

## **МАРКЕТИНГ ПРИРОДООХРАННЫХ МЕРОПРИЯТИЙ КАК ТРЕБОВАНИЕ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ**

**Е.Г. Мухтарова**

*(Уфимский государственный нефтяной технический университет)*

Любое предприятие предназначено для выпуска той или иной необходимой продукции. Однако предприятие существует в окружении конкретной среды – экологической системы, которая неизбежно подвергается воздействию со стороны производства. Пренебрежение состоянием окружающей среды в интересах экономии средств неизбежно ведет к отрицательным последствиям и для самого предприятия. Так, в результате загрязнения воздуха и воды страдает население, разрушение рекреационных экосистем приводит к неблагоприятным социальным последствиям, погоня за дешевым сырьем может вызвать его дефицит. Следствием окажется ущерб предприятию, который мог бы быть значительно меньше, если бы своевременно принимался комплекс природоохранных мер.

Решать подобные проблемы следует, на наш взгляд, путем создания и эксплуатации экономико-экологических систем, которые представляют собой совокупность ресурсов (и методических приемов их оптимизации), технических устройств и взаимодействующих с ними элементов природной среды, которые в ходе совместного функционирования обеспечивают, с одной стороны, высокие производственные целевые показатели, а с другой, – поддержание в зоне своего влияния благоприятной экологической обстановки, максимально возможное в каждом конкретном случае сохранение и воспроизводство естественных ресурсов. Воздействие производства на природные системы проявляется в извлечении природных ресурсов, размещении производственных отходов (загрязнении) и т.п. В свою очередь, окружающая среда также может влиять на предприятие. Подобные воздействия приводят к разрушению управляемой подсистемы, а, следовательно, и всей экономико-экологической системы. Чтобы этого не происходило, необходимы компенсационные ответы со стороны управляемой подсистемы по отношению к управляющей через каналы отрицательной обратной связи. Но дело в том, что природные системы не обладают достаточным запасом информации для того, чтобы компенсировать влияние на производство. Поэтому соответствующие функции должны быть реализованы эргономическим звеном данной системы.

Это означает, что в эколого-экономической системе должен присутствовать особый блок управления. Он воспринимает информацию от природных систем о происходящих в них изменениях, оценивает возможные негативные последствия и передает соответствующую команду управляющей системе (в данном случае – производственному предприятию). В качестве блока управления могут выступать органы власти или специально уполномоченные ими службы (например, службы охраны окружающей среды). Они получают информацию о состоянии природных систем на

основании контроля и мониторинга и предписывают предприятию, например, сокращение выбросов или сбросов, включают экономические рычаги управления, в частности, корректируют плату за загрязнение и т.п. Что касается конкретных мер и способов выполнения таких предписаний, то их выбирает само предприятие, решая соответствующую экологическую задачу. Это могут быть новые очистные сооружения, изменение технологии, замена сырья и топлива, а в ряде случаев и приостановка устаревших вредных производств.

Адаптировать эколого-экономическую систему к соответствующему состоянию рынка можно путем использования нового, социально ориентированного маркетингового подхода. Достижение желаемого результата по созданию эффективно сбалансированных эколого-экономических систем требует установления конкретных параметров эколого-технологических (производственных) комплексов в маркетинговом треугольнике "комплекс - потребители - конкуренты". Необходимо создание такого механизма маркетингового управления, который в каждом конкретном случае экономического состояния среды мог бы обеспечить рациональные выборы по всей цепи маркетингового цикла от создания комплексов до их эффективного функционирования.

Маркетинговый механизм управления охраной окружающей среды основан на типологии рыночных методов. В настоящее время известны следующие основные группы методов управления:

- административное регулирование, то есть, введение нормативных стандартов и ограничений, которые должны соблюдать фирмы-производители, а также осуществление прямого контроля и лицензирования процессов природопользования;
- экономические стимулы, способные заинтересовать фирму-производителя в рациональном природопользовании;
- система платежей и налогов за экологическое загрязнение;
- распределение прав на загрязнение и компенсационные платежи.

Данные методы необходимо использовать на различных стадиях маркетингового процесса в зависимости от состава первичных ресурсов, специфики производственного процесса и применяемых природоохранных технологий, формирующих выбросы в окружающую среду.

