

ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ: ВОЗМОЖЕН ЛИ ВЗАИМНО УСИЛИВАЮЩИЙСЯ ЭФФЕКТ?

© 2014 М.Н. Салдаева *

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, экологическая ответственность бизнеса, конкурентоспособность, производительность ресурсов, устойчивое развитие.

Рассматриваются возможности достижения синергетического эффекта между социально-экологическими инициативами бизнеса и повышением его конкурентоспособности. Приведены экономические выгоды экологизации производства, а также показаны примеры осуществления экологических инноваций, эффективных с точки зрения завоевания конкурентных преимуществ.

Когда мы говорим о социальной ответственности бизнеса, то как ее составляющую подразумеваем экологическую ответственность, т.е. деятельность, связанную с интернализацией внешних отрицательных эффектов бизнеса и с превентивными мерами по снижению нагрузки на окружающую среду. Синонимом понятия “социальная ответственность” в научной литературе и документах национальных и международных организаций является “корпоративная социальная ответственность” (далее - КСО).

В России к КСО относятся не однозначно, поскольку ряд крупных и средних бизнесменов считают, что главная задача и ответственность бизнеса - это эффективно вести деятельность, получать прибыль и платить налоги (по мнению крупных российских предпринимателей, бизнес не может и не должен заменять государство), а более половины населения, согласно опросам, не имеют представления о КСО, что является причиной отсутствия вовлеченности широких масс общественности в дискуссии по поводу корпоративной социальной ответственности. Сам термин “корпоративная социальная ответственность” формирует у российского бизнеса представление, что на социальные и экологические мероприятия есть средства и возможности только у крупного бизнеса, и эти затраты носят вынужденный характер вследствие значительной публичности крупных корпораций. Косность мышления относительно экологизации деятельности предприятий “консервирует” избыток дешевой силы в нашей стране в лице мигрантов, расточительное

отношение к природным ресурсам и недостаточную жесткость законодательства в области охраны окружающей среды. Бизнесу тяжело задумываться об экологии еще и потому, что, согласно оценке экономических показателей, промышленные предприятия России не смогли качественно и полноценно адаптироваться к рыночным условиям¹.

Независимо от представлений российских бизнесменов об экономических и этических границах своей деятельности, в настоящее время наблюдается тенденция делегирования государством многих функций (особенно, по охране окружающей среды) бизнесу, а на международном уровне уже сложились представления о его ключевых функциях (корпоративная конкурентоспособность, повышение качества корпоративного управления, корпорация - социально ответственный “гражданин” своей и принимающей страны).

Последняя из названных функций закрепила благодаря формированию принципов цивилизованного бизнеса - принципов корпоративного гражданства (corporate citizenship).

Таким образом, требования к бизнесу возросли - помимо выполнения рыночных функций, бизнес должен соблюдать экологическую безопасность и принципы устойчивого природопользования. Выполнение этих “дополнительных” функций, как показывает опыт, возможно только при использовании экономических методов стимулирования², одним из которых может быть обоснование возможностей увеличения конкурентоспособности с учетом экологических параметров.

* Салдаева Марина Николаевна, аспирант Самарского государственного технического университета.
E-mail: marinasaldaeva@mail.ru.

Необходимо отметить, что взаимозависимость экономического развития и состояния окружающей среды привела к пересмотру критериев эффективности производственной деятельности, к некоторому ограничению свободы рыночных отношений за счет введения в показатели эффективности социальной и экологической составляющих³.

Из сказанного выше можно понять причины инертности российского бизнеса в решении экологических проблем и отставания в принятии эффективных управленческих решений с учетом экологического фактора от западных коллег примерно на 20 лет. Российский бизнес находится в стадии осознания и принятия факта, что забота об экологии - это не только альтруизм и философия, но и проекты с реальной выгодой, что этическое инвестирование с получением прибыли вполне возможно. Как показывает зарубежный опыт, решение экологических вопросов может быть выгодным для предприятия. На вопрос: "Могут ли быть предприятия безвредными и в то же время конкурентоспособными?" - на Западе ответили 30 лет назад.

