

УДК 332.362: 556.3

Потравный И.М., д.э.н. (Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, г. Москва), **Гассий В.В., к.э.н.** (Кубанский государственный университет, г. Краснодар)

ПРИМЕНЕНИЕ ДОБРОВОЛЬНЫХ МЕХАНИЗМОВ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В КОМПАНИЯХ С ГОСУДАРСТВЕННЫМ УЧАСТИЕМ¹

Аналізуються основні напрямки розвитку екологічно та соціально відповідального бізнесу. Розглядаються добровільні механізми екологічної відповідальності в компаніях з державною участю.

Анализируются основные направления развития экологически и социально ответственного бизнеса. Рассматриваются добровольные механизмы экологической ответственности в компаниях с государственным участием.

The basic directions of development ecologically and socially responsible business are analyzed. Voluntary mechanisms of ecological responsibility in the companies with the state participation are considered.

В рамках подготовки к Всемирному саммиту ООН по устойчивому развитию «Рио + 20» в Рио-де-Жанейро в июне 2012 г. в различных странах, в том числе в России и Украине, осуществляется разработка стратегий устойчивого развития, направленных на обеспечение гармонизации экологических и экономических интересов и потребностей. Речь идет о формировании новой модели устойчивого развития, основанной на принципах «зеленой экономики». Наряду с административными и рыночными инструментами регулирования природопользования важное значение приобретают инструменты и методы осуществления экологической политики, основанные на добровольных соглашениях бизнеса, природопользователей, органов государственного управления, населением по обеспечению экологической безопасности в сфере производства и потребления продукции, по оздоровлению окружающей среды. Как показывает мировой опыт, особая роль при этом отводится реализации принципов экологической и социальной ответственности бизнеса [1]. Игнорирование экологических угроз при реализации ряда инвестиционных проектов и программ может сопровождаться возникновением нежелательных последствий для экономики и окружающей среды [2].

¹ Работа выполнена при финансовой поддержке гранта Российского гуманитарного научного фонда (РГНФ), проект №10-02-00083а, проект 12-02-00178а.

Как отмечается в поручениях Президента РФ по итогам заседания президиума Государственного совета по вопросам совершенствования государственного регулирования в сфере охраны окружающей среды, который состоялся 27.05.2010 г., важная роль в обеспечении устойчивого природопользования принадлежит применению добровольных механизмов экологической ответственности в компаниях с государственным участием, а также обязательной регулярной публикации государственными корпорациями, доля участия в которых государства составляет 100%, нефинансовых отчетов об устойчивости развития и обеспечении экологической ответственности, подлежащих независимой проверке или заверению [3]. К таким мерам можно также отнести развитие системы государственных «зеленых» закупок. Для этих целей в Российской Федерации, в частности, предусмотрено включение экологических параметров в конкурсную документацию при размещении заказов на поставку товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд, а также о предоставлении преимуществ при прочих равных условиях товарам и услугам, имеющих документ добровольной экологической сертификации, признанной на международном уровне. Такой подход уже получил определенное развитие, как в России, так и в Украине [4].

Вместе с тем, многие вопросы развития механизмов социальной и экологической ответственности бизнеса, усиления роли бизнес-природопользования в обеспечении устойчивого развития не решены и требуют своего научного обоснования.

Следует отметить, что в процессе эволюции предпринимательства в качестве приоритетов бизнес-деятельности определялись координация факторов производства, управление рисками, интеграция во внешнюю среду, инновационность, корпоративная конкурентоспособность. Постепенно произошел переход от представления организации (предприятия) в виде замкнутой системы, решающей локальные задачи «экономического выживания» (поиски резервов, оптимизация налогообложения, рост объема продаж и т.д.) к признанию приоритета сбалансированного взаимодействия со средой развития. Как обоснованно аргументирует Л. Колесникова, целью современного бизнеса становится «максимизация возможностей предпринимателя удовлетворять комплекс социально-экономических потребностей в рамках неравновесного динамического баланса противоречивых интересов участников этого процесса – индивидуумов, организаций и общества в целом» [5]. Тем самым социально ответственный бизнес добровольно признает равенство социально-экологических и финансово-экономических ценностей, акцентирует внимание на таких нефинансовых показателях как качество продукции, кадровая политика, экологический ущерб, нематериальные активы, «гудвилл» и т.п. [6].

