

---

## GREEN ENTREPRENEURSHIP: A PATH TOWARDS GREEN ECONOMY

**Milica Stanković**

The Academy of Applied Technical and Preschool Studies, Republic of Serbia,  
[milica.stankovic@akademijanis.edu.rs](mailto:milica.stankovic@akademijanis.edu.rs)

**Jovana Džoljić**

The Academy of Applied Technical and Preschool Studies, Republic of Serbia,  
[jovana.dzoljic@akademijanis.edu.rs](mailto:jovana.dzoljic@akademijanis.edu.rs)

**Abstract:** The development of the green economy is one of the key instruments for achieving sustainable development, for the protection and preservation of natural resources, for reducing poverty, creating opportunities for new jobs and for decent work and moving the world towards development with a reduced level of carbon dioxide emissions. In recent times, the green economy stands out as a generally accepted concept, way of thinking and business model. The concept of a green economy represents an economy whose performance leads to the improvement of human well-being and social equality, while significantly reducing environmental risks. A green economy is an economy that results in improved human well-being and social equality while simultaneously reducing environmental risks and environmental scarcity. The concept of "green entrepreneurship" derives from a combination of the main characteristics of entrepreneurship itself - innovation, risk, a completely new business idea and environmental and social engagement of the entrepreneur. Green entrepreneurship includes: offering products or services whose consumption leads to a change in consumer behavior, reducing the negative impact on the environment; harmonization of environmental and economic goals of the company; introducing innovative ecological solutions for problems related to the production and consumption of products and services; developing business models that can contribute to sustainable economic development. Many entrepreneurs have adopted environmental strategies with the aim to create a green image and implement green innovations. Green innovations have a positive impact on company performance and can contribute to long-term growth and sustainable competitive advantage for companies through cost reduction, increased productivity and product differentiation, thereby increasing consumer loyalty, which leads to financial benefits for the company. The aim of the paper is to point out the importance of the development of green entrepreneurship and green economy. In the first part of the paper, the concept of green economy is analyzed. The second part of the paper is dedicated to green entrepreneurship and the importance of green entrepreneurship for the performance of companies. After a comprehensive analysis of the available literature, relevant conclusions are given.

**Keywords:** green entrepreneurship, green economy, entrepreneurship, ecology

## ZELENO PREDUZETNIŠTVO: PUT KA ZELENOJ EKONOMIJI

**Milica Stanković**

Akademija tehničko-vaspitačkih strukovnih studija, [milica.stankovic@akademijanis.edu.rs](mailto:milica.stankovic@akademijanis.edu.rs)

**Jovana Džoljić**

Akademija tehničko-vaspitačkih strukovnih studija, [jovana.dzoljic@akademijanis.edu.rs](mailto:jovana.dzoljic@akademijanis.edu.rs)

**Rezime:** Razvoj zelene ekonomije predstavlja jedan od ključnih instrumenata za postizanje održivog razvoja, za zaštitu i očuvanje prirodnih resursa, za smanjenje siromaštva, stvaranje prilika za otvaranje novih radnih mesta i za pristojan rad i pokretanje sveta u smeru razvoja sa smanjenim nivoom emisija ugljen-dioksida. U novije vreme zelena ekonomija se izdvaja kao opšteprihvaćen koncept, način razmišljanja i model poslovanja. Koncept zelene ekonomije predstavlja ekonomiju čiji učinak vodi ka poboljšanju ljudskog blagostanja i društvene jednakosti, uz značajno smanjenje ekoloških rizika. Zelena ekonomija je ekonomija koja rezultira poboljšanjem blagostanja ljudi i socijalne ravnopravnosti dok istovremeno smanjuje ekološke rizike i ekološku oskudicu. Koncept „zelenog preduzetništva” proizilazi iz kombinacije glavnih karakteristika samog preduzetništva – inovativnosti, rizika, potpuno nove poslovne ideje i ekološkog i društvenog angažmana preduzetnika. Zeleno preduzetništvo uključuje: ponudu proizvoda ili usluga čija potrošnja dovodi do promene ponašanja potrošača, smanjujući negativan uticaj na životnu sredinu; usklađivanje ekoloških i ekonomskih ciljeva preduzeća; uvođenje inovativnih ekoloških rešenja za probleme vezane za proizvodnju i potrošnju proizvoda i usluga; razvijanje poslovnih modela koji mogu doprineti održivom ekonomskom razvoju. Mnogi preduzetnici su usvojili ekološke strategije usmerene na kreiranje zelenog imidža, i implementaciju zelenih inovacija. Zelene inovacije pozitivno utiču na učinak preduzeća, te mogu doprineti

