

Сотникова Дарья Юрьевна

студентка

ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный
университет экономики и управления «НИНХ»

г. Новосибирск, Новосибирская область

РЕШЕНИЕ ЛОКАЛЬНЫХ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ПРОБЛЕМ РЫНОЧНЫМИ МЕТОДАМИ: ЭКОМАРКИРОВКА АВТОМОЕЧНЫХ КОМПЛЕКСОВ

***Аннотация:** в данной статье предложен способ решения проблемы загрязнения окружающей среды автомоечными комплексами путем введения на уровне муниципалитета системы добровольной экологической маркировки, представлена система её критериев и рассмотрены возможные эффекты.*

***Ключевые слова:** охрана окружающей среды, рынок экологических услуг, экологический маркетинг, экологическая маркировка, экологическая сертификация, автомоечный комплекс, экологическое просвещение.*

Сегодня невозможно представить жизнь без автомобиля, который является не только средством передвижения, но и источником загрязнения окружающей среды выхлопными газами. Автомобиль постоянно нуждается в различных сервисных услугах, среди которых и автомойка. Большинство автомоечных комплексов являются представителями малого и среднего бизнеса, некоторые из них работают нелегально или недавно узнали об экологических требованиях к их деятельности. В городе Новосибирске уже несколько лет существует проблема автомоечных комплексов, действующих с нарушением экологического законодательства.

Для решения этой проблемы следует обратить внимание на рыночные механизмы регулирования в сфере природопользования. В современных условиях формирования рынка экологических услуг, такой вид деятельности как экологический маркетинг способен как выявить причинно-следственные связи возникновения проблем, так и содействовать их решению.

Рост эффективности экологического маркетинга растет в современной практике государств, с каждым годом все больше возрастает роль государственных и международных стандартов в области охраны окружающей среды, формируются современные подходы для решения эколого-экономических задач.

В мае 2015 года было проведено первичное маркетинговое исследование спроса на экоконтсалтинговые услуги среди автомоечных комплексов в городе Новосибирске. В результате было выяснено, что, не смотря на ужесточение государственного надзора, изменения Федерального закона «Об охране окружающей среды» и увеличение перечня требований, предъявляемых к представителям малого и среднего бизнеса, производственный процесс на предприятиях не изменился, осуществляется загрязнение окружающей среды и отсутствует значительная часть экологической документации. Компании нуждаются в экоконтсалтинговых услугах, но на данный момент воспользоваться ими предпочитает только одна из ста организация. Это свидетельствует об отсутствии экологической ответственности и недостаточном контроле со стороны государства [4].

Для решения вышеперечисленных проблем мы предлагаем воспользоваться таким рыночным механизмом стимулирования рационального природопользования, как экологическая маркировка. Следуя тенденциям развития эко-маркировки на региональном уровне (Санкт-Петербург – «Листок жизни», Москва – эко-маркировка заправочных станций), предлагаем развивать в Новосибирской области эко-маркировочный знак для предприятий автомоечного комплекса – «AvtoGreenService» (экологическая маркировка III типа).

Опираясь на требования к данному виду хозяйственной деятельности и результаты первичного маркетингового исследования, была разработана система критериев, представленная в таблице 1.

Таблица 1

Критерии для получения эко-маркировочного знака [2,3]

Наименование критерия	Обозначение критерия	Значение критерия
Наличие обратной системы водоснабжения (да/нет)	C1	0/2
Разрешительная, нормативная, законодательная, и иная документацию в области охраны окружающей среды: – проект СЗЗ; – договор на водопотребление и водоотведение; – документы по обращению с ТБО; – и пр.	C3	1–4
Использование безопасной для ОС автохимии и автокосметики (подтвержденная сертификатами на продукцию)	C4	1–2
Соблюдение санитарно-гигиенических требований к организации работы в автомоечных комплексах: – размещение предприятия в приспособленных помещениях (складских, подвальных или полуподвальных ангарного типа); – наличие системы отопления и вентиляции; – наличие естественного освещения и проветривания; – обеспечения санитарно-бытовыми помещениями.	C5	1–3
Презентабельный внешний вид рабочего персонала, наличие документации об обязательных предварительных и периодических медицинских осмотрах рабочего персонала	C6	0/1
Внешний вид прилегающей территории: – наличие корзин для мусора; – наличие газонов, клумб, кустарников; – аккуратная вывеска; – чистый асфальт/отсутствие сугробов.	C7	1–2
Максимальный общий балл		96

Для получения эко-знака общий балл должен быть как можно выше, но не менее 70.