В таблице приведены наиболее известные документы по социальной ответственности бизнеса.

Таблица

Отдельные виды документов по социальной ответственности бизнеса

Наименование документа	Принявшая организация
1	2
SA8000:2001 Social Accountability (Социальная ответственность)	Social Accountability International (SAI) (Международная организация социальной ответственности)
AS 8003-2003 Corporate Social Responsibility (Корпоративное управление – Корпоративная социальная ответственность)	Standards Australia International (Организация по стандартизации Австралии)
1. SD 21000:2003 Sustainable development – Corporate social responsibility (Устойчивое развитие – Корпоративная социальная ответственность) 2. Draft Standard on Fair Trading (Проект стандарта по справедливой торговле)	Association Fran aise de Normalisation (AFNOR) (Французская ассоциация по стандартизации)
SIGMA Project on Sustainability – Integrated Guidelines for Management (Проект СИГМА по устойчивому развитию – Интегрированные руководящие указания для менеджмента)	British Standards Institution (Британский институт стандартов), Forum for the Future (Форум для будущего); Accountability (Институт подотчетности)
Draft Israel standard (проект израильского стандарта 2001 г.) SI 10000 Social responsibility and community involvement (Социальная ответственность и вовлечение сообщества)	Standards Institution of Israel (Израильский институт стандартов)
1. Draft Standard on Ethical Financial Instruments (проект испанского стандарта по этическим финансовым инструментам) PNE 165001 2. Draft Standard on Management System on Ethics (проект испанского стандарта по этике системы менеджмента) PNE 165010	Spanish Standards Organization (AENOR) (Испанская организация по стандартизации)
Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Guidelines (Руководство по отчетности в области устойчивого развития)	Global Reporting Initiative (GRI) (Глобальная инициатива по отчетности)
AccountAbility 1000 Assurance Standard (Стандарт гарантии 1000 Ответственность)	Institute of Social and Ethical Accountability (Институт социальной и этической отчетности)

продолжение таблицы

Benchmarks for Measuring Business Performance (Сравнительные показатели для измерения деловой эффективности)	Interfaith Center for Corporate Responsibility (Международный центр по корпоративной ответственности)
Ethics Compliance Management System Standard 2000 (Стандарт системы менеджмента соответствия этике)	Reitaku University (Университет Реитаку, Япония) Business Ethics and Compliance Research Center (Исследовательский центр этики бизнеса)

В настоящее время имеются различные трактовки понятия «социальная ответственность». Важность понятийного аппарата в данном случае определяет возможность отражения тех или иных аспектов предпринимательской деятельности в корпоративной отчетности по добровольным механизмам экологической ответственности компании.

- По первому варианту – это форма этики и связанных действий, касающихся ответственности организаций в отношении учета влияния их действий на другие совместимых с их собственными интересами и интересами общества. При этом социальная ответственность требует уважения общепризнанных ценностей и касается экологического и социального воздействия действий организации.

- Согласно второму варианту, социальная ответственность относится к позиции и поведению организации, направленному на поддержание баланса между обществом, устойчивой окружающей средой и жизнеспособной экономикой. Стремления организации к социальной ответственности базируются на признании взаимозависимости всех социальных, экологических и экономических факторов, которые затрагивают действия организации, и подтверждении того, что все имеют обоснованный интерес в этих действиях. Социальная ответственность происходит из обязательства организации минимизировать отрицательные и максимизировать положительные воздействия в результате ее действий.

- Третий вариант подразумевает, что социальная ответственность относится к действиям организации, которые нацелены на то, чтобы способствовать устойчивому развитию общества и окружающей среды через инициативное взаимодействие и обмен информацией с заинтересованными сторонами во всей сфере влияния организации.

Значительный объем действий в сфере социальной ответственности бизнеса занимает обмен информацией, который принимает, с одной стороны, форму регулярной отчетности, а, с другой стороны, форму разнообразных продуманных и квалифицированно выполненных масштабных связей с об-

шественностью. При этом ключевые темы, проблемы и направления социальной ответственности бизнеса (так называемое «ядро») классифицированы на следующие категории (рисунок).