dugoročnom rastu i ostvarivanju održive konkurentne prednosti preduzeća kroz smanjenje troškova, povećanje produktivnosti i diferenciranje proizvoda čime se povećava lojalnost potrošača, što dovodi do finansijskih koristi za preduzeće. Cilj rada je da ukaže na značaj razvoja zelenog preduzetništva i zelene ekonomije. U prvom delu rada se analizira pojam zelene ekonomije. Drugi deo rada je posvećen zelenom preduzetništvu i značaju zelenog preduzetništva za performanse preduzeća. Nakon sveobuhvatne analize raspoložive literature, daju se relevantni zaključci.

**Ključne reči:** zeleno preduzetništvo, zelena ekonomija, preduzetništvo, ekologija

### 1. UVOD

Koncept zelene ekonomije predstavlja ekonomiju čiji učinak vodi ka poboljšanju ljudskog blagostanja i društvene jednakosti, uz značajno smanjenje ekoloških rizika. Iako u literaturi ne postoji jedinstvena definicija, cirkularna ekonomija kao sama srž koncepta zelene ekonomije stavlja naglasak na energetske efikasnost, reciklažu i veće korišćenje obnovljivih izvora energije uz minimum otpada. Cilj rada je da ukaže na značaj razvoja zelenog preduzetništva i zelene ekonomije. U prvom delu rada se analizira pojam zelene ekonomije, sa fokusom na principe i aspekte zelene ekonomije. Drugi deo rada je posvećen zelenom preduzetništvu i značaju zelenog preduzetništva za performanse preduzeća. Nakon sveobuhvatne analize raspoložive literature, daju se relevantni zaključci.

### 2. ZELENA EKONOMIJA

Imperativ promena izazvanih prekomernom upotrebom resursa, globalnim zagrevanjem i devastacijom životne sredine je podstakao razvoj i primenu koncepta zelene ekonomije. Još od 1970-ih, kada se ideja prvi put pojavila, zelena ekonomija ostaje važna globalna tema. Koncept zelene ekonomije predstavlja ekonomiju čiji učinak vodi ka poboljšanju ljudskog blagostanja i društvene jednakosti, uz značajno smanjenje ekoloških rizika. Kao takav, kompatibilan je i sa pojmom zelenog rasta, koji ima za cilj smanjenje upotrebe neobnovljivih resursa koji su jedan od razloga devastacije životne sredine. Koncept zelenog rasta je sastavni deo koncepta zelene ekonomije, odnosno ekonomskog rasta sa minimalnim uticajem na životnu sredinu (Lorek, Spangerberg, 2014). Shodno tome, zelena ekonomija i zeleni rast su u neraskidivoj vezi i teže krajnjem cilju – održivom ekonomskom razvoju. U cilju što efikasnije implementacije standarda i principa zelene ekonomije, tehnološke inovacije, kao i državna podrška su apsolutno neophodne (Gavrić, Mitrović, 2019).