Рыночные методы в наибольшей степени способствуют эффективному решению экологических проблем. Они включают плату за природные ресурсы (землю, недра, леса и иную растительность, животный мир) и за загрязнение окружающей среды (выбросы, сбросы и т.п.), экологическое налогообложение, кредитный механизм в области природопользования, систему внебюджетных экологических фондов и банков, экологическое страхование.

Необходимость внедрения рыночных механизмов при организации природопользования подсказывает опыт таких стран как США, Япония, Германия, которые используют так называемый "бабл - принцип": в качестве источника загрязнения окружающей среды берутся не отдельные элементы, а

предприятие в целом. В пределах региона устанавливаются общие допустимые пределы выбросов и сбросов загрязняющих веществ, и предприятия находятся как бы в едином пространстве. При установлении стандарта качества среды того или иного региона предприятия будут сами определять величину выбросов и сбросов.

Главная цель маркетинговых подходов к управлению природоохранной деятельностью направлена на обеспечение рационального использования ассимиляционного потенциала природной среды.

В нашей стране и за рубежом используются два разных подхода к определению выбросов и сбросов в окружающую природную среду. У нас используется такой подход, когда концентрация загрязняющих веществ в воде, воздухе, почве - не должна превышать предельно допустимую. Но это условие не касается самого предприятия - оно должно просто его обеспечить. В этом состоит противоречие в области охраны окружающей среды. Предприятие должно обеспечить такие выбросы и сбросы, при которых вредные вещества смогут рассеяться до неопасных концентраций в определенных местах. Рассеивание примесей зависит от множества факторов, на которые человек не может повлиять (например, управление процессами перемещения воздушных масс). Предприятие обязано обеспечить такие выбросы, при которых в любых условиях окружающей среды будет достигнуто требуемое рассеивание примесей до неопасных концентраций.

На Западе применяется другой подход к обеспечению содержания вредных веществ в окружающей природной среде. Он состоит в том, чтобы вредные вещества, поступающие от предприятия, не оказывали отрицательного воздействия на природные экосистемы в целом. Критерием является ассимиляционный потенциал территории, показывающий, какое количество вредных веществ может без ущерба для своего состояния ассимилировать та или иная территория (1). После определения объемов вредных веществ, которые могут быть обезврежены в пределах данной территории, предприятием устанавливаются предельные нормы на выбросы и сбросы вредных веществ в течение определенного периода. При этом естественно учитываются нормативы содержания вредных веществ в окружающей среде. Квота на сброс или выброс может быть увеличена только за счет ужесточения в отношении другого предприятия, так как сумма этих квот не должна превышать общий сброс для данной территории.

Можно сделать вывод, что западный подход является более гуманным по отношению к окружающей природной среде и населению, он обеспечивает более высокое качество среды, когда антропогенные факторы не выходят за пределы толерантности человеческого организма.

Внедрения данного подхода на предприятиях для обеспечения более высокого качества окружающей среды требует использования инструментов маркетинга как философии рыночного подхода. Именно маркетинг природоохранных мероприятий позволит привлечь ресурсы, столь необходимые для обеспечения качества окружающей среды.

Система маркетинга – это ряд подсистем, которые необходимо использовать комплексно и во взаимосвязи друг с другом.

Первый и необходимый этап – разработка методики и проведение полномасштабного маркетингового исследования.

Система маркетингового исследования включает в себя следующие этапы:

- постановка проблемы и целей исследования;
- отбор источников информации;
- сбор информации;
- анализ собранной информации;
- представление полученных результатов.

Проблема, которая может быть поставлена во главу маркетингового исследования - какие требования предъявляют природопользователи к качеству окружающей среды? как обеспечить данное качество окружающей среды?

В ходе проведения данного исследования могут быть использованы различные источники информации.

Так, существует ряд документов, регламентирующих возможное и отражающих реальное воздействие предприятия на окружающую среду. Рассмотрим их.

Во-первых, это проекты томов предельно-допустимых выбросов и сбросов (ПДВ и ПДС), в которых разрабатываются нормативы воздействия на окружающую среду для хозяйственных объектов. В основе определения ПДВ (ПДС) лежит методика расчета концентраций загрязняющих веществ, создаваемых источником в контрольных пунктах с учетом рассеяния (разбавления), вклада других источников, перспектив развития (проектируемые источники) и т.д. Проекты томов ПДВ и ПДС подлежат утверждению в территориальных органах Госкомэкологии, на их основе предприятие получает разрешение на выброс (сброс) загрязняющих веществ.