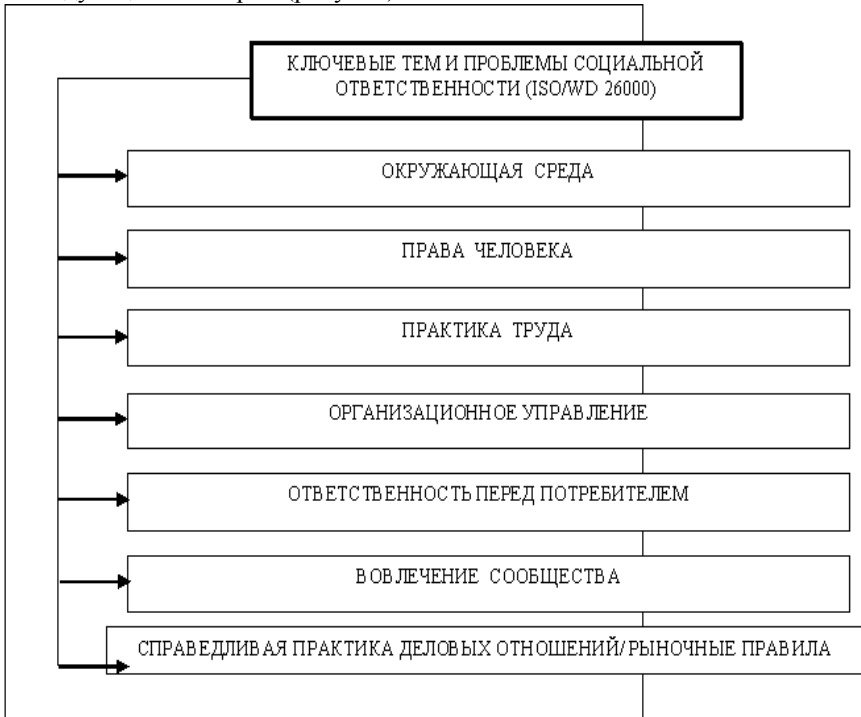


Рисунок. Классификация ключевых тем социальной ответственности по ISO/WD 26000.

Очевидно, что организация должна вести постоянный мониторинг эффективности своих действий в сфере социальной ответственности. Связи с общественностью должны быть прозрачными, что не только увеличивает доверии к организации, но и демонстрирует результативность затрат, придает уверенность руководству в правильности выбора направлений социальной ответственности.

Заинтересованность российского общества в сфере социальной ответственности бизнеса достаточно высока. Так, например, по данным социологических исследований Ассоциации менеджеров России большинство респондентов едины во мнении о том, что: а) проявление социальной ответственности выгодно для ведения бизнеса – 86%; б) процветающие компании обычно являются и самыми социально ответственными – 67%; в) они отказались бы от покупки продукции социально безответственных компаний – 64%; г) деятельность компаний не должна ограничиваться

получением прибыли, уплатой налогов и обеспечением населения рабочими местами – 58% [7].

В этой связи интерес представляет инициатива Гринпис России, который предложил для 2,5 тысяч российских предприятий присоединиться к проекту "Зеленый офис", призванного способствовать экономии ресурсов – электроэнергии, бумаги, воды – в офисах компаний. В соответствии с рейтингом самого экологичного производителя электроники, составленного этой общественной организацией компания Sony занимает лидирующие позиции. На втором месте – SonyEricsson. Третье место в рейтинге "зеленых" производителей электроники занимает финская Nokia. С другой стороны компания Nintendo получила звание самой неэкологичной из-за того, что отказалась предоставить данные о затратах электроэнергии при производстве, объеме отходов и их переработке, а также о своих экологических программах. Нынешний рейтинг впервые составлялся по новой методике. Помимо отсутствия в продукции вредных химических элементов, энергоемкости производства, наличия программы переработки, при составлении подобных рейтингов учитывались и такие факторы, как участие компании в программе по сокращению выбросов парниковых газов, а также использование возобновляемых источников энергии.

