



Годишник Икономика и бизнес / Economy and Business
Yearbook, 2022
ISSN 2534-9651 (online)
DOI: <https://doi.org/10.33919/EcoBY.22.7.12>

РОЛЯ НА ЗЕЛЕНИТЕ ИНВЕСТИЦИИ ЗА ПОСТИГАНЕ НА УСТОЙЧИВО ПОТРЕБЛЕНИЕ

THE ROLE OF GREEN INVESTMENT IN ACHIEVING SUSTAINABLE MARKETING

доц. д-р Надежда Димова
Департамент „Икономика“,
Нов български университет
n.dimova@nbu.bg

Associate Professor Nadezhda Dimova,
Ph.D.
Department “Economics”, New Bulgarian
University
n.dimova@nbu.bg

Резюме: В съвременните сложни и динамични времена, непрекъснато усъвършенстващата се дигитализация и автоматизация, промените в потребителското поведение, трусовете в икономически и социален аспект, подлагат на изпитание маркетинговите стратегии на компаниите. На преден план излизат редица проблеми, които са свързани с предизвикателството да се реализират зелени инвестиции и успоредно с това да се изградят успешни устойчиви маркетингови стратегии. Поради тази причина изучаването на ролята на зелените инвестиции за постигане на устойчив маркетинг е от ключово значение за бъдещето оцеляване и развитие на компаниите и пре моделиране на устойчиво потребителското поведение.

Ключови думи: зелени инвестиции, устойчив маркетинг, потребителско поведение, дигитализация икономика

Abstract: In today's complex and dynamic times, the ever-improving digitalization and automation, the changes in consumer behavior, the tremors in economic and social aspects, are testing the marketing strategies of companies. A number of issues come to the fore, which are related to the challenge of realizing green investments and, at the same time, building successful sustainable marketing strategies. For this reason, studying the role of green investment in achieving sustainable marketing is crucial for the future survival and development of companies and remodeling consumer behavior.

Keywords: green investment, sustainable marketing, consumer behavior, digitalization, economics

Непрекъснатите промени и динамика в икономически и социален аспект в световен мащаб, преобразуват съществуването на маркетинга и го насочват към въздействието на по-информирани и по-устойчиво насочени потребители, с цел достигане на устойчиво развитие, което от своя страна да осигури бъдеще за идните поколения. Достигането на тези цели неминуемо преминава през използването на зелените инвестиции и тяхната роля за формиране или промени в потребителското поведение, което да се идентифицира като устойчиво.

Целта на статията, без да се задълбочаваме в спецификата и многостранните аспекти на зелените инвестиции, е да се покажат основните страни на влиянието им върху постигането на устойчиво потребление.

Като цяло, отделните правителства са склонни да приемат максимизиране на печалбата от самите компании и много често подпомагат развитието на устойчиви инвестиционни пазари чрез пряко инвестиране в устойчиви проекти, поемане на рисковете в тези проекти и подпомагана на развитието на правни рамки, които намаляват рисковете за устойчиви инвестиции.

Вместо да отхвърлят концепцията за максимизиране на печалбите и богатството като теоретичен и практически императив за вземане на решения за фирми и фондове, правителствата са склонни да приемат максимизирането на богатството като даденост и прегледът на стратегиите, използвани от правителствата за насърчаване на устойчиви инвестиции показва, че те разработват устойчиви инвестиционни програми около тази парадигма. Наистина, в някои случаи държавните инвеститори поемат допълнителен риск или жертват

възвръщаемостта на собствените си инвестиции чрез схеми за „смесено финансиране“, които имат за цел да привлекат максимизиращия печалбата частен инвестиционен капитал, необходим за финансиране на устойчиви инвестиционни проекти.

ЕС въведе правила какво се разбира под „зелени“ и устойчиви икономически дейности, за да се насърчат именно инвестициите в екологосъобразни проекти.

На 18 юни 2020 година евродепутатите одобриха правна рамка, която дава насоки кои дейности могат да бъдат представяни като устойчиви. Законодателството налага обща класификация в ЕС, осигурява яснота за компаниите и инвеститорите и цели да насърчи ръста на частното финансиране за прехода към икономика, неутрална към климата. (**Източник:** ЕС определя какво са „зелени“ инвестиции, за да развие пазара <https://www.europarl.europa.eu/>)

Друга гледна точка представя разглеждането на зелените инвестиции като нов механизъм за въглеродно финансиране, който допълва съществуващите в момента в Централна и Източна Европа.

