

Игнатова Ирина Викторовна
кандидат социологических наук, доцент
Тюменский государственный университет
г.Тюмень, Россия
i.v.ignatova@utmn.ru

МЕЖДИСЦИПЛИНАРНАЯ КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ МОДЕЛЬ «ЗЕЛЕНОГО» ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

*Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках
научного проекта № 20-010-00996.*

Аннотация. Актуальность исследования обусловлена симбиозом экономики – экологии – социума, кризис одного элемента влечет деградацию другого. В качестве компромисса предлагается «зеленое» предпринимательство, но в научном сообществе нет единого подхода к определению данного понятия. Цель исследования – на основе модульного подхода разработать междисциплинарную концептуальную модель «зеленого» предпринимательства. В основе модели мотивация человека: эгоистические и альтруистические мотивы, определяющие предпринимательское поведение.

Ключевые слова: предпринимательство, «зеленое» предпринимательство, модульный подход, мотивы предпринимательской деятельности, эгоистические мотивы, альтруистические мотивы, модель «зеленого» предпринимательства.

DOI: 10.46865/978-5-901640-34-0-2020-196-204

Ignatova Irina Viktorovna
Kandidat in Sociology, Associate Professor
Tyumen State University
Tyumen, Russia
i.v.ignatova@utmn.ru

INTERDISCIPLINARY CONCEPTUAL MODEL OF GREEN ENTREPRENEURSHIP

Abstract. The relevance of the study is due to the symbiosis of economics - ecology - society, the crisis of one element entails the degradation of another. As a compromise, "green" entrepreneurship is proposed, but in the scientific community there is no unified approach to the definition of this concept. The aim of the study is to develop an interdisciplinary conceptual model of green entrepreneurship based on a modular approach. The model is based on human motivation: selfish and altruistic motives. The model contains three modules: economic, institutional, socio-psychological. Green entrepreneurship is a type of entrepreneurial activity based on selfish and/or altruistic motives, implemented within the framework of three areas or their combination (economic, socio-psychological, institutional), aimed at meeting social needs. Green entrepreneurship intersects with the environmental subsystem of the concept of sustainable development, but contradicts the modern concept of business based on selfish motives and profit at all costs.

Keywords: entrepreneurship, "green" entrepreneurship, modular approach, motives of entrepreneurial activity, selfish motives, altruistic motives, model of "green" entrepreneurship.

В последние десятилетия наблюдается все более тесная взаимосвязь развития экономики с изменениями в окружающей среде, возрастает взаимное влияние элементов триады «экология – человек – экономика». В результате современного роста масштабов экономической деятельности наблюдается катастрофическое разрушающее воздействие на

экосистему, что приводит к нарастанию глобального экологического кризиса. Разрушение элементов окружающей среды необратимо ведет к нехватке ресурсов и, соответственно, возникновению новых экономических проблем, а также ставит под угрозу жизнь и развитие будущих поколений. Исследованиями взаимодействия экономики, экологии и социума занимаются как отечественные, так и зарубежные ученые. Осуществляются научные разработки по направлениям формирования экологической парадигмы, ее применения в условиях экономического роста [2], рассматриваются современные сценарии развития экономики России в условиях экологизации [1], формирование и развитие эколого-ориентированных предприятий как возможного инновационного промышленного прорыва страны [3; 4] и др.

Предпринимаются серьезные попытки интегрировать социальный аспект в деятельность по обеспечению устойчивости, что находит отражение в большом числе научных зарубежных исследований [13]. Предлагаются модели процветания стран без экономического роста в целях сохранения устойчивости систем. Доказывается целесообразность экономического роста для развивающихся стран, для экономически развитых стран предлагается модель благосостояния без роста [14; 15].

Все это определяет актуальность исследования феномена «зеленого» предпринимательства как возможного компромисса между человеком, природой и экономикой.

Цель исследования – на основе модульного подхода разработать междисциплинарную концептуальную модель «зеленого» предпринимательства.

Понятие «зеленое» предпринимательство не закрепилось в научной сфере, чаще используются «экопредпринимательство», «экобизнес», «экологическое» предпринимательство, «экологичное» предпринимательство, экологизация технологий бизнеса, эколого-ориентированное предприятие и т.д.

