвитку (ЦСР), які мають вирішити 169 завдань. ЦСР – орієнтири для встановлення цілей на національному рівні і моніторинговим інструментом для вимірювання суспільного прогресу у 193 країнах світу. 15 вересня 2017 року в Україні Уряд представив Національну доповідь “Цілі сталого розвитку: Україна”, в якій представлено результати адаптації усіх 17 глобальних цілей, з урахуванням специфіки національного розвитку.

Сталий розвиток – це поєднання економіки, суспільства, довкілля, а місце, де вони перетинаються, є центром сталого розвитку. На жаль, зараз в Україні довкілля практично ігнорується. В цьому контексті залишається невирішеним ряд питань, що стосуються його. По-перше, нехтування природними благами та послугами. Відтак, в економіці має застосовуватися підхід “симетрія вигод та збитків”. Маємо усвідомлювати, що наявність

водних басейнів та лісових насаджень є екологічним благом і вигодою, але знищення довкілля призводить до величезних збитків.

По-друге, зовнішні ефекти – некомпенсовані витрати, які накладає одна сторона на іншу. Наприклад, екологічний збиток. Проживання поруч із заводом, який є забрудником довкілля, може стати причиною виникнення різних захворювань, що тягне за собою додаткові витрати для ліквідації зовнішнього ефекту. По-третє, фактор часу. Так, кліматичні збитки будуть проявлятися через 20-30 років [5, с. 88].

Таким чином, нині світ і Україна, зокрема, зіштовхується з низкою екологічних проблем. Підприємці всіляко намагаються поєднати свою діяльність з екологією, зробити її природо орієнтованою, енергоефективною. Проте перехід від традиційного до “зеленого” бізнесу відбувається вкрай повільно. Чому в Україні уповільнена така трансформація? Чи перспективний “зелений” бізнес? [14, с. 384]

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Із дослідженням загальних аспектів функціонування “зеленого” бізнесу та проблем сьогодення, які він допомагає вирішити, пов’язані імена таких науковців, як Д. Закіянова [4], Н. Краус та К. Краус [5; 14], Г. Марушевського і Д. Хікмана [6], Б. Степаненко [12] та інших. Перспективи руху України до розвитку “зеленої” економіки та кліматичної нейтральності в контексті пошуку альтернативних джерел енергії і просування політики раціонального енергоспоживання розглядають у своїх наукових роботах дослідники Т. Грицюк і Т. Василенко [2], В. Мачуський [7], В. Панченко і Н. Резнікова [8] й ін..

Разом з тим, низка питань, пов’язаних із перспективами організації в Україні “зеленого” бізнесу та “зелених” офісів задля боротьби із забрудненням навколишнього середовища і розвитку відновлюваної енергетики, набувають неабиякого значення. Вважаємо доречним зробити спробу розглянути ці питання у даній науковій статті.

**Мета статті** – дослідження сутності та особливостей “зеленого” бізнесу, а також екологічних проблем суспільства, які він вирішує. Охарактеризувати ключові правила ефективної роботи “зеленого” бізнесу та управління ним, зокрема в контексті створення та функціонування “зелених” офісів. Запропонувати шляхи удосконалення управління сучасним “зеленим” бізнесом та розглянути успішні приклади реалізації засад “зеленого” бізнесу у світі.

## МЕТОДИКА ДОСЛІДЖЕНЬ

У науковому дослідженні застосовано загальнонаукові методи, такі як методи аналізу та синтезу, індукції і дедукції, узагальнення. Метод аналізу та синтезу дозволив розглянути сутність поняття “зелений” бізнес і його економічний зміст, всебічно розглянути його складники (reduce, reuse, recycle). Методи індукції та дедукції використані задля розгляду принципів створення і функціонування “зеленого” офісу й виокремлення пріоритетних напрямків управління ним у сучасному бізнесі. Метод узагальнення дав змогу окреслити сучасні шляхи удосконалення управління “зеленим” бізнесом з метою підвищення його віддачі для економіки країни.

## РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

У сучасних умовах розвитку світової економіки питання глобальної зміни клімату та захисту довкілля набувають все більшої актуальності. У ХХІ ст. більшість розвинених держав світу одним із напрямів свого економічного та соціального розвитку обрали покращення внутрішніх екологічних умов існування та зниження шкідливого впливу на довкілля. Оскільки сьогодні основним джерелом забруднення довкілля є промислова діяльність, то найбільша увага приділяється питанням впровадження технологій та бізнес-процесів, спроможних знизити негативний вплив виробничої діяльності на

природу [12].

Центром екологічної політики та права при Єльському університеті (Yale Center for Environmental Law and Policy) щорічно складається рейтинг екологічно чистих країн світу (табл. 1). Дослідження екологічної ефективності вимірює досягнення країни з погляду стану екології та управління природними ресурсами на основі 22 показників у 10 категоріях, які відображають різні аспекти стану навколишнього природного середовища та життєздатності її екологічних систем, збереження біологічної різноманітності, протидія зміні клімату, стан здоров'я населення, практику економічної діяльності та ступінь її навантаження на навколишнє середовище, а також ефективність державної політики у галузі екології.

