

статуса, а не с целью плодотворного использования приобретенного, растёт с каждым днем.

Список использованных источников

1. Зелепухин, Ю. В. Эконометрика/Ю. В. Зелепухин//Учебно-методическое пособие – 2020 – Директ-Медиа – С. 54.
2. Вебер, М. Основные социологические понятия/М. Вебер//Западноевропейская социология XIX-начала XX веков – 1996 – С. 455–491.
3. Родионова, В. И. Основные характеристики общества потребления: опыт социально-философского анализа / В. И. Родионова // статья, 2010. – С. 18–20.
4. Бодрийяр, Ж. Общество потребления / Ж. Бодрийяр // Научно-популярное издание, 2023 – С. 10.
5. Лаврова, А. П. Исследования функции потребления / А. П. Лаврова // статья, 2020. – С. 141–146.

УДК 338.242

Зеленое предпринимательство: основы развития и тенденции

Лисица Е. С., к. э. н., доцент

*Белорусский национальный технический университет
г. Минск, Республика Беларусь*

Аннотация:

Рассматриваются вопросы зеленого предпринимательства, раскрываются основные этапы развития зеленого предпринимательства и примеры реализации стратегии устойчивого социально-экономического развития

За последние несколько десятилетий произошел заметный сдвиг в сторону обеспечения устойчивого развития и поддержки экологической сознательности. Из-за истощения природных ресурсов и изменения климата в странах при поддержке государства запускаются различные инновационные проекты и стартапы, целью которых выступает выпуск экологически чистых продуктов и услуг. Это привело

к развитию зеленого предпринимательства и формированию зеленой экономики, что поменяло полностью традиционный ландшафт мировой экономической системы. Зеленое предпринимательство является особым видом предпринимательской деятельности, которая направлена на решение экологических проблем и содействие социальным изменениям таким образом, чтобы не причинять вреда окружающей среде.

Существует значительное количество примеров зеленого предпринимательства. Среди них: управление отходами, создание экологически чистых технологий, развитие устойчивого сельского хозяйства, производство экологически чистых товаров и развитие возобновляемых источников энергии. Таким образом, зеленое предпринимательство вносит значительный вклад в сохранение окружающей среды, в борьбе с изменением климата, в содействии и стимулировании устойчивого экономического развития и экономического роста, основанных на экологически чистом производстве и технологиях [4].

Рост зеленого предпринимательства вызван несколькими причинами. Во-первых, рост осознания экологических проблем. Потребители становятся более осознанными при принятии решений о покупке и предпочитают продукты и услуги, которые оказывают минимальное воздействие на окружающую среду. Кроме того, возник очень интересный фактор, который можно назвать "фактор Греты" (рост потребления вещей прямо влияет на глобальное потепление).

Например, рост объема потребляемой энергии и загрязнений прогнозируется в 2030 году более чем в два раза. Как результат производители переходят на энергосберегающие технологии и усовершенствование смазочных и моторных масел. Так, в ноябре 2019 года министры финансов ЕС приняли решение о приостановлении финансирования нефтегазовых проектов и ужесточении позиции по отношению к ископаемому топливу. Далее, ЕС признало борьбу с изменением климата главным приоритетом и приняло "зеленую стратегию", которая потребует существенных вложений (по некоторым оценкам более 1 трлн. евро в первые 10 лет). Это позволит сократить к 2050 году выбросы парниковых газов в ЕС до нуля. С 2021 года в ЕС также начал действовать запрет на одноразовую пластиковую посуду и столовые приборы, соломинки и ватные палочки. Например, Nestle установила в нескольких швейцарских магазинах

специальные станции, на которых можно купить кофе и корм для животных в многоразовых банках для минимизации своих отходов от одноразовой упаковки.

McDonald's в Великобритании с 2021 года начала продавать горячие напитки в многоразовых пластиковых стаканчиках, которые можно будет в дальнейшем сдать на переработку в ресторане или другом пункте сбора. Компания стала первой среди сетей ресторанов быстрого питания, которая заключила контракт с производством многоразовой упаковки Loop, которой ранее уже были созданы многоразовые упаковки для брендов бытовой химии повседневного использования [1].

Бренд Burger King®, продолжая свою политику минимизации воздействия на окружающую среду, в рамках проекта Restaurant Brands for Good (Ресторанные бренды во благо), заключил партнерство с сервисом возвратной упаковки Loop. С 2021 года в ресторанах Burger King® в Нью-Йорке, Портленде и Токио, участвующих в проекте, гости смогут вернуть использованную упаковку для безопасной очистки ее через Loop и повторного использования [2].

Производитель одежды и обуви Timberland планирует к 2030 году оказывать положительное влияние на экологию посредством развития производства по замкнутому циклу, а также продолжить сотрудничество с фермерами, практикующими регенеративное сельское хозяйство.

