



Лекция 13

Охрана окружающей среды и современная фирма

13.1. *Понятие корпоративного экологического менеджмента*



- ***Корпоративный экологический менеджмент (КЭМ)*** представляет собой систему управления деятельностью предприятия (организации) в тех ее формах, направлениях, сторонах и т. д., которые прямо или косвенно относятся к взаимоотношению предприятия с окружающей природной средой (ОПС).

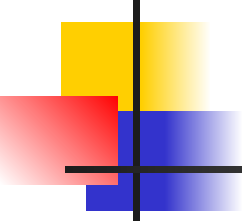
13.1. *Понятие корпоративного экологического менеджмента*



- **Предметом КЭМ** служат, прежде всего, экологические (природоохранные, ресурсосберегающие и т. п.) стороны деятельности предприятия (организации), производимой ею продукции и оказываемых услуг.
- Однако, управляя этими сторонами своей деятельности, предприятие, конечно, не может не оказывать воздействие (положительное или отрицательное) на охрану ПС и ее ресурсы.

13.1. *Понятие корпоративного экологического менеджмента*

- В конечном счете **целью КЭМ**, является минимизация негативных воздействий бизнес-деятельности на ОПС, достижение высокого уровня экологической безопасности процессов производства и потребления выпускаемой предприятием продукции и оказываемых услуг. При этом реализация данных задач должна быть согласована с достижением предприятием других его приоритетных целей, включая обеспечение текущей и долгосрочной конкурентоспособности.



13.1. *Понятие корпоративного экологического менеджмента*

- С позиции современных представлений КЭМ можно определить как **составную часть** (или определенную сторону) **системы менеджмента предприятия** (организации), **реализующую задачу поддержания конкурентоспособности предприятия**, задаваемую экологическими аспектами его деятельности.

13.2. Теория фирмы, научный

менеджмент и охрана окружающей среды

- Среди современных подходов к экономике фирмы в контексте ОПС первоочередной интерес представляют развиваемые в рамках неoinституциональной экономики:
- *менеджеральная (управленческая) теория фирмы,*
- *а также теория стейк-холдеров.*

13.2. Теория фирмы, научный

менеджмент и охрана окружающей среды

- **Управленческие теории** фокусируют внимание на внутренней структуре фирмы, включая взаимоотношения между различными менеджерами, которые реально руководствуются принципом ограниченной рациональности.
- Данные подходы позволяют, в частности, раскрыть механизм принятия экологически ответственных решений, выходящих за пределы требований, предписываемых действующим законодательством и стандартами экологической безопасности.
- Именно к такому типу относятся решения топ-менеджеров о введении весьма дорогостоящих и не сулящих быстрой рыночной отдачи систем корпоративного экологического управления, соответствующих ныне добровольным международным стандартам ISO 14000 или EMAS.

13.3. Теория стейк-холдеров и обоснование целей предприятия

- Под **стейк-холдерами** понимаются лица (физические и юридические), обладающие правовой, экономической, моральной (а также самостоятельно осознаваемой) возможностью заявлять фирме о своих правах (в том числе имущественных) или интересах в отношении ее прошлой, настоящей или будущей деятельности (ее части).
- Иными словами, стейк-холдеры – это лица (их группы), которые, с одной стороны, обладают возможностями в процессе реализации своих целей оказывать на фирму воздействие, а с другой – сами испытывают на себе воздействие принимаемых фирмой решений.

13.3. Теория стейк-холдеров и обоснование целей предприятия

- Стейк-холдеры, обладающие идентичными интересами, требованиями или правами, образуют **относительно однородные группы**, которые отличаются от других стейк-холдеров (их групп). Примерами таких групп могут быть:
 - покупатели продукции фирмы,
 - ее торговые партнеры (поставщики),
 - финансовые институты (банки, страховые компании, инвестиционные фонды),
 - местное население,
 - органы власти,
 - неформальные организации,
 - СМИ и т. д.

13.3. Теория стейк-холдеров и обоснование целей предприятия

- Вся совокупность стейк-холдеров подразделяется на два основных класса:
- **первичные стейк-холдеры**, формирующие **среду прямого воздействия** на предприятии, без учета которого фирма как хозяйствующая единица не сможет выжить (собственники, инвесторы, работающий персонал фирмы, поставщики, покупатели и их организации, конкуренты, природа (ее ресурсы и ассимиляционный потенциал),
- **второстепенные (или вторичные) стейк-холдеры**, образующие среду **косвенного влияния**.

13.3. Теория стейк-холдеров и обоснование целей предприятия

- Среда прямого и косвенного воздействия также именуется **контактной аудиторией**. Особая роль стейк-холдеров с позиции менеджмента также объясняется тем, что они оказывают все более сильное (прямое и косвенное) воздействие на принятие бизнесом своих решений, включая экологические, а тем самым они должны разделять ответственность за последствия (позитивные и негативные) этих решений.

13.3. Теория стейк-холдеров и обоснование целей предприятия

Классификация стейк-холдеров согласно Х. Дюкхоффу

		Потенциал влияния	
		Незначительный	Значительный
Готовность к кооперированию	Высокая	Тип А: поддерживающий (supportive) – персонал фирмы, профсоюзы, поставщики	Тип В: смешанный (mixed blessing) – акционеры, инверсоры, менеджеры, потребители, банки, страховщики
	Невысокая	Тип С: предельный (marginal) – конкуренты, местное население, университеты и научная общественность	Тип D: не поддерживающий (nonsupportive) – СМИ, государство, неформальные объединения

13.3. Теория стейк-холдеров и обоснование целей предприятия

- Важным пунктом теоретического рассмотрения воздействия стейк-холдеров на принятие бизнесом решений в пользу ООС является то, что разные представители заинтересованных групп могут отличаться **неодинаковым уровнем экологического сознания**, а также различным уровнем ощущения и оценки экологических проблем, бедствий и катастроф.
- Отношение к экологическим проблемам все существеннее зависит от растущей интенсивности коммуникации в обществе. Это значит, что **уровень экологического сознания** во все большей мере формируется посредством достаточно субъективного обмена информацией, а не вследствие объективного опыта отдельных людей.