У 2022 році Україна зайняла 52 місце із індексом 49,60, що є значно кращим показником ніж у 2020 році – 60 місце (індекс 49,50). За останні десять років (2012-2022 роки) Україна покращила свій індекс на 6,20. Враховуючи такі позиції нашої країни, освоєння “зеленого” бізнесу українцями є не лише даниною модним тенденціям, але й викликом та гострою необхідністю.

Таблиця 1

Рейтинг країн світу за індексом екологічної ефективності у 2022 році [9]

Рейтинг	Країна	Індекс
1	2	3
1	Данія	77,90
2	Велика Британія	77,70
3	Фінляндія	76,50
4	Мальта	75,20
5	Швеція	72,70
6	Люксембург	72,30
7	Словенія	67,30
8	Австрія	66,50
9	Швейцарія	65,90
10	Ісландія	62,80
11	Нідерланди	62,60
12	Франція	62,50
13	Німеччина	62,40
14	Естонія	61,40
15	Латвія	61,10
52	Україна	49,60

“Зелений” бізнес є новою формою діяльності в економічній сфері, що набуває актуальності і розвивається швидкими темпами. Цей вид підприємницької діяльності передбачає застосування новітніх “зелених” технологій та формування екологічної свідомості споживачів та виробників, що є головною відмінністю цього виду бізнесу від інших комерційних видів діяльності. Концепція “зеленого” бізнесу спрямована на сприяння раціональному використанню ресурсів і зменшення негативного антропогенного впливу діяльності бізнесу на довкілля.

Нині ми можемо розглядати “зелений” бізнес як діяльність, що має мінімальний негативний вплив на навколишнє середовище, суспільство й економіку. “Зелений” бізнес прагне максимально ефективно поєднати у собі екологічне відношення до довкілля (екологічна складова), справедливе ставлення до працівників (соціальна складова) та економічний успіх (економічна складова).

Важливим для України є впровадження державної політики, спрямованої на економічне піднесення відповідно до новітніх глобальних тенденцій сталого розвитку. Ця модель поглиблює та розвиває концепцію сталого соціально-економічного розвитку.

Вона виникла у відповідь на виклики сучасності, пов'язані з деградацією природного капіталу, посиленням бідності у світі, прискоренням настання та масштабністю світових криз. На думку ЮНЕП, не існує якого-небудь універсального рішення для забезпечення переходу до “зеленої економіки” [7]. Усі заходи мають бути пов'язані з характеристиками і природною спадщиною кожної країни, рівнем її розвитку, ефективністю діяльності її установ, а також характером і масштабами переважаючих дефектів ринкового механізму, секторами, визначеними в якості пріоритетних, цільовими показниками й іншими чинниками, специфічними для конкретної ситуації.

Прискореними темпами виснажується світовий запас природних багатств (причому процес виснаження нерідко незворотній), сучасна модель соціально-економічного розвитку і зростання негативно позначається на добробуті нинішніх поколінь й створює величезні ризики та проблеми для майбутніх поколінь. Наявні правила і ринкові стимули лише посилюють проблему нераціонального розподілу капіталу, оскільки бізнес-структурам дозволяють здійснювати діяльність, що має суттєві негативні екологічні та соціальні наслідки, найчастіше без будь-якого зовнішнього обліку та контролю [2].

“Зелений” бізнес почав розвиватись у відповідь на зростання рівня обізнаності про довкілля і впливу промисловості та споживачів на нього: уряди країн масово запроваджують екологічні норми та стандарти, а суб'єкти господарювання пропонують “зелені” продукти та послуги задля дотримання цих норм і стандартів. Разом з тим, зріс рівень обізнаності населення щодо того, як спосіб життя та споживчий вибір впливають на навколишнє середовище. З'явився попит на “зелені” продукти та послуги, що мінімізують негативний вплив на довкілля (рис. 1).

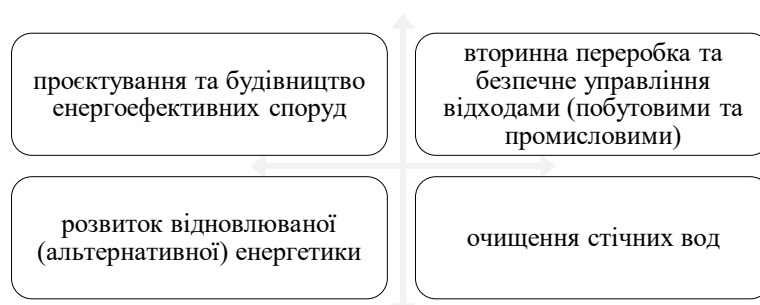


Рис. 1. Головні рішення гострих екологічних проблем суспільства від “зеленого” бізнесу (узагальнено авторами на основі джерела б)

Сучасна концепція “зеленого” бізнесу має в своїй основі три складники – три R: reduce (скорочуй), reuse (повторно використовуй), recycle (переробляй) (рис. 2).

