

Научная статья

Original article

УДК 33

doi: 10.55186/2413046X_2023_9_2_71

**ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА: ОТ БРЕМЕНИ
К ВОЗМОЖНОСТЯМ
BUSINESS ENVIRONMENTAL RESPONSIBILITY: FROM BURDEN TO
OPPORTUNITY**



Чумаченко Елена Васильевна, кандидат хим. наук, преподаватель, Санкт-Петербургский государственный аграрный университет, Санкт-Петербург, elena.chumachenko58@yandex.ru

Разуваева Елена Борисовна, старший преподаватель, кафедра экономической теории и анализа, Стерлитамакский филиал ФГБОУ ВО «Уфимский университет науки и технологий», Стерлитамак, e.b.razuvaeva@strbsu.ru

Гарбузова Таисия Георгиевна, доцент, кандидат сельскохозяйственных наук, Санкт-Петербургский государственный лесотехнический университет имени С.М. Кирова, Санкт-Петербург, tais356@mail.ru

Гончарова Оксана Владимировна, канд. биол. наук, доцент, Армавирский государственный педагогический университет, Армавир

Лисиенкова Любовь Николаевна, доктор технических наук, профессор кафедры Энергетических и гидротехнических сооружений, Национальный исследовательский университет «МЭИ», Москва, lisienkovaln@mail.ru

Chumachenko Elena Vasilevna, Candidate of Chemical Sciences, Lecturer, St. Petersburg State Agrarian University, Saint-Petersburg, elena.chumachenko58@yandex.ru

Razuvaeva Elena Borisovna, Senior Lecturer, Department of Economic Theory and Analysis, Sterlitamak Branch of the Ufa University of Science and Technology, Sterlitamak, e.b.razuvaeva@strbsu.ru

Garbuzova Taisiya Georgievna, Associate Professor, Candidate of Agricultural Sciences, St. Petersburg State Forestry Engineering University named after S.M.Kirov, Saint-Petersburg, tais356@mail.ru

Goncharova Oksana Vladimirovna, Cand. Biol. sciences, Associate Professor, Armavir State Pedagogical University, Armavir

Lysienkova Lyubov Nikolaevna, Doctor of Technical Sciences, Professor of the Department of Energy and Hydraulic Engineering Structures, National Research University "MEI", Moscow, lisenkovaln@mail.ru

Аннотация. Экологическая ответственность бизнеса становится всё более важным аспектом в современном обществе, где растёт осознание экологических проблем. Статья рассматривает эволюцию восприятия экологической ответственности как не только обязанности, но и источника потенциальных выгод для предприятий.

Автор исследует трансформацию подходов к устойчивому бизнесу, демонстрируя, что эко-инициативы могут не только снижать отрицательное воздействие компаний на окружающую среду, но и предоставлять им новые возможности для инноваций, роста и укрепления позиций на рынке. Анализируются практические примеры успешной реализации экологически ответственных стратегий в бизнесе, подчеркивая позитивные результаты для компаний, их репутации и отношений с потребителями.

Обсуждается также роль государственных регулирований, стандартов и социального давления в формировании этического и экологически

устойчивого поведения предприятий. Статья призывает бизнес-сообщество к активному участию в решении экологических проблем, выделяя перспективы развития, которые открываются перед компаниями, осуществляющими ответственный подход к своей деятельности.

Abstract. Environmental responsibility of business is becoming an increasingly important aspect in modern society, where awareness of environmental problems is growing. The article examines the evolution of the perception of environmental responsibility as not only a duty, but also a source of potential benefits for enterprises.

The author explores the transformation of approaches to sustainable business, demonstrating that eco-initiatives can not only reduce the negative impact of companies on the environment, but also provide them with new opportunities for innovation, growth and strengthening their positions in the market. Practical examples of successful implementation of environmentally responsible business strategies are analyzed, emphasizing positive results for companies, their reputation and consumer relations.

The role of government regulations, standards and social pressure in shaping ethical and environmentally sustainable behavior of enterprises is also discussed. The article calls on the business community to actively participate in solving environmental problems, highlighting the development prospects that open up to companies that take a responsible approach to their activities.

Ключевые слова: бизнес, экологическая ответственность, бремя, возможности

Keywords: business, environmental responsibility, burden, opportunities

В современном мире проблемы окружающей среды приобретают все большее значение, стимулируя пересмотр подходов к ведению бизнеса. Экологическая ответственность перестает рассматриваться исключительно

как обязанность компаний перед обществом, превращаясь в стратегическую возможность для инноваций, устойчивого развития и повышения конкурентоспособности[3].

Эволюция восприятия экологической ответственности в сфере бизнеса представляет собой не только смену отношения к этому вопросу с позиции обязанности, но и переосмысление его как потенциального источника выгод. На первых этапах развития общественного сознания и корпоративной культуры экологическая ответственность рассматривалась, прежде всего, как норма этического поведения и социальной ответственности предприятий.