Британская пивоварня BrewDog планирует на Северо-Шотландском нагорье восстановить естественный лес, чтобы способствовать секвестрации углерода.

Во-вторых, под воздействием изменений и сдвигов в мировой экономике зеленое предпринимательство можно считать ответом на изменения, новой бизнес-парадигмой, которая учитывает различные цели устойчивого экономического развития.

Одной из отличительных черт зеленого предпринимательства является акцент на устойчивом развитии всей бизнес-модели. В отличие от традиционных компаний, которые ставят прибыль превыше всего, устойчивые стартапы придают одинаковое значение социальному и экологическому воздействию. Этот сдвиг в мышлении проявляется во всем - от разработки продукта и производственных процессов до управления цепочками поставок и каналами сбыта. Более того, многие зеленые стартапы внедряют принципы экономики

замкнутого цикла, которые направлены на минимизацию отходов и максимальную эффективность использования ресурсов. Разрабатывая продукты с учетом долговечности и возможности вторичной переработки, эти компании не только снижают воздействие на окружающую среду, но и создают новые возможности для получения доходов и экономии средств.

В-третьих, благодаря технологическому прогрессу стало экономически выгоднее разрабатывать и масштабировать экологические решения в экономике, использовать передовые инструменты и методы для решения насущных экологических проблем.

На современном этапе исследователи называют 4 области, инвестиции в которые будут способствовать восстановлению мировой экономики после covid-19: сохранение и восстановление мангровых лесов; снижение выбросов углекислого газа в судоходной отрасли; расширение масштабов строительства ветроэнергетических установок в море; освоение океана для увеличения поставок натуральных, богатых белком продуктов.

Таким образом, зеленое предпринимательство оказывает существенное влияние на функционирование мировой экономики в целом. По мере того, как устойчивые зеленые стартапы продолжают развиваться, они заставляют другие компании переосмыслить свои подходы к ведению бизнеса. Компании, которые не в состоянии адаптироваться к меняющимся предпочтениям потребителей и экологическим нормам, рискуют остаться в стороне и не выдержать конкуренции. Кроме того, успех таких стартапов привлекает внимание инвесторов, что обеспечивает приток капитала, содействует дальнейшему росту и разработке инноваций в секторе зеленого предпринимательства, создавая новые возможности для сотрудничества и партнерства.

Согласно результатам опроса об отношении к зеленому предпринимательству:

- 75 % задумываются об экологичности покупки;
- применение зеленых стандартов позволяет сократить выбросы CO₂;
- 25 крупных компаний ответственны за 51 % выбросов углекислого газа в атмосферу;
- 61 % миллениалов и 58 % представителей поколения Z задумываются готовы потратить больше за экологически чистый товары;

– 52 % покупателей согласны с утверждением, что производители ответственны за охрану окружающей среды.

Для запуска зеленого предпринимательства или экологически чистого бизнеса требуется тщательное планирование, стратегическая реализация и следование принципам устойчивого развития. На современном быстро развивающемся рынке потребители все чаще ищут экологически чистые продукты и услуги, что создает благоприятные возможности для предпринимателей. От определения рыночной ниши до внедрения устойчивых практик и привлечения финансирования – существует несколько важных этапов, необходимых для превращения концепции зеленого бизнеса в реальность (рис. 1).



Рис. 1. Этапы развития зеленого предпринимательства

1. Определение миссии и потребностей рынка: необходимо определить цель своего зеленого предприятия/стартапа в обеспечении устойчивого социального и экономического развития и определить совпадение своих интересов и рыночный спрос, установить зеленое равновесие. Для этого проводится анализ тенденций рынка, поведение потребителей и определить нишу своего интереса, чтобы определить возможности для миссии своего экологичного бизнеса.

2. Проведение маркетингового исследования: необходимо определить свою целевую аудиторию, выделить ее потребности и предпочтения, оценить конкурентную среду, что позволит разработать уникальное ценностное и ценовое предложение.

3. Разработайте бизнес-план: разработайте бизнес-план с учетом всех рекомендаций и своей выбранной миссии, включите конкретные цели в области устойчивого развития и стратегии для интеграции экологически чистых методов в вашу бизнес-модель.

4. Поиск и выбор источников финансирования: определите свои финансовые потребности и финансовые ресурсы, необходимые для запуска и развития выбранного экологически чистого бизнеса. На этом этапе необходимо исследовать все варианты финансирования, которые предоставляют возможности для развития зеленого предпринимательства. Это могут быть личные сбережения, займы, гранты или инвестиции инвесторов, специализирующихся на устойчивых проектах.

5. Соблюдение правовых и нормативных требований: необходимо изучить правовые и нормативные требования для развития зеленого предпринимательства или экологически чистого бизнеса/стартапа. Анализ включает необходимость получения соответствующих разрешений, лицензий, сертификатов для соблюдения экологических норм.

