Н. С. Устьянцева

Московский государственный технологический университет «СТАНКИН»

УПРАВЛЕНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТЬЮ КАК ИНСТРУМЕНТ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Влияние на экологическую ситуацию оказывают не только тяжелая, но и легкая промышленность, производство продуктов питания и товаров повседневного спроса. Так, мода лидирует среди индустрий FMCG по объему вреда, наносимого окружающей среде: текстильное производство является второй по объему загрязнения питьевой воды отраслью после сельского хозяйства.

В настоящее время неосознанное потребление – острая проблема человечества. Тем не менее, популярность набирают такие движения, как осознанное потребление, slow fashion (медленная мода), sustainability fashion and development (устойчивая мода и устойчивое развитие). Компании-производители и общественность приходят к выводу, что дальнейший рост потребления (а с ним и увеличение производственных оборотов, нагрузки на ресурсы) будет негативно сказываться и на состоянии окружающей среды, и на человеке. В связи с этим компании вносят коррективы в корпоративную политику, создают фонды по решению экопроблем и на собственном примере призывают к бережному отношению к планете.

При доминировании экосоциальных и экокультурных стандартов, закрепленных в нормативно-правовых документах, а также в общественно признанных, отвечающих сложившимся в обществе этическим нормам, происходит все большее вовлечение в экополитическое пространство различных групп интересов, экологическая политика становится публичной. Таким образом, широкое распространение приобретает корпоративно-социальная ответственность компаний в управлении экологической безопасностью. Корпорации ставят в один ряд с достижением прибыли использование передовых технологий, предоставление наилучших условий для организации труда и жизни и поддержание баланса экологических интересов различных социальных групп (Шаркова Е. А. Экологическая коммуникация как информационно-коммуникативная составляющая экополитического процесса // Власть. 2014.07. С. 43-48).