

Электронное научное издание

«Международный электронный журнал. Устойчивое развитие: наука и практика»

www.yrazvitiye.ru

вып. 2 (13), 2014, ст. 15

Выпуск подготовлен по итогам IV Международной научной конференции по фундаментальным и прикладным проблемам устойчивого развития в системе «природа – общество – человек»: наука, инженерия, образование (22 декабря 2014 г.)

УДК 504.06, 658

ИНСТРУМЕНТЫ ПРИРОДООХРАННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ В ИНТЕРЕСАХ УСТОЙЧИВОГО ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ

Савон Диана Юрьевна, доктор экономических наук, профессор кафедры экономики горного производства НИТУ «МИСиС»

Аннотация

Современные требования «зеленой» экономики представляют собой одновременно и вызов, и шанс для России, как страны самых богатых природных ресурсов. Автор предполагает гармонизацию современной экономики страны с требованиями «зеленой» экономики. Определены направления социально-экономического развития региона, с помощью выявления основных целей, таких как повышение конкурентоспособности региона и повышение качества жизни. Сделаны выводы о необходимости обязательного экологического страхования, которое является одним из экономических стимулов природоохранной деятельности.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: устойчивое развитие, экосистемные услуги, экологизация

TOOLS OF ENTERPRISE ENVIRONMENTAL MANAGEMENT FOR SUSTAINABLE INNOVATIVE DEVELOPMENT

Savon Diana Yurievna, Doctor of Economics, professor of Economics in Mining Department of NUST "MISIS"

Abstract

Modern requirements of «green» economy are both a challenge and a chance for Russia as the country rich with natural resources. The author suggests the harmonization of the modern economy of the country with the requirements of the «green» economy. The article identifies areas of socio-economic development of the region by identifying key objectives, such as improving the regions competitiveness and quality of life. The conclusion includes the need for mandatory environmental insurance, which is one of the economic incentives of environmental protection activities.

KEYWORDS: sustainable development, ecosystem services, greening

Введение

Модернизация экономики должна учитывать огромные возможности страны в плане экосистемных услуг: развития рынка экосистемных услуг, экологического маркетинга и экологических инвестиций, как на международном, так и на внутреннем рынке, что требует соответствующего развития маркетинговых средств управления этим рынком. Это позволит позиционировать Россию не только как энергетическую державу, но и как экологического донора [1].

Устойчивое развитие региона зависит от реальной эколого-экономической сбалансированности его хозяйственной деятельности. Темпы экологизации хозяйственной деятельности должны соответствовать темпам социально-хозяйственного развития регионов или опережать их, чтобы не допустить критического снижения экологической емкости территории, ее природно-ресурсного потенциала и не создавать кризисной экологической

ситуации. Для устойчивого социально-экономического развития территории ресурсоемкость и энергоемкость валового регионального продукта, состояние окружающей природной среды значат не меньше, чем, например, благоприятный хозяйственный и инвестиционный климат.

В социально-экономическом развитии региона выделены две основные цели: повышение конкурентоспособности региона и повышение качества жизни. Процесс экологизации и его результаты рассматриваются на двух уровнях: уровень хозяйствующих субъектов и региональный уровень. К основным инструментам, использование которых способствует повышению конкурентоспособности хозяйствующих субъектов за счет экологической составляющей, относятся: «зелёный» маркетинг, экологическая маркировка, эко контроллинг, экологическая сертификация, эоаудит и экологическое страхование [2].

Особенности влияния экологизации хозяйственной деятельности предприятий региональной экономики определяются масштабами предприятий и их отраслевой принадлежностью.

С реструктуризацией российской экономики на смену крупным монополиям пришли много мелких и средних предприятий, деятельность которых также оказывает определенное воздействие на состояние окружающей среды. В то время как крупные предприятия в нашей стране уже начинают сообщать в своих отчетах о проводимых экологических акциях и разработке систем экологического менеджмента, малые и средние предприятия не уделяют должного внимания эколого-экономическим проблемам.

По сравнению с крупными предприятиями они располагают небольшими финансовыми средствами, имеют существенно меньшие объемы производства и, следовательно, могут проводить, в основном, мероприятия, требующие небольших затрат. Кроме того, малые и средние предприятия меньше взаимодействуют с общественными организациями (НКО) и реагируют на их мнение зачастую с опозданием.