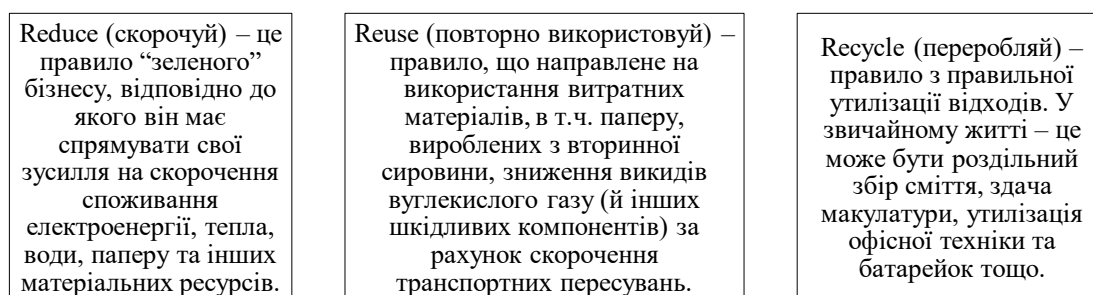


Рис. 2. Правила ефективної роботи “зеленого” бізнесу (узагальнено авторами на основі джерела 3)

Звісно ж, що реалізація цих правил можлива як завдяки використанню сучасних

технологій та обладнання, так і організаційними та агітаційними заходами різного рівня та значення організацій, активістів (наприклад, впливових регіональних організацій, таких як ООН, ЮНЕП, ЮНІДО, ЮНЕСКО; міжнародних неурядових екологічних організацій – WWF, Greenpeace, WSPA, Green Cross, IUCN; екологічні організації України – НЕЦУ, МАМА-86, Екологія-Право-Людина, Всеукраїнська екологічна ліга).

Однак, не лише міжнародні, урядові та громадські організації стають на сторону захисту навколишнього середовища, щороку все більше комерційних компаній заявляють про свою соціальну відповідальність і приймають активні кроки щодо збереження ресурсів планети. Такі транснаціональні корпорації, як Toyota, Nike, Google, Bosch, DHL та Lush реалізують екологічні проекти, насамперед, спрямовані на безпосередню участь своїх співробітників у збереженні довкілля, та активно створюють “зелені” офіси. Офіс такого типу демонструє не лише один із трендів розвитку соціальної відповідальності бізнесу, а й показує зміщення фокусу корпоративних комунікацій виключно з внутрішніх проектів на зовнішні, більш глобальні [14, с. 386].

Генеральною метою створення та функціонування такого “зеленого” офісу є зменшення негативного впливу діяльності бізнесу на навколишнє середовище і сприяння раціональному використанню ресурсів. Організації, що реалізують свою діяльність відповідно до рекомендацій “зеленого” офісу, раціонально використовують ресурси та енергію, зменшують кількість відходів при роботі в офісних приміщеннях і покращують свою репутацію в очах споживачів, клієнтів і партнерів. Завдяки програмі “зелений” офіс представники бізнесу не тільки публічно демонструють свою екологічну відповідальність, скорочуючи обсяги спожитих ресурсів та зменшуючи забруднення довкілля, а й отримують практичну вигоду – зниження витрат на утримання офісу та покращення іміджу у відносинах із зацікавленими сторонами [13].

У багатьох країнах світу “зелені” офіси сьогодні досить популярні як серед великих компаній, так і серед бюджетних організацій. В деяких країнах впровадження “зеленого” офісу рекомендовано профспілковими організаціями з метою запобігання низці захворювань, пов’язаних із впливом на офісних працівників робочого середовища. Що ж до України, то реалізувати проєкт “зелений” офіс в повній мірі не так просто, особливо невеликим суб’єктам господарювання [3]. Проте, з часу повномасштабної війни російської федерації проти України у лютому 2022 року, пріоритети більшості економічно потужних та успішних організацій, на жаль, також зазнали суттєвих змін – тепер для них головне вижити на ринку, забезпечити функціонування на рівні самоокупності тощо.

Однак, сучасний, комфортний та безпечний для людини простір із чистим повітрям і великою кількістю природного світла – це основні чинники, що вигідно відрізняють “зелений” офіс від звичайного. Проте, крім приміщення, важливо зважати й на інші чинники, що пов’язані з впливом на здоров’я офісного працівника, такі як, вибір побутової хімії, комп’ютерного й офісного обладнання, меблів, якість питної води та продуктів харчування тощо. Управління “зеленим” офісом передбачає реалізацію ряду важливих напрямків (рис. 3).