Можно еще привести примеры, когда те или иные компании не демонстрируют социальной и экологической ответственности в своей деятельности. в том числе – за рубежом. Так, к примеру, российская компания РУСАЛ обвинялась местным населением в нарушении мировых экологических стандартов в республике Гвинея при добыче бокситов. По мнению местных жителей, недостаточный учет экологических факторов в деятельности компании привел к нарушению экологической ситуации, из-за добычи и транспортировки бокситов во многих регионах загрязнены вода и воздух, прекращены сельскохозяйственные работы. Местные жители жаловались на шум от взрывов, ухудшение состояния воды и воздуха, сокращение посевов. Основными их требованиями было бесплатное снабжения поселков электроэнергией от электростанции рудника компании.

В качестве примера поддержки инициатив по экологически ответственному бизнесу можно привести деятельность Северной экологической финансовой корпорации (NEFCO), которая вложила 700 тыс. евро в очистку сточных вод Ленинградской области в России. Эти средства были направлены на повышение эффективности очистки стоков города. Общая стоимость проекта, реализованного в г. Сосновый Бор в Ленинградской области, составляет 3 млн евро. Остальные стороны финансирования проекта - администрация города, СМУП "Водоканал", федеральный бюджет, фонды Министерства окружающей среды Финляндии и Экологи-

ческого партнерства "Северного измерения".

Мировой и отечественный опыт показывает, что экологическая ответственность компаний – серьезное преимущество для ведения бизнеса в условиях конкурентной борьбы. В Российской Федерации в настоящее время составляются социально-экологические рейтинги предприятий, которые позволяют судить о деятельности того или иного предприятия с учетом его социальной и экологической ответственности перед обществом и государством. Ряд российских компаний, например, ОАО «Газпром», ОАО «Уралкалий», ОАО «Олимстрой», ОАО «Российские железные дороги» и другие регулярно составляют, публикуют и предоставляют общественности свои нефинансовые отчеты об устойчивости развития. Это касается и предприятий, внедривших систему экологического менеджмента в соответствии с международными стандартами ИСО 14000 и прошедших добровольную экологическую сертификацию. Важно отметить, что банковский сектор экономики в настоящее время старается учитывать экологические рейтинги организаций в своей кредитной политике. Речь также идет о финансовой поддержке предприятиями ряда экологически ориентированных проектов и программ.

Важную роль в определении вклада компаний в деятельность по повышению экологической и социальной ответственности бизнеса принадлежит проводимым ежегодно Министерством природных ресурсов и экологии России конкурсам «Лучший экологический проект года». Компании-лауреаты данного конкурса награждаются почетными дипломами и специальными призами. Данная премия была учреждена в 2008 году Министерством природных ресурсов и экологии России для выявления производственных и научно-технических достижений в сфере охраны природы и обеспечения экологической безопасности. К примеру, в 2010 г. первой в номинации "Экологическая эффективность экономики" и первой в ходе самой церемонии была награждена Каширская ГРЭС за строительство завода по изготовлению автоклавного пенобетона с использованием золошлаковых отходов. Всего в данной номинации было 11 лауреатов, среди которых компания Sakhalin Energy, получившая награду за защиту западной популяции серых китов. В номинации "Природоохранной технологии" были награждены 22 лауреата, среди которых ОАО "Аэрофлот" за свою программу энергосбережения и повышения экологической эффективности, ОАО "Российские железные дороги" за комплексный подход к охране окружающей среды в проекте собственной экологической стратегии, ОАО ОГК-5 за проект рекультивации золоотвала Рефтинской ГРЭС, ОАО "СУЭК", ООО "ЛУКОЙЛ Коми", ООО "Газпром добыча Ямбург", Кольская атомная станция.

Следует отметить, что одним из условий участия в конкурсе является наличие на предприятии разработанной и внедренной, сертифицированной системы экологического управления, проведение экологического ау-

дита, экологическое страхование опасных видов деятельности и производств, выделение достаточного финансирования на природоохранные цели. Лауреаты премии получают право использовать в продвижении своей продукции официальный знак "Экологический проект года", утвержденный Минприроды России. Все это убедительно свидетельствует, что предприятия, развивающиеся за счет внедрения экологических инноваций и новых технологий, отвечают самым передовым экологическим стандартам, и таких предприятий становится все больше. При этом их роль в развитии отечественной экономики неуклонно возрастает. Как показывает опыт России, проведение подобных конкурсов становится хорошей традицией и содействует продуктивному обмену опытом в природоохранной сфере.