Российские ученые выделяют категорию эколого-ориентированных предприятий. А. Р. Нуртдинов, считает, что обеспечить переход на устойчивое развитие и разрешить противоречия между экономической, социальной и экологической сферами, а также сократить техногенное воздействие на окружающую природную среду смогут эколого-ориентированные предприятия, число которых должно неизменно возрастать [10]. По мнению Киселевой С.П. «эколого-ориентированное развитие в пределах заданной социо-эколого-экономической системы - это развитие, направленное на оптимизацию экологического взаимодействия компонентов системы во внутренней среде и с компонентами окружающей среды с целью обеспечения равновесия рассматриваемой системы в заданном пространственно-временном объеме» [9].

Автор использует понятие «зеленое» предпринимательство, т.к. термин «экологическое» больше связан с конкретной деятельностью предприятий, организация и физических лиц по охране окружающей среды. Так, в ФЗ «Об охране окружающей среды» указано, что «охрана окружающей среды - деятельность органов государственной власти Российской Федерации, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления, общественных объединений и некоммерческих организаций, юридических и физических лиц, направленная на сохранение и восстановление природной среды, рациональное использование и воспроизводство природных ресурсов, предотвращение негативного воздействия хозяйственной и иной деятельности на окружающую среду и ликвидацию ее последствий (далее также - природоохранная деятельность)»¹.

Для достижения цели исследования определим понятие «предпринимательство». Научная теория предпринимательства формировалась под воздействием различных взглядов, философии и религии. В настоящее время существует много подходов к рассмотрению

¹ ФЗ «Об охране окружающей среды» [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34823/bb9e97fad9d14ac66df4b6e67c453d1be3b77b4c/ (дата обращения: 10.08.2020).

предпринимательства, формированию его моделей. Под предпринимательской деятельностью понимаем целесообразную деятельность людей, основанную на эгоистических или/и альтруистических мотивах, направленную на удовлетворение общественных потребностей.

Автор применяет модульный подход к определению «зеленого» предпринимательства. Его мировоззренческие предпосылки уходят корнями в постмодернизм, характеризующийся перенесением интереса ученых от универсальных законов общества к отдельному и особенному. Это связано с осознанием конечности ресурсов, необратимости изменений в окружающей среде [7, С.3]. К постмодернистским концепциям ученые (И. Чудова и др.) причисляют теории, предметом исследования которых является социальное состояние постсовременности [12, С.102]. Постмодернизм характеризуется слабыми предсказательными возможностями, наличием альтернатив развития, действий и т.д. Он не предусматривает поиск общих и безусловных исторических законов. Социальная разнородность воспринимается как нестабильная и коллективно неопределенная, возрастает интерес к изучению индивидуальных жизненных усилий, влиянию природно-обусловленных признаков социальных общностей, большое внимание уделяется историческим условиям существования, влияющим на развитие и поведение индивидов и т.д.

Важное значение приобретают качественные методы исследования, математические и статистические модели, проекты и т.д., «мягкая» интерпретация результатов [7, С.4], опосредованная субъективными представлениями и не подчиняющаяся устойчивым правилам. Постмодернизм позволяет выявлять сложные связи и противоречивые взаимовлияния, а также осуществлять нестатистические обобщения [12, С.108].

На наш взгляд, одним из существенных недостатков постмодернизма является отрицание постулатов академической социологии. Любое приращение научного знания основано на прежних достижениях науки, следовательно, постмодернизм, как очередной этап в развитии социального научного знания, базируется на модернистской социологии. В настоящее время он находится в стадии разработки собственной методологии, методов исследования.

Э. Гидденс характеризует состояние современного общества как радикальный модерн, обладающий характерными чертами: ощущение фрагментарности и дисперсии социальной реальности за счет институционального развития; основополагающей тенденцией развития является глобальная интеграция; глобальные проблемы доминируют в общественном сознании; повседневная жизнь представляет собой комплекс реакций на абстрактные системы, что влечет за собой как потери, так и приобретения [5, С.41].

Последнее время отмечается не просто неимоверной скоростью всех общественных процессов, но, по словам Э. Гидденса, «крайним динамизмом», мир становится «ускользающим» [5, С.22]. При этом речь не идет о формационных трансформациях, а о темпах изменений социальных практик, образцах поведения людей, их мышлении и сознании.

В своей теории структуризации Э. Гидденс сделал попытку снять дилемму структурного функционализма и «понимающей социологии» [6]. Социальная деятельность постоянно повторяется, воспроизводится социальными агентами. В основе социального действия лежит мотив или подсознание. Мотивированными являются социальные практики, осуществляющиеся в нетипичной ситуации, рискованных условиях. Социальные практики становятся преемственными, что предполагает их рефлексивность. В эпоху радикального модерна основную роль играет не капиталистический предприниматель, а игрок, умеющий действовать сознательно в рискованных ситуациях.

