

## **ИНТЕГРАЦИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ПРИНЦИПОВ В БИЗНЕС-МОДЕЛИ СОВРЕМЕННЫХ КОМПАНИЙ**

**Брелицкий Никита Сергеевич**

магистрант, Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, РФ, Санкт-Петербург

**Неуструева Анастасия Сергеевна**

научный руководитель, старший преподаватель кафедры экономики и финансов, Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, РФ, г. Санкт-Петербург

В настоящее время корпоративная социальная ответственность (КСО) становится неотъемлемым аспектом ведения успешного бизнеса, поскольку компании берут на себя обязательства перед обществом, что не только способствует повышению лояльности потребителей и привлечению инвесторов, но и влияет на их репутацию. Особенно актуальной является экологическая составляющая КСО, в условиях растущей осознанности общества по вопросам экологии и природных ресурсов. Ключевыми факторами являются следующие:

1. Наблюдается рост осознания потребителей по поводу экологических проблем, что делает компании, активно заботящиеся о природе и демонстрирующие свою приверженность к устойчивым практикам, более привлекательными для клиентов. Потребительская осознанность становится не просто трендом, а важным аспектом выбора товаров и услуг, что предоставляет компании значительное конкурентное преимущество в условиях жесткой рыночной среды.
2. Помимо потребителей, проблема влияния на экономическую среду привлекает внимание органов власти. На уровне законодательных инициатив вводятся новые нормы и требования, регламентирующие экологические практики бизнеса. Такие изменения заставляют компании адаптироваться к новым условиям, что делает соблюдение экологии важным не только с точки зрения социальной ответственности, но и в контексте правовых обязательств.

Рассмотрим основную статистическую информацию – таблица 1.

**Таблица 1.**

### **Образование, утилизация, обезвреживание и размещение отходов производства и потребления в Российской Федерации [1]**

| <b>Наименование показателя</b>                                                                                                            | <b>2020 г.</b> | <b>2021 г.</b> | <b>2022 г.</b> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|----------------|----------------|
| Образование отходов производства и потребления – всего, млн тонн                                                                          | 6955,7         | 8448,6         | 9017,3         |
| в том числе опасных, млн тонн                                                                                                             | 98,1           | 117,9          | 104,7          |
| Утилизация и обезвреживание отходов производства и потребления, млн тонн                                                                  | 3429,0         | 3937,2         | 4125,2         |
| Отношение утилизированных и обезвреженных отходов производства и потребления к образованным отходам производства и потребления – всего, % | 49,3           | 46,6           | 45,8           |

Определено, что объем образования отходов увеличивается ежегодно. Однако средний процент утилизации всех отходов равен не более чем 50%. Более того, за последние 4 года успех утилизации заметно уменьшается.

Такая тенденция складывается в связи с неспособностью компаний справляться с увеличением образования отходов, и это говорит о том, что необходимо прикладывать больше усилий и вкладывать больше средств в экологическую сферу. Необходимо активно работать над снижением образования и утилизацией отходов.

Первое, что необходимо сделать компаниям это внедрить экологически чистую упаковку для своих продуктов. На сегодняшний день доля эко-упаковки составляет менее 50% от всего объема выпускаемой в России упаковки [2]. Важно внедрять экономику замкнутого цикла, которая подразумевает минимизацию отходов, повторное использование ресурсов и переработку материалов. Помимо этого, компаниям необходимо внедрять экологически чистые технологии, которые способны снизить количество отходов. К примеру, к таким технологиям можно отнести 3D-печать, применение возобновляемых источников энергии, использование электрического и гибридного оборудования.

Не менее важным является участие и организация компаниями различных мероприятий на сохранение окружающей среды. Если компания не желает организовывать и участвовать в подобных проектах, то она может их финансировать. Ключевым в поддержании зеленой экономики компании является обучение и информирование сотрудников и клиентов по теме экологии. Компаниям необходимо проводить просветительские мероприятия с целью формирования и повышения экологической грамотности населения. Подобные мероприятия способствует формированию культуры внутри организации и побуждают сотрудников к ведению экологически-осознанному образу жизни.

Таким образом, экология в рамках корпоративной социальной ответственности не только отвечает на вызовы современного мира, но и становится важным фактором для устойчивого развития бизнеса. Программа по экологической ответственности может не только повысить имидж компании, но и привести к финансовым выгодам, привлечению инвесторов, а также к улучшению отношений с партнерами и государственными органами. Исключительно важно, чтобы компании осознали свою ответственность за окружающую среду и начали интегрировать экологические аспекты в свои бизнес-модели, стремясь к созданию долгосрочных и взаимовыгодных отношений со всеми заинтересованными сторонами.

### **Список литературы:**

1. Росстат. Официальный сайт // [Электронный ресурс]. – URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/11194>
2. Россельхозбанк: более половины упаковки в России будет экологичной к концу 2025 года // ТАСС [Электронный ресурс]. – URL: <https://tass.ru/ekonomika/15914987>