Процесс осознания приемлемости учета экологических факторов в профильной деятельности можно сравнить с революцией качества в 1980-х гг. (в данном случае речь идет, прежде всего, о Японии и перенявших впоследствии эти идеи Америке и Европе), когда стало понятно, что инновации могут повысить качество, снизив при этом издержки⁴. Сейчас это очевидно, тогда как 25 лет назад казалось невозможным. Суть данной революции заключалась в том, что дефекты продукции перестали рассматриваться как неизбежный побочный продукт производства - их стали рассматривать как признак неэффективной конструкции изделия или несовершенства технологического процесса. Данные процессы привели к появлению тотальной системы управления качеством (total quality management - TQM), которая в дальнейшем привела к появлению экономически выгодных идей по сокращению загрязнений. Следует отметить, что в Японии идеи о производстве с низкими показателями дефектов появились на десять лет раньше и нашли отражение в программе Zero Defects ("ноль дефектов"). С помощью данной программы компания Toshiba добилась показателя в один

дефект на миллион. Система качества Zero Defects после распространения в Америке и Европе дала начало системе Zero Waste ("ноль отходов"), в рамках которой корпорация Honda решила сократить отходы на 98%, а корпорация Toyota - на 100%.

Можно провести аналогию с загрязнением окружающей среды - российские предприниматели в настоящее время расценивают ее как неизбежную составляющую производственного процесса, отказываясь смотреть вглубь вопроса, что ведет к заключению о низкой эффективности использования ресурсов.

Именно с позиции экономического роста следует рассматривать загрязнение окружающей среды при анализе конкурентоспособности предприятия. Расточительное, неэффективное использование ресурсов (попадание в окружающую среду различных форм энергии, отходов производства и вредных веществ) приводит к дополнительным затратам на устранение последствий подобных загрязнений (утилизация отходов и выбросов). Данные затраты учитываются в цене продукции, увеличивая ее, но ничего не прибавляют к потребительской ценности. Такой подход к производительности ресурсов формирует новое (для российского бизнеса, конечно) понимание полных системных издержек и ценности любых продуктов. До продажи продукта издержки могут проявляться в виде необязательных потерь, дефектов, необходимости хранения больших запасов материалов. После продажи продукции могут появиться другие, скрытые, издержки. Самый яркий пример - упаковка, которую потребители или дистрибьюторы выбросят, или упаковка, несоразмерная товару, или ресурсы, оставшиеся в полностью использованном продукте. Таким образом, для повышения эффективности природоохранных мер необходимо формирование не только превентивного подхода к загрязнению окружающей среды, но и решение вопросов повышения производительности ресурсов, их более полной отдачи. Именно с точки зрения производительности ресурсов, охрана окружающей среды, проявляющаяся в экологической ответственности бизнеса, и конкурентоспособность неразделимы.

Такой подход в целом не очень активно воспринимается в среде российского бизне-

са. Экологическая ответственность воспринимается как мера вынужденная, зачастую осуществляемая для того, чтобы “понравиться” иностранному инвестору или под давлением государственной политики. Об экономической выгоде экологической ответственности знают немногие. Готовы экологизировать свою деятельность зачастую только крупные корпорации, имеющие большие средства на модернизацию технологий, устаревших и экологически небезопасных.

Снижение негативного воздействия на окружающую среду может стать фактором роста компании, а смещение охраны окружающей среды на позицию стратегического приоритета компании может спровоцировать появление инноваций, которые повышают производительность ресурсов. Данные инновации можно разделить на две большие группы. К первой группе относятся технологии по снижению затрат на устранение последствий загрязнения окружающей среды. Цель таких инноваций - дать вторую жизнь отходам производства, преобразовывая загрязняющие ресурсы в обладающие ценностью. Многие зарубежные компании перерабатывают токсичные материалы и выбросы в полезные ресурсы для дальнейшего производственного процесса. Относительно переработки отходов ведутся дискуссии: так ли безопасна и выгодна переработка, как ее описывают? Например, в процессе переработки может произойти распространение загрязнений (перенос вредных веществ в новую продукцию), а сам процесс переработки зачастую сопровождается вредными выбросами в атмосферу, переработка макулатуры может загрязнять почву и грунтовые воды, а большинство видов пластика невозможно переработать, но самое главное - современные методы рециклинга не всегда рентабельны.