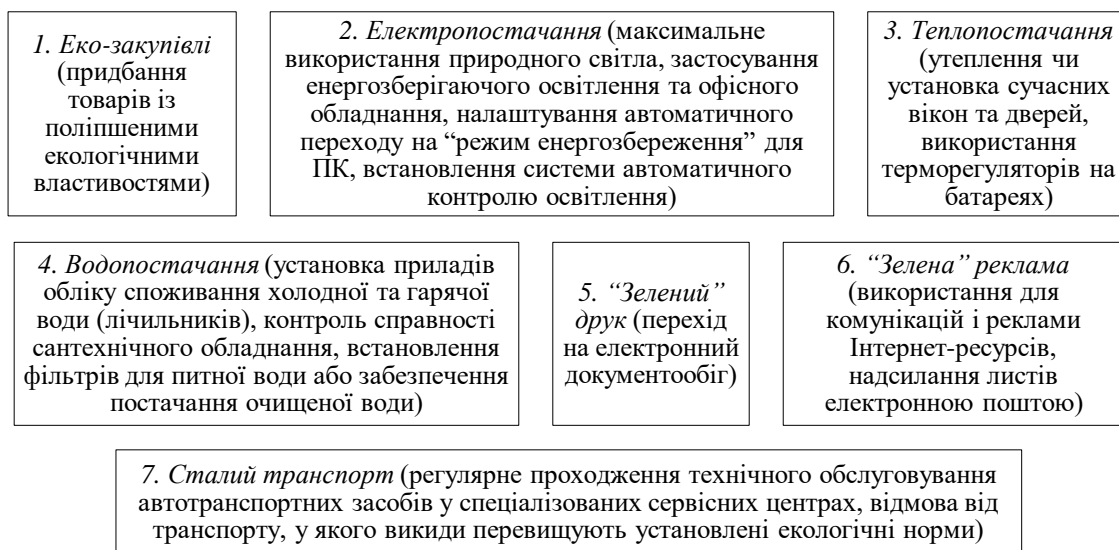


Рис. 3. Пріоритетні напрямки управління “зеленим” офісом сучасного бізнесу (узагальнено авторами на основі джерела 1)

Задля досягнення максимального успіху в організації та просуванні діяльності “зеленого” офісу, зазвичай організації обирають один із двох підходів у реалізації цієї ідеї – екодевелопмент або екологічний менеджмент.

1. Екодевелопмент – це підхід, який обирають великі суб’єкти господарювання, бюджети яких дозволяють побудувати нові об’єкти нерухомості, що з самого початку враховують усі прописані екологічними стандартами вимоги. Вони проходять усі етапи створення власного “зеленого” офісу – від вибору найбільш відповідної ділянки до створення продуктивної системи екологічного менеджменту в уже готовому об’єкті нерухомості. Недоліком “зеленого” будівництва є його висока вартість – еко-проекти коштують на 5-15% дорожче від звичайного будівництва. Проте з часом можна відчувати суттєву економію – об’єкти максимально енергоефективні і витрати на їх утримання мінімальні. Таких “розумних” технологій, що дозволяють економити, є чимало наприклад, теплоізоляція для зменшення втрати тепла, акумулювання сонячного тепла за рахунок спеціальних споруд, системи автоматичного управління освітленням тощо.

2. Екологічний менеджмент – це підхід в управлінні “зеленим” бізнесом, що впроваджує в життя внутрішню екологічну політику. Це найкращий варіант для організацій, які вже мають постійний офіс і бажають приєднатися до руху “зелений” офіс. Цей підхід ґрунтується на дбайливому та уважному ставленні до навколишнього середовища і природних ресурсів. Але “зелені” офіси не тільки дбають про довкілля, але й економлять свої витрати [13].

Не менш важливим є практичне впровадження дієвих заходів із удосконалення управління “зеленим” бізнесом (рис. 4).

1. Екобудівництво. Будинки із соломи, деревних блоків, глини, саману, очерету, коноплі та інших натуральних матеріалів вже кілька років набувають популярності. З'явилася абсолютно нова ніша – екоканалізація, влаштування систем біологічного очищення.
2. Екоремонт. У ремонті та оздоблюваних роботах використовуються глиняні штукатурки, безпечні казеїнові і глиняні фарби. Покриття дахів із натуральних матеріалів (коноплі, очерету, соломи). Зелений дах – один із модних трендів.
3. Екологічний клінінг – прибирання з використанням екологічно безпечних мийних засобів.
4. Збирання і рециклінг – переробка різноманітних відходів. ОСББ в Україні починають замовляти послуги у приватних компаній з вивезення сміття, які пропонують якісну послугу, а ще вони стимулюють населення до сортування сміття.
5. Екодизайн – дизайн інтер'єру із використанням природних матеріалів, оформлення упаковки “екологічних” продуктів та товарів.
6. Впровадження енергозбереження. Встановлення сонячних панелей та колекторів, вітрогенераторів та вітроелектростанцій, теплових насосів – послуга не нова, але попит на неї зростає щороку попри несприятливе економічне становище.
7. Виробництво екопродуктів.
8. Екологічний транспорт. У 2016 році Україна увійшла в топ-10 країн Європи за продажами електромобілів, їх купували навіть більше, ніж у Польщі.