Конкурентные преимущества в малом бизнесе могут достигаться как за счет инновационно деятельности, так ориентации на оказание услуг, пользующихся устойчивым спросом. Решающим фактором в обоих случаях является то, что благодаря близости и пространственной ограниченности рынка малые и средние предприятия могут быстрее и точнее узнавать потребности покупателей [3].

Их гибкая структура продукции и услуг позволяет оперативно принимать индивидуальные или инновационные решения, предлагая на рынок новые товары или услуги в короткие сроки. Поэтому в российской экономике роль малого и среднего бизнеса

постоянно возрастает, несмотря на наличие существенных административных барьеров. Это обстоятельство определяет актуальность экологизации хозяйственной деятельности для предприятий малого и среднего бизнеса, лишь 15% из них включали осуществление экологических функций в свои уставные документы. Для сравнения отметим, что в Германии 85% предпринимателей в своей деятельности учитывают экологические аспекты. Анализ мирового экологического рынка показывает, что в объеме внешней торговли развитых стран доля экологического сектора составляет от 1 до 4%, причем темпы роста продаж природоохранных технологий и оборудования достигают 10 и более процентов в год [4].

Эффективность экологизации воспроизводственного процесса на предприятии во многом зависит от оптимизации экономических отношений в сфере рационального природопользования. Одной из причин низкой эффективности организационно-экономического механизма природопользования на предприятиях является отсутствие анализа, оценки, обоснования условий и факторов экологизации деятельности предприятия и его внешних коммуникаций.

Перспективным моментом экологизации производства предприятия является организация экологического страхования. К сожалению, страхование экологических рисков в настоящее время не получило должного распространения. Страховые правоотношения в нашей стране осуществляются на основании Типового положения о порядке добровольного страхования в РФ, которое недостаточно доработано и имеет значительные недостатки. Но главная причина заключается не в этом, а в необязательном характере экологического страхования.

В настоящее время благодаря позитивному отношению Правительства РФ к развитию экономических механизмов в обеспечении экологической безопасности появилась реальная возможность расширения рынка экологического страхования за счет внедрения добровольных видов и реальная возможность создания целостной и эффективно действующей системы экологического страхования на территории субъектов Российской Федерации. Страхование является одним из методов управления риском в природопользовании. Его задача состоит в распределении потерь среди большой группы физических и юридических лиц, подвергающихся однотипному риску (страховой совокупности).

В Федеральном законе «Об охране окружающей среды» от 10 января 2002г. (ст.18) впервые в российской законодательной практике указывается на возможность применения

процедуры обязательного государственного экологического страхования.

Система обязательного экологического страхования позволяет обеспечить жёсткую адресацию ответственности за ущерб, нанесённый окружающей природной среде. Следовательно, пострадавшие получают возможность компенсации понесённых убытков, выступая или страхователями, или третьими лицами [5].

К обязательному виду было отнесено страхование экологических рисков особо опасных для окружающей среды хозяйствующих субъектов, разработана методология оценки таких рисков и причиненного ущерба, разработаны правила страхования.

Особо следует подчеркнуть, что обязательное экологическое страхование является одним из экономических стимулов природоохранной деятельности.

Во-первых, постепенное аккумулирование финансовых средств посредством страховых взносов позволит предприятию-загрязнителю удовлетворить претензии третьих лиц при наступлении страхового случая без ущерба для финансового состояния предприятия.

Во-вторых, страхование ответственности за загрязнение окружающей среды позволит предприятиям снизить затраты на компенсацию ущерба при наступлении страхового случая, отчасти переложив их на страховую компанию.

В-третьих, в условиях обязательного экологического страхования предприятие будет заинтересовано осуществлять природоохранные мероприятия, чтобы снизить риск возникновения страхового случая, который может повлечь выплаты большие, чем превентивные затраты.

Механизм экологического страхования позволит аккумулировать средства предприятий и государства для целевого возмещения затрат на восстановление природной среды, воспроизводство природных ресурсов, для возмещения ущерба имуществу и здоровью третьих лиц в результате деятельности потенциально опасных объектов природопользования, а также для проведения превентивных мероприятий, направленных на восстановление и охрану природных ресурсов [6].

Экологический аудит в системе экологического маркетинга - это систематический и документально оформленный процесс проверки объективно получаемых и оцениваемых данных для определения соответствия системы управления окружающей средой, принятой в организации, критерием аудита такой системы, установленным данной организацией, а также для сообщения результатов, полученных в ходе этого процесса, руководству. Его

появление вызвано все нарастающей озабоченностью в обществе проблемами охраны окружающей среды, экологизации промышленности, производимой продукции и предоставляемых услуг. Этого требуют не только многочисленные законы, правила и нормы, которые обязательны к исполнению, но и потребители товаров и услуг [7].

