

«Сейфуллин оқулары – 18: « Жастар және ғылым – болашаққа көзқарас» халықаралық ғылыми -практикалық конференция материалдары = Материалы международной научно-практической конференции «Сейфуллинские чтения – 18: « Молодежь и наука – взгляд в будущее» - 2022.- Т.1, Ч.V. – С.30-32

ИНТЕГРАЦИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ АСПЕКТОВ В ОСНОВНЫЕ СФЕРЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

*Жулькенов Ж.А., магистрант 1 курса
Казахский агротехнический университет имени С. Сейфуллина, город
Нур-Султан*

Внедрение экологических аспектов во все сферы деятельности предприятия становятся новым запросом не только от государства и организаций по охране окружающей среды, но и от потребителей, поэтому является очень важной частью каждого предприятия в современном мире. В данной статье был произведен анализ ситуации с внедрением экологических аспектов в предприятиях, был проведен анализ литературы на данную тему, а также выявлен методологический подход к интеграции экологических аспектов во все сферы деятельности предприятия. Целью данной статьи является анализ ситуации с экологическим менеджментом в предприятиях и попытка найти пошаговую инструкцию к интеграции экологических аспектов во все сферы деятельности предприятия. В современном мире, где проблемы окружающей среды становятся все более актуальными с каждым днем, одним из главных требований для предприятий является внедрение принципов охраны окружающей среды. В связи с этим мы можем наблюдать изменение потребительского поведения, где потребитель склонен выбирать продукты или услуги с наименьшим количеством вреда для окружающей среды, экологически чистые продукты, а также ужесточение требований от государства соблюдения экологического законодательства. Все вышеперечисленное вынуждает предприятия подстраиваться и устанавливать новые методы управления, берущие во внимание охрану окружающей среды [1]. У многих крупных компаний, например, в настоящее время забота об окружающей среде, и их интеграция экологии отражены в их корпоративной миссии и стратегиях, и многие из них внедрились системы экологического менеджмента, как правило, в сочетании со своими программами по охране труда и технике безопасности. Эти компании видят конкурентное преимущество в том, чтобы выйти за рамки минимального соблюдения нормативных требований, то есть быть про активными [2]. Так и в Казахстане, многие крупные компании включают экологические аспекты в свое видение, или миссии. Рынок «зеленых» товаров и услуг, тех что производятся с наименьшим вредом для окружающей среды набирает все

большую популярность и растет с каждым годом. К примеру, в 2014 году товарооборот на «зеленом» рынке составил 1,37 триллионов долларов и удвоился к 2020 году. Учитывая все эти данные, эта отрасль становится все более привлекательной для новых инвестиций, поэтому инвестиции в «зеленый» рынок удваиваются с каждым годом начиная с 2005 года [8].

Существует пять основных факторов, которые заставляют предприятия интегрировать экологические аспекты во все сферы их деятельности. Инициативы движут пятью взаимосвязанными факторами: государственная политика и постановления, коммерческие и экономические соображения, корпоративный имидж, кодексы поведения и растущее давление со стороны финансового/инвестиционного сообщества. Получение полной выгоды от этих движущих сил в значительной степени зависит от знаний и эффективности заинтересованных сторон (то есть широкой общественности, органов государственной власти, финансовых/инвестиционных сообществ, НПО и других заинтересованных сторон). Чем больше эти заинтересованные стороны будут знать об экологических проблемах, тем лучше они смогут отстаивать и реализовывать более перспективные стратегии [3]. Рассмотрим действие факторов подробнее:

Первый фактор. Соблюдение государственных постановлений и политик остается наиболее важным фактором корпоративной экологической эффективности для большинства компаний, поскольку оно требует от них выполнения обязательных действий или соблюдения определенных стандартов, в отсутствие которых, вероятно, будут наложены штрафы или другие меры. Климат экологического регулирования со временем изменился, как и то, как фирмы реагируют на экологические проблемы.

Второй фактор. Компании внедряют экологические меры и принимают экологические стратегии в интересах повышения эффективности, производительности и конкурентоспособности. Некоторые фирмы осознают, что существуют значительные возможности для получения конкурентного преимущества, которое получают первопроходцы в области охраны окружающей среды.

Третий фактор. Корпоративный имидж – важный аспект маркетинга компании и может стать важным движущим фактором для улучшения экологических показателей, особенно в отношении проблем, вызывающих повышенное внимание и представляющих наибольшую озабоченность общественности. Это также становится ключом к рынку, где потребители становятся более избирательными в своих решениях о покупке. Роль общественности в пропаганде корпоративной ответственности на различных фронтах, в том числе посредством бойкотов, отражающихся на имидже компаний и снижающих объемы продаж, фактически усиливается.