Безспорен факт е, че на фирмено ниво прогресивната екологична практика винаги трябва да съответства на бизнес етиката. Зелените фондове включват в своите портфейли не само компании, които работят в екологичния сектор, които са свързани с рециклиране или пестене на енергия, но и всички видове организации, които полагат усилия за подобряване на екологичната ефективност, например подобряване на екологичната ефективност, подобряване на управлението на отпадъци или прилагането на контрол по замърсяването. (Ryall, C. Riley, S., 1994)

Питър Уилкинсън обобщава своето виждане за зелените инвестиции в спе-

циален бюлетин през 1993 година: „Важната, но далеч не лесна задача пред нас е да гарантираме, че устойчивостта на околната среда и търговската жизнеспособност са съвместими, вместо да се преследва „екологичен“ идеал. Целта е да се постигне печалба чрез екологични инвестиции. Не бива да се пренебрегва обръкването, което съществува около критериите, които ние като общество трябва да прилагаме в преследването на печалбата, за да няма дискриминация и нехуманно отношение.“ (Wilkinson, E, 1993)

От друга страна, схемите за зелени инвестиции (*GIS – Green Investment Schemes*) могат да служат като алтернативен механизъм за финансиране на проекти и програми, които други международни инструменти (като съвместно изпълнение) не са успели да осигурят, и като тестова площадка за разработването на бъдещи гъвкави механизми за смекчаване на глобалното изменение на климата.

Въведени са схеми за зелени инвестиции, за да се подобри ефективността на международната търговия с емисии по отношение на климата (IET – International Emission Trading), система, подкопана от прекомерния брой предписани количествени единици (AAU – Assigned Amount Units), разпределени на бившите комунистически страни в първия кръг от ангажиментите от Киото. По този начин GIS е „хибрид“ на два механизма: IET на AAU. (*Източник: Green Investment Schemes: Report Title: 2009 Research Highlights Report Subtitle: A selection of Climate Strategies’ Research Highlights and ‘Issues and Options’ Briefing Notes Report Author(s): Climate Strategies, 2009*)

Специфични инвестиции се крият в зелените облигации. Размерът и обхва-

тът на пазара на зелени облигации неизбежно е ограничен от определенията, прилагани към термина „зелен“. За Международната асоциация на капиталовите пазари зелената облигация се дефинира чрез принципите на зелените облигации (GBP – Green Bond Principles), които описват зелените облигации като „всеки вид облигационен инструмент, при който постъпленията ще се използват изключително за финансиране или рефинансиране, частично или частично пълни, нови и/или съществуващи допустими зелени проекти и които са приведени в съответствие с четирите основни компонента на GBP.“ (*Източник: Intl capital MKTS.ASSN, Green bond Principles: Voluntary Process Guidelines for Issuing Green bonds, 3, 2018*)

Четирите компонента на GBP включват:

1. Използване на постъпленията;
2. Процес за оценка и подбор на проекти;
3. Управление на постъпленията;
4. Докладване.

В таблица №1 са представени принципите на зелените облигации и отделните категории зелени проекти.

Първият компонент е възобновяемата енергия, която включва производство на енергия, пренос, уреди и продукти.

Вторият компонент на GBP, процесът за оценка и подбор на проекти, изисква емитентите да предоставят оповестявания на инвеститорите, които съобщават целите за устойчивост на околната среда на проекта, процесът, чрез който емитентът определя как проектите се вписват в допустимите зелени проекти категории и свързаните критерии за допустимост, включително, ако е приложимо, критерии за изключване или всеки друг процес, приложен за идентифициране и управление на потенциално съществени екологични и со-

