

Донскова Людмила Александровна

канд. с.-х. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Уральский государственный
экономический университет»

г. Екатеринбург, Свердловская область

**СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОЦЕССЫ В КОНТЕКСТЕ ГЛОБАЛИЗАЦИИ:
ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА ЭКОЛОГИЮ И ФОРМИРОВАНИЕ
ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ**

Аннотация: авторы рассматривают теоретические и практические аспекты формирования и применения принципов социальной ответственности основных субъектов продовольственного рынка: производителей, ритейла и потребителей для оптимизации направлений его развития. В качестве исследуемой и приоритетной выбрана тема, связанная с охраной и защитой окружающей среды. Установлено, что данная тема является актуальной не только для предприятий пищевой промышленности, но остаются в стороне и торговый бизнес и потребители. Для решения проблем необходимо взаимодействие всех субъектов, которое отсутствует на данный момент. Ключевая идея – формирование экологической культуры у всех участников рынка.

Ключевые слова: экология, окружающая среда, субъекты, производитель, торговля, потребитель, ответственность, культура.

Долгосрочные цели развития мирового сообщества в XXI веке охватывают три его составляющих – социальную, экономическую и экологическую сферы. В Докладе о человеческом развитии страны [3, с. 27] подчеркивается значимость экологической составляющей и выделено семь целей, имеющих наибольшую экологическую направленность, характеристика которых и обоснование значимости каждой определены с учетом российских реалий и интересов.

Проблемы охраны и защиты окружающей среды, которые являются одним из приоритетных направлений обеспечения национальной безопасности страны,

подчеркивает Ф.Х. Галиев [2, с. 59], стали особо злободневными и начали тревожить все человечество на рубеже XX и XXI веков. Загрязнение почвы, воды, воздуха, климатические изменения, одним из которых является глобальное потепление, обеднение флоры и фауны, а также расточительное и нерациональное использование природных ресурсов и их влияние на окружающую среду является предметом активного обсуждения ученых и практиков мирового сообщества на протяжении десятков лет, и перечень экологических проблем нашел отражение во многих научных публикациях [9, с. 36].

Продовольственный рынок, который является одним из значимых в обеспечении безопасности и благополучия населения любого экономического образования, представляют три основных субъекта: пищевая промышленность, ритейл и потребители. Учитывая, что главным «посылом» изучения, поиска и принятия решений в области экологических проблем для устойчивого развития является обеспечение гармонии всех элементов, составляющих экологическую систему, а важными вызовами становятся экологизация, снижение нагрузки на окружающую среду, целью настоящих исследований, основные положения которых отражены в статье, явилось изучение теоретических и практических аспектов формирования и применения принципов социальной ответственности основных субъектов продовольственного рынка для разработки направлений его развития и формирования экологической культуры.

При проведении исследований использовали методы анализа учебной и научной литературы, информационно-технических и справочных изданий, нормативных документов и статистической информации, а выводы явились авторским результатом обобщения имеющихся данных и результатов собственных исследований по рассматриваемой тематике.

Пищевая промышленность, включающая 30 отраслей и 60 подотраслей, несколько десятков тысяч предприятий и обеспечивающая занятость значительной части населения, является основой для формирования продовольственного рынка. Призвание отрасли имеет ярко выраженные социально-экономические ориентиры – производить качественные и безопасные жизнеобеспечивающие

пищевые продукты, и глобальная роль пищевой промышленности в устойчивом развитии нашего мира, в его благополучии и благосостоянии, признана мировым сообществом.

Техническим комитетом ИСО ISO / TC 34, Food products было разработано ISO / TS 26030 – приложение для пищевого сектора стандарта по социальной ответственности для продовольственных компаний, фермерских хозяйств, кооперативов, переработчиков и розничных торговцев, независимо от их размера или местоположения. Этот документ содержит руководящие принципы о том, как организация в пищевой производственной цепочке может внести свой вклад в устойчивое развитие по всем приоритетным темам, в том числе, связанным с охраной окружающей среды.