Однако, с углублением понимания влияния бизнеса на окружающую среду и распознаванием экологических проблем в масштабах глобальных вызовов, этот взгляд начал эволюционировать [1]. Компании стали осознавать, что интеграция экологически устойчивых практик не только соответствует общественным ожиданиям, но и предоставляет целый спектр потенциальных выгод и возможностей.

Сегодня экологическая ответственность стала неотъемлемой частью стратегии бизнеса, выходящей далеко за рамки социальных ожиданий. Предприятия осознали, что инновационные подходы к управлению ресурсами, снижению выбросов и использованию экологически чистых технологий могут привести к сокращению затрат, улучшению эффективности и увеличению конкурентоспособности.

Соответственно, эволюция восприятия экологической ответственности бизнеса от обязанности к возможности отражает изменение парадигмы, в которой компании видят вклад в сохранение окружающей среды не только как социальную ответственность, но и как стратегическую инвестицию в свое будущее развитие и устойчивость.

Трансформация подходов к устойчивому бизнесу отражает смену восприятия компаниями экологических инициатив с чисто обязательного

соблюдения стандартов к стратегическому инструменту для достижения инноваций, роста и укрепления позиций на рынке. Экологические инициативы больше не рассматриваются как дополнительные бремена, а воспринимаются как ключевой фактор, способствующий устойчивому развитию компаний [2].

Важной составляющей этой трансформации является понимание, что эко-инициативы не только минимизируют отрицательное воздействие компаний на окружающую среду, но и становятся источником новых возможностей. Внедрение экологически устойчивых практик может привести к снижению затрат на энергопотребление, оптимизации производственных процессов и эффективному использованию ресурсов. Эти меры, помимо сокращения экологического следа, вносят вклад в экономическую эффективность и конкурентоспособность предприятия.

Инновации в области экологии также предоставляют компаниям новые возможности для разработки и внедрения продуктов и услуг, отвечающих требованиям экологически осознанных потребителей. Экологические стандарты и сертификации могут служить инструментом для укрепления имиджа компании и привлечения новых клиентов.

В целом, можно утверждать, что трансформация подходов к устойчивому бизнесу открывает новые горизонты для компаний, позволяя им не только внедрять практики, способствующие охране окружающей среды, но и использовать их в качестве стратегического ресурса для инноваций, роста и укрепления своих позиций на рынке.

Рассмотрим примеры успешной реализации экологически ответственных стратегий в бизнесе, подчеркивая позитивные результаты для компаний, их репутации и отношений с потребителями [4]. Так, компания Tesla, специализирующаяся на производстве электрических автомобилей и солнечных энергетических решений, стала ярким примером успешной

реализации экологически ответственной стратегии. Инновационные технологии, снижение выбросов углерода и активная поддержка перехода на электрические транспортные средства способствовали не только росту продаж Tesla, но и улучшению ее репутации в глазах потребителей и инвесторов.

Другая компания, Unilever, активно внедряет стратегии устойчивого бизнеса, уделяя внимание снижению воздействия своей продукции на окружающую среду [3]. Например, она работает над улучшением устойчивости упаковки, сокращением водопотребления в производстве и поддержкой сельскохозяйственной устойчивости. Эти шаги не только снижают экологическую нагрузку, но и укрепляют имидж Unilever как социально ответственной компании.

Американская компания Patagonia, специализирующаяся на производстве одежды и снаряжения для активного отдыха, выступает в защиту окружающей среды и устойчивого потребления. Она активно поддерживает инициативы по устойчивому производству, ремонту и переработке продукции. Указанная стратегия не только привлекает экологически ориентированных потребителей, но и способствует лояльности к бренду.

Компания Google заявила о переходе к 100% использованию возобновляемых источников энергии для своих дата-центров и офисов. Реализуемая компанией экологически ответственная стратегия не только способствует снижению углеродного следа, но и положительно влияет на репутацию компании в глазах общественности и инвесторов.

Представленные примеры подчеркивают, как успешная реализация экологически ответственных стратегий ведет к позитивным результатам для компаний, улучшает их репутацию и способствует укреплению отношений с

потребителями, которые все более ценят компании, вкладывающие в устойчивость и охрану окружающей среды.

Государственные регулирования, стандарты и социальное давление играют ключевую роль в формировании этического и экологически устойчивого поведения предприятий [5]. Взаимодействие этих факторов способствует созданию общего стандарта ответственного бизнеса и устанавливает ориентир для компаний в направлении устойчивого развития.