Таблица №1 Принципи на зелени облигации: Категории зелени проекти

Категории	Примери
<i>Възобновяема енергия</i>	Производство на енергия, пренос, уреди и продукти
<i>Енергийна ефективност</i>	Нови и ремонтирани сгради; Съхранение на енергия; Централно отопление; Интелигентни мрежи; Уреди и продукти.
<i>Предотвратяване и контрол на замърсяването</i>	Намаляване на емисиите във въздуха; Парникови газове; Контрол и възстановяване на почвата; Предотвратяване на отпадъци, намаляване на отпадъците, рециклиране на отпадъци и енергийно/емисионно ефективно разхищаване на енергия.
<i>Екологично устойчиво управление на естествените ресурси и земеползването</i>	Екологично устойчиво земеделие; Екологично устойчиво животновъдство; Климатични интелигентни ферми, с биологична защита на културите или капково напояване; Екологично устойчив риболов и аквакултура; Екологично устойчиво горско стопанство, включително залесяване или повторно залесяване и опазване или възстановяване на природните пейзажи.
<i>Запазване на наземното и водно биоразнообразие</i>	Защита на крайбрежието и морето.
<i>Чист транспорт</i>	Електрически, хибридни, обществени, железопътни немоторизирани транспортни средства; Инфраструктура за превозни средства с чиста енергия и намаляване на вредните емисии;
<i>Управление на устойчивата вода и отпадъчните води</i>	Устойчива инфраструктура за чиста и/или питейна вода; Пречистване на отпадъчни води; Устойчиви градски дренажни системи и различни форми за предотвратяване на наводненията.
<i>Адаптация към изменението на климата</i>	Системи за информационна поддръжка; Системи за наблюдение на климата и ранно предупреждение да бедствия.
<i>Екологично ефективни и адаптирани продукти, производство, технологии и процеси към кръговата икономика</i>	Разработване и въвеждане на екологично устойчиви продукти с екомаркировка и екологичен сертификат; Ресурсно ефективно опаковане и дистрибуция.
<i>Зелени сгради</i>	Строителни регионални, национални или международно признати стандарти или сертификати.

Източник: Rose, P. (2021) *Catalyzing Sustainable Investment, Environmental Law, Lewis & Clark Law School Stable*, Vol.51, N4, pp. 1221–1276

циални рискове, свързани с проектите. GBP препоръчва, но не изисква изборът на емитента да включва външен преглед.

Третият компонент, управление на постъпленията, изисква емитентите да кредитират подсметка за нетните постъпления от зелената облигация, което може доведе след това те да бъдат проследени от емитента в официален вътрешен процес, свързан с отпускането на заеми от емитента и инвестиционни операции за зелени проекти.

GBP насърчава и не изисква управлението на приходите да бъде допълнен от външни одити за проверка на метода за вътрешно проследяване и разпределение на средствата от приходите. Този одитор може да бъде същият външен рецензент, който е предоставил насоки по проекта и неговите оценка и подбор.

Четвъртият компонент, отчитане, изисква емитентите на зелени облигации да предоставят и поддържат леснодостъпна информация за използване на постъпленията и възможността да се подновяват ежегодно до пълно разпределение. Емитентът трябва също да предостави годишен отчет, който изброява проектите, финансирани от приходите от облигации и кратко описание на проектите и отпуснатите суми и тяхното очаквано въздействие. Тази функция за отчитане може също да бъде подкрепена от международните усилия за стандартизиране на финансовите оповестявания, свързани с изменението на климата. (Rose, P., 2021)

Целта на тези усилия е да се повиши прозрачността и доверието в емисиите на зелени облигации. Регулаторите изграждат тези структури като признават правните императиви, които се прилагат за повечето инвеститори и особено за институционалните инвеститори, които имат доверителни задължения към лица-

та, за които инвестират: инвеститорите обикновено не желаят да пожертват печалби, за да инвестират в устойчиви активи. В резултат на това регулаторните структури трябва да направят устойчивите инвестиции възможно най-конкурентни с други видове инвестиции, борещи се за капитал на пазара. (Rose, P., 2021)

Изчисляването и управлението на риска в нефинансовите компании винаги е бил дискуссионен въпрос. Това е тенденция, която се е запазила до съвременното и когато се говори за управление на риска на нефинансова компания, това може да означава прилагането на различни методи. Често методите не обхващат целия риск на компанията, а насочени към измерването на един или няколко точно дефинирани риска. (Костенаров, К. 2017)

Успоредно с това са налице и рисковете, които възникват при държавната намеса за устойчиви инвестиционни пазари. Правителствената намеса крие както обещание, така и опасност за устойчивите инвестиционни пазари.

В самото обещание се крие способността на суверените да поемат риска в устойчиви проекти, директно да финансират стратегии за намаляване на риска чрез емисии на зелени облигации и да смекчат рисковете на устойчивите пазари чрез създаване на регулаторни структури за запълване на празнини. Въпреки това, правителствените намеси на капиталовите пазари също носят значителни рискове.