В ходе исследования, используя мировоззренческие основы постмодернизма и теорию структуризации, разработан модульный подход, с целью формирования модели «зеленого» предпринимательства, способствующей выработке механизмов управления «зеленым» предпринимательским сектором.

Центральным элементом модульного подхода является понятие «модуль», что в переводе с латинского означает меру, единицу измерения. В основе модулей находятся мотивы осуществления «зеленого» предпринимательства.

По нашему мнению, именно «модуль» предполагает объединение однородных элементов предпринимательства и их реализацию в виде предпринимательских действий. Понятие «принцип» в данном контексте является не совсем уместным, т.к. предполагает формулировку основной идеи, но не предусматривает объединение каких-либо элементов внутри себя. Кроме того, модули структурированы в соответствии с целью, содержанием и механизмом реализации, что не представляется возможным в рамках принципа.

Рассмотрим отличительные характеристики модульного подхода и его преимущества по сравнению со структурно-функциональным, системным, поведенческим подходами. Модульный подход характеризуется гибкостью охвата элементов предпринимательства, внесением изменений в случае преобразования объекта исследования (выделения дополнительных элементов, трансформации существующих частей и т.д.).

Он позволяет нивелировать недостатки структурно-функционального подхода. В частности, модульная структура делает возможным комбинирование отдельных элементов объекта исследования на основе определенных критериев, следовательно, его можно рассматривать на этапе функциональной реализации, проявления соответствующих статусных характеристик, в условиях внешней среды.

В основе структурно-функционального анализа при исследовании предпринимательства лежит понятие «предпринимательской функции», однозначного определения которой в социологии нет. Самое общее понимание заключается в том, что это вид социально-экономической деятельности, реализующей определенные функции. Результаты анализа теорий классиков и современников социально-экономической мысли свидетельствуют, что набор предпринимательских функций различен у разных ученых. Следовательно, нет единства мнений о том, что именно осуществляет предприниматель.

В рамках модульного подхода предпринимательская функция рассматривается с точки зрения реализации действия как способ проявления предпринимательской активности, как основы формирования определенного типа предпринимательского поведения.

Функционализм не позволяет до конца выяснить роль фигуры предпринимателя в социуме, практически не исследуются мотивы предпринимательской деятельности.

В соответствии с модульным подходом, в основе выделения модулей лежат мотивы индивидов, побуждающие их заниматься предпринимательством. Нами выделены мотивы предпринимательской деятельности - активная деятельность ради создания собственной империи, победа над соперниками и радость творчества, финансовая составляющая и удовлетворение от достигнутого. На их основе определены цели предпринимательской деятельности.

Модульный подход позволяет моделировать предпринимательское поведение индивидов на основе мотивов и целей предпринимателей для разработки оптимальных направлений государственного управления предпринимательством.

Структурный подход направлен на идентификацию предпринимателей как социального слоя, однако он неоднороден, поэтому при проведении социологических исследований всякий раз следует указывать используемые критерии выборки, определяемые учеными самостоятельно. В связи с этим, к предпринимателям относят тех, кто не только имеет мотивы, личностные задатки к предпринимательской деятельности, но реализующие их. Итак, социальное действие предпринимателя имеет приоритетное значение для отнесения индивида к этому слою.

Итак, структурно-функциональный анализ предпринимательства позволяет исследовать влияние антрепренерства на общество, выявить роль и значение предпринимателей для развития государства.

Исходя из теории структуризации, при реализации предпринимательской деятельности имеется в виду не «рутинное действие», «которое делается по привычке, в соответствии с

общепризнанной практикой» [6, С.16], а «рефлексивное действие», предполагающее ответную реакцию на вызовы внешней среды, риски и т.д.

В отличие от поведенческого подхода, отождествляющего предпринимательство с инновационным типом поведения, модульный подход определяет три области, в которых проявляется (отражается) предпринимательское поведение: институциональная, экономическая, социально-психологическая.

