



# 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.