Освен рисковете, които държавните инвестиции представляват за пазарите, те също така въвеждат вътрешни и международни политически рискове. Вътрешните суверенни инвестиции създават риск от покровителство и корупция, тъй като проектите могат да бъдат

изместени по начини, които осигуряват и облагодетелстват политическите съюзници. Суверените трябва да се очаква да вземат предвид външните ефекти по начин, по който другите инвеститори не могат; само този факт предполага различия в инвестиционното поведение, които другите правителства трябва не само да очакват, но и да приветстват. За да разрешат този проблем, суверените подкрепят и се намесват в частните пазари, за да подобрят потока на сделките. (Adam D. Dixon & Ashby H. B. Monk, 2011)

Не по-маловажен аспект на инвестициите и в частност на зелените инвестиции е постигането на етичност. Реално етичното инвестиране произлиза от загрижеността за околната среда, която е сравнително нова компонента на това етично инвестиране.

Исторически погледнато, етичните инвестиции и продукти са такива, които изключват действията на компаниите, които се занимават с хазарт, продават алкохол, цигари, оръжия и други вредни продукти за потребителите.

Последните няколко години налагат прилагането на устойчиви инвестиции, които да заемат централно място в дейността на много етични инвеститори. Тези инвестиции често се наричат екологични, социални и управленски инвестиции (ESG – environmental, social and governance). (Weiner, S., 2020)

Самите зелени инвестиции включват голяма гама от финансови продукти, фондове, които използват финансовите средства на много лица, за да се инвестира съвместно, включително и в облигации и в които могат да инвестират както физически лица, така и различни фондове или други юридически лица. Разновидност на тези инвестиции са именно взаимните фондове, които позволяват на инвеститорите да инвестират различни

те видове инвестиции наведнъж, докато облигациите обикновено се финансират от конкретна компания. От своя страна зелените облигации са особено успешни през последните няколко години и компаниите ги намират за ефективен инструмент за повишаване на капитала на всеки проект, който може да бъде представен като устойчив.

За зелените инвестиции е важно те да са тясно обвързани и да отговарят на етичните ценности. Следва да се обособят предположения, често имплицитни, които заедно служат като основа за парадигмата за етични ценности, които се синтезират по следния начин:

- Неустойчивото потребление е причинено отчасти от избора ни като потребители. Тези избори имат значително въздействие върху околната среда, което се различава от онези аспекти, на които потребителите не могат да влияят пряко. (ефекти, създадени от икономически и технологични структури). Устойчивото потребление се фокусира върху оказването на влияние върху потребителския избор, а не върху други различни структури.
- Изборите ни като потребители са оформени от консуматорството, което се разбира като набор от ценности, които ориентират живота ни около потреблението. Някои учени разглеждат консуматорското общество като културна последица от индустриалния капитализъм, докато други предоставят многоизмерни обяснения за консуматорството. Независимо от причината, западните общества, заедно със средната класа на развиващите се страни се разглеждат като ненаситни потребители поради консуматорството.
- Отделните потребители притежават абстрактни лични ценности, които

въплъщават наличието на консуматорство – често описван като материализъм, притежателен индивидуализъм и понякога нарцисизъм – които управляват потребителските избори и действия в широк диапазон от категории, водещи до неустойчиво потребление.

- Следователно пътят към устойчиво потребление изисква трансформиране на тези ценности чрез внасяне на ценности системи извън модерния капиталистически пазар.

Източниците на устойчиви ценностни системи варират в широки граници: от различни религиозни традиции до радикална екология и до изследване на щастieto или връщане към ценностите на прединдустриалното общество. Тази трансформация може да продължи по различен начин – „отгоре – надолу“ (научаване за проблемите на консуматорските ценности и предимствата на устойчивите ценности) или по начин „отдолу – нагоре“ (устойчивите ценности стават по-забележими и привлекателни чрез практикуване на устойчиво потребление в една област и след това се разпространява към други). Някои инициативи на устойчивото потребление преследват цялостната трансформация на обществото от консуматорството към общество, основано на устойчиви ценности – етична трансформация, докато други преследват целенасоченото „събуждане“ на етични ценности в рамките на определена продуктова категория.