Отсутствие социального модуля (в широком смысле слова) обусловлено тем, что социум – основа любой деятельности, по отношению к которой он выступает условием, ресурсом и средой, оценивающей результаты деятельности. Под социумом понимаем сложную, объемную, многоуровневую, открытую органическую систему, основанную на коллективной деятельности людей. Никакая деятельность не может быть осуществлена вне социума. Предпринимательская не является исключением, она реализуется людьми и для людей, при этом социум выступает в двойной роли. С одной стороны, он представляет собой ресурс предпринимательства – это люди, обладающие потенциалом или реально занимающиеся предпринимательской деятельностью, и неудовлетворенные общественные потребности, факторы производства. С другой стороны, результаты предпринимательской деятельности оказывают влияние на социум посредством вскрытия и реализации существующих общественных потребностей. Следовательно, социум пронизывает, детерминирует и оценивает успешность предпринимательской деятельности, играет соединительную роль между предпринимателем и обществом, обеспечивая объединение экономического интереса, эффективного использования ресурсов и творческой самореализации в процессах воплощения уникальных идей определенным способом.

В соответствии с классификацией мотивов выделяют эгоистические и альтруистические [8, С.139]. Первые связаны с частным интересом человека, направлены на его благосостояние, вторые – с интересами семьи, предприятия, общества. Поведение человека характеризуется соотношением мотивов в структуре его мотивации. Оно формируется под влиянием генетических факторов и среды, в которой человек воспитывался и осуществлял свою деятельность. При анализе экономических систем обычно исходят из эгоистических мотивов (концепция «экономического человека» [11, С.345]). Такой подход оправдан в большинстве практических ситуаций. Вместе с тем альтруистические мотивы так же органично присущи человеку, как и эгоистические.

Итак, выделим альтруистические и эгоистические мотивы «зеленого» предпринимательства. Суммы модульных альтруистических и эгоистических мотивов формируют сложноструктурированные мотивы предпринимательства – это социализация идеи (альтруистические мотивы), которая заключается в стремлении реализовать идею в обществе; социализация личности (эгоистические мотивы), т.е. желание занять собственную нишу в социально-экономическом пространстве.

На сегодняшний день в структуре мотивов преобладают эгоистические. В РФ, по данным опросов Фонда «Общественное мнение», только начинает формироваться экологическая мотивация: 59% из числа опрошенных россиян считают, что для защиты окружающей среды они могут «соблюдать чистоту, находясь на природе, на улице, убирать мусор»², при этом 54% опрошенных уверены, что в их личном окружении «люди что-то делают для защиты окружающей среды». В 2018 году только 3%, из числа опрошенных россиян, ответили, что уже сортируют мусор (в 2017 году таких было 0%), готовы сортировать мусор 92% и 89%, соответственно. Ответственными за состояние окружающей среды в своем регионе, стране опрошенные россияне считают власти (36%), жителей страны (33%), руководителей предприятий (25%)³. Таким образом, мотивация на «зеленый» тренд

² Глобальные проблемы экологии. Мнения россиян об изменении климата и других мировых экологических проблемах [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://fom.ru/Obraz-zhizni/14281> (дата обращения: 15.08.2020).

³ Состояние экологии и включенность в экологические практики [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://fom.ru/Obraz-zhizni/14146> (дата обращения: 15.08.2020).

образа жизни россиян в зачаточном состоянии: есть осознание значимости экологических проблем, их влияния на жизнь человека, отмечается готовность населения предпринимать определенные шаги в сторону экологизации своей жизни, но конкретных действий почти нет.

На основе результатов исследования выделим три модуля: институциональный – экономический – социально-психологический (таблица 1).

Таблица 1.

Структура мотивов и целей «зеленого» предпринимательства

	Эгоистические мотивы	Альтруистические мотивы	Цель
Институциональный модуль	Установить свои правила хозяйственной деятельности	Изменить мир к лучшему	Реализация новых идей
Экономический модуль	Повысить личное материальное состояние	Содействовать материальному процветанию государства	Получение прибыли
Социально-психологический модуль	Реализовать свои амбиции	Быть полезным обществу	Самовыражение

Модульные цели определяются модульными мотивами «зеленой» предпринимательской деятельности. Цель институционального модуля заключается в реализации новых предпринимательских идей. Экономическая цель - в достижении коммерческого успеха, получении прибыли в условиях рыночной экономики, в ходе которой обеспечивается непрерывное обновление общественных потребностей. Социально-психологическая цель состоит в самовыражении предпринимателя, в процессе предпринимательской деятельности происходит его самоактуализация, развитие предпринимательского мышления.