Рис. 4. Сучасні шляхи удосконалення управління “зеленим” бізнесом (узагальнено авторами на основі джерела 5)

Незважаючи на те, що в Україні розвиток “зеленого” бізнесу ще не досяг такого ж рівня як і за кордоном, проте і в нашій країні є низка компаній, що активно впроваджують принципи еко-орієнтованості (табл. 2).

Таблиця 2

**Досвід провідних компаній світу в реалізації засад “зеленого” бізнесу**  
(складено авторами на основі джерела 4)

Компанія	Шлях до “зеленого” бізнесу
1	2
Interface	З 1994 року компанія з виробництва килимових покриттів Interface почала зменшувати свої залежності від викопної сировини. Засновник компанії Рей Андерсон вирішив припинити “обкрадати Землю” і стати “радикальним промисловцем” – звести до нуля викиди, що забруднюють землю, воду й повітря на всіх рівнях виробництва килимів. Покладена на Interface “Місія Zero” вимагала не лише перевести на чисті технології свої потужності, а й домогтися того ж від усіх постачальників сировини. Корпорація 2019 року завершила “Місію Zero”, домігшись за 25 років скорочення емісії парникових газів на 96%, зменшення кількості відходів на 92% і переведення 99% своїх виробництв в Америці та Європі на поновлювані джерела енергії.
Patagonia	Американська компанія Patagonia займається виробництвом дорогого високоякісного верхнього одягу й екіпування для скелелазів, байкерів, лижників, сноубордистів і серфінгістів. Але її керівники протягом п'яти десятиліть активно доводять усьому світу, що основна діяльність полягає в збереженні навколишнього середовища. “Ми ведемо бізнес для порятунку нашої планети” – лозунг Patagonia. У 1960-х роках засновник компанії Івон Шуїнар винайшов скельні гаки, що не пошкоджують “створену природою” поверхню гір, пропагуючи “чистий альпінізм”. З цього почалася історія Patagonia – бізнесу з мільярдним річним обсягом продажів, 1% від яких відраховується на пожертвування сотням різних екологічних організацій. Цей добровільний екоподаток Івон Шуїнар розширив у неприбуткову корпорацію, названу “1% для Планети”. З 2002 року ця



	організація, ставлячи за приклад Patagonia, переконала безліч інших бізнесів долучитися до руху із захисту планети та пожертвувати понад \$250 млн. За відстоювання інтересів навколишнього середовища Patagonia 2019 року отримала найвищу екологічну нагороду ООН “Чемпіони Землі” в категорії “підприємницьке бачення”. В ООН зазначили, що Patagonia зуміла якісно реалізувати екологічний підхід до бізнесу. І її фінансовий успіх “свідчить про бажання споживачів, щоб компанії відігравали провідну роль у боротьбі зі зміною клімату й деградацією навколишнього середовища”.
Ørsted	У 2012 році DONG (Danish Oil and Natural Gas), найбільша енергетична компанія Данії для відновлення своєї фінансової міцності запросила ексдиректора LEGO Хенріка Поулсена. Він придумав нову високу місію для компанії “Ми побачили, що боротьба з кліматичними змінами стала трендом, і всім серцем намірилися зробити один із перших переходів від чорної енергії до зеленої. Ми перейменували компанію в Ørsted на честь легендарного датського фізика Ганса Крістіана Ерстеда, який відкрив принципи електромагнетизму, і взялися до радикальних перетворень”. Багато співробітників Ørsted звільнилися через те, що їм було психологічно важко руйнувати ядро своєї компанії – вугільні електростанції. Але гроші, отримані від їх демонтажу, допомагали зміцнювати лідерство Ørsted у прибережній вітряній енергетиці, і в компанії зростала впевненість у тому, що вона рухається в правильному напрямку. Наочним підтвердженням успіху Ørsted стало чотириразове подорожчання її акцій з 250 крон за штуку після її виходу на біржу 2016 року до понад 1000 крон у жовтні 2020 року. У результаті Ørsted, яка 2009 року генерувала 85% енергії з викопного палива і 15% – з поновлюваних джерел, здійснила феноменальний реверс пропорцій. У 2020 році частка відновлюваної енергії в її виробництві сягала 88%, і компанія свідомо рухається до того, щоби до 2025 року стати вуглецево-нейтральною, а до 2040-го усунути всі забруднення, пов’язані з її бізнесом.
Natura	У 1969 році підприємець Антоніо Луїс Сеабра заснував косметичну компанію Natura і обіцяв “зробити світ кращим місцем для життя”. “Для Natura сталий розвиток – це друга натура. Компанія дбає про природу у такий же спосіб, як людина дбає про свою шкіру. Косметика зближує людей з їх власними тілами. Косметика допомагає змиритися з тілами і з часовими змінами. Це пом’якшує людські серця. Natura стверджує, що її бізнес захищає 1,8 млн гектарів лісу, оскільки для виготовлення косметики вона закуповує у безлічі невеликих натуральних господарств в Амазонії насіння мурумуру, андироби, аукуби, бразильські горіхи та інші вирощувані на деревах натуральні компоненти. Завдяки тому, що косметичний бізнес скуповує плоди тропічного лісу, фермерам стає вигідніше дбати про дерева, ніж рубати їх. Компанії вдалося переконати споживачів у тому, що її ділова активність допомагає зупинити зникнення лісів і підвищити економічний добробут не лише акціонерів, а і всього суспільства. У 2019 році Natura збільшила мережу розповсюджувачів своєї продукції до 1,8 млн консультантів, отримала \$2,78 млрд доходів від продажів і увійшла в четвірку найбільших косметичних брендів світу.