13.3. Теория стейк-холдеров и обоснование целей предприятия

- Как видно, экологические проблемы по-разному воспринимаются людьми. Они могут повлечь за собой различную реакцию и политику фирмы, в которой может делаться акцент или **на применение рыночных механизмов**, или **на методы государственного регулирования**.
- Возникающая ситуация опять же может быть воспринята по-разному: или как **шанс по освоению новых перспективных рынков**, или как **риск (угроза) устоявшимся производственным структурам и продуктам предприятия**.

13.3. Теория стейк-холдеров и обоснование целей предприятия

- Последствия действий стейк-холдеров также существенно различаются: от интенсификации инновационной деятельности на предприятии до его закрытия вследствие применения норм экологического или уголовного права.
- В результате цели предприятия представляют собой компромисс между интересами различных стейк-холдеров, включая руководителей предприятия, акционеров, наемных работников, партнеров по бизнесу, различных общественных групп (например профсоюзов) и т.д.
- Все эти заинтересованные группы исходят при определении своих позиций в отношении охраны окружающей среды из личных мотивов, групповых интересов, идеологических убеждений, этических представлений и т. д.

13.3. Теория сервисной фирмы и развитие представлений о современной организации

- Современная фирма или организация, будь то мелкое предприятие или транснациональная корпорация, все чаще понимается как **сервисная фирма**, предоставляющая услуги различным стейкхолдерам.
- Сервисная функция в настоящее время так важна потому, что не только сами продукты сопровождаются все чаще наборами разного рода услуг, но и дивиденды, налоги, зарплата и т. п. также могут быть истолкованы как услуги.
- Эта характеристика тем более может быть отнесена к усилиям фирмы по уменьшению загрязнения ООС. Однако если первые из перечисленных выше видов услуг оказываются клиентам, акционерам, властям или собственным сотрудникам, то экологические услуги предоставляются всем «заинтересованным» в этом лицам и организациям. Поэтому КЭМ с учетом внесения необходимых уточнений можно определить как **сервисный менеджмент для некоторого слоя из совокупности всех стейк-холдеров.**

13.3. Теория сервисной фирмы и развитие представлений о современной организации

- Фирмы в современном мире характеризуются далее тем, что их сервисная функция может быть осуществлена только в тесном контакте с поставщиками, клиентами и другими важными для отдельной фирмы сервисными фирмами и организациями (банками, страховыми компаниями, провайдерами логистики и т. д.). Эти фирмы образуют вместе, формальным или неформальным образом, альянсы, или, точнее, так называемые **цепи (сети) поставок (supply chains)**.

13.3. Теория сервисной фирмы и развитие представлений о современной организации



- Именно подобные альянсы, а не отдельные фирмы, конкурируют сегодня с другими аналогичными альянсами за право обслуживать определенные группы стейкхолдеров, предоставляя им как можно большую выгоду. Они (фирмы) пытаются организовать совместно в рамках этих цепей поставок так называемые **СТОИМОСТНЫЕ ЦЕПИ (value chains)**. Это означает, что они выстраивают поэтапный процесс производства и реализации продуктов и услуг по возможности таким образом, чтобы увеличивать выгоду во всех звеньях цепи и максимизировать общую выгоду для стейкхолдеров.

13.3. Теория сервисной фирмы и развитие представлений о современной организации



- Современные, успешно работающие фирмы могут быть также охарактеризованы с помощью следующих двух важных черт, которые, отметим сразу, находятся в соответствии или близки теоретико-экономическим подходам к фирме.
- **Первая черта** касается прежде всего внутренней организации всех стоящих перед фирмой задач, иными словами, – вопросов оптимальной трансформации сервисных «inputs» в сервисные «outputs» при определенной (заданной) внешней среде. Этим преимущественно (в более узкой трактовке, конечно) и занималась неоклассическая микроэкономическая теория.
- **Вторая черта** в большей мере относится к процессу формирования и условиям успешной работы сетевых структур, образованных несколькими или многими фирмами. Иными словами, она отражает интеракции между фирмами при заданных формах внутренней организации отдельных предприятий (т. е. при заданной трансформации).

13.3. Теория сервисной фирмы и развитие представлений о современной организации

- Анализ современных подходов к экономике и управлению фирмой в контексте экологических проблем будет неполным без учета тех существенных изменений, которые связаны с процессами **информатизации и глобализации современной экономики**, включая функционирование **транснациональных корпораций (ТНК)**.

13.3. Теория сервисной фирмы и развитие представлений о современной организации



- Особо остро стоит **вопрос о формировании новой экологически чувствительной этики бизнеса** в условиях глобализации экономики и деятельности ТНК.
- Традиционно прежде всего с деятельностью ТНК было связаны представления, что эти компании, располагая значительной экономической силой, организуя бизнес в самых различных странах, являются одними из существенных источников экологических угроз (стандартизация, монокультура в сельском хозяйстве, вывоз экологически опасных, ресурсоемких производств в развивающиеся страны со «слабым» законодательством и т. п.).
- Но не следует игнорировать и то, что многие примеры успешного бизнеса и внедрения передовых систем КЭМ связаны с ТНК уже в силу того, что они обладают достаточными ресурсами (экономическими, финансовыми, человеческими) для внедрения и эффективного применения этих передовых систем.