Следует отметить, что в реальной хозяйственной практике существуют определенные аргументы «за» и «против» социальной ответственности бизнеса. Это связано с тем, что экологические барьеры в определенной мере ограничивают право на свободу хозяйственной деятельности, право собственности на отдельные виды природных ресурсов и поэтому опосредуют «упускаемую выгоду». Согласно принципу взаимной выгоды и взаимных интересов инвестор ожидает от власти решений, нивелирующих понесенные потери или позволяющих получать адекватные компенсации. Социальная ответственность хозяйствования есть деятельность с определенными ограничениями, поэтому один из возможных подходов к поиску компромисса – это нахождение области Парето-оптимальности.

Что касается системы мотивации экологической составляющей социальной ответственности бизнеса, нужно учитывать, что глобальные интеграционные процессы в экономике, бизнесе, социально-культурной сфере предопределяют не только переход российских компаний к реализации принципа социальной ответственности, но и расширение дискуссии о выгодах и издержках такого перехода. Определим мотивы экологической составляющей социальной ответственности бизнеса [8]:

1. Получение дохода (прибыли). Главная и естественная цель бизнеса, как дела, предпринимательства, инициативной деятельности, - это систематическое получение дохода (прибыли) от использования имущества, а также капитализация рыночной стоимости активов. Действующее право признает в качестве предприятия не любой имущественный комплекс, а лишь тот, который выступает средством достижения соответствующих предпринимательских целей. Товаропроизводитель (он же природопользователь), удовлетворяя общественный спрос на конкретные блага, получает законную предпринимательскую прибыль и сопутствующие положительные эффекты. Одновременно обеспечивается занятость в экономике, поступление налогов в бюджеты всех уровней, развитие рыноч-

ная инфраструктура. Мотивация прибылью абсолютно оправдана и законна, т.к. прибыль – это целевой результат, обязательное условие расширенного воспроизводства, устойчивой экономической динамики, измеритель рыночной успешности и конкурентоспособности,

2. Рациональное поведение. Экономическое выживание обеспечивается достижением определенного приемлемого (не максимального) уровня прибыли, достаточно гибких цен и устойчивой долей рынка. Это «осторожное поведение» предполагает учет потенциальных предпринимательских, в том числе экологических, рисков и признает обязательность отдельных видов экологических издержек производства.

3. Рост и диверсификация. Долгосрочный рост и диверсификация производства как цели деятельности обусловлены необходимостью минимизировать рыночные предпринимательские риски. Рост через увеличение рыночной доли и диверсификацию дает предприятию большую долю рыночной свободы, повышает финансовую устойчивость, формирует конкурентные преимущества, позволяет улучшать свою деятельность. Но именно рост и диверсификация в первую очередь сказываются на экологическом состоянии производства: увеличивают объемы техногенной нагрузки, меняют уровни экологической опасности, углубляют проблемы утилизации отходов, рационального водопользования и энергообеспечения.

4. Персональные цели. Бизнес есть важнейшая форма рыночных отношений, имеющих человеческое измерение. Для бизнесмена характерны такие качества, как умение добиваться успеха в честной конкурентной борьбе, рисковать, но не входить в конфликт с нравами и моралью, учитывать национальные и религиозные традиции. Разделение собственности и контроля в бизнесе приводит к выдвиганию персональных целей. Такие мотивы, как отраслевое лидерство, гордость от масштабов рыночной власти, желание самореализации, общественное признание не исключаются. Многие руководители придают весьма большое значение личной деятельности (персональному позиционированию). Занимаемый статус обеспечивает им не только средства к существованию, но и привилегии, власть, престиж, общественное признание. Позитивное общественное мнение в отношении экологического статуса продукта, экологического предпринимательства и экологизации производства рассматривается ими как важнейший репутационный (имиджевый) актив.