Незважаючи на ініційовані на міжнародному рівні масштабні кліматичні угоди, що визначають зобов’язання, які мають взяти на себе представники бізнесу, людство ще не наблизилося до досягнення нульових викидів парникових газів, запланованого на 2050 рік. Сировинна та енергетична кризи, що поглибилися у 2022 році, не сприяють прогресу у русі до “зеленого” переходу. Війна в Україні посилила ці тенденції, як на національному, так і на глобальному рівні, змінивши пріоритети, сконцентрувавши увагу на забезпеченні обороноздатності, енергетичної, продовольчої та гуманітарної безпеки. Згідно з оцінками McKinsey, війна в Україні затримає перехід до “зеленого” бізнесу, а зірваний перехід може збільшити катастрофічні наслідки глобального потепління та призведе до виникнення нових конфліктів між країнами, які по-різному відчують на собі вплив енергетичної кризи і кліматичних змін [8].

## ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Україна в 2020 році у рейтингу країн світу щодо ефективності боротьби зі змінами клімату, який публікується в спеціальному звіті NewClimate Institute, Germanwatch та Climate Action Network (Climate Change Performance Index) зайняла лише 17 місце (індекс 60,60), що свідчить про неналежний рівень уваги для попередження змін клімату. Жодна

країна світу не зайняла перші три місця, проте лідерами цього рейтингу все ж стали Швеція (4 місце – 75,77 балів) та Данія (5 місце – 71,14 балів). Оцінка кожної країни складається з обсягу викидів парникових газів, рівня розвитку поновлюваної енергетики, рівня споживання електроенергії, загальних запасів первинної енергії, загальної зовнішньої та внутрішньої державної політики у сфері протидії змінам клімату [11].

Результатом цього стала лише 88 позиція (35,90 балів) України у 2022 році за якістю повітря. В той же час, очолили даний рейтинг очікувано країни, які найбільшу увагу приділяють питанням екології. Це, як свідчить статистика, найчастіше розвиток із погляду економіки та демократії країни: 1 місце Ісландія (96 балів), 2 місце Швеція (94 бали), 3 місце Фінляндія (93,5 бала). Як не дивно, це саме ті країни, де активно розвивається “зелений” бізнес [10].