В соответствии с модульным подходом, цель предпринимательской деятельности представляет собой единство модульных целей, объединяясь, они направлены на социально-экономическое развитие общества. Содержание предпринимательства не может быть сведено к какому-либо одному из присущих ему модулей. Все они являются свойствами предпринимательства, а доминирование любого из них – это проявление главенствующей роли предпринимательских усилий в конкретных хозяйственных ситуациях. Выделенные модули имеют самостоятельные цели. В зависимости от сферы предпринимательской деятельности, они достигаются полностью либо частично, либо не участвуют в процессе. Таким образом, цель «зеленого» предпринимательства можно представить в виде декомпозиции целей выделенных модулей. Например, цель институционального модуля – приспособление к существующим нормам и правилам, лоббирование нормативных документов различного уровня (от международного до локального) в своих интересах, реализация новых идей. Цель экономического модуля – получение прибыли; социально-психологического – развитие потенциальных предпринимательских способностей человека, формирование соответствующего мышления, реализация выраженных предпринимательских наклонностей человека. Цель экологического модуля – сохранение окружающей среды. Все модули взаимосвязаны. Так, для осуществления предпринимательской деятельности необходима соответствующая законодательная база, обеспечивающая ограниченную свободу предпринимательства, легализующая формы и виды предпринимательской деятельности и т.д., направленной на получение прибыли, необходимой, с одной стороны, для повышения качества и уровня жизни, с другой, - как показателя успешности реализуемого проекта. Человек, как центральная фигура предпринимательства, осуществляя данный вид

деятельности, удовлетворяет свои потребности, в соответствии с теорией А. Маслоу – от низших (обеспечение достойных условий жизни, уровня качества жизни) до высших (самореализация, реализация собственного творческого потенциала), которые выражаются в формулировании качественных предпринимательских идей, которые затем будут реализованы. Итог этого процесса - в рамках институционального модуля – совершенствование законодательства; экономического модуля – рост благосостояния; социально-психологического модуля - повышение уровня удовлетворенности человека от своей деятельности, гармонизация человека (внутреннего мира с окружающей средой, условиями, в которых он осуществляет свою деятельность); экологического модуля – улучшение качества окружающей среды. Таким образом, реализация модулей оказывает влияние на развитие общества.

Рассматривая вопросы достижения модульных целей, отметим, что в зависимости от ряда факторов, оно может быть полным, частичным либо отсутствовать. Выделим факторы, влияющие на уровень достижения модульных целей, разбив их на две группы – объективные и субъективные. Объективные факторы включают экономические (уровень конкуренции, спроса и предложения, степень удовлетворенности общественных потребностей в определенном сегменте рынка, развитость рыночной и предпринимательской инфраструктуры и т.д.); технологические (степень технологической развитости отрасли, материалоемкость проекта и т.д.); политические (стабильность политического развития общества, степень легитимности предпринимательства и т.д.); социокультурные (зрелость предпринимательской культуры, наличие и доступность образовательных программ по формированию предпринимательского мышления и организации собственного дела, степень религиозности общества и т.д.); административные (уровень административных барьеров при реализации предпринимательского проекта и т.д.); институциональные (наличие соответствующего законодательства на разных уровнях управления, уровень государственной поддержки предпринимательства и т.д.); информационные (степень доступности аналитической, законодательной и другой информации и т.д.).

Субъективные факторы достижения модульных целей включают опыт работы в роли предпринимателя, качество предпринимательской идеи, поддержка друзей и родственников, сфера приложения предпринимательского проекта, наличие собственных финансовых средств, наличие соответствующих личных качеств (упорство, творчество, креативность, целеустремленность и т.д.).

Таким образом, выделенные группы факторов влияют на степень достижения модульных целей, тем самым социум выступает базисом для предпринимательской деятельности. Уровень общественного развития определяет предпринимательскую активность в прямо пропорциональной зависимости. В данном контексте, уровень общественного развития понимается автором как высокая или низкая степень проявления соответствующих объективных и субъективных факторов. С одной стороны, они оказывают влияние на формирование общественных потребностей. С другой стороны, - определяют благоприятность условий для развития предпринимательства, основная роль, в создании которых, принадлежит государству.

В предлагаемой модели «зеленого» предпринимательства взаимосвязь модулей не иерархическая и не линейная, а круговая, при этом, представляющая собой симбиоз указанных сфер. Модули не подчинены друг другу, они равноценны, взаимосвязаны друг с другом, взаимообусловлены. Отличие «зеленого» предпринимательства от прочих видов предпринимательства в применяемых инструментах реализации деловых идей. Например, на сегодняшний день S7 Airlines — единственная российская авиакомпания, в парке которой есть лайнеры Airbus A320neo и Airbus A321neo с улучшенными экологическими характеристиками. В зависимости от маршрута среднее сокращение расхода топлива составляет до 20%, что позволяет существенно уменьшить выбросы CO₂ в атмосферу, а

площадь звукового следа на взлете — на 50% меньше, чем у воздушных судов предыдущего поколения⁴.