Iako u literaturi ne postoji jedinstvena definicija, cirkularna ekonomija kao sama srž koncepta zelene ekonomije stavlja naglasak na energetske efikasnost, reciklažu i veće korišćenje obnovljivih izvora energije uz minimum otpada (princip zero-waste). Primena cirkularne ekonomije doprinosi povećanju efikasnosti poslovanja preduzeća i racionalnijem upravljanju resursima (Gavrić, Mitrović, 2019). Jedna od početnih premisa koncepta cirkularne ekonomije je zamena konvencionalne linearne proizvodnje modelom cirkularne ekonomije. Linearni model, jednostavno predstavljen kroz četiri faze, uzmi–proizvodi–potroši–odloži, ima brojna ograničenja i nedostatke oličene u neefikasnom upravljanju resursima, degradaciji životne sredine praćenoj sve većim troškovima odlaganja otpada i ekološkim troškovima poslovanja. Problem i moguće posledice neracionalne eksploatacije prirodnih resursa najbolje je predstavljen kroz Seneka efekat, koji stvara korelaciju između resursa i ekonomskog razvoja. Konkretno, ekonomski rast zasnovan na eksploataciji resursa je spor i postepen, ali izaziva sve veće zagađenje i gomilanje otpada, što na kraju implicira brz i strmoglavi kolaps privrede (Bardi, 2017). Jedan od uzroka neefikasnog korišćenja resursa je niska cena, kao i nepostojanje odgovarajućeg zakonskog okvira u kontekstu smanjenja negativnih ekoloških eksternalija i transakcionih troškova (Mitrović, 2015). Sve navedene tendencije uslovile su tranziciju ka cirkularnoj ekonomiji i održivom razvoju.

Implementacija koncepta zelene ekonomije doprinosi približavanju ekonomskih i ekoloških principa, koji su često bili dijametralno suprotni. Shodno tome, neophodno je preusmeriti mikro i makro ciljeve sa ekonomske maksimizacije na održivost (Davies, 2013). Zelena ekonomija stvara klimu za sticanje konkurentne prednosti, koja je ključna u globalnim ekonomskim tokovima. Takođe, sve karakteristike i atributi zelene ekonomije potvrđuju njen potencijal kao nosioca dugoročno održivog ekonomskog razvoja. (Gavrić, Mitrović, 2019).

### 3. ZELENO PREDUZETNIŠTVO I PERFORMANSE PREDUZEĆA

Sa sve većom pažnjom koja se posvećuje ekologiji na globalnom nivou, preduzeća se suočavaju sa pritiskom da preuzmu odgovornost za zaštitu životne sredine (Ebrahimi & Mirbargkar, 2017) i ispunile očekivanja potrošača (Bossle et al., 2016). Mnogi preduzetnici su usvojili ekološke strategije usmerene na kreiranje zelenog imidža, implementaciju zelenih inovacija i slično. Zeleno preduzetništvo dobija sve veću pažnju javnosti i istraživača. Koncept „zelenog preduzetništva” proizilazi iz kombinacije glavnih karakteristika samog preduzetništva – inovativnosti, rizika, potpuno nove poslovne ideje i ekološkog i društvenog angažmana preduzetnika. Pojedini autori smatraju da je „zeleno preduzetništvo“ zapravo održivo preduzetništvo. Drugim rečima, to je jedna od tri najvažnije

komponente održivog razvoja i presek tradicionalnog, socijalnog i održivog preduzetništva. (Gevrenova, 2015). Ukratko, „zeleno“ preduzetništvo je privredna delatnost čiji proizvodi, usluge ili metode proizvodnje imaju pozitivan efekat na životnu sredinu. Dakle, zeleno preduzetništvo uključuje sledeće (Gevrenova, 2015):

- Ponudu proizvoda ili usluga čija potrošnja dovodi do promene ponašanja potrošača, smanjujući negativan uticaj na životnu sredinu;
- Usklađivanje ekoloških i ekonomskih ciljeva preduzeća;
- Uvođenje inovativnih ekoloških rešenja za probleme vezane za proizvodnju i potrošnju proizvoda i usluga;
- Razvijanje poslovnih modela koji mogu doprineti održivom ekonomskom razvoju.

