

## **Развитие рынка экологически чистой продукции**

**Казанцева А.Н.**

*Аспирант*

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,*

*Экономический факультет, Москва, Россия*

*e-mail: anna.kazantseva87@mail.ru*

В последние годы рынок органических продуктов питания приобретает всё более глобальный характер. В значительной степени развитию рынка экологически чистой продукции способствовала концепция Устойчивого развития, которая показала пагубность человеческих действий, результатом которых стали негативные изменения в окружающей среде в глобальном масштабе, в частности, опасность глобального изменения климата [2, 175]. В результате расширения рынка экопродукции перед менеджментом компаний встает вопрос о внедрении системы экологического менеджмента в процесс производства товаров и услуг, в качестве нового конкурентного преимущества. Одним из важнейших этапов в этой области стала реализация во многих странах мира, в первую очередь в странах Европейского союза, Схемы экологического менеджмента и аудита (EMAS) и принятие Международной организацией по стандартизации ряда стандартов серии ISO 14000 в области экологического менеджмента, в том числе стандарта ISO-14001:2004, определяющего требования к системе экологического менеджмента.

В соответствии с международной практикой система экологического менеджмента представляет собой часть общей системы менеджмента компании. Экологический менеджмент предполагает обеспечение высокого качества продукции путем совершенствования системы управления, создания условий, при которых каждый сотрудник несет ответственность за качество продукции на всех этапах ее жизненного цикла – от добычи (получения сырья), производства и до утилизации.

Создание экологичного бизнеса направлено на стремление максимально использовать природные ресурсы и натуральные материалы, при этом минимально загрязнять, либо вообще не оказывать негативного воздействия на окружающую природную среду. Преимущества международно-признанных стандартов по экологическому менеджменту очевидны: успешное участие компании в международном тендере напрямую зависит от того, соответствует ли компания техническим требованиям и стандартам, включенным в условия тендера [1, 27]. Для успешного внедрения системы экологического менеджмента необходимо рационализировать организационные структуры компании с четким определением ответственности и распределением обязанностей.

Один из эффективных, международно признанных инструментов «зеленой» экономики является добровольная экологическая сертификация. Компании, заинтересованные в привлечении новых покупателей, заботящиеся о своей репутации, проходят процедуры подтверждения соответствия продукции и услуг требованиям международных экологических стандартов и в случае их прохождения получают право на использование знака экологической маркировки. В соответствии с классификацией Международной организации по стандартизации (ISO) программы, заслужившие наибольшее доверие потребителей, относятся к I типу сертификации. Сертификат I типа подтверждает, что продукция или услуга соответствует требованиям стандарта ISO 14024 «*Environmentallabelsanddeclarations – Guidingprinciples*» (в России аналог – ГОСТ ИСО 14024 «*Этикетки и декларации экологические. Экологическая маркировка типа I. Принципы и процедуры*»). Это предполагает, что оценка продукции или услуги осуществляется с позиции полного жизненного цикла, то есть от добычи сырья до утилизации отходов и продукция или услуги соответствуют требованиям экологической оценки независимой третьей стороны. Большинство из них объединено в Глобальную сеть

экомаркировки (GlobalEcolabellingNetwork, GEN). В нее входят такие известные экомаркировки, как «Европейский цветок» (ЕС), «Голубой ангел» (Германия), «Северный лебедь» (Страны Скандинавии), а также экомаркировки США, Австралии, Японии, Китая и пр. Первой российской экомаркировкой является «Листок жизни» - российская программа экомаркировки I типа, разработанная в 2001 г. некоммерческим партнерством «Санкт-Петербургский экологический союз».

Сертификат II типа (экологическая самодекларация) представляет собой экологическое заявление производителя, импортера, дистрибьютора, продавца или любой другой стороны, которая может получить выгоду от такой декларации, сделанное без сертификации независимой третьей стороны (ISO 14021).

Сертификат III Типа (экологическая декларация) представляет собой количественные экологические данные для какого-либо вида продукции по заранее установленным категориям параметров, основанных на стандартах ISO 14040, но без исключения дополнительной экологической информации, представляемой в рамках программы экологического декларирования типа III (ISO/TR 14025). Эта программа носит добровольный характер.

Для увеличения спроса на экологичные товары потребителям не хватает сильного регулирующего вмешательства со стороны государства. Если рассматривать государственные закупки, как один из механизмов государственного стимулирования производства экологически чистой продукции и услуг, на которые тратятся миллиарды долларов из государственного бюджета то, как показывают исследования, эффективность инструментов невелика. К сожалению, предпочтение, как правило, отдается товарам с наиболее низкими ценами и не учитываются потенциальные потери, которые государство может понести вследствие негативного воздействия производства закупаемой продукции на окружающую среду. В этой связи становится очевидной важность введения дополнительных, помимо низкой цены продукции, критериев при выборе поставщиков. В этом заключается смысл концепции так называемых «зеленых закупок», позволяющих переориентировать механизм государственных закупок в сторону реализации задачи обеспечения устойчивого развития и охраны окружающей среды. Именно механизм «зеленых госзакупок» не только обеспечивает более качественными товарами, но и мотивирует поставщиков производить продукцию по новым более высоким экологическим стандартам, в том числе с учетом критерия энергоэффективности.

### **Литература**

1. Дайман С.А., Островкова Т.В. Система экологического менеджмента для практиков. М.: Издательство РХТУ им. Д.И. Менделеева. 2004.
2. Ральф Е., Хорн Р.Е. Пределы этикеток: Роль экомаркировок в оценке устойчивости продукции и путей к устойчивому потреблению // Международный потребительский журнал. – 2009. - № 36. – 175 с.