

**С.В. ТКАЧЕВА**

*магистрант направления «Смарт маркетинг:  
международное развитие бизнеса»  
г. Тюмень  
e-mail: svtkachova@mail.ru*

**С.М. КАЗАНЦЕВА**

*доктор экономических наук, профессор кафедры  
менеджмента и бизнеса ТюмГУ  
г. Тюмень  
e-mail: s.m.kazanceva@utmn.ru*

## **ВЛИЯНИЕ КОНЦЕПЦИИ «ЗЕЛЁНОЙ ЭКОНОМИКИ» НА РАЗВИТИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ РЫНКОВ**

**Аннотация.** В статье рассмотрено понятие концепции «зелёной экономики» и ее влияние на развитие потребительских рынков. Дается определение термина «зелёная экономика», также описаны ключевые принципы развития «зелёной экономики» и рассмотрена характеристика «зелёных» потребителей.

**Ключевые слова:** концепция «зелёной экономики», «зелёная экономика», потребительские рынки.

Термин «зелёная экономика» зародился относительно недавно, и стал оказывать огромное влияние на модернизацию эколого-экономических систем во всем мире. В основе концепции «зелёной экономики» заложена тесная связь между экономикой, социальной политикой и экологией.

В настоящее время учеными и экспертами не было выделено общепринятое и емкое понятие «зеленой экономики». Рассмотрим определения термина «зелёная экономика», предложенные экспертами в публикациях международных организаций в Таблице 1.

Несмотря на разнообразие научных мнений, во всех существующих определениях «зелёной экономики» есть некоторые схожие черты:

– акцентирование внимания на качественном росте экономики;

## Определения «зелёной экономики»

Международная организация	Определение
ЮНКТАД	Зеленая экономика – это экономика, которая стремится к долгосрочным социальным выгодам в краткосрочной деятельности и приводит к улучшению благосостояния людей и сокращению неравенства, не подвергая грядущие поколения значительным экологическим рискам и экологическим дефицитам [3].
Коалиция за зеленую экономику	Зелёная экономика – это устойчивая экономика, которая обеспечивает лучшее качество жизни для всех в рамках экологических ограничений [4].
Международная торговая палата	Зелёная экономика – это экономика, в которой экономический рост и экологическая ответственность взаимно усиливают друг друга, одновременно поддерживая прогресс социального развития [5].
Датская группа 92	Зелёная экономика – это не состояние, а процесс преобразования и постоянного динамического прогресса, который устраняет системные искажения и дисфункции нынешней основной экономики и приводит к благосостоянию людей и равному доступу к возможностям всех людей, обеспечивая при этом сохранение экологической и экономической целостности [6].
Европейский Банк Развития и Реконструкции	Зелёная экономика – это экономика, в которой государственные и частные инвестиции осуществляются с тем расчетом, чтобы свести к минимуму воздействие экономической деятельности на окружающую среду и где проблемы рынка устраняются с помощью проверенных практикой политических мер и правовых рамок, направленных на систематический учет состояния экосистем, управление связанными рисками и стимулирование инноваций.

- наличие в результате реализации предлагаемой модели эффекта, который создает основу для устойчивого развития;
- на первое место ставится благосостояние будущих поколений;
- делается акцент на удовлетворении потребностей человека с учетом взаимодействия с окружающей средой.

Концепция «зелёной экономики» основана на трех аксиомах, которые представлены на рис. 1:



*Рис. 1.* Аксиомы концепции «зелёной экономики»  
Источник: составлено автором

Рассмотрим содержание ключевых принципов развития «зелёной экономики» в Таблице 2.

*Таблица 2*

**Ключевые принципы развития «зелёной экономики»**

№	Принцип	Содержание
1	2	3
1	Принцип справедливости	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Равный доступ всех слоев населения к жизнеобеспечивающим ресурсам;</li> <li>- сохранение природного богатства для следующих поколений;</li> <li>- сокращение социального неравенства;</li> <li>- снижение уровня бедности.</li> </ul>
2	Принцип достаточности и эффективности	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Осознанное потребление природных ресурсов;</li> <li>- устойчивое восстановление природных систем;</li> <li>- оптимальное потребление воды.</li> </ul>