Экологический аудит представляет собой объективное исследование с целью выявления, все ли элементы системы управления окружающей средой функционируют, таким образом, как планировало руководство предприятия, а аудиторский отчет дает возможность директору предприятия улучшить те части системы управления, которые работают еще неудовлетворительно. Руководящие указания по экологическому аудиту изложены в Российском стандарте ГОСТ Р ИСО 14010-98.

Экологический аудит - предпринимательская деятельность аттестованных экологических аудиторов или экологических аудиторских организаций. Их деятельность ни в коей мере не несет ни фискальных, ни надзорных функций, а основывается на принципах конфиденциальности, объективности, независимости, компетентности, комплексности, достоверности и полноты информации. Экоаудиторское заключение и дополнительные материалы представляются только заказчику экологического аудита. Проведение экологического аудита является добровольным делом каждого предприятия. Однако в последнее время в силу ряда объективных причин среди крупных промышленных предприятий и компаний наблюдается заметный интерес к экологическому аудиту. Все вопросы деятельности компании рассматриваются с точки зрения как технических, так организационно-управленческих аспектов [8].

Внедрение и развитие экологического аудита в нашей стране обусловлено осознанием приоритетности экологических проблем наряду с социально-экономическими вопросами, процесс интеграции РФ в мировое сообщество, а также необходимостью организации природоохранной деятельности на предприятиях, изменением форм собственности и системы управления, заключением договоров на экологическое страхование, финансированием экологических проектов, мероприятий и программ, инвестициями в природоохранную, хозяйственную и иную деятельность.

Экологический аудит является важным инструментом экологического маркетинга. Его проведение в хозяйственном субъекте свидетельствует о возросшем понимании высшего руководства предприятия значимости экологических проблем и их непосредственного или косвенного влияния на успешность экономической деятельности как на внутреннем рынке

товаров и услуг, так и в условиях возросшей международной конкурентной борьбы.

В настоящее время торговые предприятия во всем мире значительно расширили ассортимент экологически приемлемых товаров, чему во многом способствует экологическая маркировка продуктов. Вследствие усиления спроса на указанную продукцию отмечаются положительные эффекты природоохранного характера. Система экологической маркировки (eco-labeling) является действенным инструментом экологического маркетинга. В пункте 281 Итогового документа Конференции ООН по устойчивому развитию «РИО+20» указывается «... целенаправленно добиваться прогресса в решении целого комплекса важных вопросов, включая, в частности, вызывающую перекосы в торговле практику субсидирования и торговлю экологическими товарами и услугами».

Экологическая маркировка предназначена для обозначения положительной оценки данного продукта в отношении его воздействия на окружающую природную среду. Европейский Союз (ЕС) подразумевает, что продукция проверена соответствующим образом, обычно на базе концепции экологического жизненного цикла. Участие компаний в схемах экомаркировки может быть как добровольным, так и обязательным. В странах ЕС действуют две ключевые программы экологической маркировки.

Следует отметить, что предпосылкой для обеспечения эффективности экологической маркировки продуктов является высокая экологическая сознательность потребителей-приверженцев «зеленых» идей. С другой стороны, для изготовителей продуктов хорошо информированный потребитель и его поведение служат стимулом к разработке таких продуктов, которые наносят меньший вред окружающей среде. Объективная маркировка экологических параметров продукции помогает изготовителям в разработке и применении эффективной стратегии экологического маркетинга. Зарубежный опыт показывает, что экологическая маркировка продукции наряду с ее сертификацией может вести к предупреждению и значительному уменьшению нагрузки на окружающую среду [9].

Для экологической маркировки была разработана система изображений символов, которые напоминают о важности природоохранной деятельности, легко распознаются и запоминаются.