Независимо от вида на инициативата, за да консумират устойчиво, хората трябва да се замислят върху въздействието на потреблението върху околната среда и след това да изберат да заменят предишното си консумативно поведение с етично такова. По-голяма част от влиятелните инициативи, които стимулират

устойчивото потребление се позовават изрично на тези аксиоми за етични ценности. (Douglas, B., 2012)

Според Б. Дъглас, за да се обясни защо парадигмата на етичните ценности не е довела до ефективни интервенции е важно да се представи алтернативната теоретична традиция или т.нар. парадигма за изграждане на пазара, която се основава на различни интердисциплинарни научни знания. Всяко от тези научни области развива различен аспект на изграждането на пазара, който когато се комбинира с тях, предлага интересна и задълбочена алтернатива на етичните ценности.

Задълбоченото разглеждане на тази алтернатива включва обяснението как пазарите възникват и се трансформират с течение на времето. Тази теория уточнява как участниците на пазара пренасочват определени културни, институционални и технологични ресурси, за да конструират и трансформират пазари, което често води до непредвидени последици с развитието на пазара. Тази парадигма предполага, че трябва да се оставят представите за етични ценности и вместо това да се премине към възглед за потреблението като неразделен аспект от изграждането на пазарите. Освен това от парадигмата може да се заключи, че трябва да се разберат различните механизми на устойчивост на отделните пазари, вместо да се обобщава потребителското поведение като цяло.

Различни изследователи като Холт, Камерън и Томпсън изследват културното изграждане на пазари на нови марки. (Holt, D. 2004, 2006; Holt, D. and Cameron, D. 2010; Thompson, C. 2004).

Устойчивото потребление може да се постигне и чрез пазарни трансформации, които са резултат от динамични промени. Въпреки, че консуматорство-

то със сигурност оказва влияние върху неустойчивото потребление, това е доминираща теория, която може да бъде преобърната достатъчно бързо, за да се управляват ефективно световните проблеми.

В световен мащаб, вниманието на управляващите и компаниите следва да бъде насочено към големият процент неустойчиво потребление, което се създава като непредвидени последици от специфични пазари. Този път към устойчиво потребление изисква или трансформиране или прескачане на идеологическото блокиране, което възпроизвежда неустойчиво потребление на много пазари. Тази ефективна стратегия за устойчивост изисква ефективни социални движения, обърнати към пазара. И тъй като процесът на трансформация трябва да е насочен към специфични пазарни идеологии, институции и практики, ефективните стратегии трябва да се развиват пазар по пазар, вместо да преследват всеобхватна промяна в потребителското общество. В резултата на това, устойчивото потребление изисква обединение на пазарни движения, всяко от които има специфична стратегия, която е пригодена да се възползва от най-уязвимите и специфични характеристики на пазара. Този аспект на теорията противоречи на дългогодишната борба на всички еколози, които са се фокусирали години наред сами и единствено върху революционната екологична война. Трябва да се търси именно най-бързият път към обществена трансформация, която да осигури устойчиво потребление. (Douglas, B., 2012)

За да се стимулират нови зелени инвестиции компаниите следва да се преориентират към следните дейности:

- Използване и подчертаване на практиките за устойчив бизнес във всяка ком-

пания, което се постига чрез внедряването на устойчивост във всеки аспект на компаниите, включително на корпоративно ниво и в частност в маркетинговите стратегии, преобразуване на работната организация и среда, в съподчиненост на устойчивостта, осигуряване на обучение на всички служители, което да е свързано с устойчивостта, като успоредно с това да се стимулира предлагането на нови идеи от тяхна страна за реализирането на тази устойчивост.

- Всяка компания трябва да използва биоразградими и устойчиви материали в цялостната си дейност.

- Включване на компанията в различни организации, които са обвързани с устойчивото развитие и създаване на партньорски взаимоотношения с други компании.

- Интензивно включване на потребителите на компанията в инициативи, които са свързани с устойчивия маркетинг и имат възвръщаемост.

