

ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ СЕРТИФИКАЦИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ ЭКОЛОГО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ

А.Е. Веретило

Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П.О. Сухого», Республика Беларусь

Научный руководитель Неверов А.В.

Динамично развивающийся мировой рынок требует приоритетного развития тех отраслей, которые обеспечивают удовлетворение потребностей человечества в экологически чистой продукции. Отраслей, функционирующих на основе здоровых отношений со внешней средой. Завоевание рынка сегодня невозможно без экологически грамотного подхода к бизнесу. Экологическая составляющая сознания прогрессирующими темпами занимает свой удельный вес в сознании общества благодаря распространению экологического образования в сфере современного предпринимательства.

Данное требование времени определяет важную позицию такого элемента системы управления окружающей средой, как экологический менеджмент и экологическая сертификация в частности. Рассмотрим непосредственно категорию экологической сертификации, необходимость ее проведения и преследуемые выгоды.

Сертификация – это деятельность, направленная на установление и подтверждение соответствия рассматриваемого объекта (продукции, услуг, работ, производства, персонала, системы качества и др.) определенным требованиям. Основные функции сертификации – защита потребителя от некачественной и опасной продукции; предоставление точной, достоверной и объективной информации о ее качестве.

Экологическая сертификация – деятельность по подтверждению соответствия объекта сертификации природоохранным требованиям, установленным действующим законодательством Республики Беларусь и другими нормативными документами, в том числе межгосударственными и национальными документами других стран, введенными в действие на территории Республики Беларусь в установленном порядке (нормативными правовыми актами).

Экологическая сертификация у нас в стране регулируется соответствующим Положением (об экологической сертификации продукции и производств в Республике Беларусь), утвержденным совместным приказом Министерства природных ресурсов и охраны окружающей среды и Государственного комитета по стандартизации, метрологии и сертификации РБ от 15.06.98 № 179/130 (НРПА РБ от 08.09.2000, № 8/4053). Экологический сертификат дает право обладателю именовать свою продукцию экологически чистой. Оплата работ по сертификации включается в себестоимость (в соответствии с п. 2.2.10.5 Основных положений по составу затрат, включаемых в себестоимость продукции, работ, услуг).

Экологическая сертификация продукции в Республике Беларусь ведется в рамках Подсистемы экологической сертификации Национальной системы сертификации РБ.

Типичные этапы внедрения и сертификации системы экологического менеджмента (на основе стандартов ИСО 14000) включают:

1. Предварительное экологическое обследование деятельности предприятия.
2. Разработка экологической политики (целей и задач).
3. Разработка и внедрение конкретных мероприятий.
4. Внутренний аудит и оценка эффективности.
5. Сертификация системы экологического менеджмента.

Стандарты ИСО носят рекомендательный характер, но игнорирование их ориентиров системой качества предприятия значительно уменьшает конкурентоспособность продукции на мировом рынке. Так цена продукции, не имеющей сертификата, подтверждающего высокий уровень качества и экологическую чистоту, в 1,5 – 2 раза ниже цены аналогичного товара, но с соответствующим сертификатом и маркировкой.

Выгоды от управления качеством можно разделить на:

- внутреннюю – улучшение производственного процесса и предупреждение ошибок, уменьшение издержек производства;
- внешнюю – увеличение объемов и номенклатуры приобретения, рекомендации клиентом друзьям и знакомым продукции предприятия.

Рассмотрим практическое применение и результаты сертификационных мероприятий.

Республиканское унитарное предприятие «Белорусский металлургический завод» имеет большой стаж работы на рынке экспорта металлургической продукции.

Внедрение систем качества с 1991 года позволило заводу правильно организовать деятельность и укрепить имидж на международном рынке, существенно увеличить долю экспорта в общем объеме производства предприятия (см. табл. 1).

На заводе эффективно использовался имеющийся производственный и технологический потенциал, что позволило довести долю наукоемкой продукции до 50 % в общем объеме производимой продукции, нарастить продажи на экспорт до 83 % (по состоянию на 2000 г.). При этом постоянно улучшались обобщенные показатели финансового состояния завода. Так, коэффициент текущей ликвидности, характеризующий соотношение собственных и привлеченных средств в оборотном капитале предприятия, вырос с 1,68 (по состоянию на 01.01.93 г.) до 1,92 (на 01.01.00 г.) и превысил нормативное значение – 1,7. Графически структура экспорта представлена на рис. 1.