При оценке продуктов следует стремиться к их целостному рассмотрению и учитывать все природоохранные аспекты: содержание опасных веществ, выбросы вредных веществ в атмосферу, сбросы загрязнений в водные объекты, почву, шумовые нагрузки, предотвращение образования отходов, а также экономию невозобновимых видов сырья и

ресурсов, например за счет экономного расходования энергии. С точки зрения предпринимательства экологический знак служит для того, чтобы обращать внимание покупателей на экологически чистые продукты, а также усиливать позиции альтернативных экологически благоприятных продуктов на рынке. Одним из наиболее часто встречающихся в составе экомаркировки является заявление в форме «экологически чистый». В России использование этого термина основано на положениях закона от 19 декабря 1991 г. № 2060-1 «Об охране окружающей природной среды», в котором в рамках экономического стимулирования этой деятельности (ст. 24) предусматривалось применение поощрительных цен и надбавок на экологически чистую продукцию. С принятием Закона РФ «О защите прав потребителей» (1992) в стране введена обязательная сертификация товаров (работ и услуг), на которые устанавливаются требования, направленные на обеспечение безопасности жизни, здоровья потребителей и охраны окружающей среды.

Система экологической сертификации вводится с целью обеспечения нормативно-технического и правового регулирования экологической безопасности. Она устанавливает требования экологической безопасности на производство, распределение и потребление продукции, процессов, работ и услуг и является неотъемлемой частью механизма управления природопользованием.

Основными задачами системы экологической сертификации являются:

- предупреждение неблагоприятного воздействия на условия жизнедеятельности человека и состояние окружающей среды факторов, связанных с процессом производства и применения продукции, утилизацией отходов и использованием природных ресурсов;
- обеспечение рационального использования, охраны и воспроизводства природно-ресурсного потенциала;
- защита потребителей от приобретения товаров, опасных для жизни, здоровья и имущества или оказывающих вредное воздействие на окружающую среду в процессе их использования;
- повышение конкурентоспособности отечественной продукции, содействие экспорту.

Для обеспечения устойчивого развития должна быть создана международная и национальная система экологической сертификации продукции, отходов производства, природных объектов и услуг. Система экологической сертификации должна включать такие

направления, как технологические процессы, отходы производства и потребления, готовая продукция, экологические услуги, объекты окружающей среды и природные ресурсы. Экологическая сертификация должна проводиться на соответствие требованиям экологической безопасности, оговоренным договорами и лицензиями на комплексное природопользование, и может осуществляться в форме экспертизы. По результатам такой оценки должен выдаваться экологический сертификат, который свидетельствует о соответствии параметров и характеристик объектов, процессов и продукции природоохранным нормам и правилам, обеспечивающим безопасный уровень воздействия на окружающую среду и здоровье населения. Побудительным мотивом к проведению экологической сертификации и экологической маркировки продукции должно стать введение комплекса стимулов и санкций:

- экологический сертификат и экологическая маркировка продукции должны иметь более высокий приоритет по отношению к другим сертификатам и знакам;
- экологический сертификат является основанием для выдачи государственной лицензии на право природопользования;
- уклонение потенциальных заявителей от процедуры сертификации должно сопровождаться введением системы штрафных санкций и ужесточением экологического контроля.

Система экологической сертификации и экологической маркировки должна базироваться на следующих основных принципах, предусматривающих: установление собственных правил процедуры и управления для проведения экологической сертификации; разграничение функций между различными органами системы экологической сертификации; гармонизацию международной и национальной систем по сертификации; распределение ответственности между участниками сертификации; независимость органов по экосертификации от действующих сторон; бездискриминационный доступ к участию в системе; развитие системы для проведения работ по отдельным конкретным группам объектов экосертификации; открытость и отсутствие ограничений на организацию проведения экосертификации; тесную увязку экологических инструментов защиты природы с экологическим сертификатом.

Экологическая сертификация услуг представляет собой деятельность по оценке компетентности юридических лиц, а также соответствия применяемой техники и технологии экологическим требованиям при их использовании. В свою очередь, экологическая сер-

тификация товарной продукции предусматривает подтверждение соответствия данной продукции экологическим требованиям. Экологические требования в зависимости от вида продукции могут быть предъявлены к ее химическому составу или к удельным показателям по выбросам (сбросам) загрязняющих веществ в окружающую среду.

Основой развития экологической сертификации в Российской Федерации стали принятые, начиная с 1998 г., национальные стандарты ГОСТ Р ИСО серии 14000. Объектами экологической сертификации являются системы управления окружающей среды (СУОС), а также продукция.