Специфично място в България се отдава и на информираността и финансовата грамотност на потребителите. С цел повишаване информираността и финансовата грамотност на потребителите, Комисията за финансов надзор, която регулира небанковите финансови институции, разработва през 2012г. Програма за защита на потребителите на небанкови финансови услуги и повишаване на финансовата грамотност с диапазон на действие 2012–2015г. (Комисия за финансов надзор, 2012). В тази програма на основана на направен анализ на състоянието в областта на защита на потребителите и на финансовата грамотност, се поставят цели, набелязват се мерки и действия не само за защита на потребителите на небанкови услуги, но и за повишаване нивото на финансова грамотност. (Димитрова, Р., 2017)

За 2022 година отличените компании в Република България, които са тясно обвързани със зелените инвестиции са:

В категорията зелени инвестиции отличените компании са, както следва:

1. КАУФЛАНД БЪЛГАРИЯ ЕООД ЕНД КО – КД
2. УКО БЪЛГАРИЯ ООД
3. ЗАХАРНИ ЗАВОДИ АД

В категорията устойчиви политики отличените компании са:

1. ШЕЛ БЪЛГАРИЯ ЕАД
2. ДЕВНЯ ЦИМЕНТ АД
3. ЛИДЪЛ БЪЛГАРИЯ ЕООД ЕНД КО КД

(Източник: Най-зелените компании в България, <https://green.b2bmedia.bg/>)

В крайна сметка потреблението и производството са преплетени по много и различни начини, а устойчивите инвестиции следва да водят до устойчиво потребителско поведение.

На теория устойчивото потребление по дефиниция трябва да доведе до устойчиво производство, тъй като някой, който се интересува от устойчиво потребление, няма да консумира доброволно артикул, който е произведен неустойчиво. Устойчивото потребление се дефинира като „използването на услуги и свързани продукти, които отговарят на основните нужди и осигуряват по-добро качество на живот, като същевременно минимизират използването на природни ресурси и токсични материали, както и емисиите на отпадъци и замърсители през жизнения цикъл, така че за да не застраши нуждите на бъдещите поколения” (UNEP, 2009a).

По време на кризата с COVID-19 не всички бизнеси бяха засегнати еднакво. Можем да обособим два фактора на въз-

действие, а именно секторът на компанията и устойчивостта на бизнес модела ѝ. Сред печелившите сектори можем да посочим здравеопазването, компаниите за електронна търговия, компаниите предлагащи облачна инфраструктура и стрийминг услуги. На противоположния полюс са засегнатите сектори като туристическата индустрия, авиокомпаниите, хотелиерския бизнес, сектора на услугите, петролния и газов сектор и др. (Димитрова, Р., 2021)

Не всички стоки за потребление са равни по отношение на въздействието си върху околната среда и информираният избор на потребителите може да има значение по отношение на производствените решения. Също така, на теория, устойчивото производство, понякога наричано по-чисто производство, би трябвало в крайна сметка да доведе до структурни промени в икономиката, характеризирана сега в ограничен от климата свят като общество с ниски въглеродни емисии (МОЕИ, 2007) или Глобалния зелен нов курс (UNEP, 2008). Устойчивото производство се дефинира като „създаване на стоки и услуги чрез използване на процеси и системи, които не замърсяват, пестят енергия и природни ресурси, са икономически ефективни, безопасни и здравословни за работниците, общностите и потребителите и са социално и творчески възнаграждаващи за всички работещи хора” (Lowell Center for Sustainable Production, 2009).

