

В. А. БАРТОШ

Белорусский государственный университет
Минск, Беларусь

Во время популяризации и глобализации вопросов экологического характера начали появляться такие термины, как экологизация и «зеленый» бизнес.

Под термином экологизации подразумевается «процесс неуклонного и последовательного внедрения систем технологических, управленческих и других решений, позволяющих повышать эффективность использования естественных ресурсов и условий наряду с улучшением или хотя бы сохранением качества природной среды (или вообще среды жизни) на локальном, региональном и глобальном уровнях» [1].

Ведение «зеленого» бизнеса («green business, также известный как устойчивый или экологичный бизнес (далее – экобизнес), является концепцией, которая направлена на минимизацию негативного воздействия на окружающую среду, в то же время при этом прибыль» [2]) и внедрение в него экологических идей является не просто модным и трендовым решением, а острой необходимостью для современного мира. Об этом свидетельствует перечень экологических проблем (глобальное потепление, разрушение озонового слоя, образование мусорных островов в океанах, огромные выбросы CO₂ в атмосферу и др.), которые требуют непрямого поиска решений.

Актуальность экобизнеса растет с каждым годом: экологичность начали использовать как маркетинговый ход, который имеет хорошие успехи, как свидетельствует исследование

Нью-Йоркского университета. Анализ потребительского поведения в 2013–2018 гг. показал, что конкретно «зеленые» товары не просто лучше покупают – их наличие благоприятно сказывается на росте всей товарной категории [3]. В связи с этим «зеленый» бизнес рассматривают не только как необходимую, но и прибыльную идею, так как его преимущества очевидны. Экобизнес пользуется большим и непрерывно растущим спросом среди потребителей, а также имеет слабую конкуренцию, поддерживается общественностью и государством, предоставляет возможности для проявления креативных идей. Экобизнес – вложения в экотехнологии (набор мер по выпуску товаров и предоставлению услуг, которые позволяют оценивать, предотвращать, ограничивать, исправлять или снижать до минимума ущерб, причиняемый окружающей среде и человеку [4]), которые позволяют снизить будущие расходы; повысить репутацию организации и тем самым привлечь «экологически чистых потребителей» аудиторию, организаций, амбассадоров и инвесторов [5].

Первым шагом для организации плана эконедрений требуется исследование и оценка экологических проблем региона, где осуществляется бизнес, а также изучение последних тенденций, чтобы рассматриваемые идеи были актуальны. Следующим шагом нужно выявить факторы, влияющие на рынок, где есть спрос, но недостаточно предложения. Также немаловажно изучение предположительной целевой аудитории ваших будущих продуктов или услуг. После, необходимо установление конкретных целей по снижению воздействия на окружающую среду – экологическая деятельность.

Какие экологические идеи можно предложить организациям для ведения «зеленого» бизнеса (экобизнеса)?

1. Полный или частичный переход на энергосберегающие технологии, такие как LED-освещение, системы автоматизации и управление энергопотреблением.

2. Внедрение возобновляемых источников энергии (солнечная, ветровая, гидроэнергия, биомасса и геотермальная энергия), которые позволят сократить выбросы парниковых газов, улучшить качество воздуха, экономить воду, повысить энергетическую безопасность и создать рабочие места [6].

3. Проведение регулярных мероприятий для просвещения сотрудников организации об актуальных экологических проблемах, создание команд для разработки и реализации экологических инициатив внутри организации, внедрение системы поощрений для сотрудников за предложения по улучшению экологической устойчивости.

4. Создание собственных пунктов сдачи отходов (тароматы) для дальнейшей их утилизации. Введение бонусов, акций, подарков для потребителей за ответственную утилизацию отходов бренда.

5. Инвестирование в экологические проекты на уровне местных сообществ, а также инвестирование в научные исследования для поиска новых решений в области экологии.

6. Обращение к услугам или собственное внедрение переработки компостируемых отходов в иные материалы для вторичного использования.

7. Сотрудничество с организациями, которые придерживаются принципов устойчивого развития и используют экологически чистые материалы.

8. Для укрепления важности придерживания используемых в бизнесе экологических идей можно проводить публикации регулярных отчетов о достигнутых результатах и планах по улучшению.

В заключение можно сказать, что внедрение этих идей поможет бизнесу стать более экологически устойчивым, оказать позитивное влияние на окружающую среду, привлечь внимание клиентов и повысить репутацию на рынке.

1. Академик [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://academic.ru>. – Дата доступа: 04.11.2024.
2. FasterCapital [Electronic resource]. – Mode of access: <https://fastercapital.com/ru>. – Дата доступа: 04.11.2024.
3. Forbes [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.forbes.ru>. – Date of access: 04.11.2024.
4. Отраслевой портал Отходы.Ру [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.waste.ru>. – Дата доступа: 04.11.2024.
5. Бизнес-портал организации «1000 идей» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.openbusiness.ru>. – Дата доступа: 04.11.2024.
6. Startup Jedi [Electronic resource]. – Mode of access: <https://startupjedi.vc/ru>. – Date of access: 04.11.2024.