1	2	3
3	Принцип правильного управления	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Соблюдение стандартов в отношении прав человека и природоохранных соглашений;</li> <li>- полная прозрачность управленческого аппарата, которая позволяет обеспечить «здоровый» контроль над рынками.</li> </ul>
4	Принцип устойчивости	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Стремление к внедрению систем, которые обеспечат благосостояние для всего общества;</li> <li>- внедрение мероприятий по оздоровлению окружающей среды.</li> </ul>
5	Принцип «здоровой» планеты	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Восстановление утраченного биоразнообразия и др. природных ресурсов;</li> <li>- поддержание природных систем с помощью инвестирования;</li> <li>- разработка методов борьбы с загрязнением окружающей среды;</li> <li>- эффективное и разумное использование природных ресурсов, не приводящее к их истощению.</li> </ul>
6	Принцип равенства поколений	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Контроль и охрана экологических систем и природных ресурсов для справедливого удовлетворения потребностей будущего поколения.</li> </ul>
7	Принцип равного распределения богатства	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Справедливое распределение богатств между странами, народами, социальными слоями общества, которое позволяет всем в равной степени пользоваться природными ресурсами, не приводя к деградации окружающей среды.</li> </ul>

Источник: составлено автором

Можно сделать вывод, что основной целью «зелёной экономики» является повышение благосостояния общества за счет эффективного использования природных ресурсов, снижения нагрузки на

окружающую среду и создания баланса между экологией и экономикой.

Эксперты, изучающие рынки, стремятся найти и понять взаимосвязь между покупательским поведением и экологической озабоченностью людей. Было выделено большое количество факторов, которые влияют на покупательское поведение в «зелёном секторе», а именно:

- изменение потребительских ценностей;
- демографические факторы;
- осведомленность об экологических проблемах и альтернативных продуктах;
- осознанность личной ответственности и способность человека сделать значимый вклад в улучшение экологической ситуации.

Существует множество классификаций «зелёных потребителей», рассматриваемых по различным категориям. По данным представленным в отчете Green Saage, можно выделить пять категорий «зелёных потребителей» [7]. Рассмотрим данные категории подробнее:

1. «Истинно зелёные» - потребители, относящиеся к данной категории, характеризуются как наиболее экологически сознательные. Данный тип потребителей демонстрирует высокий уровень изменения поведенческой модели в процессе закупок, потребления и утилизации. Ценообразование не имеет большого влияния на их решение о покупке.

2. «Грин бек» - данная категория умеренно активна в экологических вопросах, потребители могут сделать выбор, как в пользу экологических товаров, так и нет.

3. «Спраут» - данный тип потребителей признает необходимость изменений и начинает корректировать свое поведение. Потребители менее склонны платить надбавку за экопродукцию. К этому типу относятся потребители, которые перешли из категории «Грин бек» в данную категорию, т.е. они по-прежнему заботятся, но в среднем готовы платить надбавку на экопродукцию 4%.

4. «Граус» - данный тип потребителей является пассивным, то есть, окружающая среда рассматривается ими как чужая проблема.

Они считают, что только компании должны принимать экологически ответственные решения.

5. «Basic Browns» - в данной категории потребителями мало учитывается экологическая ответственность, вопросы социального характера или ведение здорового образа жизни. Потребители делают покупки принимая во внимание: цену, ценность, качество и удобство.

Таким образом, когда «зелёное» движение находится на пути захвата рынков компаниям для того чтобы быть конкурентоспособными требуется пересмотреть свой маркетинговый подход, добавляя все больше экологически чистой продукции. Осознавая ухудшение состояния окружающей среды, все большее количество людей переходят на осознанное потребление, они начинают менять свои модели покупок, предпочитая «экологически чистую продукцию».

### **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Аткиссон А.Р. Как устойчивое развитие может изменить мир. М., 2012. 255 с.
2. Green Economy Initiative. Linkages to Sustainable Consumption and Production. [Электронный ресурс] / URL: <http://greeneconomy.kg/theory/po-nyatie-i-sushhnost-zelenoy-ekonomiki/>
3. The green economy: trade and sustainable development implication. [Электронный ресурс] / URL: [http://unctad.org/en/docs/ditcted20102\\_en.pdf](http://unctad.org/en/docs/ditcted20102_en.pdf)
4. Сайт Коалиции за Зеленую Экономику. [Электронный ресурс] / URL: <http://www.greenecommycoalition.org/>
5. ICC comments on the UNEP draft Green Economy Report. [Электронный ресурс] / URL: <https://cdn.iccwbo.org/content/uploads/sites/3/2011/05/ICC-comments-on-the-UNEP-draft-Green-Economy-Report.pdf>
6. Building an Equitable Green Economy. [Электронный ресурс] / URL: <http://www.92grp.dk/files/fokus-og-nyheder/07-TARA.pdf>
7. Green Gauge [Электронный ресурс] // Roper Starch Worldwide: официальный сайт. New York, 1995. URL: <http://www.starchresearch.com/roper.html>