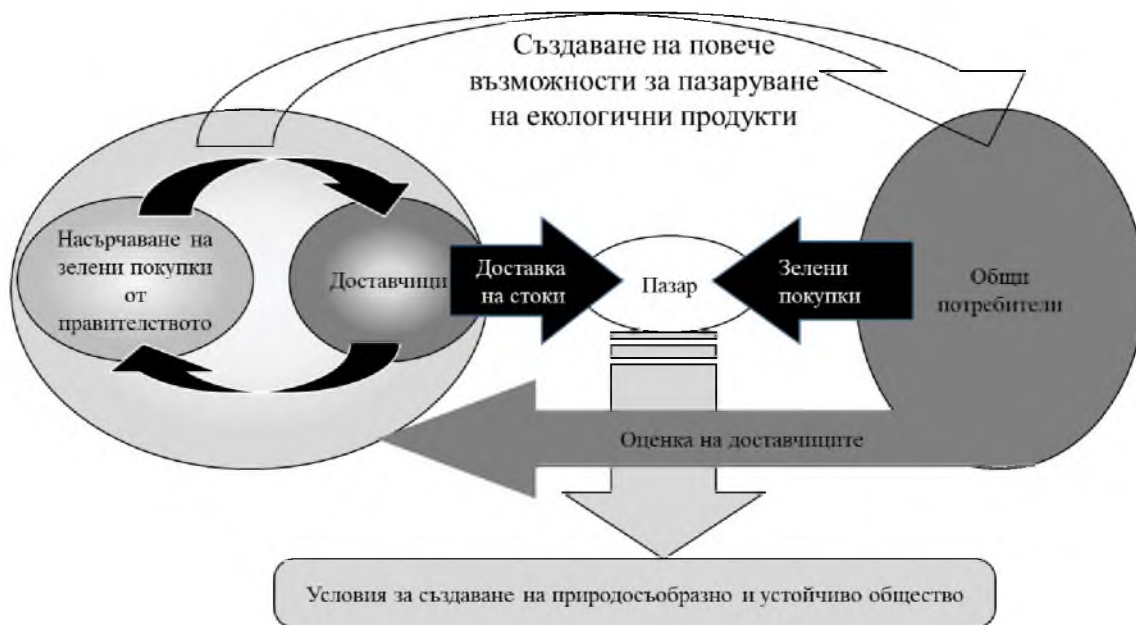
От особено значение за постигане на устойчиво развитие като цяло е ролята на кръговата икономика. Според М.Карпузова (2022) кръговата икономика представлява модел на производство и на потребление както на макро-, така и на микроикономическо ниво, при който целта е удължаване на жизнения цикъл на продуктите, като вложените материа-

ли са възобновяеми или биоразградими и влизат в затворен цикъл на преработка и употреба. Моделът функционира съгласно принципите за устойчиво развитие, като стремежът е икономическият растеж да се обвърже с минимизиране на генерираните отпадъци и опазване на околната среда, с ефективно използване на природните ресурси и подобряване на благосъстоянието на хората. (Карпузова, М. 2022)

На свой ред този благотворен кръг трябва да осигури допълнителен тласък за устойчиво потребление, тъй като „зелените“ стоки и услуги стават по-широко достъпни и ценово конкурентни (Фигура №1). Комбинирането на устойчиво потребление и производство (SCP) предава холистичен подход за минимизиране на въздействието върху околната

среда и максимизиране на социалните ползи, свързани със системите за производство и потребление (Harada, 2006, King, P., Kipp, R., Mori, H., 2010).

В заключение, несъмнено ролята на зелените инвестиции за постигане на устойчиво потребление е голяма. Именно тези инвестиции подпомагат и компаниите и отделните потребители да се преориентират към устойчиво поведение, което е двустранен процес и зависи от желанието и възможностите и на двете страни. Дигитализацията подпомага този процес и решението на компаниите е именно във възможността и начина по който да се реализират тези инвестиции. Правилното приложение на устойчивата практика неминуемо ще доведе до ефективно устойчиво потребителско поведение.



Фигура №1 Възможности на потребители да купуват екологични стоки

Източник: Harada, Kazuyuki. 2006. *The Green Purchasing Law and Promoting Green Procurement in Japan*. Ministry of Environment, Japan.

■ Използвани източници

Adam D., Dixon & Ashby H., Monk, B., 2011, *The Design and Governance of Sovereign Wealth Funds: Principles & Practices for Resource Revenue Management*

Dimitrova, R. 2017, *Kompetentnostta na potrebitelite na bankovi usluzi – vazhna predpostavka za ustanovyavane na doverie mezhdu tyah i bankite*, *Godishnik na Departament „Ikonomika“*, NBU [Димитрова, Р. 2017, *Компетентността на потребителите на банкови услуги – важна предпоставка за установяване на доверие между тях и банките*, *Годишник на Департамент „Икономика“*, НБУ]

Dimitrova, R., 2021, *Transformirashiti biznes modeli v usloviyata na pandemia*, *Sbornik s dokladi ot Mezhdunarodna nauchno – prakticheska konferentsia „Ikonomika i biznes v postpandemichnia svyat“*, NBU [Димитрова, Р., 2021, *Трансформиращи бизнес модели в условията на пандемия*, *Сборник с доклади от Международна научно – практическа конференция „Икономика и бизнес в постпандемичния свят“*, НБУ]

ES opredelya kakvo sa „zeleni“ investitsii, za da razvie pazara, Dostapen na: <https://www.europarl.europa.eu/>, Posledno poseten na: 23.08.2022g. [ЕС определя какво са „зелени“ инвестиции, за да развие пазара, Достъпен на: <https://www.europarl.europa.eu/>, Последно посетен на: 23.08.2022 г.]