Обеспечение здоровья и безопасности жизни населения не может быть достигнуто без системы мер, позволяющих защитить их от некачественных и загрязненных пищевых продуктов. Внедрение системы добровольной сертификации «Экологичные продукты» способствовало повышению защищенности прав граждан на получение достоверной информации относительно экологических качеств реализуемой в торговой сети продукции. В условиях насыщенного рынка увеличивается популярность более экологически чистых пищевых продуктов. Априори для предприятий легкой и пищевой промышленности, поскольку ориентация на потребление экологически чистых товаров - это важнейший фактор улучшения здоровья населения и повышения качества жизни. Таким образом, можно говорить о том, что экологизация хозяйственной деятельности актуальна в пищевой промышленности и все чаще начинает осуществляться тогда, когда традиционные варианты получения прибыли не дают достаточно высокой отдачи и появляется необходимость в поиске новых направлений развития.

Особую стимулирующую роль призваны играть надбавки и скидки (в %) к ценам, учитывающие степень рациональности природопользования и экологическую чистоту производства (продукции). На продукцию, имеющую повышенные по сравнению со стандартами и нормами экологические характеристики, на наш взгляд, должны устанавливаться надбавки к ценам, а их размер может определяться в процентном отношении к цене стандартной продукции. На продукцию с пониженными экологическими характеристиками должны устанавливаться скидки к ценам в виде твердого налога (отчислений) в бюджет. Механизм таких отчислений идет из прибыли предприятия по разнице между полученным доходом, от продажи по ценам стандартного класса экологичности, и его возможным размером при низшем классе экологичности продукции.

«Зеленая» экономика, поддерживаемая международными правительственными

организациями и ужесточающимся экологическим регулированием, инвестициями, инновационным бизнесом и требованиями «зеленых» потребителей, кардинально меняет бизнес-ландшафт. Зеленый маркетинг может быть определен как маркетинг продуктов, которые являются экологически безопасными. Злоупотребление экологической маркировкой породило новый термин «зеленое отмывание», обозначающий нарушения, связанные с экологическими этикетками/лейблами, когда потребителя убеждают, что он приобрел экологически чистый, «зеленый» товар, который таковым не является, то есть абсолютно не экологическому товару придается оттенок органической чистоты с помощью наклеивания зеленой этикетки. Такое поведение фирмы на рынке может подорвать доверие потребителей к «зеленой» компании. Таким образом, фирма должна быть искренней в своих усилиях, быть экологически безопасной, в отношении своей экологической практики и политики.

Экологическая репутация фирмы может быть укреплена расширением связей с общественностью и рекламой, но все действия фирмы должны заслуживать доверие, быть честными и правдивыми. Политика продвижения должна сочетаться с образованием и пропагандой, что будет вовлекать организацию в широкую стратегию по улучшению окружающей среды.

Литература

1. Костюхин Ю.Ю., Гусева М.Е. Система грейдов: возможности применения в современных условиях // Экономика в промышленности: №1/2008. — с. 53а-57.
2. Савон Д.Ю., Сафронов А.Е. Экологический риск окружающей среды и его влияние на качество жизни и уровень населения Ростовской области // Экономика природопользования: №2/2010. — с. 127-135.
3. Савон Д.Ю., Сафронов А.Е. Современные инструменты государственного регулирования охраны окружающей среды мегаполисов (на примере Ростовской агломерации) // Научная мысль Кавказа: №3/2010. — с. 85-91.
4. Савон Д.Ю., Гассий В.В. Сценарий устойчивого развития Ростовской области // Инженерный вестник Дона: том 22, №4-1 (22) / 2012. — с. 159.
5. Савон Д.Ю., Гассий В.В. Деятельность субъектов государственно-частного партнёрства при реализации приоритетных национальных проектов в условиях устойчивого развития // Экономические и гуманитарные исследования регионов: №2/2012. — с. 195-204.

6. Савон Д.Ю. Финансовый инструментарий инвестирования проектов государственно-частного партнёрства в регионе // Горный информационно-аналитический бюллетень (научно-технический журнал): №S3 (1) / 2013. — с. 315-319.
7. Савон Д.Ю., Маркер Е.В. Процесс финансового обеспечения экологической и социальной ответственности бизнеса на основе государственно-частного партнёрства // Горный информационно-аналитический бюллетень (научно-технический журнал): №S3 (1) / 2013. — с. 320-324.
8. Тибилов Д.П. Управление затратами в рамках современных систем планирования предприятия // Горный информационно-аналитический бюллетень (научно-технический журнал): №2/2005. — с. 73-78.
9. Тибилов Д.П., Лозовская Я.Н. Определение объективной величины ставки нормы дисконта при оценке экономической эффективности инвестиционных проектов // Горный информационно-аналитический бюллетень (научно-технический журнал): №б/2012. — с. 369-371.