5. Социальная ответственность. Это мотив, обусловленный эволюцией предпринимательства. Как уже отмечалось, бизнес инициативно признает социальные ценности наряду с экономическими, а общество не отвергает идею экономической прибыли, но расширяет это понятие, включая в него прибыль социальную. Стремление к биологическому, а затем социально-экономическому выживанию рассматривается как более естественный и фундаментальный мотив, чем получение коммерческой

прибыли через разрушение среды обитания. С точки зрения социальной экологической ответственности прибыльная ориентация предприятия сохраняется как базовое условие, обеспечивающее достижение экологической достаточности. В ситуации нарастающей экологической деструкции «обреченными» окажутся и прибыльные и неприбыльные предприятия. Рациональный природопользователь направляет значительные финансовые ресурсы на интегрированное решение комплекса задач, связанных с улучшением материального положения и условий труда персонала; привлечением работников к участию в прибыли; а также признает, учитывает, уважает и обеспечивает равнозначные права потребителей как на качественный товар, так и на качественную среду жизни; реализует стратегическое социальное планирование и развитие «человеческого капитала»; демонстрирует высокую деловую ответственность и бюджетную дисциплину; улучшает репутацию организации и активно формирует позитивное общественное мнение и осуществляет экологическое просветительство.

К сожалению, экологические инвестиции не создают быстрых источников капитализации прибыли, поэтому в современной российской экономике они чаще всего рассматриваются собственником как упущенные рыночные возможности. Также российские предприятия еще не готовы воспринимать экологизацию и как доминанту в конкурентной борьбе. Бизнес-сообщество разделилось на две группы: первая (малая) воспринимает экологическую ответственность как вызов времени, как объективное условие, с которым необходимо считаться. Вторая (большая) рассматривает экологическую составляющую СОБ как происки геополитических конкурентов национальной экономики.

Проблема мотивации экологической составляющей социально ответственного бизнеса представляет собой частный случай проблемы более крупного масштаба – перехода экономики на устойчивое развитие. До тех пор, пока экономика страны будет находиться на индустриальном этапе, когда конкуренция развивается на базе материальных факторов производства (ресурсов и финансов), будет существовать и «тотальная недооценка» целесообразности инвестиций в экологического фактор производства (продукта). Российский рынок пока демонстрирует готовность к обсуждению потенциала экологизации как конкурентного преимущества. Мотивация экологической составляющей социально ответственного бизнеса в России еще долго будет носить принудительный характер. В настоящее время и сторонники, и противники поступательного экологического улучшения хозяйственной деятельности сходятся во мнении, что бизнес должен:

1. Изменять технологию производства за счет инвестиций с учетом экологического фактора.

2. Учитывать в стратегическом планировании и текущей деятельности требования природоохранного законодательства, несмотря на тенденцию их ужесточения.

3. Платить с учетом индексации на инфляцию более значительные компенсационные суммы за загрязнение окружающей среды и наносимый природе экологический ущерб, если последний будет квалифицированно установлен и обоснован соответствующими легитимными институтами, и только в исключительных случаях общественными организациями.

4. Создавать привлекательный «экологический имидж», формировать позитивное общественное мнение и отношение к организации со стороны деловых партнеров, государства, потребителей,

5. Конструктивно сотрудничать с государственными институтами, представителями местного самоуправления, профсоюзами и общественными движениями в деле охраны окружающей среды, не препятствовать процедурам внешнего экологического контроля и аудита.

6. Учитывать реальную экологическую ситуацию в регионе, на территории, где осуществляется хозяйственная деятельность, по мере возможностей способствовать экологическому улучшению и оздоровлению (не ухудшать и не усиливать деградацию природной среды).

7. Участвовать в развитии российского рынка экологического страхования.

За рубежом наиболее активными бизнес-структурами, выступающими за четкое формирование экологической позиции, являются энергетические и химические компании, что объясняется повышенным вниманием руководства к формирующимся репутационным рискам. Сегодня в отчетах обязательно отражаются результаты взаимодействия с населением, реальный вклад в охрану здоровья, улучшения ландшафтов, социальной среды поселений. Например, 65 крупнейших нефтегазовых компаний ЕС уделяют внимание интеграции природоохранной и социальной ответственности. В ходе анализа установлено, что в формулировании экологической ответственности преобладают мотивы улучшения репутации компании, усиление требований со стороны природоохранного законодательства и учет индекса устойчивого развития со стороны международных финансовых институтов (инвесторов). Но и за рубежом филантропические мотивы характерны для меньшинства предпринимателей.