Четвертый фактор. Фирмы институционализируют свои подходы к экологическим проблемам путем принятия принципов или стандартов, призванных способствовать улучшению экологических показателей. Они обычно воплощаются в кодексах, которые разрабатываются либо самой фирмой, либо совместными усилиями с другими заинтересованными

сторонами. Такие кодексы обеспечивают рамки, которые могут изменить то, как компании рассматривают свои бизнес-операции — от выбора и поиска сырья до проектирования, производства, распределения и утилизации (или переработки) продуктов.

Пятый фактор. Охрана окружающей среды все чаще оценивается с точки зрения положительного вклада, который она может внести в эффективность компании и стоимость для акционеров. Финансовое сообщество (коммерческие банки и страховые компании) начали менять свою точку зрения в 1980-х годах, когда нарастали последствия небрежного отношения компаний к окружающей среде.

Для успешной интеграции экологических аспектов во все сферы деятельности предприятия, важно начинать этот процесс уже на этапе планирования. Это позволит предприятиям не нарушать график, уменьшить сроки необходимые для внедрения, но при этом поможет сократить расходы. Процесс экологического планирование мало чем отличается от самого обычного планирования, его целью является разработка экологически адекватных решений для предприятия. Экологическое планирование определяет:

- потенциальные экологические проекты, которые можно запустить, которые помогут с ресурсосбережением, но при этом будут экономичны
- как новая экологическая концепция предприятия позволит оптимизировать процессы снабжения и утилизации
- какие экологические стратегии, процессы или новые экологические технологии можно использовать

Для начала нужно выяснить значимость экологических факторов для предприятия, что требует изучения законодательных требований и кодексов [4]. Для успешной интеграции экологических аспектов во все сферы деятельности предприятия требуется создание пошаговой системы, механизма внедрения экологического менеджмента. К сожалению, нет общего руководства для предприятий, который бы помог с изменением функций управления или выявлением стратегии, которые приведут к результату. Создание такого методического инструментария для предприятий являлось целью многих ученых и исследователей С. Г. Фалько, В. Г. Ларионова, А. В. Демидова, А.Н. Жумабекова, В.И. Чернышова [2]. Весь процесс делится на фазы: фаза целеполагания; фаза интерпретации; фаза планирования; фаза реализации; фаза контроля. Результат каждой из фаз можно увидеть в таблице 1.

Таблица 1 – Фазы и результаты механизма внедрения экологического менеджмента в деятельность предприятия

Фаза	Результат
Целеполагание	Создание информационно-аналитической базы для комплексного анализа состояния охраны окружающей среды в предприятии

Интерпретация	Разработка практических результатов по минимизации антропогенной нагрузки на природные экосистемы
Планирование	Разработка комплексного плана реализации экологической политики предприятия
Реализация	Реализация природоохранных мероприятий для достижения целевых и плановых экологических показателей на текущую и долгосрочную перспективу
Контроль	Разработка корректирующих и предупреждающих мероприятий в области охраны окружающей среды, экологической безопасности

Таким образом, бизнес-инновации и стратегии развития предприятий должны признавать окружающую среду в качестве ключевой опоры, поддерживающей все формы социального и экономического развития. Ухудшение состояния окружающей среды коммерческими предприятиями увеличивает затраты на ведение бизнеса и снижает перспективы его устойчивости. Существующее несоответствие между экономическим и экологическим учетом может привести к бессмысленному уничтожению глобального достояния, особенно природных ресурсов и систем, поддерживающих и/или генерирующих новые ресурсы. Поэтому необходимо интегрировать экологические аспекты в планирование и реализацию стратегий предприятий.

Список использованной литературы

1. Бородин А. И. Концепция эколого-экономического управления предприятием // Вестник ОГУ. 2005. №8. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptsiya-ekologo-ekonomicheskogo-upravleniya-predpriyatiem> (дата обращения: 14.12.2021).
2. Фалько С.Г., Ларионов В.Г., Демидов А.В. Методический подход к интеграции экологических аспектов в систему управления современными предприятиями // Вестник РГЭУ РИНХ. 2018. №4 (64). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodicheskiiy-podhod-k-integratsii-ekologicheskikh-aspektov-v-sistemu-upravleniya-sovremennymi-predpriyatiyami> (дата обращения: 11.02.2022).
3. Science technology industry business and industry policy forum series. Encouraging environmental management in industry, Organization for Economic Co-operation and Development. URL: <https://www.oecd.org/sti/ind/2090553.pdf> (дата обращения: 21.02.2022).
4. Innocent Ngare. International Journal of Environmental Science <http://www.ias.org/ias/journals/ijes> Integrating Environmental Concerns in Enterprises and Businesses for Sustainable Development. URL: <https://www.researchgate.net/profile/Innocent-Ngare/publication/326177289.pdf> (дата обращения: 22.02.2022).

5. Sustainable agriculture: Social Aspects» on publons. Publons. (n.d). Retrieved March 27, 2022, from <https://publons.com/publon/38652832/>(дата обращения: 11.03.2022).

Научный руководитель: Орынбекова Г.А.