Во-вторых, проект лимитов размещения отходов. Лимитирование размещения твердых промышленных отходов осуществляется на основании "Временных правил охраны окружающей среды от отходов производства и потребления в РФ".

В-третьих, экологический паспорт предприятия. Он разработан с целью систематизации информации, определяющей влияние предприятия на окружающую среду, и контроля соблюдения им природоохранных норм и правил в процессе хозяйственной деятельности. Экологический паспорт отражает следующие принципиальные моменты:

-переход от изучения состояния окружающей среды к детальному анализу причин состояния по каждому в отдельности и группам предприятий отрасли;

-переход от рассмотрения общего объема выбросов к удельным показателям, то есть, отнесение общего объема выбросов к объему

производства продукции и сопоставление удельных показателей с наилучшими достигнутыми в мире.

В экологическом паспорте приводятся показатели влияния применяемой технологии на состояние окружающей среды:

1) экологичность выпускаемой продукции. Доля выпуска экологически чистой продукции и доля продукции с улучшенными экологическими показателями;

2) влияние предприятия на воздушный бассейн – объем используемого атмосферного воздуха; количество отходящих вредных ингредиентов по видам и источникам; количество вредных веществ, улавливаемых очистными установками и их утилизация; доля улавливаемых и обезвреживаемых вредных веществ от общего количества отходящих газов; количество вредных веществ, поступающих в атмосферу после очистки по видам; изменение объемов и количество выбросов вредных веществ по сравнению с предшествующим периодом;

3) влияние предприятия на водные ресурсы – объемы забираемой воды; использование воды на производственные цели; объемы воды, передаваемые другими потребителями, сброшенные сточные воды; доля очищенных сточных вод и доля загрязненных сточных вод; концентрация вредных ингредиентов в загрязненных сточных водах; степень очистки сточных вод, изменение объема и качества сточных вод;

4) ресурсосберегающие показатели работы предприятия – объем утилизируемых вредных веществ, извлеченных из отходящих газов и сточных вод; количество образующихся твердых отходов, подлежащих захоронению; степень извлечения полезных компонентов из минерального сырья;

5) влияние работы предприятия на земельные ресурсы – коэффициент застройки – отношение площади, занятой под здания и сооружения, к общей площади, отведенной предприятию; объем продукции предприятия, выпускаемой на 1 га земли; соотношение основных, вспомогательных и обслуживающих площадей; производственная площадь, приходящаяся на 1 рабочего, 1 единицу оборудования, 1 агрегат; доля площади, занятой под отходы производства; площадь рекультивируемых земельных участков;

6) статистическая отчетность. Все формы этой отчетности подаются в органы Госкомстата, в территориальные комитеты по охране окружающей среды.

Для каждого объекта разработаны регламенты, технологические карты, схемы производственной канализации, ведутся журналы учета.

Загрязнители описаны в актах проверок, предпринятых сотрудниками Комитета по охране окружающей среды, или в журналах лаборатории СЭС. В зоне его влияния может быть расположен пост Росгидромета. Достоинством этих источников информации является то, что они принципиально не зависят от загрязнителя, а информация, которой они располагают, строится на результатах наблюдений и измерений.

В качестве информационной базы использованы статистические материалы и сборники Госкомстата РБ и РФ, статсборники и первичные материалы предприятий, материалы государственных докладов, статсборники по охране окружающей среды, данные, содержащиеся в журналах и монографиях. В ходе исследований использованы законодательные акты.

Помимо информации о воздействии конкретного загрязнителя практически всегда необходимо знакомство с общими закономерностями воздействия на окружающую среду источников, относящихся к данной отрасли.

Статистическая отчетность предприятий обобщается в сводных отчетах и выпускается Госкомстатом. Закономерности воздействия источников, относящихся к различным отраслям хозяйства, описаны в периодически входящих сборниках "Влияние отраслей экономики Российской Федерации на состояние природной среды". Информацию можно получить в справочниках "Область в цифрах", "Российская Федерация в цифрах".