Inovacija je srž preduzetništva (Zacarias et al., 2015); te se može reći da je zelena inovacija suština zelenog preduzetništva. Zelene inovacije podrazumevaju primenu inovativnih rešenja sa fokusom na smanjenje zagađenja životne sredine (Guo et al., 2020). Zeleno preduzetništvo ima za cilj smanjenje negativnih uticaja poslovnih aktivnosti na životnu sredinu i istovremeno ostvarivanje profita. Zelena inovacija, kao jedna od zelenih preduzetničkih aktivnosti, smatra se efikasnom strategijom za zaštitu životne sredine i generisanje profita (Lee & Min, 2015). Zelene inovacije mogu omogućiti preduzećima da istovremeno teže ekološkim performansama i finansijskim performansama (Lee & Min, 2015). Zelena inovacija, kao suština zelenog preduzetništva, često zahteva velike investicije (Cai & Li, 2018; Zhang et al., 2019, Stucki, 2019). Postoje brojne prepreke za uspeh zelene inovacije, uključujući tehnološke prepreke (npr. dostupnost tehnologije) ili barijere vezane za radnu snagu (npr. nedostatak obučanih radnika) (Hrabynskyi et al., 2017, Nunes et al., 2019). Uprkos izazovima, sveukupno, zelene inovacije pozitivno utiču na učinak preduzeća, te mogu doprineti dugoročnom rastu i ostvarivanju održive konkurentne prednosti preduzeća. S jedne strane, zelena inovacija doprinosi ekonomskom učinku smanjenjem troškova, povećanjem produktivnosti ili diferenciranjem proizvoda koji mogu steći dobru tržišnu poziciju (Ma et al., 2018; Weng et al., 2015). Pored toga, zelena inovacija može oblikovati zeleni imidž preduzeća i poboljšati reputaciju preduzeća, imajući u vidu da potrošači pozitivnije ocenjuju firme sa zelenim imidžom (Amores-Salvado et al., 2014), čime se povećava lojalnost potrošača, što dovodi do finansijskih koristi (Yin et al., 2022).

Zeleno preduzeće podrazumeva niz prednosti kako za životnu sredinu tako i za same preduzetnike. Zelena preduzeća teže zaštiti prirodnih resursa, smanjenju operativnih troškova kroz smanjenje otpada i zagađenja i doprinose održivijem ekonomskom razvoju zajednice. Sa druge strane, benefiti za preduzetnika se ogledaju u jedinstvenoj poziciji na tržištu, zbog čega će potrošači preferirati da kupuju proizvode zelenih preduzeća imajući u vidu značaj podizanja ekološke svesti. Takozvane proaktivne ekološke strategije mogu minimizirati negativan uticaj preduzeća i maksimizirati pozitivne efekte na životnu sredinu (Lepoutre, 2009, Braun, 2010).

U procesu definisanja šta čini zelenog preduzetnika, istraživači su pokušali da shvate zašto preduzeća prihvataju ekološki prihvatljive prakse. Stvaranje ekološki prihvatljivih proizvoda podrazumeva promene u celom životnom ciklusu proizvoda. Pored toga, zeleni proizvodi podrazumevaju i korišćenje zelenih inputa, čime dodatno podstiču inovacioni potencijal kompanija. U tom smislu, zeleni proizvodi mogu doprineti rastu tržišnog udela i obima prodaje, što na kraju može imati i makroefekte u vidu povećanja izvoza, BDP-a i zaposlenosti. Štaviše, redizajnirani proizvodi mogu imati važnu ulogu u procesu povećanja konkurentnosti preduzeća i privrede (Gavrić, Mitrović, 2019). Isaak (1999) koristi izraz „ecopreneur“ ili pojedinac koji kroz realizaciju svojih poslovnih aktivnosti, uz ostvarenje profita istovremeno teži društvenim i ekološkim ciljevima.

