

Между обязательством и мотивацией

По мнению представителей бизнеса, государственно закреплять за компаниями обязанность социальной экологической ответственности не стоит. Данная деятельность организаций должна носить добровольный и мотивационный характер.

14

№ 215

АРТЕМ АЛДАНОВ

Российские компании, декларирующие свою социальную ответственность, в настоящее время стараются вести бизнес с учетом возможного влияния своей деятельности на окружающую среду. Многие организации, в том числе не относящиеся к вредным производствам, все активнее принимают участие в различных экологических проектах. Тем не менее, эксперты полагают, что в нашей стране очень тонкая грань между обязательством выполнения бизнесом различных экологических требований и добровольными начинаниями в данном сегменте.

ПРИДЕРЖИВАЯСЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ СТАНДАРТОВ

Программы экологической направленности, которые реализует российский бизнес, отмечает руководитель российского представительства международной транспортной платформы Екатерина Хан, очень сильно отличаются в зависимости от индустрии. «Так, многие нефтегазовые компании работают над проектами, которые учитываются в специальном рейтинге WWF: от сокращения вредных выбросов и рационального пользования водными ресурсами до сохранения биологического разнообразия. По мере удаления от сфер добычи полезных ископаемых и энергогенерации, на которые в России приходится наибольший экологический след, «зеленые» программы теряют однородность. Тут стандарты во многом задают западные компании, которые внедряют знакомые им практики, в том числе на территории нашей страны», — считает она.

Руководитель российского представительства международной экологической организации по защите лесов Николай Шматков также отмечает, что социальная и экологическая ответственность хорошо развиты у транснациональных компаний, работающих в нашей стране. «К сожалению, в большинстве случаев компании с российским менеджментом видят социальную и экологическую ответственность в виде филантропии, разовых отчислений на благотворительность. Если первые постоянно находятся в поиске путей системных решений, чтобы обеспечить экологическую и социальную устойчивость всего цикла производства и потребления, то вторые видят в КСО пока только неизбежные затраты, которые нужно минимизировать. Первые «вшивают» КСО в ткань бизнеса, получают от применения лучших доступных технологий энергосбережения, ответственного управления лесами прибыль, активно работают с конечным потребителем, делают КСО неотъемлемой частью маркетинга, то вторые в лучшем случае используют благотворительность как инструмент пиара», — делает выводы общественный деятель.

Эксперт в области социально ориентированного маркетинга и коммуникаций Ольга Шаруга также считает, что роль охраны окружающей среды в России недооценена. Компании не хотят раскрывать информацию о влиянии их производства на экологию. Однако российский бизнес учится социальной ответственности на примере междуна-



Экологическая ответственность бизнеса пока не нашла отражения в правовом регулировании экономических отношений Фото Эмина Джафарова

родных корпораций, представленных в России, а также у социальных предпринимателей и стартапов, которые также в свою очередь подхватывают международные тренды, закладывая их в основу своего бизнеса.

ОТПУСТИТЬ ИЛИ ЗАРЕГУЛИРОВАТЬ

По мнению эксперта при комитете Госдумы РФ по экономической политике Артема Юдкина, экологическая ответственность бизнеса пока не нашла отражения в правовом регулировании экономических отношений. По его словам, данный фактор не позволяет создать единый подход к содержанию документов об экологической ответственности, и даже к самой необходимости наличия отраслевых стратегий. «В связи с этим можно поддержать предложения экспертного сообщества о введении в законодательство об охране окружающей среды новых плановых и отчетных документов, в первую очередь, производственных компаний из секторов, активно загрязняющих природную среду, — деклараций экологической ответственности, которые должны включать в первую очередь обязательства по публикации информации об экологическом воздействии в результате хозяйственных процессов», — считает он.

По словам адвоката Андрея Андреева, несмотря на все принятые законодательные меры, вопрос

соблюдения экологических стандартов отечественными компаниями стоит достаточно остро. В нашей стране только зарождается осознанное отношение к экологии. И если крупные компании принимают необходимые действия по снижению загрязнения окружающей среды, так как уже сталкивались с проблемами и имеют представление о санкциях, то со стороны малого бизнеса данный вопрос часто игнорируется. Поэтому в первую очередь стоит говорить не об ужесточении мер, а о всестороннем продвижении осознанного и бережного отношения к природе, чтобы в головах бизнесменов эта идея существовала как само собой разумеющееся.

Сами представители бизнеса подход дальнейшего регулирования также не поддерживают. Как отмечает топ-менеджер российской пивоваренной компании, являющейся частью международного холдинга, Надежда Овсянникова, в настоящее время необходимо наладить контроль за исполнением экологической ответственности в рамках уже существующего законодательства. «Введение дополнительных ужесточающих мер, к сожалению, чаще всего сказывается на добросовестных участниках рынка, которые и так исполняют закон. Этот принцип соблюдается и в других аспектах экономической деятельности. В нашей стране применяется механизм расширенной ответствен-