Отже, “зелений” бізнес, що орієнтований на використання альтернативних джерел енергії та палива, технологій екологічно чистого виробництва, “зеленому” будівництві, програми очищення повітря і води, переробки та використання відходів може стати потужний драйвером для очищення та озеленення України [5, с. 90]. Перспективи ж розвитку “зеленого” бізнесу в нашій країні досить успішні, адже це не тільки економічний зиск, а й популярність у суспільстві, підвищення їх конкурентоспроможності, дбайливе ставлення про навколишнє середовище.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. “Зелений” бізнес розпочинається із “зеленого офісу” (2019). *ECOBUSINESS GROUP*, 08 липня 2019. URL: <https://ecolog-ua.com/articles/zelenyy-biznes-rozpochynayetsya-iz-zelenogo-ofisu>.
2. Грицюк Т.І., Василенко Т.В. (2014). Стратегічні пріоритети розвитку «зеленої економіки» у країнах світу. *Ефективна економіка*, 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3081>.
3. Ефективний зелений бізнес (2021). *UNITS*. URL: [https://www.accounting-ukraine.kiev.ua/poslugi/business\\_v\\_zelenim\\_ofisi.htm](https://www.accounting-ukraine.kiev.ua/poslugi/business_v_zelenim_ofisi.htm).
4. Закіянов Д. (2020). Бізнеси із “зеленими” серцями: 4 корпорації, рухомі екомісіями. *Mind*, 19 жовтня 2020. URL: <https://mind.ua/publications/20217220-biznesi-iz-zelenimi-sercyami-4-korporaciyi-ruhomiekomisiyami>.
5. Краус К.М., Краус Н.М., Павлюк А.В. (2021). Енергоефективність відновлюваних джерел енергії: модернізаційні інструменти забезпечення екологічної безпеки та інноваційно-інвестиційної активності. *Інфраструктура ринку*, Вип. 57. 87-93. URL: [http://www.market-infr.od.ua/journals/2021/57\\_2021/15.pdf](http://www.market-infr.od.ua/journals/2021/57_2021/15.pdf).
6. Марушевський Г., Хікман Д. (2017). “Зелений” бізнес для малих і середніх підприємств: посібник. URL: <http://pleddg.org.ua/wp-content/uploads/2017/11/SME-Guide-web.pdf>.
7. Machyskii V. (2021). Green economy in Ukraine: legal aspects and prospects. *Business Law Electronic Resource*, 06 May 2021. URL: <https://www.businesslaw.org.ua/green-economy-in-ukraine-legal-aspects-and-prospects/>.
8. Панченко В., Резнікова Н. (2022). Аналіз експертних оцінок від McKinsey щодо впливу російсько-української війни на глобальних рух до кліматичної нейтральності. *INDUSTRY4UKRAINE*, 07 червня 2022. URL: <https://www.industry4ukraine.net/publications/clusters-of-ukraine/analiz-ekspertnyh-oczinok-vid-mckinsey-shhodo-vplyvu-rosijsko-ukrayinskoji-vijny-na-globalnyh-ruh-do-klimatichnoyi-nejtralnosti/>.
9. Рейтинг країн за рівнем екології (2022). *NONEWS*. URL: <https://nonews.co/directory/lists/countries/ecology>.
10. Рейтинг країн по забрудненню повітря (2022). *NONEWS*. URL: <https://nonews.co/directory/lists/countries/world-most-polluted>.
11. Рейтинг країн у боротьбі зі змінами клімату (2022). *NONEWS*. URL: <https://nonews.co/directory/lists/countries/climate-change-performance-index>.
12. Степаненко Б.В. (2010). Концептуальні підходи до визначення поняття “зелений бізнес”. *Економіка та прогнозування*, 4. 22-38. URL: [http://eip.org.ua/docs/EP\\_10\\_4\\_22.pdf](http://eip.org.ua/docs/EP_10_4_22.pdf).
13. Що таке “зелений” офіс (2021). *Херсонська торгово-промислова палата*. URL: <https://www.tpp.ks.ua/poslugi/info-resurs-zelena-informatsiya/791-zelenij-ofis.html>.
14. Kraus N.M., Kraus K.M., Osetskyy V.L. (2021). Green business in blue economy: quality management and development of innovative products. *Lecture Notes in Mechanical Engineering: Advances in Thermal Engineering, Manufacturing, and Production Management (ICTEMA 2020)*. Springer, Singapore (27-28 June 2021, Jalpaiguri, India). Vol. 1. 383–394.

**Maryna O. Rosokhatska**

Acquirer of education,  
Borys Grinchenko Kyiv University,  
Kyiv, Ukraine  
*e-mail: morosokhatska.fitu20@kubg.edu.ua*

**Oleksandr V. Marchenko**

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,  
National University “Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic”,  
Poltava, Ukraine  
ORCID ID: 0000-0002-3342-0525  
*e-mail: alexmarchenko1954@gmail.com*

**Kateryna M. Kraus**

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,  
Borys Grinchenko Kyiv University,  
Kyiv, Ukraine  
ORCID ID: 0000-0003-4910-8330  
*e-mail: k.kraus@kubg.edu.ua*

**Nataliia M. Kraus**

Doctor of Economics, Professor,  
Borys Grinchenko Kyiv University,  
Kyiv, Ukraine  
ORCID ID: 0000-0001-8610-3980  
*e-mail: n.kraus@kubg.edu.ua*

## THE CONCEPT OF “GREEN” BUSINESS – A TRIBUTE TO FASHION OR A CHALLENGE OF THE TIME?

**Abstract.** The article examines the content of “green” business and the prerequisites for its development in Ukraine and the world in the context of the worsening economic, environmental, social, energy and humanitarian crises. Adopted in 2015, the global program for ensuring a sustainable future until 2030 laid the foundations for the development of “green” business both in economically developed countries and in developing countries, and also focused the attention of the world’s leading leaders on the need for a careful attitude to the environment, rational use of natural resources, water and soil purification, introduction of energy-saving technologies and active search for alternative energy sources.

Among a number of countries in the world, Ukraine in 2022 took 52nd place with an index of 49.60 in the rating of environmental efficiency, yielding to most of the countries of the European Union. However, our country is improving its indicators according to this rating from year to year, because in 2012-2022 the index of Ukraine increased by 6.20. Such trends give hope that the movement towards environmental friendliness and energy independence will continue, despite Russia’s military aggression against Ukraine.

In the article, the authors focused attention on the main solutions to acute environmental problems of society, which can be obtained through the development of “green” business. These solutions, in particular, are the basis of the implementation of the rules of effective operation of “green” business – reduce consumption, reuse raw materials, recycle waste, because main purpose of business operation is to reduce the negative impact of business activities on the environment and promote the rational use of resources.

