

## **СТРАТЕГИИ ЭКОЛОГИЧЕСКИ ОРИЕНТИРОВАННОГО РОСТА**

Предаыбайло С. В., студент 5-го курса  
Научный руководитель – Бахматова Е. И., ст. преподаватель  
кафедры «Экономика и право»

Белорусский национальный технический университет  
г. Минск, Республика Беларусь

Бизнес-сообщество только начинает проявлять интерес к стратегиям экологически ориентированного роста. Благодаря опыту реализации такого рода стратегий руководителями крупнейших в мире компаний Wal-Mart, GE и др., многие предприниматели осознали, что «зеленые» технологии – незаменимый источник роста, повышения устойчивости функционирования и развития бизнеса [1, с. 69].

К основным типам таких стратегий относятся следующие: преобразование бизнес-процессов и ассортимента с целью обеспечения их соответствия критериям экологичности; приобретение готовых «зеленых» брендов; создание «зеленых» инноваций. Суть первой стратегии состоит в том, чтобы обеспечить на всех этапах создания стоимости и затем подчеркнуть в процессе коммерческих коммуникаций экологичность предложения. Если реализация первой стратегии оказывается нецелесообразной, компания может прибегнуть ко второй стратегии, заметно увеличив клиентскую базу «зеленого» бренда благодаря существующей системе дистрибуции компании-покупателя, которая, в результате, становится более разветвленной. Если у компании имеется большой опыт в области запуска и реализации инновационных процессов, она может создать прогрессивную «зеленую» технологию с нуля собственными силами. Реализация данной стратегии требует значительных капитальных вложений, но для некоторых компаний она предпочтительнее, так как заставляет их осваивать новые стратегически важные для жизнеспособности и устойчивости функционирования направления [1, с. 75].

### **Список литературы**

1. Harvard Bussines Review Russia Май 2011 / Г. Анру // Журнал. – 2011. – С. 69–76.