Производство пищевых продуктов представляет собой сложную организационно-технологическую систему. Особенностью пищевых производств, как сложной структуры управления, является широкий ассортимент выпускаемой продукции, для производства которой используется сырье животного, растительного микробиологического, минерального, искусственного или биотехнологического происхождения и питьевая вода, множество технологических методов, операций и многообразие видов и форм аппаратурно-технологических процессов, протекающих в непрерывных, непрерывно-дискретных и дискретных режимах. Количество способов обработки и технологических процессов при производстве продуктов питания составляет несколько десятков, начиная от подготовительных – мойка, сортировка, лушение, очистка, разделка и другие, включая способы разделения, такие, например, как экстрагирование, деионизация, центрифугирование, гидратация, нейтрализация и др., технологические процессы – ферментация, сульфитация, пастеризация, брожение, соление, вяление, копчение, охлаждение, винтеризация, и т. д., а также завершающие операции по фасовке и упаковке.

Традиционно в контексте экологических проблем рассматривается влияние производства на воду, почву и атмосферный воздух.

Особенностью пищевых производств является высокий уровень расхода воды, отрасль занимает одно из первых мест по расходу воды на единицу производимой продукции среди промышленных отраслей. Вода используется для санитарной обработки оборудования и инвентаря, очистки и мойки сырья, в технологических процессах, например, в качестве растворителя в процессе экстракции, для охлаждения и т. д. Предприятия различаются по уровню потребления воды, что обусловлено спецификой производства. Так, водоемкость свеклосахарного производства составляет в среднем до 20 т воды разного качества на 1 т перерабатываемой свеклы, а потребление воды предприятиями молочной отрасли составляет от 4,3 м³ до 7 м³ на 1 тонну перерабатываемого молока. Высокий уровень потребления воды обуславливает высокий уровень образования сточных вод, причем на каждой ступени технологического цикла, с высокой степенью загрязненности, представляющий угрозу для водных объектов и почвы [7, с. 14]. Сточные воды пищевых производств представляют собой сложные многокомпонентные системы, подчеркивают авторы статьи [4, с. 107]. В сточных водах содержатся нитриты, фосфаты, моющие средства, пестициды, удобрения и другие химические вещества, в производственный сток предприятий мясной промышленности попадают жир, частицы мяса, кровь, белки, соль, фосфаты. При этом наибольшее содержание загрязняющих веществ наблюдается в сточных водах у предприятий, производящих мороженое и производителей мяса и мясной продукции. Все это означает, что вода становится непригодной для употребления ни человеком, ни представителями фауны.

Актуальным направлением для исследования и разработки соответствующих технических и организационных решений, является проблема охраны атмосферного воздуха со стороны предприятий пищевой промышленности и образование отходов. По данным Росприроднадзора, в атмосферу при производстве пищевых продуктов попадает около 0,4 млн т выбросов [7, с. 132] Основными загрязнителями воздуха являются: пыль; летучие органические соединения и запахи; хладагенты, содержащие аммиак и галоген; продукты горения, такие, как и СО₂, хлорид натрия, уксусная кислота, карбонат натрия и др. А в разрезе отраслей

промышленности и специализации предприятия выделяются производство консервированной продукции, в частности вспомогательное производство жестяных банок [10, с. 924].

В производстве продуктов питания на выходе производственных процессов образуются газообразные, твердые или жидкие продукты. Объем твердых отходов может быть весьма значительным [7, с. 232]. Например, отходы производства консервированных помидоров могут составлять от 15 до 30% всего объема переработки. В случае переработки гороха и зерновых отходы превышают 75%. В результате брожения, гниения, скисания и других процессов, теряя свои потребительские свойства, они загрязняют окружающую среду. Следует отметить, что для сокращения эмиссии в окружающую среду, снижения потребления воды и образования отходов предлагаются различные организационно-технические решения, включающие и наилучшие технологии для производства и внедрение системы экологического менеджмента, способствующие достижению экологических результатов, описание которых представлено в научной литературе.