6. Выбор экологически чистых поставщиков и материалов экологически чистые и отвечающие этическим нормам материалы, а также поставщиков, придерживающихся принципов устойчивого развития.

7. Внедрение экологических методов управления и производства: интеграция устойчивых методов социального развития в деятельность своего предприятия от поиска поставщиков и производства до упаковки и дистрибуции. Это включает внедрение энергоэффективных технологий, стратегий сокращения отходов и экологически чистых вариантов упаковки, внедрение методов устойчивого развития и минимального воздействия на окружающую среду, чтобы выделиться на рынке.

8. Создание узнаваемой торговой марки и стиля: данный этап включает разработку узнаваемого фирменного стиля, отражающего приверженность принципам устойчивого; создание истории бренда, подчеркивающей миссию, ценности и положительное влияние на окружающую среду; распространение информации по всем доступным маркетинговым каналам для завоевания доверия и лояльности клиентов.

9. Продвижение своего экологического бизнеса: запуск экологически чистого бизнеса/стартапа с учетом разработанного бизнес-

плана и стратегического маркетингового плана, направленного на повышение осведомленности, привлечение клиентов и увеличение продаж. Среди методов продвижения могут быть цифровой маркетинг, социальные сети, контент-маркетинг, работа с общественностью.

10. Мониторинг и адаптация к реалиям рынка и требованиям потребителей: данный этап включает отслеживание эффективности бизнеса на постоянной основе и отслеживание новых тенденций, технологий и передовой практики в области зеленого предпринимательства для адаптации и развития своей бизнес-модели, чтобы оставаться конкурентоспособным и оказывать максимальное положительное влияние на окружающую среду.

В Республике Беларусь принят Национальный план действий по развитию зеленой экономики на 2021-2025 годы. Среди наиболее заметных результатов его реализации стоит выделить развитие системы шерингового транспорта, использование энергосберегающих решений и технологий умного дома, заводы по производству офисной бумаги из макулатуры в Борисове, использование отработанных масел в Крупском районе, применение древесных отходов для получения биотоплива в Бресте, развитие зеленого финансирования (БНБ-Банк, Белинвестбанк, Банк развития, ЕАБР и др.) [3].

Развитие зеленого предпринимательства представляет собой фундаментальный сдвиг в подходах к ведению бизнеса. Уделяя приоритетное внимание устойчивому социально-экономическому развитию и воздействию на окружающую среду, стартапы не только стимулируют инновации, но и меняют бизнес-модели. Поскольку потребители все больше спроса предъявляют к экологически чистым продуктам и услугам, влияние зеленого предпринимательства растет и появляются новые модели видения бизнеса с учетом требований охраны окружающей среды и содействия устойчивому и социальному развитию.

Список использованных источников:

1. McDonald's приняли решение перейти на многоразовую посуду [Электронный источник]. – 2020. – Режим доступа: https://persono.ru/news/mcdonalds-prinyali-reshenie-pereiti-na-mnogora_zovuyuposudu/. – Дата доступа: 01.10.2024.

2. Рестораны быстрого питания переходят на многоразовые стаканы и контейнеры для еды вместе с компанией Loop [Электронный источник]. – 2021. – Режим доступа: <https://np-mag.ru/dela/company-s-loop-mnogorazovye-stakany-bud-ut-dostupny-v-makdonalds-burger-king-tim-hortons/>. – Дата доступа: 05.10.2024.

3. Первые результаты реализации программы зеленой экономики можно назвать успешными [Электронный источник]. – 2023. – Режим доступа: <https://minpriroda.gov.by/printv/ru/news-ru/view/pervye-rezultaty-realizatsii-programmy-zelenoj-ekonomiki-mozhno-nazvat-uspeshnymi-ivan-prihodko-4940/>. – Дата доступа: 04.10.2024.

4. Лисица, Е. С. Сильные и слабые стороны ЕАЭС и СНГ: торговое и научно-техническое сотрудничество? / Е. С. Лисица. – Междунар. научн.-практ. конф. «Стратегия развития экономики Беларуси: вызовы, инструменты реализации и перспективы», Минск, 7–8 окт. 2021 г. – С. 335–340.

УДК 377

Тенденции подготовки обучающихся в системе профессионально-технического образования и среднего специального образования

**Лисица Е. С., к. э. н., доцент,
Седнина М. А., директор МИДО**

*Белорусский национальный технический университет
г. Минск, Республика Беларусь*

Аннотация:

Рассматриваются вопросы подготовки обучающихся в системе профессионально-технического образования и среднего специального образования, раскрываются тенденции развития и задачи, возложенные на систему ПТО и ССО, при подготовке обучающихся.

На основании данных, имеющихся в открытой печати, в сети интернет, научно-методических материалов, документов министерств и ведомств Республики Беларусь проведен анализ статистических данных функционирования учреждений образования, реализующих