Самую общую информацию получают из нормативно-правовых, инструктивно-методических документов и справочных материалов по вопросам экологии и экологической безопасности.

Из сведений, полученных в государственных природоохранных органах, можно сделать определенные выводы и предложить некоторые рекомендации. Но этой информации может оказаться недостаточно.

В последнее время для получения независимой информации о хозяйственных объектах используют такой подход как экологическое аудирование. Под ним понимают независимый квалифицированный анализ, оценку, разработку рекомендаций и предложений третьей, независимой стороной по фактическим результатам любой экологически значимой деятельности (1). В процессе экологического аудирования создается дополнительная достоверная независимая информация об экологических аспектах деятельности предприятия. В рамках экологического аудирования используются метод материального баланса, визуальная оценка, фото- и видеосъемки, анкетирование, обзорные туры по предприятию. Экологическое аудирование предупреждает ситуацию, когда экологические проблемы волнуют лишь руководство компании, вынужденное на свой страх и риск скрывать негативные последствия производственной деятельности до предела, за которым их сокрытие станет невозможным, а устранение повлечет судебные разбирательства и санкции.

Экологический аудит может и должен стать основой для становления и развития экологического предпринимательства, к сфере которого следует отнести следующие направления хозяйственной и социальной деятельности: разработку и внедрение ресурсосберегающих и экологически безопасных технологий; производство средозащитной техники и приборов для контроля и повышения качества окружающей среды; производство экологически благоприятных потребительских товаров; использование вторичных ресурсов; использование рекреационных ресурсов; оказание экологических

услуг (экологический мониторинг, аудирование, страхование, воспитание, просвещение и образование).

Анализ полученной информации целесообразно проводить по следующим направлениям:

1) регламентация, т.е. установление требований содержания вредных веществ в окружающей среде (в почве, воде, воздухе, растительном субстрате, продуктах питания и предметах бытового назначения);

2) регламентация поступления вредных веществ в окружающую среду, т.е. установление требований на сбросы и выбросы для промышленных предприятий по конкретным веществам и их источникам;

3) прогнозирование переноса и рассеивания вредных веществ в природных средах, процессов превращения этих веществ под влиянием факторов внешней среды, т. е. прогнозирование качества окружающей среды;

4) соблюдение технологических регламентов работы оборудования и производственных инструкций с целью обеспечения требуемых параметров процессов, влияющих на образование выбросов и сбросов;

5) контроль содержания вредных веществ в окружающей среде, а также, сырье, топливе, материалах, полуфабрикатах;

6) контроль поступления и содержания вредных веществ в природных средах для принятия мер в случае превышения установленных органами здравоохранения нормативов;

7) мониторинг состояния окружающей среды.

Во время проведения данных мероприятий находятся пределы толерантности человеческого организма к загрязняющим веществам, содержащимся в выбросах, сбросах и твердых отходах предприятий. Эти пределы и будут лежать в основе нормативов, которые не должны превышать в окружающей среде (включая воздух, почву, воду, растительность, пищевые продукты). Понятно, что это необходимо, так как полностью изолировать человека от присутствия таких веществ невозможно. Далее предприятие обязано проводить соответствующие мероприятия, чтобы такие требования обеспечить.

В рамках маркетинговой системы формирование спроса и стимулирование сбыта (ФОССТИС) имеются возможности по применению таких методов, как экономическое стимулирование охраны окружающей среды, а также лицензирование и организация системы договоров в области природопользования.

Необходимо предусмотреть разработку ценовой политики на продукцию природоэксплуатирующих и природохозяйственных отраслей, особенно на экологически чистую продукцию и технологию. Это так же важно, как и экологическое предпринимательство. Более того, с этой экологической категорией тесно связана система экологической сертификации. Ее внедрение позволит поставить вопрос о формировании рынка экологических работ, товаров и услуг (маркетинг, инжиниринг, лизинг, биржи и др.).

Для эффективной экологической политики предприятия необходимо

государственное регулирование и контроль. Согласно концепции совершенствования экологической политики Российской Федерации одним из таких государственных мероприятий должно стать реформирование системы платежей за выбросы (сбросы) и размещение загрязняющих веществ в окружающей среде.