В данной связи более интересна и важна группа инноваций, направленных на устранение самих причин загрязнений. Именно эта группа инноваций повышает производительность ресурсов. Производительность ресурсов может повышаться в двух случаях: когда используются менее дорогостоящие материалы или когда более эффективно и рационально используются существующие. Для выявления потенциала повышения эффективности производственных процессов необхо-

димо проанализировать всю производственную цепочку предприятий, а для оптимизации производственно-хозяйственной деятельности необходим эколого-экономический анализ⁵.

Какие конкурентные преимущества может получить компания при повышении производительности ресурсов? В целом - более эффективное использование определенных факторов производства, а вследствие этого увеличение объемов выпускаемой продукции, а также:

- ◆ повышение утилизации побочных продуктов производственно-хозяйственной деятельности;
- ◆ возможности для преобразования отходов в полезные ресурсы (формы)
- ◆ снижение потребления энергии;
- ◆ экономию расходов на уничтожение, переработку и транспортировку мусора и отходов производственной деятельности;
- ◆ улучшение качества продукции как следствие инновационных изменений технологического процесса;
- ◆ экологические инновации дают фирме уникальные и трудно копируемые технологии и компетенции (неосязаемые активы);
- ◆ возможность получения более дешевого кредита в иностранном банке и возможность сотрудничества с иностранными инвесторами.

Уверенность в возможности конкурентных решений социальных проблем подкрепляют примеры компаний, успешно осуществивших перемены в этом направлении. Один из крупнейших в мире автомобилестроительных концернов Toyota получил всемирную известность благодаря своим многочисленным экологическим разработкам экономичных и безопасных двигателей. Например, годовой объем продаж гибридных моделей Toyota и Lexus в 2013 г. превысил 100 000 ед. в Европе, а в Соединенных Штатах продажи гибридных моделей превысили 325 000 ед. Постоянно увеличивая экологическую безопасность своей продукции, автогигант вышел на показатели в 3,706 млрд долл. чистой прибыли в I квартале 2012-2013 финансового года.

Компания Apple, ставшая в 2013 г. самым дорогим брендом (сегодня он оценивается в 98,315 млрд долл.) на протяжении 20 лет снижает воздействие своей компании и ее продуктов на окружающую среду. Компания Apple

постоянно повышает эффективность использования ресурсов при производстве своей продукции, снижает энергопотребление, потребление воды и образование отходов, а на некоторых объектах для энергоснабжения использует исключительно энергию из возобновляемых источников (средний уровень использования энергии из возобновляемых источников на всех объектах корпорации Apple по всему миру составляет 75%), компания занимает самые высокие показатели в отрасли по вторичной переработке продуктов. Чистая прибыль Apple за 2012 г. составила 43 млрд долл.

Тенденции глобализации и интернационализации заставляют все больше компаний следовать по пути увеличения конкурентоспособности с учетом экологических параметров; такие компании неизбежно оказывают влияние на конкурентов и задают тем самым более высокую планку. Несвоевременность восприятия данных процессов может обречь компанию на отставание и потери своих позиций на рынке. Таким образом, конкурент-

ные решения социальных проблем возможны. Компания может быть социально ответственной, “корпоративным гражданином” страны, получая при этом значительные экономические выгоды.

¹ *Косякова И.В., Магомадова Т.Л.* Управление конкурентоспособностью промышленного предприятия с учетом фактора экорисков // Вестн. Самар. гос. ун-та. Самара, 2011. № 90. С. 69.

² *Косякова И.В., Мякотина В.С.* Экономические механизмы достижения устойчивости эколого-экономического развития промышленного предприятия // Вестн. Самар. гос. ун-та. Самара, 2011. № 82. С. 109.

³ *Косякова И.В., Морозова О.В.* Организационно-управленческие задачи формирования экологической стратегии промышленного предприятия // Вестн. Самар. гос. ун-та. Самара, 2011. № 90. С. 76.

⁴ *Портер М.* Конкуренция. М., 2010.

⁵ *Косякова И.В., Магомадова Т.Л.* Оптимизация производственно-хозяйственной деятельности промышленного предприятия с учетом эколого-экономического анализа // Вестн. Самар. гос. ун-та. Самара, 2011. № 90. С. 64.

Поступила в редакцию 11.04.2014 г.