Profilisanje zelenog preduzetnika je intrigantna tema. S jedne strane, sklonost preuzimanju rizika, unutrašnji lokus kontrole i potreba za postignućem su tri najznačajnije preduzetničke osobine. S druge strane, da bi se opisali zeleni preduzetnici, treba uzeti u obzir i druge faktore kao što je specifična ekološka orijentacija (Chell, 2008). Kao podskup preduzetnika, zeleni preduzetnici imaju pet zajedničkih motiva: zelene vrednosti, identifikacija tržišnih mogućnosti, zarađivanje za život, biti sam svoj gazda i posvećenost zadovoljenju potreba potrošača (Kirkwood i Walton, 2010). Pojmovi zeleni preduzetnik, eko preduzetnik, održivi preduzetnik, organski preduzetnik i preduzetnik u oblasti zaštite životne sredine se vrlo često koriste kao sinonimi. I zaista, reč je o vrlo sličnim pojmovima koji se mogu definisati gotovo identični. Varijacije u u definicijama i njihov glavni fokus su predstavljeni u Tabeli 2. (Ulutas i Alkaia, 2012; Schaper, 2010; Berchicci et al., 2002; Pacheco et al.; 2010; Moghimi i Alambeigi, 2012).

**Tabela 2.: Definicije eko preduzetništva**

Pojam	Fokus	Autori
Održivi preduzetnik	Transformacija društva i želja za promenom Usklađivanje ekoloških i društvenih ciljeva preduzeća	Rodgers (2010); Schaltegger and Wagner (2011); Cohen <i>et al.</i> (2008) and Young and Tilley (2006)
Eko preduzetnik	Fokus na zaštiti životne sredine Plasiranje ekološki prihvatljivih proizvoda i usluga na tržište	Smallbone <i>et al.</i> (2009); Pastakia (2002); Beveridge and Guy (2005), Melay and Kraus (2012)
Preduzetnik u oblasti zaštite životne sredine	Fokus na ekološke principe u poslovanju preduzeća	Kirkwood and Walton (2010)
Zeleni preduzetnik	Zaštita životne sredine je primarna briga i neophodna je promena kulture ophođenja prema prirodi	Walley and Taylor (2002)
Organski preduzetnik	Fokus na poljoprivredne proizvode	Hyndman (2006)

Izvor: Vatansever, Arun, 2016.

## 5. ZAKLJUČAK

Sa sve većom pažnjom koja se posvećuje ekologiji na globalnom nivou, preduzeća se suočavaju sa pritiskom da preuzmu odgovornost za zaštitu životne sredine. Koncept „zelenog preduzetništva” proizilazi iz kombinacije glavnih karakteristika samog preduzetništva – inovativnosti, rizika, potpuno nove poslovne ideje i ekološkog i društvenog angažmana preduzetnika. Mnogi preduzetnici su usvojili ekološke strategije usmerene na kreiranje zelenog imidža, i implementaciju zelenih inovacija. Zelene inovacije pozitivno utiču na učinak preduzeća, te mogu doprineti dugoročnom rastu i ostvarivanju održive konkurentske prednosti preduzeća kroz smanjenje troškova, povećanje produktivnosti i diferenciranje proizvoda čime se povećava lojalnost potrošača, što dovodi do finansijskih koristi za preduzeće.