Здесь следует сосредоточиться на следующих основных направлениях:

- поэтапное увеличение ставок платы за выбросы (сбросы) загрязняющих веществ и размещение отходов, позволяющее приблизить их к экономически обоснованному уровню, обеспечивающему определенную динамику снижения загрязнения окружающей среды;
- разграничение полномочий между органами власти Российской Федерации, её субъектов и органами местного самоуправления в части установления ставок платежей по различным группам загрязняющих веществ и видам воздействий;
- оптимизация перечня загрязняющих веществ и видов воздействия, за которые должна взиматься плата;
- апробация и введение элементов торговли лицензиями на размещение в окружающей среде загрязняющих веществ.

Наряду с реформированием платного природопользования необходимо использовать дополнительные возможности стимулирования снижения экологически неблагоприятных воздействий за счет создания соответствующих экономических механизмов. К их числу относятся введение налогов на выпуск экологически вредной продукции, в том числе на некоторые виды упаковки, удобрений, автомобильных аккумуляторов, топлива и других товаров. Эффективным может стать стимулирование повторного использования продукции или ее вторичной переработки.

Целесообразно введение ускоренной амортизации оборудования природоохранного назначения, что позволит увеличить возможности финансирования оснащения предприятий более совершенным оборудованием.

Перспективным является развитие механизмов экологического страхования, что даст возможность аккумулировать у страховых фирм значительные финансовые средства для преодоления экологических последствий техногенных аварий. Для развития системы экологического страхования важно привлекать экологические фонды. Возможно также развитие механизмов льготного финансирования природоохранных мероприятий из целевых бюджетных экологических фондов в форме субсидирования за счет фондов разницы между льготной ставкой и ставкой коммерческого банка. Особого внимания заслуживает разработка системы товарной политики экологических товаров (услуг). В нашей стране рынок экологических услуг находится в зачаточном состоянии. О масштабах развития мирового рынка природоохранных товаров и услуг можно судить по оценкам американских экспертов. Сегодняшний спрос на эту продукцию, составляющий от 200 до 300 млрд. долл., может достигнуть к концу века 500 млрд. долл.

В США задача захвата лидирующих позиций на мировом рынке экологически ориентированной технологии и сферы услуг возведена в ранг государственных приоритетов. В официальном заявлении президента Б.Клинтона об экологической политике США были заложены основные направления американской стратегии в этой области, нацеленные на укрепление конкурентоспособности и захват американскими компаниями лидерства на мировом рынке природоохранной технологии и услуг.

Как было выше отмечено, создание полноценного рынка экологических услуг невозможно без введения системы обязательной сертификации по экологическим требованиям, для чего необходимо проведение следующих работ:

- развитие нормативно-методической документации, на соответствие требованиям которой осуществляется сертификация;
- внесение изменений и дополнений в действующее законодательство и разработка новых законодательных актов, обеспечивающих реализацию экологических требований при ведении хозяйственной деятельности;
- гармонизация стандартов и нормативной базы с требованиями международных систем и стандартов серии ISO 14000.

Одним из базисных положений национальной экологической политики должно быть следующее: решение экологических проблем и переход к устойчивому развитию возможны лишь в результате радикального изменения мировоззрения, системы общественных ценностей, представлений о развитии экономики и цивилизации в целом.

Поскольку корни экологической угрозы находятся в сознании человека, которое представляет собой информационную структуру, то задача эволюции мировоззрения может быть решена посредством изменения содержащейся в сознании информации, а для этого необходимо разработать и внедрить новые подходы к содержанию и организации гуманитарного и экологического образования и к работе средств массовой информации, где должны быть использованы эффективные инструменты маркетинга природоохранных мероприятий.

Основной задачей наряду с качественным улучшением экологического образования является духовное развитие, духовное освобождение личности, изменение мировоззрения, системы ценностей, что будет сопровождаться эволюцией структуры общественных потребностей и спроса. В результате, будут изменяться соотношения цен на рынке на различные товары, прежде всего, возрастет цена природоёмких, ресурсорасточительных продуктов, что приведет к изменению критериев экономической эффективности и, следовательно, к значительным изменениям в распределении производственных ресурсов. Природные ресурсы, окружающая среда будут все в меньшей степени вовлекаться в производственный процесс, как в расчете на единицу удовлетворяемых потребностей (товаров и услуг индивидуального потребления), так впоследствии и в абсолютном размере.