Социальная ответственность российского бизнеса начинает набирать темп, чему немало способствовал отечественный стандарт корпоративной отчетности и переход на международные стандарты отчетности, в которых деловая репутация отнесена к нематериальным активам, наиболее перспективной (в XXI в.) и управляемой части имущества. По мнению многих отечественных экономистов и политологов они представляют собой весомый резерв капитализации отечественных компаний (пи-

шевая промышленность, машиностроение, металлургия, энергетика и др.). В переходный период многие организации приобретают в российском экономическом пространстве хорошую репутацию просто выполняя законные требования и поддерживая договорную дисциплину, так как есть фон нарушителей, тенневиков, мошенников. Однако, чтобы удержаться на достойном уровне необходима реальная деятельность, обеспеченная собственными финансовыми ресурсами.

Методы комплексной оценки экологической составляющей СОБ должны:

- объяснять роль и место экологических стандартов в достижении целей бизнеса, реализации замыслов организации и обеспечении устойчивого и эффективного развития;
- выявлять экологически разумные альтернативы бизнес-деятельности, давать характеристику бизнес-идеям и их возможным экологическим последствиям в контексте существующей экологической ситуации на конкретной территории, в конкретной отрасли и с учетом исторически сложившейся социально-производственной инфраструктуры;
- формулировать предложения по разработке стратегии устойчивого развития и корректировать подготавливаемые управленческие решения с учетом экологических аспектов.

При рассмотрении экологического фактора бизнес-деятельности традиционная методология логического поиска экспертов должна сочетаться с *нормативно ориентированным* подходом, без которого невозможно обнаружение угроз и резервов, выявление наличных ресурсов развития производственно-хозяйственного объекта с учетом экологических требований. При этом критерии оценки должны охватывать не только санитарно-гигиенические нормативы качества природной среды, но и другие аспекты природопользования. Чем больше обоснованных и количественно выверенных нормативов в диагностике ситуации, тем выше уровень организованности, надежности, системности, перспективности, адаптивности, адекватности и эффективности решений в отношении экологической составляющей СОБ.

Усилить конкурентные экологически значимые позиции предприятия можно прежде всего посредством формирования новой учетной политики, выделения центров экологических затрат с целью списания их на себестоимость по факту; реализации возможностей ускоренной амортизации и лизинга природоохранного оборудования; перераспределения средств и выявления ресурсов для технической модернизации. Значительное место отводится маркетинговому исследованию рыночной среды, позиций конкурентов, а также экологической сертификации продукции, аудиту, аттестации производства и усилению взаимодействия с общественностью и деловыми партнерами.

Следует отметить, что реализация мер по экологически и социально ответственному бизнесу должна сочетаться с морально-этическими нормами. Одной из таких норм является представление о справедливости, т.е. о распределении общественного и национального богатства с позиции наилучшего функционирования общества. Социальная справедливость распространяется прежде всего на формирование равного доступа к естественным условиям жизнедеятельности – чистой питьевой воде, атмосферному воздуху, здоровым продуктам питания, рекреационному потенциалу природных ландшафтов, природным ландшафтам. Социально справедливые отношения в сфере природопользования – это мера общественной пользы норм и законов, устанавливающих и поддерживающих такой порядок жизнедеятельности и хозяйствования, который способствует выживанию и прогрессивному развитию общества и человеческой цивилизации. Если благополучие людей тесно связано с качеством окружающей среды и экологической безопасностью, то охрана окружающей среды и охрана природы становятся в XXI в. одним из моральных принципов бизнеса.

Новой тенденцией, которая проявляется в сфере бизнес-природопользования, является государственно-частное партнерство как форма экологически и социально ответственного бизнеса. Государства ЕС демонстрируют практику социального партнерства, хотя правительства и бизнес определяют его как «социальный диалог», признавая тем самым проблему сложной, многоуровневой и до конца еще не решенной. В России также наметились предпосылки государственно-частного партнерства в сфере природопользования и охраны окружающей среды. Отметим, что становление принципов социального партнерства в России находится в начальной фазе в сложных условиях трансформации социально-профессиональной структуры общества и имущественного расслоения, отсутствия традиций и культуры ведения переговоров и поиска компромисса, легитимности социального сотрудничества в сознании населения и бизнес-сообщества. Это определяет множественность проблем российского общества (экономических, социальных, нравственных, экологических) и обязательность присутствия и участия государства (власти) в их решении. Поэтому в России происходит сложный процесс становления государственно-частного партнерства. Трудовой кодекс России определяет социальное партнерство как систему взаимоотношений между работниками (представителями работников), работодателями (представителями работодателей), органами государственной власти, органами местного самоуправления, направленная на обеспечение согласованности интересов работников и работодателей по вопросам регулирования трудовых отношений и иных непосредственно связанных с ними отношений.