## LITERATURA

- Amores-Salvado, J., Martin-de Castro, G., & Navas-Lopez, J. E. (2014). Green corporate image: Moderating the connection between environmental product innovation and firm performance. *Journal of Cleaner Production*, 83, 356–365.
- Bardi, U. (2017). *Seneca effect: Why growth is slow, but collapse is rapid?*. Berlin: Springer.
- Berchicci, L. (2009). *Innovating for sustainability green entrepreneurship*, Personal Mobsility, Routledge, London and New York.
- Beveridge, R., & Guy, S. (2005). The rise of the eco-preneur and the messy world of environmental innovation, local environment, *The International Journal of Justice and Sustainability*, Vol. 10 No. 6, pp. 665-676.
- Bossle, M. B., de Barcellos, M. D., Vieira, L. M., & Sauvee, L. (2016). The drivers for adoption of ecoinnovation. *Journal of Cleaner Production*, 113, 861–872.
- Braun, P. (2010). Going green: women entrepreneurs and the environment, *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 2(3), pp. 245-259
- Cai, W., & Li, G. (2018). The drivers of eco-innovation and its impact on performance: Evidence from China. *Journal of Cleaner Production*, 176, 110–118.
- Chell, E. (2008). *The Entrepreneurial Personality A Social Construction*, 2nd edition, Routledge, Psychology Press, London.
- Cohen, B., Smith, B., & Mitchell, R. (2008). Toward a sustainable conceptualization of dependent variables in entrepreneurship research, *Business Strategy and the Environment*, Vol. 17, No. 1, pp. 107-119.
- Davies, A. (2013). Cleantech clusters: Transformational assemblages for a green economy or just business as usual?. *Global Environmental Change*, (23), 1285-1295.
- Đorić, Ž. (2021). Zelena ekonomija i održivi razvoj u zemljama Zapadnog Balkana, *Ekonomске ideje i praksa*, 41, str. 67-91.
- Ebrahimi, P., & Mirbargkar, S. M. (2017). Green entrepreneurship and green innovation for SME development in market turbulence. *Eurasian Business Review*, 7(2), 203–228.
- Gavrić, O., & Mitrović, Đ. (2019). Razvijenost zelene ekonomije i konkurentnost EU zemalja - empirijska analiza na makro nivou, *Ekonomika preduzeća*, 67(7-8), str. 415-425.
- Gevrenova, T. (2015). Nature and characteristics of green entrepreneurship, *Trakia Journal of Sciences*, 13(2), pp. 321-323.