Green Investment Schemes, Climate Strategies, 2009, *Research Highlights Report Subtitle: A selection of Climate Strategies' Research Highlights and 'Issues and Options' Briefing Notes Report*

Harada, Kazuyuki., 2006. *The Green Purchasing Law and Promoting Green Procurement in Japan*. Ministry of Environment, Japan. <http://www.igpn.org/workshop/pdf/Presentation%20by%20K%20Harada%20>, (Accessed 17 July 2022)

Holt, D., 2004. *How brands become icons: The principles of cultural branding*. Cambridge, MA: Harvard Business School Press.

Holt, D., 2006. *Jack Daniel's America: Iconic brands as ideological parasites and proselytizers*. *Journal of Consumer Culture* 6 (3): 355–77.

Holt, D., 2012, *Constructing Sustainable Consumption: From Ethical Values to the Cultural Transformation of Unsustainable Markets*, *Communication, Consumers, and Citizens: Revisiting the Politics of Consumption*, *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, Vol. 644, Sage Publications, pp. 236–255

Holt, D., Cameron, D., 2010. *Cultural strategy: Using innovative ideologies to build breakthrough brands*. Oxford: Oxford University Press.

Intl. capital MKTS.ASSN, *Green bond Principles: Voluntary Process Guidelines for Issing Green bonds*, 3, 2018

Karpuzova, M. 2022. *Evolyutsia na kontseptsiyata i instrumentite za izmervane na prehoda kam kragova ikonomika*. *Sp. Ikonomicheskа misal*, 1/2022, s. 75–88. [Карпузова, М. 2022. *Еволюция на концепцията и инструментите за измерване на прехода към кръгова икономика*. *Сп. Икономическа мисъл*, 1/2022, с. 75–88.]

King, P., Kipp R., Mori, H., 2010, *We are What We Consume, Sustainable Consumption and Production in the Asia-Pacific Region Report, Effective Responses in a Resource Constrained World Report*, Institute for Global Environmental Strategies Institute for Global Environmental Strategies

Kostenarov, K. (2017) *CFaR–Alternativa na VaR pri izmervane na riska na nefinansova kompania*, *Godishnik Ikonomika i biznes*, NBU, 44–51 [Костенаров, К. (2017) *CFaR–Алтернатива на VaR при измерване на риска на нефинансова ком-*

пания, Годишник Икономика и бизнес, НБУ, 44–51]

Nay–zelenite kompanii v Bulgaria, Dostapen na: <https://green.b2bmedia.bg/> Posledno poseten na: 15.07.2022g. [Най–зелените компании в България, Достъпен на: <https://green.b2bmedia.bg/> Последно посетен на: 15.07.2022г.]

Rose, P., 2021, Catalyzing Sustainable Inveastment, Environmental Law, Vol. 51, No. 4, Lewis & Clark Law School Stable, pp. 1221–1276

Ryall, C., Riley, S., 1994, Green Investment: An Incentive for Business, Greener Management International, No. 5, pp. 16–21

Thompson, Craig J., 2004. Marketplace mythologies and discourses of power. Journal of Consumer Research, N 31:162–80.

UNEP, 2008, Global Green New Deal – environmentally–focused investment historic opportunity for 21st Century prosper-

ity and job creation. <http://www.unep.org/documents.multilingual/default.asp?documentid=548&articleid=5957&l=en> (Accessed 15 August 2020).

UNEP. 2009. About the Marrakech Process: towards a global framework for action on sustainable consumption and production. <http://www.unep.fr/scp/marrakech/about.htm> (Accessed 10 June 2022).

Weiner, S., 2020, What is ethical investing?, ReNew: Technology for a Sustainable Future, No.151, Alternative Technology Association, pp. 27–32

What is Sustainable Production?, Lowell Center for Sustainable Production., 2009. <http://www.wiserearth.org/organization/view/375d2bfedc8bb89eb5cfe-d5994099a58#> (Accessed 10 June 2022).

Wilkinson, P., 1993, Green Investment: A Contradiction in Terms?, Programme for Belize Newsletter, No. 8, p.6.