На наш взгляд, «зеленое» предпринимательство пересекается с экологической подсистемой концепции устойчивого развития, но противоречит современной концепции бизнеса, основанной на эгоистических мотивах и получении прибыли любой ценой. Сглаживание влияния предпринимательского поведения, основанного на эгоистических мотивах, возможно за счет мер государственного регулирования (экономических, административных), применяемых к предпринимателям, развития экологической мотивации населения как потребителей продукции и услуг, членов трудовых коллективов и т.д.

Итак, на основе модульного подхода и принципов устойчивого развития, определим «зеленое» предпринимательство как вид предпринимательской деятельности, основанной на эгоистических и/или альтруистических мотивах в рамках трех направлений или их совокупности (экономическом, социально-психологическом, институциональном), направленной на удовлетворение общественных потребностей.

Список литературы:

1. Абалкин Л.И. Стратегические ориентиры экономического развития России. Научный доклад. 2010 / Л.И. Абалкин, Р.С. Гринберг, А.Я. Рубинштейн [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://uchebnik.online/ekonomika-regionalnaya/strategicheskie-orientiryi-ekonomicheskogo.html> (дата обращения 10.08.2020).
2. Абдуллаев, Н.А. Экологическая парадигма современного экономического развития в сфере окружающей среды. Синергетический подход: монография / Н.А. Абдуллаев – Издательство «Перо», 2017. – 350 с.
3. Вишняков, Я.Д. Экологический императив технологического развития России: монография / Я.Д. Вишняков, С.П. Киселева. – Ростов – на – Дону: Терра, 2016. – 295 с.
4. Вишняков, Я.Д. Эколого-ориентированное инновационное развитие национальной экономики: монография / Я.Д. Вишняков, С.П. Киселева. – М.: ЦНИТИ «Техномаш», 2009. – 297 с.
5. Гидденс, Э. Ускользающий мир: как глобализация меняет нашу жизнь. / Э. Гидденс. – М.: Весь мир, 2004. – 254 с.
6. Гидденс, Э. Устройство общества: Очерк теории структуризации. / Э. Гидденс – 2-е изд. – М.: Академический Проект, 2005. – 528 с.
7. Давыдов, А. Модульный анализ и конструирование социальных систем. – М.: РАН., 1998. – 26 с.
8. Ильин, Е. П. Мотивация и мотивы / Е.П. Ильин. – СПб.: Питер, 2002. – 512 с.
9. Киселева, С.П. Теория эколого-ориентированного развития: автореферат дисс.доктора экон.наук: 08.00.05 / С.П. Киселева. – ООО «Издательство Спутник+». – 2014. – 56 с.
10. Нуртдинов, А.Р. О роли эколого-ориентированных предприятий как ключевого инструмента устойчивого развития страны / А.Р. Нуртдинов // Вестник Казанского университета. – 2013. – С. 242 – 247.
11. Смит, А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит. – М.: ЭКСМО, 2009. - 960 с.
12. Чудова, И. Постмодернистская социология и качественная методология: идеологические пересечения / И. Чудова // Социальная реальность. – 2008. - № 6. – С. 102 – 110.

⁴ Ремнева, Т. Бизнес с экологическим лицом: ответственность или маркетинговый ход [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.forbes.ru/forbeslife/386049-biznes-s-ekologicheskim-licom-otvetstvennost-ili-marketingovyy-hod> (дата обращения: 15.08.2020).

13. Folke C. Resilience: The emergence of a perspective for social–ecological systems analyses // Global Environmental Change. - Volume 16. - Issue 3. - August 2006. - Pages 253-267.
14. Jackson, T. (2009). Prosperity without growth: Economics for a finite planet. Prosperity without Growth: Economics for a Finite Planet (pp. 1–264). Earthscan. <https://doi.org/10.4324/9781849774338>.
15. Martinez-Alier J Ecological Economics // Elsevier Inc., (2015), 851-864 // <https://www.mendeley.com/catalogue/0a680b6b-ed74-370c-9ba3-6f5f4ce67a12/>.