На уровне государства могут вводиться законы и нормативы, регулирующие экологическую деятельность и этическое поведение предприятий. Это может включать в себя стандарты выбросов, требования по утилизации отходов, обязательную отчетность о социальной ответственности и другие меры, нацеленные на соблюдение этических норм [2].

Также в рамках реализации государственной политики могут вводиться налоговые льготы или субсидии для компаний, внедряющих экологически устойчивые практики. В то же время, предусмотренные штрафы за нарушение экологических стандартов стимулируют компании к соблюдению норм и внедрению этических подходов.

Международные стандарты, такие как ISO 14001 для системы экологического менеджмента, и ISO 26000 для социальной ответственности, предоставляют компаниям общие критерии для измерения и демонстрации своей экологической и социальной ответственности.

Растущее осознание потребителей относительно экологических и этических вопросов создает спрос на продукцию и услуги, соответствующие высоким стандартам. Компании, отвечающие этим ожиданиям, получают поддержку и лояльность клиентов. Общественные организации и активистские группы могут оказывать давление на компании, выявлять их экологические и этические нарушения и призывать к ответственности, что

может повлиять на репутацию бренда и даже вызвать бойкот со стороны общественности.

Объединенное воздействие государственных регулирований, стандартов и социального давления создает эффективный механизм формирования ответственного поведения предприятий [4]. Ответ на эти вызовы помогает компаниям не только соответствовать требованиям законодательства, но и создавать позитивный общественный имидж, что в итоге может сказаться на их долгосрочной устойчивости и успехе на рынке.

Таким образом, внедрение экологически устойчивых стратегий не только соответствует общественным ожиданиям и нормам, но и предоставляет компаниям возможности для инноваций, роста и укрепления своего положения на рынке. Предприятия, осуществляющие ответственный подход к окружающей среде, часто вынуждены искать инновационные решения, чтобы снизить свой экологический след, что может включать в себя разработку энергоэффективных технологий, улучшение производственных процессов или создание экологически чистых продуктов [2]. Такие инновации становятся источником конкурентных преимуществ и могут привести к привлечению новых клиентов.

Бизнес, активно внедряющий стратегии устойчивого развития, может ожидать улучшения своей репутации в глазах потребителей и инвесторов. Этическая и экологическая ответственность становятся важными факторами при выборе потребителями продуктов и услуг, а также для инвестиций. Улучшение репутации ведет к повышению доверия, лояльности клиентов и привлечению капитала. Предприятия, принимающие на себя ответственность за свой экологический след, могут сократить риски, связанные с возможными негативными воздействиями на окружающую среду, такие как штрафы за нарушение стандартов или ущерб для репутации. Осознанная забота о окружающей среде также способствует долгосрочной устойчивости

компании в изменяющихся экологических и социальных условиях [3]. Активное участие в решении экологических проблем поднимает социальный статус компании, делая ее более привлекательной для потенциальных сотрудников, партнеров и инвесторов, что также способствует укреплению легитимности бизнеса в глазах общественности и общественных организаций.

Таким образом, переход к экологически ответственному поведению не только смягчает воздействие компаний на окружающую среду, но и открывает перед ними новые возможности для инноваций, роста и укрепления своего положения на рынке. Компании, принимающие активное участие в решении экологических проблем, становятся не только ответственными участниками общества, но и лидерами в строительстве устойчивого и успешного бизнеса.

Список источников

1. Андреева А.М. Теоретические подходы к определению экологической ответственности бизнеса // Вестник БГУ. Экономика и менеджмент. 2022. №4.
2. Виттенберг Е.Я. Экологическая ответственность российского бизнеса // РСМ. 2010. №2.
3. Ерлыгина Е.Г. Экологическая ответственность и экологические риски бизнеса // Бюллетень науки и практики. 2022. №12.
4. Копытова Е.Д. К вопросу о социально-экологической ответственности бизнеса // Вопросы территориального развития. 2017. №4 (39).
5. Сычева А.А. Особенности внедрения экологических бизнес-инноваций в зарубежных странах // Столыпинский вестник. 2022. №5.

References

1. Andreeva A.M. Theoretical approaches to the definition of environmental responsibility of business // Bulletin of the BSU. Economics and Management. 2022. No.4.
2. Wittenberg E.Ya. Environmental responsibility of Russian business // RSM.2010. No.2.
3. Yerlygina E.G. Environmental responsibility and environmental risks of business // Bulletin of Science and practice. 2022. No.12.
4. Kopytova E.D. On the issue of socio-environmental responsibility of business // Issues of territorial development. 2017. №4 (39).
5. Sycheva A.A. Features of the introduction of environmental business innovations in foreign countries // Stolypin Bulletin. 2022. №5.

© Чумаченко Е.В., Разуваева Е.Б., Гарбузова Т.Г., Гончарова О.В.,
Лисиенкова Л.Н., 2024. Московский экономический журнал, 2024, № 2.