Приведенный в статье фрагментарный срез проблемы охраны окружающей среды, связанной с предприятиями пищевой промышленности, преследовал задачу отразить масштабность этой проблемы и перейти к обзору участия в ее решении других субъектов рынка.

Торговый бизнес, чтобы быть успешным, не может оставаться непричастным к решению экологических проблем. Обзор литературных данных свидетельствует об активном участии ритейла в их решении, с выделением товарной экологизации, экологизации среды потребителя и непосредственно потребления. Исследователи указывают на сформировавшиеся тренды, причем как за рубежом, так и в отечественном бизнесе, связанные с отказом от пакетов, одноразовой посуды из полимерных материалов, с переработкой тары и упаковки и других [1, с. 79]. «Зеленый ритейлер», использует в своей концепции ассортимент эко-товаров, осуществляет «зеленые закупки», проводит эко-просвещение сотрудников и покупателей, внедряет систему экологического менеджмента, рационально использует упаковку, утилизирует отходы [8, с. 81].

В рамках достижения целей устойчивого развития, обеспечение гармонии отношений человека и природы, формирование экологической культуры должны стать приоритетными направлениями развития общества.

В связи с чем, представляет интерес с научной и практической точек зрения исследования роли и места социальной ответственности в поведении потребителя, как еще одного субъекта продовольственного рынка. Призыв к социально ответственному поведению потребителя имеет особую актуальность, обусловленную усугублением социальных проблем и загрязнением окружающей среды, и становится обязательным в контексте эволюции всего общества. Потребительский образ жизни ведет к хищническому расточительству ресурсов, которые не безграничны, расточая их так, что человек превращается во врага биосферы и природы [5, с. 113]. Всемирная организация потребителей (Consumers International) также призывает обратить внимание и на проблемы чрезмерного производства и нерационального потребления, что влечет за собой глобальное изменение климата, ухудшение состояния окружающей среды, приводит к утрате уникальных природных объектов.

Но моментально сократить потребление сырья и найти ему замену или разведать новые запасы невозможно, как и невозможно сразу стать экологически ответственным потребителем. Готовиться нужно заранее [6, с. 83], закладывая в сознание всех жителей планеты знания и навыки, отвечающие позиции экологически ответственного гражданина и осознавая, что главный экологический принцип обеспечения гармонии в отношениях с окружающим миром – в основе культуры.

Основные выводы наших исследований заключаются в следующем.

Учитывая, что именно продовольственный рынок является одним из значимых, так как связан с жизнедеятельностью и жизнеобеспечением населения, исследования социальной ответственности его субъектов в отношении вопросов, связанных с охраной и защитой окружающей среды, являются актуальным направлением. При этом, авторы считают рассматривать эту тему необходимо в контексте участия всех субъектов рынка.

Проведенный анализ свидетельствует о том, что отсутствие достаточных финансовых средств у организаций и недопонимание значимости проблем охраны окружающей среды тормозит внедрение возможности решать проблемы, связанные с ее защитой, о чем свидетельствует недостаточное соблюдение экологических требований в промышленных зонах организаций пищевой промышленности.

Теоретико-методологическую базу социальной ответственности формируют труды зарубежных и отечественных ученых, а также международные справочные документы по социальной ответственности: ISO 26000 «Руководство по социальной ответственности» и ISO / TS 26030 «Social responsibility and sustainable development». Особенностью данных документов является рассмотрение ответственности в различных сферах жизни общества и распределение ее на всех субъектов, включая производителей, торговые предпринимательские структуры и потребителей.