Как известно ни один социальный, ни тем более экологический проект, без государственной поддержки, в первую очередь административной, обречен на провал. С целью привлечения интереса муниципальных и региональных властей к данной проблеме был проведен теоретический анализ эффектов для всех участников рынка: органов государственной власти, представителей малого и среднего бизнеса и общества, то есть конечного потребителя «маркируемой» услуги.

В результате было установлено, что внедрение экологической маркировки будет положительно сказываться на всех участниках рынка. Благодаря развитию эко-маркировки прогнозируется снижение числа нарушений природоохранного законодательства. Развитие рынка экологических услуг в городе будет способствовать формированию «зеленого» имиджа Новосибирска, что повысит его инвестиционную и рекреационную привлекательность, а также уровень экологической культуры потребления среди жителей [5].

Распространение экологической маркировки позволит получить предприятиям такие экономические выгоды, как:

- снижение производственных издержек за счет снижения потребления энергии и воды;
- уменьшение количества отходов в связи с переориентированием процессов на малоотходные технологии;
- экономия на затратах за счет предупреждения внештатных, аварийных ситуаций и уменьшения экологических рисков;
- рост привлекательности предприятия на фоне растущего потребительского спроса на экологически безопасные услуги;
- усиление корпоративной репутации и доказательств действенности инициатив компании в области экологии и устойчивого развития;
- укрепляется внутрикорпоративная культура за счет понимания важности проделанной работы для здоровья людей и окружающей среды;
- повышается осведомленность регионального и местного населения, что способствует повышению лояльности к программам экологической маркировки и сертифицированным товарам и услугам [1].

Социально-экологический маркетинг может послужить инструментом преодоления противоречивости и неоднозначности научно-технического прогресса, ориентируя на гуманное и бережное отношение к любым видам ресурсов, к охране окружающей среды.

Предприятия автомоечного комплекса в свою очередь будут использовать данный инструмент с целью привлечения внимания общества к проблемам окружающей среды, и пропагандировать гуманное отношение к природе. Как следствие, мы получим положительный социальный эффект – развитие экологической культуры жителей г. Новосибирска и получение знаний о рациональном использовании природных ресурсов (воды, электроэнергии и пр.).

Потребитель же в свою очередь внесет личный вклад в охрану окружающей среды, получив качественные автомоечные услуги на комплексе, прошедшем экологическую сертификацию и имеющем экознак.

Так, начиная с себя и своей семьи, каждый житель г. Новосибирска, неравнодушный к проблемам окружающей среды, поможет создать единую систему экологического воспитания, которая через поколения сможет поднять г. Новосибирск на новый уровень в вопросах решения экологических проблем.

Список литературы

1. Катункина Е. В. Система экологического менеджмента как инструмент эффективного развития нефтегазодобывающей отрасли / Е.В. Катункина [и др.] // Идеи и идеалы. – 2015. – №3 (25). – Т. 2. – С. 75–81.

2. Сарбаев В.И. Экологические требования к предприятию автосервиса и автомобильного транспорта / В.И. Сарбаев. – М.: МГИУ, 2003. – 55 с.

3. Система экологической сертификации [Электронный документ]. – Режим доступа: <http://ecology-education.ru/index.php?action=full&id=550>.

4. Сотникова Д.Ю. Потенциальные возможности развития рынка экологических услуг на примере экологической сертификации автомоечных комплексов г. Новосибирска / Д.Ю. Сотникова // Сборник тезисов докладов участников XIII Всероссийского молодежного форума по проблемам культурного наследия, экологии и безопасности жизнедеятельности «ЮНЕКО-2015». – М. – 2015. – С. 301–302.

5. Черданцев В.А. Потенциальные возможности применения экологического аудита в целях снижения административного давления на предприятия и

развития природоохранного бизнеса / В.А. Черданцев, Е.И. Цускман // Проблемы экономики и менеджмента. – 2015. – №2 (42). – С. 96–99.