Таблица 1

Основные показатели деятельности завода

Показатель	Год							
	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1999	2000
Выпуск продукции, тыс. т	591,4	684,3	721,8	636,4	684,6	892,5	1375,3	1518,6
Продукция, отправленная в дальнее зарубежье, тыс. т	290,3	208,5	239,0	350,0	493,2	714,3	1114,0	1265,0
Удельный вес экспорта в общем объеме выпуска	0,49	0,30	0,33	0,55	0,72	0,80	0,81	0,83
Рентабельность предприятия, %	4,5	5,8	7,2	7,9	12,3	12,5	11,6	12,7
Коэффициент финансовой независимости (нормативное значение 0,5)	0,64	0,68	0,75	0,80	0,94	0,93	0,93	0,94
Коэффициент текущей ликвидности (нормативное значение 1,7)	1,68	1,70	1,70	1,60	1,86	1,92	1,91	1,92

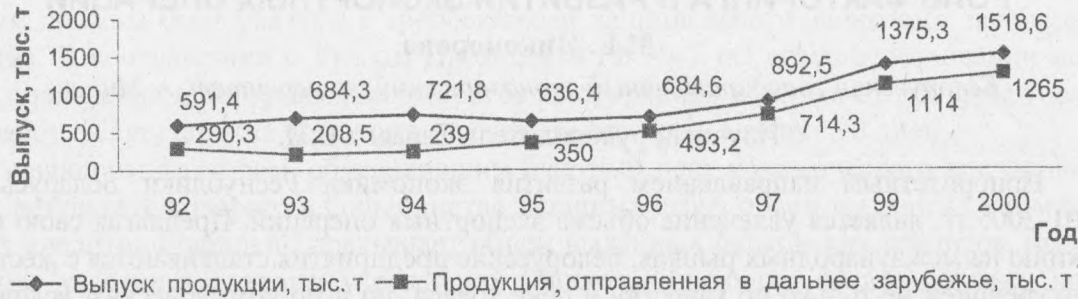


Рис. 1. Динамика выпуска и экспорта продукции в натуральном выражении

Финансовому оздоровлению предприятия в наибольшей мере способствовали осуществляемая на заводе последовательная и целеустремленная работа по сертификации и аттестации продукции по международным стандартам, а также изменение структуры продаж за счет вытеснения металлопродукции первых переделов новой, качественной и высокотехнологичной продукцией, имеющей значительно более высокую цену как на мировом, так и на внутреннем рынке.

За счет постоянного контроля качества своей продукции и ее сертификации БМЗ имеет обширные деловые связи со множеством компаний, предприятий и организаций в республике, странах СНГ и дальнего зарубежья. Солидность и репутацию завода подтверждают устойчивые партнерские и торговые отношения с фирмами таких стран, как Австрия, Германия, Египет, Люксембург, США, Сирия и др. Товарный знак завода зарегистрирован в 18 странах мира, в том числе: Германии, Франции, Бенилюкса, Испании.

Новый стандарт международного уровня серии ИСО 14000 предъявляет жесткие экологические требования к производству, предлагающему свою продукцию на экспорт и при участии в тендере. Японские производители, которые известны своим активным внедрением новейших технологий, и здесь не отстали – около трех тысяч компаний прошли успешную сертификацию производства на соответствие стандарту.

Германия, Великобритания, Швеция, Америка, Австралия, Франция, Испания, Бразилия, Швейцария, Китай, Венгрия, Индия, Ирландия, Норвегия, Малайзия, Тайвань, Нидерланды входят в список стран, предприятия которых поддержали природоохранную инициативу. В Беларуси такими предприятиями являются Минский завод холодильников, Минский подшипниковый завод, ПО «Беларуськалий», получившие сертификат, и их последователи, которые находятся на пути к стандарту.

В настоящее время, в рамках подготовки завода к сертификации по стандарту ИСО 14001, внедряется Система управления окружающей средой, разработанная в соответствии с требованиями данного стандарта. Руководство предприятия проводит линию экологической политики, призванной обеспечить экологическую безопасность, здоровье населения и сохранить окружающую среду для будущих поколений. Действует Программа системы управления окружающей средой на 2001-2005 гг.

Переход к «зеленой» экономике не означает сокращения масштабов производства. Происходит смена приоритетов производства. Промышленность должна развиваться в сторону все большей независимости от природного ресурса, стремиться к замыканию цикла производства, его безотходности. Современному руководителю выгоднее включать в оборот отходы и получать дополнительный доход от их реализации, открывать мало изученные пути получения дополнительной прибыли. В условиях рыночной экономики эти методы могут дать ощутимый экономический эффект и создать предприятию благоприятный имидж для привлечения инвестиций.