Success in the work of “green” business is enhanced by the creation of so-called “green” offices, which are focused on eco-purchasing, energy saving, rational heat and water supply, “green” printing and “green” advertising, eco-transport, etc. In order to achieve the maximum effect in organizing and promoting the activities of a “green” office, organizations usually choose one of two approaches – ecodevelopment and environmental management. Both approaches focus on protecting the environment, optimal consumption, combating climate change, and prudent use of natural resources. However, Ukraine is still behind in the ranking of the countries of the world regarding the effectiveness of combating climate change – our country took 17th place in 2020, which indicates an inadequate level of attention to the prevention of climate change.

**Keywords:** “green” business; “green” office; “green” economy; energy efficiency.

## REFERENCES

1. “Green” business starts with a “green office” (2019), *ECOBUSINESS GROUP*, 08 July 2019, available at: <https://ecolog-ua.com/articles/zelenyy-biznes-rozpochynayetsya-iz-zelenogo-ofisu> (assessed 22 October 2022). (in Ukrainian)
2. Grytsuak, T.I., Vasylenko, T.V. (2014), “Strategic priorities for the development of the “green economy” in the countries of the world”, *Efficient economy*, no. 5, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3081> (assessed 19 October 2022). (in Ukrainian)
3. “Effective green business” (2021), *UNITES*, available at: [https://www.accounting-ukraine.kiev.ua/poslugi/business\\_v\\_zelenim\\_ofisi.htm](https://www.accounting-ukraine.kiev.ua/poslugi/business_v_zelenim_ofisi.htm) (assessed 15 October 2022). (in Ukrainian)
4. Zakiianov, D. (2020), “Businesses with “green” hearts: 4 corporations, moving eco-commissions”, *Mind*, 19 October 2020, available at: <https://mind.ua/publications/20217220-biznesi-iz-zelenimi-sercyami-4-korporaciyi-ruhomi-ekomisyyami> (assessed 25 October 2022). (in Ukrainian)
5. Kraus, K.M., Kraus, N.M., Pavluak, A.V. (2021), “Energy efficiency of renewable energy sources: modernization tools for ensuring environmental safety and innovation and investment activity”, *Market infrastructure*, Vol. 57. pp. 87-93, available at: [http://www.market-infr.od.ua/journals/2021/57\\_2021/15.pdf](http://www.market-infr.od.ua/journals/2021/57_2021/15.pdf) (assessed 31 October 2022). (in Ukrainian)
6. Marushevskiy, G., Khikman, D. (2017), “Green” business for small and medium enterprises”, available at: <http://pleddg.org.ua/wp-content/uploads/2017/11/SME-Guide-web.pdf> (assessed 2 November 2022). (in Ukrainian)
7. Machyskii, V. (2021), “Green economy in Ukraine: legal aspects and prospects”, *Business Law Electronic Resource*, 06 May 2021, available at: <https://www.businesslaw.org.ua/green-economy-in-ukraine-legal-aspects-and-prospects/> (assessed 24 October 2022). (in Ukrainian)
8. Panchenko, V., Reznikova, N. (2022), “Analysis of expert assessments from McKinsey on the impact of the Russian-Ukrainian war on the global movement towards climate neutrality”, *INDUSTRY4UKRAINE*, 07 June 2022, available at: <https://www.industry4ukraine.net/publications/clusters-of-ukraine/analiz-ekspertnyh-oczinok-vid-mckinsey-shhodo-vplyvu-rosijsko-ukrayinskoyi-vijny-na-globalnyh-ruh-do-klimatychnoyi-nejtralnosti/> (assessed 2 November 2022). (in English)
9. “Rating of countries by level of ecology” (2022), *NONEWS*, available at: <https://nonews.co/directory/lists/countries/ecology> (assessed 5 November 2022). (in Ukrainian)
10. “Rating of countries on air pollution” (2022), *NONEWS*, available at: <https://nonews.co/directory/lists/countries/world-most-polluted> (assessed 5 November 2022). (in Ukrainian)
11. “Ranking of countries in the fight against climate change” (2022), *NONEWS*, available at: <https://nonews.co/directory/lists/countries/climate-change-performance-index> (assessed 5 November 2022). (in Ukrainian)
12. Stepanenko, B.V. (2010), “Conceptual approaches to defining the concept of “green business”, *Economics and forecasting*, no. 4. pp. 22-38, available at: [http://eip.org.ua/docs/EP\\_10\\_4\\_22.pdf](http://eip.org.ua/docs/EP_10_4_22.pdf) (assessed 1 November 2022). (in Ukrainian)
13. “What is a “green” office” (2021), *Kherson Chamber of Commerce and Industry*, available at: <https://www.tpp.ks.ua/poslugi/info-resurs-zelena-informatsiya/791-zelenij-ofis.html> (assessed 4 November 2022). (in Ukrainian)
14. Kraus, N.M., Kraus, K.M., Osetsyki, V.L. (2021), “Green business in blue economy: quality management and development of innovative products”, *Lecture Notes in Mechanical Engineering: Advances in Thermal Engineering, Manufacturing, and Production Management (ICTEMA 2020)*. Springer, Singapore (27-28 June 2021, Jalpaiguri, India), Vol. 1. pp. 383–394. (in English)

