

А.А. Ивашура, доц., канд. сельхоз. наук;
О.Н. Борисенко, доц., канд. техн. наук;
С.М. Логвинков, проф., д-р техн. наук
(ХНЕУ им. С. Кузнеца, г. Харьков, Украина)

ФОРМИРОВАНИЕ ИНДИКАТОРОВ УСТОЙЧИВОСТИ ПРОИЗВОДСТВА И ПОТРЕБЛЕНИЯ

На сегодняшний день оценка устойчивости не охватывает все экологические, социальные и экономические факторы, влияющие на положительные и отрицательные воздействия производства. Так же имеются проблемы с отсутствием слаженности между экоинициативами и производственными структурами. Эти проблемы в свою очередь влияют на продвижение и внедрение конкретных природоохранных технологий и инвестиционных решений. Нет универсальности и в стандартах отчетности по устойчивому развитию предприятий. Нет информации по устойчивому потреблению. Показатели устойчивости предоставляют информацию об экологической, социальной и экономической политике, но не могут сравнить и сопоставить данные факторы [1].

Необходимо обеспечить целостный взгляд на деятельность предприятия и проблематику потребления для корректировки их воздействия на экономику и все заинтересованные стороны в устойчивой деятельности предприятия: партнерские компании, инвесторов, поставщиков, сотрудников, клиентов, потребителей. При этом, не забывая об окружающей среде и социальных аспектах.

Устойчивость производства можно определять индикаторами – набором показателей и оценок по всей цепочке создания стоимости компании. Индикаторы устойчивости компании так же включают в себя влияние ее технологических процессов, продуктов и услуг обеспечивая многовекторную перспективу своего воздействия [2].

Все эти показатели раскрывают взаимосвязь между производством, потреблением, экономикой и окружающей средой. С учетом данных показателей можно сформировать стратегию для устойчивого производства и потребления.

Основываясь на анализе эколого-экономической ситуации и выполнении обязательств по ЦУР, в частности ЦУР 12 [3], стратегия устойчивого производства и потребления может базироваться на 6 основных направлениях: углеродной нейтральности, устойчивом принятии решений в финансировании, увеличении доли экоинноваций, справедливой оценке неэкологических товаров и ресурсов, внедрении

во всех областях устойчивого образования и активного международного сотрудничества в области экологической политики.

Как мы видим, просматривается четкая связь между производством, потреблением, устойчивостью и финансовыми показателями. К таким показателям необходимо отнести:

1. Экономическая ценность. Включает индивидуальный доход (прибыль компании), общественный доход (налоги), не прямые доходы (повышение производительности труда, сокращение общепроизводственных расходов).

2. Потребительская ценность. Включает все положительные преимущества товара или их соотношение (соотношение цена / качество, практическое и эстетическое удовлетворение).

3. Этическая ценность. Охватывает маркетинг, отраслевые стандарты, прозрачность бизнеса.

4. Экологическая ценность. Определяется энергоэффективностью, ресурсосбережением, возможностью переработки или утилизации отходов.

5. Социальная ценность. Включает достойные условия труда (технические, микроклиматические, экологические, медицинские, образовательные и др.), благосостояние сотрудников и опосредованное положительное влияние на все сообщество в целом.

6. Управленческая ценность. Определяется менеджментом. Охватывает моральный дух в коллективе, практику мотивирования сотрудников, справедливую корпоративную политику.

Любое производство имеет разнообразное экологическое, социальное, экономическое и другие воздействия, которые могут быть как положительными, так и отрицательными. Благодаря механизмам устойчивости мы можем измерить ценность продукции, технологии, производства. Благодаря устойчивости можно предвидеть не только результат от внедрения новых технологий или появления новых продуктов, но и оценить продукты уже имеющиеся на рынке. Такая оценка даст новые возможности, как продукту, так и бизнесу в сфере привлечения инвестиций, новых партнеров и потребителей. Сегодня именно осознанные потребители, которых с каждым годом становится все больше, являются тем контрольным звеном, которое определяет выгодность и целесообразность экологизации бизнеса и производства, его устойчивость [4].

Компании могут демонстрировать свою устойчивость путем показа преимуществ продукции по сравнению с аналогичной через собственные соответствующие информационные и образовательные программы, либо в содействии с партнерами. Возможно и обращение к

идеям устойчивого компромисса, когда приходится решать дилеммы сравнения ценности итогов, какого ни будь технологического процесса. Например:

– стоят ли средства, вкладываемые в сокращение выбросов, тех положительных эффектов, которые связаны со здоровьем;

– применить экологическую упаковку при транспортировке товара с некоторыми рисками, связанными с ее целостностью к механическим повреждениям, либо использовать менее экологическую упаковку с дальнейшей ее переработкой или безопасной утилизацией.

Устойчивость подходит для масштабов различных компаний, но если конечным звеном продукции является не потребитель, который так же является регулятором ее устойчивости, а другая компания, то эти ценности контролируют сами компании, а впоследствии и потребитель благодаря обязательным механизмам прозрачности производственного процесса свойственному устойчивому бизнесу. Инвесторы могут использовать устойчивость для сравнения компаний по отраслям с определением для себя пороговых значений, на основе которых будут разработаны стратегии устойчивого инвестирования. Значения устойчивости возможно включать в корректировку налогообложения для поощрения устойчивых производств, так как в их бизнес модель уже входят затраты на благосостояние окружающей среды и здоровье человека. Таким образом, этот аспект должен стать основой для будущих исследований.

ЛИТЕРАТУРА

1. Івашура А.А., Борисенко О.М., Савченко М.Ф., Дитиненко С.О. Аналіз сталого споживання і виробництва в Україні // Грааль науки. 2021. № 9. С. 198–204.

2. Ivashura A., Borysenko O., Logvinkov S. Sustainability problems with ecologically balanced production growth // Ecology, environmental protection and balanced environmental management: education – science – production – 2021: Abstracts of XXIV International scientific conference. Kharkiv: V. N. Karazin Kharkiv National University. P. 11–12.

3. Goal 12: Ensure sustainable consumption and production patterns [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-consumption-production> (дата обращения: 25.12.2021).

4. Івашура А.А., Борисенко О.М. Аналіз екоусвідомленої харчової поведінки як фактора формування екологічної сталості // Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна серія "Екологія". 2021. Вип. 25. - С.101–110.