Современная действительность позволяет рассматривать социаль-

ное партнерство шире, как систему взаимодействия относительно независимых социальных сил, опирающуюся на переговоры и обеспечивающую поиск взаимно приемлемых решений в регулировании трудовых и иных социально-экономических отношений, что помогает относительно успешно предотвращать перерастание социальных конфликтов в конфронтацию. Долговременной основой института социального партнерства выступает ценностно-нормативная система общества, определяемая четкостью, осознанностью групповых интересов, которые отражаются в программах, заявлениях, декларациях, требованиях. Высокий уровень взаимозависимости социально-экономических и экологических отношений позволяют утверждать, что комплекс проблем, относимых к социальному партнерству, включает экологическую безопасность и как самостоятельную задачу. Государственно-частное партнерство в экологической сфере можно определить как систему взаимодействия государства и бизнеса, основанную на добровольном вкладе частного сектора в экологически безопасное общественное развитие при протекции государства через механизм природоохранных инвестиций, в форме финансовых, материальных, технологических управленческих и иных ресурсов, направляемых на реализацию национальной экологической доктрины и государственной экологической политики с участием органов власти и прозрачности отношений для общества в предположении, что в стратегическом отношении организацией будет получен социальный и экономический эффект.

В качестве выводов можно отметить, что к основным задачам организации государственно-частного партнерства в сфере природопользования и охраны окружающей среды, социальной и экологической ответственности бизнеса можно отнести:

1. определение стандартов экологической составляющей социальной ответственности (определение критических, предельных и допустимых уровней воздействия на территориальные ландшафты, уровня реинвестирования прибыли на природоохранную деятельность и др.);
2. освобождение или снижение бюджетной нагрузки в случае направления предприятиями средств из прибыли, например, на расширение или модернизацию коллективных очистных сооружений, природоохранных территориальных инженерно-технических систем и комплексов и т.п.);
3. прозрачность конкретных мер административной поддержки при распределении средств бюджета территории на экологические цели и ответственность за принимаемые решения;
4. фискальное стимулирование экологической ответственности предпринимателей;
5. информационная поддержка экологически лучших товаропроиз-

водителей.

Таким образом, применение добровольных механизмов экологической ответственности в компаниях, в том числе – в форме нефинансовых отчетов об устойчивости развития, является необходимой предпосылкой обеспечения экологической безопасности производства, а также реализации принципов экологически и социально ответственного бизнеса.

1. Лукьянчиков Н. Н., Потравный И. М. Экономика и организация природопользования. Учебник. – 4-е изд. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2010. – 687 с. **2.** Гордин И. В. Игнорирование экологических угроз. – М. : Физматлит, 2007. – 120 с. **3.** Перечень поручений по итогам заседания президиума Государственного совета по вопросам совершенствования государственного регулирования в сфере охраны окружающей среды // На пути к устойчивому развитию. Бюллетень Центра экологической политики России. – 2010. – №54. – С. 7-11. **4.** Яндыганов Я. Я., Оганесян Н. Р., Власова Е. Я. Экологический маркетинг на градостроительных предприятиях. – Екатеринбург : Изд-во АМБ, 2009. – 208 с. **5.** Колесникова Л. Предпринимательство: от «максимизации прибыли» к синергии социально-экономических систем // Вопросы экономики. – 2001. – №10. – С. 40-54. **6.** Каринцева А. И., Тарасенко С. В. Усиление эколого-экономического потенциала предприятия через формирование его нематериальных активов // Экономическая эффективность природоохранной деятельности: теория и практика. Материалы 10-й междунар. конф. Российского общества экологической экономики. – М. : Экономика, 2009. – С. 88-90. **7.** Компании «нового стандарта» // Экономика и жизнь. – 2007. – Октябрь, №10. – С. 21. **8.** Крупина Н. Н. Власть и бизнес: экологическая проекция социальной ответственности. – Пятигорск : Пятигорский гос. лингв. ун-т, 2006.

Рецензент: к.е.н., профессор Кушнір Н.Б. (НУВГП)