

ПРОБЛЕМЫ

Решение вопросов, связанных с
ЭКОЛОГИЧЕСКИМИ АСПЕКТАМИ бизнеса,
увеличит **ВОЗМОЖНОСТИ ЭКСПОРТА**.

Экологические товары, услуги и технологии, находящиеся в обращении на мировом рынке, оцениваются в 475 млрд долл. США. Ожидается, что к 2010 году эта сумма достигнет 640 млрд долл. США, из которой 15% будет приходиться на развивающиеся страны и страны с переходной экономикой. Развивающиеся страны вполне конкурентоспособны: у них есть

богатые природные ресурсы и свои собственные экологически чистые технологии, которые появились в ответ на местный спрос и могут заинтересовать другие развивающиеся страны. Экспортеры также сталкиваются с множеством экологических проблем. На них оказывается все большее давление с целью заставить их решать экологические проблемы бизнеса,





начиная с использования экологически чистых упаковочных материалов и заканчивая производством пищи без применения химикатов. Крупнейшие международные закупочные фирмы включают в свои производственно-сбытовые системы в качестве одного из требований компонент «устойчивости».

Для того чтобы выдержать конкуренцию, предприятия вынуждены внедрять технические новшества, повышать качество продукции и услуг и проявлять гибкость в своей производственной деятельности. Слабая структура экологической поддержки обычно приводит к тому, что проблемы повышения конкурентоспособности фирмам приходится решать без какой-либо посторонней помощи.

Начиная с торговли авокадо и заканчивая спортивной обувью, экологические нормы зачастую выступают в роли рыночных барьеров. Особенно уязвимы в этом плане экспортеры из наименее развитых стран, и все же большинство из них не участвует в процессе разработки этих норм. Экологические торговые меры оказывают воздействие на целый ряд товаров, однако оценить его достаточно сложно, так как информации о том, какие товары затронуты этими мерами, практически нет.

Отраслевые специалисты по разработке биологически разнообразных товаров в развивающихся странах

сталкиваются с проблемами, которые выходят за рамки просто проблемы доступа к рынку. Отсутствие информации о рыночных возможностях усложняет поиск инвесторов и партнеров по бизнесу. Еще одна проблема состоит во включении компонента добавленной стоимости, получении экономии, обусловленной ростом масштабов производства, и устойчивом управлении ресурсами. В то же время, местные общины и традиционные природоохранные организации могут и не обладать необходимой профессиональной подготовкой или соответствующими навыками.

В развивающихся странах осведомленность о возможностях торговли экологически чистыми товарами и решениях экологических проблем экспорта до сих пор оставляет желать лучшего. Одной из причин многих слабостей в этой области является институциональная слабость и недостаточная координация работы национальных учреждений по стандартизации, природоохранных организаций и консультационных и сертификационных учреждений. В результате возникает дефицит аналитической информации об экспортных рынках, услуг по поддержке экспорта и рекламно-пропагандистской деятельности в интересах экологического сектора.

РЕШЕНИЯ

- ▶ **Укрепление природоохранных учреждений**, в частности, учреждений по установлению стандартов и природоохранных организаций, позволит им собирать и анализировать информацию, касающуюся отечественной промышленности. Помощь этому сектору в представлении его интересов на стратегическом уровне может оказать национальный «перечень экологически чистых продуктов и услуг».
- ▶ **Оказание содействия экспортерам в решении экологических проблем их бизнеса**, посредством программ целевого обучения и информационных программ. Оказание общинам в богатых ресурсами районах услуг по поддержке экспорта. Создание условий для выгодной торговли в порядке стимулирования получения прибыли и достижения цели устойчивого развития в долгосрочной перспективе.
- ▶ **Исследование возможностей торговли «Юг-Юг»** в целях выявления и применения похожих средств решения экологических проблем в контексте развивающихся стран, в частности, таких как использование солнечной энергии и услуг по организации работы пищевой отрасли.

Помощь со стороны МТЦ

- ▶ **Техническая поддержка природоохранных организаций** также играет свою роль в стимулировании торговли. Путем повышения их осведомленности, улучшения координации работы и укрепления научно-исследовательского потенциала МТЦ помогает им наиболее эффективно внедрять природоохранный компонент в национальную стратегию.
- ▶ **Продвижение экспорта экологически чистых продуктов и услуг** посредством оказания консультационных услуг и анализа рынка в секторе органических продуктов, специй и трав, каучука, джута и кокосового волокна, лекарственных растений, изделий из дерева, изготовленных экологически устойчивым методом, изделий кустарного промысла, а также природоохранных услуг и технологий.
- ▶ **Обеспечение информацией об экологически чистой торговле** путем создания специализированных баз данных по экологическим стандартам, новым производственным процессам и требованиям, ценам на экологически чистые продукты, источникам поставок экологически чистых продуктов, технологий и услуг. Доступные в оперативном режиме в сети Интернет инструменты маркетинга и торговые карты МТЦ позволяют пролить свет на экологические аспекты торговых барьеров.