К сожалению, отмечено, что в решении вопросов по охране и защите окружающей среды отсутствуют горизонтальные связи между субъектами рынка. Так, например, отмеченные тренды экологизации торгового бизнеса по формированию экоассортимента и осуществлению «зеленых закупок» невозможно подкрепить обоснованными данными. В силу законодательно определенных требований к пищевым продуктам в стране отсутствует понятие «экологически чистый продукт», не существует стандартов для идентификации, определения качества «экологической продукции», что создает слишком большое информационное поле для широкого толкования этого определения. Кроме того, отсутствует информация, подтверждающая выпуск экологичной продукции предприятиями пищевой промышленности. Проводя анализ литературных данных по данной теме исследований, мы не встретили данные, характеризующие выпуск экологической или органической продукции, что и вызывает сомнения в наличии экологически чистых продуктах питания и осуществления «зеленых закупок». В

связи с чем, считаем, необходимым установление взаимодействия между производителями, ритейлом и потребителями, координацию действий производителя и торгового бизнеса.

Учитывая, что именно производитель и ритейл принимают решения относительно уровня выполнения требований к качеству и безопасности пищевой продукции, определяя тем самым уровень риска в результате ее потребления, авторами определена в качестве приоритетной тема, связанная с ответственностью бизнеса перед потребителями.

В результате исследований уточнены и скорректированы проблемы механизма реализации социальной ответственности для бизнеса, связанной с ответственностью для потребителя, которая включает не только производство и предоставление качественных и безопасных товаров, но и применение добросовестных практик маркетинга и предоставление правдивой информации о продуктах и их свойствах в понятной для потребителей форме.

Определены принципы социальной ответственности потребителя, к которым относятся: осознанность, бережливость и эффективность, культура потребления, отказ от чрезмерного и нерационального потребления.

Список литературы

1. Бахарев В.В. Экологизация розничной торговли: анализ стратегий / В.В. Бахарев, И.В. Капустина, Г.Ю. Митяшин [и др.] // Siberian Journal of Life Sciences and Agriculture. – 2020. – Т.12. №5. – С. 79–96.

2. Галиев Ф.Х. Охрана окружающей среды как проблема обеспечения национальной безопасности страны / Ф.Х. Галиев // Правовое государство: теория и практика. – 2017. – №4 (50). – С. 59–64.

3. Доклад о человеческом развитии в Российской Федерации за 2017 год / под ред. С.Н. Бобылева, Л.М. Григорьева. – М.: Аналитический центр при Правительстве Российской Федерации, 2017. – 292 с.

4. Жерносек А.В. Влияние предприятий мясной промышленности на окружающую среду / А.В. Жерносек, М.Н. Струкова // Система управления экологи-

ческой безопасностью: сборник трудов XV международной научно-практической конференции (Екатеринбург, 20–21 мая 2021 г.). – Екатеринбург: УрФУ, 2021. – С. 105–112.

5. Ильин А.Н. Влияние культуры потребления на экологию / А.Н. Ильин // Век глобализации. – 2013. – №2. – С. 113–130.

6. Ильин А.Н. Потребление и его глобальные последствия / А.Н. Ильин // Философия и общество. – 2013. – №2. – С. 83–89.

7. Производство продуктов питания. Информационно-технический справочник по наилучшим доступным технологиям. ИТС 44–2017 от 11.12.2017. – М.: Бюро НДТ, 2017. – 333 с.

8. Коробкин А.З. Состояние и развитие «зеленого» ритейла в экономике Республики Беларусь / А.З. Коробкин, А.Я. Якимик // Региональная кооперация: теория, проблемы и опыт: сборник научных статей международной научно-практической интернет-конференции. – Гомель: БТЭУПК, 2021. – С. 79–83.

9. Омонов Б.М. Глобализация экологических проблем и ее влияние на судьбу человечества / Б.М. Омонов // Проблемы науки. – 2021. – №8 (67). – С. 36–44.

10. Привалова Н.М. Экологический аспект производства консервной продукции / Н.М. Привалова, С.С. Булаев // Научные труды Куб ГТУ. – 2019. – №3. – С. 922–930.