- Guo, Y., Wang, L., & Chen, Y. (2020). Green entrepreneurial orientation and green innovation: the mediating effect of supply chain learning. *SAGE Open*, 10(1), 2158244019898798.
- Hrabynskiy, I., Horin, N., & Ukrainets, L. (2017). Barriers and drivers to eco-innovation: Comparative analysis of Germany, Poland and Ukraine. *Ekonomicko-Manazerske Spektrum*, 11(1), 13–24.
- Hyndman, M. (2006). *The Organic Entrepreneur: Cultivating the Conscious Capitalist*, Insomniac Press, Toronto.
- Isaak, R. (1999). *Green Logic: Ecopreneurship, Theory and Ethics*, Kumarian Press, West Hartford, CT.
- Kirkwood, J., & Walton, S. (2010). What motivates ecopreneurs to start businesses?, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Vol. 16 No. 3, pp. 204-228.
- Lee, K. H., & Min, B. (2015). Green R&D for eco-innovation and its impact on carbon emissions and firm performance. *Journal of Cleaner Production*, 108, 534–542.
- Lepoutre, J. (2009). Proactive environmental strategies in small businesses: resources, institutions and dynamic capabilities, *Accountancy en Bedrijfskunde*, Vol. 29 No. 8, pp. 14-19.
- Lorek, S., & Spangerberg, J. H. (2014). Sustainable consumption within sustainable economy: Beyond green growth and green economies. *Journal of Cleaner Production*, (63), 33-44.
- Ma, Y., Yin, Q., Pan, Y., Cui, W., Xin, B., & Rao, Z. (2018). Green product innovation and firm performance: Assessing the moderating effect of novelty-centered and efficiency-centered business model design. *Sustainability*, 10(6), 1843.
- Melay, I., & Kraus, S. (2012). Green entrepreneurship: definitions of related concepts, *International Journal of Strategic Management*, Vol. 12 No. 1, pp. 1-12.
- Mitrović, Đ. (2015). Tranzicija od linearne ka cirkularnoj ekonomiji. U Živković, A., Molnar, D., Stojanović, Ž., Manić, E. (ur.), *Ekonomska politika i razvoj*, (str. 111-131). Beograd: Ekonomski fakultet u Beogradu
- Moghimi, S.M., & Alambeigi, A. (2012). Organizational learning as the requirement of forming enviropreneurship in environmental non-governmental organizations (NGOs), *Iran International Journal of Environmental Research*, Vol. 6 No. 2, pp. 409-416.
- Nunes, J. R. R., da Silva, J. E. A. R., da Silva Moris, V. A., & Giannetti, B. F. (2019). Cleaner production in small companies: Proposal of a management methodology. *Journal of Cleaner Production*, 218, 357–366.
- Pacheco, D.F., Dean, T.J., & Payne, D.S. (2010). Escaping the green prison: entrepreneurship and the creation of opportunities for sustainable developme, *Journal of Business Venturing*, Vol. 25 No. 1, pp. 464-480.
- Pastakia, A. (2002). Assessing ecopreneurship in the context of a developing country, *The Case of India Greener Management International*, Vol. 38 No. 1, pp. 93-108.
- Rodgers, C. (2010). Sustainable entrepreneurship in SMEs: a case study analysis, corporate social responsibility and environmental management corp, *Social Responsibility Environment Management*, Vol. 17 No. 1, pp. 125-132.
- Schaltegger, S., & Wagner, M. (2011). Sustainable entrepreneurship and sustainability innovation: categories and interactions, *Business Strategy and the Environment*, Vol. 20, No. 4, pp. 222-237.
- Schaper, M. (2010). Understanding the green entrepreneur, in Schaper, M. (Ed.), *Making Ecopreneurs Developing Sustainable Entrepreneurship*, Gower Publishing Limited, London, pp. 7-21.
- Smallbone, D., Landstrom, H., & Dylan, J. (2009), *Entrepreneurship, Sustainable Growth And Performance Frontiers In European Entrepreneurship Research*, Edward Elgar Publishing, Cheltenham.
- Stucki, T. (2019). Which firms benefit from investments in green energy technologies?–The effect of energy costs. *Research Policy*, 48(3), 546–555.
- Ulutas, F., & Alkaya, E. (2012). *Green entrepreneurship in Turkey*, Regional Activity Center for Cleaner Production Report.
- Vatansever, C., Arun, K. (2016). What color is the green entrepreneurship in Turkey?, *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 8(1), pp. 25-44
- Walley, E.E., & Taylor, D.W. (2002), *Opportunists, Champions, Mavericks... A Typology of Green Entrepreneurs*, Greenleaf Publishing, Baldwin.
- Weng, H.-H.R., Chen, J.-S., & Chen, P.-C. (2015). Effects of green innovation on environmental and corporate performance: a stakeholder perspective. *Sustainability*, 7(5), 4997–5026.
- Yin, C., Salmador, M., Li, D., & Lloria, B. (2022). Green entrepreneurship and SME performance: the moderating effect of firm age, *International Entrepreneurship and Management Journal*, 18: 255 -275
- Young, W., & Tilley, F. (2006). Can businesses move beyond efficiency? The shift toward effectiveness and equity in the corporate sustainability debate, *Business Strategy and the Environment*, Vol. 15 No. 6, pp. 402-415.
- Zacarias, M. A. V., Aguirre, M. C. D., & Lagunas, E. A. (2015). Sustainable entrepreneurship in developing countries: Is that even possible? *Review of Integrative Business and Economics Research*, 4(4), 304.

Zhang, D., Rong, Z., & Ji, Q. (2019). Green innovation and firm performance: Evidence from listed companies in China. *Resources, Conservation and Recycling*, 144, 48–55.